Độc quyền và quản lý độc quyền

Fulbright

NHẬP MÔN CHÍNH SÁCH CÔNG

Giảng viên: Nguyễn Xuân Thành

Những chủ đề đã thảo luận trong Ngày 1

- Chính sách công là gì?
- Vấn đề trục trặc công
- Quá trình chính sách công
- Các tác nhân chính thức và phi chính thức đối với quá trình chính sách công

© Nguyễn Xuân Thành, 2018

Các chủ đề thảo luận trong Ngày 2

- Thị trường
- Các thất bại của thị trường
- Vai trò của nhà nước: Sửa chữa thất bại thị trường
- Vai trò của nhà nước: Can thiệp ngoài phạm vi sửa chữa thất bại thị trường
- Thất bại của nhà nước

© Nguyễn Xuân Thành, 2018

Các chủ đề thảo luận trong Ngày 3

- Độc quyền
- Hàng hóa công
- Ngoại tác

© Nguyễn Xuân Thành, 2018

Các hình thức độc quyền của nhà sản xuất

- Người bán duy nhất - Độc quyền bán (Monopoly)
- Một số lượng nhỏ người bán – Độc quyền nhóm (Oligopoly)
- Nhiều người bán, mỗi người có sản phẩm hơi khác biệt – Cạnh tranh độc quyền (Monopolistic Competition)

Đặc điểm chung:
Người bán có quyền lực thị trường (market power)

- Họ đối diện với đường cầu dốc xuống, tức là:
- Họ có thể tăng giá bán và chấp nhận lượng hàng bán ra giảm xuống.

© Nguyễn Xuân Thành, 2018

Nguồn gốc của độc quyền

- Kinh tế:
  - Lợi thế nhờ quy mô (độc quyền tự nhiên)
  - Rào cản tiếp cận nhân tố sản xuất
- Kỹ thuật:
  - Ngoại tác mạng lưới
- Pháp lý:
  - Quyền sở hữu trí tuệ (patent, copyrights)
  - Nhà nước cho phép (hợp thức hóa độc quyền tự nhiên hay phục vụ mục tiêu của nhà nước)
- Chính trị:
  - Dùng sức mạnh chính trị để duy trì độc quyền kinh tế; dùng độc quyền kinh tế để duy trì sức mạnh chính trị

© Nguyễn Xuân Thành, 2018

Hành vi của người bán có sức mạnh thị trường

- Định giá ở mức cao hơn so với điều kiện cạnh tranh hoàn hảo để thu lợi nhuận siêu ngạch.
- Ngày cả trong điều kiện có cạnh tranh, nhưng với một số lượng nhỏ người bán thì họ có động cơ cấu kết để định giá cao hơn.

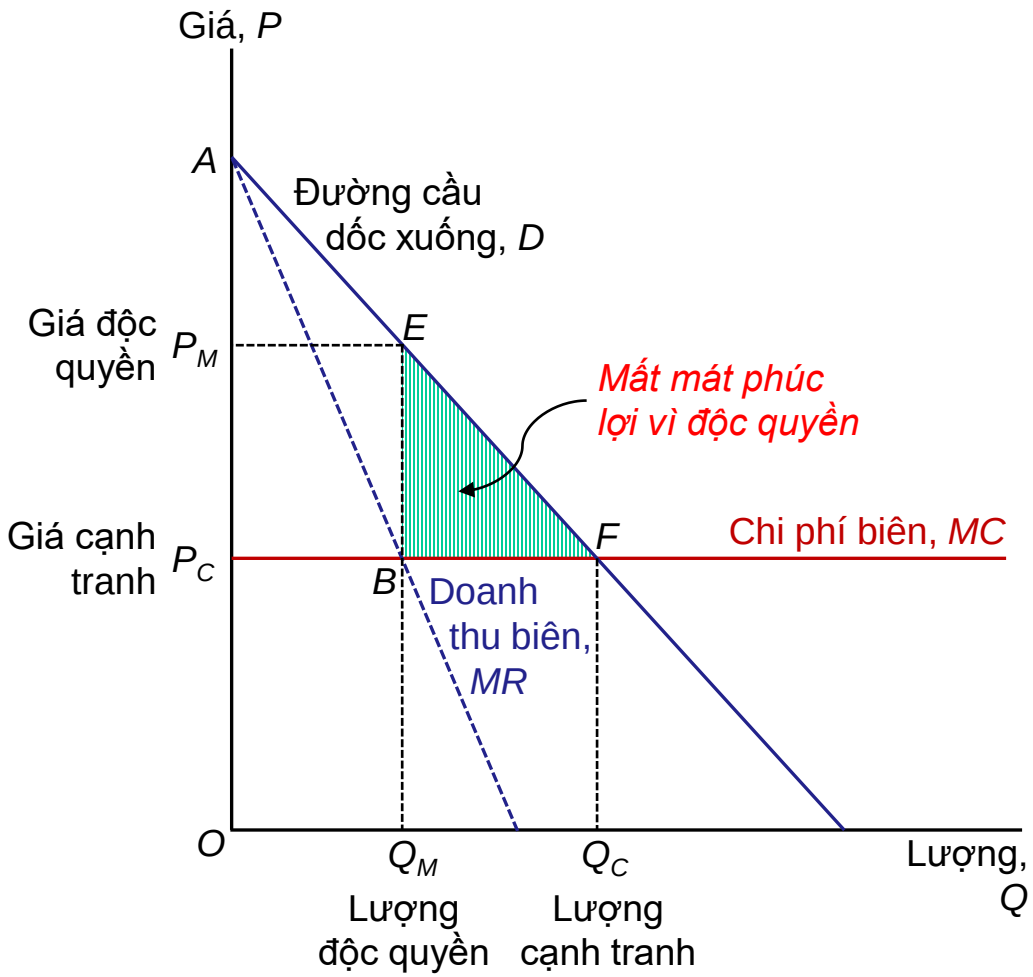


Ở mức giá độc quyền, lượng cung cấp và tiêu dùng thấp hơn so với mức hiệu quả Pareto.

© Nguyễn Xuân Thành, 2018

Hành vi của người độc quyền bán

- Khi có cạnh tranh hoàn hảo, giá thị trường sẽ là $P_C = MC$; lượng cung – cầu cân bằng là Q_C.
  - Tổng phúc lợi = Diện tích AP_CF
    (Toàn bộ là thặng dư người tiêu dùng)
- Khi có độc quyền, người bán tối đa hóa lợi nhuận khi định giá $P_M = MR$, thấp hơn P_C; lượng cung – cầu cân bằng là Q_M, thấp hơn Q_C.
  - Tổng phúc lợi = Diện tích AP_CBE
    (Thặng dư người tiêu dùng, AEP_M cộng thặng dư nhà sản xuất, P_MEBP_C)
- Mất mát phúc lợi vì độc quyền:
  - Diện tích *EBF*



© Nguyễn Xuân Thành, 2018

Chính sách công

- Thể chế
  - Luật cạnh tranh (competition law) hay Luật chống độc quyền (anti-trust law)
  - Thực thi luật:
    - Điều tra và chế tài hành vi cấu kết để tạo độc quyền, lạm dụng sức mạnh độc quyền
    - Điết tiết mua bán, sáp nhập và bóc tách độc quyền
- Chính sách điều tiết độc quyền
  - Điều tiết giá của doanh nghiệp độc quyền
- Cân nhắc giữa chống độc quyền và thúc đẩy đổi mới

© Nguyễn Xuân Thành, 2018