

Chương 5

CÁC QUYẾT ĐỊNH CUNG ỨNG



LÝ THUYẾT & BÀI TẬP

2

Phân loại thị trường

Tiêu chí	CTHH	CTĐQ	ĐQN	ĐQTT
Số lượng người mua, người bán	Có rất nhiều người mua, người bán	Có nhiều doanh nghiệp bán cùng 1 loại sản phẩm	Có một vài doanh nghiệp cùng bán một loại sản phẩm	Chỉ có một người bán, có nhiều người mua
Đặc điểm sản phẩm	Sản phẩm đồng nhất, có khả năng thay thế hoàn toàn cho nhau	Sản phẩm phân biệt, có khả năng thay thế tốt cho nhau	Sản phẩm là đồng nhất hay phân biệt, có thể thay thế cho nhau	Sản phẩm phân biệt, không có khả năng thay thế cho nhau
Giá cả sản phẩm	Bán theo giá thị trường	Giá cả do doanh nghiệp quyết định	Có sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các doanh nghiệp	Giá cả do doanh nghiệp quyết định
Rào cản	Không	Ít	Nhiều	Rất nhiều
Ví dụ	Sp nông nghiệp	Mặt hàng bán lẻ	Sp công nghiệp	HH công cộng

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo



1. Doanh nghiệp cạnh tranh



- Là đơn vị chấp nhận giá
- Sản lượng trên thị trường là Q , sản lượng của doanh nghiệp là q
- Cầu của thị trường là D , cầu của doanh nghiệp là d
- Đường doanh thu biên MR là đường thẳng nằm ngang tại mức giá thị trường
- Lựa chọn sản lượng tối đa hóa lợi nhuận (tối thiểu hóa lỗ):

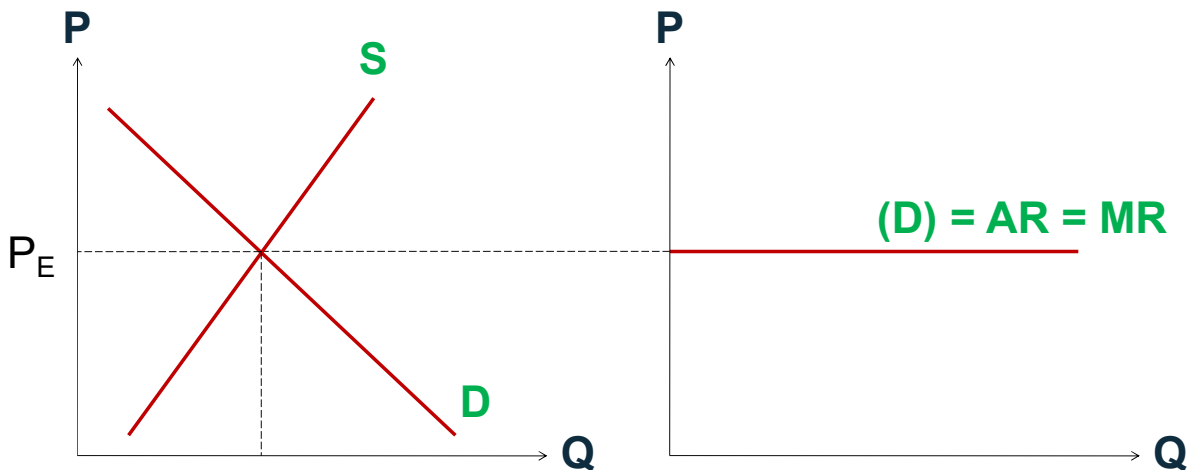
$$MR = MC = P$$
- Đường cung của doanh nghiệp là một nhánh của đường chi phí biên, từ AVC_{\min}

2. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn



Toàn ngành (thị trường)

Doanh nghiệp



1. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

- **Tổng doanh thu**
(*Total revenue - TR*)

$$TR = P \times Q$$

- **Doanh thu trung bình**
(*Average revenue - AR*)

$$AR = \frac{TR}{Q} = P$$

- **Doanh thu biên**
(**Marginal revenue - MR**):

Mức thay đổi của TR từ việc bán thêm được một đơn vị hàng hóa

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

1. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Q	P	TR	AR	MR
0	\$10		n/a	
1	\$10		\$10	
2	\$10			
3	\$10			
4	\$10	\$40		
5	\$10	\$50		\$10

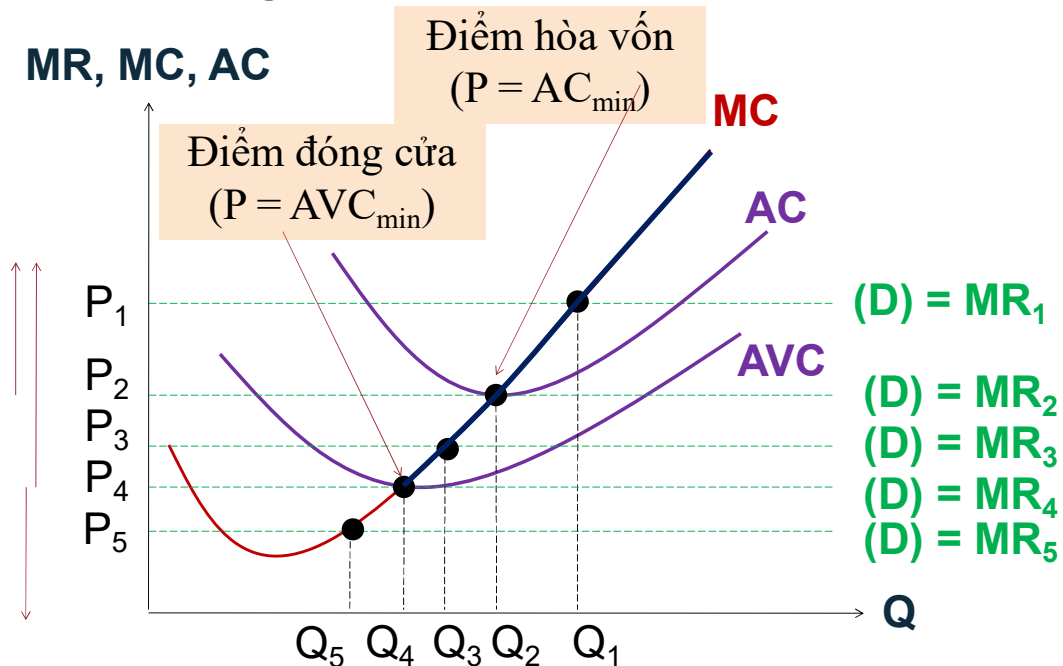
1. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Q	P	$TR = P \times Q$	$AR = \frac{TR}{Q}$	$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$
0	\$10	\$0	n/a	
1	\$10	\$10	\$10	\$10
2	\$10	\$20	\$10	\$10
3	\$10	\$30	\$10	\$10
4	\$10	\$40	\$10	\$10
5	\$10	\$50	\$10	\$10

$$MR = P$$

1. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

MR, MC, AC



1. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

• Các quyết định lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp:

- ▣ Mức sản lượng đạt lợi nhuận tối đa (mức lỗ tối thiểu) khi $MR = MC = P$
- ▣ Nếu $P > AC_{min}$: doanh nghiệp hoạt động có lãi
- ▣ Nếu $AVC_{min} < P < AC_{min}$: doanh nghiệp tiếp tục hoạt động dù bị lỗ
- ▣ Nếu $P < AVC_{min}$: doanh nghiệp đóng cửa
- ▣ Tại điểm $P = AC_{min}$: điểm hòa vốn
- ▣ Tại điểm $P = AVC_{min}$: điểm đóng cửa

1. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

- **Đường cung trong ngắn hạn của doanh nghiệp:**

- Cho biết mức sản lượng mà doanh nghiệp chấp nhận cung ứng ở mỗi mức giá
- Một phần của đường chi phí biên MC và nằm phía trên giao điểm giữa chi phí biên MC và chi phí biến đổi trung bình AVC_{\min}

Ví dụ:

Trong một thị trường cạnh tranh hoàn hảo có 200 người bán và 100 người mua

Những người mua có hàm cầu giống nhau: $q = -7.5p + 2250$

Những người bán có hàm cung giống nhau: $6q = 10p - 1000$

- Xác định hàm cung và hàm cầu của thị trường*
- Xác định giá và sản lượng cân bằng của thị trường*
- Xác định mức sản lượng cung ứng của mỗi doanh nghiệp*

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

P	Q	TR	AR	MR
10	1	10	10	10
9	2	18	9	8
8	3	24	8	6
7	4	28	7	4
6	5	30	6	2
5	6	30	5	0
4	7	28	4	-2

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

- Đường cầu của doanh nghiệp độc quyền:**

Đường cầu thị trường

→ Đường cầu dốc xuống về bên phải, $AR = P$

- Đường doanh thu biên:**

$$(D): P = a + bQ$$

$$TR = P \cdot Q \rightarrow TR = (a + bQ) \cdot Q = a \cdot Q + b \cdot Q^2$$

$$MR = a + 2b \cdot Q$$

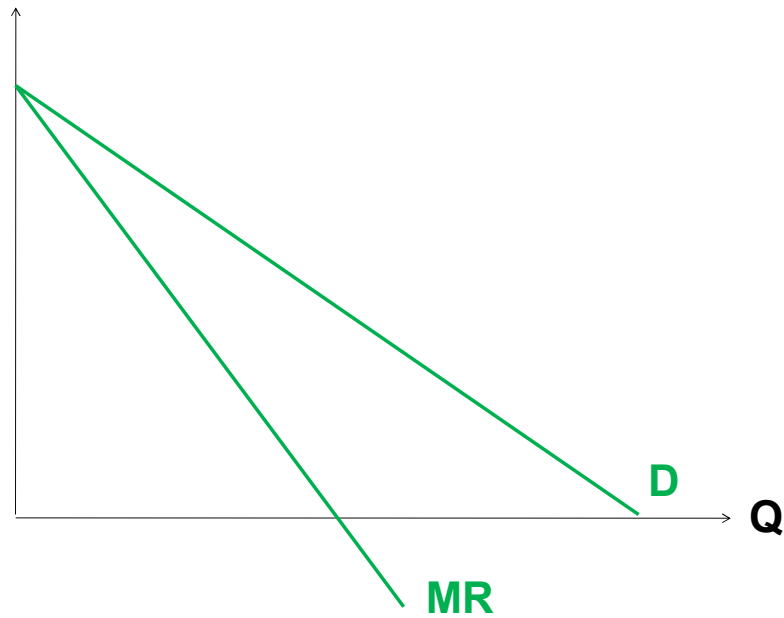
Nhà độc quyền căn cứ vào cầu thị trường để quyết định giá bán và sản lượng

Đường doanh thu biên dốc xuống và nằm dưới đường cầu

15

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

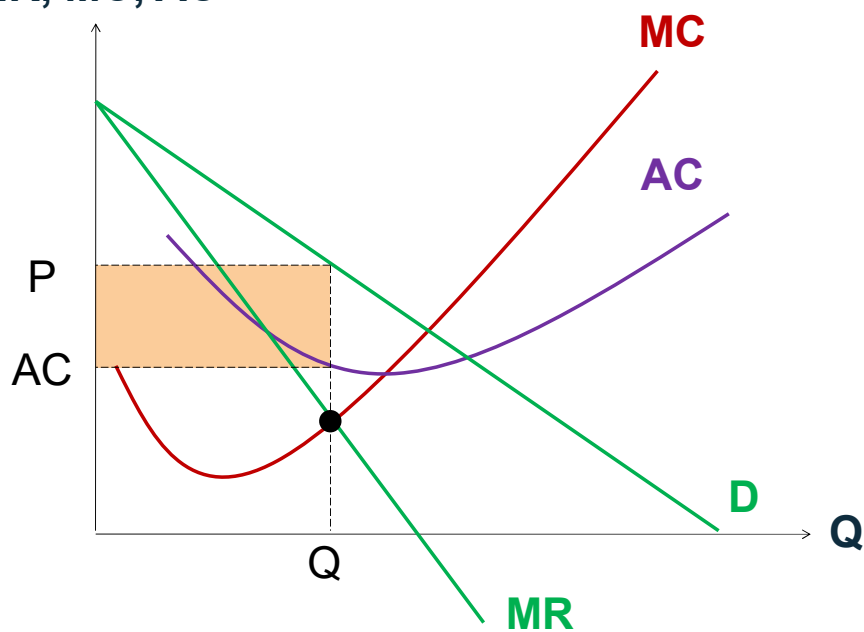
P, MR



16

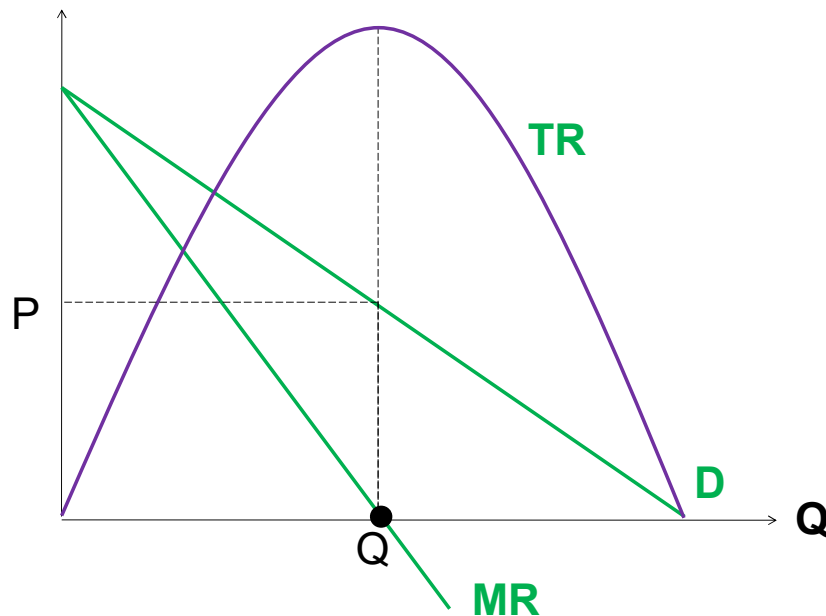
2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

MR, MC, AC



2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

MR, MC, AC



Ví dụ:

Cầu thị trường về sản phẩm A là $P = 100 - Q$. Chi phí của hãng độc quyền này là $TC = 500 + Q^2 + 4Q$

a. Xác định giá và sản lượng tối ưu cho hãng độc quyền này.

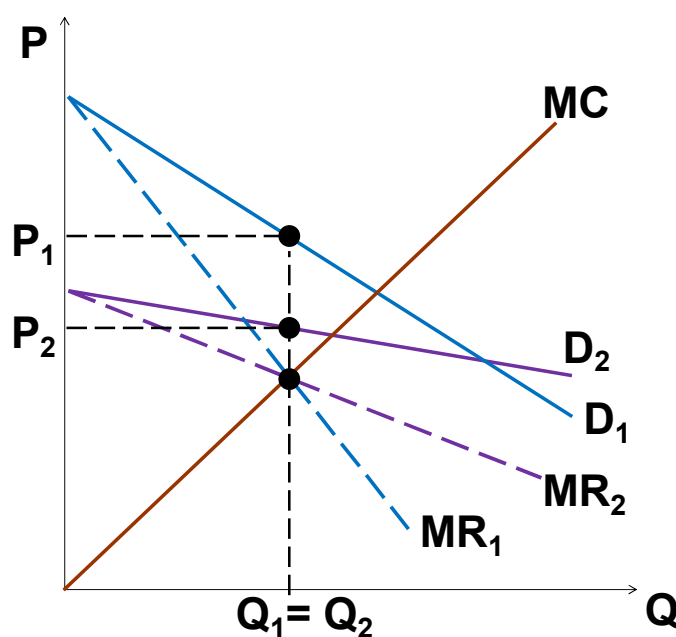
b. Hãng này tạo ra bao nhiêu lợi nhuận?

c. Nếu hãng muốn tối đa hóa doanh thu thì mức giá và lợi nhuận là bao nhiêu?

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

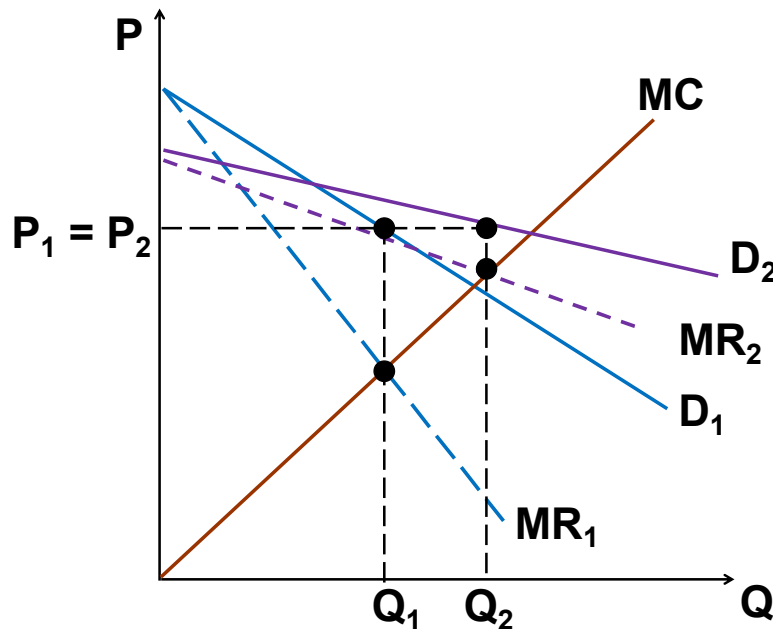
- Trên thị trường độc quyền thuần túy sẽ **không có đường cung** phụ thuộc giá cả, do đó, doanh nghiệp độc quyền thuần túy sẽ có toàn quyền quyết định mức cung sản phẩm theo các mục tiêu của mình
- Đường cầu dịch chuyển thường sẽ làm giá và sản lượng thay đổi, đối với doanh nghiệp độc quyền, khi cầu thay đổi:
 - Doanh nghiệp độc quyền cung ứng các mức sản lượng khác nhau ở cùng một mức giá
 - Doanh nghiệp độc quyền cung ứng cùng một mức sản lượng ở các mức giá khác nhau

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy



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

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy



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

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

$$\begin{cases} P = a + b \cdot Q \\ TR = P \cdot Q \end{cases}$$

$$MR = \frac{\partial TR}{\partial Q} = \frac{\partial (P \cdot Q)}{\partial Q} = \left(\frac{\partial P}{\partial Q} \right) \cdot Q + P \cdot \left(\frac{\partial Q}{\partial Q} \right)$$

$$\Leftrightarrow MR = P \cdot \left[\left(\frac{\partial P}{\partial Q} \right) \cdot \frac{Q}{P} + 1 \right] = P \cdot \left(1 + \frac{1}{E_D} \right)$$

$$\Rightarrow P = \frac{MR}{\left(1 + \frac{1}{E_D} \right)} = \frac{MC}{\left(1 + \frac{1}{E_D} \right)}$$

2. Doanh nghiệp độc quyền thuần túy

$$P = \frac{MC}{\left(1 + \frac{1}{E_D}\right)} \Rightarrow -\frac{1}{E_D} = \frac{P - MC}{P}$$

- **Hệ số Lerner:**

$$L = (P - MC) / P$$

L càng lớn thì mức độ độc quyền càng cao

L = 1: độc quyền thuần túy

L = 0: cạnh tranh hoàn hảo

- **Hệ số Bsin:**

$$B = (P - AC) / P$$

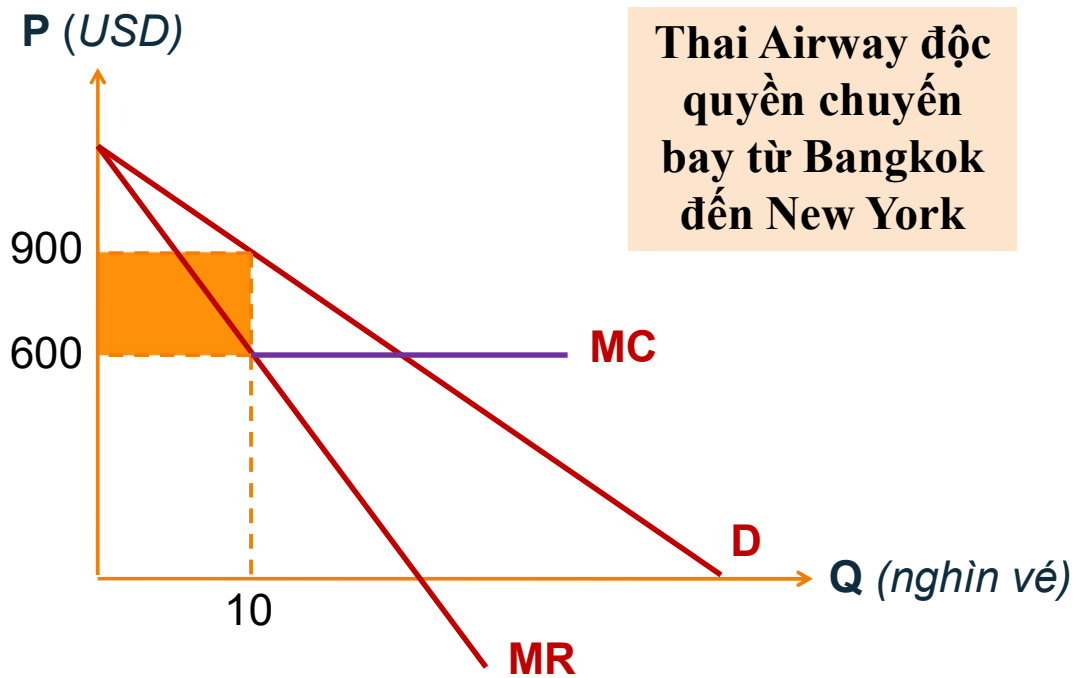
Trong dài hạn khi $P = LAC$ thì $B = 0$

3. Phân biệt giá

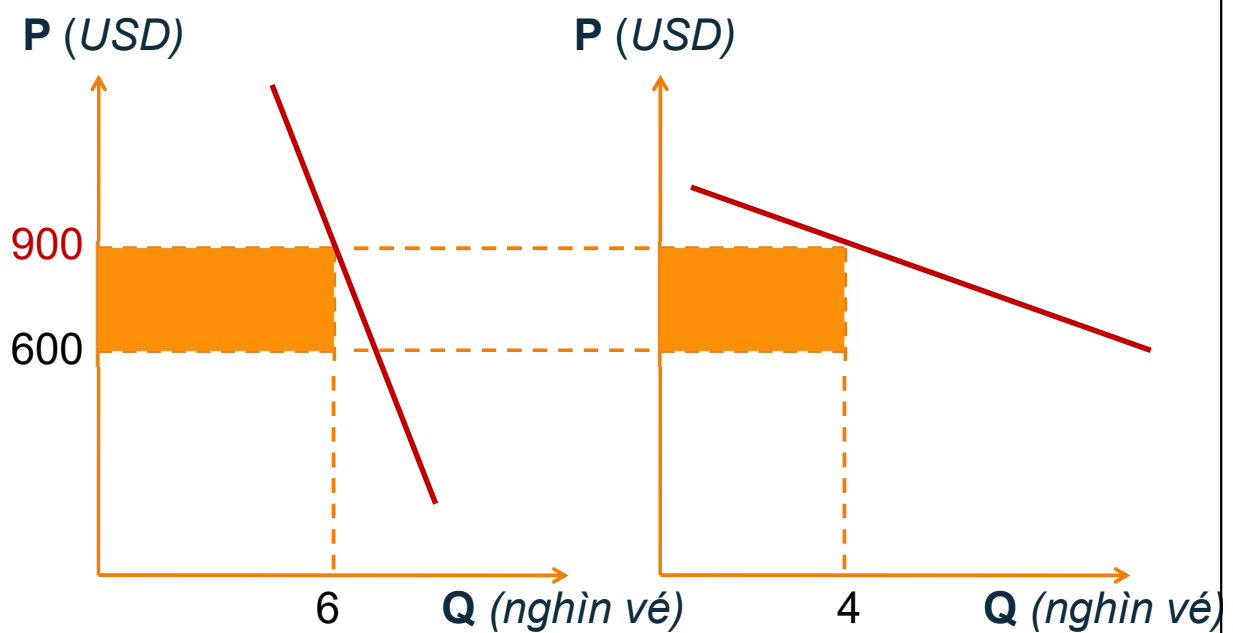
- **Các hình thức phân biệt giá:**

- Phân biệt giá cấp một, cấp hai, cấp ba
 - Phân biệt giá cấp một: bán hàng với những mức giá cả khác nhau theo mức sẵn lòng chi trả của mỗi khách hàng → phân biệt giá cấp một hoàn hảo
 - Phân biệt giá cấp hai: phân biệt giá theo số lượng hàng tiêu thụ
 - Phân biệt giá cấp ba: phân biệt giá theo nhóm khách hàng
- Phân biệt giá theo thời điểm và định giá lúc cao điểm
- Giá cả hai phần

3. Phân biệt giá (tt)



3. Phân biệt giá (tt)



3. Phân biệt giá (tt)

