

Bài 8

LỢI THẾ QUY MÔ BÊN TRONG



Vũ Thành Tụ Anh
Trường Chính sách công và Quản lý Fulbright
21/3/2018

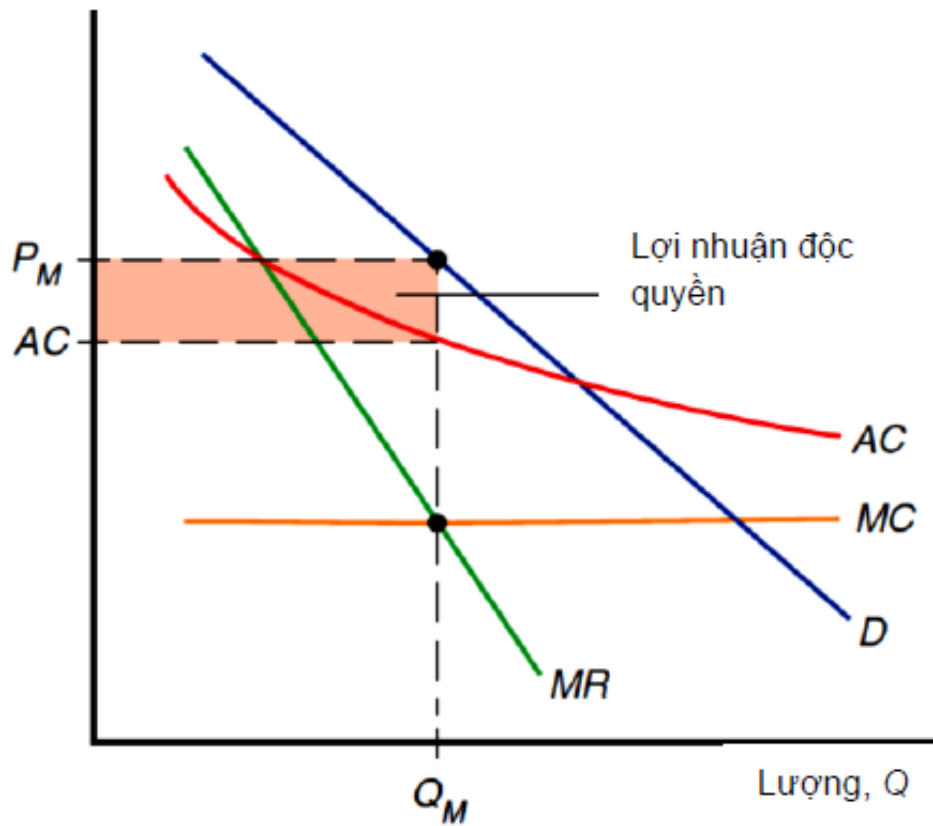
Lợi thế theo quy mô bên trong sv. bên ngoài và cấu trúc thị trường

- ☞ Trong điều kiện có lợi thế theo quy mô bên ngoài, chi phí trên mỗi đơn vị phụ thuộc vào **quy mô của ngành** chứ không nhất thiết là quy mô của bất kỳ doanh nghiệp nào.
 - ☞ Có thể tồn tại cạnh tranh hoàn hảo
- ☞ Còn khi có lợi thế theo quy mô bên trong, chi phí trên mỗi đơn vị phụ thuộc vào **quy mô của từng doanh nghiệp** chứ không nhất thiết là quy mô của ngành liên quan.
 - ☞ Có thể tồn tại cạnh tranh hoàn hảo không?

Giá và sản lượng độc quyền



Chi phí C, và
giá P



Điều kiện tối đa
hóa lợi nhuận:
 $MR = MC$

Ở mức sản lượng
tối ưu Q_M , giá thị
trường $P_M > AC$,
do đó tồn tại lợi
nhuận độc
quyền.

Cạnh tranh độc quyền



- ❧ **Giả định 1:** mỗi doanh nghiệp có khả năng *làm khác biệt sản phẩm của mình* so với sản phẩm của đối thủ (sản phẩm hóa không hoàn toàn giống nhau nhưng có thể thay thế cho nhau).
- ❧ **Giả định 2:** mỗi doanh nghiệp *chấp nhận giá của đối thủ cạnh tranh*, nghĩa là họ bỏ qua việc mức giá của mình có tác động lên mức giá của doanh nghiệp khác (nói cách khác, mặc dù biết là thị trường có tính cạnh tranh độc quyền, song mỗi DN ứng xử như thể mình là DN độc quyền).
- ❧ Mỗi DN có tính **độc quyền** vì họ là DN duy nhất sản xuất ra một loại sản phẩm nhất định. Các DN phải **cạnh tranh** vì cầu của mỗi sản phẩm phụ thuộc vào số lượng và giá cả của các sản phẩm thay thế.

Doanh thu và chi phí của doanh nghiệp



☞ Đường cầu: $Q = A - B \times P$ hay $P = \frac{A}{B} - \frac{Q}{B}$

☞ Doanh thu: $TR = P \cdot Q = \left(\frac{A}{B} - \frac{Q}{B} \right) Q$

☞ Doanh thu biên: $MR = P - \frac{Q}{B}$

☞ Tổng chi phí của doanh nghiệp:

$$C = F + c \times Q$$

☞ Chi phí biên: $MC = c$

☞ Chi phí trung bình của doanh nghiệp:

$$AC = C/Q = (F/Q) + c$$

Đường cầu trong thị trường cạnh tranh độc quyền

☞ Giả định phương trình đường cầu:

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

☞ Q = lượng cầu sản phẩm

☞ S = tổng sản lượng của ngành

☞ n = số doanh nghiệp trong ngành

☞ b (hằng số) = mức phản ứng của doanh số với giá bán

☞ P = giá bán của doanh nghiệp

☞ \bar{P} = giá bán bình quân của các đối thủ cạnh tranh

☞ Giả định S không bị tác động bởi mức giá trung bình \bar{P}

Cân bằng thị trường

Số lượng doanh nghiệp và chi phí trung bình



- ❧ Vì các DN đồng nhất nên ở trạng thái cân bằng, tất cả đều bán cùng mức giá, do vậy $P = \bar{P}$.
- ❧ Khi ấy $Q = S/n$ (nghĩa là sản lượng Q của mỗi doanh nghiệp là $1/n$ phần của tổng doanh số S toàn ngành)

$$AC = \frac{F}{Q} + c = \frac{nF}{S} + c$$

- ❧ Viết lại đường cầu của doanh nghiệp:

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

$$\mathbf{A} = \left(\frac{S}{n} + S \cdot b \cdot \bar{P} \right), \mathbf{B} = S \cdot b$$

Cân bằng thị trường



$$\propto MR = MC$$

$$MR = P - \frac{Q}{B}$$

Thay $Q = \frac{S}{n}$, $B = S \cdot b$ vào đẳng thức trên, ta có:

$$MR = P - \frac{1}{b \cdot n}$$

Điều kiện $MR = MC$ trở thành:

$$P - \frac{1}{b \cdot n} = c \Leftrightarrow P = c + \frac{1}{b \cdot n}$$

Cân bằng thị trường

Số lượng doanh nghiệp và giá

Tại n_1 , $P > AC$

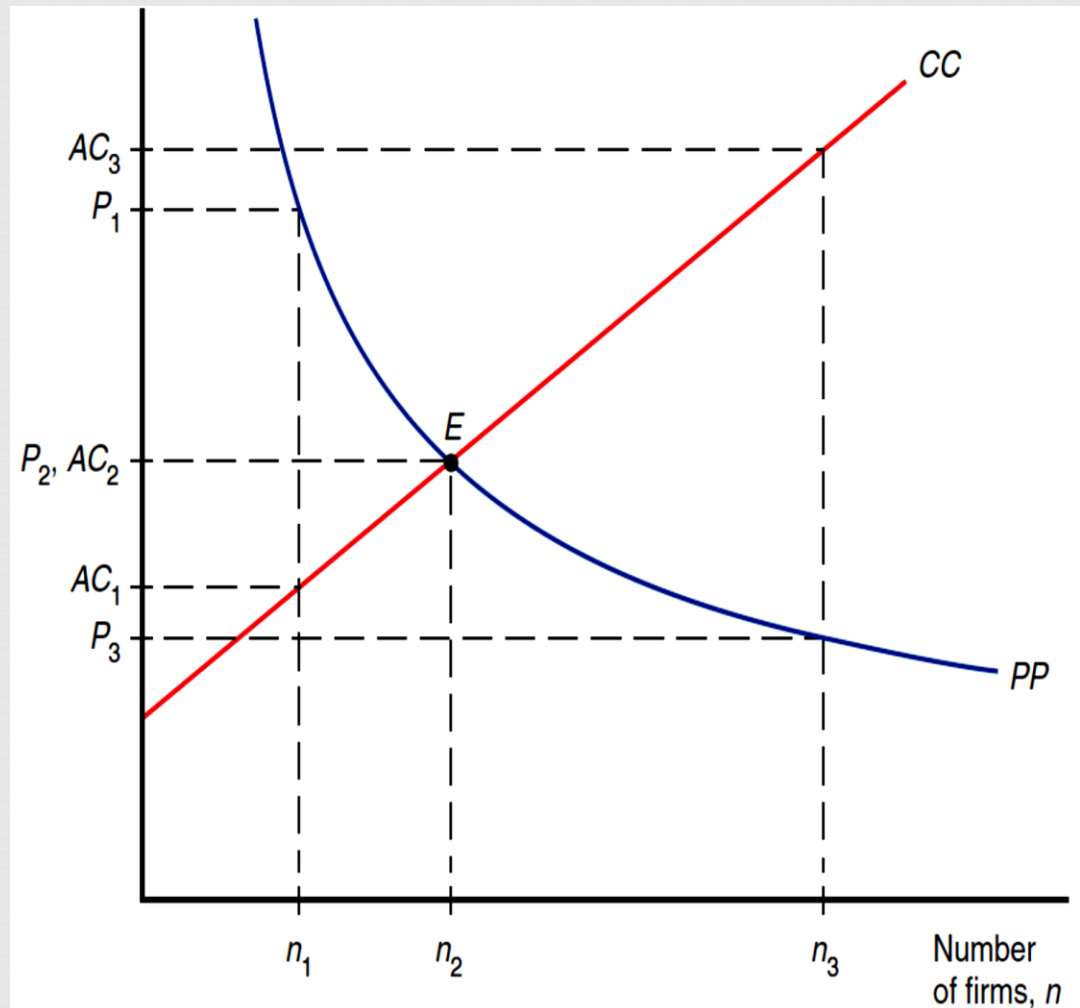
Lợi nhuận độc quyền thu hút nhiều doanh nghiệp vào thị trường hơn

Tại n_3 , $P < AC$

Thua lỗ khiến nhiều doanh nghiệp bỏ thị trường

Tại n_2 , $P = AC$

Lợi nhuận độc quyền zero và cân bằng ổn định



Cân bằng thị trường



∞ $P = AC$

$$AC = \frac{F}{Q} + c = \frac{nF}{S} + c$$

∞ Điều kiện cân bằng trở thành:

$$P = \frac{nF}{S} + c$$

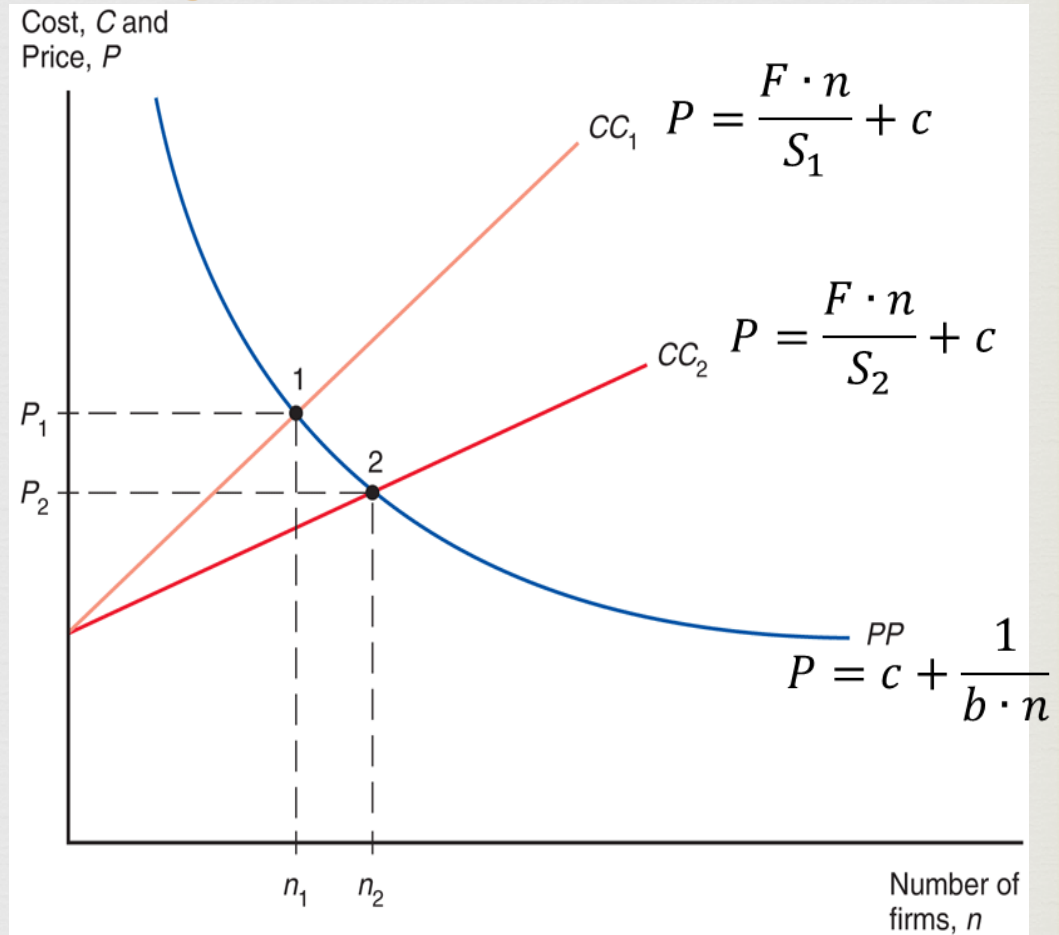
Hiệu quả thương mại, mở rộng thị trường ($S \uparrow$)



Ngoại thương giúp mở rộng thị trường ($S \uparrow$).

Khi thị trường mở rộng, hàng hóa trở nên đa dạng hơn ($n \uparrow$).

Và giá của mỗi chủng loại giảm ($P \downarrow$)



Ngoại thương giúp cải thiện phúc lợi nhờ $n \uparrow$ và $P \downarrow$

Ví dụ giả thuyết về lợi ích từ hội nhập thị trường



Bảng 8-1	Ví dụ giả định về lợi ích từ thị trường hội nhập		
	Thị trường nước nhà trước giao thương	Thị trường nước ngoài trước giao thương	Thị trường hội nhập sau giao thương
Sản lượng ngành (# ô tô)	900.000	1.600.000	2.500.000
Số hãng ô tô	6	8	10
Sản lượng mỗi hãng (# ô tô)	150.000	200.000	250.000
Chi phí trung bình	\$10.000	\$8.750	\$8.000
Giá	\$10.000	\$8.750	\$8.000

Trong ví dụ giả định này thị trường Nước nhà nhỏ hơn nước ngoài, do đó trong điều kiện tự cung tự cấp giá sẽ cao hơn và tính đa dạng sẽ thấp hơn. Khi hai thị trường hội nhập, người tiêu dùng ở hai nước có được nhiều chọn lựa hàng hóa hơn và phải trả giá thấp hơn cho mỗi loại.

Thương mại nội ngành



- ❧ **Thương mại nội ngành** xảy ra khi hàng hóa trao đổi hai chiều tương tự nhau.
- ❧ Hai kênh mới mang lại phúc lợi từ thương mại:
 - ❧ Lợi ích từ sự đa dạng gia tăng và giá thấp hơn.
 - ❧ Doanh nghiệp tận dụng lợi thế theo qui mô
- ❧ Nước nhỏ thường được lợi hơn nước lớn trong hội nhập.
- ❧ Khoảng 25–30% thương mại thế giới là nội ngành.
- ❧ Nổi bật nhất là hàng sản xuất công nghiệp ở các nước công nghiệp phát triển, chiếm đa số thương mại thế giới.

Thước đo thương mại nội ngành

Chỉ số thương mại nội ngành trong ngành i (IIT_i) là:

$$(1) \quad IIT_i = \left(1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i} \right) \cdot 100 \quad \text{where} \quad 0 < IIT < 100$$

$IIT = 100$ nếu thương mại nội ngành hoàn chỉnh (xuất khẩu bằng nhập khẩu).

$IIT = 0$ khi hoàn toàn không có thương mại nội ngành,

Ghi chú: Chỉ số thương mại nội ngành là nhạy cảm với tổng kim ngạch XNK. Nhiều nghiên cứu xác nhận thương mại nội ngành biến mất như thế nào xét theo mức tổng gộp giảm. Sự dai dẳng của giá trị IIT ở mức tổng kim ngạch thấp cho thấy đây không đơn giản là kết quả thống kê, mà là hiện tượng kinh tế thực.

Thương mại nội ngành ở một số nước

	1964	1988
Canada	37	68 (56)
United States	48	72 (52)
Germany	44	65
France	64	72
Italy	49	55
UK	46	76
Japan	23	24
Australia	18	25

Chỉ số thương mại nội ngành trong ngành CN Mỹ

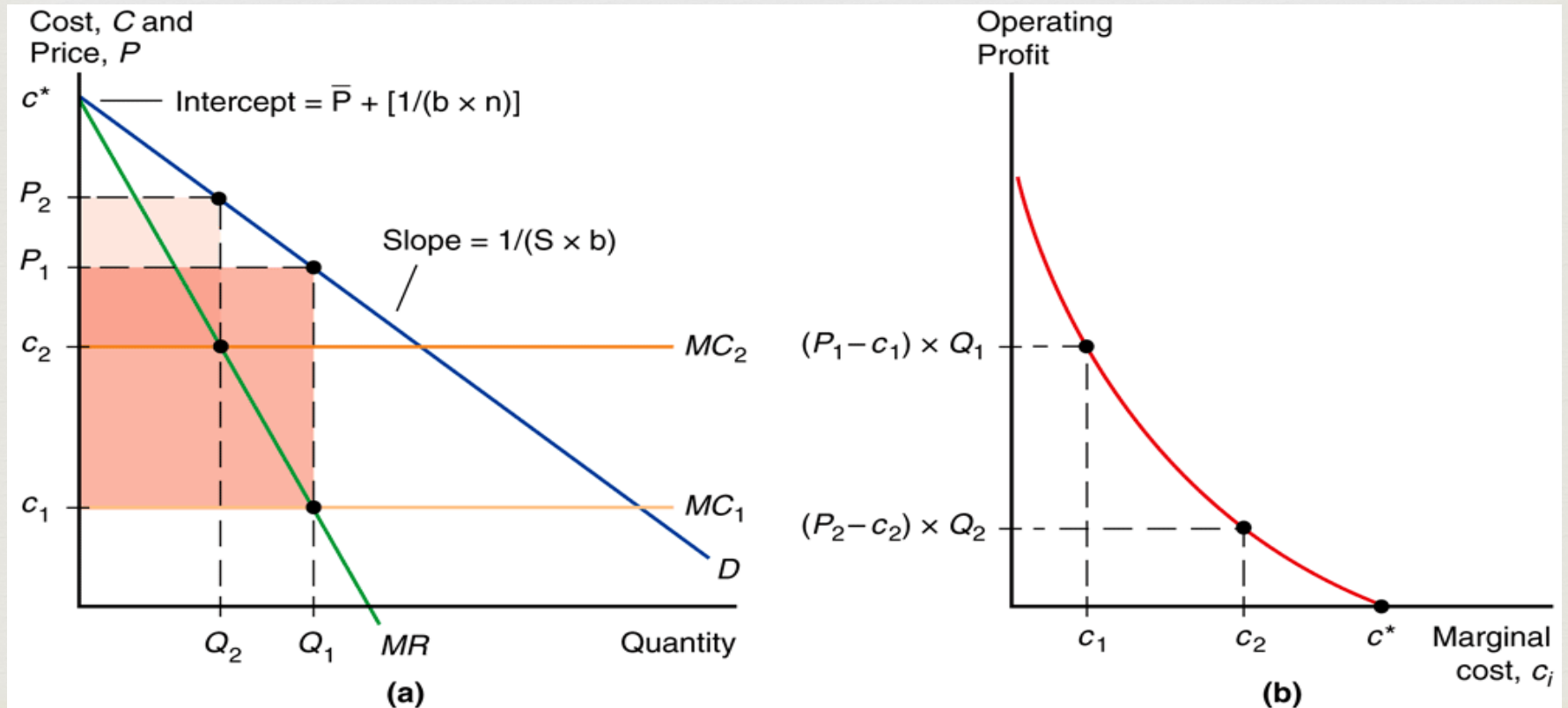


Bảng 8-2	Chỉ số thương mại nội ngành đối với các ngành công nghiệp Hoa Kỳ, 2009
Máy móc chế biến kim loại	0,97
Hóa vô cơ	0,97
Máy phát điện	0,86
Sản phẩm dược, y tế	0,85
Thiết bị khoa học	0,84
Hóa hữu cơ	0,79
Sắt thép	0,76
Phương tiện đường bộ	0,70
Máy thiết bị văn phòng	0,58
Thiết bị viễn thông	0,46
Nội thất	0,30
Quần áo	0,11
Giày dép	0,10

Doanh nghiệp phản ứng với thương mại



DN có năng suất cao hơn (MC thấp hơn) thì có lợi nhuận hơn.
DN không thể tồn tại nếu $MC (=c)$ cao hơn c^* . DN có $MC < c^*$ thì có lợi nhuận, và MC càng thấp thì lợi nhuận càng cao



Doanh nghiệp phản ứng với thương mại



Tác động của thương mại là làm giảm tung độ và độ dốc đường cầu. Tung độ thấp hơn, buộc một số giải thể. Đường cầu ít dốc hơn cho phép nhiều doanh nghiệp hiệu quả hơn mở rộng thị phần.

