

# Bài giảng 12

## ĐỊNH GIÁ TRONG ĐIỀU KIỆN CÓ SỨC MẠNH THỊ TRƯỜNG

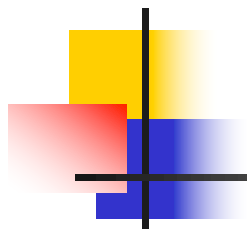
Giảng viên: Doãn Thị Thanh Thủy

*Dựa theo bài giảng Kinh tế vi mô 1 của Đặng Văn Thanh, Học kỳ Thu 2021*

# Các nội dung chính

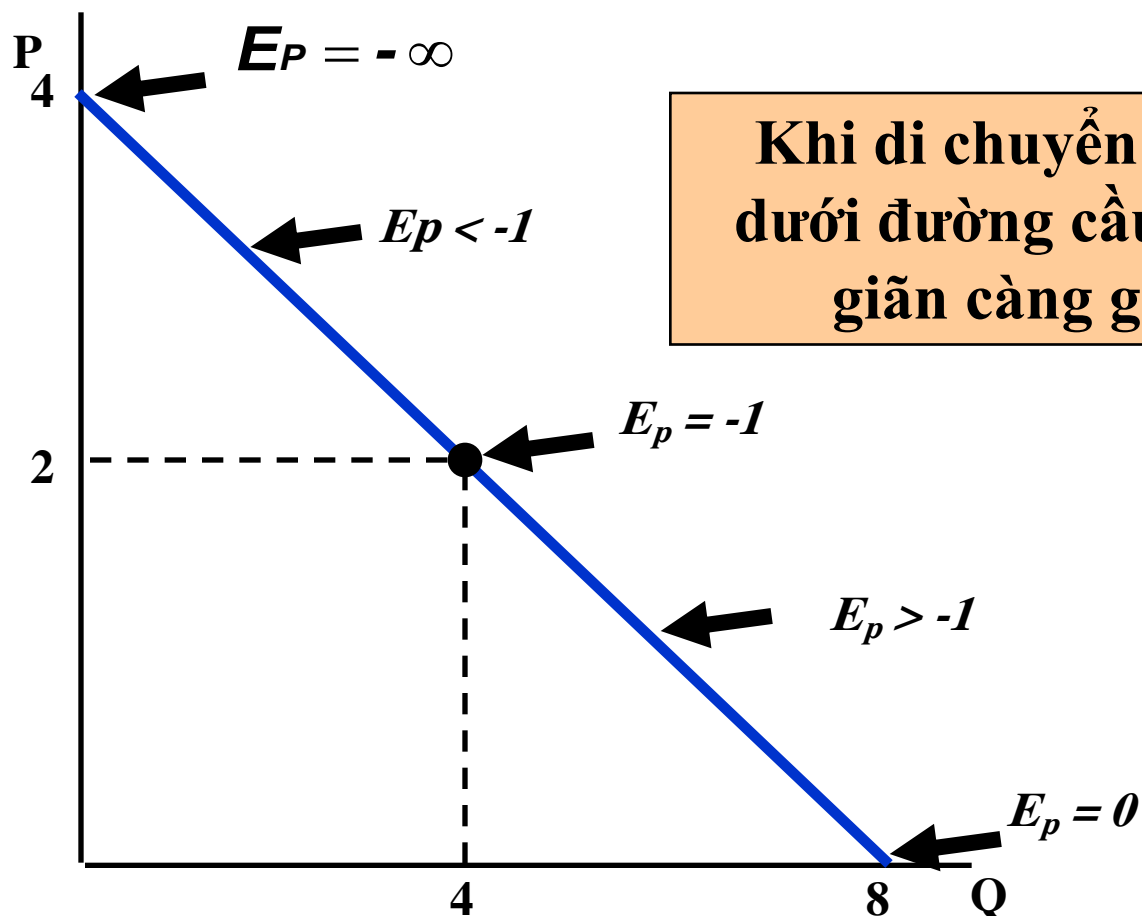
---

1. Phân biệt giá cấp một, cấp hai, cấp ba
2. Phân biệt giá theo thời điểm và định giá lúc cao điểm
3. Giả cả hai phần
4. Quảng cáo

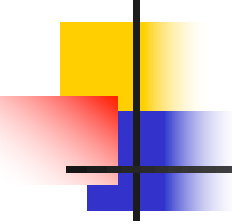


**Mục tiêu của chiến lược định giá  
khi có thể lực thị trường?**

# Nhắc lại: Độ co giãn của cầu theo giá



Khi di chuyển xuống dưới đường cầu, độ co giãn càng giảm

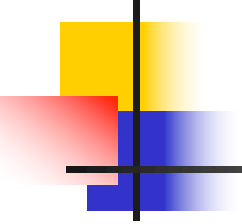


# Phân biệt giá

---

Bán một hàng hóa với những mức giá khác nhau cho

- Những nhóm người tiêu dùng khác nhau
- Những khối lượng tiêu dùng khác nhau
- Những thời điểm tiêu dùng khác nhau



# Phân biệt giá cấp một

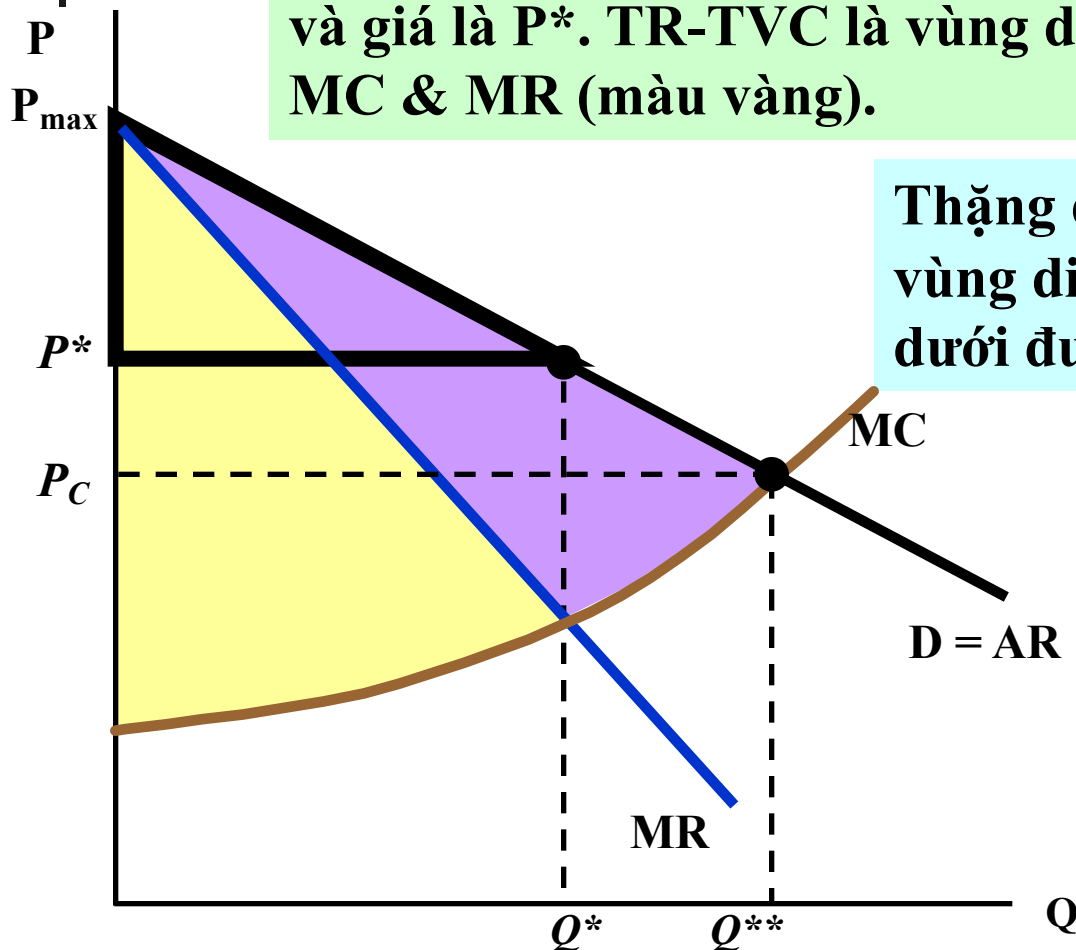
---

- Bán hàng với những mức giá khác nhau theo đúng bằng mức sẵn lòng chi trả của mỗi khách hàng.
- Còn gọi là phân biệt giá cấp một hoàn hảo

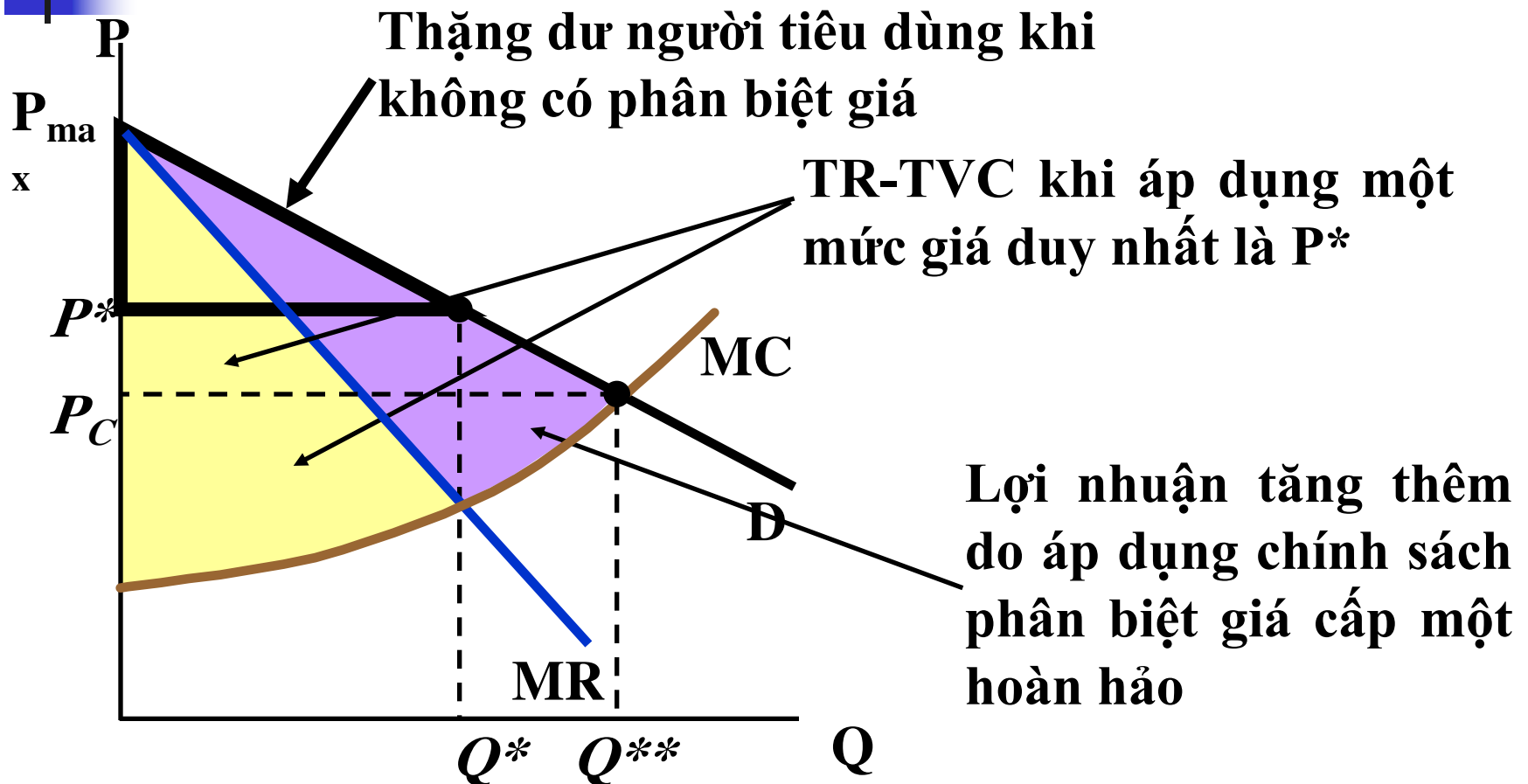
**Khi chưa có chính sách phân biệt giá, sản lượng là  $Q^*$  và giá là  $P^*$ . TR-TVC là vùng diện tích giữa các đường MC & MR (màu vàng).**

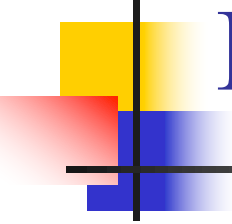
**Thặng dư người tiêu dùng là vùng diện tích nằm trên  $P^*$  và dưới đường cầu**

**Với chính sách phân biệt giá cấp 1 hoàn hảo, đường MR mới trùng với đường cầu**



# Phân biệt giá cấp một





# Phân biệt giá cấp một hoàn hảo

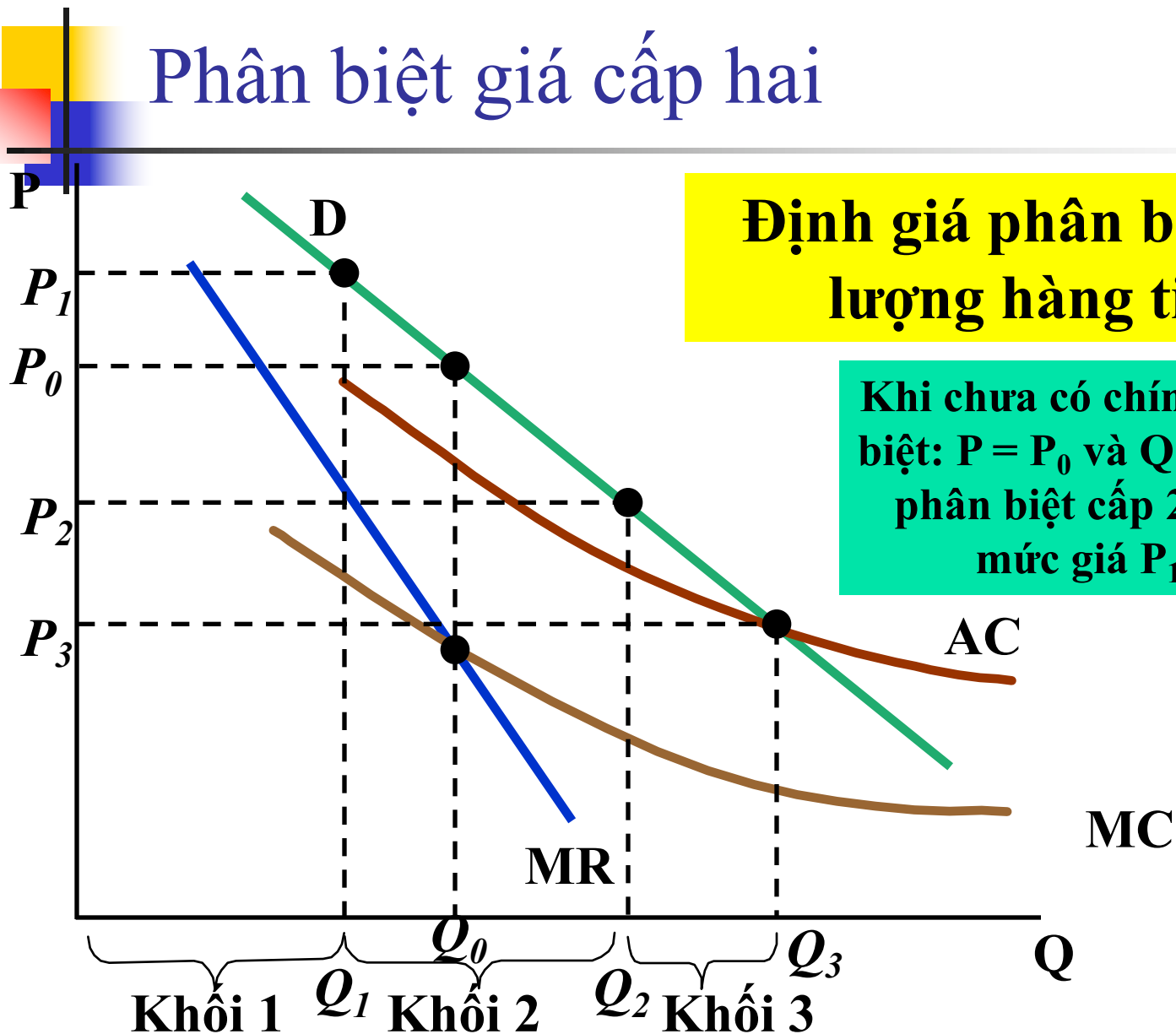
---

- Mô hình này chủ yếu chứng minh lợi nhuận sẽ gia tăng khi áp dụng chính sách phân biệt giá ở một mức độ nào đó.
- Thực tế: phân biệt giá cấp một không hoàn hảo. Người bán có khả năng phân khúc thị trường và đưa ra các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau đối với cùng một loại sản phẩm.

## Phân biệt giá cấp hai

**Định giá phân biệt theo số lượng hàng tiêu thụ**

Khi chưa có chính sách giá phân biệt:  $P = P_0$  và  $Q = Q_0$ . Với giá cả phân biệt cấp 2, sẽ áp dụng 3 mức giá  $P_1$ ,  $P_2$  và  $P_3$ .



# Giá bán nước sinh hoạt tại TP.HCM

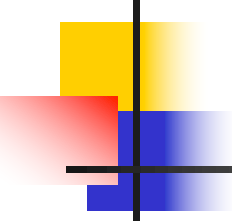
(áp dụng từ 15/11/2019, chưa có VAT)

| Định mức sử dụng nước                                  | Đơn giá (đồng/m <sup>3</sup> ) |              |              |              |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|
|                                                        | Năm<br>2019                    | Năm<br>2020  | Năm<br>2021  | Năm<br>2022  |
| a) Đến 4m <sup>3</sup> /người/tháng                    |                                |              |              |              |
| - Hộ dân cư:                                           | 5.600                          | 6.000        | 6.300        | 6.700        |
| - <i>Riêng hộ nghèo và cận nghèo:</i>                  | <i>5.300</i>                   | <i>5.600</i> | <i>6.000</i> | <i>6.300</i> |
| b) Từ 4m <sup>3</sup> đến 6m <sup>3</sup> /người/tháng | 10.800                         | 11.500       | 12.100       | 12.900       |
| c) Trên 6m <sup>3</sup> /người/tháng                   | 12.100                         | 12.800       | 13.600       | 14.400       |

## **Giá bán lẻ điện sinh hoạt**

**(áp dụng từ 20/3/2019, chưa có VAT)**

| <b>Nhóm đối tượng khách hàng</b>                     | <b>Giá (đ/kWh)</b> |
|------------------------------------------------------|--------------------|
| Giá bán lẻ điện sinh hoạt                            |                    |
| Bậc 1: Cho kWh từ 0 - 50                             | 1.678              |
| Bậc 2: Cho kWh từ 51 - 100                           | 1.734              |
| Bậc 3: Cho kWh từ 101 - 200                          | 2.014              |
| Bậc 4: Cho kWh từ 201 - 300                          | 2.536              |
| Bậc 5: Cho kWh từ 301 - 400                          | 2.834              |
| Bậc 6: Cho kWh từ 401 trở lên                        | 2.927              |
| Giá bán lẻ điện sinh hoạt dùng công tơ thẻ trả trước | 2.461              |



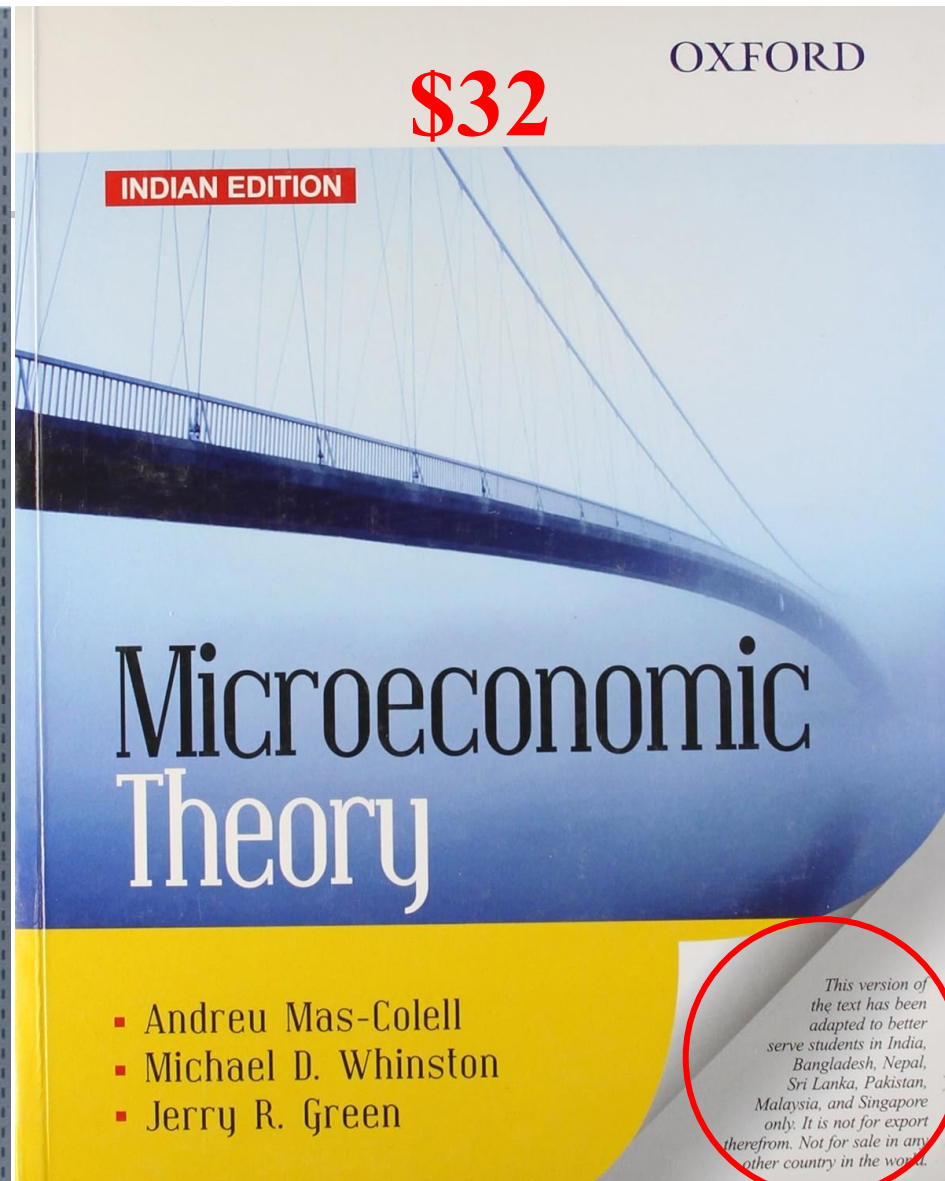
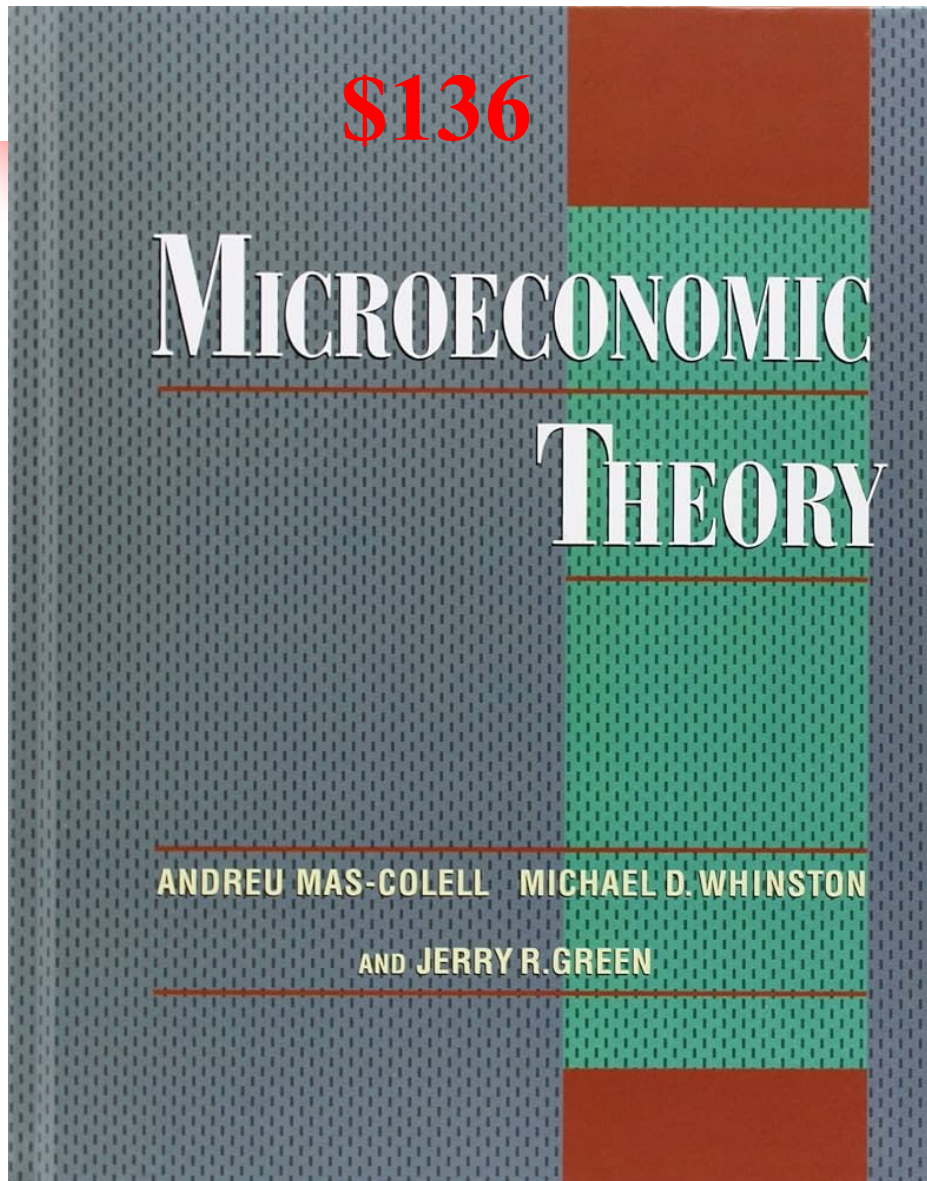
# Phân biệt giá cấp ba

---

- Phân chia thị trường thành **nhiều thị trường nhỏ** theo đặc điểm của khách hàng (thu nhập, tuổi, giới tính, ...) và định giá khác nhau cho mỗi thị trường nhỏ.
- Phân biệt giá theo thời điểm *là* một hình thức phân biệt giá cấp ba.
- Định giá lúc cao điểm *không* phải phân biệt giá cấp ba.

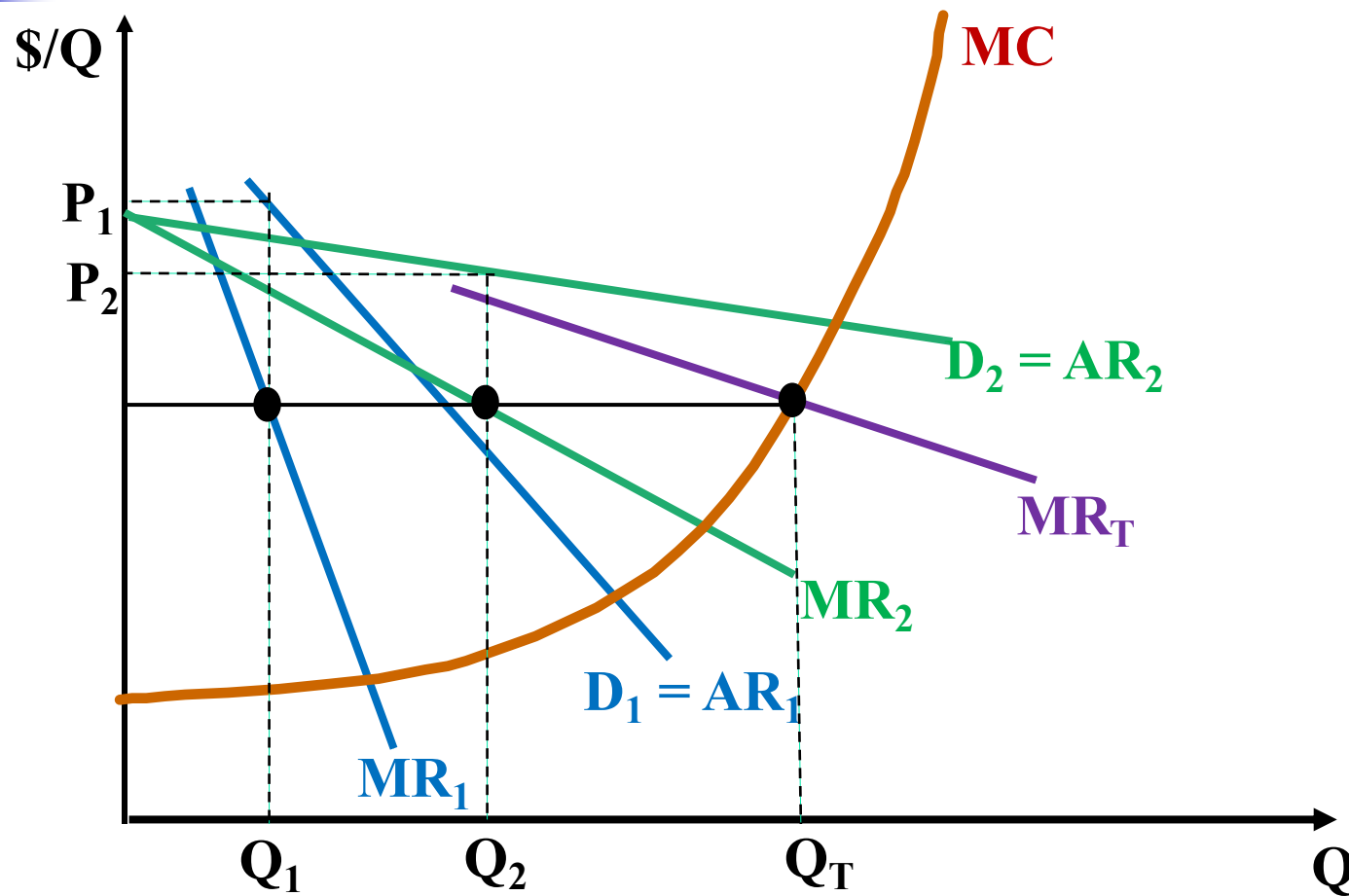
**Phiên bản Mỹ**

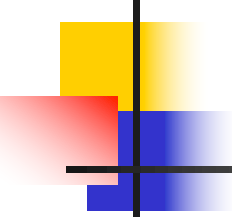
**bản Ấn Độ và các nước khác**



*Cùng là bìa mỏng và được bán trên Amazon*

# Phân biệt giá cấp ba

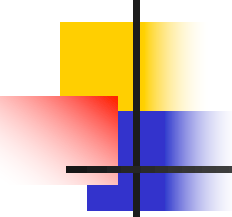




# Phân biệt giá cấp ba

---

- Điều kiện áp dụng phân biệt giá cấp ba:
  - 1) Công ty phải có sức mạnh thị trường.
  - 2) Những nhóm khách hàng khác nhau có mức sẵn lòng chi trả khác nhau (độ co giãn của cầu khác nhau).
  - 3) Có căn cứ để phân biệt những nhóm khách hàng.
  - 4) Ngăn chặn được sự mua đi bán lại.



# Phân biệt giá cấp ba

- Đặc điểm: bán hàng trên nhiều thị trường

$$C(Q_T) = \text{tổng chi phí}; Q_T = Q_1 + Q_2$$

- Lợi nhuận:  $\pi = P_1 Q_1 + P_2 Q_2 - C(Q_T)$

- Mục tiêu: Tối đa hóa lợi nhuận

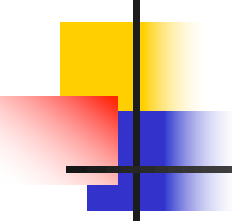
- Đặt phần gia tăng lợi nhuận của nhóm 1 = 0

$$\frac{\Delta \pi}{\Delta Q_1} = \frac{\Delta(P_1 Q_1)}{\Delta Q_1} - \frac{\Delta C(Q_T)}{\Delta Q_1} = 0$$

$$\Rightarrow MR_1 = MC$$

- Tương tự:  $\Rightarrow MR_2 = MC$

- Lợi nhuận tối đa khi  **$MR_1 = MR_2 = MC$**



# Phân biệt giá cấp ba

---

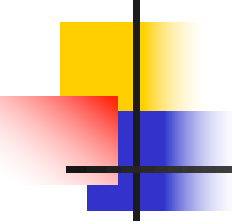
- Xác định các mức giá tương đối

Ta có  $MR = P(1 + 1/E_D)$

Do đó  $MR_1 = P_1(1 + 1/E_1) = MR_2 = P_2(1 + 1/E_2)$

$$\text{Và } \frac{P_1}{P_2} = \frac{1 + 1/E_2}{1 + 1/E_1}$$

- Định giá cao hơn cho nhóm khách hàng có độ co giãn của cầu thấp hơn



# Phân biệt giá cấp ba

---

Ví dụ:  $E_1 = -2$  và  $E_2 = -4$

Mức giá cho mỗi thị trường nên khác nhau thế nào?

$$\rightarrow \frac{P_1}{P_2} = \frac{1 - \frac{1}{4}}{1 - \frac{1}{2}} = \frac{\frac{3}{4}}{\frac{1}{2}} = \frac{3}{2} = 1,5$$

$P_1$  nên gấp 1,5 lần  $P_2$

# Phân biệt giá cấp 2 và cấp 3

## Giá bán lẻ nước (44/2021/TT-BTC)

| STT    | Nhóm khách hàng sử dụng nước sạch cho mục đích sinh hoạt                                                                                                       | Lượng nước sạch sử dụng/ tháng              |         | Hệ số tính giá tối đa so với giá bình quân ( $H_i$ ) |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------|------------------------------------------------------|
|        |                                                                                                                                                                | Mức ( $m^3$ /đồng hồ/tháng)                 | Ký hiệu |                                                      |
| Nhóm 1 | Hộ dân cư                                                                                                                                                      | - Mức dưới $10 m^3$ /đồng hồ/tháng          | SH1     | 0,8                                                  |
|        |                                                                                                                                                                | - Từ trên $10 m^3$ - $20m^3$ /đồng hồ/tháng | SH2     | 1,0                                                  |
|        |                                                                                                                                                                | - Từ trên $20 m^3$ - $30m^3$ /đồng hồ/tháng | SH3     | 1.5                                                  |
|        |                                                                                                                                                                | - Trên $30 m^3$ /đồng hồ/tháng              | SH4     | 2.5                                                  |
| Nhóm 2 | Cơ quan hành chính; đơn vị sự nghiệp công lập; trường học, bệnh viện, cơ sở khám, chữa bệnh (công lập và tư nhân); phục vụ mục đích công cộng (phi lợi nhuận). | Theo thực tế sử dụng                        | HCSN    | 1,2                                                  |
| Nhóm 3 | Tổ chức, cá nhân sản xuất vật chất                                                                                                                             | Theo thực tế sử dụng                        | SX      | 1,5                                                  |
| Nhóm 4 | Tổ chức, cá nhân kinh doanh, dịch vụ                                                                                                                           | Theo thực tế sử dụng                        | KD      | 3                                                    |

# Kinh tế học về phiếu mua hàng và khấu trừ giá

---

## Giá cả phân biệt

- Những người tiêu dùng có độ co giãn của cầu theo giá cao thường có xu hướng sử dụng phiếu mua hàng giảm giá/phiếu khấu trừ giá nhiều hơn so với người có độ giãn của cầu theo giá kém.
- Các chương trình phiếu mua hàng giảm giá và phiếu khấu trừ giá cho phép doanh nghiệp thực hiện chiến lược phân biệt giá.

# Kinh tế học về phiếu mua hàng và khấu trừ giá

---

*Ví dụ*

$P_2$  tính cho người có sử dụng phiếu giảm giá ( $E_2 = -4$ )

$P_1$  tính cho người không sử dụng phiếu giảm giá ( $E_1 = -2$ )

Mức giá cho mỗi thị trường nên khác nhau thế nào?

Sử dụng:

$$\frac{P_1}{P_2} = \frac{(1 + 1/E_2)}{(1 + 1/E_1)}$$

Giá của người không sử dụng nên cao gấp 1,5 lần người có sử dụng phiếu giảm giá

Nghĩa là: nếu sản phẩm thông thường được bán với giá 15 ngàn, phiếu giảm giá nên có giá trị 5 ngàn.

# Phân biệt giá theo thời điểm

---

- Phân khúc thị trường theo thời gian
- Trong giai đoạn đầu, công ty đưa sản phẩm ra thị trường số lượng ít để phục vụ cho nhóm khách hàng có mức sẵn lòng chi trả cao, độ co giãn của cầu theo giá thấp.
- Ví dụ: Sách mới, bìa cứng; Phim mới; Thiết bị điện tử thế hệ mới

# Phân biệt giá theo thời điểm

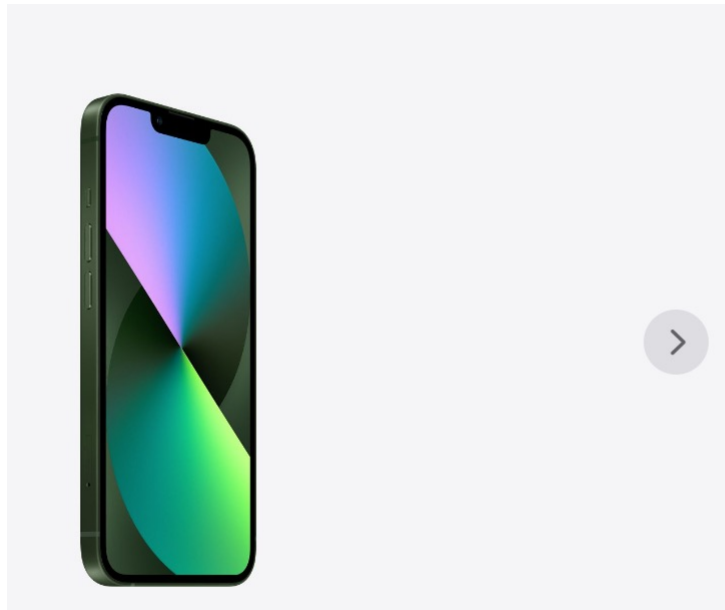
## How Much Is the iPhone 13?

The 'standard' version of the iPhone 13 has three storage tiers, whose starting price (for 128 GB of storage) is \$799. Check the table below for more info.

| Storage Tier | Price  |
|--------------|--------|
| 128 GB       | \$799  |
| 256 GB       | \$899  |
| 512 GB       | \$1099 |

## iPhone 13

9/2021



Model. Which is best for you?

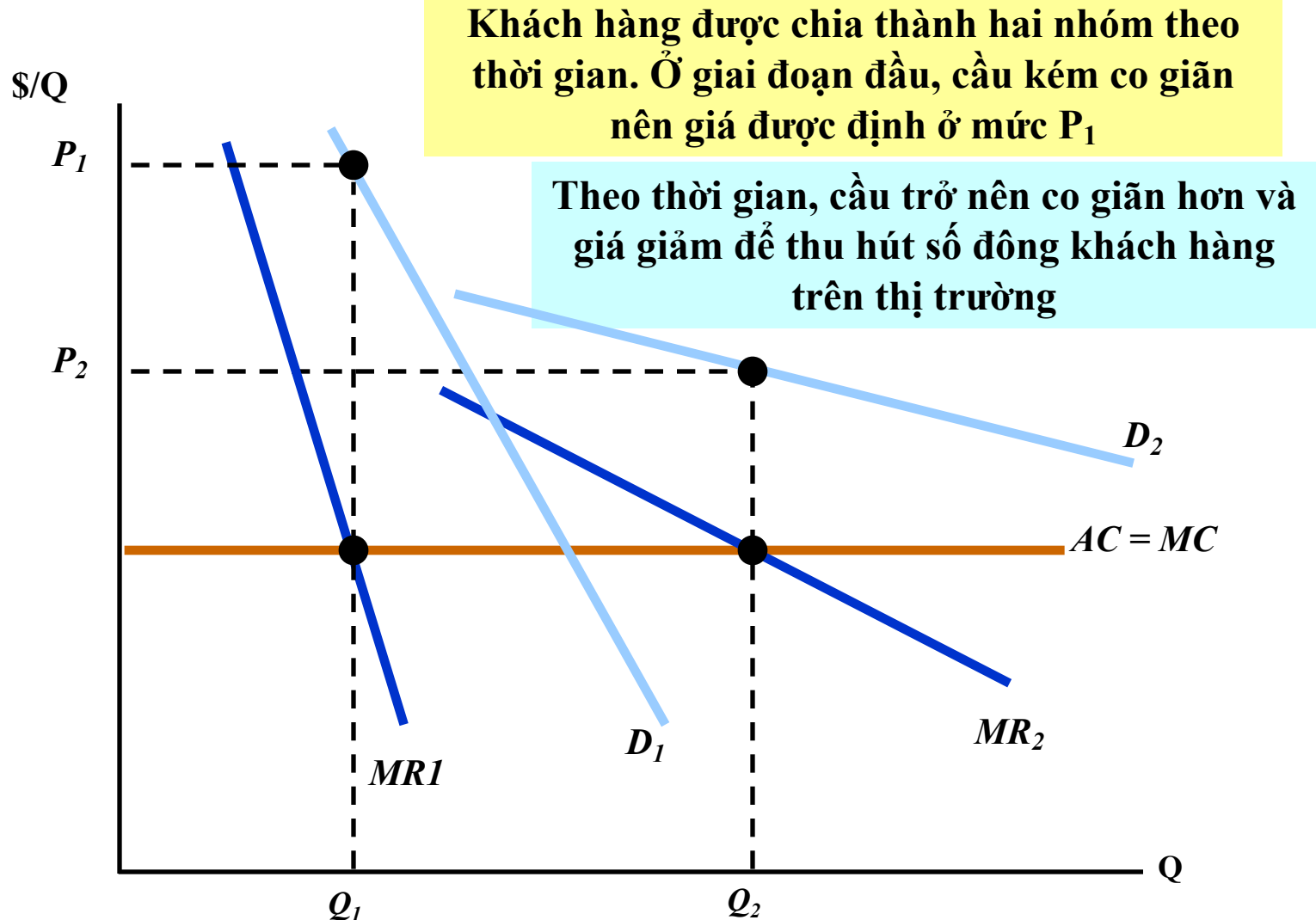
**iPhone 13 mini** From \$599  
5.4-inch display<sup>1</sup> or \$24.95/mo. for 24 mo.  
before trade-in\*

**iPhone 13** From \$699  
6.1-inch display<sup>1</sup> or \$29.12/mo. for 24 mo.  
before trade-in\*

**Need help choosing a model?** ⓘ  
Explore the differences in screen size and  
battery life.

11/2022

# Phân biệt giá theo thời điểm



# Phân biệt giá theo thời điểm và giá cả lúc cao điểm

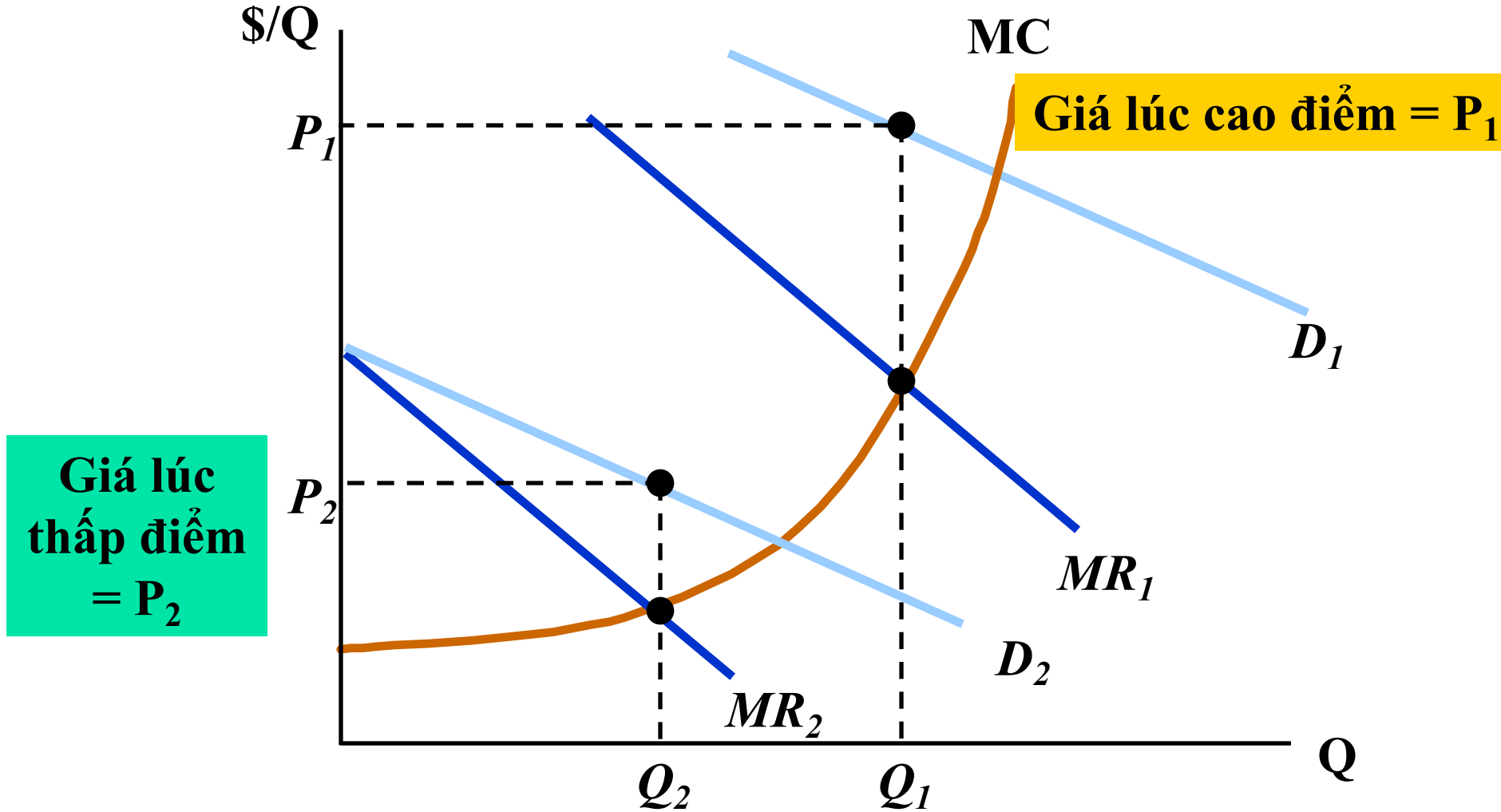
---

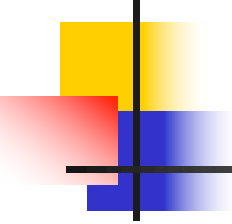
## Giá cả lúc cao điểm

- Cầu một số hàng hóa tăng cao vào một số thời điểm.
- Giao thông giờ cao điểm
- Điện năng - lúc chiều tối vào mùa hè
- Khu du lịch vào ngày cuối tuần

Định giá lúc cao điểm *không phải* phân biệt giá cấp 3

# Giá cả lúc cao điểm





# Giá cả hai phần

---

- Việc tiêu thụ một hàng hóa và dịch vụ có thể được chia thành 2 quyết định, và do đó giá gồm hai phần:
  - Trả trước một khoản phí cố định (theo đơn vị thời gian);
  - Trả lệ phí cho mỗi đơn vị sử dụng.

# Giả cả hai phần

---

## ■ Ví dụ

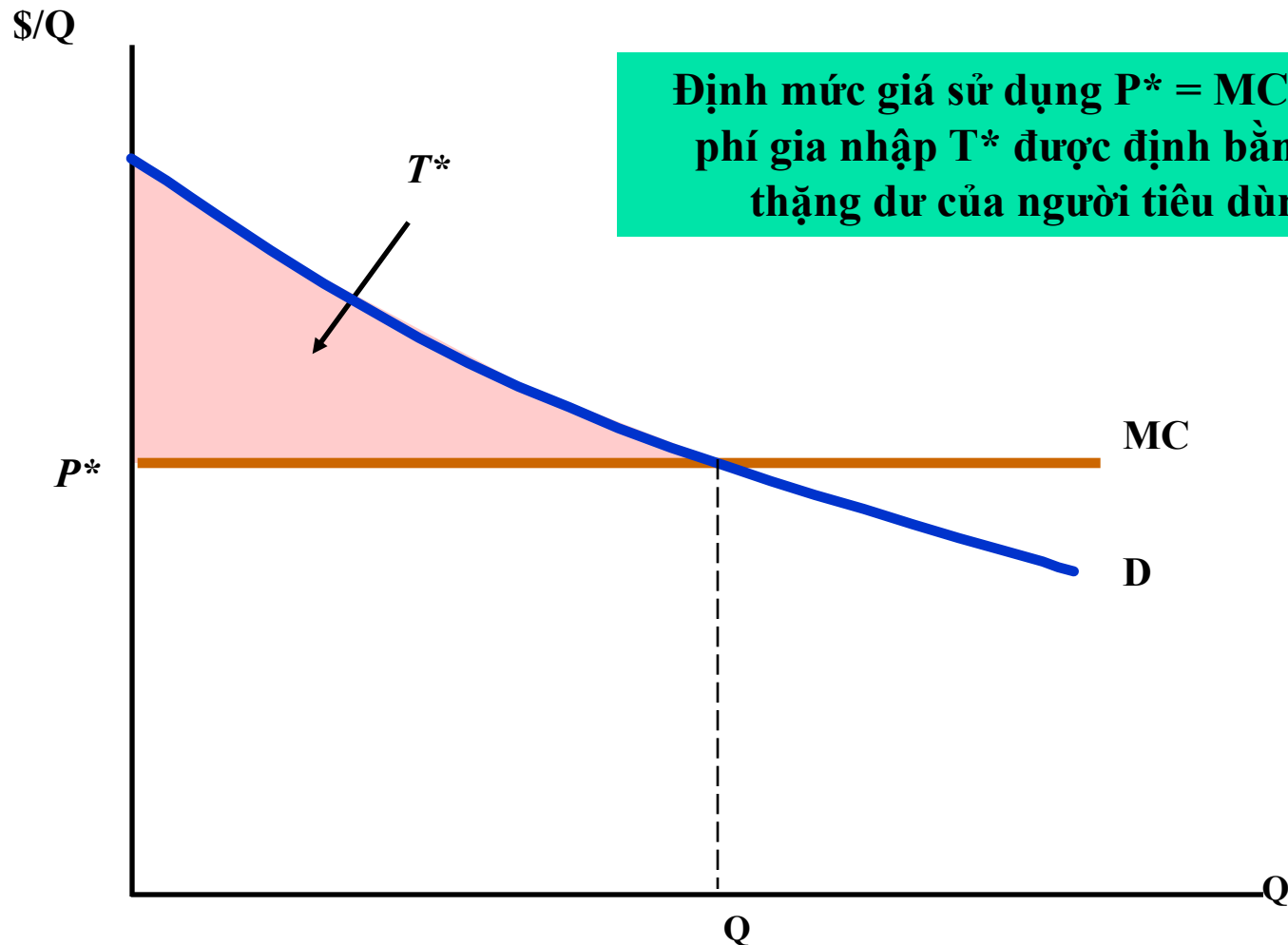
- 1) Công viên giải trí  
Vé vào cổng  
Vé trò chơi và thức ăn trong công viên
- 2) Dịch vụ viễn thông  
Phí thuê bao hàng tháng  
Cước phí phát sinh

# Giả cả hai phần

---

- Quyết định về giá là định ra phí gia nhập (T) và phí sử dụng (P).
- Lựa chọn sự đánh đổi giữa
  - phí gia nhập thấp và giá sử dụng cao, hay
  - phí gia nhập cao và giá sử dụng thấp.

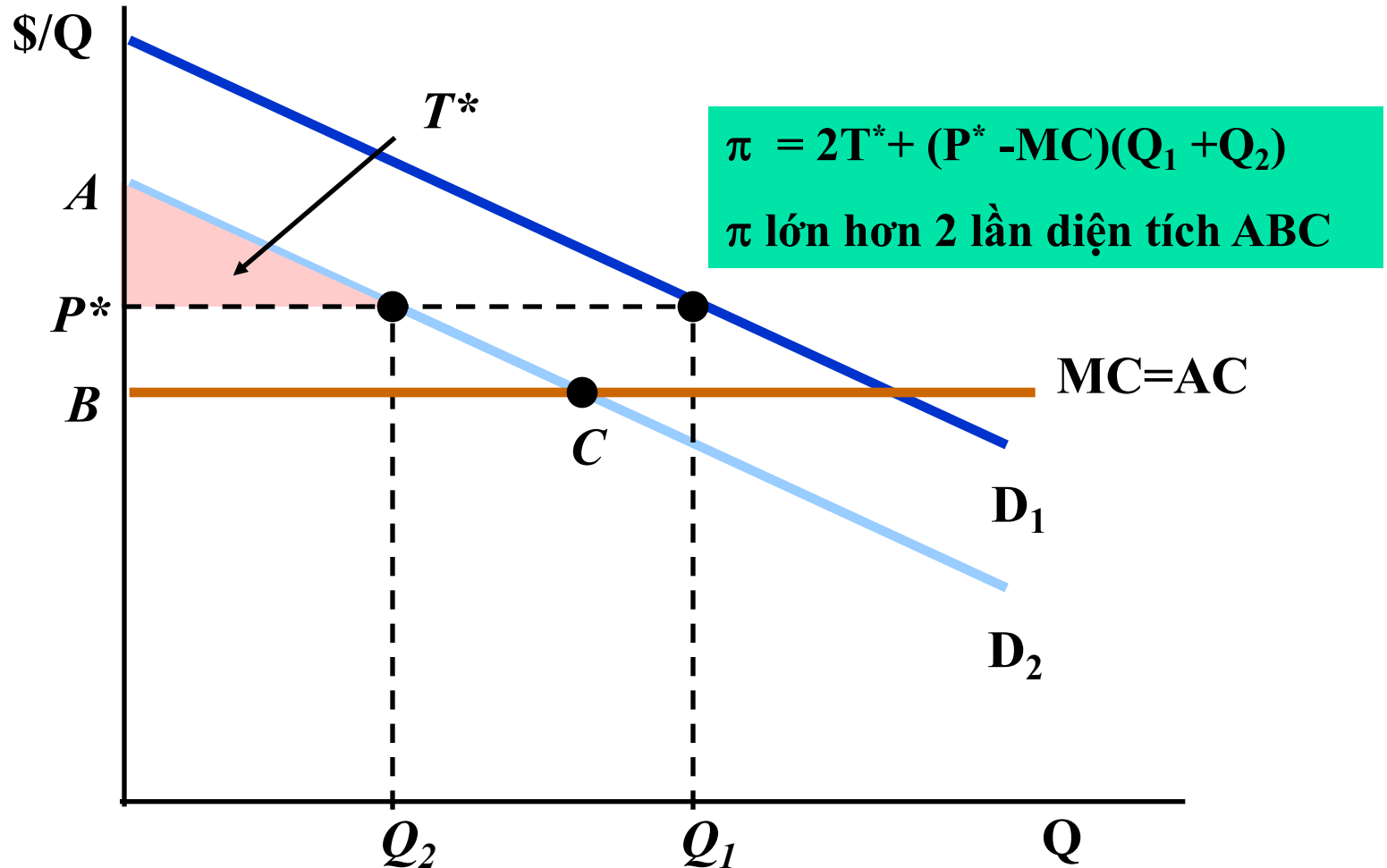
# Giá cả hai phần với một người tiêu dùng



Định mức giá sử dụng  $P^* = MC$ . Mức phí gia nhập  $T^*$  được định bằng với thặng dư của người tiêu dùng.

# Giá cả hai phần với hai người tiêu dùng

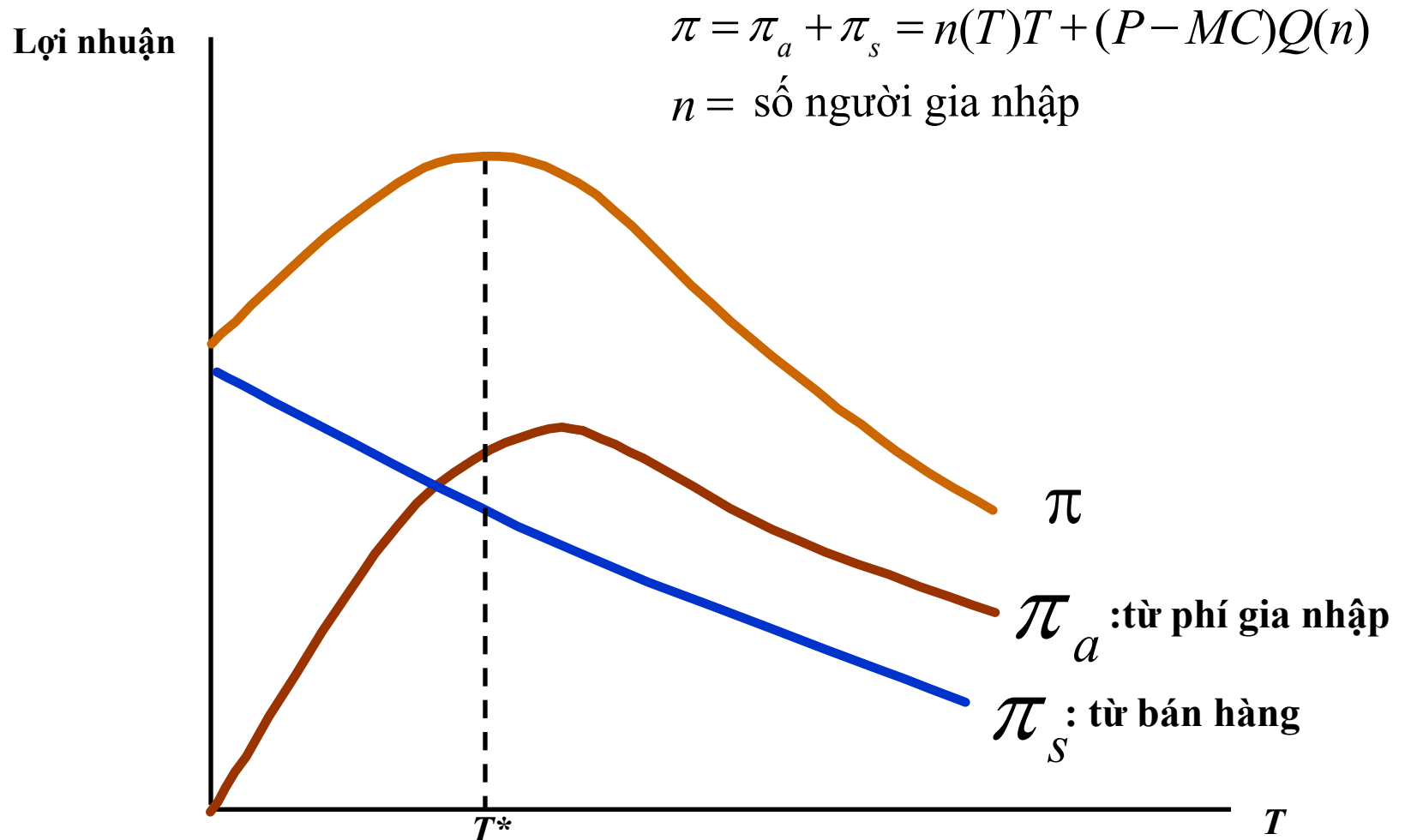
Mức giá  $P^*$  lớn hơn MC. Mức phí gia nhập  $T^*$  bằng với thặng dư tiêu dùng của người có mức sẵn lòng chi trả thấp hơn



## Giả cả hai phần với nhiều người tiêu dùng khác nhau

- Không thể chính xác  $P^*$  và  $T^*$  trong thực tế nên phải thử nghiệm và điều chỉnh.
- Phải xem xét việc đánh đổi giữa phí gia nhập  $T^*$  và phí sử dụng  $P^*$ .
- Phí gia nhập thấp: lợi nhuận từ bán sản phẩm cao
- Phí gia nhập cao: lợi nhuận từ bán sản phẩm thấp
- Để xác định kết hợp tối ưu:
  - Tiến hành chọn nhiều kết hợp của  $P, T$ .
  - Chọn kết hợp nào làm tối đa hóa lợi nhuận.

# Giá cả hai phần với nhiều người tiêu dùng khác nhau



# Giá cả hai phần

---

- Quy tắc kinh nghiệm
  - Cầu giống nhau: Chọn P xấp xỉ MC và T cao
  - Cầu khác nhau: Chọn P cao và T thấp.

# Quảng cáo

---

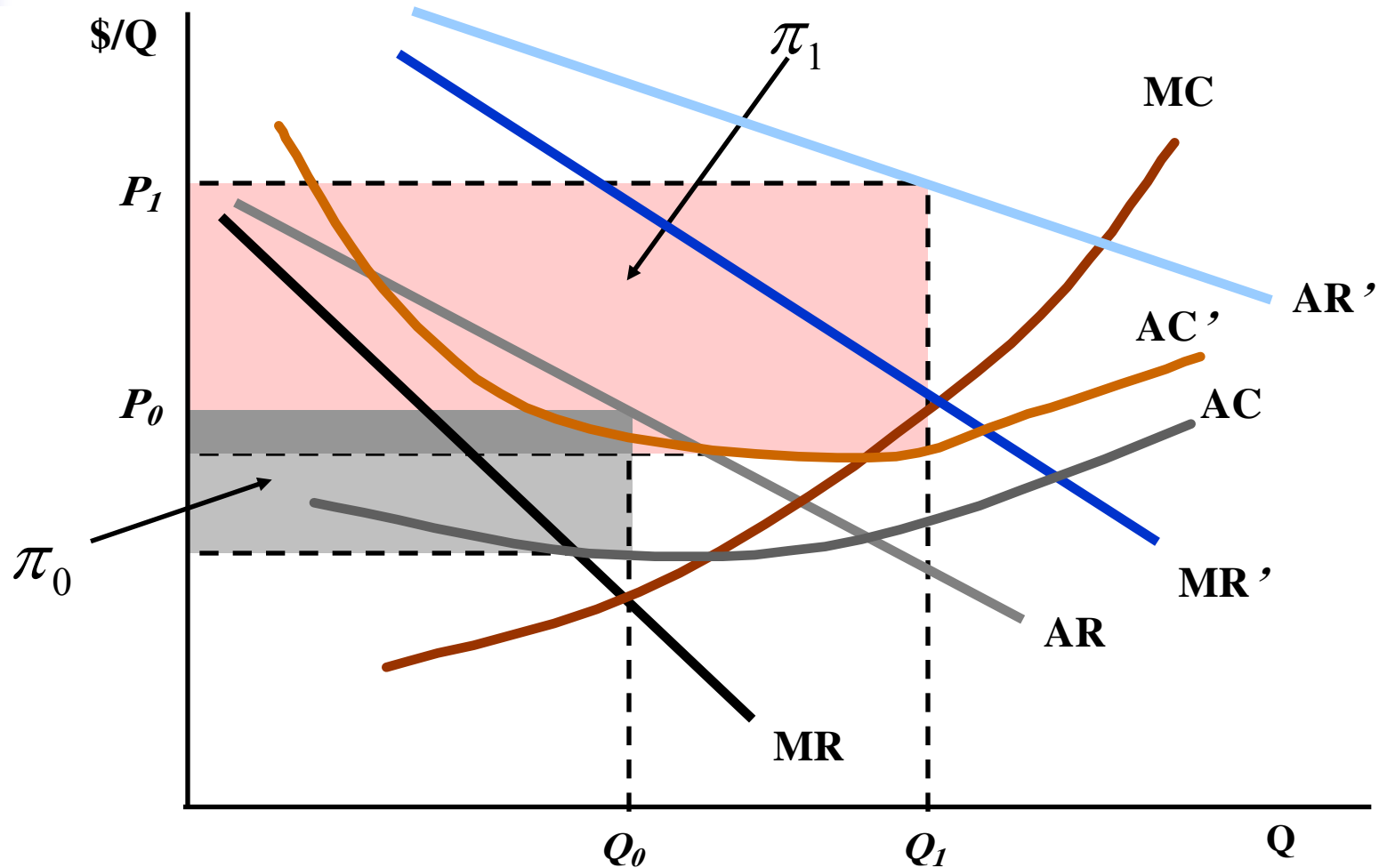
- Các giả định

- Doanh nghiệp chỉ định ra một mức giá

- Doanh nghiệp đã biết  $Q(P,A)$

Lượng cầu tùy thuộc vào giá và quảng cáo như thế nào?

# Tác động của quảng cáo

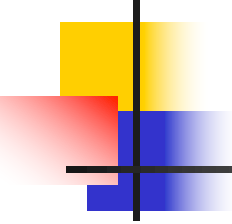


# Quảng cáo

---

- Lựa chọn giá bán và chi phí quảng cáo

$$\pi = PQ(P, A) - C(Q) - A$$
$$P \frac{\Delta Q}{\Delta A} = 1 + MC \frac{\Delta Q}{\Delta A}.$$



# Quảng cáo

---

- Một quy tắc kinh nghiệm về quảng cáo

$$(P - MC) \frac{\Delta Q}{\Delta A} = 1$$

$$\frac{P - MC}{P} \left[ \frac{A}{Q} \frac{\Delta Q}{\Delta A} \right] = \frac{A}{PQ}$$

Mà  $\frac{A}{Q} \frac{\Delta Q}{\Delta A} = E_A$  và  $\frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_P}$

Nên  $\frac{A}{PQ} = -\frac{E_A}{E_P}$

# Quảng cáo

---

- Ví dụ

- $R(Q) = \$1 \text{ triệu/năm}$

- $A = \$10.000$  (quảng cáo = 1% doanh thu)

- $E_A = 0,2; E_P = -4$

Doanh nghiệp có nên tăng chi phí quảng cáo?

- $A/PQ = -(0,2/-4) = 0,05 = 5\%$

- Chi phí quảng cáo nên tăng lên \$50.000