

Thị trường và thất bại của thị trường

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 trực trực công
- ❖ Quá trình chính sách công
- ❖ Các tác nhân chính thức và phi chính thức đối với quá trình chính sách công

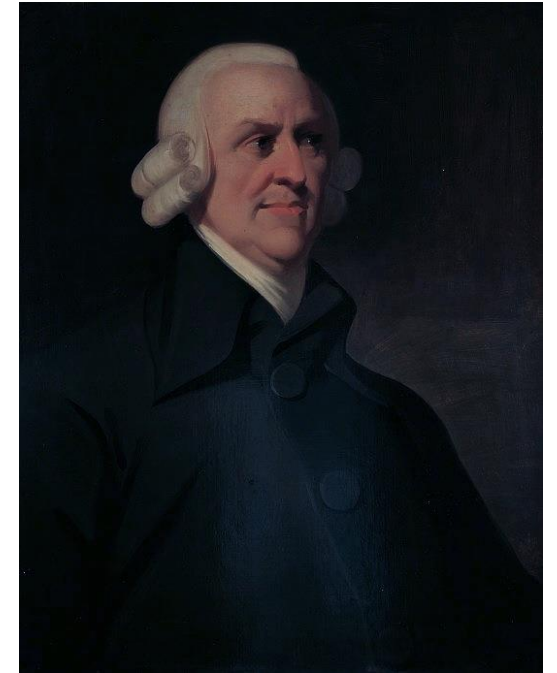
Các chủ đề thảo luận trong Ngày 2

- ❖ 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

Bản tay vô hình của Adam Smith

The Wealth of Nations [1976]

*“As every individual, therefore, endeavours as much as he can both to employ his capital in the support of domestic industry, and so to direct that industry that its produce may be of the greatest value; every individual necessarily labours to render the annual revenue of the society as great as he can. He generally, indeed, neither intends to promote the public interest, nor knows how much he is promoting it. By preferring the support of domestic to that of foreign industry, he intends only his own security; and by directing that industry in such a manner as its produce may be of the greatest value, he intends only his own gain, and he is in this, as in many other cases, led by an **invisible hand** to promote an end which was no part of his intention. Nor is it always the worse for the society that it was no part of it. By pursuing his own interest he frequently promotes that of the society more effectually than when he really intends to promote it.”*



Adam Smith
1723-1790

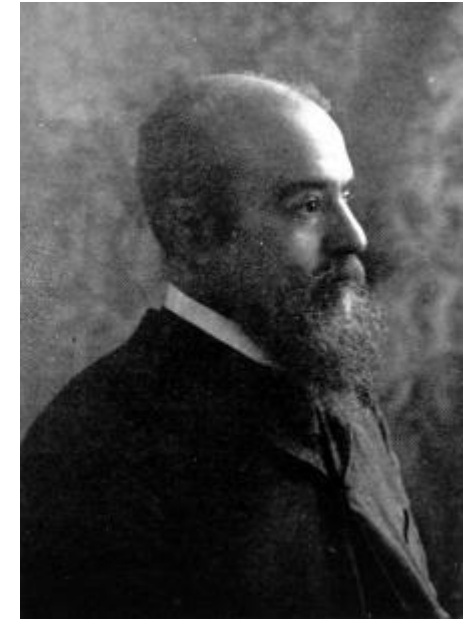
Cạnh tranh hoàn hảo

- ❖ Nhiều người bán, mỗi người bán một tỷ phần nhỏ của tổng sản lượng thị trường và không thể tác động đến giá.
- ❖ Nhiều người mua, mỗi người không kiểm soát được giá.
- ❖ Không có rào cản để nhà sản xuất tham gia hay rời bỏ thị trường.
- ❖ Sản phẩm của các nhà sản xuất là đồng nhất và thay thế hoàn hảo cho nhau.
- ❖ Thông tin hoàn hảo: người tiêu dùng có đầy đủ thông tin về sản phẩm mình mua và nhà sản xuất có đầy đủ thông tin về các đối thủ cạnh tranh.
- ❖ Các nhân tố sản xuất như đất đai, lao động và vốn được phân bổ tự do theo các điều kiện thay đổi trên thị trường.
- ❖ Hoạt động sản xuất và tiêu dùng không tạo ra các ngoại tác.



Kết quả của cạnh tranh hoàn hảo

- ❖ *Hiệu quả Pareto:*
Không thể tăng phúc lợi của một người, mà không làm giảm phúc lợi của người khác.
- ❖ *Định lý căn bản thứ nhất về kinh tế học phúc lợi:*
Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, tất cả các nhà sản xuất và tiêu dùng sẽ tạo ra trạng thái cân bằng thị trường ở đó nguồn lực được phân bổ đạt *hiệu quả Pareto*.



Vilfredo Pareto
1848-1923

Tìm đâu ra thị trường cạnh tranh hoàn hảo?

❖ Tìm ra trong

các sách giáo khoa kinh tế học

❖ Nhưng, ý nghĩa của nó đối với các nhà hoạch định chính sách công là:

- Cạnh tranh hoàn hảo là tính chất gần đúng cho rất nhiều thị trường hàng hóa và dịch vụ.
- Hãy trân trọng sức mạnh và tính hiệu quả của thị trường

Thất bại thị trường

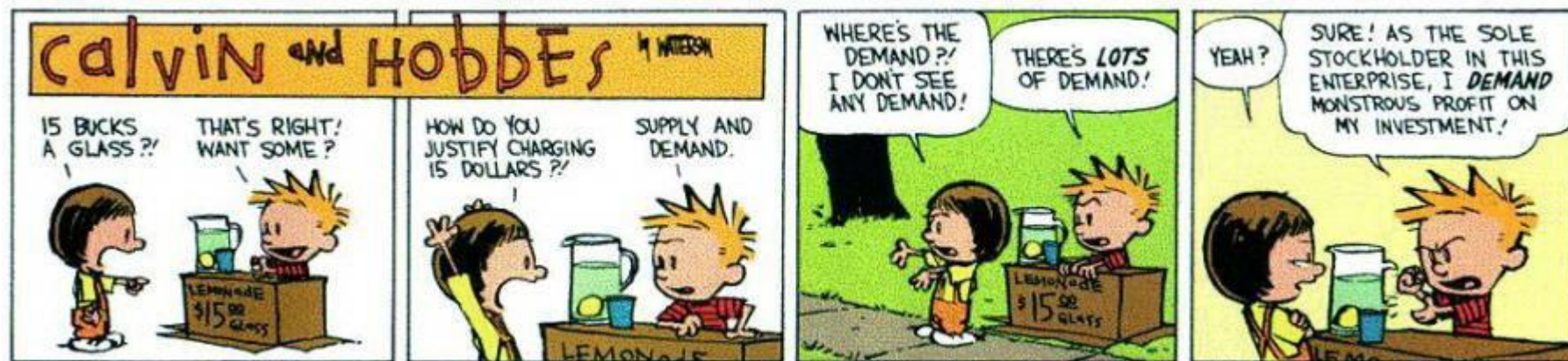
- ❖ Độc quyền
- ❖ Ngoại tác
- ❖ Hàng hóa công
- ❖ Bất cân xứng thông tin
- ❖ Bất cân bằng vĩ mô

Thất bại thị trường có thể làm cho thị trường không tồn tại, hoặc vẫn tồn tại nhưng không đạt hiệu quả Pareto.

Độc quyền (Monopoly)

❖ Nhà sản xuất độc quyền:

- Định giá ở mức cao hơn so với điều kiện cạnh tranh hoàn hảo để thu lợi nhuận siêu ngạch
- Ở mức giá đó, người tiêu dùng mua ít hơn và nhà sản xuất bán được ít hơn.
- Nếu nhà nước điều tiết để giảm giá xuống như mức theo điều kiện cạnh tranh hoàn hảo thì phúc lợi của toàn xã hội sẽ tăng lên.
 - Phúc lợi tăng thêm của người tiêu dùng sẽ cao hơn lợi nhuận giảm đi của nhà sản xuất.



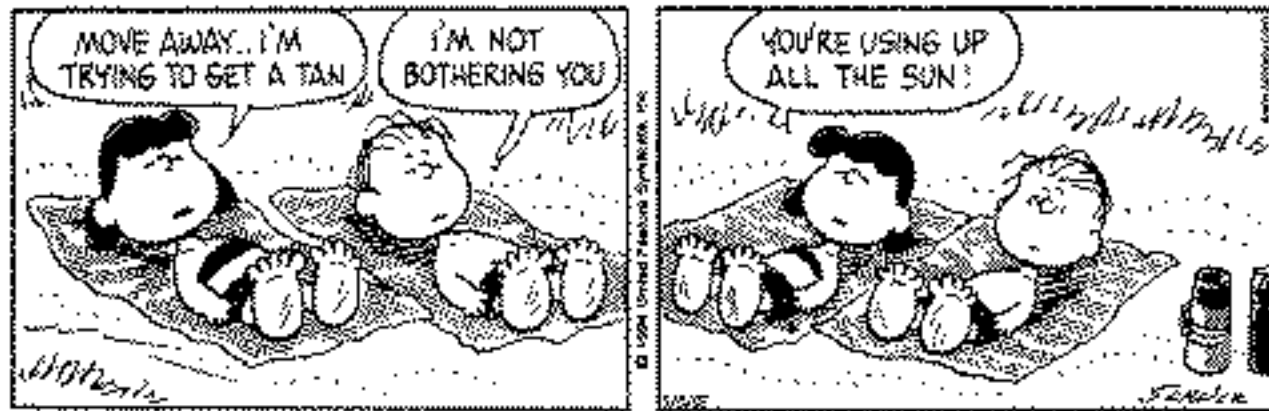
Hàng hóa công (public goods)

❖ Hai đặc tính của hàng hóa công

- Không có tính tranh giành: tiêu dùng của người này không làm giảm tiêu dùng của người kia
- Không có tính loại trừ: không thể ngăn cản ai tiêu dùng

❖ Thất bại thị trường

- Không có tính tranh giành: tính tiền đối với người tiêu dùng làm giảm lượng tiêu dùng dẫn đến phi hiệu quả.
- Không có tính loại trừ: không tính đối với người tiêu dùng được vì ăn theo (free-riding)



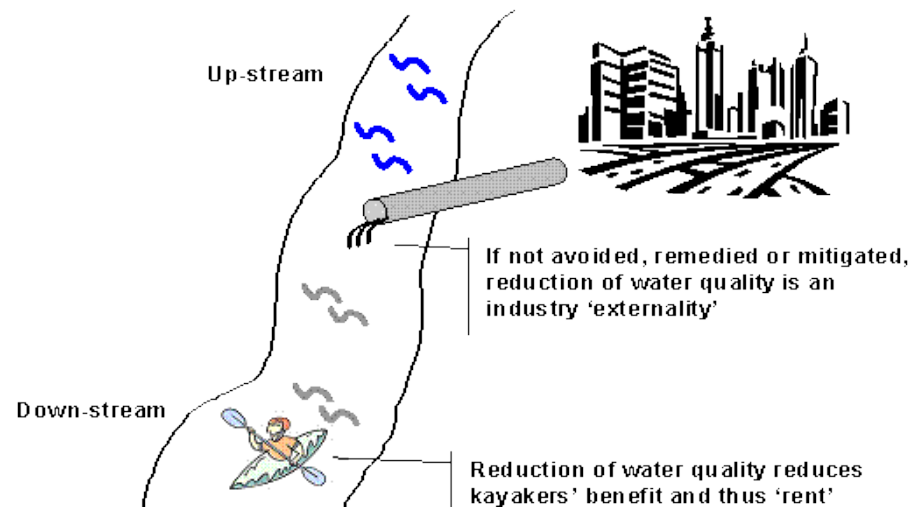
Ngoại tác (Externalities)

- ❖ Ngoại tác xảy ra khi một bên làm tăng (giảm) chi phí/lợi ích của một (số) bên khác nhưng không thông qua giao dịch thị trường (không được phản ánh qua giá cả)
- ❖ Ngoại tác làm thị trường thất bại vì lợi ích/chi phí cá nhân khác lợi ích/chi phí xã hội dẫn đến phân bổ nguồn lực không đạt hiệu quả Pareto.

Positive Externality



Negative Externality



Thông tin bất cân xứng (Asymmetric Information)



Mất cân bằng vĩ mô

- ❖ Lạm phát
- ❖ Thất nghiệp
- ❖ Khủng hoảng tiền tệ
- ❖ Khủng hoảng tài chính
- ❖ Khủng hoảng kinh tế

