

CHƯƠNG V: CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG

MỤC ĐÍCH

2

- Phân loại thị trường và phân tích cạnh tranh trong cấu trúc thị trường.
- Xác định đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo.
- Phân tích hành vi của doanh nghiệp và cân bằng ngắn hạn trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền hoàn toàn.
- Giải thích sự không hữu hiệu của độc quyền làm phát sinh tổn thất lợi ích ròng xã hội.

PHÂN LOẠI THỊ TRƯỜNG

3

Cấu trúc thị trường được phân chia dựa vào:

- **Số lượng người mua và bán trên thị trường:** nhiều hay ít.
- **Đặc trưng của sản phẩm:** sản phẩm đồng nhất (tương tự nhau), sản phẩm phân biệt, tiêu chuẩn, hay sản phẩm duy nhất (không có sản phẩm thay thế).

Trên cơ sở đó, thị trường được phân chia thành:

- Thị trường **Cạnh tranh hoàn hảo.**
- Thị trường **Độc quyền.**
- Thị trường **Cạnh tranh độc quyền**
- Thị trường **Độc quyền cạnh tranh**

Yếu tố cạnh tranh	Cạnh tranh hoàn hảo	Bán cạnh tranh	Bán độc quyền	Độc quyền
Số lượng doanh nghiệp	Rất nhiều	Nhiều	Ít	Duy nhất
Đặc điểm sản phẩm	Đồng nhất	Phân biệt	Phân biệt, tiêu chuẩn	Duy nhất
Cạnh tranh giá	Không quan trọng	Rất quan trọng	Ít	Không quan trọng
Rào cản thị trường	Không	Ít	Nhiều	Rất nhiều
Cạnh tranh phi giá	Không	Rất quan trọng	Quan trọng	Không quan trọng
Sản phẩm điển hình	Nông nghiệp	Bán lẻ	Công nghiệp	Công cộng

I. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH HOÀN HẢO

6

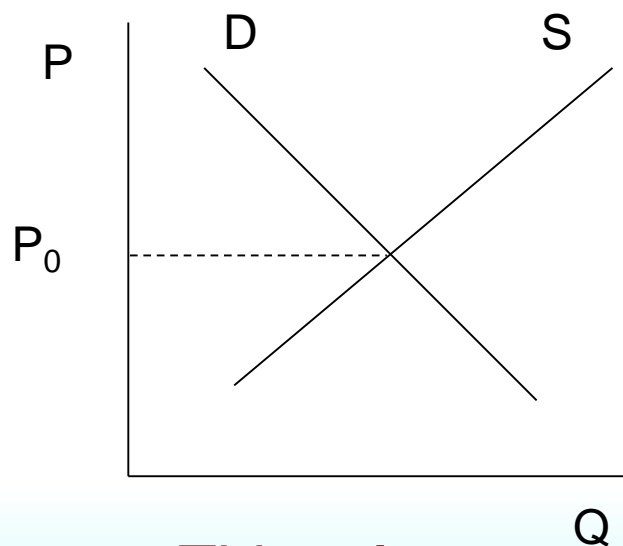
1. Đặc trưng của thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

- Có rất nhiều người bán và rất nhiều người mua.
- Cùng mua bán một loại sản phẩm đồng nhất.
- Thông tin thị trường là rất hoàn hảo.
- Không có rào cản thị trường (Các DN tự do gia nhập và rút lui dễ dàng)

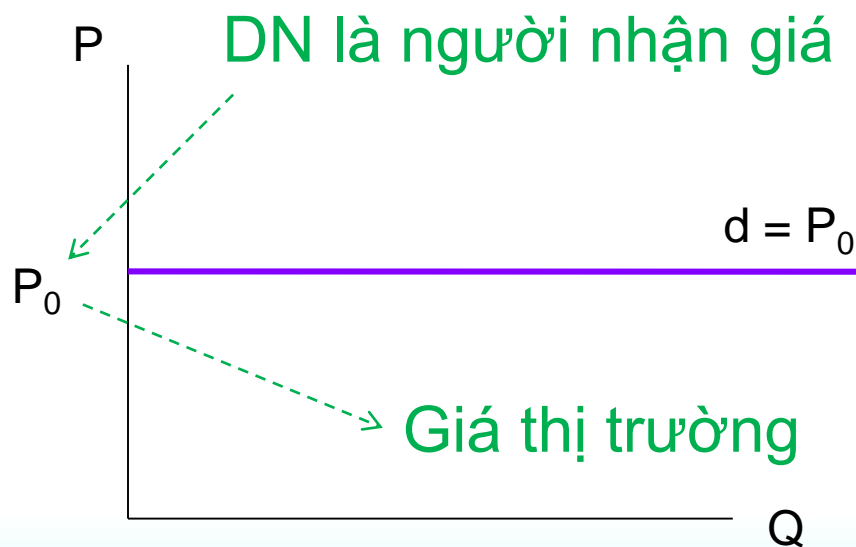
2. Đặc trưng của Doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo:

7

- Doanh nghiệp chấp nhận giá thị trường vì sản lượng của DN là rất nhỏ so với sản lượng của thị trường.
- Đường cầu của DN là một đường thẳng nằm ngang



Thị trường



Doanh nghiệp

Đường doanh thu biên của doanh nghiệp

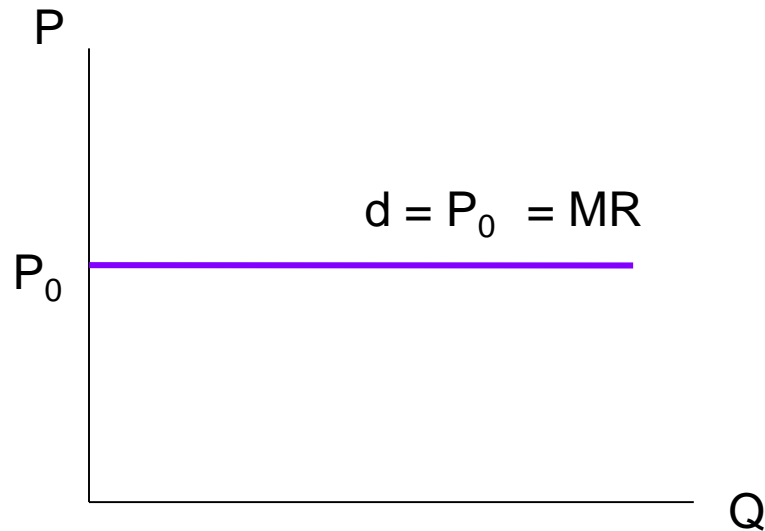
8

$$MR = TR' = (P.Q)' = P'.Q + Q'.P$$

Vì P là hằng số

$$\rightarrow MR = 0 + P = P$$

$$\rightarrow MR = (d)$$



3. Tối đa hóa lợi nhuận của DN CTHH

9

- Mục tiêu: $\Pi_{\max} \Leftrightarrow MR = MC$

Duy nhất trong thị trường CTHH: $MR = P = (d)$

$$\rightarrow \Pi_{\max} \Leftrightarrow P = MC$$

Trong thực tế có 3 trường hợp có thể xảy ra:

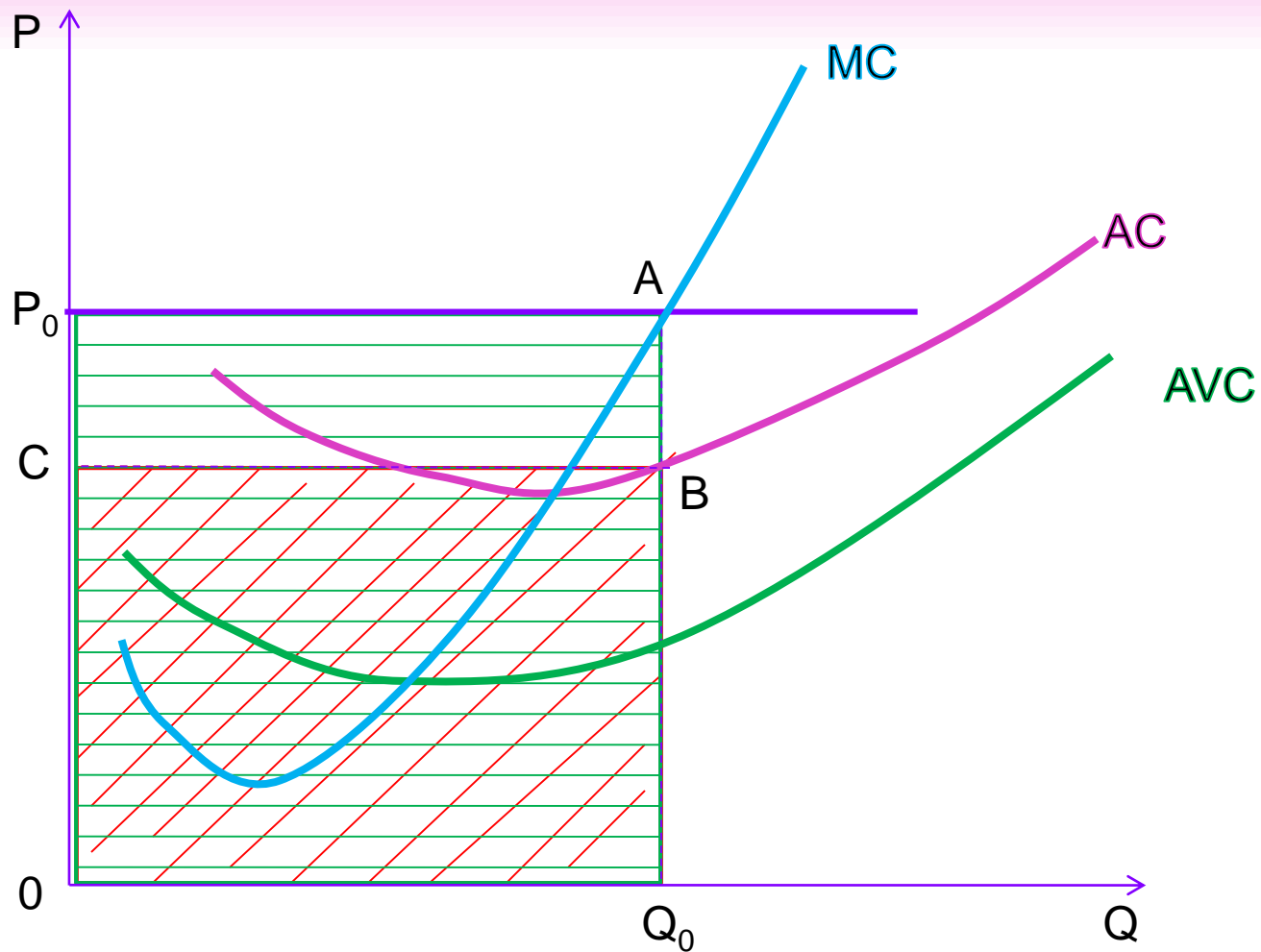
- $\Pi > 0$: $TR > TC \rightarrow P.Q > AC.Q \rightarrow P > AC$
- $\Pi = 0$: $P = AC$
- $\Pi < 0$: $P < AC$ (?) \rightarrow DN nên đóng cửa hay nên tiếp tục sản xuất?

4. Lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

10

a) Doanh nghiệp sẽ tối đa hóa lợi nhuận:

Nếu giá thị trường là $P_0 > AC_{\min}$ thì DN sẽ cung ứng mức sản lượng là Q_0 , với $P_0 = MR_0$

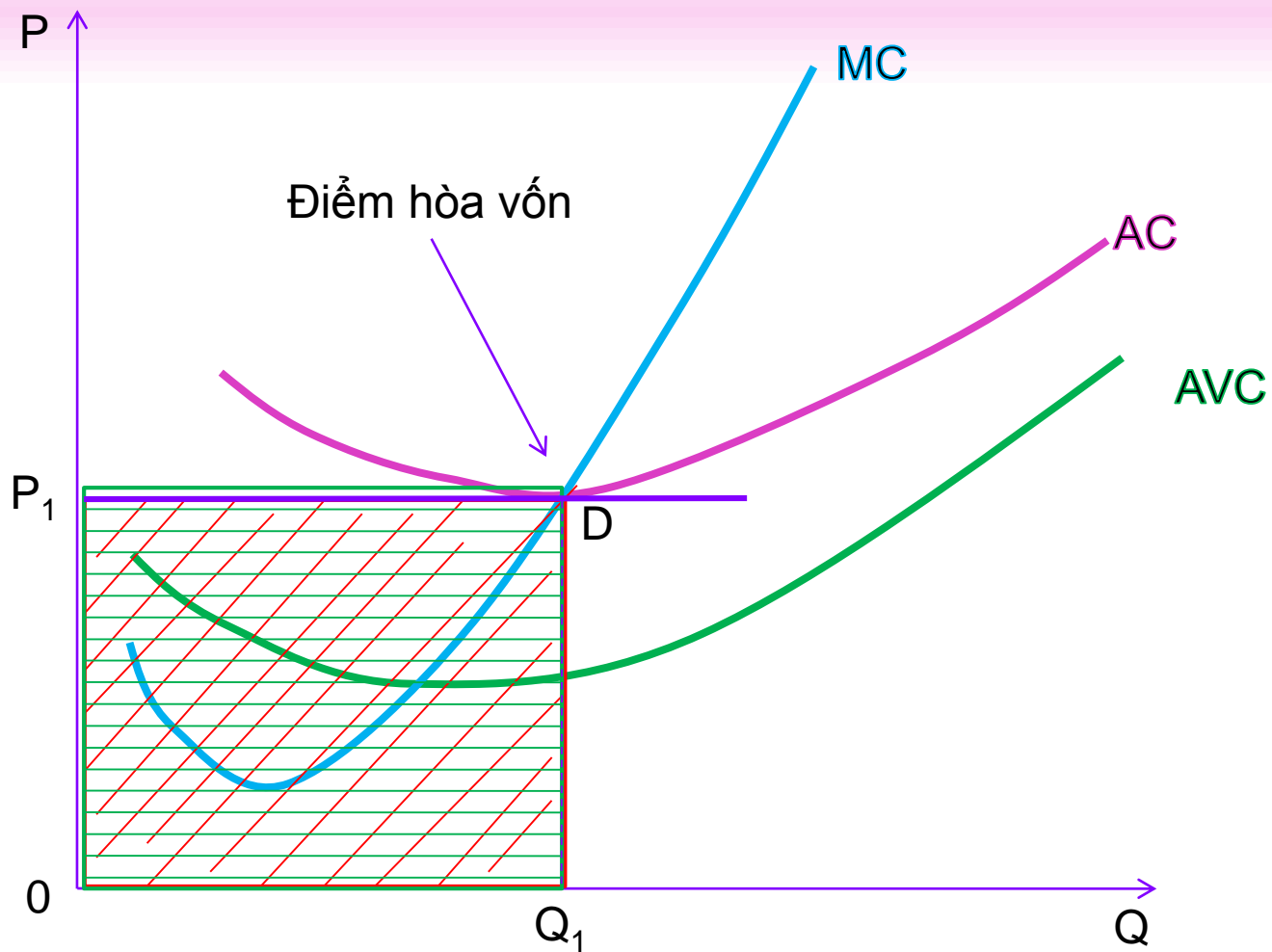


$$\left. \begin{aligned} TC &= AC \cdot Q_0 = S(0CBQ_0) \\ TR &= P_0 \cdot Q_0 = S(0P_0AQ_0) \end{aligned} \right\} \Rightarrow \Pi = TR - TC = S(CP_0AQ_0) > 0$$

b) Doanh nghiệp hòa vốn

12

Nếu giá thị trường là $P_1 = AC_{\min}$ thì DN sẽ cung ứng mức sản lượng là Q_1 với $MC = MR_1 = P_1$

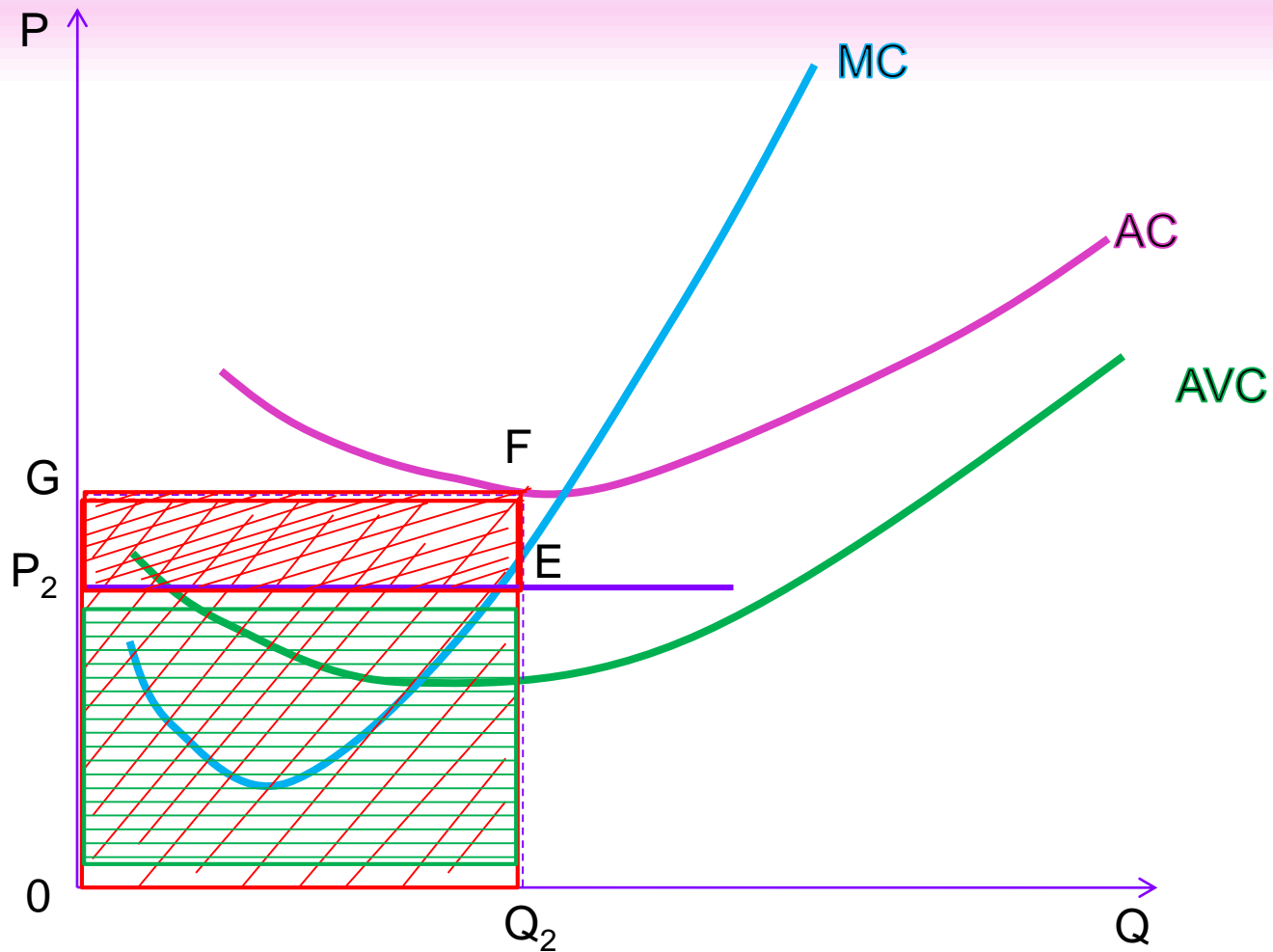


$$\left. \begin{array}{l} TC = AC \cdot Q_1 = S(0P_1DQ_1) \\ TR = P_1 \cdot Q_1 = S(0P_1DQ_1) \end{array} \right\} \Rightarrow \Pi = TR - TC = 0$$

c) Doanh nghiệp tối thiểu hóa lỗ

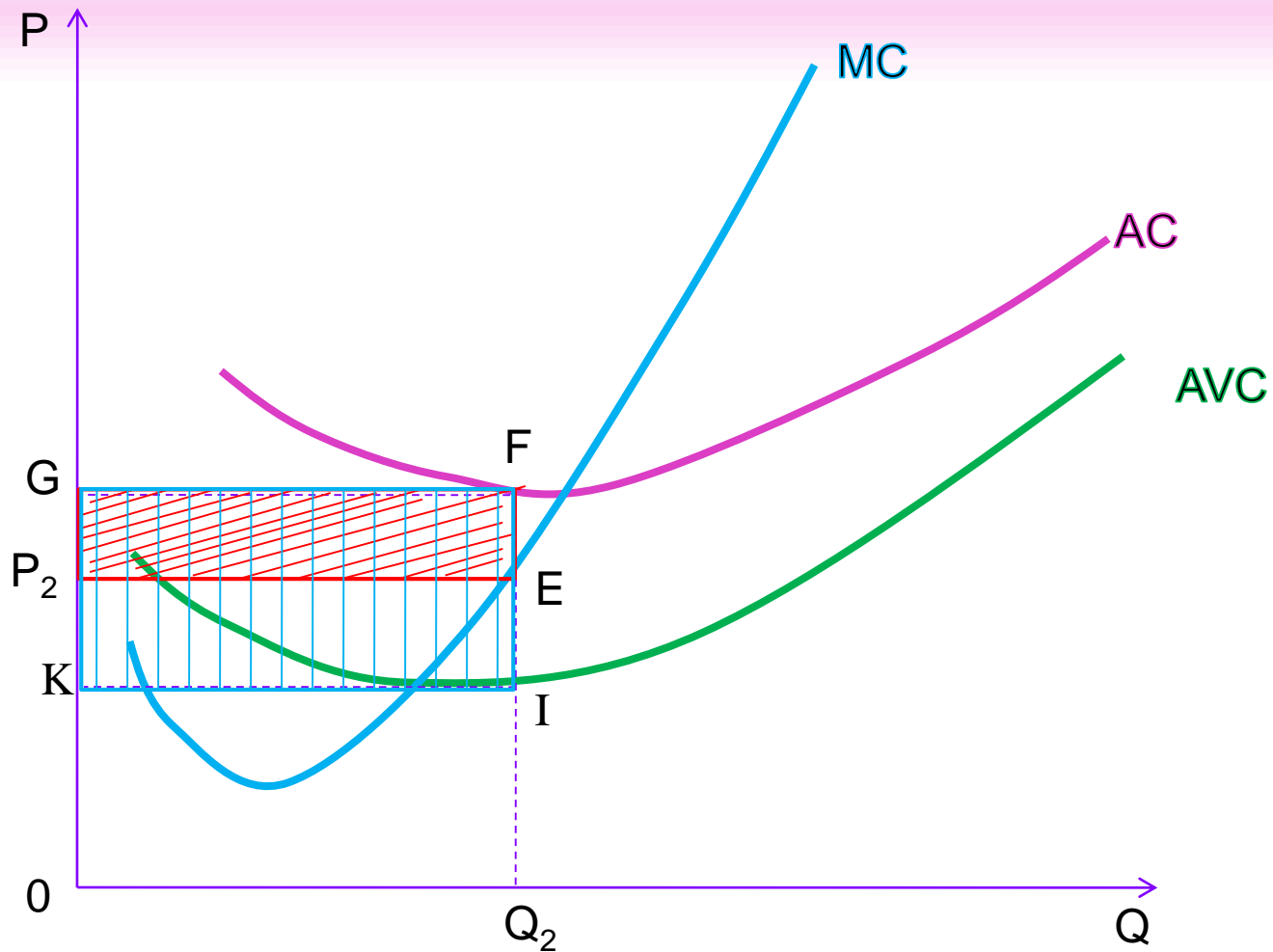
14

Nếu giá thị trường là $AVC_{\min} < P_2 < AC_{\min}$
thì DN sẽ cung ứng mức sản lượng là Q_2
với $MC = MR_2 = P_2$



$$\left. \begin{array}{l} TC = AC \cdot Q_2 = S(0GFQ_2) \\ TR = P_2 \cdot Q_2 = S(0P_2EQ_2) \end{array} \right\} \rightarrow \Pi = TR - TC = -S(P_2GFE)$$

$\Pi = TR - TC = -S(P_2GFE) \rightarrow$ DN lỗ phần $S(P_2GFE)$?



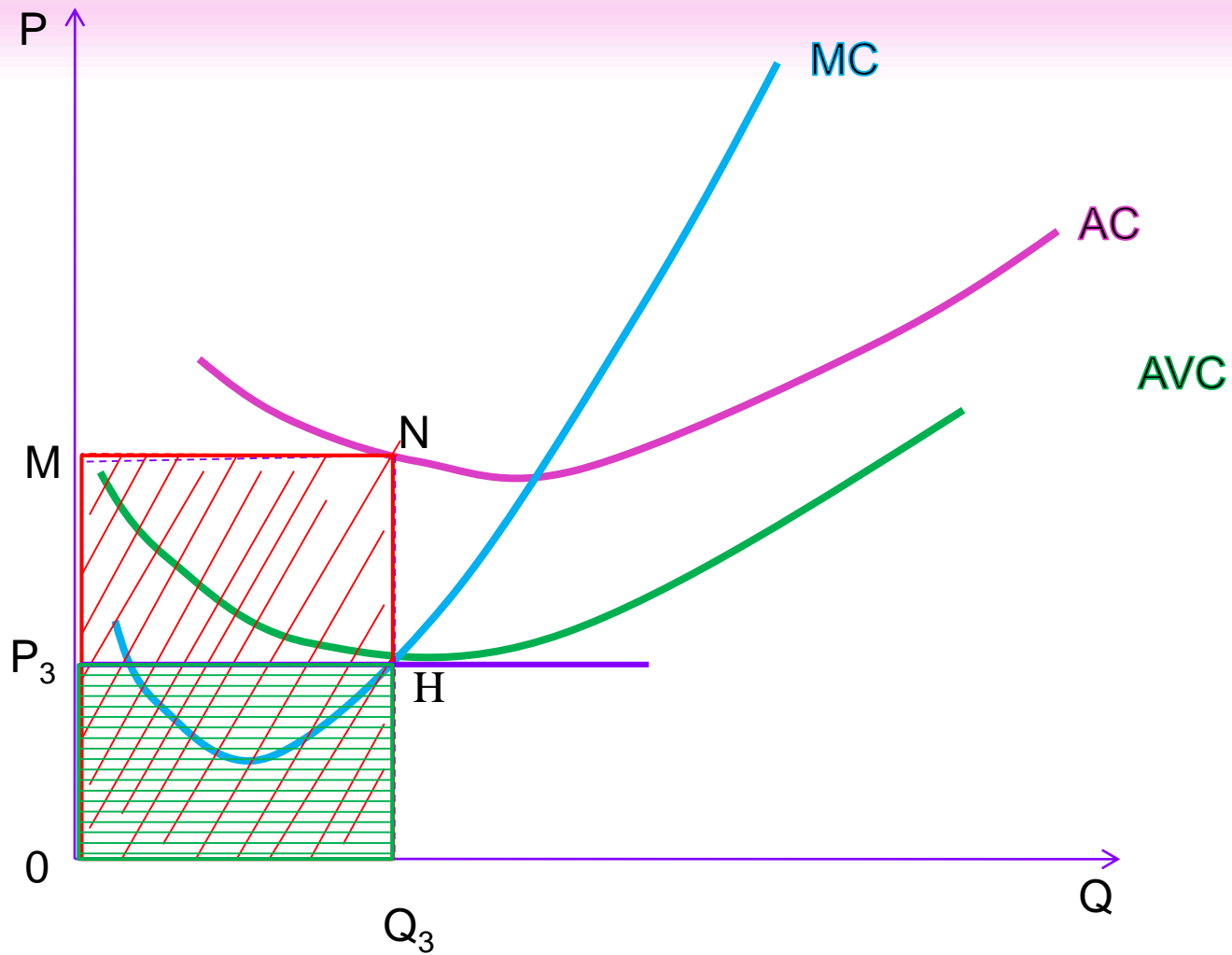
$\Pi = TR - TC = -S(P_2GFE) \rightarrow$ DN lỗ phần $S(P_2GFE)$?

$FC = (AC - AVC) \cdot Q = S(KGFI) \rightarrow$ DN bù lỗ được 1 phần = $S(KP_2EI) \rightarrow$ DN tiếp tục sản xuất.

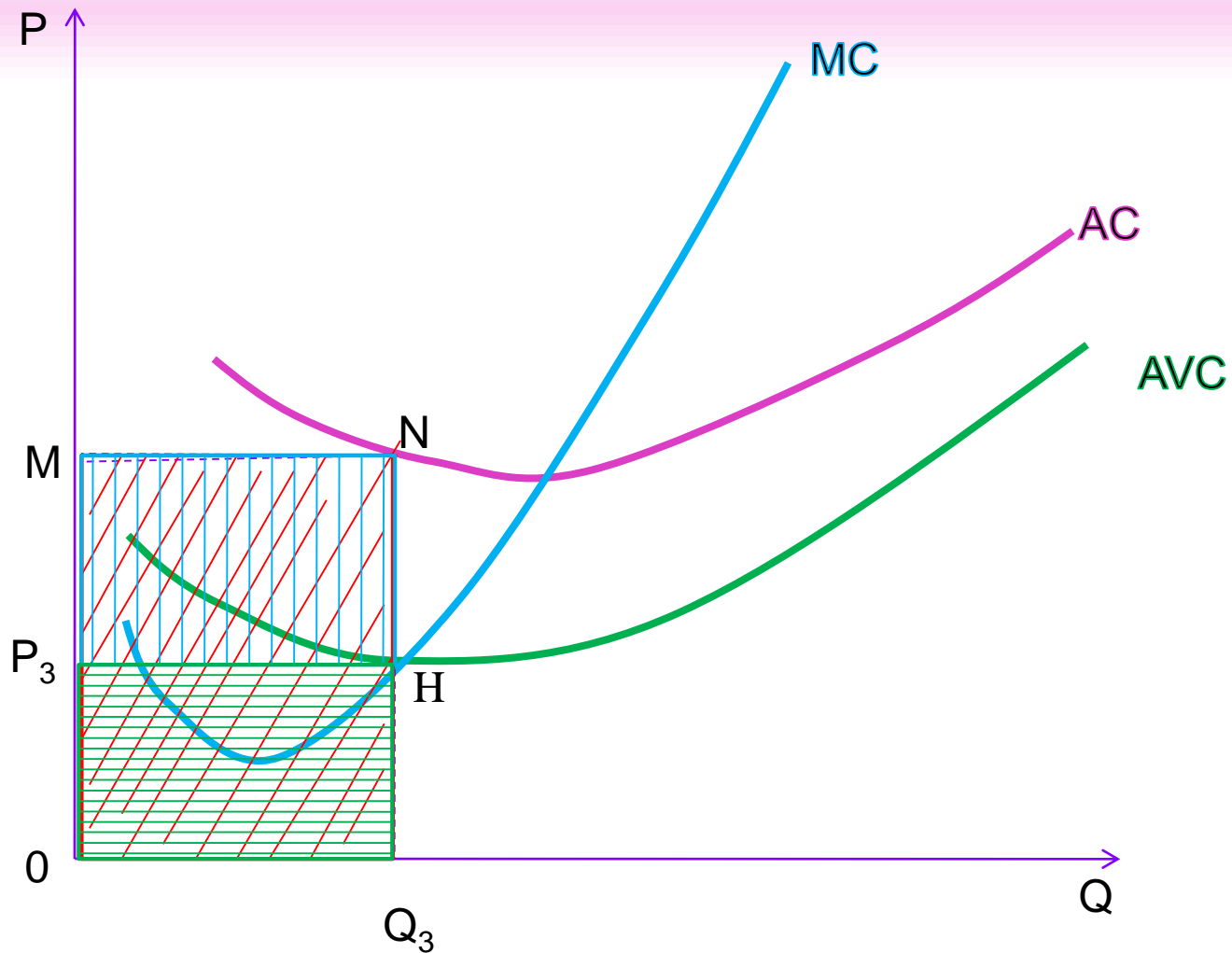
d) Doanh nghiệp ngừng sản xuất

17

Nếu giá thị trường là $P_3 = AVC_{\min}$ thì DN sẽ cung ứng mức sản lượng là Q_3 với $MC = MR_3 = P_3$

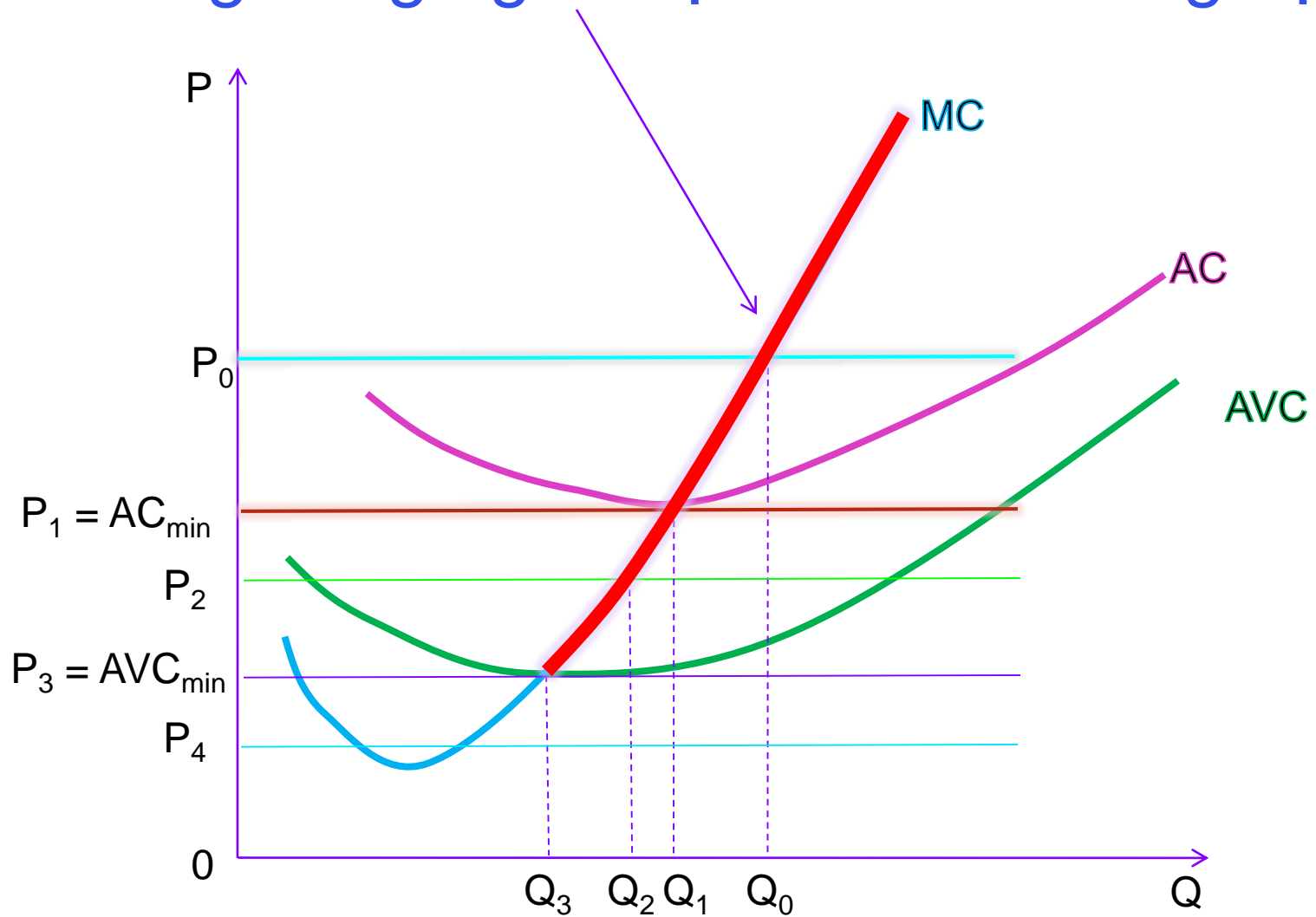


$$\left. \begin{aligned} TC &= AC \cdot Q_3 = S(0MNQ_3) \\ TR &= P_3 \cdot Q_3 = S(0P_3HQ_3) \end{aligned} \right\} \Rightarrow \Pi = TR - TC = -S(P_3MNH)$$



$\Pi = TR - TC = -S(P_2GFE) \rightarrow$ DN lỗ phần $S(P_3MNH)$?
 $FC = (AC - AVC) \cdot Q_3 = S(P_3MNH) \rightarrow$ DN lỗ bằng phần
 $FC \rightarrow$ DN nên ngừng sản xuất.

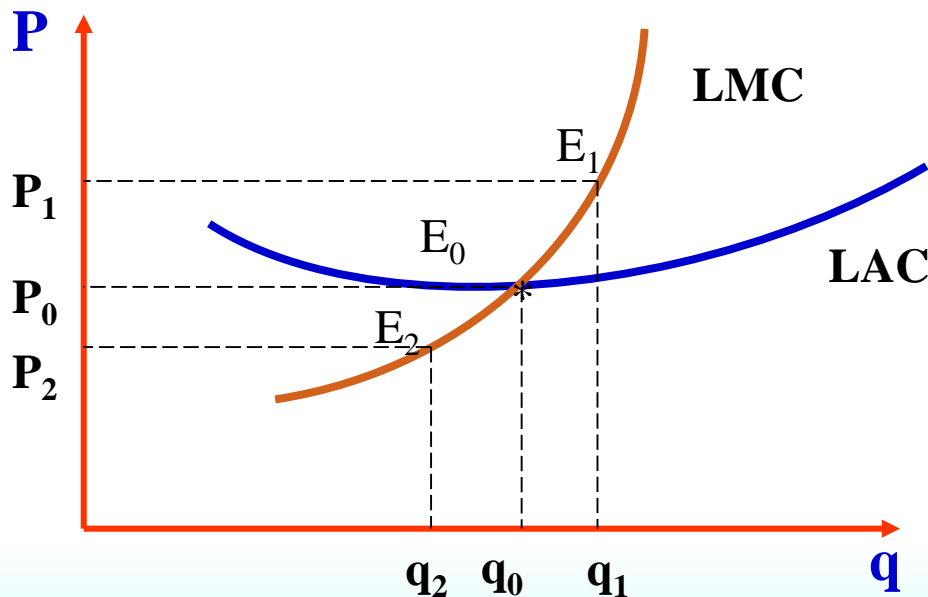
5. Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp



DN cạnh tranh hoàn hảo sẽ SX tại mức giá $P > AVC$

Đường cung dài hạn của doanh nghiệp.

Đường cung dài hạn của DN trong TT CTHH là đường chi phí biên của nó, đoạn ứng với các mức giá cao hơn mức giá nhập ngành (xuất ngành) ($P = LAC_{\min}$)



$P_0 = LAC_{\min} :$

Mức giá nhập ngành
hay xuất ngành

6. Ưu và nhược điểm của thị trường cạnh tranh hoàn toàn

22

□ Ưu điểm:

- Áp lực cạnh tranh là động lực cho sự phát triển, cạnh tranh sẽ dẫn đến giảm giá, giảm chi phí sản xuất, nhà sản xuất sẽ phải cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm.
- Người tiêu dùng sẽ có lợi trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo vì họ sẽ mua nhiều sản phẩm với mức giá ngày càng giảm.
- Nhà SX dễ dàng tham gia vào thị trường để kiếm lợi nhuận, việc sử dụng tài nguyên ngày càng có hiệu quả hơn.

□ Nhược điểm:

Là việc đóng cửa sản xuất, rời khỏi kinh doanh hay phá sản doanh nghiệp đều là những tín hiệu để báo cho nhà sản xuất biết rằng họ không sử dụng nguồn tài nguyên xã hội một cách hiệu quả.

- Một doanh nghiệp hoạt động trong thị trường CTHH có hàm chi phí:

$$TC = Q^2 + 10Q + 169$$

(Đơn vị tính: Q: ngàn sản phẩm; TC: triệu đồng)

1. Viết phương trình đường VC, AVC, AC, MC
2. Nếu giá thị trường $P = 80$ ngàn đồng/sp, DN sẽ sản xuất ở mức sản lượng là bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận?
3. Tính lợi nhuận tối đa

□ Một hãng cạnh tranh hoàn hảo trong ngắn hạn có phương trình đường cung là: $Q_S = 0,5(P - 4)$; và chi phí cố định của hãng là 225

- a. Xác định mức giá hòa vốn và mức giá đóng cửa sản xuất của hãng.
- b. Nếu giá thị trường là $P = 16$, thì lợi nhuận tối đa của hãng là bao nhiêu? Hãng có nên tiếp tục sản xuất hay không trong trường hợp này, vì sao?
- c. Nếu giá thị trường là $P = 68$ thì lợi nhuận tối đa của hãng là bao nhiêu?

II. THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN HOÀN TOÀN

26

1. Đặc trưng của thị trường độc quyền hoàn toàn

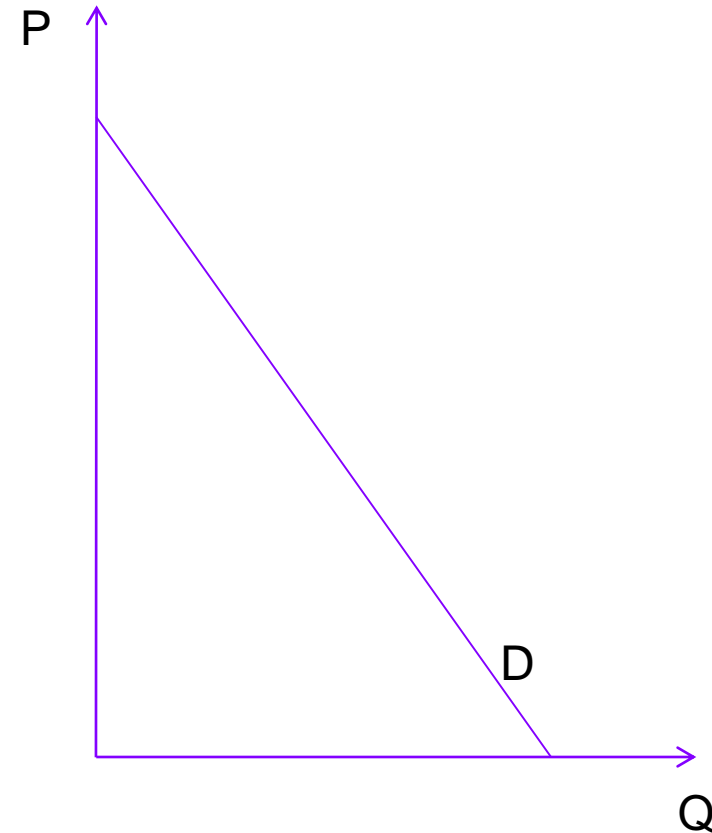
- Chỉ có 1 người bán và rất nhiều người mua.
- Sản xuất ra 1 loại sản phẩm riêng biệt, không có sản phẩm thay thế.
- Có sự cản trở rất lớn đối với việc xâm nhập hoặc rút lui khỏi thị trường.

2. Đặc trưng của Doanh nghiệp trong thị trường độc quyền hoàn toàn

27

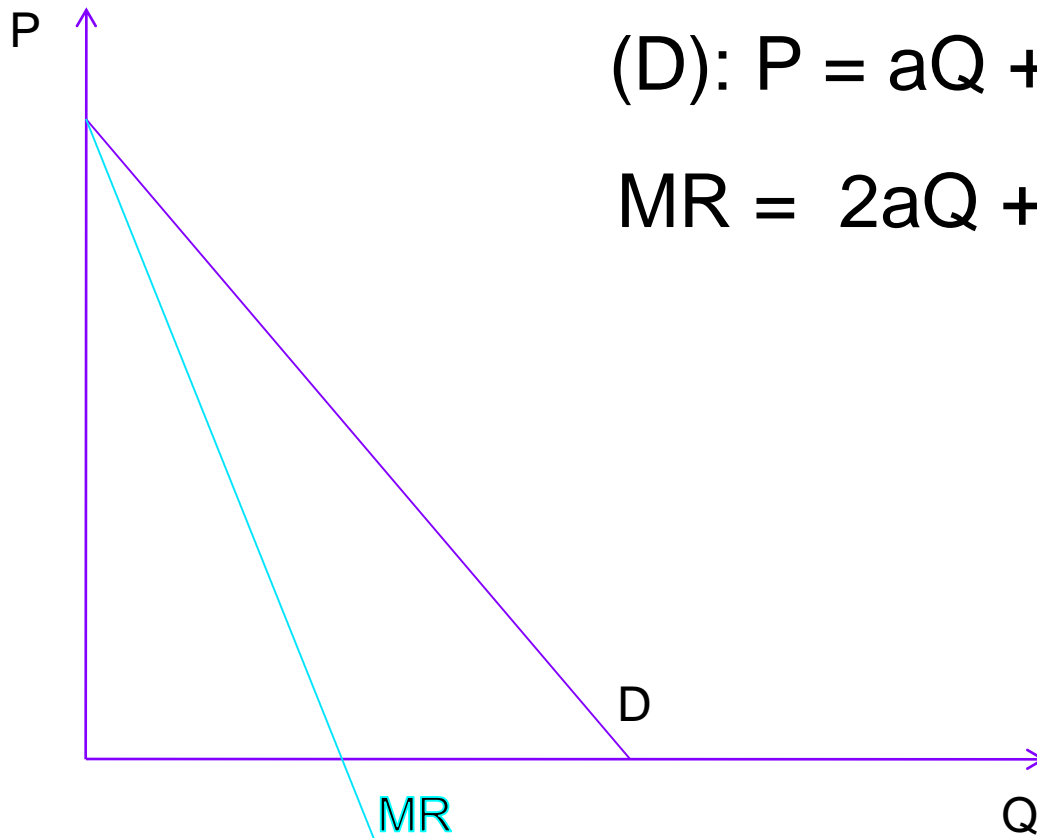
□ Đường cầu của doanh nghiệp:

- Đường cầu của DNĐQ cũng chính là đường cầu thị trường, vì nó là đơn vị duy nhất cung ứng sản phẩm ra thị trường.
- Là đường dốc xuống về phía phải, có độ dốc âm và tuân theo luật cầu.



Đường doanh thu biên

28



Mối quan hệ giữa MR và P

29

$$\begin{aligned}MR &= TR'_Q = (P.Q)'_Q \\&= Q'.P + P'.Q \\&= P + (\Delta P / \Delta Q).(Q/P).P \\&= P(1 + 1/E_D)\end{aligned}$$

Vì E_D luôn luôn mang dấu âm nên:

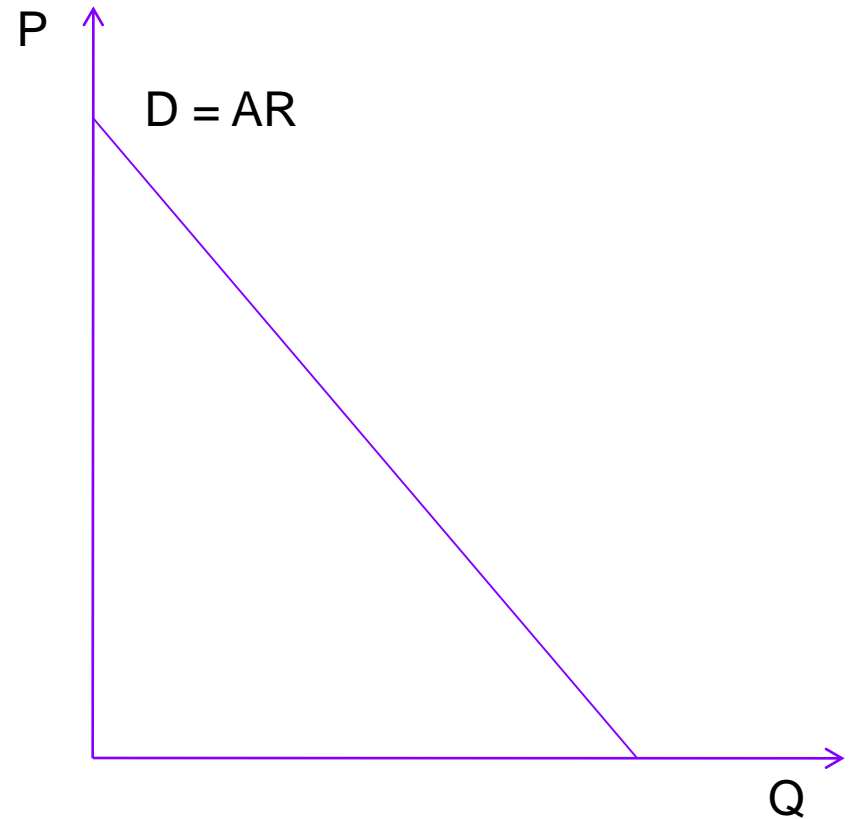
$$MR = P \left(1 - \frac{1}{|E_D|} \right)$$

Đường doanh thu trung bình (AR)

30

$$AR = TR/Q = (P.Q)/Q = P$$

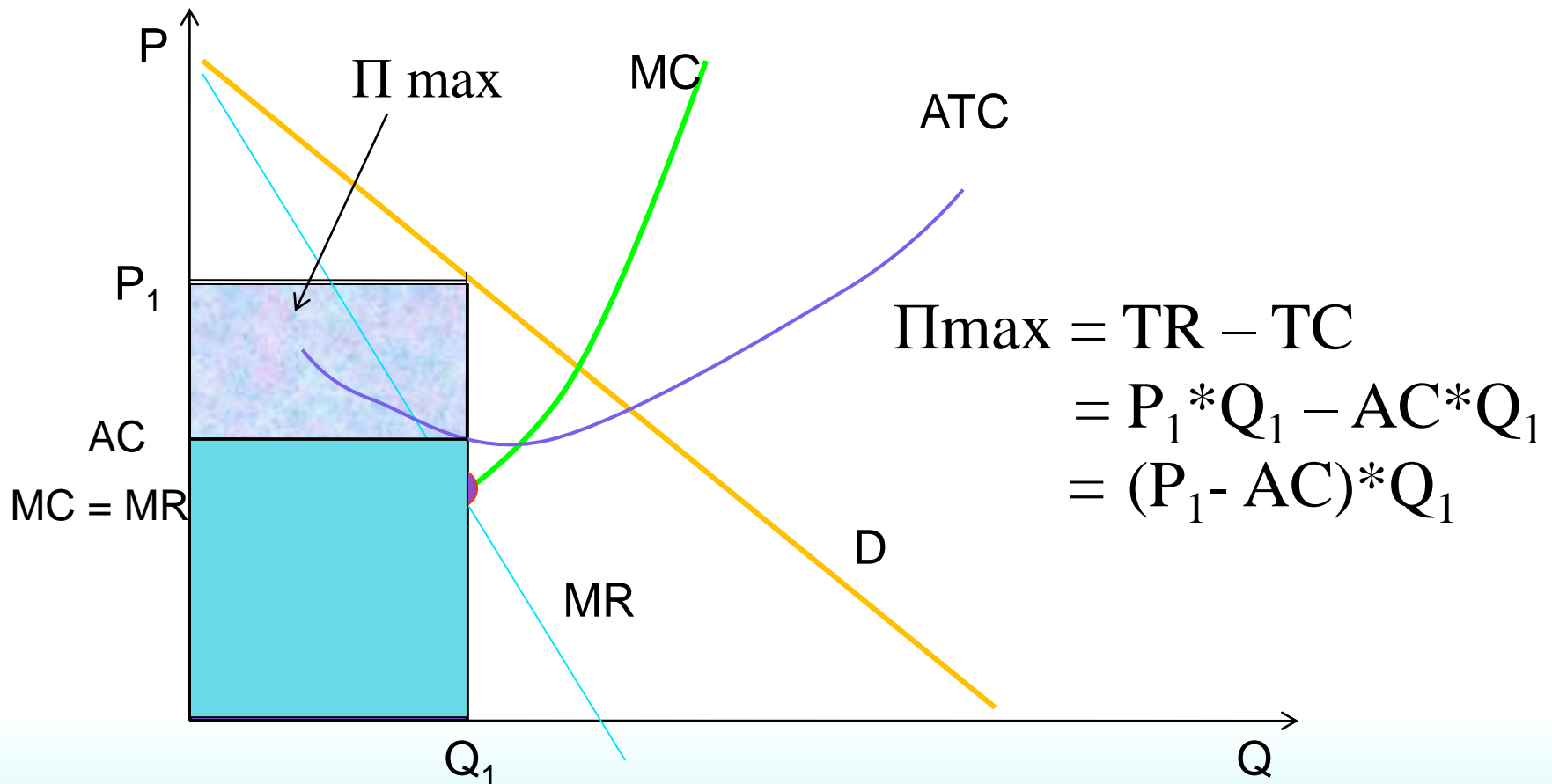
Đường doanh thu trung bình cũng chính là đường cầu của doanh nghiệp → Doanh thu trung bình bằng giá bán ở mọi mức sản lượng.



3. Lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn của doanh nghiệp độc quyền hoàn toàn

31

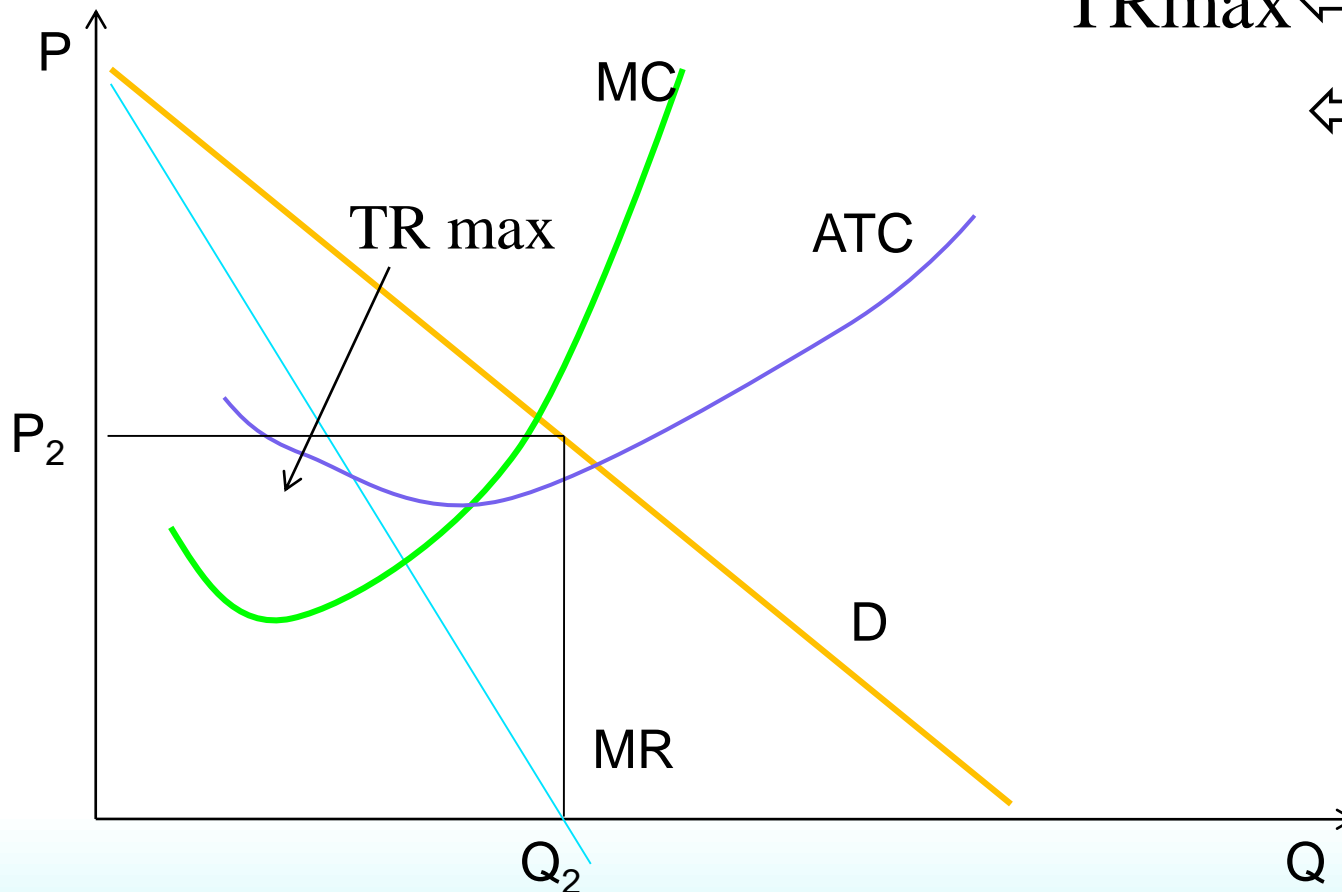
a) Mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận: $MR = MC$



b) Mục tiêu tối đa hóa doanh thu

32

Tối đa hóa doanh thu:
 $TR_{\max} \Leftrightarrow TR' = 0$
 $\Leftrightarrow MR = 0$



c) Mục tiêu mở rộng thị trường mà không bị lỗ

33

- Điều kiện để mở rộng thị trường: $Q \text{ max}$
- Điều kiện không bị lỗ: $TR \geq TC$
- Giới hạn: $\begin{cases} Q_{\text{max}} \\ TR = TC \end{cases}$

d) Quy tắc định giá của doanh nghiệp độc quyền

34

$$\Pi_{\max} \Leftrightarrow MR = MC$$

$$\text{Mà } MR = P \left(1 - \frac{1}{|E_D|} \right) \Rightarrow MC = P \left(1 - \frac{1}{|E_D|} \right)$$

$$\Leftrightarrow P = \frac{MC}{\left(1 - \frac{1}{|E_D|} \right)}$$

4. Không có đường cung trong thị trường độc quyền hoàn toàn

35

Trong thị trường độc quyền, chỉ có 1 người bán và có rất nhiều người mua. Do đó người bán có thể ảnh hưởng đến giá bán bằng cách điều chỉnh sản lượng cung ứng. Ở đây, tùy theo mục tiêu của mình mà doanh nghiệp độc quyền quyết định mức sản lượng và giá bán. Vì vậy, thị trường độc quyền không xác định được đường cung.

Một hãng độc quyền bán có:

$$P = 1000 - Q$$

$$AC = 300$$

- a. Chi phí biên của hãng?
- b. Xác định sản lượng, giá, doanh thu và lợi nhuận của hãng khi theo đuổi mục các tiêu: tối đa hóa doanh thu; tối đa hóa lợi nhuận.

5. Sức mạnh độc quyền và khoảng mất không

37

a) Sức mạnh độc quyền:

Sức mạnh độc quyền là khả năng làm thay đổi giá cả thị trường thông qua hành vi giảm cung để lượng cung bé hơn lượng cầu nhằm đẩy giá thị trường tăng lên.

Mức độ sức mạnh của độc quyền bán được đo bằng hệ số Lerner(L) (do Abba Lerner đưa ra năm 1934).

Hệ số L càng lớn thì sức mạnh độc quyền càng lớn.

$$L = \frac{P - MC}{P}; 0 \leq L \leq 1$$

- $L \rightarrow 0$: Hãng có sức mạnh độc quyền yếu
- $L \rightarrow 1$: Hãng có sức mạnh độc quyền mạnh
- $L = 0$: Hãng không có sức mạnh độc quyền

b) Khoảng mất không (tổn thất lợi ích ròng xã hội – Net Social Benefit)

39

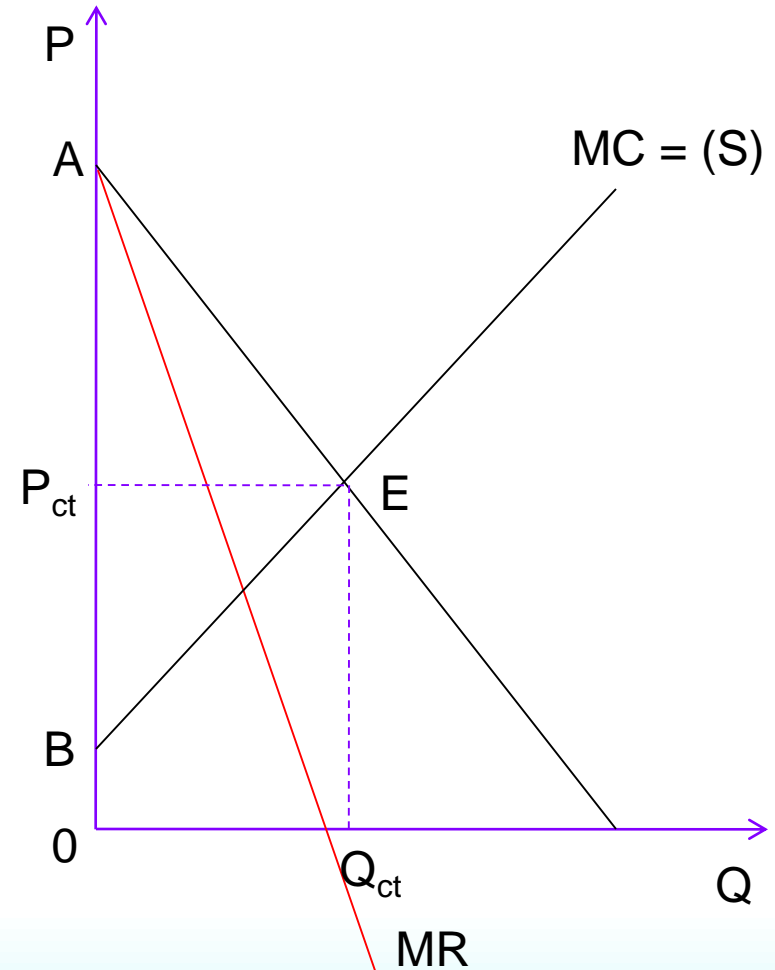
□ Cạnh tranh hoàn hảo:

$$Q_{ct}: MC = P_{ct}$$

$$CS_1 = S(\Delta AEP_{ct})$$

$$PS_1 = S(\Delta P_{ct}EB)$$

$$\begin{aligned}\rightarrow SB_1 &= CS_1 + PS_1 \\ &= S(\Delta AEB)\end{aligned}$$



b) Khoảng mất không (tổn thất lợi ích ròng xã hội – Net Social Benefit)

40

□ Độc quyền hoàn toàn:

$$Q_{dq}: MC = MR$$

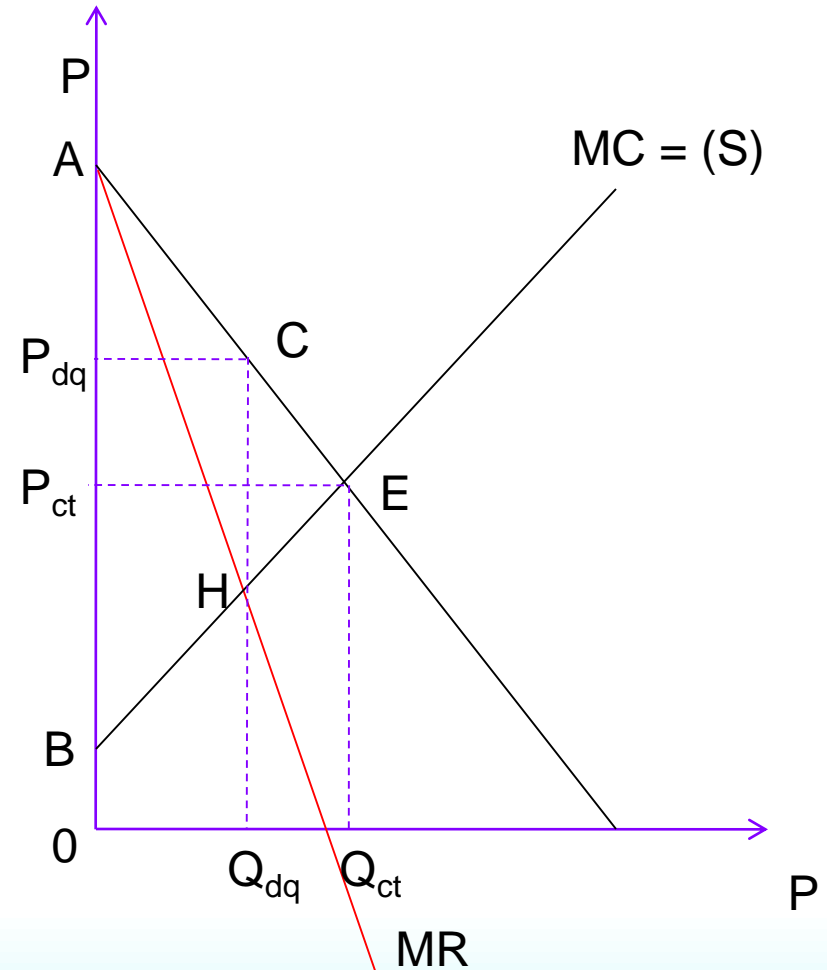
$$CS_2 = S(\Delta ACP_{dq})$$

$$PS_2 = S(\Delta P_{dq}CHB)$$

$$\begin{aligned}\rightarrow SB_2 &= CS_2 + PS_2 \\ &= S(\Delta ACHB)\end{aligned}$$

Lợi ích ròng xã hội:

$$\begin{aligned}NSB &= SB_2 - SB_1 \\ &= -S(\Delta CEH)\end{aligned}$$



6. Ưu và nhược điểm của thị trường độc quyền hoàn toàn

41

□ Ưu điểm:

Độc quyền có tiềm lực to lớn để tạo ra cơ hội nghiên cứu phát triển các tiến bộ khoa học.

❑ Nhược điểm:

- Doanh nghiệp độc quyền không có xu hướng sản xuất sản phẩm theo mức chi phí bình quân tối thiểu, do đó không có động lực giảm chi phí sản xuất. Xu hướng cơ bản của độc quyền là hạn chế tăng trưởng của nền kinh tế.
- Giá cả, sản lượng của doanh nghiệp độc quyền không tối ưu cho xã hội và cho người tiêu dùng.
- Có sức mạnh thị trường, do đó dẫn tới có tổn thất lợi ích ròng xã hội.
- Hậu quả trực tiếp của độc quyền dẫn tới phân phối thu nhập, dẫn đến sự phân hóa giàu nghèo trong xã hội.

III. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN (Monopolistic Competition Market).

43

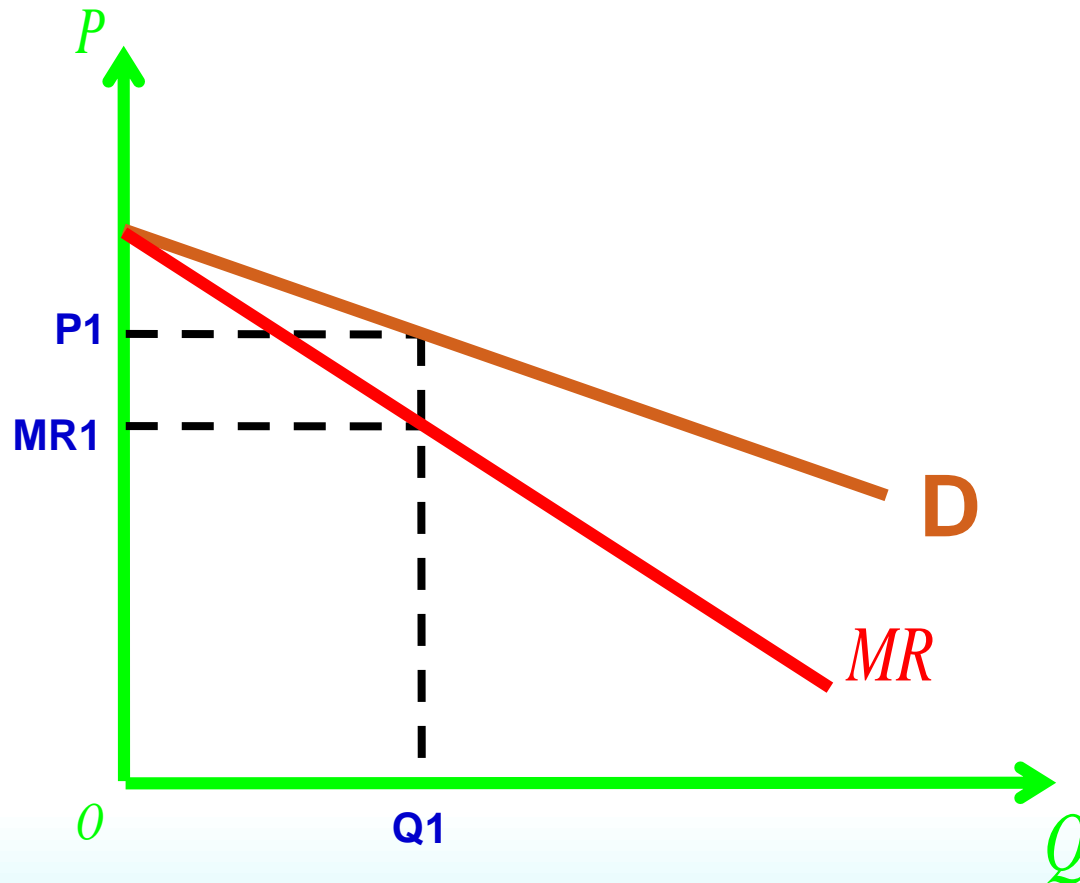
1. Đặc trưng của thị trường cạnh tranh độc quyền.

Đặc trưng

Có nhiều doanh nghiệp tham gia thị trường, SP của các DN thì được phân hoá và dễ thay thế cho nhau (nhưng không hoàn toàn thay thế được cho nhau).

Các DN có sự tự do gia nhập và rời bỏ ngành (free entry and exit) trong dài hạn.

Đường cầu của doanh nghiệp trong TT CTĐQ là đường hơi dốc xuống về bên phải.



2. Cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn.

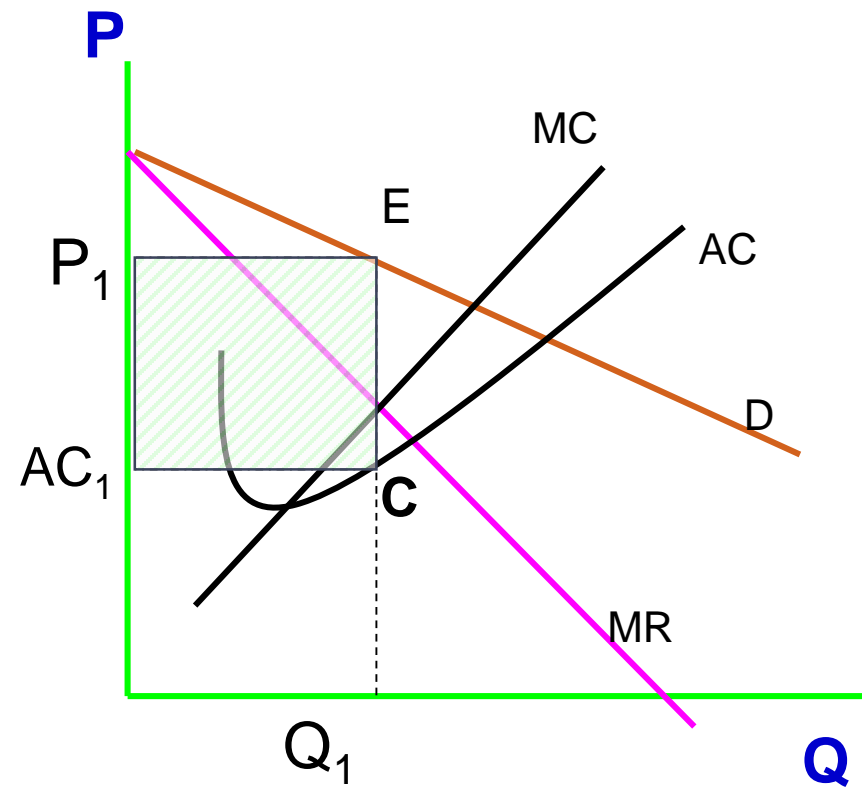
➤ **Cân bằng trong ngắn hạn** (The Short-Run Equilibrium):

Để đạt được mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận, DN sx tại điểm thỏa điều kiện: **MR = MC**

Lúc đó Pr max tại:

- mức sản lượng đạt là: Q_1
- mức giá là : P_1

Lợi nhuận: **Pr = $Q_1 * (P_1 - AC_1)$**



2. Cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn.

➤ **Cân bằng trong dài hạn** (The Long-Run Equilibrium):

Lợi nhuận kinh tế trong ngắn hạn khuyến khích các doanh nghiệp mới **gia nhập thị trường**. Điều này:

- ◆ Tăng số lượng sản phẩm
- ◆ Giảm cầu trên thị trường mà các doanh nghiệp đang phải đối mặt
- ◆ Đường cầu của các doanh nghiệp hiện tại dịch chuyển sang trái
- ◆ Cầu về sản phẩm của các doanh nghiệp hiện tại giảm, và lợi nhuận của họ suy giảm

2. Cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn.

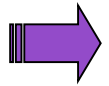
➤ **Cân bằng trong dài hạn** (The Long-Run Equilibrium):

Những thua lỗ trong ngắn hạn làm cho các doanh nghiệp muốn rời bỏ thị trường. Điều này:

- ◆ Giảm số lượng sản phẩm
- ◆ Tăng cầu trên thị trường mà các doanh nghiệp đang muốn duy trì
- ◆ Đường cầu của các doanh nghiệp hiện tại dịch chuyển sang phải
- ◆ Lợi nhuận của các doanh nghiệp hiện tại tăng

2. Cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn.

➤ **Cân bằng trong dài hạn** (The Long-Run Equilibrium):



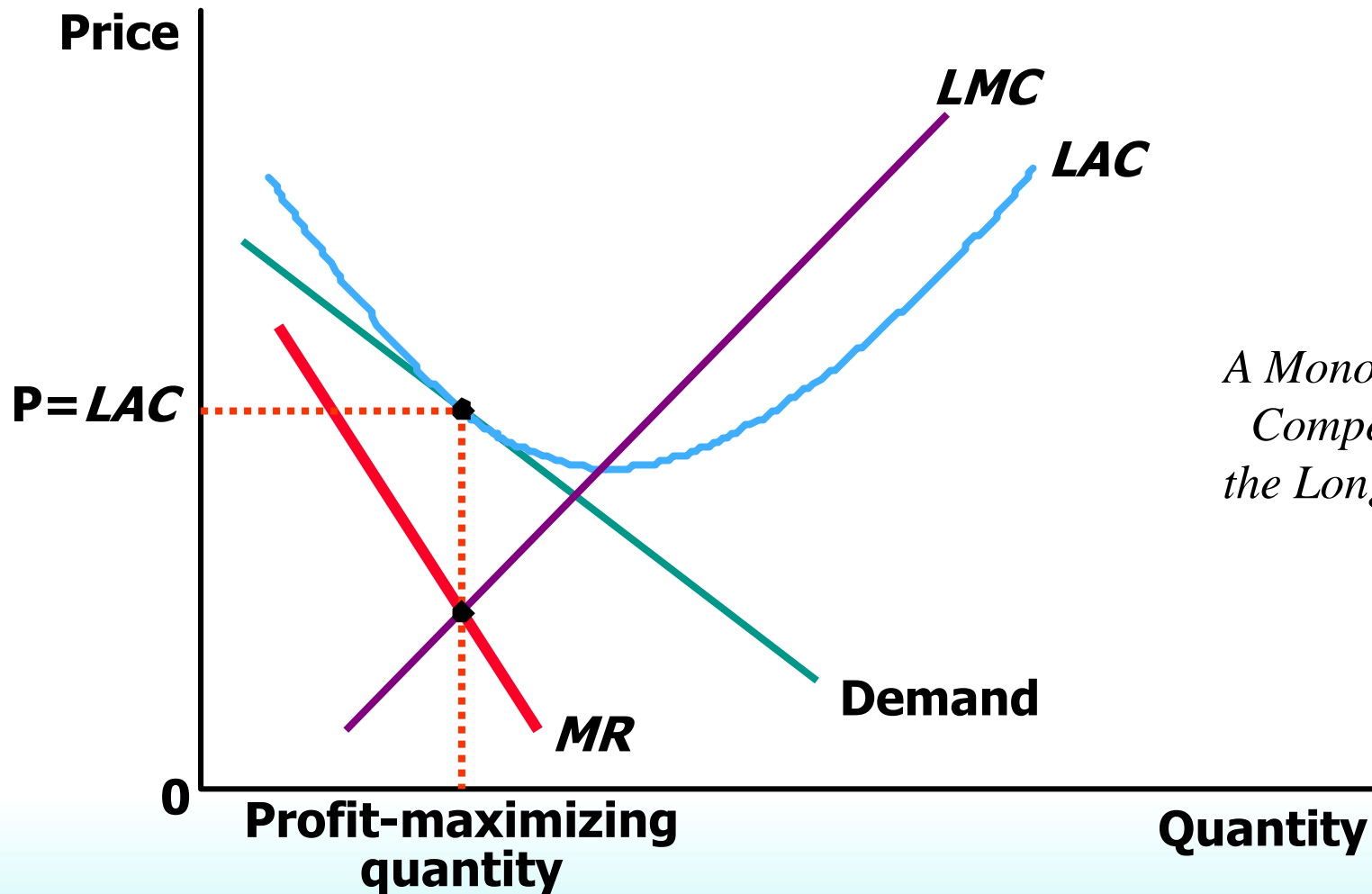
Các doanh nghiệp sẽ gia nhập hay rời bỏ thị trường cho tới khi các doanh nghiệp chính xác lợi nhuận kinh tế bằng 0

➔ Trạng thái cân bằng dài hạn trong thị trường cạnh tranh độc quyền là ***lợi nhuận kinh tế bằng 0***

hay $P = LAC$

2. Cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn.

➤ **Cân bằng trong dài hạn** (The Long-Run Equilibrium):



*A Monopolistic
Competitor in
the Long Run...*

IV. THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN NHÓM (Oligopoly Market).

50

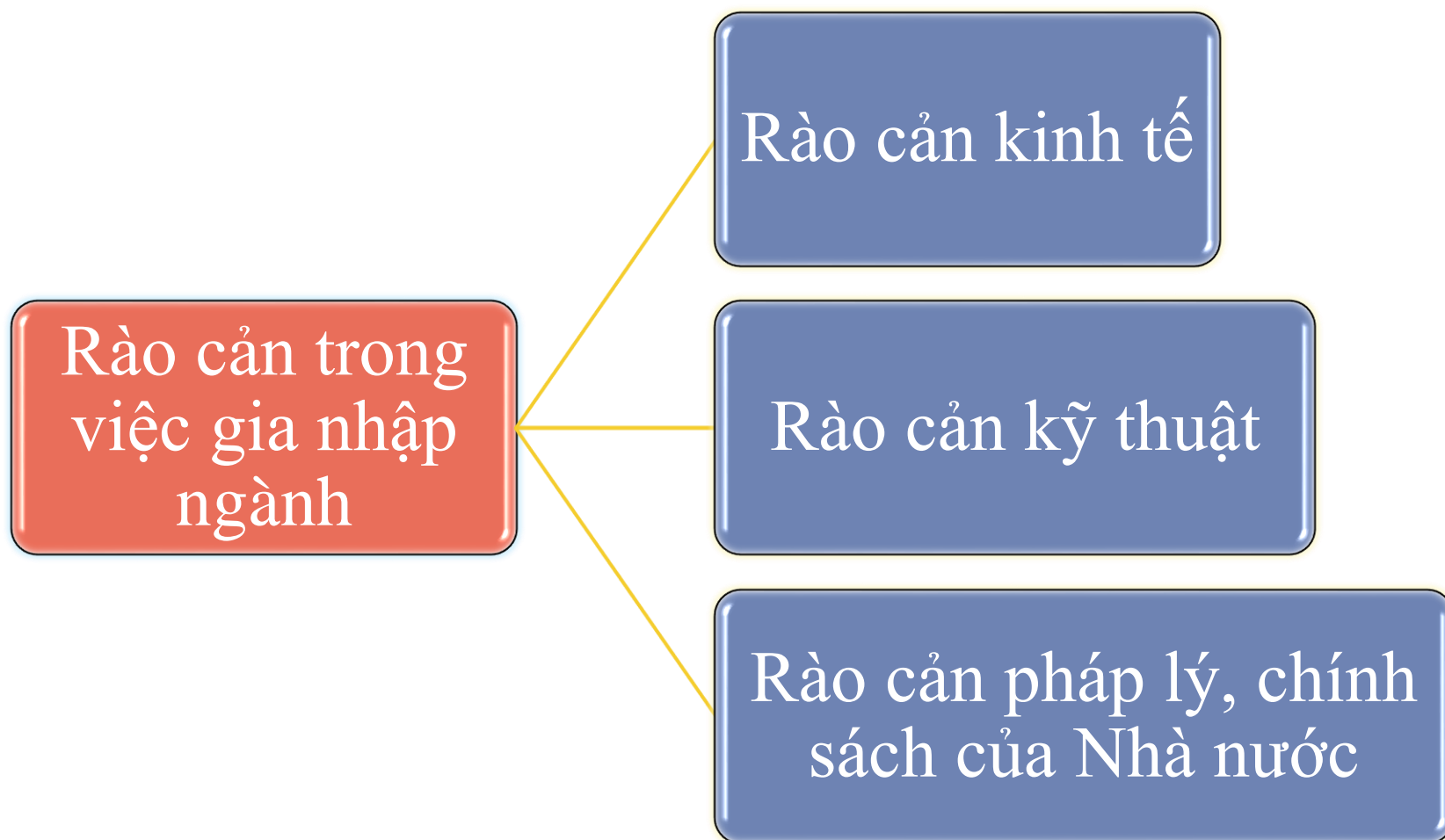
1. Đặc trưng của thị trường độc quyền nhóm.

Chỉ có một vài DN sản xuất sản phẩm tương tự hoặc giống nhau

Các DN độc lập với nhau nhưng có mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau

Việc gia nhập ngành của các DN mới là không dễ dàng

1. Đặc trưng của thị trường độc quyền nhóm.



2. Các DN độc quyền nhóm cạnh tranh với nhau

52

➤ **Cạnh tranh về giá**

Một DN hạ giá để mở rộng thị phần, có thể có 2 trường hợp xảy ra:

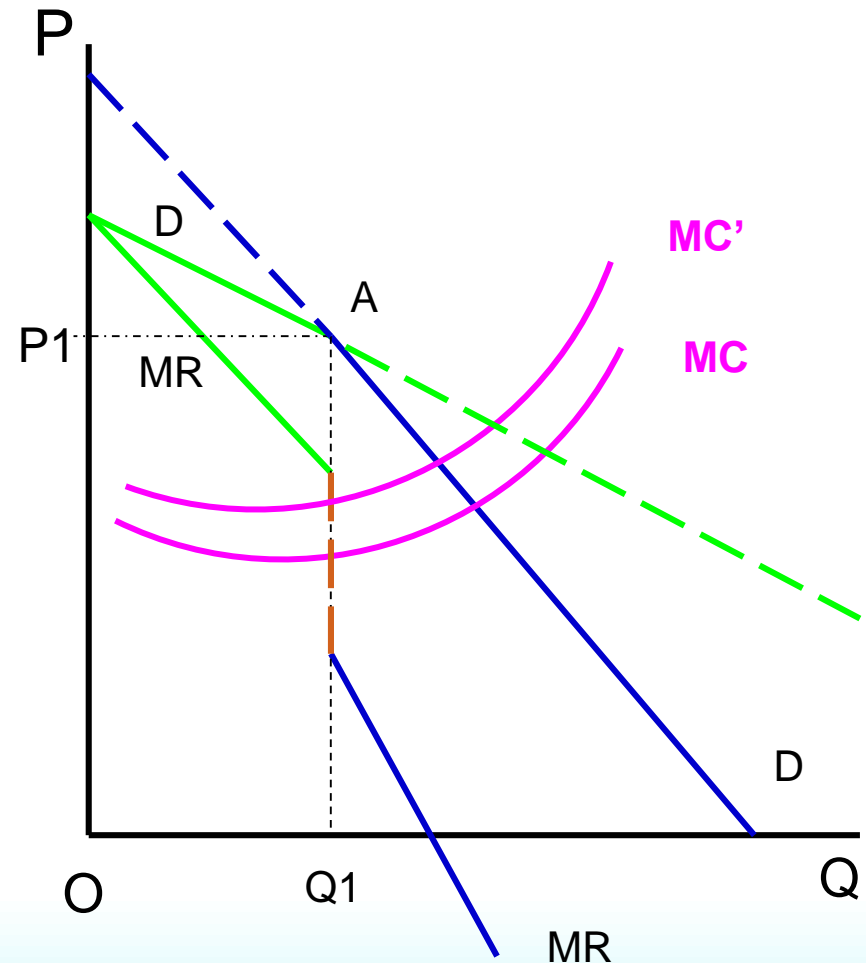
1. Các DN khác hạ giá thấp hơn để trả đũa -> giá có thể tiếp tục giảm xuống, xảy ra tình trạng chiến tranh về giá.
 2. Các DN không áp dụng biện pháp giảm giá thấp hơn để trả đũa nhưng cũng giảm giá để giữ khách hàng -> cầu sản phẩm của các DN chỉ tăng ít.
- Trong khi, nếu DN đơn phương tăng giá, các DN khác sẽ không tăng giá theo nên cầu SP của DN này giảm xuống nhiều.

=> Đường cầu của DN là đường cầu gấp khúc.

• Đường cầu gấp khúc đối với độ quyền nhóm

53

- Đường cầu co giãn nhiều hơn ở đoạn có mức giá trên P_1 và co giãn ít hơn ở đoạn có mức giá dưới P_1 .
- Doanh thu biên MR ngắt quãng ở mức sản lượng Q_1 .
- Nếu MC có thay đổi chút ít, nhưng MR ngắt quãng một đoạn dọc theo trục thẳng đứng tại mức sản lượng Q_1 , nên sẽ là tối ưu nếu SX Q_1 và định giá P .



3. Các DN độc quyền nhóm hợp tác với nhau.

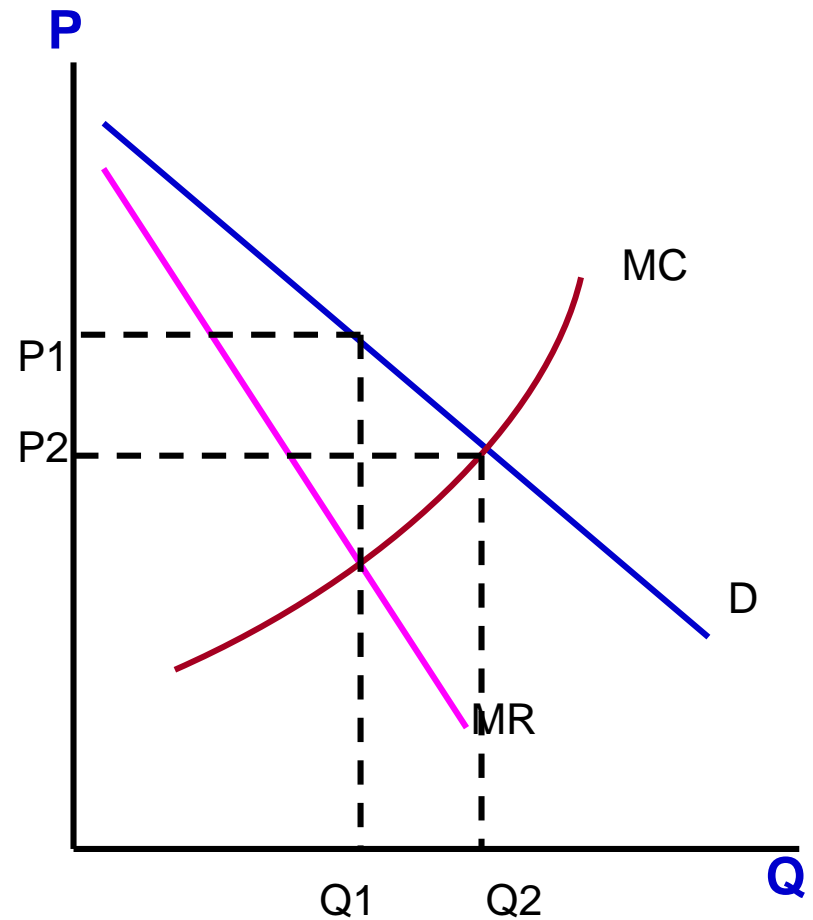
54

➤ Hợp tác công khai.

Các DN trong một ngành cấu kết để cư xử như là một DN độc quyền (gồm nhiều nhà máy) thì tổng lợi nhuận của họ sẽ được tối đa hoá.

Sau khi xác định giá cả và SL tối đa hoá lợi nhuận, các DN sẽ chia nhau về thị phần và lợi nhuận.

Hình thức này được gọi là Cartel.



3. Các DN độc quyền nhóm hợp tác với nhau.

55

➤ Hợp tác ngầm: Mô hình lãnh đạo giá.

Trong một số ngành có DN lớn với ưu thế trên cả 2 mặt:

- Có chi phí SX thấp nhất, chất lượng SP bảo đảm, ổn định, có uy tín trên thị trường.
- Quy mô SX lớn, SL cung ứng chiếm tỷ trọng lớn trong ngành.

DN này chiếm ưu thế sẽ là người quyết định giá bán, DN khác sẽ là những người chấp nhận giá.