

LỢI THẾ KINH TẾ THEO QUY MÔ, CẠNH TRANH KHÔNG HOÀN HẢO VÀ NGOẠI THƯƠNG

Giới thiệu

- Tại sao các nước tham gia vào ngoại thương?
- Các nước tham gia vào ngoại thương để khai thác lợi thế so sánh do:
 - Sự khác biệt về công nghệ giữa các nước
 - Sự khác nhau về nguồn lực giữa các nước
- Hoặc để đạt được lợi thế kinh tế theo quy mô trong sản xuất

Giới thiệu

- Những mô hình ngoại thương dựa vào lợi thế so sánh (Ricardo và H-O) sử dụng giả thiết sinh lợi không đổi theo quy mô
 - Tăng tất cả các nhập lượng sẽ dẫn đến tăng xuất lượng theo cùng một tỷ lệ
 - $mQ = F(mL, mK)$, $m > 1$
- Trong thực tế nhiều ngành công nghiệp sản xuất càng hiệu quả với quy mô càng lớn
 - Những ngành sản xuất càng hiệu quả với quy mô càng lớn gọi là ngành có lợi thế kinh tế theo quy mô

Giới thiệu

- Những ngành có lợi thế kinh tế theo quy mô
 - Xuất lượng tăng với một tỷ lệ lớn hơn sự gia tăng của tất cả các nhập lượng.
 - Độ co giãn của chi phí với sản lượng nhỏ hơn 1
 - Chi phí trung bình sẽ giảm khi sản lượng (quy mô) tăng.

Lợi thế kinh tế theo quy mô và cấu trúc thị trường

- Có 2 loại lợi thế kinh tế theo quy mô
- Lợi thế kinh tế theo quy mô bên trong
 - Chi phí trung bình phụ thuộc vào quy mô của doanh nghiệp nhưng không nhất thiết phụ thuộc vào quy mô ngành
 - Cấu trúc thị trường: cạnh tranh không hoàn hảo với các doanh nghiệp lớn có lợi thế chi phí (so với doanh nghiệp nhỏ)

Lợi thế kinh tế theo quy mô và cấu trúc thị trường

- Lợi thế kinh tế theo quy mô bên ngoài
 - Chi phí trung bình phụ thuộc vào quy mô của ngành nhưng không nhất thiết phụ thuộc vào quy mô doanh nghiệp
 - Trong trường hợp này ngành có thể bao gồm các doanh nghiệp nhỏ và cấu trúc thị trường cạnh tranh hoàn hảo.
- Cả hai loại lợi thế kinh tế theo quy mô là nguồn gốc quan trọng của ngoại thương

Lý thuyết lợi thế kinh tế theo quy mô bên ngoài

- Tại sao khi một ngành tập trung (nhiều doanh nghiệp) thì hoạt động có hiệu quả hơn so với hoạt động của một doanh nghiệp cô lập?
 - Phát triển thị trường các nguồn lực chuyên biệt
 - Phát triển thị trường lao động tập trung có kỹ năng
 - Sự lan truyền kiến thức
 - Mối liên kết ngược và xuôi
 - Chi phí vận chuyển

Nguồn lực chuyên biệt

- Trong nhiều ngành, sản xuất hàng hoá, dịch vụ và phát triển sản phẩm mới đòi hỏi sử dụng nhập lượng chuyên biệt hoặc các dịch vụ hỗ trợ chuyên biệt
- Một công ty tách biệt không có một thị trường đủ lớn cho phát triển dịch vụ hỗ trợ và nguồn lực chuyên biệt.
- Một cụm ngành có thể giải quyết vấn đề này bằng cách tập trung các công ty đến một vị trí mà nó tạo ra một thị trường đủ lớn cho các nhà cung cấp nhập lượng chuyên biệt hoạt động kinh doanh của họ
 - Ngành công nghiệp bán dẫn ở thung lũng Silicon
 - Ngành dịch vụ tài chính ở thành phố Luân đôn

Thị trường lao động tập trung

- Mật độ tập trung dày đặc các doanh nghiệp trong một ngành ở một vùng có thể tạo ra thị trường lao động được chuyên môn hoá cao
 - Các nhà sản xuất có lợi thế là có một lượng lao động chuyên môn đáp ứng cho hoạt động sản xuất và giảm rủi ro do thiếu hụt lao động
 - Người lao động có chuyên môn ít gặp rủi ro thất nghiệp

Sự lan truyền kiến thức

- Kiến thức, tri thức mới là một nhập lượng quan trọng trong những ngành sản xuất có hàm lượng công nghệ cao.
- Kiến thức này đến từ những nguồn :
 - Đầu tư vào R&D.
 - Hoạt động trao đổi thông tin và ý tưởng không chính thức
- Tập trung ngành và phát triển mạng lưới
 - Lan truyền tri thức giữa các doanh nghiệp thông qua mạng lưới

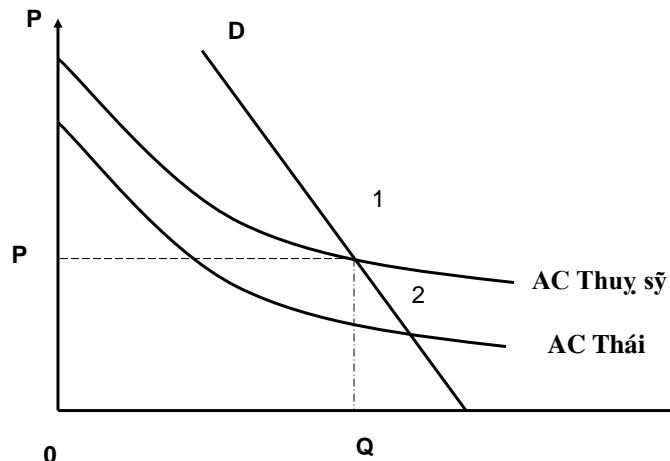
Lợi thế kinh tế theo quy mô và sinh lợi tăng theo quy mô

- Lợi thế kinh tế theo quy mô sẽ làm xuất hiện sinh lợi tăng theo quy mô ở cấp độ ngành
- Sản lượng của ngành càng lớn thì giá sản phẩm mà doanh nghiệp sẵn sàng bán càng thấp.
- Một nền kinh tế có một số ngành với quy mô sản xuất lớn sẽ có khuynh hướng là chi phí sản xuất trong những ngành này thấp và khả năng cạnh tranh cao.

Lợi thế kinh tế theo quy mô và ngoại thương.

- Một quốc gia có những ngành sản xuất với quy mô lớn sẽ vẫn tồn tại với quy mô này ngay cả khi một số quốc gia khác có tiềm năng sản xuất ra hàng hoá trong những ngành đó với chi phí thấp hơn.
- Lý thuyết vòng đời sản phẩm: Liệu các nước đang phát triển có lợi thế so sánh đối với những sản phẩm được chuẩn hoá mà lợi thế chủ yếu là giá nhân công rẻ không?

Lợi thế kinh tế theo quy mô và ngoại thương



7/9/2013

Truong Quang Hung

13

Lợi thế kinh tế theo quy mô và ngoại thương

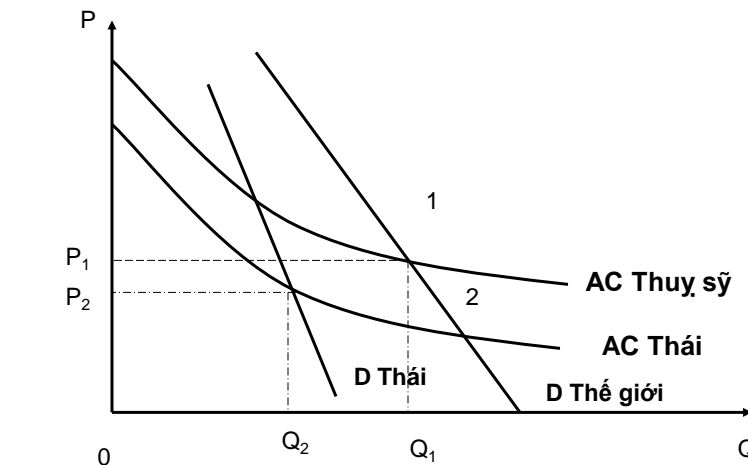
- Ngoại thương dựa vào lợi thế kinh tế theo quy mô bên ngoài có tác động đến phúc lợi kinh tế không rõ ràng
 - Lợi thế của những người đi trước (lịch sử)
 - Khi lợi thế kinh tế theo quy mô bên ngoài là quan trọng, các quốc gia có thể bị tổn thất từ tự do ngoại thương
 - Ngoại thương không mang lại lợi ích cho tất cả các quốc gia → Lập luận bảo hộ đối với những ngành này (F. Graham, 1923)
 - Việt nam làm sao có thể phát triển được những ngành công nghiệp khi gia nhập WTO trong bối cảnh chưa có quy mô hiệu quả?

7/9/2013

Truong Quang Hung

14

Lợi thế kinh tế theo quy mô và ngoại thương



7/9/2013

Truong Quang Hung

15

Cạnh tranh độc quyền

- Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong việc bán những sản phẩm có sự khác biệt
- Không có sự phụ thuộc mang tính chiến lược giữa các doanh nghiệp trong ngành.
- Sức mạnh thị trường phụ thuộc vào sự khác biệt sản phẩm

7/9/2013

Truong Quang Hung

16

Cạnh tranh độc quyền

- Trong thực tế có những ngành cạnh tranh độc quyền hay không?
 - Có một số ngành gần như ngành cạnh tranh độc quyền như ngành công nghiệp ô tô
 - Mô hình cạnh tranh độc quyền được giới thiệu không phải vì nó tồn tại trong thực tế mà vì nó đơn giản (không phụ thuộc chiến lược)
 - Chúng ta sẽ xem tình trạng ngoại thương xảy ra trong môi trường phụ thuộc chiến lược sau

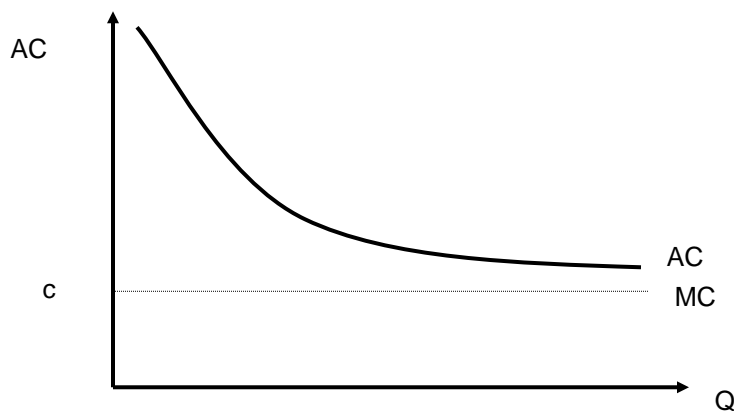
Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Mô hình cạnh tranh độc quyền được sử dụng để chỉ ra cách mà ngoại thương xảy ra ngay cả khi có lợi thế kinh tế theo quy mô.
 - Giá bình quân thấp hơn.
 - Hàng hoá đa dạng hơn.
 - Ngoại thương diễn ra trong phạm vi một ngành.

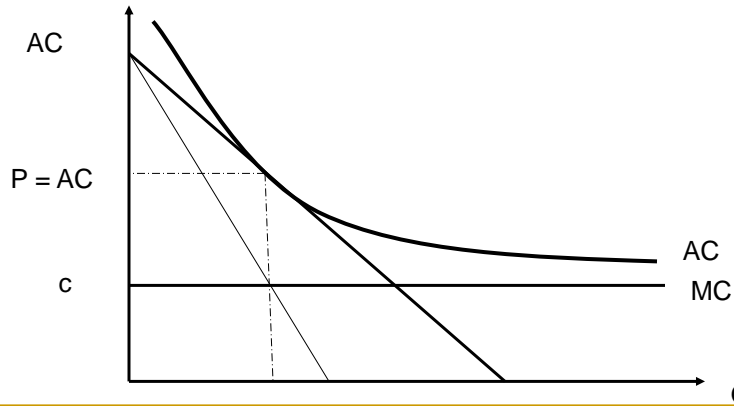
Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Giả sử chi phí của một doanh nghiệp có dạng
 - $TC = FC + c \cdot Q$
 - TC là tổng chi phí sản xuất
 - FC là chi phí cố định
 - c là chi phí biến đổi bình quân
 - Q là sản lượng sản xuất
 - Chi phí cố định làm xuất hiện lợi thế kinh tế theo quy mô
- Chi phí bình quân của doanh nghiệp
 - $AC = FC/Q + c$

Chi phí trung bình và chi phí biên



Cân bằng cạnh tranh độc quyền



7/9/2013

Truong Quang Hung

21

Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Phương trình đường cầu mà doanh nghiệp đối diện có dạng:

$$Q = S \left[\frac{1}{n} - b(P - \bar{P}) \right]$$

- Trong đó:
 - Q là doanh số bán của doanh nghiệp.
 - S là tổng doanh số bán của ngành.
 - n là số doanh nghiệp trong một ngành
 - b phản ánh mức độ nhạy cảm của doanh số bán đối với giá
 - \bar{P} là giá định bởi doanh nghiệp
 - P là giá bình quân của các đối thủ cạnh tranh

7/9/2013

Truong Quang Hung

22

Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Giả thiết tất cả các doanh nghiệp trong ngành đồng nhất
 - Cầu và hàm chi phí là giống nhau
 - Có sự dị biệt sản phẩm
- Doanh số bán của mỗi doanh nghiệp sẽ tăng khi
 - Quy mô thị trường mở rộng (S)
 - Giá các đối thủ cạnh tranh định ra càng cao (\bar{P})
 - Doanh nghiệp định ra mức giá thấp hơn (P)
 - Số lượng các doanh nghiệp trong ngành càng ít (n)

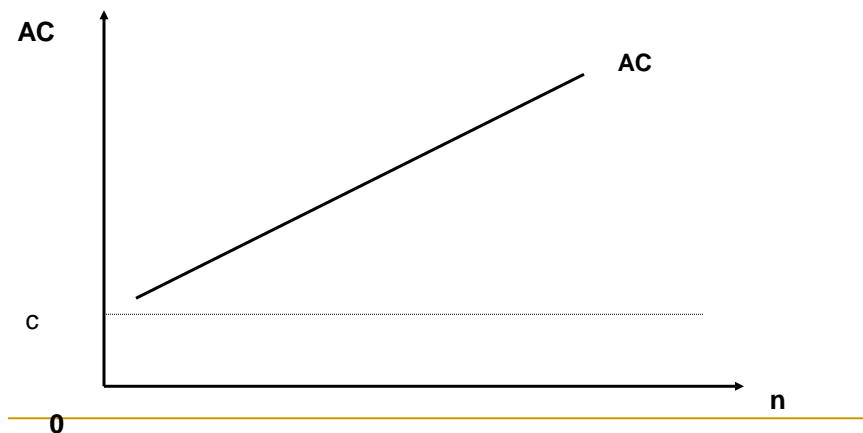
Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Cân bằng thị trường
- Xác định cân bằng thị trường và sự hình thành giá cân bằng có thể tiến hành theo 3 bước:
 - Xác định mối quan hệ giữa số lượng doanh nghiệp và chi phí bình quân của một doanh nghiệp
 - Xác định mối quan hệ giữa số lượng doanh nghiệp và giá được định ra của một doanh nghiệp
 - Thị trường cân bằng khi giá bằng với chi phí bình quân.

Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Chi phí bình quân phụ thuộc vào số lượng doanh nghiệp như thế nào?
 - Với giả thiết các doanh nghiệp đồng nhất thì $P = \bar{P}$. Lúc này $Q = S/n$
 - Lúc này chi phí bình quân được xác định như sau
 - $AC = FC/Q + c = n.FC/S + c$.
- Chi phí bình quân sẽ tăng khi (1) số lượng doanh nghiệp trong ngành tăng (2) chi phí cố định tăng (3) quy mô thị trường thu hẹp và (4) chi phí biến đổi tăng.

Đường chi phí trung bình



Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Giá mà mỗi doanh nghiệp định ra phụ thuộc vào số lượng các doanh nghiệp trong ngành như thế nào?
- Số lượng các doanh nghiệp càng nhiều, mức độ cạnh tranh càng cao và giá càng thấp
- Mọi quan hệ giá và số lượng doanh nghiệp được xác lập như sau:

$$Q = S\left[\frac{1}{n} - b(P - \bar{P})\right]$$

$$P = \left(\frac{1}{bn} + P\right) - \frac{1}{Sb} Q$$

$$R = \left(\frac{1}{bn} + P\right)^2 - \frac{1}{Sb} Q^2$$

$$MR = P - \frac{1}{Sb} Q$$

7/9/2013

Truong Quang Hung

27

Mô hình cạnh tranh độc quyền

- Một doanh nghiệp độc quyền tối đa hoá lợi nhuận dựa vào điều kiện $MR = MC$

$$P - \frac{1}{Sb} Q = c$$

$$P = \frac{1}{Sb} Q + c$$

$$P = \frac{1}{bn} + c$$

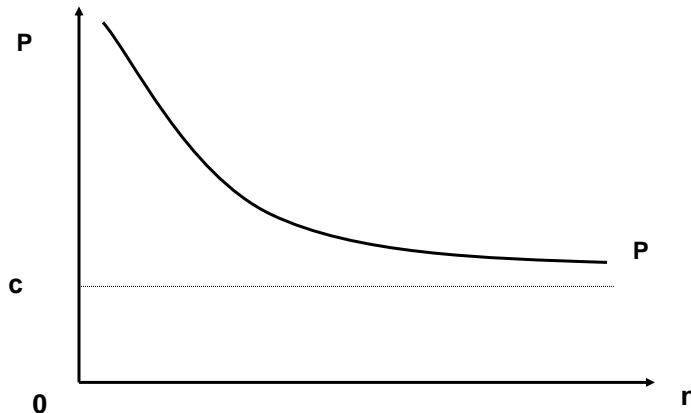
- Giá và số lượng doanh nghiệp trong ngành có quan hệ ngược chiều với nhau.
 - Số lượng doanh nghiệp trong ngành càng lớn thì giá càng thấp

7/9/2013

Truong Quang Hung

28

Đường giá cả



7/9/2013

Truong Quang Hung

29

Cân bằng trong thị trường cạnh tranh độc quyền

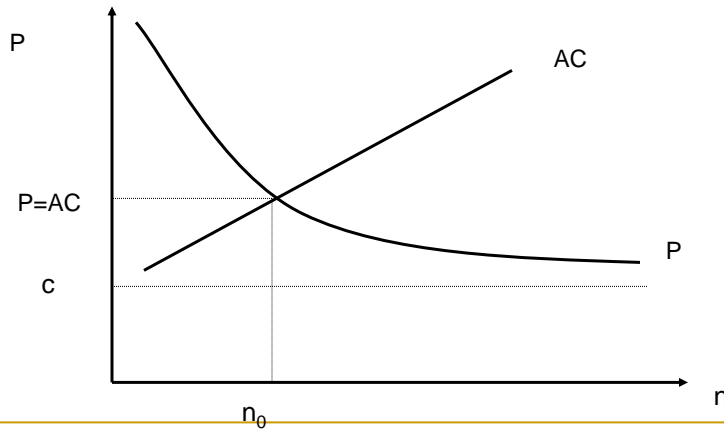
- Đường giá dốc xuống về bên phải cho thấy khi số doanh nghiệp trong ngành càng nhiều thì mức độ cạnh tranh càng cao và giá trong ngành càng thấp
- Đường chi phí trung bình dốc lên về bên phải cho thấy khi số doanh nghiệp càng nhiều thì quy mô thị trường của doanh nghiệp thu hẹp lại và chi phí trung bình tăng
- Khi giá cao hơn chi phí trung bình thì lợi nhuận kinh tế dương, các doanh nghiệp có động cơ gia nhập ngành
- Khi giá thấp hơn chi phí bình quân thì lợi nhuận kinh tế âm, các doanh nghiệp có động cơ rút ra khỏi ngành
- Thị trường cân bằng khi giá bằng với chi phí bình quân

7/9/2013

Truong Quang Hung

30

Cân bằng trong thị trường cạnh tranh độc quyền



7/9/2013

Truong Quang Hung

31

Cạnh tranh độc quyền và ngoại thương

- Số lượng doanh nghiệp trong ngành và giá cân bằng phụ thuộc vào quy mô thị trường
 - Ngoại thương mở rộng quy mô thị trường mở rộng.
 - Với giả thiết các yếu tố khác không đổi, chi phí bình quân giảm
 - Lợi nhuận kinh tế dương tạo động cơ cho một số doanh nghiệp mới gia nhập ngành
 - Giá có xu hướng giảm do áp lực cạnh tranh tăng
 - Thị trường cân bằng khi giá bằng với chi phí bình quân

7/9/2013

Truong Quang Hung

32

Cạnh tranh độc quyền và ngoại thương

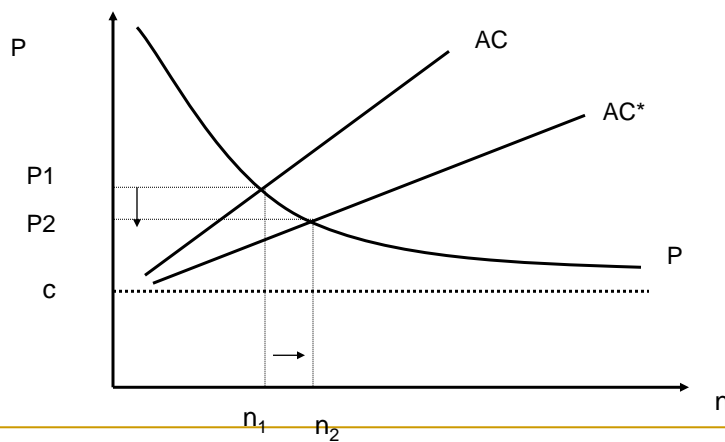
- Kết quả
 - Số lượng doanh nghiệp trong ngành tăng
 - Giá giảm
- Ngoại thương cho phép thị trường được mở rộng
 - Người tiêu dùng sẽ được mua hàng hoá với giá rẻ hơn
 - Người tiêu dùng được lựa chọn hàng hoá đa dạng hơn

7/9/2013

Truong Quang Hung

33

Cạnh tranh độc quyền và ngoại thương



7/9/2013

Truong Quang Hung

34

Thí dụ

- Ngành sản xuất ô tô được xem như ngành cạnh tranh độc quyền
 - Hàm chi phí:
 - $C = 4.000.000 \$ + 800.c$
 - Hàm cầu doanh nghiệp:
 - $Q = 50.000.[1/n-b(P-P^*)]$ với $b = 1/8.000$
- Nếu không có ngoại thương
 - Bao nhiêu doanh nghiệp tham gia sản xuất ô tô ?
 - Giá ô tô trên thị trường là bao nhiêu?
 - Số bán mỗi doanh nghiệp là bao nhiêu?

Thí dụ

- Khi có ngoại thương, giả sử quy mô thị trường nước ngoài là $S^* = 50.000$.
 - Hãy xác định giá của ô tô ? Tại sao giá ô tô giảm khi có ngoại thương?
 - Số lượng doanh nghiệp trên thị trường?
 - Số bán mỗi doanh nghiệp trên thị trường?
- Người tiêu dùng được lợi gì từ ngoại thương?

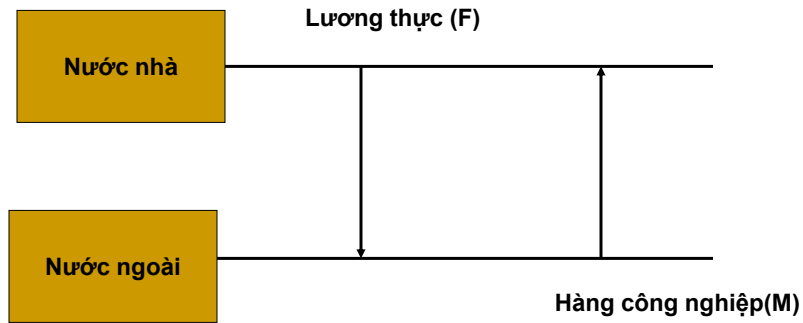
Lợi ích từ ngoại thương

- Ngoại thương mở rộng thị trường và nó tạo cơ hội cho số lượng doanh nghiệp tham gia thị trường nhiều hơn và cạnh tranh mạnh hơn
- Khi có ngoại thương, số lượng doanh nghiệp tham gia trong mỗi quốc gia ít hơn, quy mô mỗi doanh nghiệp lớn hơn và chi phí bình quân thấp hơn (lợi thế kinh tế theo quy mô).
- Ngoại thương mang lại giá cả hàng hoá thấp hơn và sự đa dạng hơn về chủng loại hàng hoá

Lợi thế kinh tế theo quy mô và lợi thế so sánh

- Giả thiết:
 - Có hai quốc gia H, F
 - Nước nhà dồi dào tương đối về lao động
 - Có hai ngành sản xuất: hàng công nghiệp(M), lương thực (F)
 - Không có một nước nào có thể sản xuất tất cả chủng loại hàng công nghiệp (M) do lợi thế kinh tế theo quy mô

Ngoại thương với sinh lợi không đổi theo quy mô.

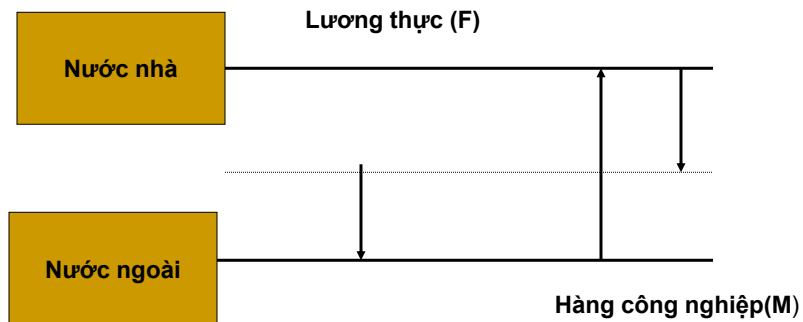


7/9/2013

Truong Quang Hung

39

Ngoại thương với lợi thế kinh tế theo quy mô



7/9/2013

Truong Quang Hung

40

Ngoại thương trong một ngành và ngoại thương giữa các ngành

- Ngoại thương giữa các ngành phản ánh lợi thế so sánh
 - Ngoại thương giữa các ngành có thể xác định chiều hướng ngoại thương dựa vào sự khác biệt về nguồn lực, sở thích và công nghệ
- Ngoại thương trong một ngành không thể tiên liệu được chiều hướng ngoại thương.
- Mức độ quan trọng của ngoại thương trong một ngành và ngoại thương giữa các ngành phụ thuộc vào mức độ tương đồng giữa các quốc gia

Ý nghĩa của ngoại thương trong một ngành

- Ngoại thương trong một ngành chiếm khoảng $\frac{1}{4}$ ngoại thương thế giới.
- Ngoại thương trong một ngành đóng một vai trò quan trọng trong việc giải thích ngoại thương giữa các nước phát triển
- Ngoại thương giữa các ngành và ngoại thương trong một ngành, loại nào có tác động phân phối lại thu nhập lớn hơn?

Hạn chế của mô hình cạnh tranh độ quyền

- Mô hình này không đề cập đến hành vi cấu kết và hành vi mang tính chiến lược
 - Sự cấu kết để gia tăng lợi nhuận giữa các doanh nghiệp
 - Thoả thuận về chiến lược hợp tác
 - Ảnh hưởng đến hành vi các đối thủ cạnh tranh theo một cách nào đó.
 - Ngăn chặn lối vào thị trường các đối thủ cạnh tranh.

Tóm tắt

- Ngoại thương có thể là kết quả của lợi thế kinh tế theo quy mô
- Lợi thế kinh tế theo quy mô có thể bao gồm 2 loại: bên trong và bên ngoài
- Lợi thế kinh tế theo quy mô bên ngoài chỉ ra vai trò của lịch sử trong việc xác định chiều hướng ngoại thương
- Lợi thế kinh tế theo quy mô bên ngoài chỉ ra không phải tất cả các nước tham gia ngoại thương đều có lợi.

Tóm tắt

- Lợi thế kinh tế theo quy mô bên trong dẫn đến sự không tồn tại cạnh tranh hoàn hảo
- Mô hình ngoại thương với lợi thế kinh tế theo quy mô phải được xây dựng bằng cách sử dụng mô hình cạnh tranh không hoàn hảo
- Trong mô hình cạnh tranh độc quyền, một ngành bao gồm một số doanh nghiệp sản xuất ra những sản phẩm dị biệt.

Tóm tắt

- Mô hình cạnh tranh độc quyền giải thích ngoại thương trong một ngành.
- Ngoại thương trong một ngành mang lại lợi ích cho người tiêu dùng thông qua:
 - Sự đa dạng chủng loại hàng hoá
 - Giá rẻ
- Nói chung ngoại thương có thể bao gồm 2 loại
 - Ngoại thương trong một ngành
 - Ngoại thương giữa các ngành