



**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

# **KINH TẾ HỌC CÔNG CỘNG**

**THS. HOÀNG TRUNG DŨNG**

**Khoa Kinh tế và Kinh doanh quốc tế**

**Hà Nội, 2008**



## CHƯƠNG II CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

*Trong tất cả sức mạnh của con người thể hiện qua các hoạt động của mình thì cạnh tranh là sức mạnh ghê gớm nhất.*

**Henry Clay, 1832**

*Không ai có thể cho rằng một nhà độc quyền bị “bàn tay vô hình” buộc phải phục vụ lợi ích công cộng*

**R.H. Tawney, 1921**



## CHƯƠNG II

# CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 1. ĐỘC QUYỀN

### 1.1. Độc quyền thường

- **Độc quyền thường** là trạng thái thị trường chỉ có duy nhất một người bán và sản xuất ra sản phẩm không có loại hàng hóa nào thay thế gần gũi.
- Trên thực tế không có độc quyền thuần túy, vì các hàng hóa nói chung đều có ít nhiều có sản phẩm thay thế, nhưng phân tích mô hình độc quyền này sẽ giúp làm sáng tỏ tính phi hiệu quả của nó và sự cần thiết của các biện pháp can thiệp của Chính phủ.



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 1. ĐỘC QUYỀN

##### 1.1. Độc quyền thường

##### *1.1.1. Nguyên nhân xuất hiện độc quyền*

- Độc quyền xuất hiện là kết quả của quá trình cạnh tranh.
- Do được chính phủ nhượng quyền khai thác thị trường.
- Do chế độ bản quyền đối với phát minh, sáng chế và sở hữu trí tuệ.
- Do sở hữu được một nguồn lực đặc biệt.
- Do có khả năng giảm giá thành khi mở rộng sản xuất  
**=> độc quyền tự nhiên**



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 1. ĐỘC QUYỀN

##### 1.1. Độc quyền thường

##### *1.1.2. Tổn thất phúc lợi do độc quyền thường gây ra*

Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận trong độc quyền là hãng sẽ sản xuất tại điểm **MR = MC** thay vì tại  $P = MC$  như trong thị trường cạnh tranh.

Điều đó đã giúp độc quyền có thể bán được với mức giá cao hơn và mức sản lượng thấp hơn thị trường cạnh tranh để thu **lợi nhuận siêu ngạch**.



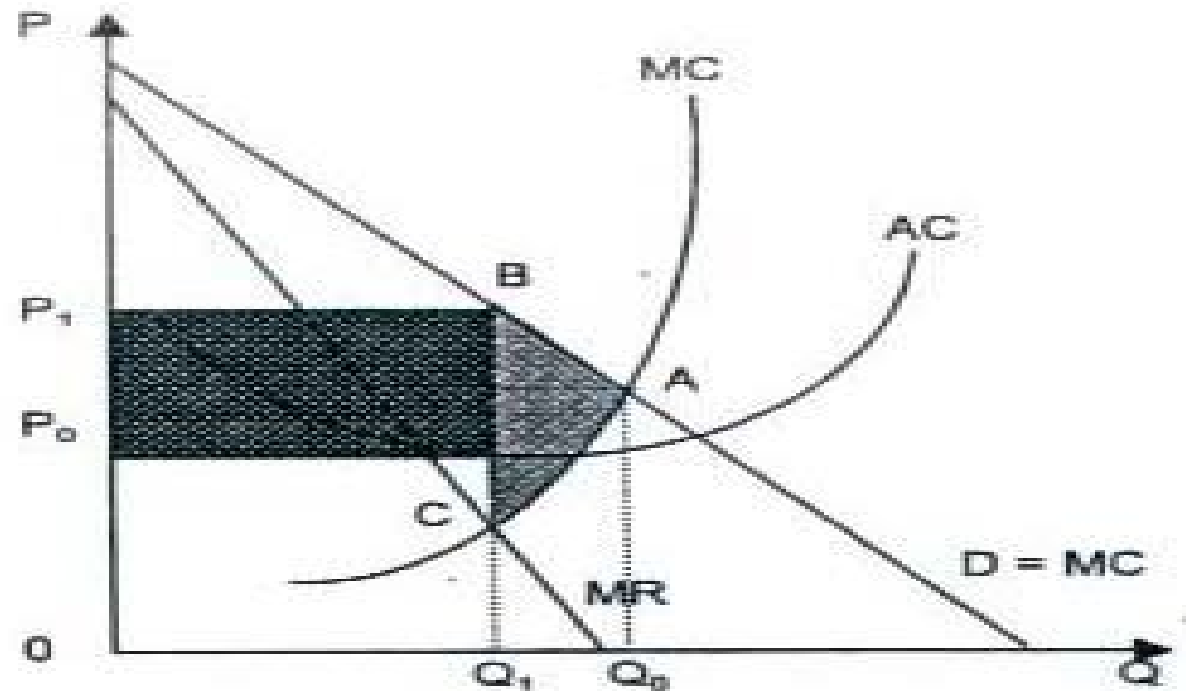
## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 1. ĐỘC QUYỀN

##### 1.1. Độc quyền thường

##### *1.1.2. Tổn thất phúc lợi do độc quyền thường gây ra*





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 1. ĐỘC QUYỀN

##### 1.1. Độc quyền thường

##### *1.1.3. Các giải pháp can thiệp của Chính phủ*

- Ban hành luật pháp và chính sách chống độc quyền.
- Sở hữu Nhà nước đối với độc quyền.
- Kiểm soát giá cả đối với các hàng hóa và dịch vụ do hãng độc quyền cung cấp.
- Đánh thuế được sử dụng để giám bớt lợi nhuận siêu ngạch do độc quyền, góp phần phân phối lại của cải trong xã hội.

=> **Không có một giải pháp nào là hoàn hảo**, có thể khắc phục hết mọi sự phi hiệu quả của thị trường mà không gây méo mó đối với nền kinh tế.



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 1. ĐỘC QUYỀN

##### 1.2. Độc quyền tự nhiên – trường hợp của dịch vụ công

*Độc quyền tự nhiên là tình trạng trong đó các yếu tố hàm chứa trong quá trình sản xuất đã cho phép hãng có thể liên tục giảm chi phí sản xuất khi quy mô sản xuất mở rộng, do đó đã dẫn đến cách tổ chức sản xuất hiệu quả nhất là chỉ thông qua một hãng duy nhất.*

Hình thức tổ chức sản xuất này thường thấy trong các ngành dịch vụ công như điện, nước, đường sắt ...



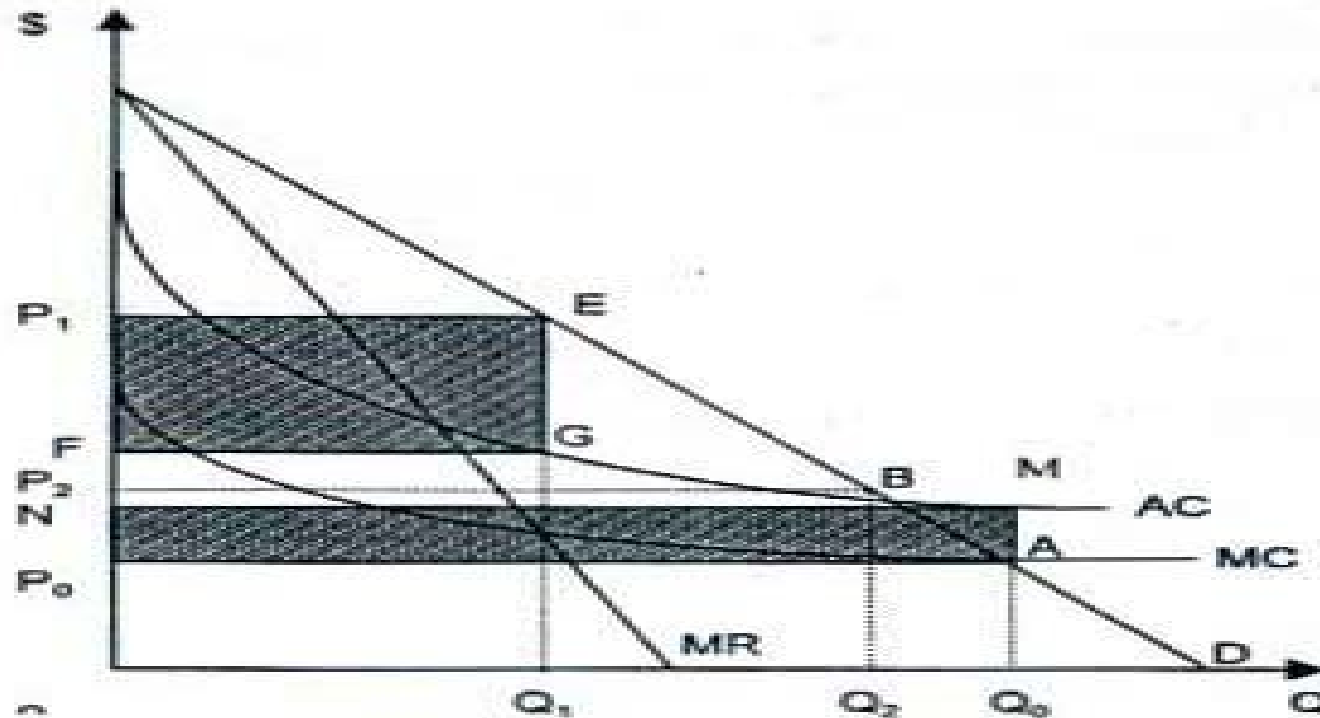


## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 1. ĐỘC QUYỀN

##### 1.2. Độc quyền tự nhiên – trường hợp của dịch vụ công





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 1. ĐỘC QUYỀN

##### 1.2. Độc quyền tự nhiên – trường hợp của dịch vụ công

###### 1.2.1. Các giải pháp can thiệp của Chính phủ

- Định giá bằng chi phí trung bình  $\Rightarrow$  chi phí bình quân đã phân bổ hoàn toàn.
- Định giá bằng chi phí biên cộng với một khoản thuế khoán  $\Rightarrow$  đặt giá  $P = MC$ , rồi bù đắp phần thiếu hụt bằng một khoản thuế.
- Định giá hai phần: một khoản phí để được quyền sử dụng dịch vụ của hãng độc quyền, cộng với mức giá bằng chi phí biên với mỗi đơn vị dịch vụ mà người tiêu dùng sử dụng. .



## CHƯƠNG II

# CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.1. Khái niệm và đặc điểm

*Khi hành động của một đối tượng (có thể là cá nhân hoặc hãng) có ảnh hưởng trực tiếp đến phúc lợi của một đối tượng khác, nhưng những ảnh hưởng đó lại không được phản ánh trong giá cả thị trường thì ảnh hưởng đó được gọi là các **ngoại ứng**.*

Ngoại ứng còn được gọi là ảnh hưởng ngoại sinh hoặc ngoại lai



## CHƯƠNG II

# CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.1. Khái niệm và đặc điểm

- **Ngoại ứng tiêu cực** là những chi phí áp đặt lên một đối tượng thứ ba (ngoài người mua và người bán trên thị trường), nhưng chi phí đó lại không được phản ánh trong giá cả thị trường.
- **Ngoại ứng tích cực** là những lợi ích mang lại cho bên thứ ba (không phải là người mua và người bán) và lợi ích đó cũng không được phản ánh trong giá cả thị trường.



## CHƯƠNG II

# CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.1. Khái niệm và đặc điểm

Ngoại ứng, dù tích cực hay tiêu cực, đều có chung những **đặc điểm** sau:

- Có thể do cả hoạt động sản xuất lẫn tiêu dùng gây ra.
- Việc ai là người gây tác hại (hay lợi ích) cho ai nhiều khi chỉ mang tính tương đối.
- Sự phân biệt giữa tính chất tích cực và tiêu cực của ngoại ứng chỉ là tương đối.
- Tất cả các ngoại ứng đều phi hiệu quả, nếu xét dưới quan điểm xã hội.



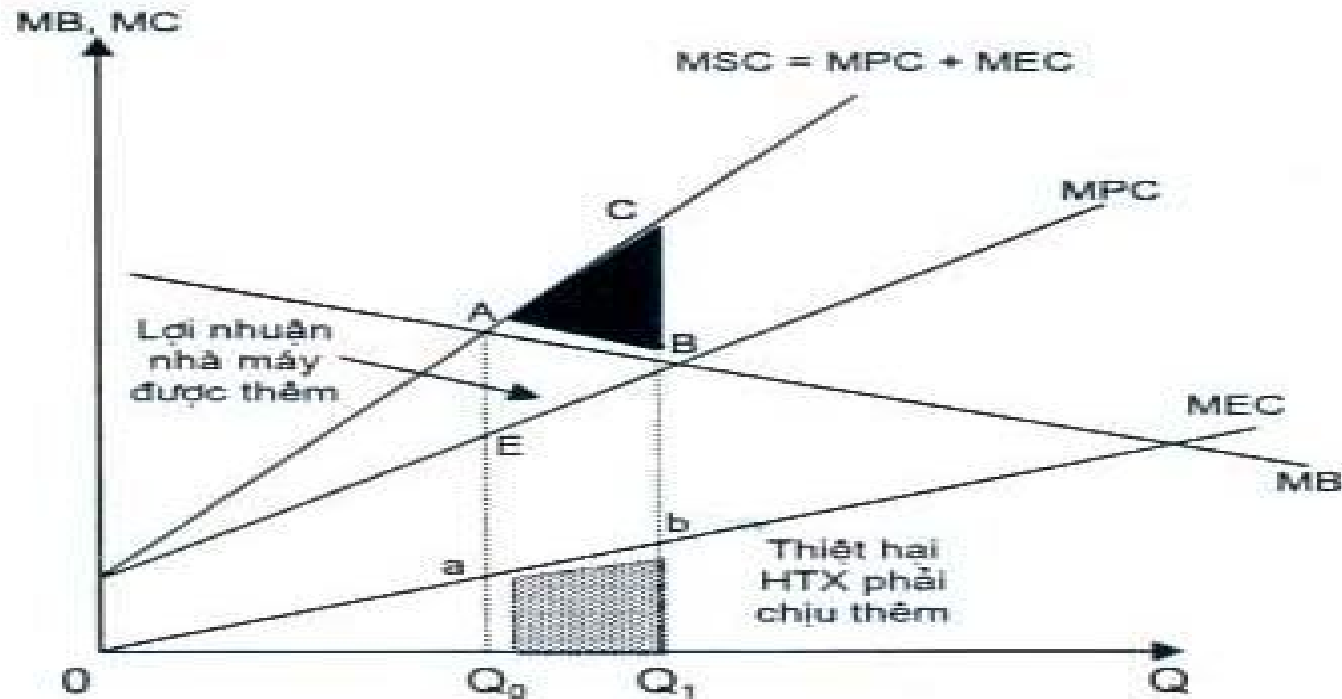
## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.2. Ngoại ứng tiêu cực

#### 2.2.1. Sự phi hiệu quả của ngoại ứng tiêu cực





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.2. Ngoại ứng tiêu cực

#### 2.2.2. *Giải pháp khắc phục ngoại ứng tiêu cực*

##### a. Các giải pháp tư nhân đối với ngoại ứng

- **Quy định quyền sở hữu tài sản - Định lý Coase:**  
*Nếu chi phí đàm phán là không đáng kể thì có thể đưa ra được một giải pháp hiệu quả đối với ngoại ứng bằng cách trao quyền sở hữu đối với các nguồn lực được sử dụng chung cho một bên nào đó. Kết quả này không phụ thuộc vào việc bên nào trong số các bên liên quan đến ngoại ứng được trao quyền sở hữu.*



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.2. Ngoại ứng tiêu cực

#### 2.2.2. *Giải pháp khắc phục ngoại ứng tiêu cực*

##### *a. Các giải pháp tư nhân đối với ngoại ứng*

- **Sáp nhập:** “nội hóa” ngoại ứng bằng cách sáp nhập các bên có liên quan lại với nhau.
- **Dùng dư luận xã hội:** khi ngoại ứng có ảnh hưởng đến rất đông đối tượng, người ta có thể sử dụng dư luận hoặc tập tục, lễ thói xã hội làm một công cụ để buộc cá nhân phải lưu tâm đến ngoại ứng mà mình gây ra.





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.2. Ngoại ứng tiêu cực

#### 2.2.2. *Giải pháp khắc phục ngoại ứng tiêu cực*

##### b. Các giải pháp của chính phủ:

- **Đánh thuế - Thuế Pigou:** là thuế đánh vào mỗi đơn vị sản xuất đầu ra của hãng gây ngoại ứng tiêu cực, sao cho nó đúng bằng chi phí ngoại ứng biên tại mức sản lượng tối ưu xã hội => Khó xác định thuế suất, khi đó chuyển sang đánh thuế gián tiếp.
- **Trợ cấp:** Trong điều kiện số lượng người gây ngoại ứng tiêu cực là cố định thì có thể trợ cấp để họ giảm bớt mức độ gây ngoại ứng tiêu cực => Áp dụng hạn chế (định canh định cư).



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.2. Ngoại ứng tiêu cực

#### 2.2.2. *Giải pháp khắc phục ngoại ứng tiêu cực*

##### *b. Các giải pháp của chính phủ:*

- **Hình thành thị trường về ô nhiễm:** bán giấy phép gây ô nhiễm, hay còn gọi là giấy phép xả thải.
- **Kiểm soát trực tiếp bằng mức chuẩn thải:** mỗi hãng gây ô nhiễm sẽ bị yêu cầu chỉ được gây ô nhiễm ở một mức nhất định, gọi là mức chuẩn thải, nếu không sẽ bị buộc đóng cửa.



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.3. Ngoại ứng tích cực

Khi xuất hiện ngoại ứng tích cực thì thị trường luôn tạo ra một mức sản lượng thấp hơn mức tối ưu xã hội.

Vậy làm thế nào để có thể đẩy mức sản lượng của thị trường lên ngang bằng mức tối ưu xã hội?

**Trợ cấp Pigou:** *là mức trợ trên mỗi đơn vị sản phẩm đầu ra của hãng tạo ra ngoại ứng tích cực, sao cho nó đúng bằng lợi ích ngoại ứng biên tại mức sản lượng tối ưu xã hội.*



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 2. NGOẠI ỨNG

### 2.3. Ngoại ứng tích cực

Khi trợ cấp cho ngoại ứng tích cực, cần lưu ý:

- Dù bằng cách này hay bằng cách khác, trợ cấp cũng sẽ tạo thêm gánh nặng cho những người trả thuế. Do đó, cần cân nhắc tác động về mặt hiệu quả cũng như công bằng xã hội.
- Trợ cấp chỉ có ý nghĩa khi thị trường không cho phép người tạo ra lợi ích này được thù lao đầy đủ cho những lợi ích mà họ tạo nên, chừng nào họ đã nhận đủ lợi ích thì không được trợ cấp nữa.



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.1. Khái niệm

- **Joseph E. Stiglitz:** *Hàng hoá công cộng là những hàng hoá không thể phân bổ theo khẩu phần để sử dụng và không ai muốn sử dụng nó theo khẩu phần.*
- **Bryan Caplan:** *Hàng hoá công cộng là những hàng hoá mà con người không thể thanh toán cho từng đơn vị hàng hoá mà họ sử dụng mà phải mua một tổng thể rồi chia đều chi phí và lợi ích sử dụng một cách bình quân.*
- **Wikipedia:** *Hàng hóa công cộng là hàng hoá và dịch vụ có 2 tính chất: không thể cạnh tranh và không thể bài trừ.*



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.1. Khái niệm

**Tại Việt Nam**, thường sử dụng thống nhất định nghĩa sau:  
*Hàng hóa công cộng là những loại hàng hóa mà việc một cá nhân này đang hưởng thụ lợi ích do hàng hóa đó tạo ra không ngăn cản những người khác cùng đồng thời hưởng thụ lợi ích của nó.*

**Ví dụ:** Đèn chiếu sáng công cộng, các chương trình truyền hình, quốc phòng, pháo hoa, giáo dục tiểu học...



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.2. Đặc điểm của HHCC

- HHCC không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng.  
Hệ quả: Việc định giá đối với những hàng hóa không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng là điều vô nghĩa. Chi phí biên để phục vụ thêm một người sử dụng HHCC là bằng 0.
- HHCC không có tính loại trừ trong tiêu dùng.
- Không dễ bị loại trừ khỏi đời sống xã hội.

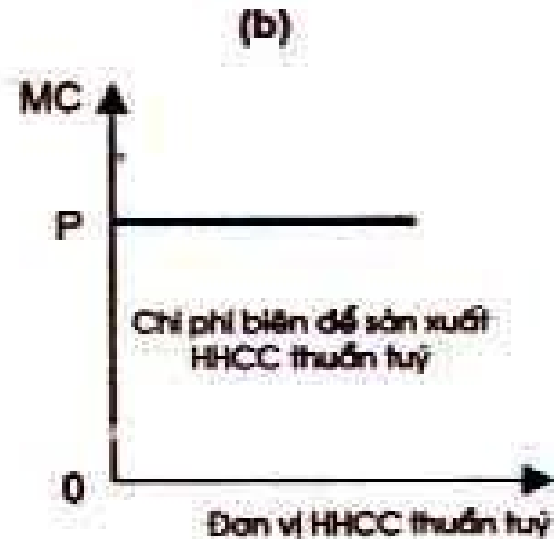
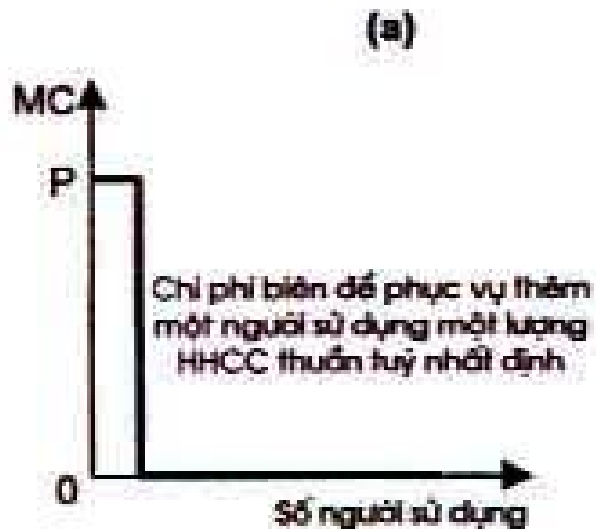


## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.3. Sự khác biệt cơ bản giữa HHCC thuần túy và HHCN thuần túy







## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.4. Phân loại HHCC

#### 3.4.1. HHCC có thể tắc nghẽn

*Là những hàng hóa mà khi có thêm nhiều người cùng sử dụng chúng thì có thể gây ra ùn tắc hay tắc nghẽn khiến lợi ích của những người tiêu dùng trước đó bị giảm sút.*





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.4. Phân loại HHCC

#### 3.4.2. HHCC có thể loại trừ bằng giá (gọi tắt là HHCC có thể loại trừ)

*Là những thứ hàng hóa mà lợi ích do chúng tạo ra có thể định giá.*

#### **Ví dụ:**

- Việc đi lại qua cầu có thể loại trừ bằng giá, bằng cách đặt các trạm thu phí ở hai đầu cầu.
- Các câu lạc bộ thường chỉ cung cấp các dịch vụ cho một nhóm nhỏ các hội viên.



## CHƯƠNG II

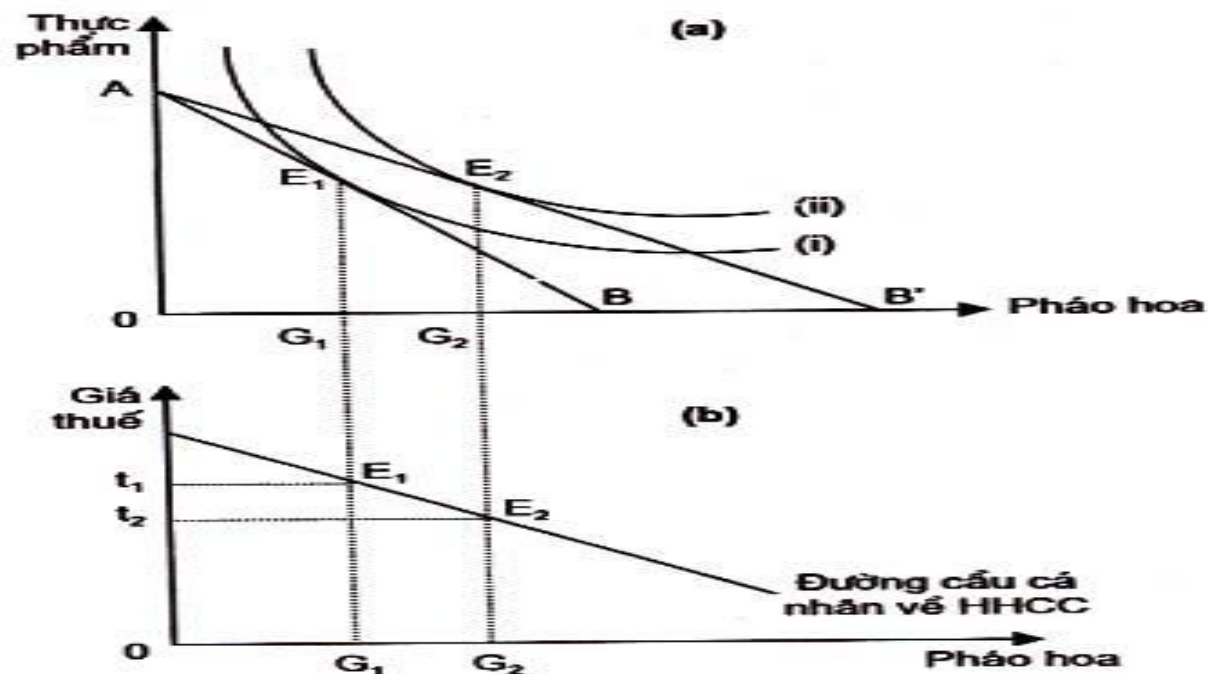
### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.5. Cung cấp HHCC

#### 3.5.1. *Cung cấp HHCC thuần túy*

Xây dựng đường cầu cá nhân về hàng hoá công cộng





## CHƯƠNG II

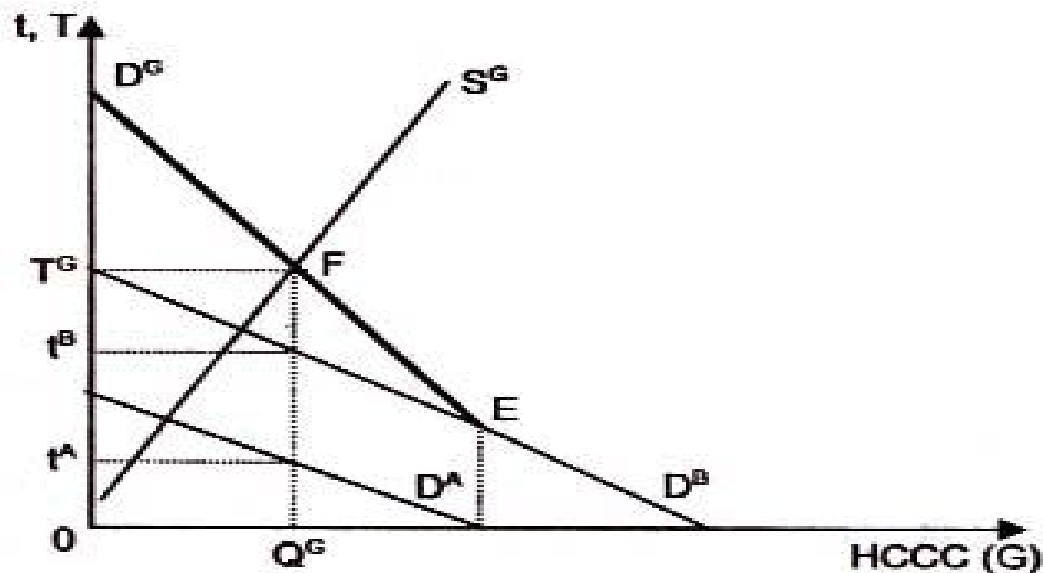
### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.5. Cung cấp HHCC

#### 3.5.1. *Cung cấp HHCC thuần túy*

- Cộng dọc đường cầu cá nhân về hàng hoá công cộng





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.5. Cung cấp HHCC

#### 3.5.1. *Cung cấp HHCC thuần túy*

- Vấn đề “kẻ ăn không” (“free rider”)

**Kẻ ăn không** là những người tìm cách hưởng thụ lợi ích của HHCC mà không đóng góp một đồng nào cho chi phí sản xuất và cung cấp HHCC đó.

KVTN không thể cung cấp hàng hóa này vì không có khả năng cưỡng chế cá nhân phải trả tiền sử dụng. Chính phủ có thể khắc phục được vấn đề này thông qua việc cưỡng chế đóng thuế, rồi tài trợ cho việc sản xuất và cung cấp HHCC



## CHƯƠNG II

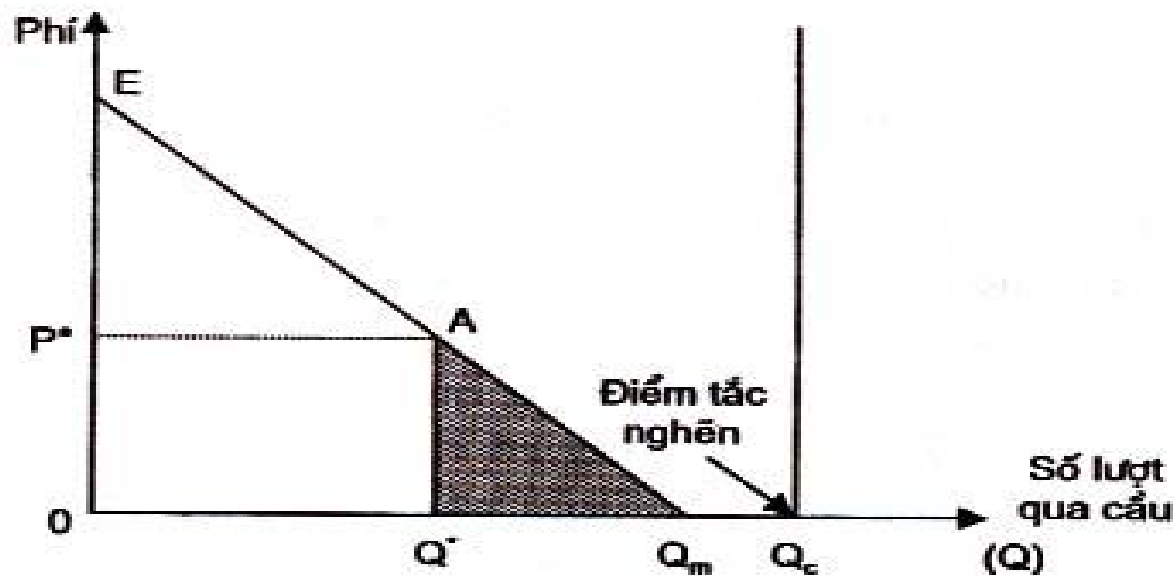
### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.5. Cung cấp HHCC

#### 3.5.2. *Cung cấp HHCC không thuần túy*

- Đối với HHCC có thể loại trừ bằng giá nhưng chưa bị tắc nghẽn





## CHƯƠNG II

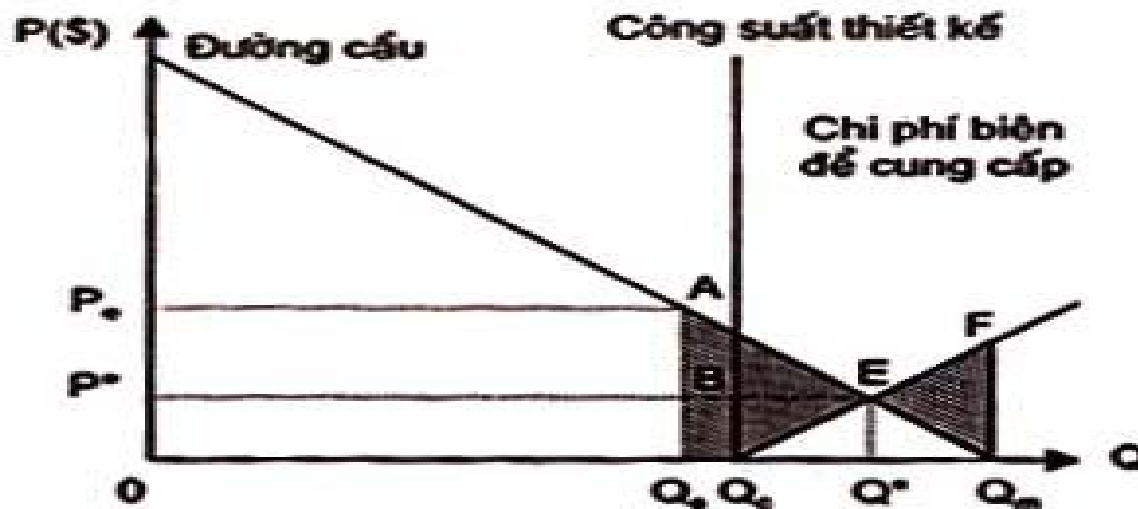
### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.5. Cung cấp HHCC

#### 3.5.2. *Cung cấp HHCC không thuần túy*

- Đối với những hàng hóa có thể bị tắc nghẽn nhưng việc loại trừ rất tốn kém





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.6. Cung cấp công cộng HHCN

*HHCN cũng được **cung cấp công cộng**, tức là cung cấp miễn phí hoặc không giả định giá ngang bằng chi phí biên thu trong cung cấp cá nhân.*

Có hai lý do chính khiến một HHCN có thể được cung cấp công cộng:

- Do mục đích tự nhiên, nhân đạo.
- Nếu việc cung cấp cá nhân một số hàng hóa tỏ ra quá tốn kém so với cung cấp công cộng thì có thể chuyển sang cung cấp hàng hóa đó theo kiểu miễn phí hoặc khoán mức tiêu thụ.





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 3. HÀNG HÓA CÔNG CỘNG

### 3.6. Cung cấp công cộng HHCN

*Tất cả các biện pháp dùng để hạn chế việc tiêu dùng hàng hóa của cá nhân đều được gọi là **cơ chế định suất**.*

Giá cả là cơ chế định suất tốt nhất. Nhưng khi cung cấp công cộng,  $P = 0$ , nên không thể sử dụng giá được nữa.

- **Định suất đồng đều:** *hình thức cung cấp một lượng HHCN như nhau cho tất cả mọi người, không căn cứ vào cầu cụ thể của họ.*
- **Xếp hàng:** *thực hiện nguyên tắc ai đến trước được phục vụ trước hay buộc cá nhân phải trả giá cho hàng hóa được cung cấp miễn phí bằng thời gian chờ đợi.*



## CHƯƠNG II CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

### 4. THÔNG TIN KHÔNG ĐỐI XỨNG

**Thông tin không đối xứng** xuất hiện trên thị trường khi một bên nào đó tham gia giao dịch thị trường có được thông tin đầy đủ hơn bên kia về các đặc tính của sản phẩm.

Thông tin không được xem xét như một hàng hóa, mà là thông tin về hàng hóa được chia sẻ giữa người mua và người bán, hoặc giữa người tạo ra ngoại ứng với các bên chịu tác động của ngoại ứng.

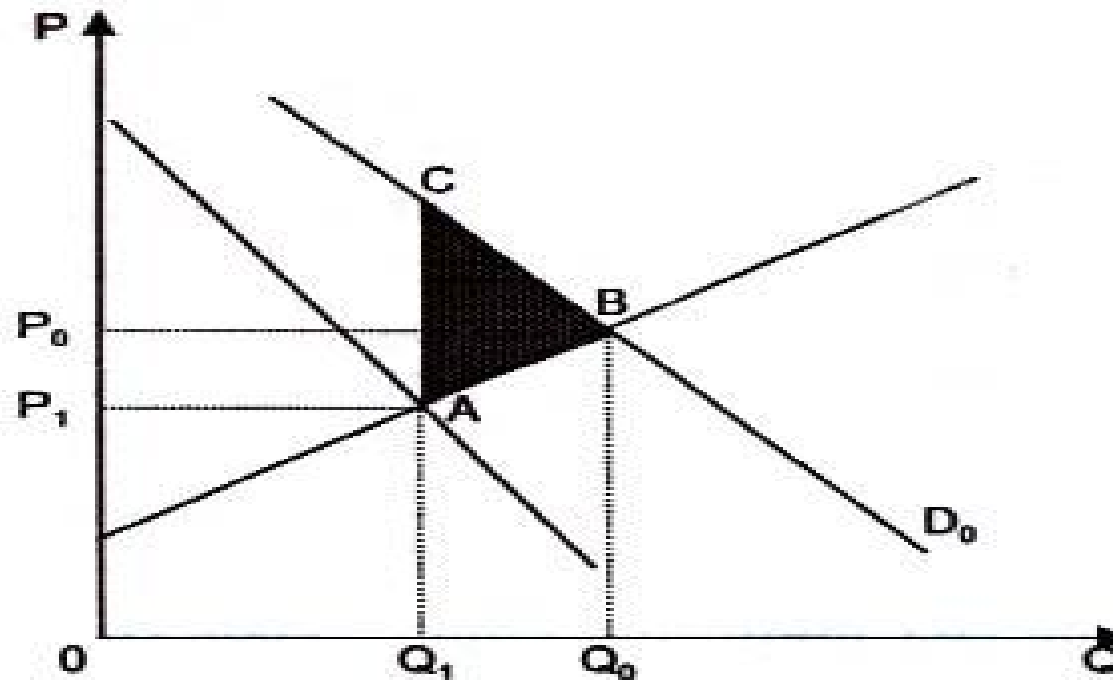


## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 4. THÔNG TIN KHÔNG ĐỐI XỨNG

##### 4.1. Tính phi hiệu quả của thị trường do thông tin không đối xứng





## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

#### 4. THÔNG TIN KHÔNG ĐỐI XỨNG

##### 4.2. Nguyên nhân gây ra hiện tượng thông tin không đối xứng

- Chi phí thẩm định hàng hóa
- Mức độ đồng nhất trong quan hệ giữa giá cả và chất lượng
- Mức độ thường xuyên mua sắm

Nếu chi phí thẩm định nhỏ so với giá mua dự kiến của hàng hóa, hoặc các cặp giá cả và chất lượng là đồng nhất, hoặc mức độ thường xuyên mua sắm tương đối lớn thì sự không đối xứng về thông tin sẽ không gây ra hậu quả nghiêm trọng và ngược lại.



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 4. THÔNG TIN KHÔNG ĐỐI XỨNG

### 4.3. Các giải pháp khắc phục thông tin không đối xứng

- **Các giải pháp tư nhân**
  - Xây dựng thương hiệu và quảng cáo.
  - Bảo hành sản phẩm.
  - Dựa vào “bên thứ ba”.
- **Các giải pháp của chính phủ**
  - Ban hành các điều luật.
  - Hỗ trợ các cơ quan, tổ chức đóng vai trò “bên thứ ba”.
  - Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
  - Trực tiếp cung cấp thêm thông tin để hỗ trợ thị trường.



## CHƯƠNG II

### CHÍNH PHỦ VỚI VAI TRÒ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH TẾ

## 4. THÔNG TIN KHÔNG ĐỐI XỨNG

### 4.3. Các giải pháp khắc phục thông tin không đối xứng

- **Các giải pháp tư nhân**
  - Xây dựng thương hiệu và quảng cáo.
  - Bảo hành sản phẩm.
  - Dựa vào “bên thứ ba”.
- **Các giải pháp của chính phủ**
  - Ban hành các điều luật.
  - Hỗ trợ các cơ quan, tổ chức đóng vai trò “bên thứ ba”.
  - Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
  - Trực tiếp cung cấp thêm thông tin để hỗ trợ thị trường.



**XIN TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!**