

CHƯƠNG 5

Tối đa hóa lợi nhuận và
lựa chọn mức sản lượng
của doanh nghiệp

Mục đích của chương

- Lợi nhuận là gì?
- Mục tiêu tối thượng của DN: Tối đa hóa LN
- Các hãng CTHH, Độc quyền sẽ sản xuất bao nhiêu đơn vị sản phẩm để tối đa hóa lợi nhuận

LÝ THUYẾT VỀ LỢI NHUẬN VÀ QUYẾT ĐỊNH CUNG ỨNG

- Khái niệm và công thức tính
- Nguồn gốc của lợi nhuận
- Ý nghĩa kinh tế của lợi nhuận
- Các nhân tố tác động đến lợi nhuận
- Doanh thu và doanh thu cận biên
- Tối đa hóa lợi nhuận

Khái niệm và công thức tính lợi nhuận

- Lợi nhuận là phần chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí.
- Lợi nhuận là mục tiêu kinh tế cao nhất, là điều kiện tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.
- Công thức tính:
$$\Pi = TR - TC = (P - ATC) \cdot Q$$

Nguồn gốc của lợi nhuận



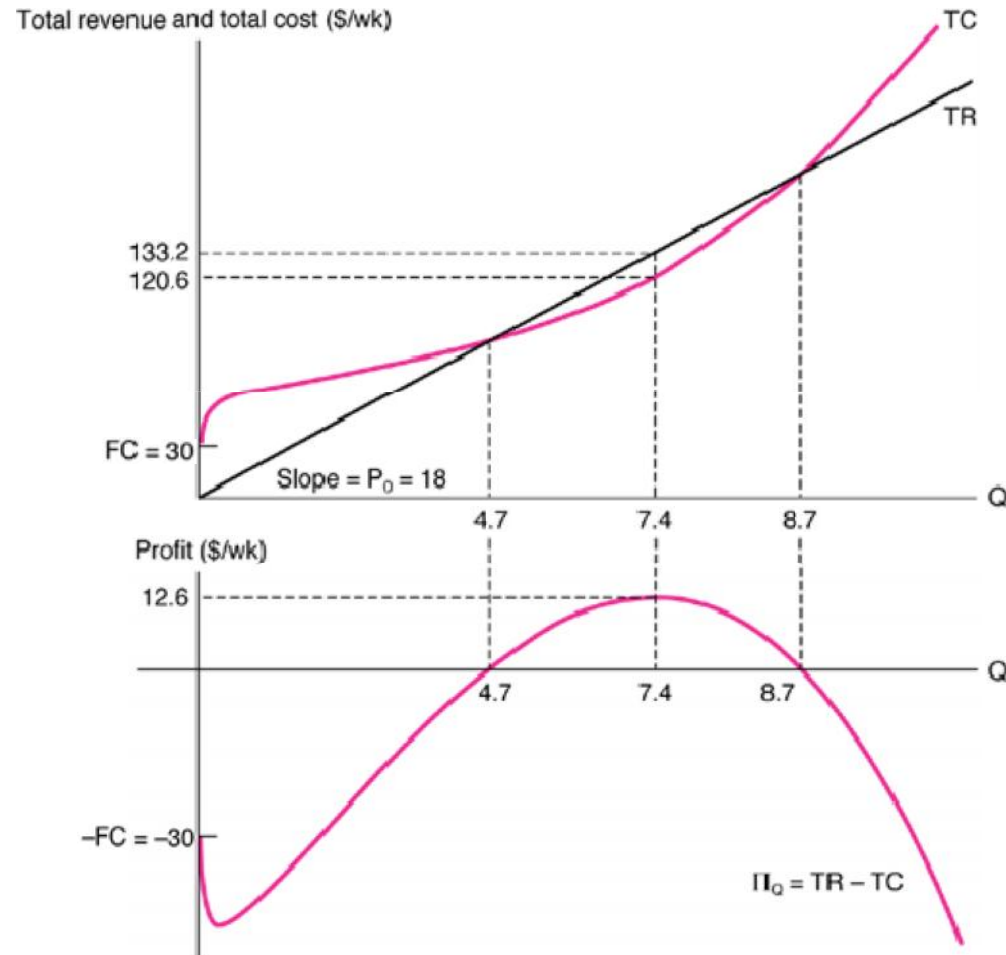
- Karl Mark là người đầu tiên đã phân tích một cách khoa học, sâu sắc và có ý nghĩa nguồn gốc của lợi nhuận.
- Có rất nhiều tranh luận của các nhà kinh tế về lợi nhuận; có cả phê phán lẫn ủng hộ.
- Trong kinh tế vi mô, lợi nhuận là một thực thể hiển nhiên, có ý nghĩa kinh tế hết sức quan trọng đối với doanh nghiệp.

Ý nghĩa kinh tế của lợi nhuận

- là chỉ tiêu kinh tế tổng hợp, phản ánh toàn bộ kết quả và hiệu quả của quá trình sản xuất – kinh doanh.
- là động lực thúc đẩy các doanh nghiệp SX-KD.
- đáp ứng được nhu cầu tái sản xuất mở rộng của doanh nghiệp.
- Lợi nhuận là tiền thưởng cho việc chịu mạo hiểm là phần thu nhập về bảo hiểm khi vỡ nợ, phá sản, sản xuất không ổn định.

- Quy mô sản xuất hàng hóa và dịch vụ
- Giá cả và chất lượng của các đầu vào và phương pháp kết hợp các đầu vào trong quá trình sản xuất kinh doanh.
- Giá bán hàng hóa và dịch vụ cùng toàn bộ hoạt động nhằm thúc đẩy nhanh quá trình tiêu thụ và thu hồi vốn, đặc biệt là hoạt động marketing và công tác tài chính của DN.

Lợi nhuận của doanh nghiệp



Doanh thu và doanh thu cận biên

- Doanh thu (TR) là tổng số tiền mà doanh nghiệp thu được sau khi bán được các hàng hóa hoặc dịch vụ trên thị trường.
- Công thức tính: $TR = P_{(Q)} \cdot Q = aQ - bQ^2$.
- Doanh thu cận biên (MR) là mức thay doanh thu tăng thêm khi bán thêm được một đơn vị hàng hóa hoặc dịch vụ.
- Công thức tính: $MR = \Delta TR / \Delta Q = TR'_{(Q)}$.

Mối quan hệ giữa P và MR

- Khi giá P không phụ thuộc vào lượng sản phẩm Q

$P = \text{const}$, Q thay đổi

- Khi giá P phụ thuộc vào lượng sản phẩm Q
P thay đổi khi Q thay đổi, tuân theo luật cầu

$P = \text{const}$, trường hợp thị trường CTHH

[illegible]

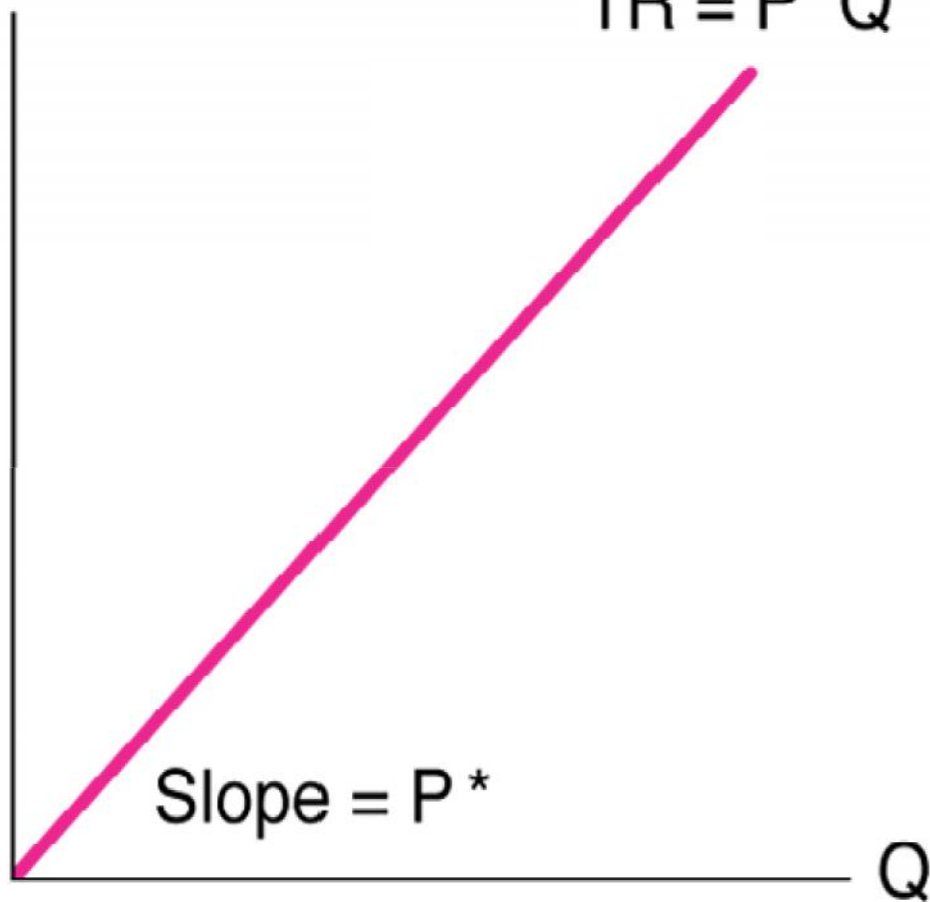
P thay đổi, theo luật cầu
thị trường độc quyền

[illegible]

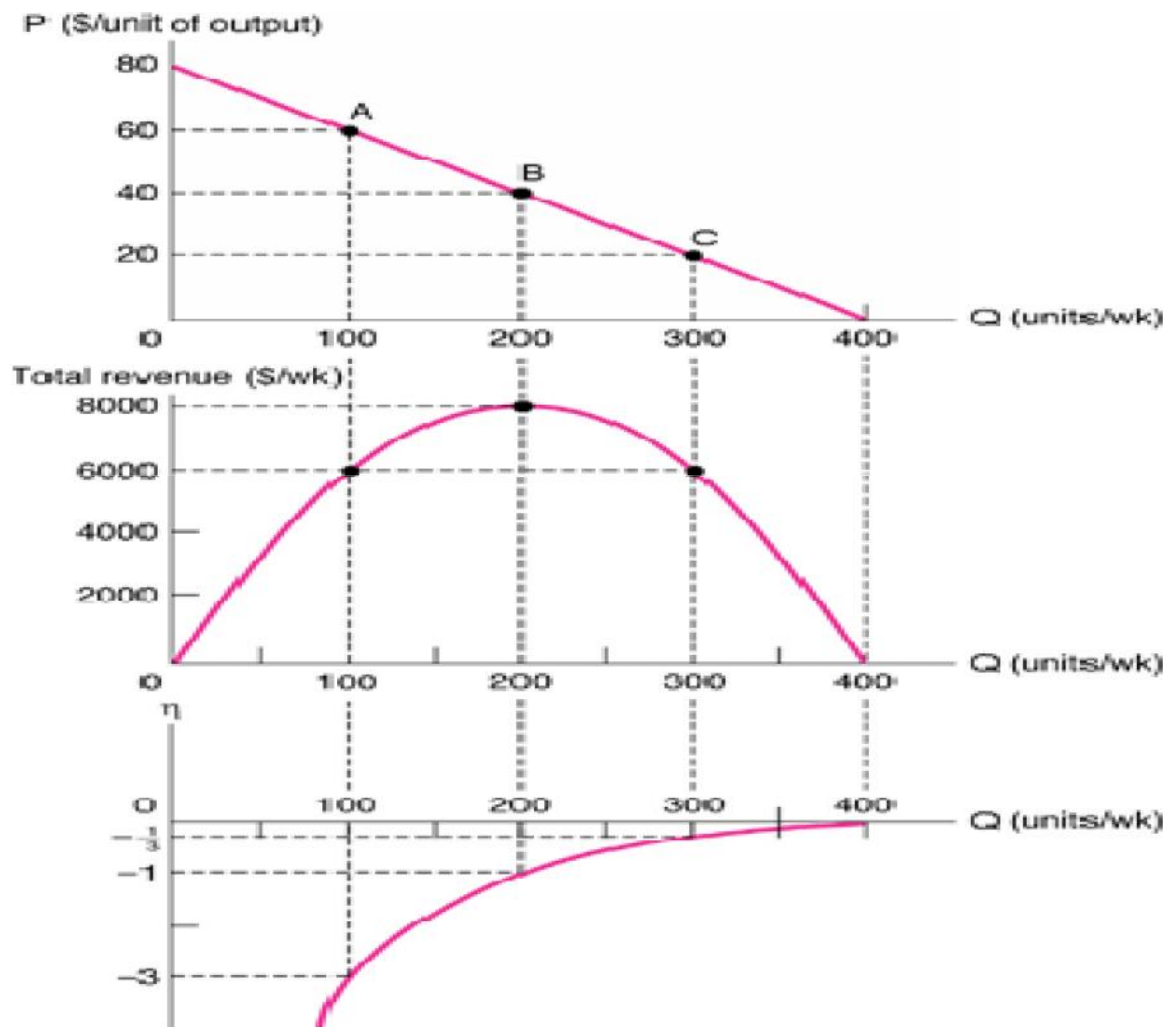
Doanh thu của hãng khi giá không đổi

\$/unit of time

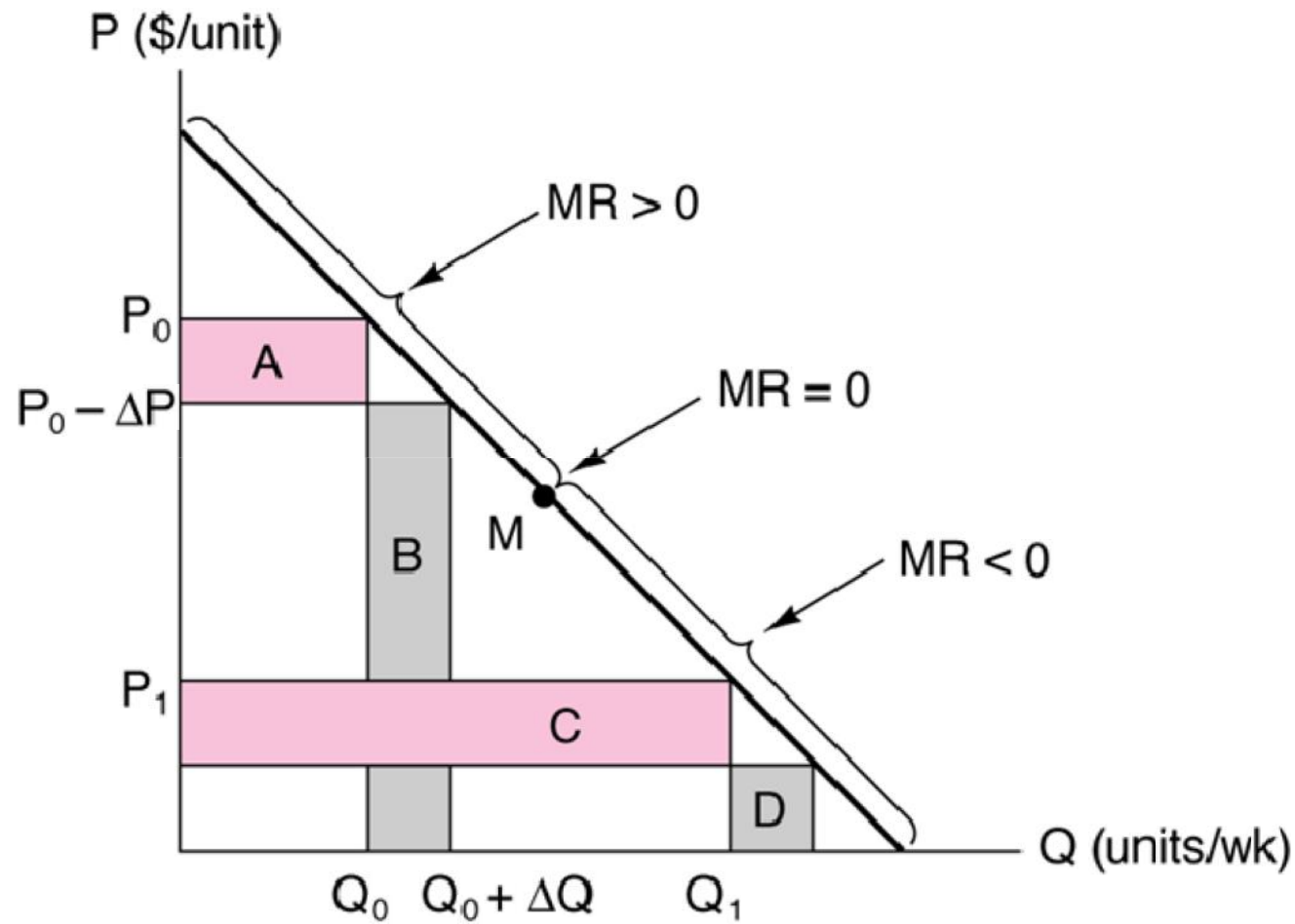
$$TR = P * Q$$



Doanh thu và đường cầu



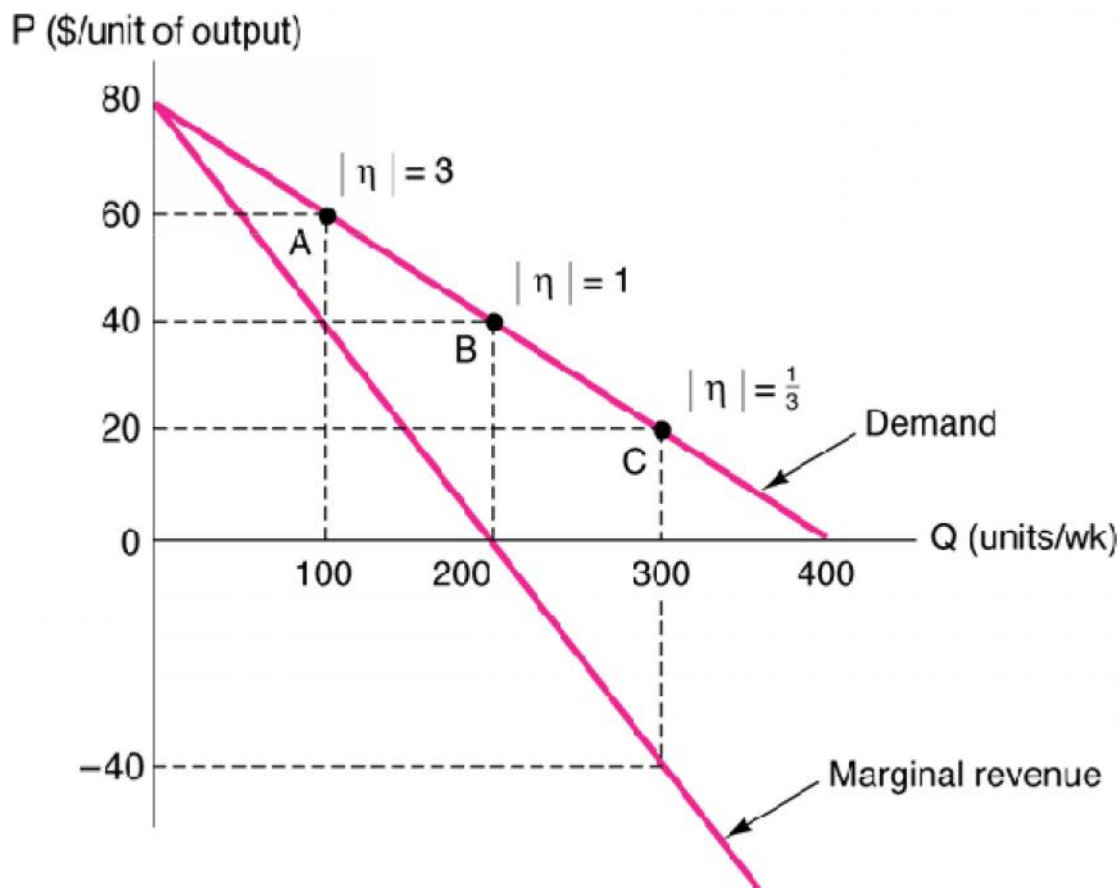
Doanh thu cận biên và đường cầu



Doanh thu cận biên và đường cầu

Đường doanh thu cận biên có độ dốc gấp đôi độ dốc đường cầu.

Đường doanh thu cận biên luôn nằm dưới đường cầu trừ điểm đầu tiên



Tối đa hóa lợi nhuận trong ngắn hạn

- Điều kiện tối đa hóa lợi nhuận của một hãng bất kỳ:

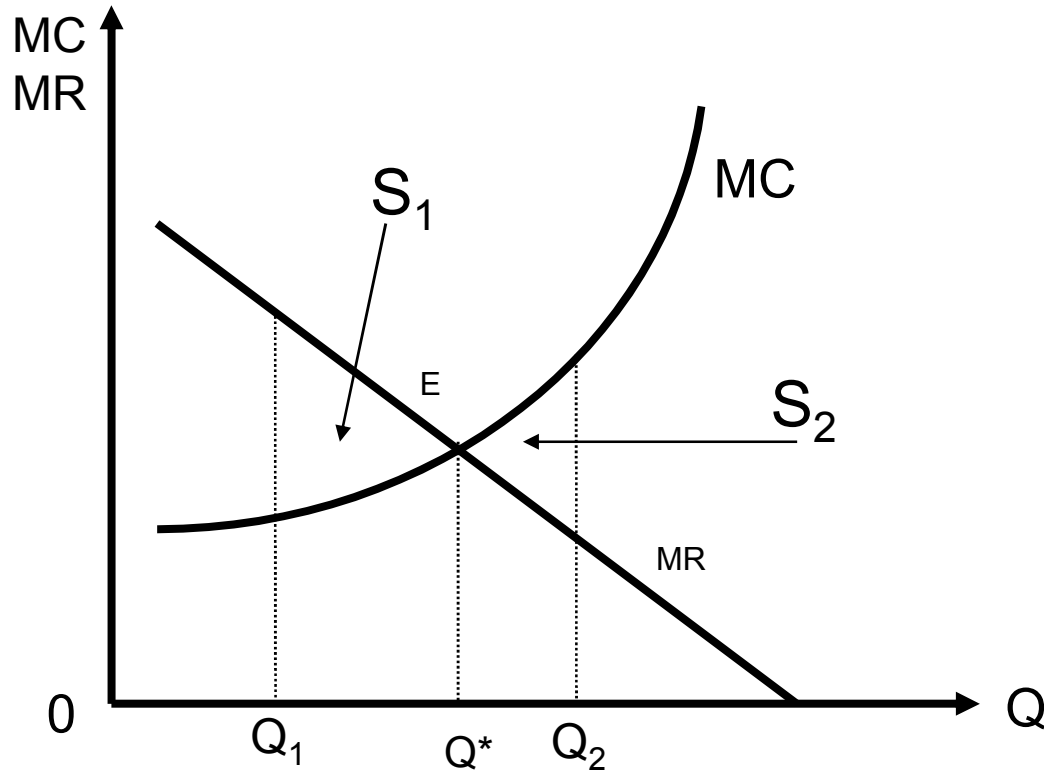
$$\bullet MR = MC$$

- Chứng minh:

$$\begin{aligned}\Pi &= TR - TC \Rightarrow \Pi_{max} \Rightarrow \Pi'_{(Q)} = TR'_{(Q)} - TC'_{(Q)} \\ &\Leftrightarrow MR = MC\end{aligned}$$

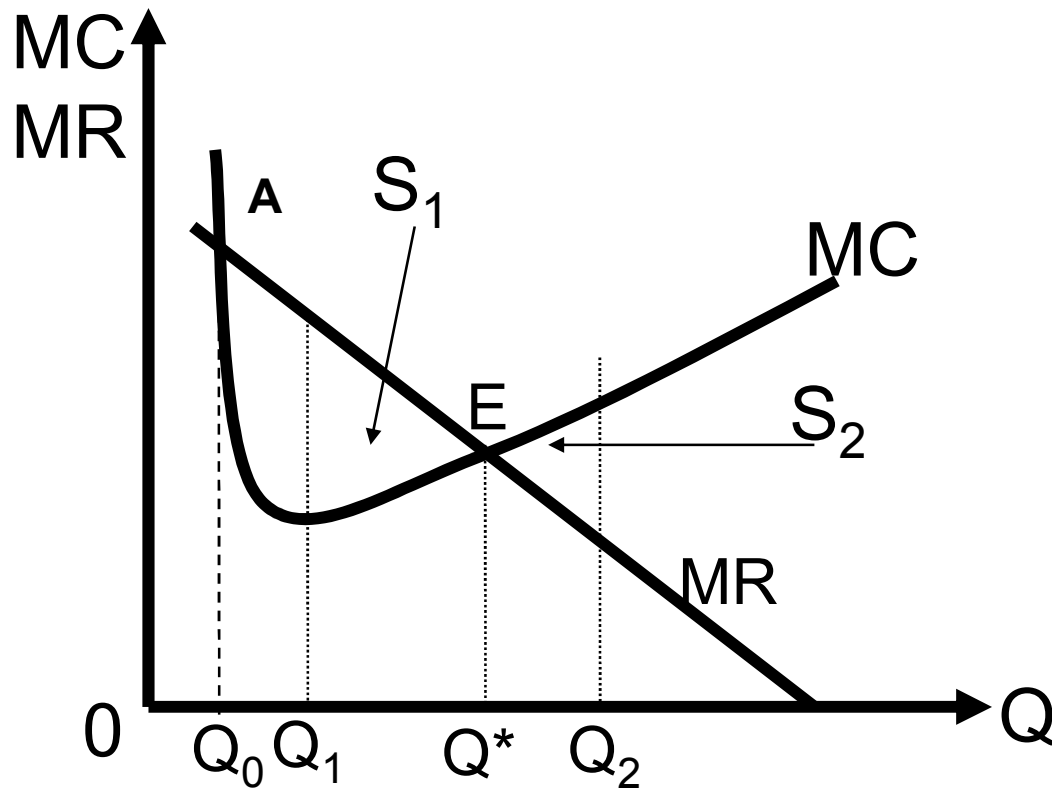
Chứng minh điều kiện $MR = MC$ bằng đồ thị

- + Đường MR cắt MC tại E, xác định mức sản lượng tối ưu Q^* để tối đa hóa lợi nhuận. Q_1 và Q_2 đều là những mức sản lượng chưa đạt Π_{\max} .

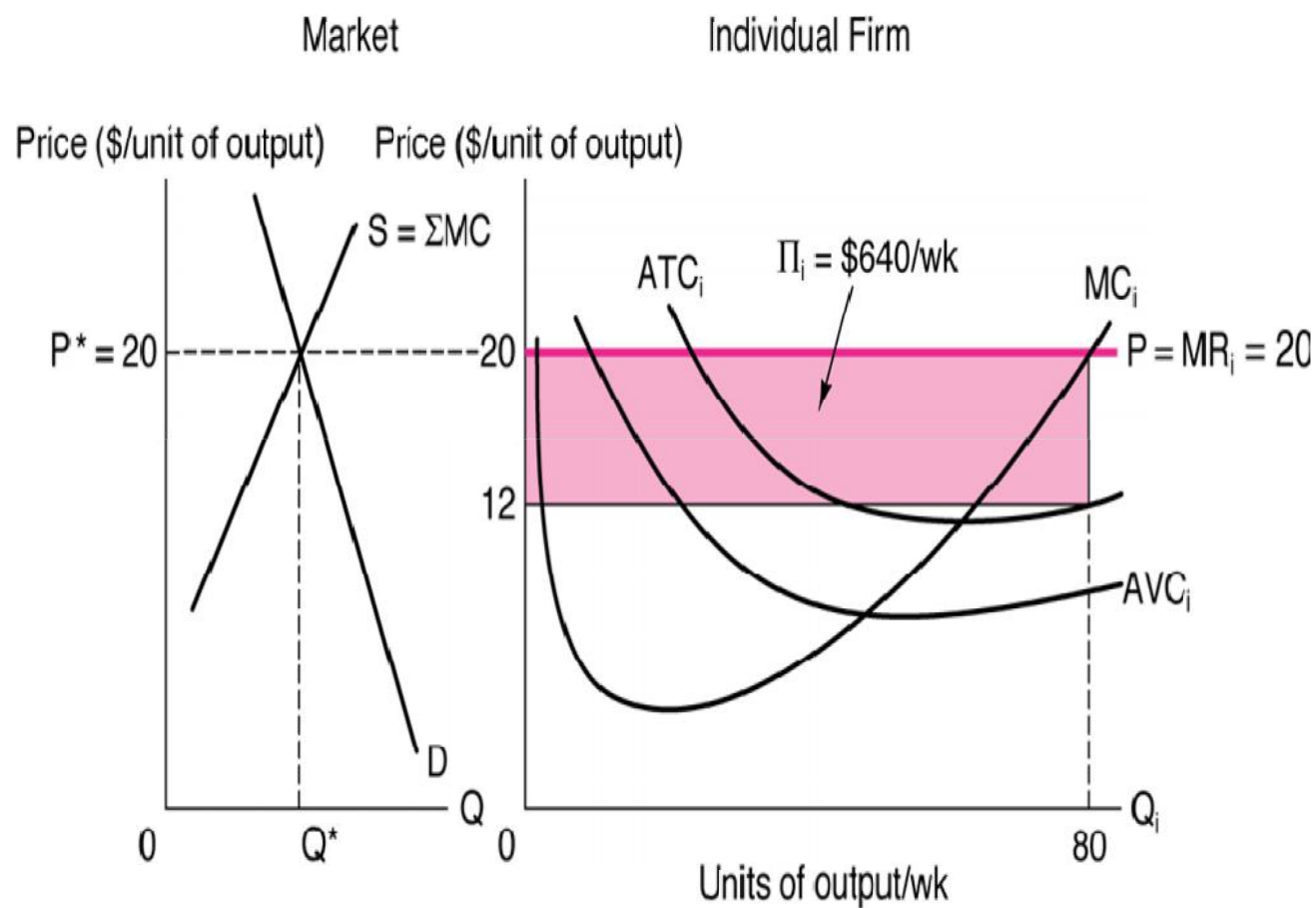


Chứng minh điều kiện $MR = MC$ bằng đồ thị

- Không phải luôn luôn $MR = MC$ thì Π_{\max}
- Q_0 không phải là mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận.



Minh họa lợi nhuận đối với hãng cạnh tranh hoàn hảo



Phân loại thị trường

- Thị trường cạnh tranh hoàn hảo (thuần túy): có rất nhiều người mua và nhiều người bán.
- Thị trường độc quyền thuần túy (độc quyền mua và độc quyền bán): chỉ có một người mua và nhiều người bán hoặc chỉ có một người bán và nhiều người mua.

II. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH HOÀN HẢO

- Các đặc trưng của thị trường cạnh tranh hoàn hảo (CTHH).
- Điều kiện cho tối đa hóa lợi nhuận của hãng CTHH trong ngắn hạn.
- Mức sản lượng và lợi nhuận của hãng CTHH trong ngắn hạn.
- Đường cung của hãng CTHH.
- Lựa chọn sản phẩm trong dài hạn và cân bằng cạnh tranh trong dài hạn.

Các đặc trưng của thị trường cạnh tranh hoàn hảo (CTHH).

1. Có nhiều người mua và nhiều người bán độc lập với nhau.
2. Tất cả các đơn vị hàng hóa trao đổi được coi là giống nhau. Các loại hàng hóa có khả năng thay thế hoàn toàn.
3. Tất cả người mua và người bán đều có hiểu biết đầy đủ về các thông tin liên quan đến việc trao đổi.

Các đặc trưng của thị trường cạnh tranh hoàn hảo (CTHH).

4. Không có gì cản trở việc gia nhập và rút lui khỏi thị trường.
5. Các giá thị trường do cung cầu quyết định
6. Các yếu tố của sản xuất là lưu động trong dài hạn

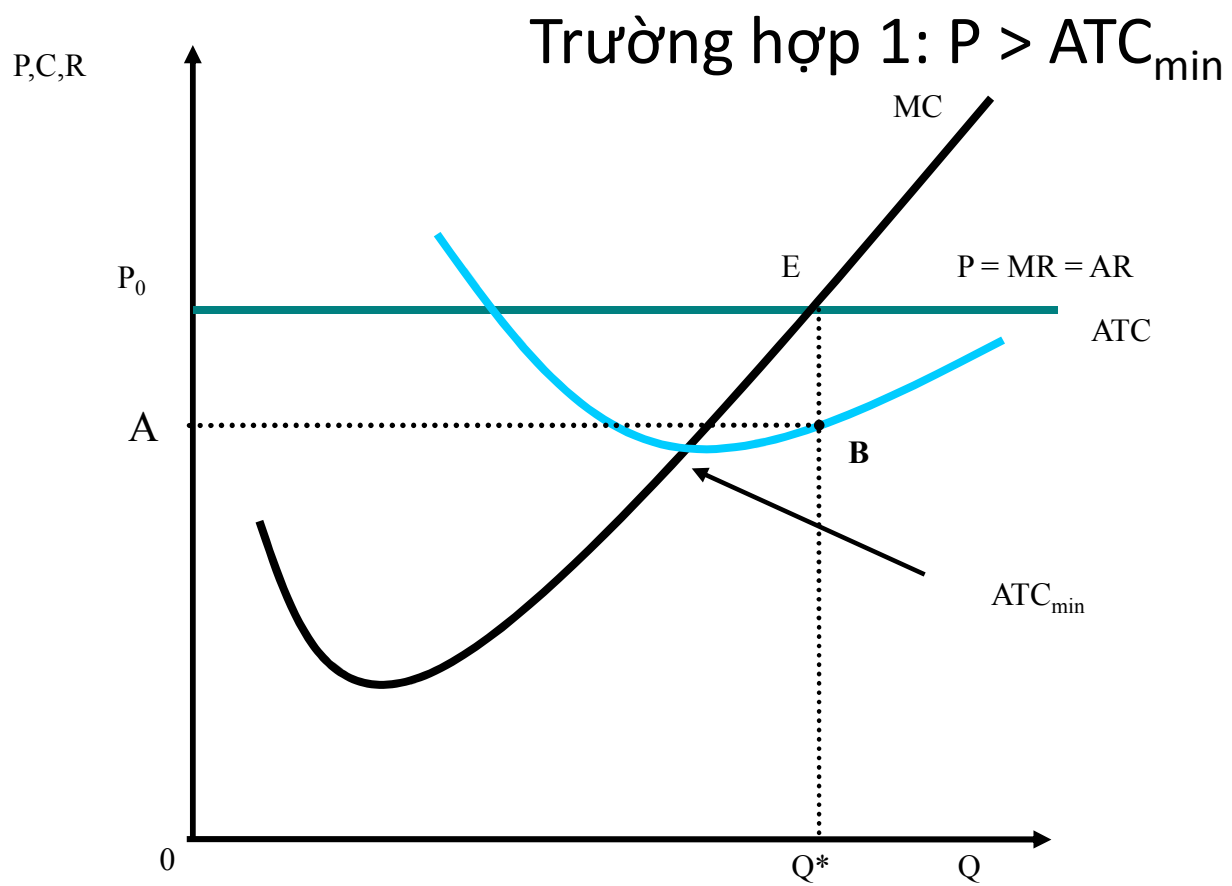
Các đặc trưng của của hãng CTHH

- Hãng CTHH có thể bán tất cả sản lượng của mình ở mức giá thị trường, nếu đặt giá cao hơn thì sẽ không bán được một mức sản lượng nào.
- Hãng CTHH không có sức mạnh thị trường, không có khả năng kiểm soát giá.
- Đường cầu của hãng CTHH (đường cầu đối với hãng CTHH) luôn là đường nằm ngang song song với trục hoành.
- $P = MR$

Điều kiện cho tối đa hóa lợi nhuận của hãng CTHH trong ngắn hạn

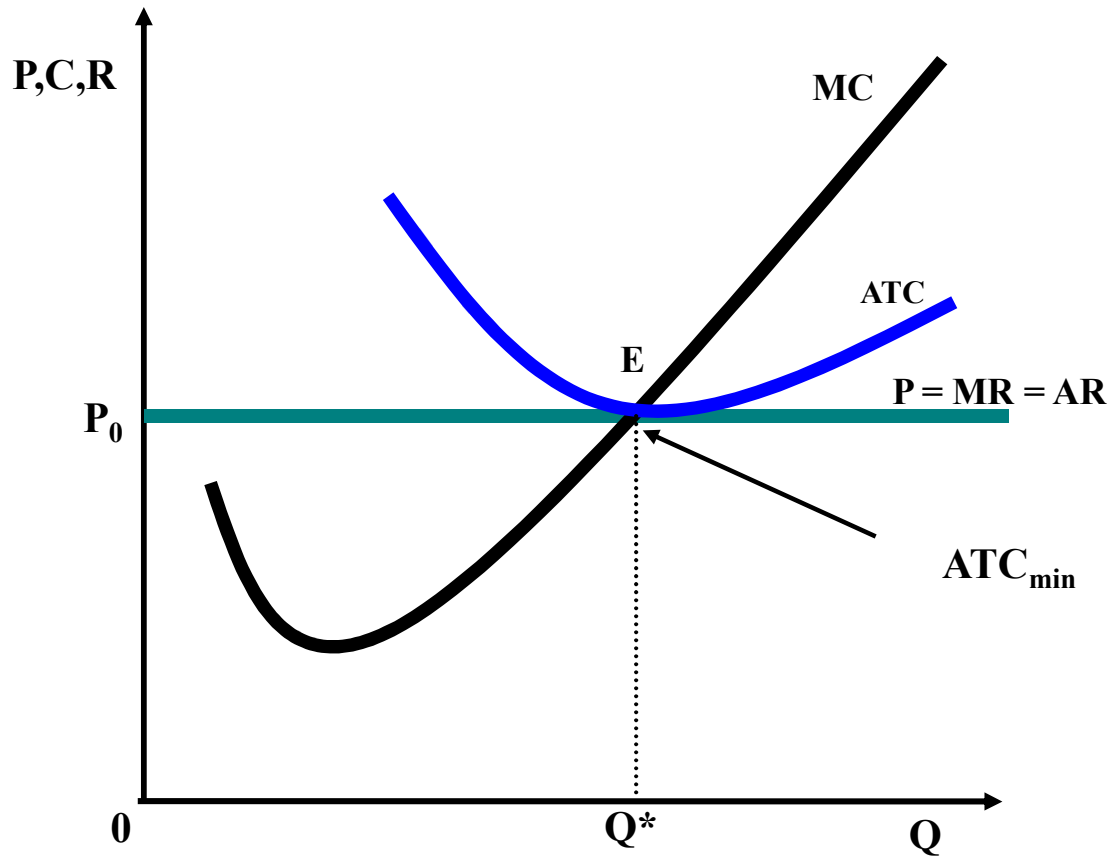
- Điều kiện chung cho tất cả các loại hình doanh nghiệp: $MR = MC$
- Đối với hãng CTHH, đường MR chính là đường cầu và là giá thị trường: $P = MR$.
- Kết hợp 2 điều kiện trên, suy ra:

$$P = MC$$



$P > ATC_{\min}$ của hãng CTHH

Trường hợp 2: $P = ATC_{\min}$ – hăng hòa vốn

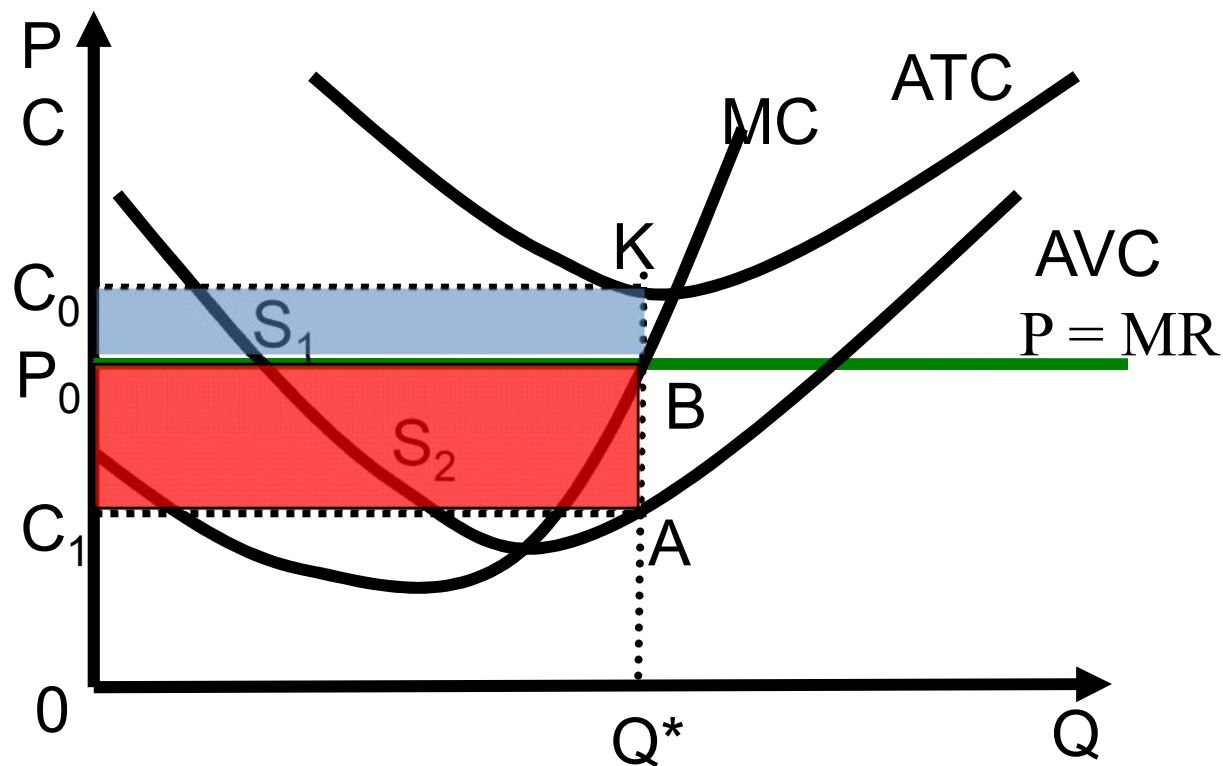


$P_{\text{hòa vốn}} = ATC_{\min}$ của hãng CTHH

Trường hợp 3:

$$ATC_{\min} > P > AVC_{\min}$$

- Hãng sẽ bị thua lỗ (S_1) nhưng vẫn tiếp tục sản xuất để tối thiểu hóa lỗ vốn, bù đắp được một phần chi phí cố định.



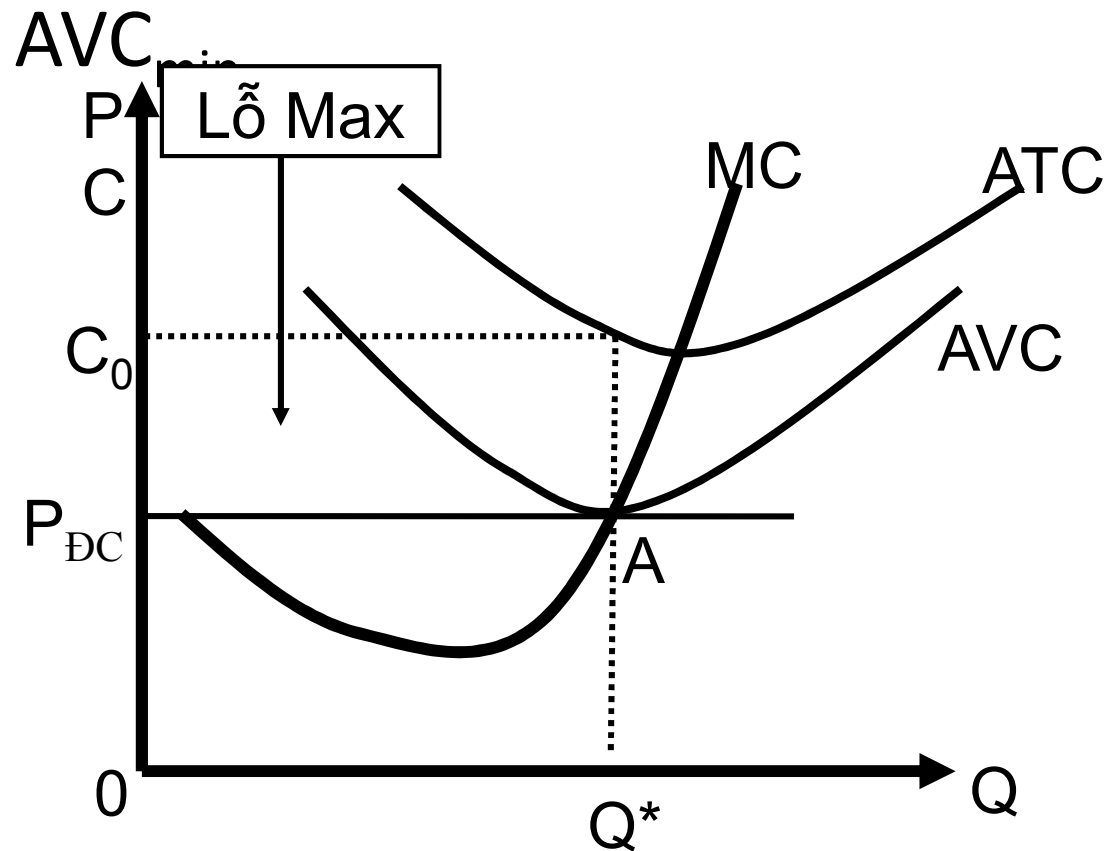
$$ATC_{min} > P > AVC_{min}$$

Tại sao hãng ko đóng cửa sản xuất ngay??

- Nếu đóng cửa ngay, hãng sẽ mất toàn bộ chi phí cố định.
- Nếu hãng tiếp tục sản xuất thì doanh thu của hãng bù đắp được 1 phần chi phí biến đổi và toàn bộ chi phí cố định.
- Vì các yếu tố xã hội: thất nghiệp....

Trường hợp 4: $P \leq AVC_{\min}$
Mức giá đóng cửa SX của hãng CTHH

- Mức giá đóng cửa sản xuất của hãng CTHH là $P \leq$



- $P_{\text{đóng cửa}} = \text{Hằng đóng cửa sản xuất} = AVC_{\text{min}}$
- $P < AVC_{\text{min}}$ thì càng phải đóng cửa càng sớm càng tốt

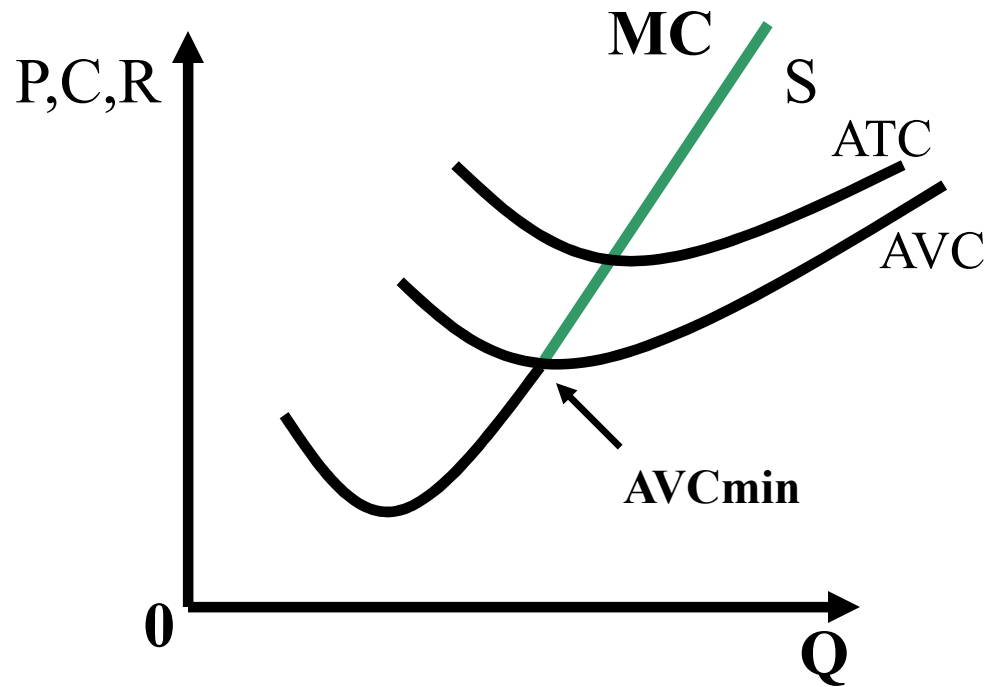
Đường cung của hãng CTHH

- Là đường MC, dốc lên về phía phải.
- Xuất phát từ điểm đóng cửa sản xuất trở lên

$$(P > AVC_{\min}).$$

- Đường cung của ngành là tổng các đường cung của hãng theo chiều ngang (trục hoành).

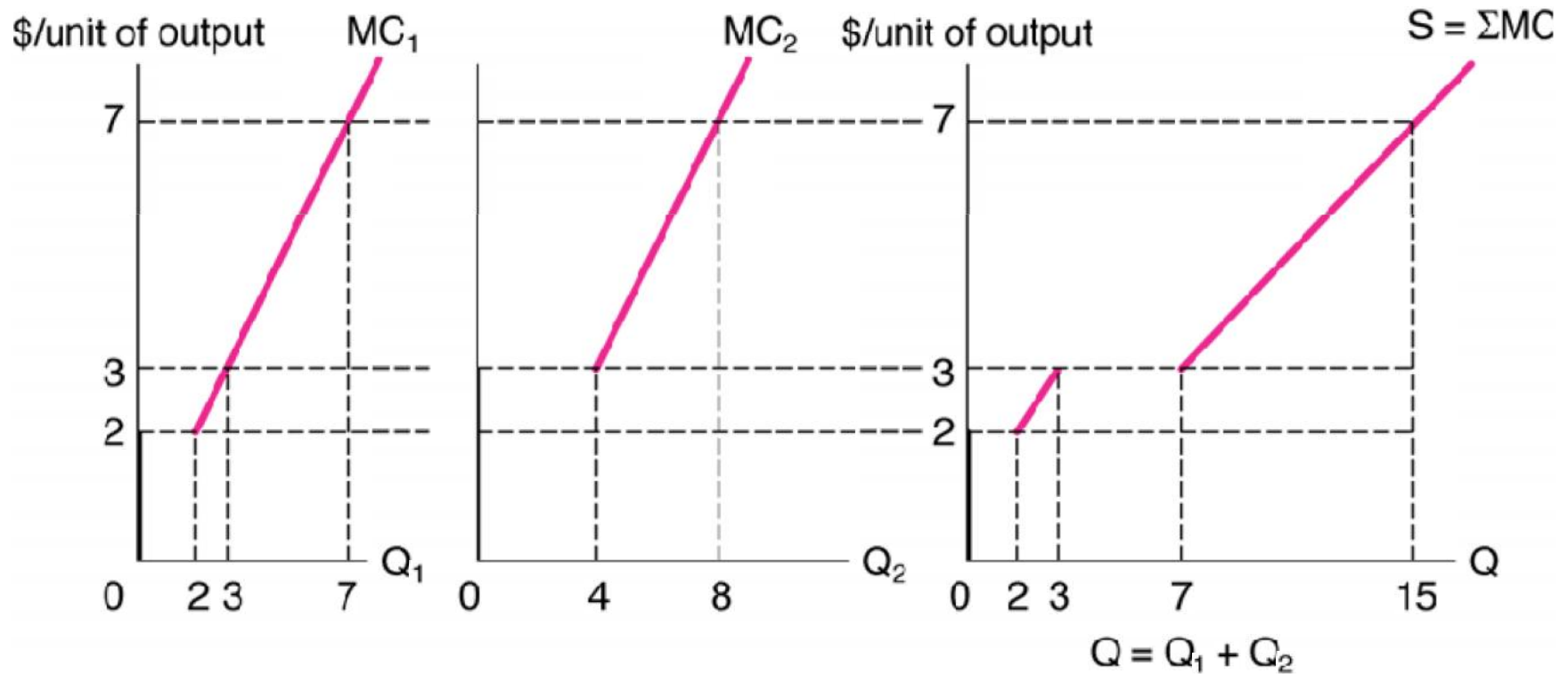
Đường cung của hãng CTHH trong ngắn hạn



Đường MC kể từ điểm AVC_{min} trở lên chính là đường cung (S) của hãng CTHH trong ngắn hạn

Đường cung của ngành CTHH

Firm 1 + Firm 2 = Total Industry



Lựa chọn sản phẩm trong dài hạn và cân bằng cạnh tranh trong dài hạn

- Trong ngắn hạn, hãng sẽ tiếp tục kinh doanh nếu $P > AVC_{\min}$ (chờ cơ hội giá tăng,...).
- Trong dài hạn, nếu giá $P \leq AVC_{\min}$ (thua lỗ) hãng sẽ rút lui khỏi thị trường.

Lựa chọn sản phẩm... (tiếp)

- Một số hãng sẽ gia nhập thị trường nếu lợi nhuận kinh tế dương trong dài hạn và không có cân bằng.
- Cân bằng chỉ khi lợi nhuận kinh tế bằng 0.
- Điều kiện để đạt cân bằng cạnh tranh dài hạn:

$$P = LAC_{\min} = LMC.$$

THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN THUẦN TÚY (ĐỘC QUYỀN BÁN)

- Các đặc trưng của thị trường độc quyền thuần túy.
- Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền.
- Lựa chọn mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của hãng độc quyền bán.
- Quy tắc định giá của nhà độc quyền.

Các đặc trưng cơ bản của thị trường độc quyền thuần túy

- Một hãng cung ứng toàn bộ mức cung của thị trường.
- Sản xuất duy nhất một loại hàng hóa hoặc dịch vụ nào đó.
- Sản phẩm của thị trường độc quyền là độc nhất, hầu như không có sản phẩm thay thế gần.

Các đặc trưng... (tiếp)

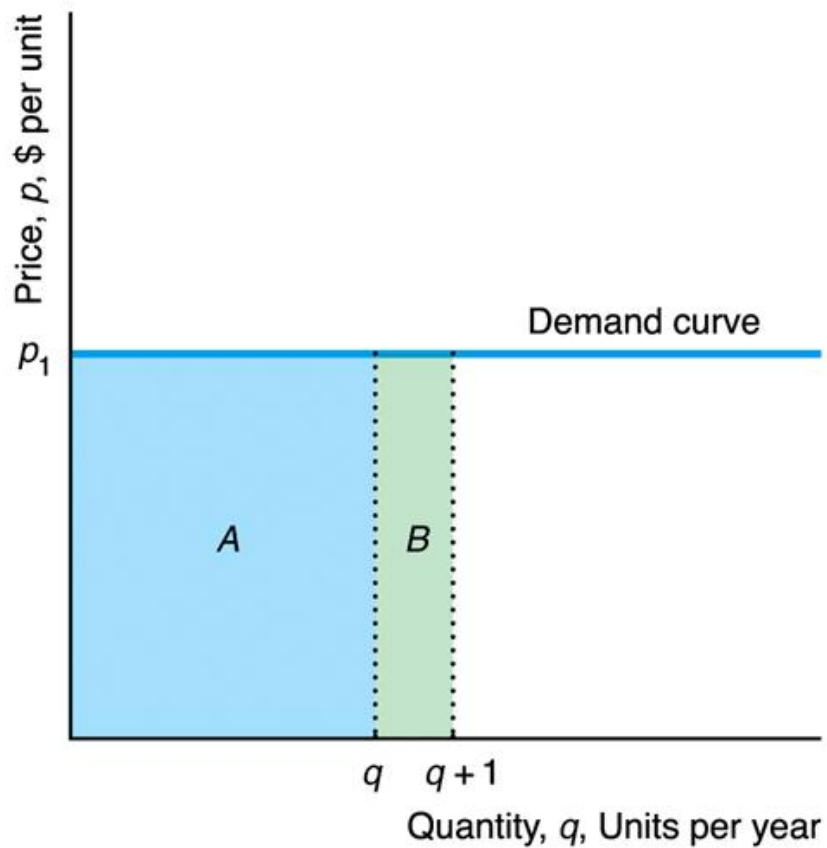
- Có sự cản trở lớn đối với việc xâm nhập hoặc rút lui khỏi thị trường.
- Đường cầu của hãng độc quyền là đường dốc xuống về phía phải, có độ dốc âm và tuân theo luật cầu.
- Ví dụ: điện thắp sáng, dịch vụ chuyển phát thư của bưu điện, buôn bán vũ khí, hãng Microsoft cho phần mềm Windows...

Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền

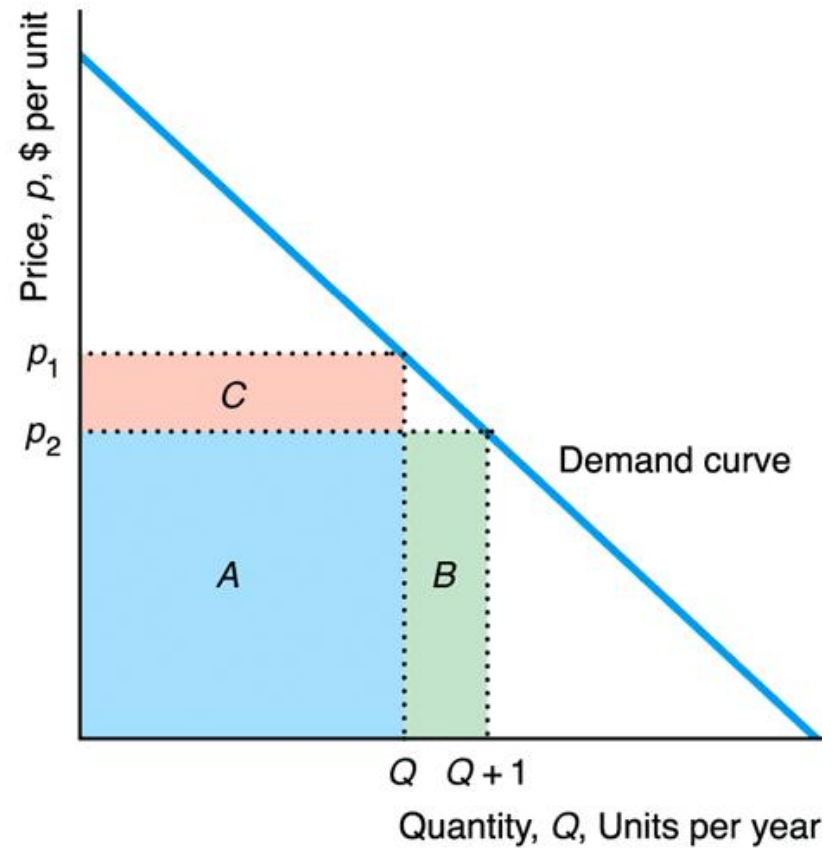
- Đạt được tính kinh tế của quy mô (độc quyền tự nhiên): chi phí bình quân sẽ giảm xuống, dễ mở rộng sản lượng, dễ loại bỏ đối thủ,...
- Bằng phát minh sáng chế (bản quyền): thường có thời hạn (ví dụ: Mỹ 17 năm).
- Kiểm soát các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất. Ví dụ: công ty Niken của Canada.
- Do quy định của chính phủ.

Đường cầu của hãng CTHH và của hãng độc quyền

(a) Competitive Firm

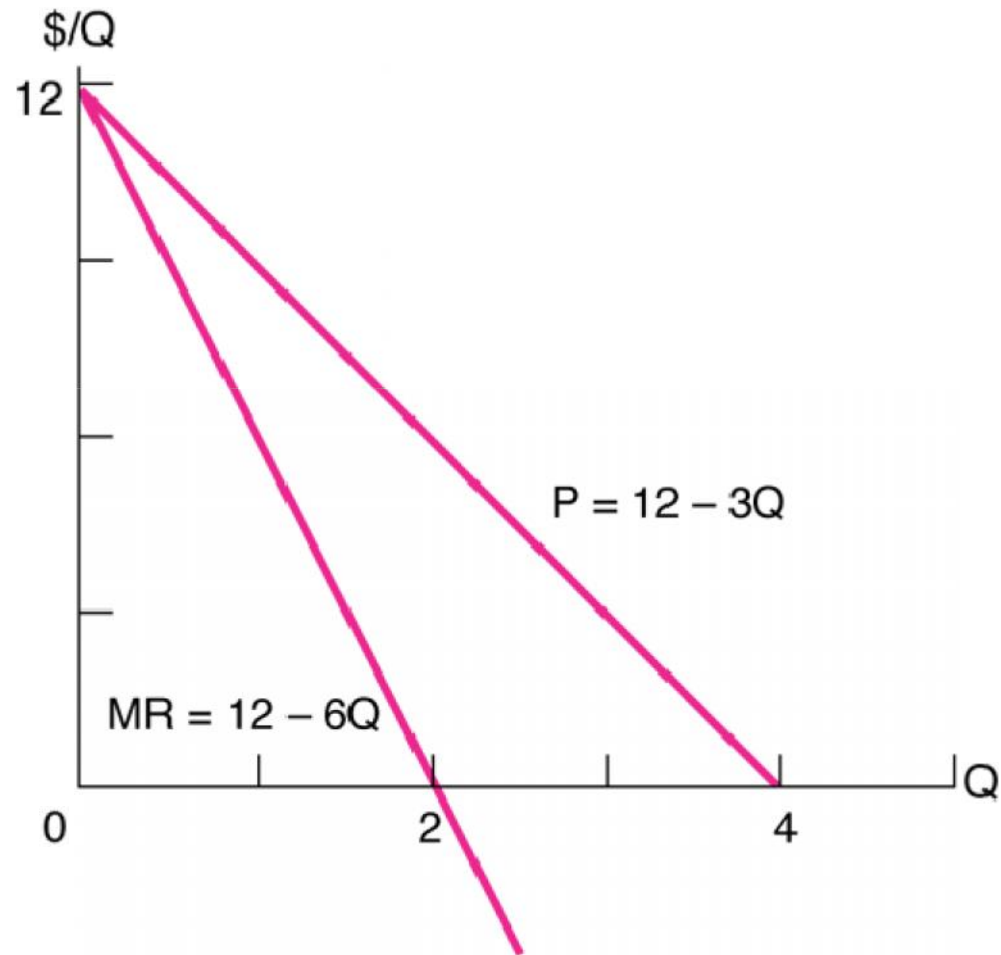


(b) Monopoly



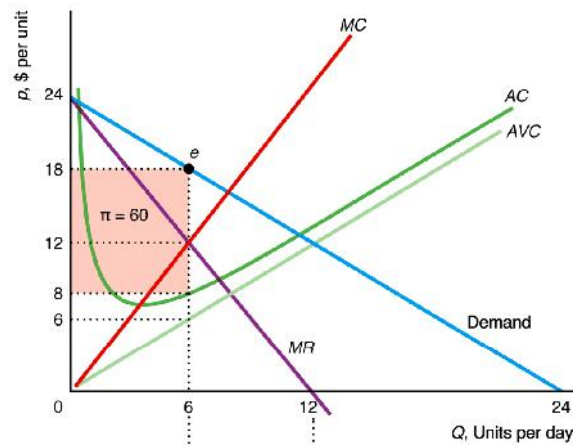
Nguồn: Perloff, chương 11, powerpoint 5

Đường cầu và đường MR

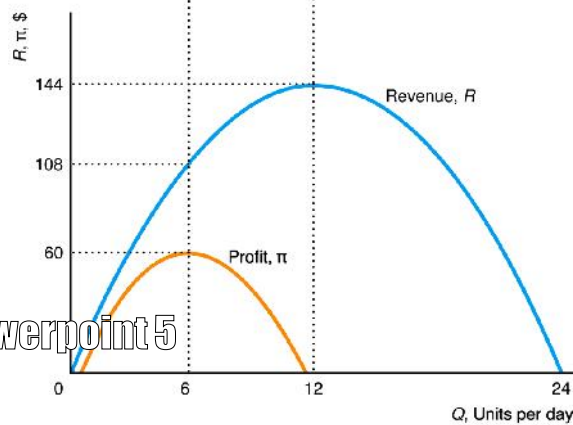


Tối đa hóa lợi nhuận

(a) Monopolized Market



(b) Profit, Revenue



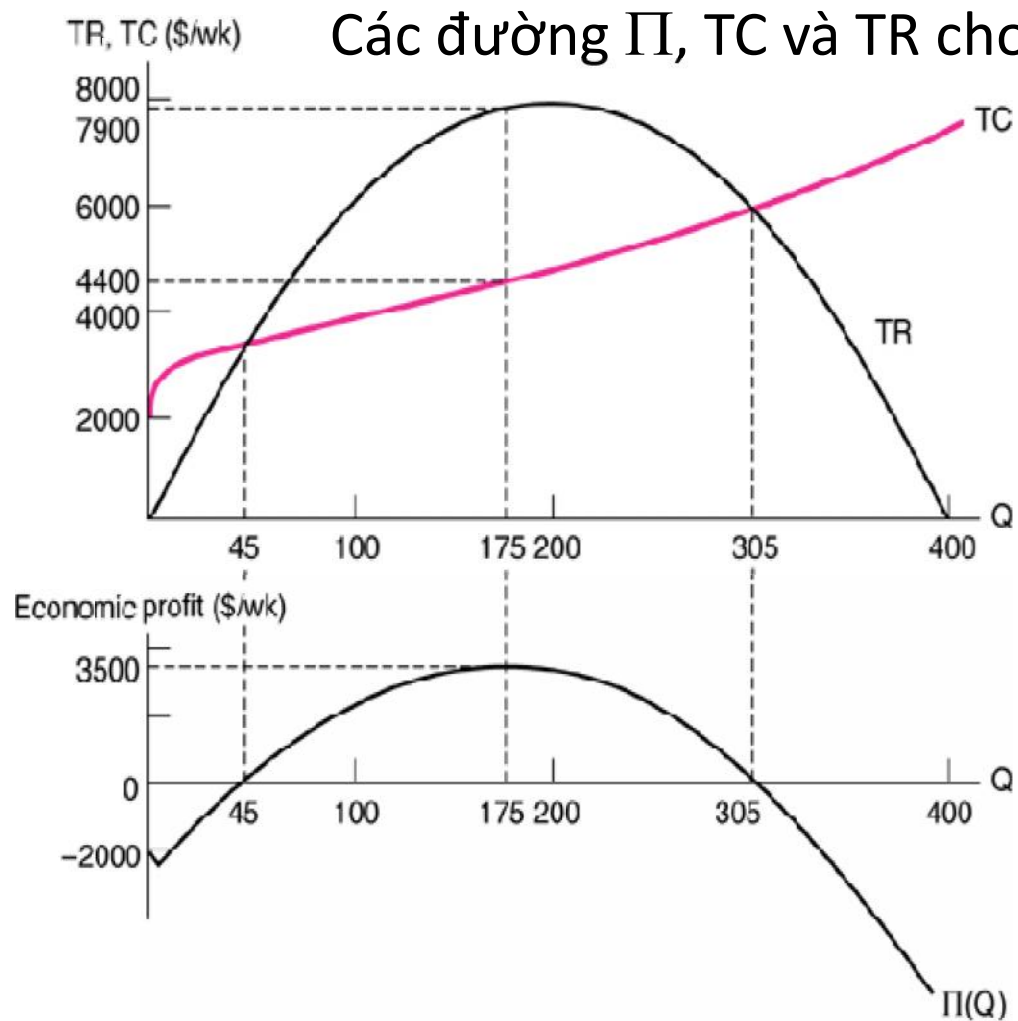
Ngũ n: Perloff, ch

ng 11, powerpoint 5

Điều kiện lựa chọn mức sản lượng tối ưu để tối đa hóa lợi nhuận của hãng độc quyền trong ngắn hạn

$$MR = MC$$

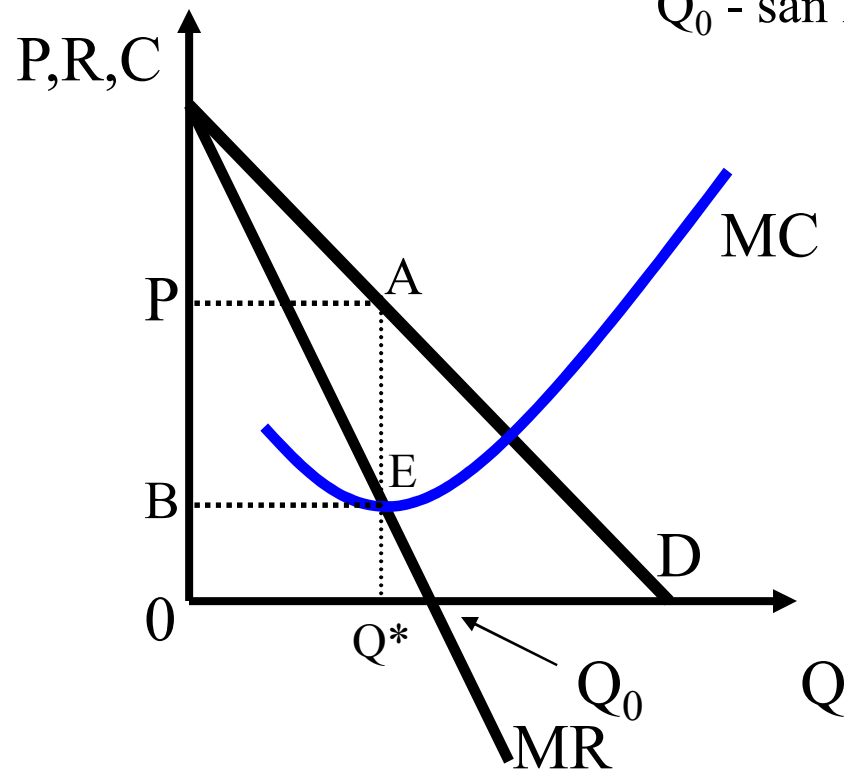
Các đường Π , TC và TR cho nhà độc quyền



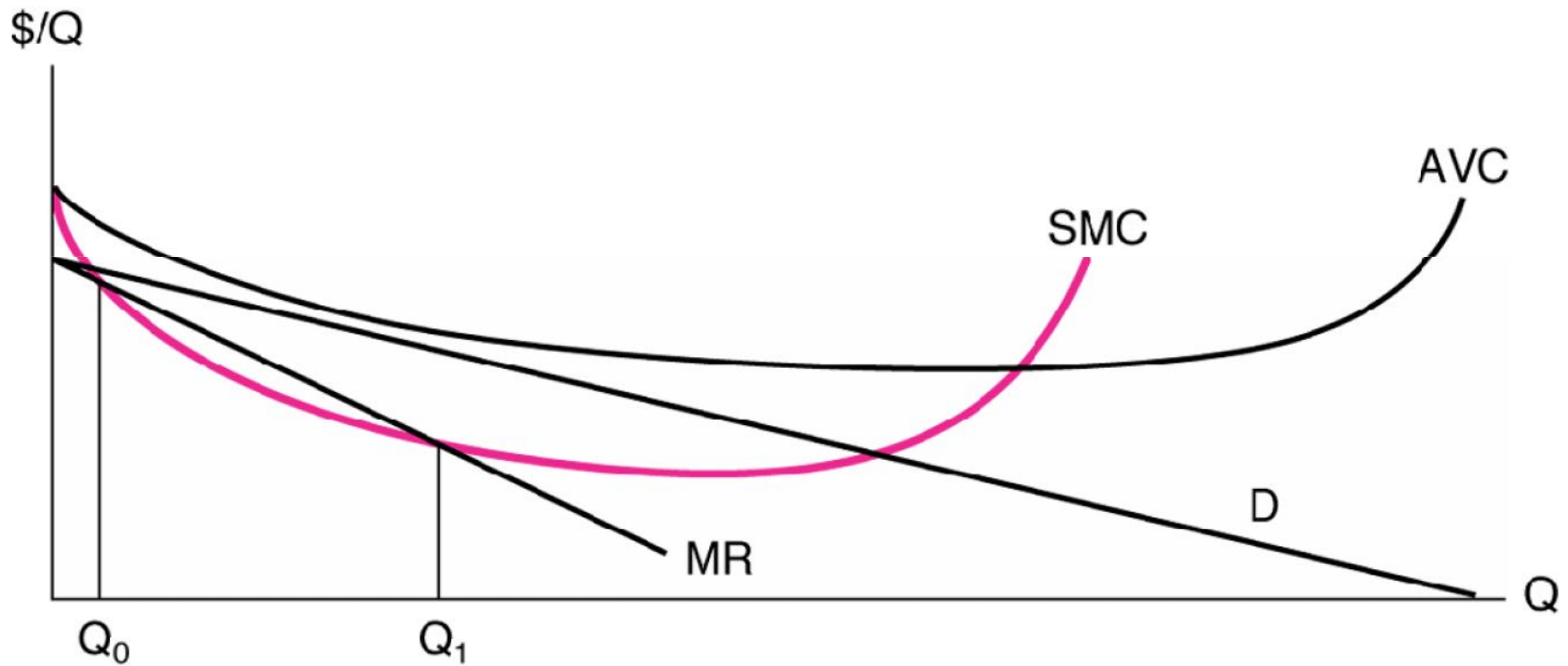
Đồ thị miêu tả khả năng tối đa hóa lợi nhuận của nhà độc quyền thuần túy

Q^* - sản lượng đạt π_{\max} - ĐK: $MR = MC$

Q_0 - sản lượng đạt TR_{\max} - $MR = 0$ hoặc $\left|E_P^D\right| = 1$



Hãng độc quyền sẽ đóng cửa sản xuất trong ngắn hạn khi $P < AVC$.



Quy tắc định giá của nhà độc quyền

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta(PQ)}{\Delta Q} = \frac{P \cdot \Delta Q + Q \cdot \Delta P}{\Delta Q} =$$

$$= P + Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} = P \left(1 + \frac{Q}{P} \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} \right) = P \left(1 + \frac{1}{E_P^D} \right)$$

Đặt $MR = MC$ ta được

$$P = \frac{MC}{\left(1 + \frac{1}{E_P^D} \right)}$$

Quy tắc định giá của nhà độc quyền

$$P - MC = \frac{-P}{E_P^D} > 0 \Rightarrow P > MC;$$

$$\frac{-P}{E_P^D} > 0 \Rightarrow |E_P^D| > 1$$

Sức mạnh của độc quyền bán

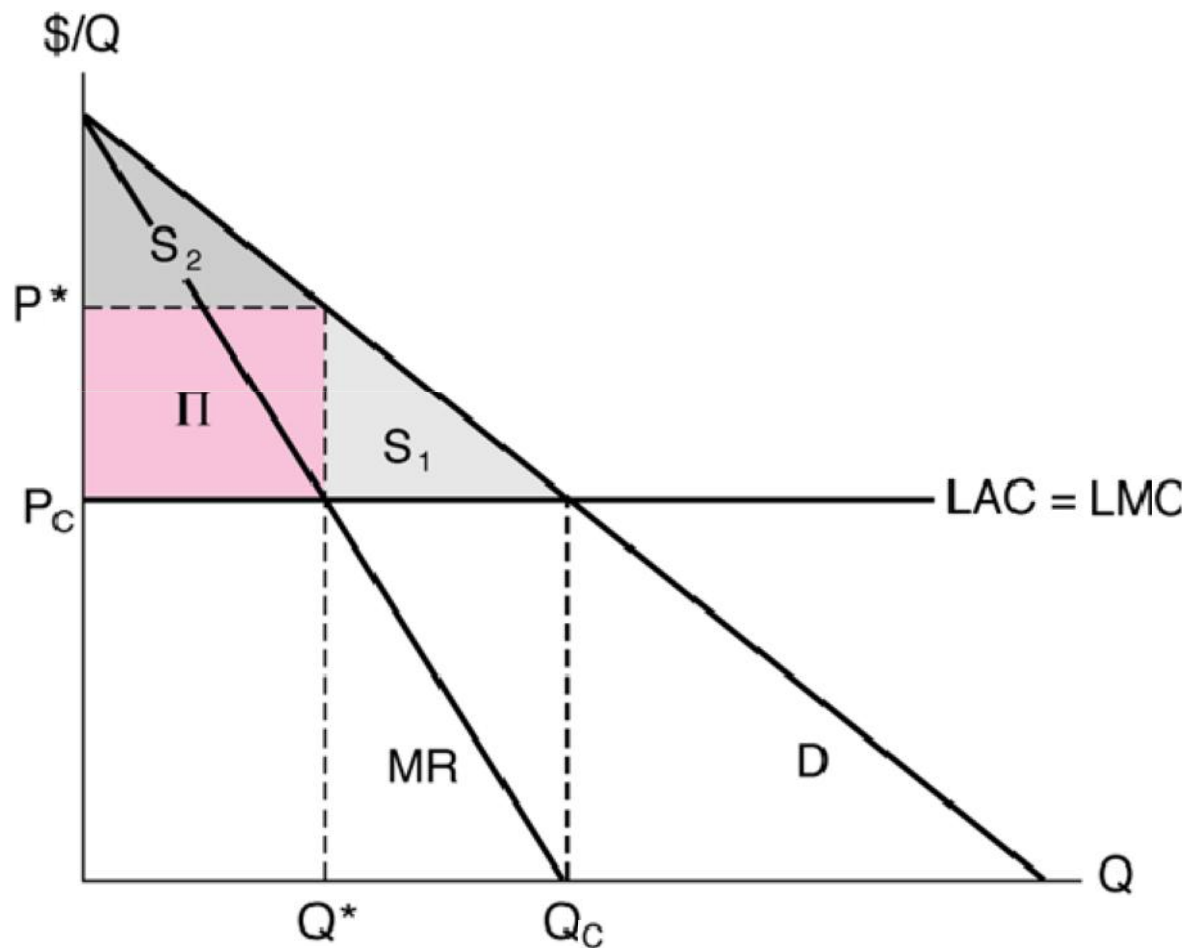
- Hãng độc quyền luôn kinh doanh tại miền thượng của đường cầu.
- Hãng độc quyền bán luôn đặt ra mức giá lớn hơn MC ($P > MC$), còn hãng CTHH thì $P = MC$.
- Mức độ sức mạnh của độc quyền bán được đo bằng hệ số Lerner (L) (do Abba Lerner đưa ra năm 1934).
- Hệ số L càng lớn thì sức mạnh độc quyền càng lớn.

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

Lựa chọn sản lượng trong dài hạn của hãng độc quyền thuần túy

- Nếu hãng được bảo hộ từ phía chính phủ, hãng có quy mô lớn, hãng kiểm soát được toàn bộ thị trường và hãng tìm được cách không cho các hãng khác xâm nhập thì hãng sẽ luôn thu được lợi nhuận trong dài hạn.
- Nếu trong dài hạn có thêm nhiều hãng gia nhập thị trường thì điều kiện lựa chọn sản lượng của hãng là $MR = LMC$ và $P = LAC_{\min}$ hãng sẽ thu được lợi nhuận không (0).

Khả năng kiếm được lợi nhuận trong dài hạn của hãng độc quyền thuần túy



M

E

R



C

I



A



T

O

U

S