

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

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



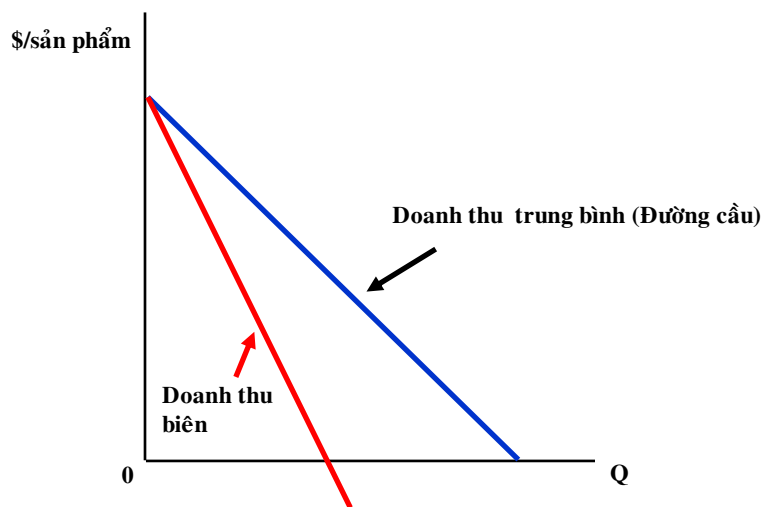
Độc quyền bán

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

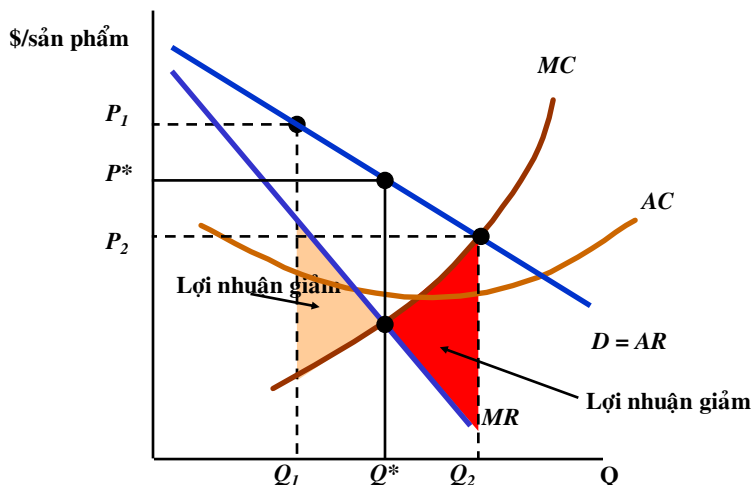
Tổng doanh thu, doanh thu biên và doanh thu trung bình

Giá <i>P</i>	Lượng <i>Q</i>	Tổng Doanh thu <i>TR</i>	Doanh thu biên <i>MR</i>	Doanh thu trung bình <i>AR</i>
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



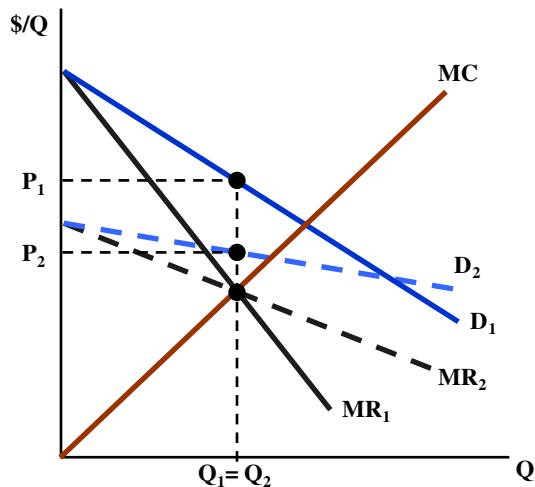
Lợi nhuận đạt tối đa khi doanh thu biên bằng chi phí biên



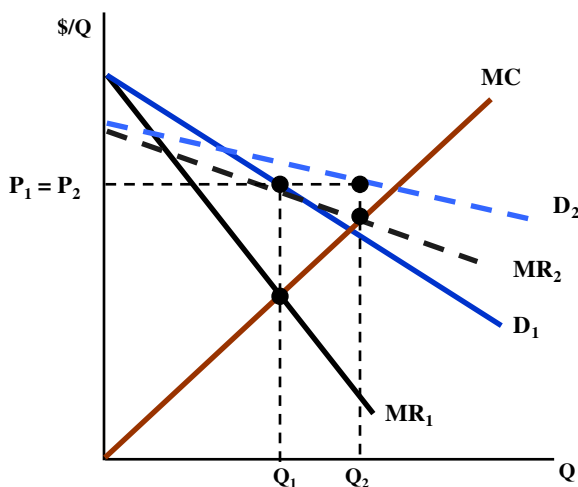
Tối đa hoá lợi nhuận

- $Q < Q^*$, 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

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

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

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

$$\Rightarrow MR = MC_2$$

Độc quyền bán

Doanh nghiệp có nhiều nhà máy

Điều kiện tối đa hoá lợi nhuận:

$$MR = MC_1$$

$$MR = MC_2$$

$$MR = MC_1 = MC_2$$

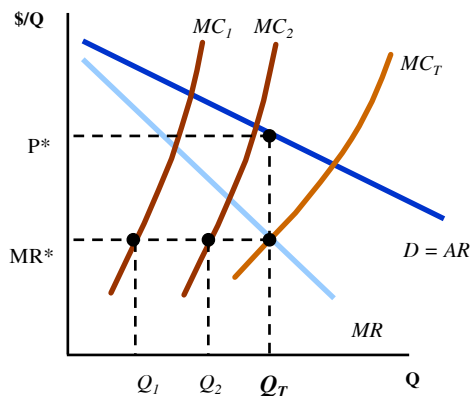
Sản xuất với hai nhà máy

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.

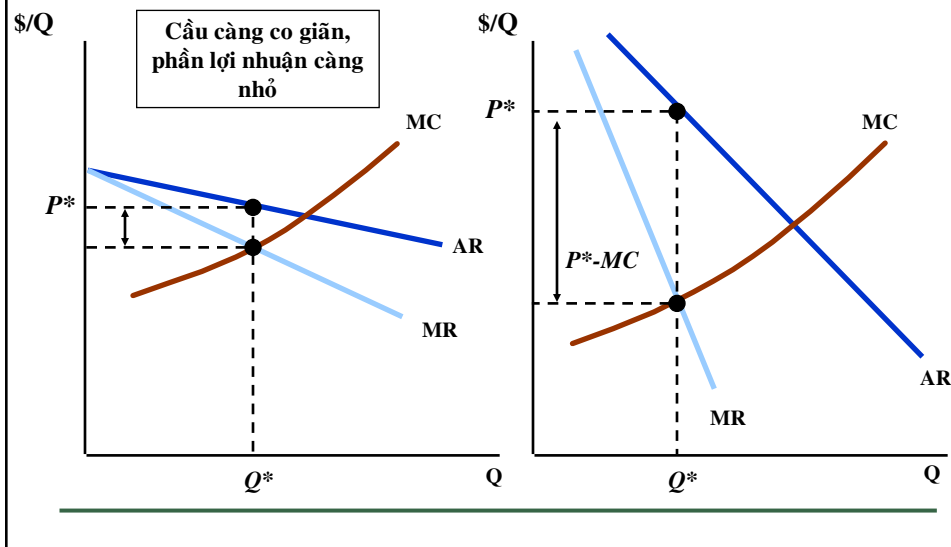
Sức mạnh độc quyền bán

- Quy tắc về dấu hiệu định giá

$$P = \frac{MC}{1 + (1/E_p)}$$

- 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



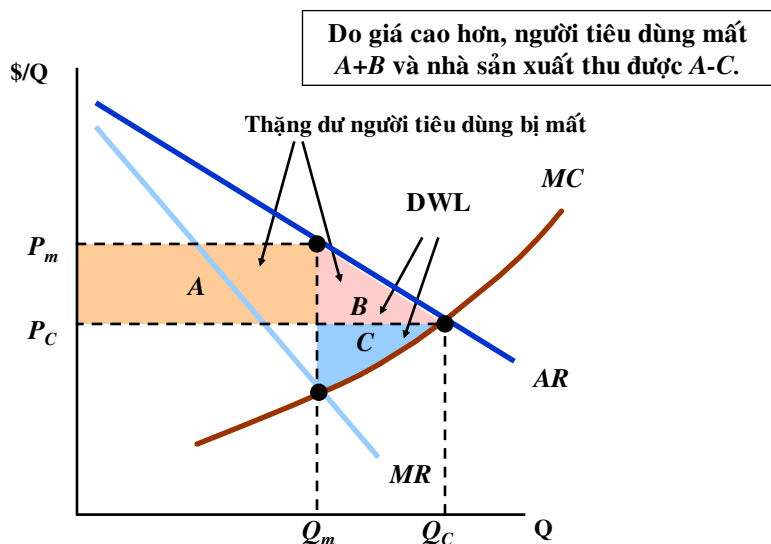
Nguồn gốc sức mạnh độc quyền bán

- 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





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

- Điều tiết (Giá tối đa, thuế)
- Sở hữu nhà nước
- Luật chống độc quyền (Luật cạnh tranh)

4.12.2011

27