

KINH TẾ HỌC VI MÔ DÀNH CHO CHÍNH SÁCH CÔNG



BÀI GIẢNG 14: GIỚI THIỆU MỘT SỐ LÝ THUYẾT “MỚI” VỀ HÃNG

Một số câu hỏi cơ bản của các lý thuyết hăng



∞ Tại sao có hăng?

∞ Những gì xảy ra bên trong hăng?

∞ Đây là ranh giới của hăng, hay những nhân tố nào quyết định quy mô của hăng?

Các lý thuyết về hãng



- ❧ Lý thuyết tân cổ điển
- ❧ Lý thuyết về chi phí giao dịch (Coase)
- ❧ Lý thuyết quản trị công ty (Jensen & Meckling, Jensen & Fama, La Porta & Lopez-deSilanes & Shleifer & Vishny - LLSV)
- ❧ Lý thuyết về quyền sở hữu (Hart, Grossman, Moore)
- ❧ Lý thuyết mới về chi phí giao dịch (Williamson)
- ❧ Hãng trong nền kinh tế toàn cầu
 - ❧ Chuỗi giá trị, cung ứng toàn cầu
 - ❧ Outsourcing và Insourcing
 - ❧ Offshoring
- ❧ Lý thuyết “mới hơn” về hãng

Mô hình tân cổ điển về hãng



- ☞ Lý thuyết tân cổ điển truyền thống: *hãng là một “hộp đen”* đơn vị sản xuất, được đặc trưng bởi công nghệ (hàm sản xuất)
- ☞ Trong các điều kiện “hoàn hảo”, các hãng và thậm chí cả hệ thống kinh tế sẽ tự vận hành, không cần có sự kiểm soát hay kế hoạch hóa tập trung
- ☞ Cơ chế vận hành trong mô hình này là gì?
- ☞ **Câu hỏi:** Vậy tại sao hãng lại xuất hiện (trong một nền kinh tế trao đổi và chuyên môn hóa)?

Lý thuyết về Chi phí giao dịch

(Bản chất của hãng, Ronald Coase 29.12.1910 – 2.9.2013)



- ❧ **Giao dịch** (hay cơ chế điều phối) trong nội bộ hãng khác với các giao dịch bên ngoài như thế nào?
- ❧ **Các nhân tố quyết định quy mô của hãng?**
 - ❧ Tại sao không xảy ra trường hợp chỉ tồn tại duy nhất 1 hãng không lồ trong mỗi ngành sản xuất?
- ❧ **Khác biệt cơ bản: *Cơ chế điều phối***
 - ❧ Bên ngoài hãng: Cơ chế giá cả, phi tập trung
 - ❧ Bên trong hãng: Cơ chế hành chính, tập trung

Lý do tồn tại hãng theo Coase



- ❧ “Lý do chính để thu được lợi nhuận từ việc thành lập hãng là do có một chi phí giao dịch khi sử dụng cơ chế giá cả”
- ❧ Các loại chi phí khi sử dụng cơ chế giá cả:
 - ❧ Chi phí tìm kiếm thông tin (giá cả, bạn hàng, nhu cầu)
 - ❧ Chi phí phân tích và lựa chọn mức giá thích hợp
 - ❧ Chi phí thương lượng, ký kết, chế tài hợp đồng ...
- ❧ Một số nguyên nhân khác:
 - ❧ Các yếu tố bất định (và hợp đồng không hoàn chỉnh)
 - ❧ Chính sách của nhà nước
 - ❧ Phân công lao động

Khái niệm hãng của Coase



“Hãng bao gồm một hệ thống các mối quan hệ, ra đời khi sự điều động các nguồn lực phụ thuộc vào một nhà doanh nghiệp.”

Phân tích khái niệm:

Hãng là tập hợp các mối quan hệ $\neq$ hãng được đặc trưng bởi công nghệ (tức là hàm SX)

Định hướng mới trong nghiên cứu về hãng

Sự phân bổ các nguồn lực không còn phụ thuộc trực tiếp và duy nhất vào cơ chế giá, mà còn phụ thuộc vào mối quan hệ hành chính do nhà doanh nghiệp quyết định

Nhân tố quyết định quy mô hãng



- ❧ Chi phí giao dịch bên trong hãng
- ❧ Khả năng và mức độ phạm sai lầm khi số lượng giao dịch gia tăng
- ❧ Biến động của giá yếu tố đầu vào

Lý thuyết quản trị công ty



❧ Berle & Means; Jensen & Meckling & Fama; LLSV et al.:
Trong phần lớn các công ty hiện đại, có sự phân tách giữa quyền sở hữu (ownership rights) và quyền kiểm soát (control rights)

❧ Lý thuyết “xã hội hoá tư bản” của Marx

❧ Hệ quả về hiệu quả của sự phân tách

❧ Thông tin bất cân xứng (Asymmetric Information)

❧ Vấn đề người ủy quyền – thừa hành (Principal – Agent)

❧ “Rủi ro đạo đức” (Moral hazard)

❧ “Free rider”

Ví dụ: Sự nguy hiểm của Moral Hazard: Cuộc khủng hoảng tài chính 2008/2009



- ☞ Nếu rủi ro dẫn đến lợi nhuận cao hơn → Ngân hàng được hưởng lợi
- ☞ Nếu rủi ro thất bại và dẫn đến phá sản → Các ngân hàng sẽ được hưởng lợi từ gói cứu trợ của chính phủ

Source: Vnrebates



Lý thuyết quản trị công ty (tiếp)



☞ Hệ quả về quản trị DN (corporate governance)

- ☞ “Corporate governance là hệ thống người ta xây dựng để **điều khiển** và **kiểm soát** các doanh nghiệp. Cấu trúc CG chỉ ra cách thức **phân phối quyền** và **trách nhiệm** trong số những thành phần khác nhau có liên quan tới doanh nghiệp như Hội đồng quản trị, Giám đốc, cổ đông, và những chủ thể khác có liên quan. CG cũng giải thích rõ **qui tắc** và **thủ tục** để ra các quyết định liên quan tới vận hành doanh nghiệp. Bằng cách này, CG cũng đưa ra cấu trúc thông qua đó người ta thiết lập các mục tiêu công ty, và cả phương tiện để đạt được mục tiêu hay giám sát hiệu quả công việc”, *OECD 4/1999*.
- ☞ “Corporate governance có thể được hiểu theo nghĩa hẹp là **quan hệ** của một doanh nghiệp với các cổ đông, hoặc theo nghĩa rộng là quan hệ của doanh nghiệp với xã hội...”, *Financial Times 1997*.
- ☞ “Corporate governance nhằm tới mục tiêu thúc đẩy sự **công bằng** doanh nghiệp, tính **minh bạch** và năng lực **chịu trách nhiệm**” *J. Wolfensohn, Cựu Chủ tịch World Bank 6/1999*.

Lý thuyết về chi phí giao dịch

(Oliver Williamson)



- ❧ Hãng sẽ tổ chức các giao dịch nhằm **tối thiểu hóa chi phí giao dịch** (giảm bớt được tính duy lý hạn chế, đồng thời bảo vệ các giao dịch này khỏi những rủi ro của tính cơ hội chủ nghĩa.)
- ❧ Thế giới hợp đồng được mô tả theo nhiều cách khác nhau như là một thế giới về:
 - ❧ (1) lập kế hoạch
 - ❧ (2) hứa hẹn
 - ❧ (3) cạnh tranh
 - ❧ (4) quản trị (hay trật tự tự)

Lý thuyết về chi phí giao dịch (tiếp)

(Oliver Williamson)



- ☞ Cách mô tả nào trong những cách mô tả nói trên thích hợp nhất phụ thuộc vào các giả định về hành vi liên quan đến một giao dịch và vào những đặc tính kinh tế của hàng hóa hay dịch vụ được xem xét.
- ☞ Ví dụ: Báo Sao Hôm và Nhà in Sao Mai

Tính duy lý hạn chế (bounded rationality)	Tính cơ hội chủ nghĩa (opportunism)	Tính chuyên dụng của tài sản (asset specificity)	Loại Hợp đồng
0	+	+	Lập kế hoạch
+	0	+	Hứa hẹn
+	+	0	Cạnh tranh
+	+	+	Quản trị

Lý thuyết về quyền sở hữu

(Grossman, Hart & Moore)



- ❧ Hai khái niệm then chốt của lý thuyết
 - ❧ **Hợp đồng không hoàn chỉnh** (contract incompleteness) do duy lý hạn chế và thông tin bất cân xứng (giữa hai bên ký kết hợp đồng và bên thứ 3)
 - ❧ **Quyền định đoạt cuối cùng** (residual rights) đối với những vấn đề/tình huống không được quy định trong hợp đồng
- ❧ Trở lại với ví dụ của Sao Hôm và Sao Mai
 - ❧ Trong trường hợp nên tích hợp dọc, câu hỏi đặt ra là ai sẽ mua ai?

Hãng trong nền kinh tế mở toàn cầu



- ∞ Value/supply chain
- ∞ Outsourcing (contracting out)
- ∞ Insourcing (contracting in)
- ∞ Offshoring

Ví dụ minh họa khác biệt giữa Offshoring và Outsourcing



Operations Decision	Offshoring	Outsourcing
A UK business sets up its own call-centre in India to serve UK customers		
A toy manufacturer uses overseas suppliers to produce components which it imports to the UK		
A UK bank hands over its payroll and recruitment services to a specialist supplier in the UK		
A UK chocolate manufacture moves production from York to a factory it has built in Poland		

Cần một lý thuyết “mới hơn” về hăng?

Sản phẩm vs. Nền tảng (Product vs. Platform)



☞ Nền kinh tế nền tảng (Platform Economy): Mỗi quan hệ tam giác giữa ba bên:

☞ (1) nền tảng (platform)

☞ (2) người lao động (worker)

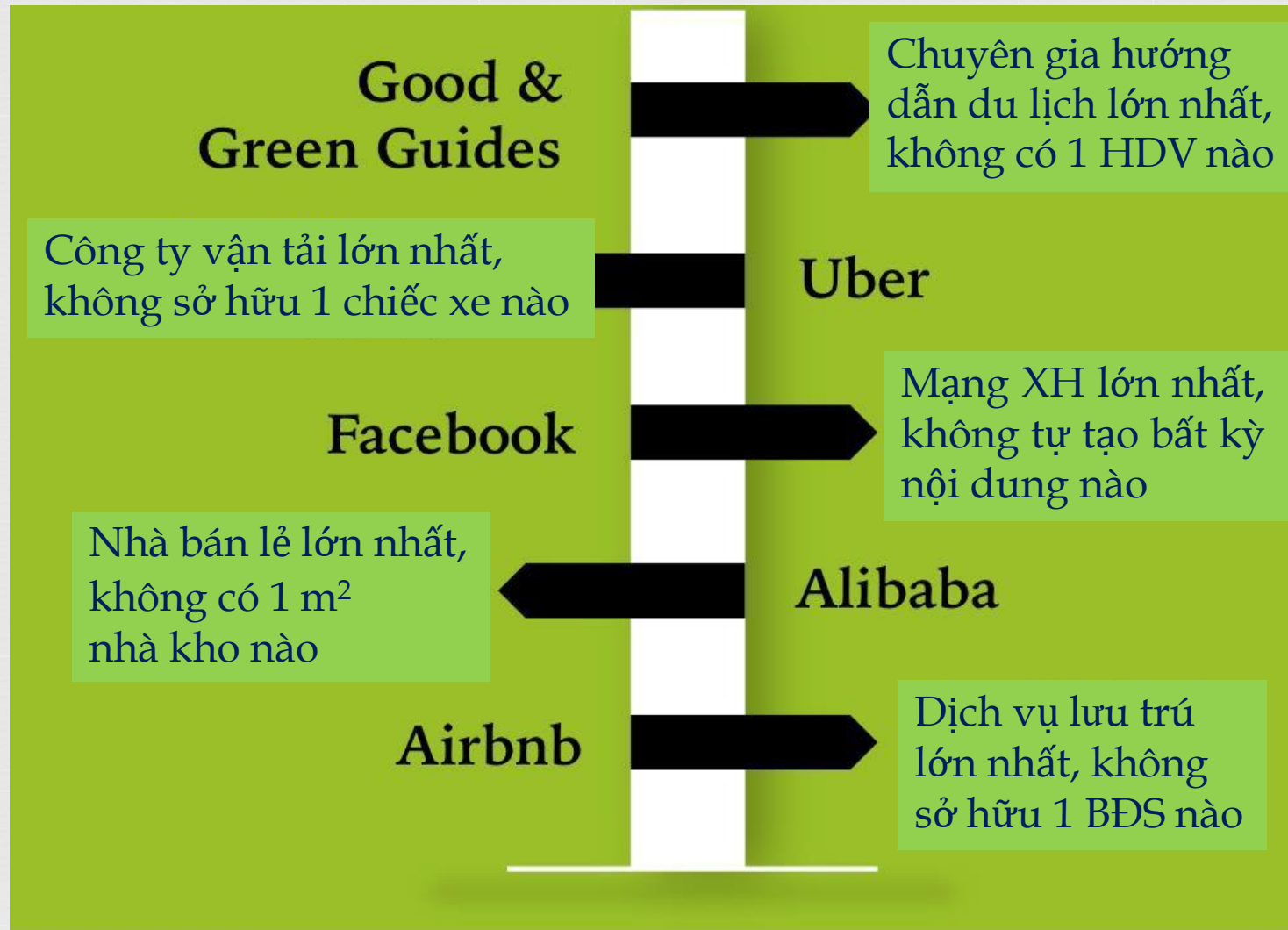
☞ (3) khách hàng (customer)

☞ Có sự khác biệt lớn giữa chức năng và loại nền tảng kỹ thuật số có sẵn trên thị trường ngày nay:

☞ Từ các nền tảng cung cấp dịch vụ (ví dụ: Uber và Airbnb), đến các sản phẩm (ví dụ: Amazon và eBay), thanh toán (ví dụ: Square, PayPal), để phát triển phần mềm (ví dụ: Apple, Salesforce) và nhiều hơn nữa.

Cần một lý thuyết “mới hơn” về hăng?

Sản phẩm vs. Nền tảng (Product vs. Platform)



Cần một lý thuyết “mới hơn” về hăng?

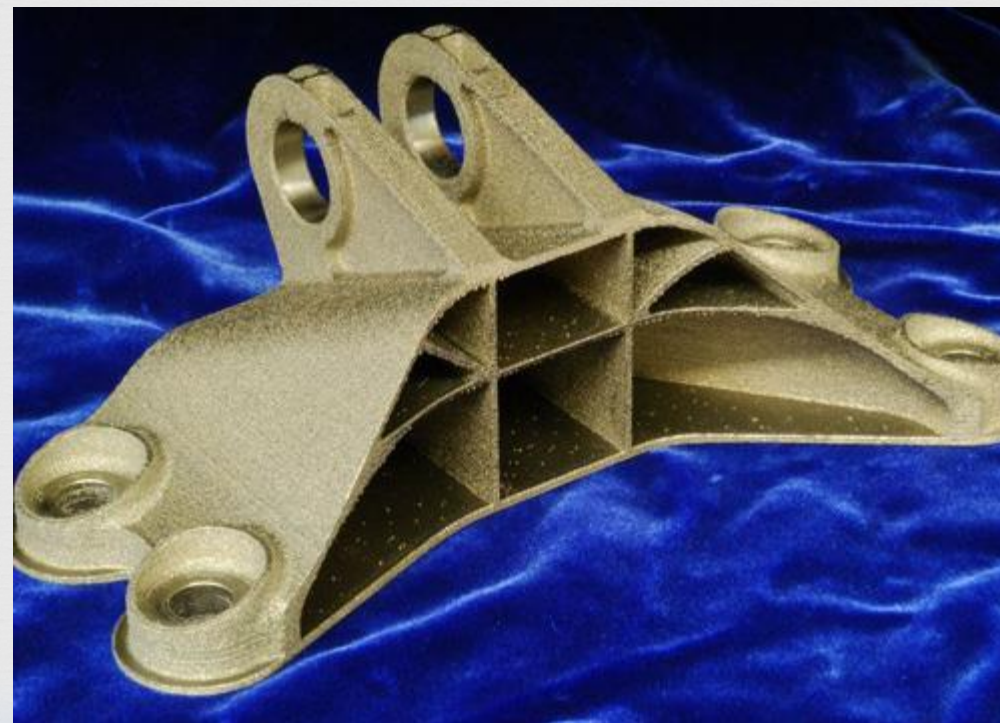
Nòng cốt vs. Đám đông (Core vs. Crowd)



GE và GrabCAD tổ chức cuộc thi, yêu cầu các nhà thiết kế cải tiến giá đỡ động cơ nặng 4.48 pound (2,033 gam)

12/14/2020

*Gần **700 mẫu** thiết kế dự thi từ **56 nước**. Người chiến thắng là M Arie Kurniawan (Salatiga, **Indonesia**) được thưởng **7000 USD** với thiết kế chỉ nặng 0.72 pound (327 gam), **giảm 84%** so với ban đầu.*

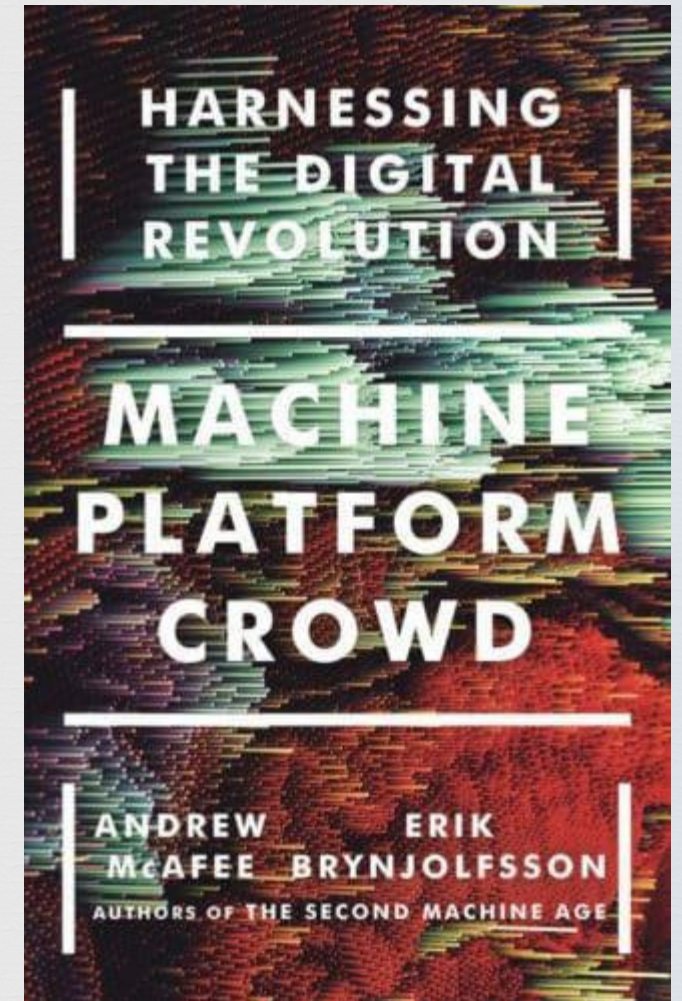


CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0



☞ *“Physical – Cyber System”*

- Con người sv. Máy móc (Man vs. **M**achine)
- Sản phẩm sv. Nền tảng (**P**roduct vs. **P**latform)
- Nòng cốt sv. Đám đông (**C**ore vs. **C**rowd)



Lời kết



Do ba chuyển đổi này, các tác giả (Andrew McAfee và Erik Brynjolfsson) kết luận rằng

“các công ty cần phải xem xét lại sự cân bằng giữa trí óc và máy móc, giữa sản phẩm và nền tảng, và giữa cốt lõi và đám đông”

và bắt đầu chuyển đổi tất cả các hoạt động kinh doanh của họ - từ R&D đến tiếp thị, hoạt động bán hàng và quản lý để đổi mới.