

PHẦN II

Chính phủ với vai trò nâng cao hiệu quả của nền kinh tế

Chương 1

CẠNH TRANH KHÔNG HOÀN HẢO: ĐỘC QUYỀN

1. KHÁI NIỆM

Nếu một hãng cạnh tranh là một người nhận giá - price taker; một công ty độc quyền là một người làm giá - price maker.

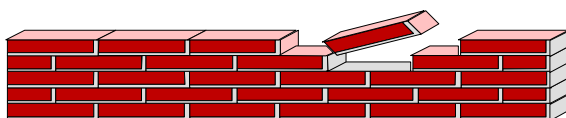
ĐỘC QUYỀN

- Một công ty được gọi là độc quyền khi . . .
 - ... Là người bán duy nhất loại sản phẩm công ty đó cung cấp
 - ... Sản phẩm của công ty đó không có sản phẩm thay thế gần.

2. NGUYÊN NHÂN CỦA ĐỘC QUYỀN

Tại sao lại có độc quyền?

Lý do cơ bản là rào cản chống xâm nhập thị trường (barriers to entry.)



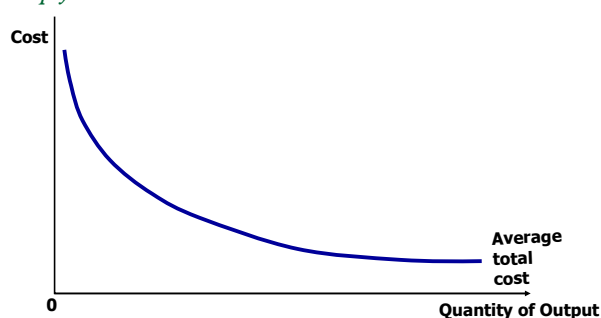
Rào cản chống xâm nhập

- một hãng độc quyền tồn tại là khi các hãng khác cảm thấy không có lợi nhuận khi tham gia thị trường hoặc không thể xâm nhập thị trường.
 - Có hai loại rào cản chính
 - Các rào cản kỹ thuật – technical barriers
 - Các rào cản mang tính pháp lí- legal barriers

2.1. Các rào cản kỹ thuật

- Việc SX một HH có thể làm giảm chi phí biên và chi phí trung bình khi đạt tới một lượng đầu ra lớn.
 - Các hãng có lợi tức tăng dần theo qui mô là những nhà SX với chi phí thấp.
 - Khi mở rộng SX, các hãng giảm giá để loại bỏ các đối thủ cạnh tranh và từ đó sẽ độc chiếm thị trường.
 - Trường hợp này còn có tên độc quyền tự nhiên - natural monopoly
 - Một khi độc quyền đã được thiết lập, việc xâm nhập của các hãng khác sẽ trở nên khó khăn.

Các nền kinh tế quy mô là một nguyên nhân của độc quyền



2.1. Các rào cản kỹ thuật (tiếp)

- Một rào cản kỹ thuật khác của độc quyền là do sở hữu một bí quyết kỹ thuật đặc biệt trong sản xuất với chi phí thấp.
 - Rất khó để giữ bí quyết này khỏi sự bắt chước của các hãng khác.
- Do sở hữu một nguồn lực đặc biệt.

2.2. Các rào cản mang tính pháp lí

- Nhiều hãng độc quyền thuần túy được tạo ra bởi các qui định pháp lí.
 - Chế độ bản quyền đối với phát minh, sáng chế và sở hữu trí tuệ tạo vị thế độc quyền cho người sở hữu trong một thời gian nhất định.
 - Chính phủ có thể nhượng quyền khai thác thị trường (cung cấp nước sạch, điện...)

2.3. Tạo ra các rào cản chống xâm nhập

- Một số rào cản được tạo bởi các hoạt động của doanh nghiệp.
 - Nghiên cứu và phát triển các sản phẩm hoặc công nghệ mới.
 - Mua các tài nguyên khan hiếm
 - Vận động chính trị để có sức mạnh độc quyền.
- Nỗ lực của một hãng độc quyền nhằm dựng lên các rào cản có thể gây nên những tổn thất về tài nguyên đáng kể.

3. THU NHẬP CỦA HÃNG ĐQ

- Total Revenue

$$P \times Q = TR$$

- Average Revenue

$$TR/Q = AR = P$$

- Marginal Revenue

$$\Delta TR/\Delta Q = MR$$

□ Ví dụ: Tổng thu nhập, Thu nhập bình quân và thu nhập cận biên của hãng ĐQ

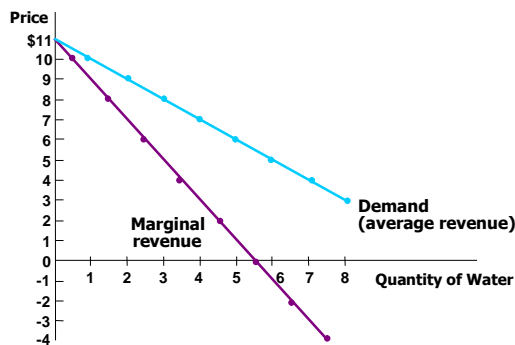
Thu nhập cận biên của hãng ĐQ luôn **thấp hơn** giá bán.

Quantity (Q)	Price (P)	Total Revenue (TR=P×Q)	Average Revenue (AR=TR/Q)	Marginal Revenue (MR=ΔTR/ΔQ)
0	\$11.00	\$0.00		
1	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00
2	\$9.00	\$18.00	\$9.00	\$8.00
3	\$8.00	\$24.00	\$8.00	\$6.00
4	\$7.00	\$28.00	\$7.00	\$4.00
5	\$6.00	\$30.00	\$6.00	\$2.00
6	\$5.00	\$30.00	\$5.00	\$0.00
7	\$4.00	\$28.00	\$4.00	-\$2.00
8	\$3.00	\$24.00	\$3.00	-\$4.00

Khi một hãng ĐQ tăng lượng bán ra, có 2 tác động lên tổng thu nhập.

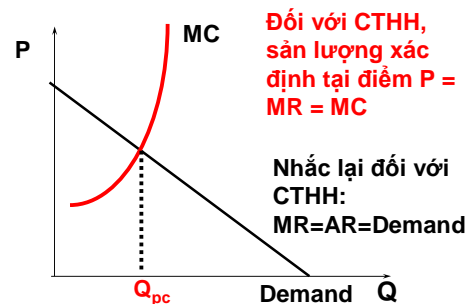
- ◆ Tác động của sản lượng- **output effect**
- sản lượng bán được càng lớn, Q tăng lên.
- ◆ Tác động của giá- **price effect**—giá giảm, P thấp hơn.

Demand and Marginal Revenue Curves for a Monopoly...

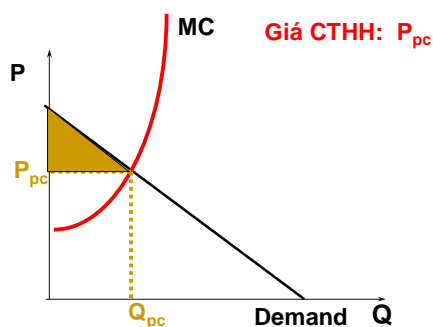


4. TỒN THẤT PHÚC LỢI DO ĐỘC QUYỀN

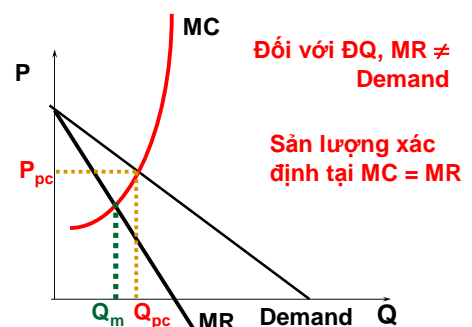
4.1. Độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo



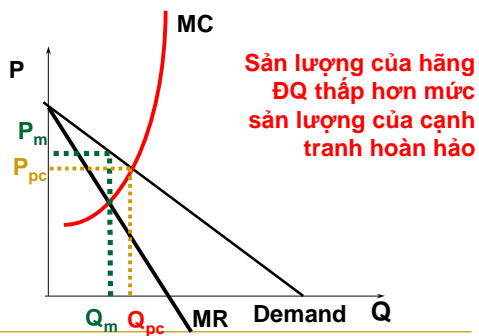
Độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo



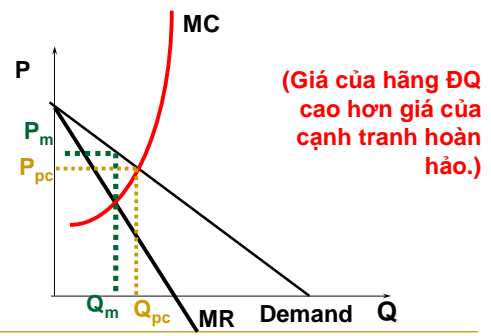
Độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo



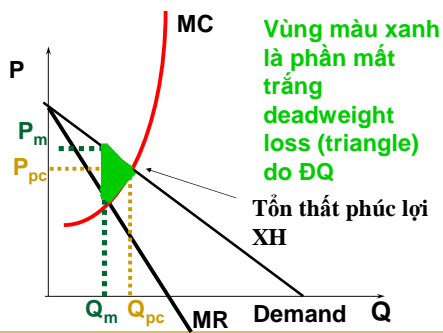
Monopoly v. Perfect Competition



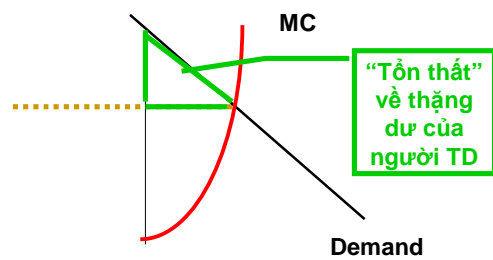
Monopoly v. Perfect Competition



Monopoly v. Perfect Competition

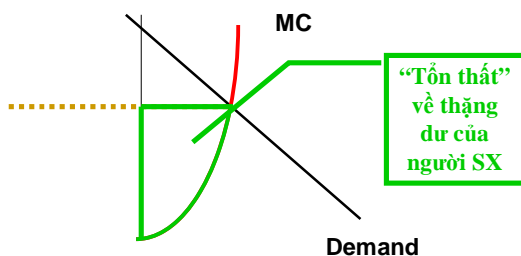


4.2. Mất trắng do ĐQ -Deadweight Loss ("Triangle")



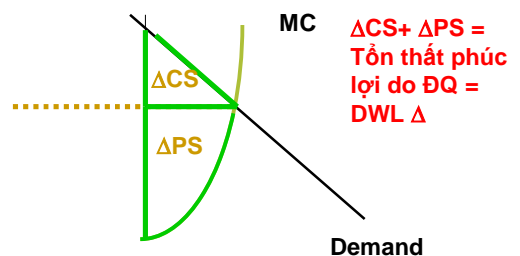
The green area from the previous diagram has been enlarged.

The Deadweight Loss ("Triangle")

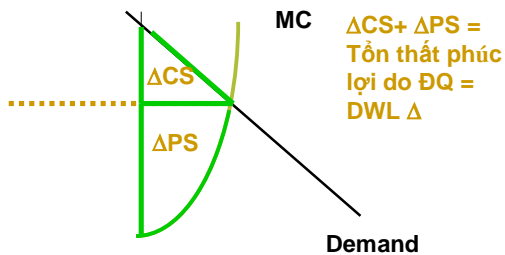


The green area from the previous diagram has been enlarged.

The Deadweight Loss ("Triangle")



The Deadweight Loss ("Triangle"): Allocative Inefficiency



5. CÁC CHÍNH SÁCH CAN THIỆP CỦA CHÍNH PHỦ VỚI ĐQ THƯỜNG

Public Policy Toward Monopolies

Chính phủ thường phản ứng ntn trong trường hợp có ĐQ

- Làm cho các ngành công nghiệp ĐQ trở nên cạnh tranh hơn.
- Điều tiết thái độ của các hãng ĐQ (antitrust laws, policies anti monopoly, price regulation) .
- Quốc hữu hóa một số công ty ĐQ tư nhân
- Đánh thuế vào lợi nhuận của hãng ĐQ
- Không làm gì cả.

6. ĐỘC QUYỀN TỰ NHIÊN

6.1. Definition of a NATURAL MONOPOLY

- Một hãng ĐQ tự nhiên - "natural monopoly" là một ngành công nghiệp có chi phí cố định cao đến mức không có lợi nhuận cho một hãng thứ hai nếu tham gia thị trường. Có một lí do "tự nhiên" để ngành công nghiệp này trở thành ĐQ đặc biệt trong các ngành SX qui mô lớn.

- Ví dụ về ĐQ tự nhiên: Dịch vụ cung cấp nước sạch, điện...

6.2. Các chính sách điều tiết đối với ĐQ tự nhiên Public Policy Toward Natural Monopolies

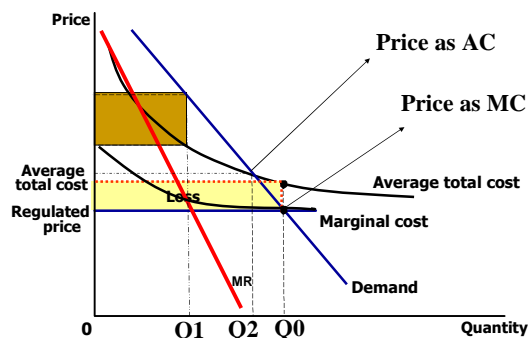
- ĐQ tự nhiên trong các ngành dịch vụ công cộng, viễn thông, vận tải, được điều tiết chặt chẽ tại nhiều quốc gia.

6.2. Các chính sách điều tiết đối với ĐQ tự nhiên

Public Policy Toward Natural Monopolies

- Định giá bằng chi phí trung bình (average total cost Pricing)
- Định giá bằng chi phí biên (marginal cost pricing)
- Định giá hai phần (Two parts pricing): fixed cost and variable cost
- Phân biệt giá cả (Price discrimination)

6.2. Pricing for a Natural Monopoly...



6.2. Các chính sách điều tiết đối với ĐQ tự nhiên Public Policy Toward Natural Monopolies

- Định giá bằng chi phí trung bình: Có thể loại bỏ phần LN siêu ngạch của hãng ĐQ nhưng vẫn chưa đạt tới mức sản lượng hiệu quả
- Định giá bằng chi phí biên: Đạt tới mức sản lượng hiệu quả nhưng hãng ĐQ phải chịu một khoản lỗ; có thể bù đắp bằng trợ cấp của Nhà nước thông qua thuế khoán.

- Định giá hai phần: một phần cố định để bù đắp khoản lỗ cho hãng ĐQ khi SX ở mức sản lượng hiệu quả, phần còn lại định giá bằng MC tùy theo lượng tiêu dùng của người mua: ví dụ dịch vụ viễn thông

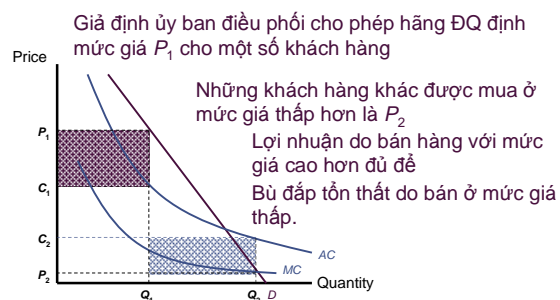
Chính sách phân biệt giá cả

Price discrimination: bán cùng một loại sản phẩm tại nhiều mức giá khác nhau cho các đối tượng khách hàng khác nhau, mặc dù chi phí sản xuất cho hai đối tượng khách hàng này là như nhau.

Price Discrimination

- Hai tác động quan trọng của chính sách này:
 - ◆ Có thể làm tăng lợi nhuận của hãng ĐQ.
 - ◆ Làm giảm phần mất trắng-deadweight loss.
- Điều kiện để phân biệt về giá
 - ◆ Hãng ĐQ phải có khả năng phân loại khách hàng dựa vào khả năng chi trả.
 - ◆ Các khách hàng không được phép bán lại sản phẩm.

Regulation of Monopoly



Regulation of Monopoly

- Một giải pháp khác là cho phép hãng ĐQ bán với mức giá cao hơn MC một mức đủ để hãng ĐQ có được một khoản để tái đầu tư

Next CHAPTER

- **EXTERNALITIES**