

# Thị trường độc quyền bán

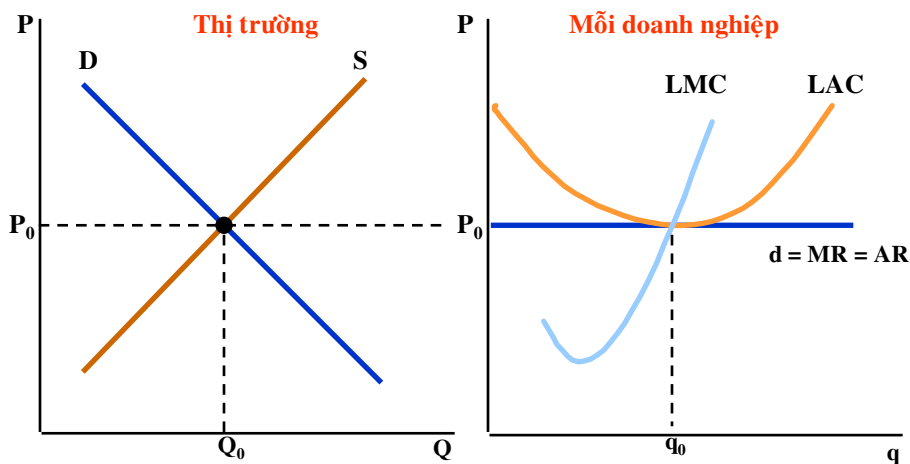
## Các chủ đề thảo luận

- Độc quyền bán
- Nguyên nhân tồn tại độc quyền
- Tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền bán
- Độc quyền với nhiều nhà máy trực thuộc
- Đo lường sức mạnh độc quyền
- Tổ thất xã hội do sức mạnh độc quyền bán
- Kiểm soát độc quyền

## Nhớ lại thị trường cạnh tranh hoàn hảo

- Sản phẩm đồng nhất
- Có rất nhiều người mua và người bán
- Thông tin hoàn hảo
- Doanh nghiệp là người chấp nhận giá
- $P = LMC = LAC$
- Doanh nghiệp có lợi nhuận kinh tế = 0 trong dài hạn

## Thị trường cạnh tranh hoàn hảo



## Độc quyền bán

- 1) Một người bán – Nhiều người mua
- 2) Một sản phẩm (không có sản phẩm thay thế tốt)
- 3) Có những rào cản các doanh nghiệp khác gia nhập ngành



## Độc quyền bán

- Các rào cản gia nhập ngành hay lý do tồn tại độc quyền
  - Kinh tế (ngành độc quyền tự nhiên)
  - Kỹ thuật.
  - Pháp lý

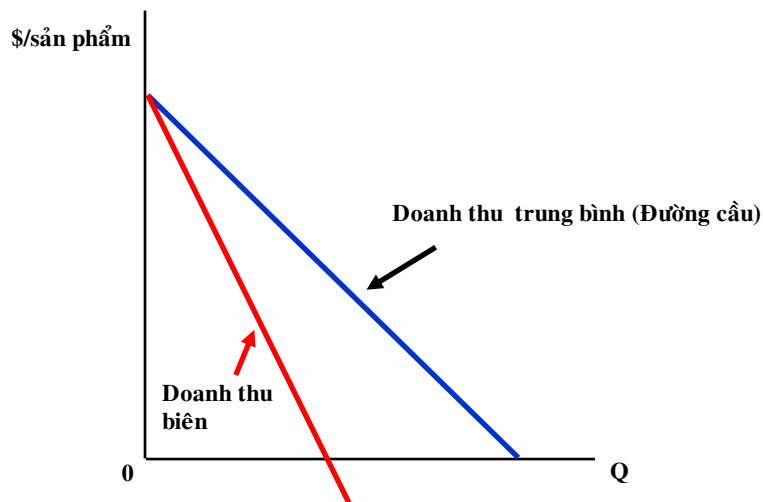
## Độc quyền bán

- Xác định doanh thu biên
  - Là nhà sản xuất duy nhất, nhà độc quyền bán sẽ căn cứ vào cầu thị trường để quyết định mức sản lượng và giá bán.
  - Giả sử một doanh nghiệp có đường cầu:
 
$$P = 11 - Q$$

### Tổng doanh thu, doanh thu biên và doanh thu trung bình

| Giá<br>$P$ | Lượng<br>$Q$ | Tổng<br>Doanh thu<br>$TR$ | Doanh thu<br>biên<br>$MR$ | Doanh thu<br>trung bình<br>$AR$ |
|------------|--------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| 10         | 1            | 10                        | 10                        | 10                              |
| 9          | 2            | 18                        | 8                         | 9                               |
| 8          | 3            | 24                        | 6                         | 8                               |
| 7          | 4            | 28                        | 4                         | 7                               |
| 6          | 5            | 30                        | 2                         | 6                               |
| 5          | 6            | 30                        | 0                         | 5                               |
| 4          | 7            | 28                        | -2                        | 4                               |
| 3          | 8            | 24                        | -4                        | 3                               |

## Doanh thu trung bình và doanh thu biên

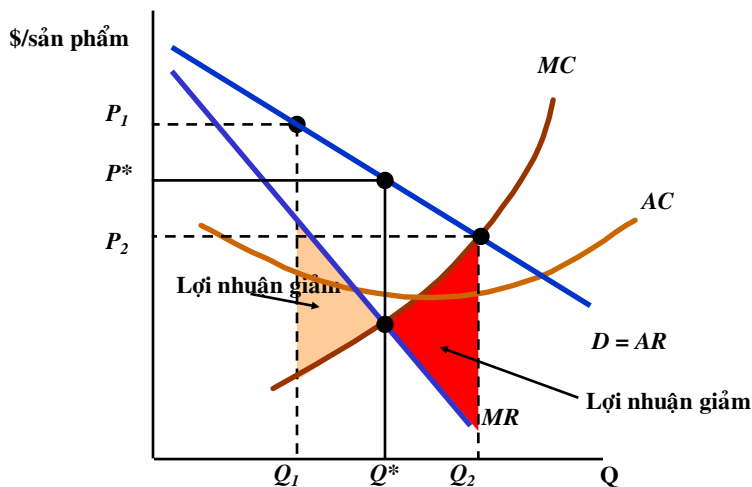


## Độc quyền bán

### ■ Nhận xét

- 1) Khi giá giảm sẽ tăng được sản lượng bán
- 2)  $MR < P$
- 3) So sánh với cạnh tranh hoàn hảo
  - Giá không đổi khi số lượng bán thay đổi
  - $MR = P$

## Lợi nhuận đạt tối đa khi doanh thu biên bằng chi phí biên



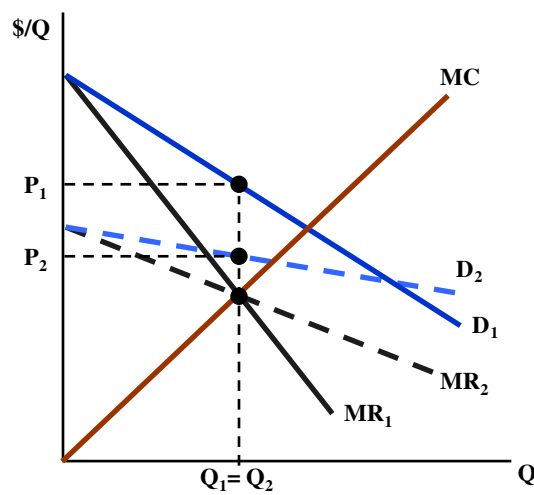
## Tối đa hoá lợi nhuận

- $Q < Q^*$ , do  $MC < MR$  nên khi **tăng** sản lượng lợi nhuận sẽ tăng thêm.
- $Q > Q^*$ , do  $MC > MR$  nên khi **giảm** sản lượng lợi nhuận sẽ tăng thêm.
- $Q = Q^*$  thoả điều kiện  $MC = MR$  thì lợi nhuận đạt tối đa

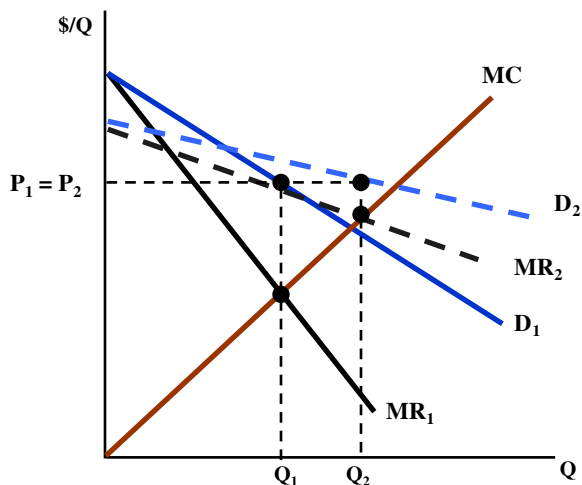
## Độc quyền bán

- So sánh giá độc quyền bán với giá cạnh tranh hoàn hảo:
  - Độc quyền bán  
 $P > MC$
  - Cạnh tranh hoàn hảo  
 $P = MC$

## Đường cầu dịch chuyển làm thay đổi giá nhưng sản lượng vẫn không đổi



## Đường cầu dịch chuyển làm thay đổi sản lượng nhưng giá vẫn không đổi



## Độc quyền bán

### ■ Nhận xét

- Dịch chuyển đường cầu thường gây ra sự thay đổi cả về giá và lượng.
- Ở thị trường độc quyền bán không có đường cung vì khi cầu thay đổi:
  - Nhà độc quyền bán có thể cung cấp các mức sản lượng khác nhau ở cùng một mức giá.
  - Nhà độc quyền bán có thể cung cấp cùng một mức sản lượng nhưng ở các mức giá khác nhau.



## Doanh nghiệp có nhiều nhà máy trực thuộc

- Đối với nhiều công ty, quá trình sản xuất được thực hiện ở hai hay nhiều nhà máy, do đó chi phí sản xuất có thể khác nhau.
- Chọn tổng sản lượng và sản lượng ở mỗi nhà máy theo quy tắc:
  - Chi phí biên ở các nhà máy bằng nhau.
  - Chi phí biên bằng doanh thu biên

## Độc quyền bán

**Doanh nghiệp có nhiều nhà máy**

$$\pi = PQ_T - C_1(Q_1) - C_2(Q_2)$$

$$\frac{\Delta\pi}{\Delta Q_1} = \frac{\Delta(PQ_T)}{\Delta Q_1} - \frac{\Delta C_1}{\Delta Q_1} = 0$$

$$\Rightarrow MR = MC_1$$

## Độc quyền bán

**Doanh nghiệp có nhiều nhà máy**

$$\pi = PQ_T - C_1(Q_1) - C_2(Q_2)$$

$$\frac{\Delta\pi}{\Delta Q_2} = \frac{\Delta(PQ_T)}{\Delta Q_2} - \frac{\Delta C_2}{\Delta Q_2} = 0$$

$$\Rightarrow MR = MC_2$$

3.12.2010

Đặng Văn Thanh

19

## Độc quyền bán

**Doanh nghiệp có nhiều nhà máy**

Điều kiện tối đa hoá lợi nhuận:

$$MR = MC_1$$

$$MR = MC_2$$

$$MR = MC_1 = MC_2$$

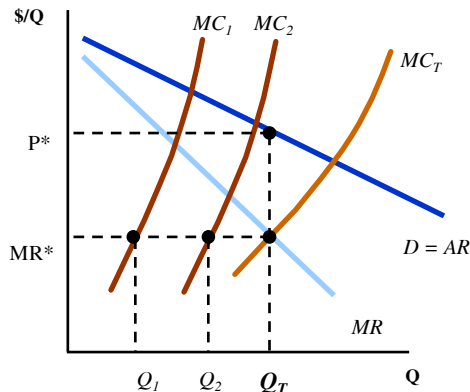
## Sản xuất với hai nhà máy

**Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận:**

$$1) Q_1 + Q_2 = Q_T$$

$$MC_T = MC_1 = MC_2$$

$$2) MC_T = MC_1 = MC_2 = MR$$



## Sức mạnh độc quyền bán

- Đo lường sức mạnh độc quyền
  - Trong trường hợp cạnh tranh hoàn hảo:  $P = MR = MC$
  - Sức mạnh độc quyền bán:  $P > MC$

## Sức mạnh độc quyền bán

- Hệ số đo lường sức mạnh độc quyền bán
  - $L = (P - MC)/P$ 
    - Giá trị  $L$  càng lớn (trong khoảng 0 tới 1) thể lực độc quyền bán càng lớn.
  - $L$  biểu diễn theo độ co giãn của cầu theo giá
    - $L = (P - MC)/P = -1/E_p$
    - $E_p$  là độ co giãn của cầu đối với một doanh nghiệp, không phải đối với thị trường

## Sức mạnh độc quyền bán

- Sức mạnh độc quyền bán không bảo đảm doanh nghiệp có lợi nhuận.
- Lợi nhuận phụ thuộc vào mối tương quan giữa chi phí bình quân với giá cả.

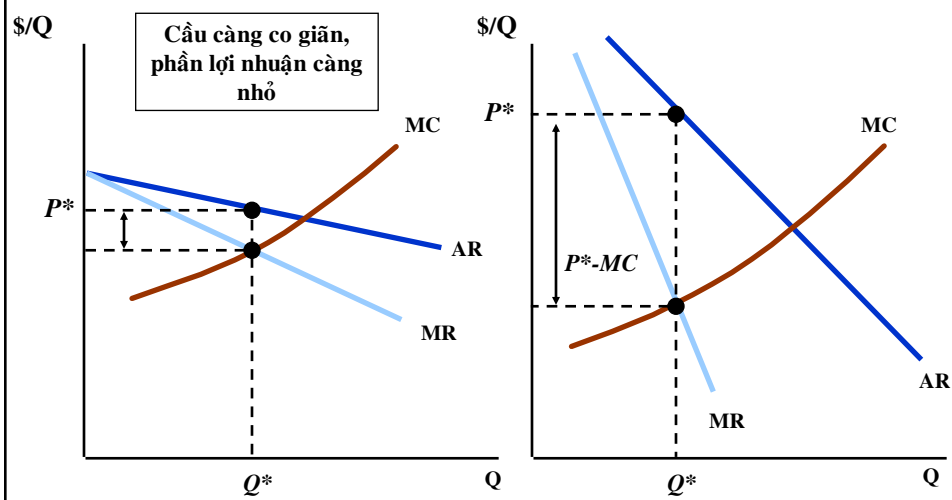
## Sức mạnh độc quyền bán

- Quy tắc về dấu hiệu định giá

$$P = \frac{MC}{1 + \frac{1}{E_p}}$$

- Việc định giá đối với doanh nghiệp độc quyền bán
  - Nếu  $E_p$  lớn, lợi nhuận nhỏ
  - Nếu  $E_p$  nhỏ, lợi nhuận lớn

## Độ co giãn của cầu và lợi nhuận



## Nguồn gốc sức mạnh độc quyền bán

- Tại sao một số doanh nghiệp lại có sức mạnh độc quyền bán đáng kể, còn một số khác lại có ít hoặc không có?
- Sức mạnh độc quyền bán của một doanh nghiệp được quyết định bởi độ co giãn của cầu của doanh nghiệp đó.

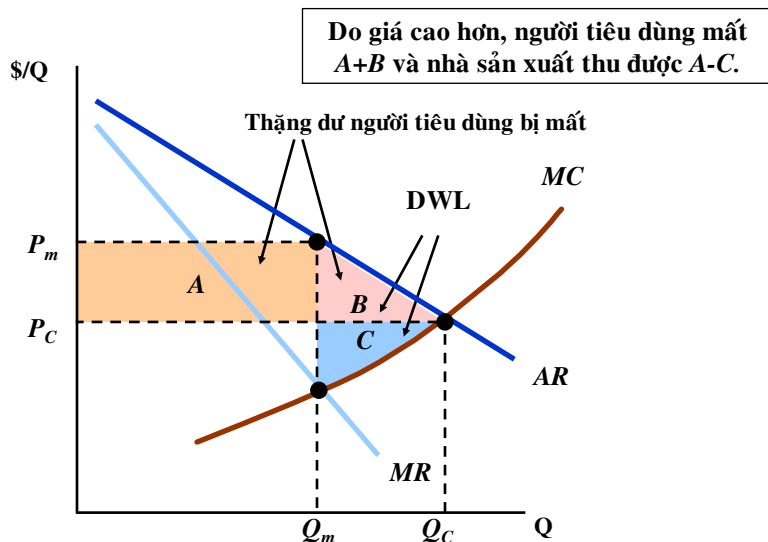
## Nguồn gốc sức mạnh độc quyền bán

- Độ co giãn cầu của doanh nghiệp phụ thuộc vào:
  - 1) Độ co giãn cầu của thị trường
  - 2) Số lượng các doanh nghiệp
  - 3) Sự tương tác giữa các doanh nghiệp

## Tổn thất xã hội do sức mạnh độc quyền bán

- Sức mạnh độc quyền bán làm cho giá cả cao hơn và lượng sản phẩm ít hơn.
- Sức mạnh độc quyền bán thường làm cho người tiêu dùng bị thiệt và nhà sản xuất được lợi
- Tính chung lại, phúc lợi xã hội tốt hơn hay xấu đi so với cạnh tranh?

## Tổn thất xã hội do sức mạnh độc quyền bán





## Tổn thất phúc lợi xã hội do độc quyền bán

- Giá cả độc quyền ( $P_M$ ) cao hơn giá cạnh tranh ( $P_C$ ) hoặc chi phí biên ( $MC$ )
  - Sản lượng độc quyền thấp hơn sản lượng có tính cạnh tranh. ( $Q_M < Q_C$ )
  - Giá cao làm cho nhà độc quyền có lợi nhuận vượt trội từ việc chiếm giữ thặng dư của người tiêu dùng
  - Sức mạnh độc quyền bán gây ra tổn thất vô ích
- Tổng quát: Sử dụng nguồn lực kém hiệu quả (quá ít)



## Mục đích kiểm soát độc quyền

- Giá độc quyền thấp hơn, gần với giá cạnh tranh ( $P_C$ ) hoặc chi phí biên ( $MC$ )
- Gia tăng sản lượng đến  $Q_C$
- Điều tiết lợi nhuận vượt trội của độc quyền để chi dùng chung cho xã hội.
- Giảm tổn thất vô ích

Tổng quát: Sử dụng nguồn lực hiệu quả hơn





## Biện pháp kiểm soát độc quyền

---

- Quy định giá tối đa
- Điều tiết thuế
- Luật chống độc quyền (Luật cạnh tranh)

3.12.2010

33