



KINH TẾ VI MÔ

Bài giảng 9

Thị trường độc quyền

MỤC TIÊU

1

- Hiểu nguồn gốc của độc quyền và thấy ý nghĩa của sức mạnh thị trường

2

- Hiểu qui tắc hoạt động của nhà độc quyền bán


3


- Thấy sự khác biệt giữa thị trường cạnh tranh và độc quyền, tính phi hiệu quả của độc quyền và sự can thiệp của Chính phủ trên thị trường độc quyền đôi khi là cần thiết


4

- Thấy sự phân biệt giá làm tăng lợi nhuận của nhà độc quyền

CÁC NỘI DUNG CHÍNH

- 
- Đặc điểm thị trường độc quyền
 - Nguồn gốc độc quyền

- 
- Quy tắc hoạt động của nhà độc quyền để tối đa hóa lợi ích

- 
- Mất mát vô ích do độc quyền
 - Sự can thiệp của Chính phủ

- 
- Phân biệt giá

CÁC CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG

Các tiêu thức	Cạnh tranh hoàn hảo	Cạnh tranh độc quyền	Độc quyền nhóm	Độc quyền hoàn toàn
Số lượng người mua	Rất nhiều	Rất nhiều	Rất nhiều	Rất nhiều
Số lượng người bán	Rất nhiều	Rất nhiều	Một nhóm	Duy nhất một hãng
Mức độ giống nhau của sản phẩm	Hoàn toàn đồng nhất	Giống, có khác biệt	*Khác, thay thế được *Giống	Duy nhất, không có sản phẩm thay thế
Gia nhập/ Rời bỏ ngành	Tự do	Tự do	Có rào cản	Có rào cản
Tương tác chiến lược	Không	Không	Có	Không

SỨC MẠNH CỦA NHÀ ĐỘC QUYỀN

- Là người định giá (Price Maker)
- Có quyền thay đổi giá bán

- Tuy nhiên, sức mạnh của nhà độc quyền không phải là vô hạn
- Người tiêu dùng sẽ phản ứng trước những sự thay đổi giá của nhà độc quyền

- Muốn bán được nhiều hàng hóa hơn => phải bán giá thấp hơn
- Muốn bán được giá cao hơn => phải chấp nhận bán được ít hàng hóa hơn
- => Đường cầu của DN là đường cầu thị trường

NGUỒN GỐC ĐỘC QUYỀN

1. Sở hữu nguồn lực then chốt

2. Cơ chế quản lý của Chính phủ

- Giấy phép hoạt động
- Bằng phát minh sáng chế, bản quyền tác giả

3. Lợi thế kinh tế theo qui mô

Độc quyền
tự nhiên

DOANH THU CỦA NHÀ ĐỘC QUYỀN

TR

- **Total Revenue**
- Là toàn bộ tiền thu được do bán ra một mức sản lượng nhất định
- **$TR = P * Q$**

AR

- **Average Revenue**
- Là tiền bán hàng thu được trên một đơn vị sản lượng bán ra
- **$AR = TR/Q = P * Q / Q = P$**

MR

- **Marginal Revenue**
- Là phần thay đổi của tổng doanh thu khi bán ra thêm một đơn vị sản lượng
- **$MR = \Delta TR / \Delta Q$**
- **$MR = d(TR) / dQ$**

DOANH THU CỦA NHÀ ĐỘC QUYỀN

(với hàm cầu $Q = 7 - P$)

P	Q	TR	AR	MR
7	0	0	--	--
6	1	6	6	6
5	2	10	5	4
4	3	12	4	2
3	4	12	3	0
2	5	10	2	-2
1	6	6	1	-4
0	7	0	0	-6

SO SÁNH CẠNH TRANH & ĐỘC QUYỀN

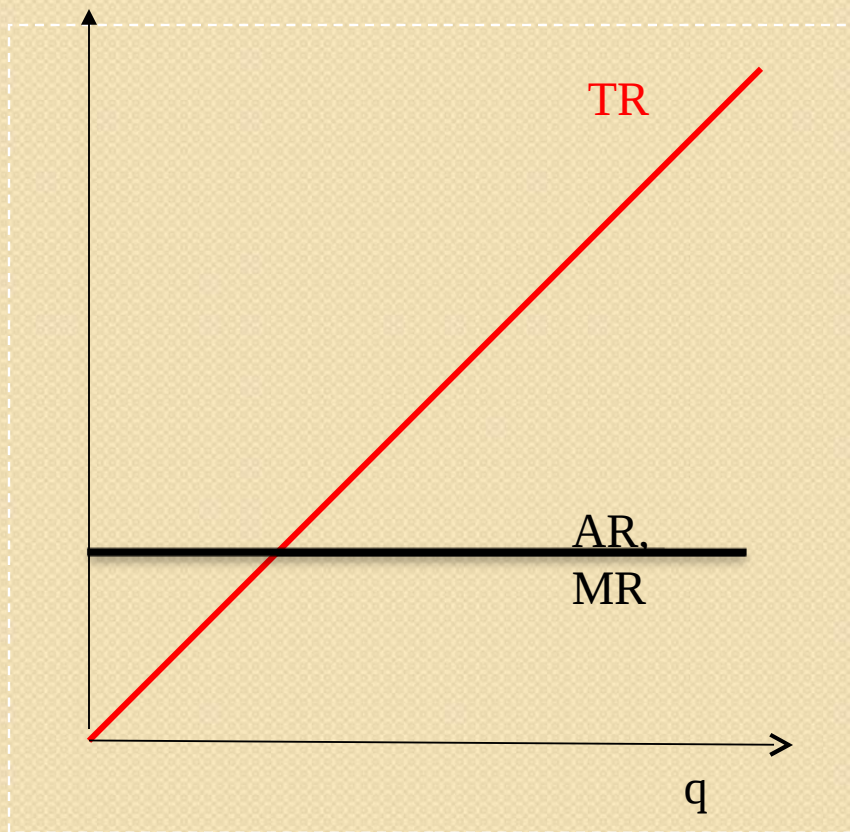
Đường cầu trước doanh nghiệp cạnh tranh và doanh nghiệp độc quyền khác nhau

Doanh nghiệp cạnh tranh có đường cầu trước DN nằm ngang (cầu hoàn toàn co giãn)

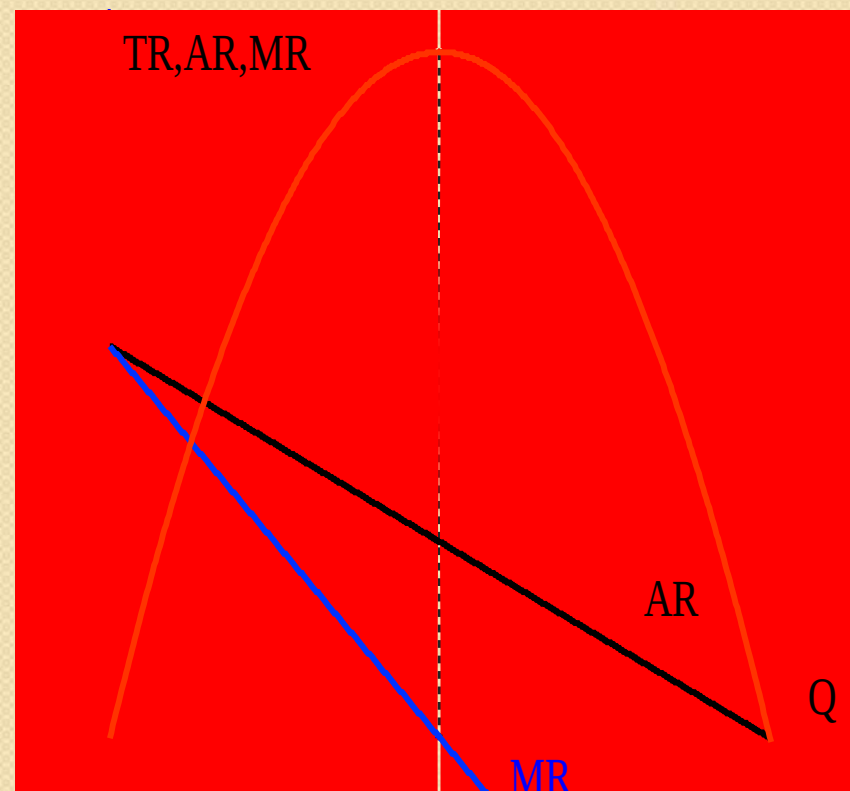
Doanh nghiệp độc quyền có đường cầu trước DN dốc xuống (chính là đường cầu thị trường)

SO SÁNH DOANH THU CỦA DN CẠNH TRANH & ĐỘC QUYỀN

CẠNH TRANH



ĐỘC QUYỀN



DOANH THU BIÊN VÀ GIÁ BÁN CỦA NHÀ ĐỘC QUYỀN

$$\begin{aligned}MR &= d(TR)/dQ \\ &= d(P \cdot Q)/dQ \\ &= Q \cdot dP/dQ + P \cdot dQ/dQ \\ &= P \cdot (Q \cdot dP/P \cdot dQ) + P \text{ (nghịch đảo của HSCG)} \\ &= P(1/E_p + 1)\end{aligned}$$

- * MR chỉ bằng P khi cầu hoàn toàn co giãn (DN cạnh tranh hoàn hảo)
- * Nếu không, MR sẽ nhỏ hơn P

QUI TẮC ỨNG XỬ CỦA NHÀ ĐỘC QUYỀN ĐỂ TỐI ĐA HÓA LỢI NHUẬN

Để tối đa hóa lợi nhuận

- Nếu $MC < MR \Rightarrow$ Nên tăng sản lượng
- Nếu $MC > MR \Rightarrow$ Nên giảm sản lượng
- Nếu $MC = MR \Rightarrow$ Nên giữ nguyên sản lượng

Điều kiện tối đa hóa lợi nhuận:

$$MC = MR$$

QUY TẮC ĐỊNH GIÁ

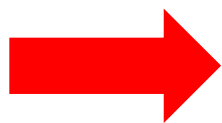
- $MR = P (1/E_P + 1)$
- Tối đa hóa lợi nhuận khi $MR = MC$ nên:
- $MC = P (1/E_P + 1)$
- Vậy $P = \frac{MC}{1 + 1/ E_P}$

QUY TẮC ĐỊNH GIÁ

- Ví dụ:

Nếu độ co giãn theo giá của cầu là -4 và chi phí biên là 9 USD theo 1 đơn vị, giá nhà độc quyền sẽ phải đặt để tối đa hóa lợi nhuận là???

$$9 / (1 - 1/4) = 12 \text{ USD/ đơn vị.}$$



**NHÀ ĐỘC QUYỀN ĐẶT GIÁ
CAO HƠN CHI PHÍ BIÊN**

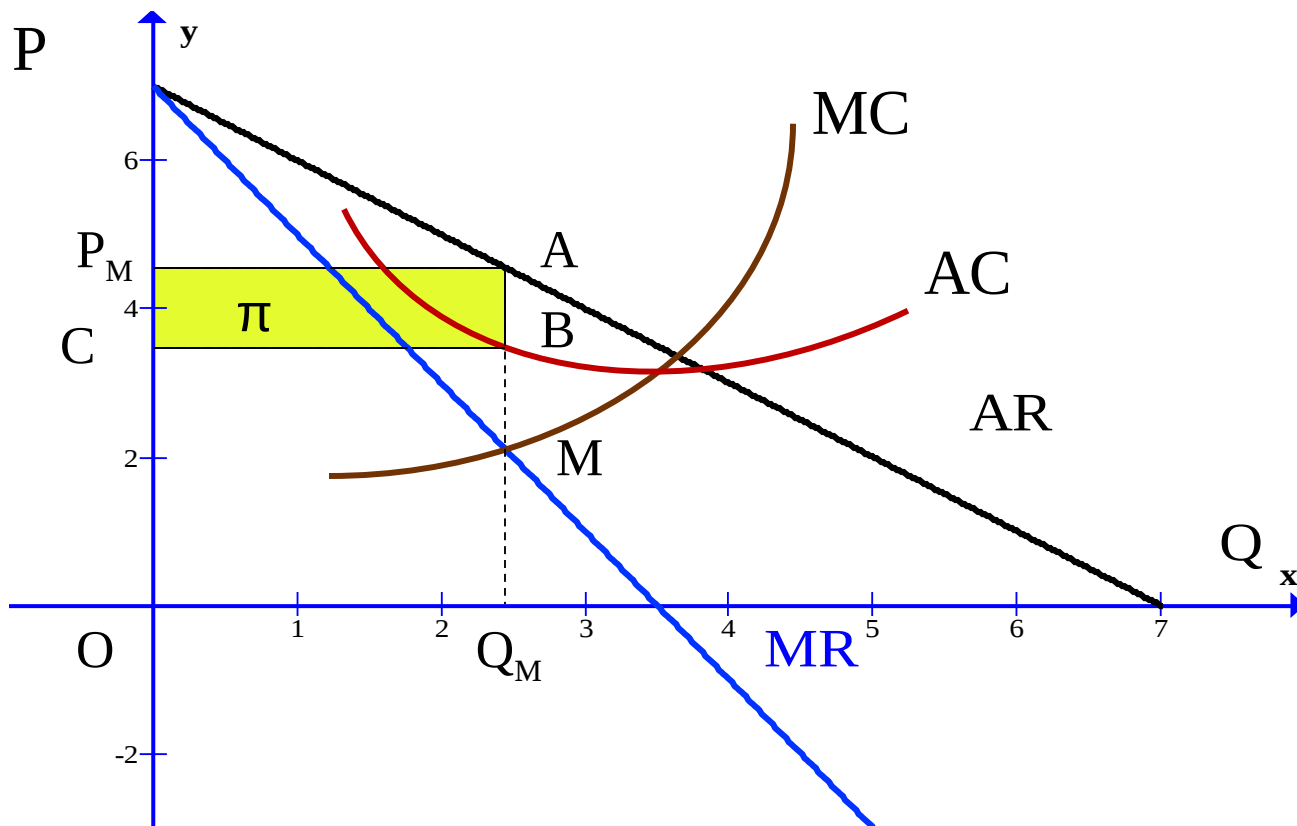
Sức mạnh của nhà độc quyền???

- Tuy nhiên:

Sức mạnh của nhà độc quyền không phải là vô hạn, nếu cầu là rất co giãn (tức E_P là 1 số âm lớn) thì giá sẽ gần bằng với chi phí biên và lúc đó thị trường sẽ giống như thị trường cạnh tranh.

Trên thực tế, khi cầu rất co giãn, độc quyền sẽ ít có lợi.

QUI TẮC TỐI ĐA HÓA LỢI NHUẬN



CÂN BẰNG DÀI HẠN CỦA THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN

Thị trường độc quyền có rào cản gia nhập

- Khi suất sinh lợi của DN độc quyền cao hơn mức bình thường (lợi nhuận kinh tế > 0) các nhà đầu tư khác cũng khó mà gia nhập ngành

Cân bằng trong dài hạn

- DN độc quyền vẫn có thể có lợi nhuận kinh tế trong dài hạn, vẫn sản xuất ở mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận ($MC = MR$)
- $\Rightarrow Q_{\text{Monopoly}} < Q_{\text{Competition}}$
- $\Rightarrow P_{\text{Monopoly}} > P_{\text{Competition}}$

ĐO LƯỜNG PHÚC LỢI

Các nhóm lợi ích

- Người tiêu dùng
- Nhà sản xuất
- Chính Phủ
- Nhà nhập khẩu, nhà xuất khẩu
- ...

Phúc lợi của từng nhóm lợi ích

- Thặng dư tiêu dùng
- Thặng dư sản xuất
- Lợi ích của Chính Phủ
- Lợi ích của nhà nhập khẩu, ...

Phúc lợi xã hội

- Là tổng phúc lợi của tất cả các nhóm lợi ích trong xã hội

ĐO LƯỜNG PHÚC LỢI

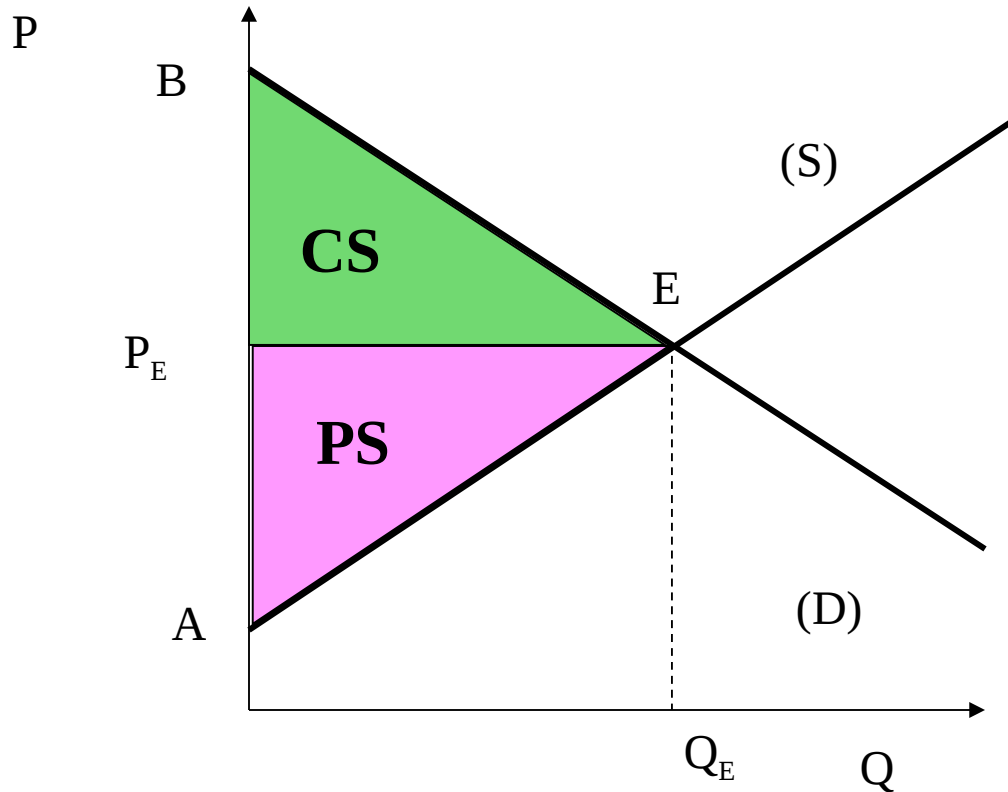
Thặng dư tiêu dùng (Consumer's Surplus)

- Thặng dư tiêu dùng là lợi ích nhóm người tiêu dùng được hưởng do giá phải trả thấp hơn giá sẵn lòng trả
- Thặng dư tiêu dùng là tổng phần chênh lệch giữa giá sẵn lòng trả và giá phải trả

Thặng dư sản xuất (Producer's Surplus)

- Thặng dư sản xuất là lợi ích nhóm nhà sản xuất được hưởng do giá bán được cao hơn giá sẵn lòng bán
- Thặng dư sản xuất là tổng phần chênh lệch giữa giá bán được và giá sẵn lòng bán

ĐO LƯỜNG PHÚC LỢI



Thặng dư tiêu dùng là phần diện tích giới hạn nằm dưới đường cầu, trên đường giá, đến lượng hàng được mua

Thặng dư sản xuất là phần diện tích giới hạn nằm dưới đường giá, trên đường cung, đến lượng hàng được bán

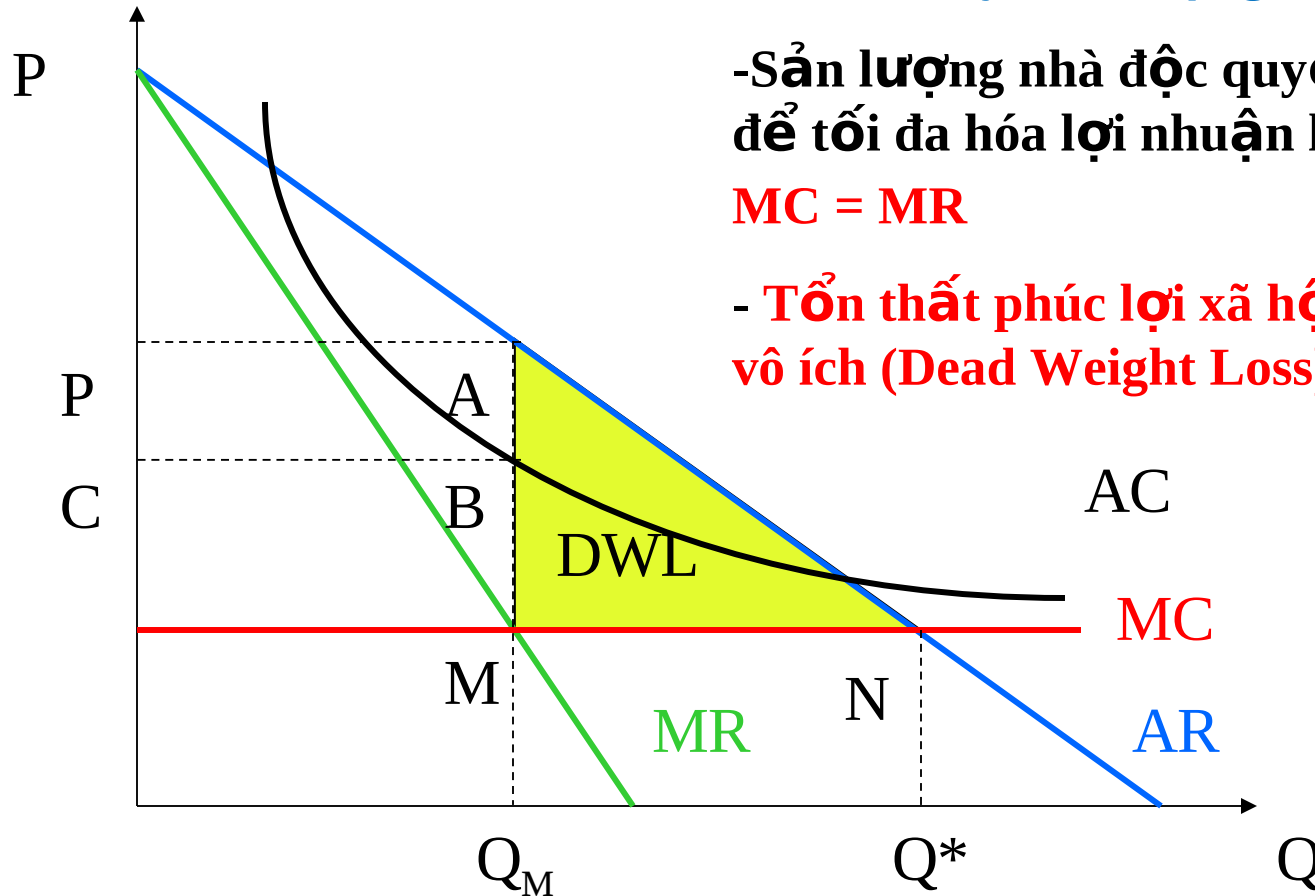
Phúc lợi xã hội (thặng dư xã hội): $SS = CS + PS$ trong trường hợp này

ĐỘC QUYỀN GÂY MẤT MẮT VÔ ÍCH

- Nguồn lực được sử dụng tối ưu khi $MC = P$ hay sản lượng sản xuất là Q^*

- Sản lượng nhà độc quyền sản xuất để tối đa hóa lợi nhuận là Q_M , tại đó $MC = MR$

- Tổn thất phúc lợi xã hội hay mất mát vô ích (Dead Weight Loss) là AMN



KIỂM SOÁT ĐỘC QUYỀN

Kiểm soát bằng luật

- Dùng luật để thúc đẩy cạnh tranh, hạn chế độc quyền

=> Hạn chế sức mạnh độc quyền trong một ngành

=> Làm tăng tính cạnh tranh trong một ngành

- Ví dụ:
 - Cấm sáp nhập
 - Buộc chia tách

Kiểm soát bằng can thiệp

- Dùng các công cụ kinh tế can thiệp vào thị trường độc quyền

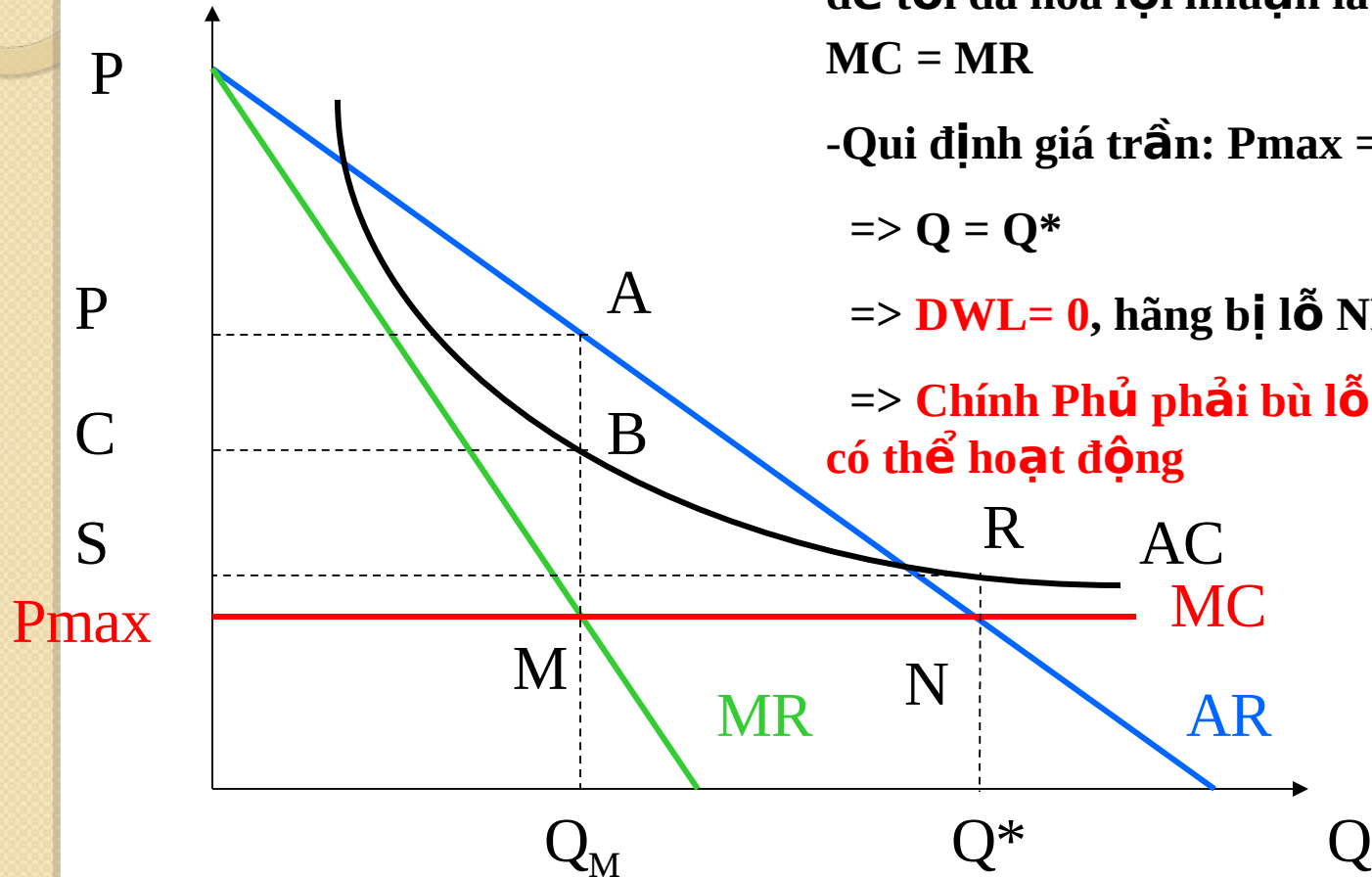
=> Làm giảm giá bán của nhà độc quyền

=> Làm giảm mất mát vô ích

- Ví dụ:
 - Quy định giá trần
 - Quốc hữu hóa
 - Chính sách không can thiệp

KIỂM SOÁT ĐỘC QUYỀN BẰNG GIÁ TRẦN (GIÁ TỐI ĐA)

1. $P_{max} = MC$



- Sản lượng nhà độc quyền sản xuất để tối đa hóa lợi nhuận là Q_M , tại đó $MC = MR$

- Quy định giá trần: $P_{max} = MC$

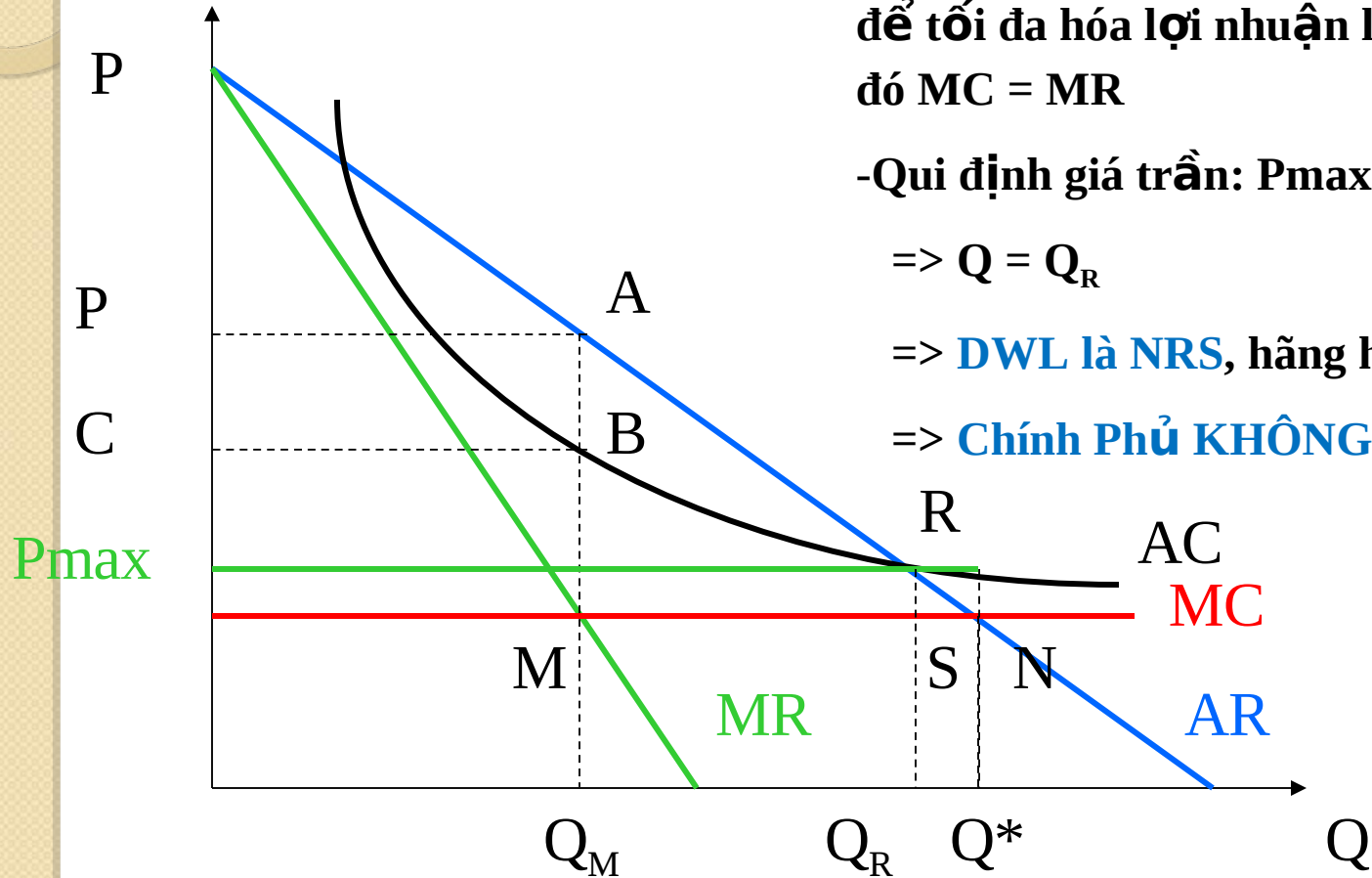
$\Rightarrow Q = Q^*$

\Rightarrow **DWL = 0**, hãng bị lỗ NRSP_{max}

\Rightarrow **Chính Phủ phải bù lỗ hãng mới có thể hoạt động**

KIỂM SOÁT ĐỘC QUYỀN BẰNG GIÁ TRẦN (GIÁ TỐI ĐA)

2. $P_{max} = AC$



- Sản lượng nhà độc quyền sản xuất để tối đa hóa lợi nhuận là Q_M , tại đó $MC = MR$

- Quy định giá trần: $P_{max} = AC$

$\Rightarrow Q = Q_R$

\Rightarrow DWL là NRS, hằng hòa vốn

\Rightarrow Chính Phủ KHÔNG phải bù lỗ

PHÂN BIỆT GIÁ

- Mục đích phân biệt giá: tăng thêm lợi nhuận
- Điều kiện để có thể phân biệt giá
 - Có thể phân biệt được khách hàng với giá sẵn lòng trả khác nhau
 - Ngăn chặn được mua đi bán lại để hưởng chênh lệch giá
- Các loại phân biệt giá
 - Phân biệt giá cấp 1 hoàn hảo
 - Phân biệt giá cấp 2
 - Phân biệt giá cấp 3

PHÂN BIỆT GIÁ

PBG cấp 1 hoàn hảo

- Là việc bán một sản phẩm với các mức giá khác nhau cho từng người tiêu dùng khác nhau
- Bán theo đúng giá sẵn lòng trả của từng người

PBG cấp 2

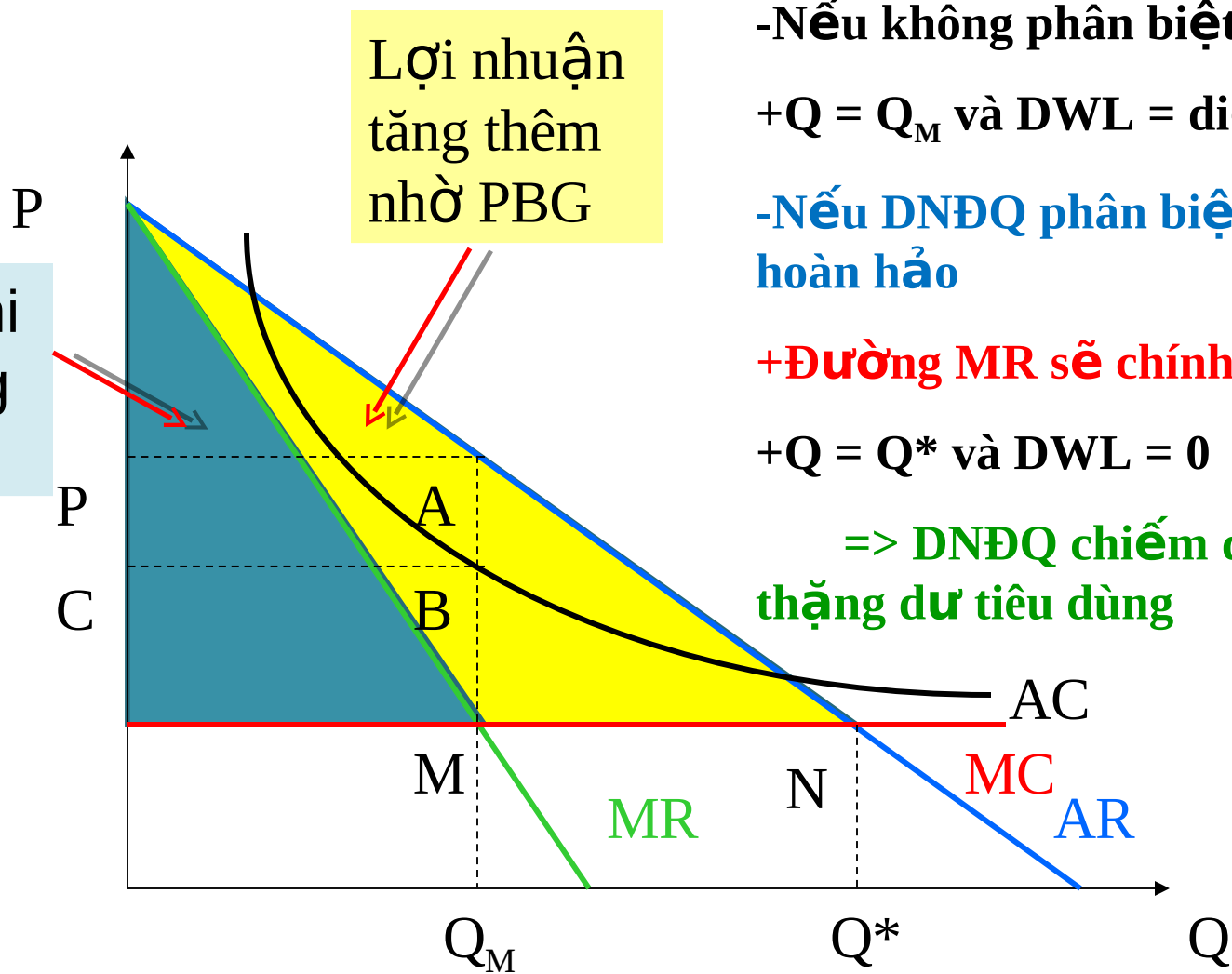
- Là việc bán một sản phẩm với các mức giá khác nhau cho những lượng hàng được mua khác nhau
- Có thể phân biệt giá cấp 2 lũy thoái hoặc lũy tiến

PBG cấp 3

- Là việc bán một sản phẩm với các mức giá khác nhau cho từng nhóm người tiêu dùng khác nhau
- Điều kiện: DN có thể phân biệt được các nhóm khách hàng

PHÂN BIỆT GIÁ CẤP 1 HOÀN HẢO

PS khi không PBG



-Nếu không phân biệt giá:

+ $Q = Q_M$ và $DWL = \text{diện tích AMN}$

-Nếu DNĐQ phân biệt giá cấp 1 hoàn hảo

+Đường MR sẽ chính là đường cầu

+ $Q = Q^*$ và $DWL = 0$

=> DNĐQ chiếm đoạt toàn bộ thặng dư tiêu dùng

TÓM TẮT

Lý do tồn tại độc quyền

- Sở hữu yếu tố sản xuất then chốt
- Cơ chế quản lý của Chính phủ
- Lợi thế kinh tế theo qui mô

Doanh nghiệp độc quyền

- Là người định giá
- Có đường cầu trước doanh nghiệp dốc xuống (đường cầu thị trường)

Tối đa hóa lợi nhuận

- Chọn Q thỏa điều kiện $MC = MR$, sau đó định giá bán tốt nhất để bán hết Q
- Nên nhớ, $MR < P$, $MR = P(1/E_P + 1)$

TÓM TẮT

Thị trường độc quyền

- $Q_M < Q^*$
- Độc quyền gây mất mát vô ích do sản lượng thấp hơn sản lượng hiệu quả

Sự can thiệp của Chính Phủ để giảm tính phi hiệu quả của ĐQ

- Luật chống độc quyền
- Giá trần
- Quốc hữu hóa
- Không can thiệp nếu thất bại của Chính phủ lớn hơn thất bại thị trường

Phân biệt giá

- Khi có sức mạnh thị trường, nhà ĐQ có thể PBG để tăng thêm lợi nhuận
- PBG cấp 1 hoàn hảo có thể loại bỏ DWL nhưng làm bất bình đẳng thêm trầm trọng