

C7. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN



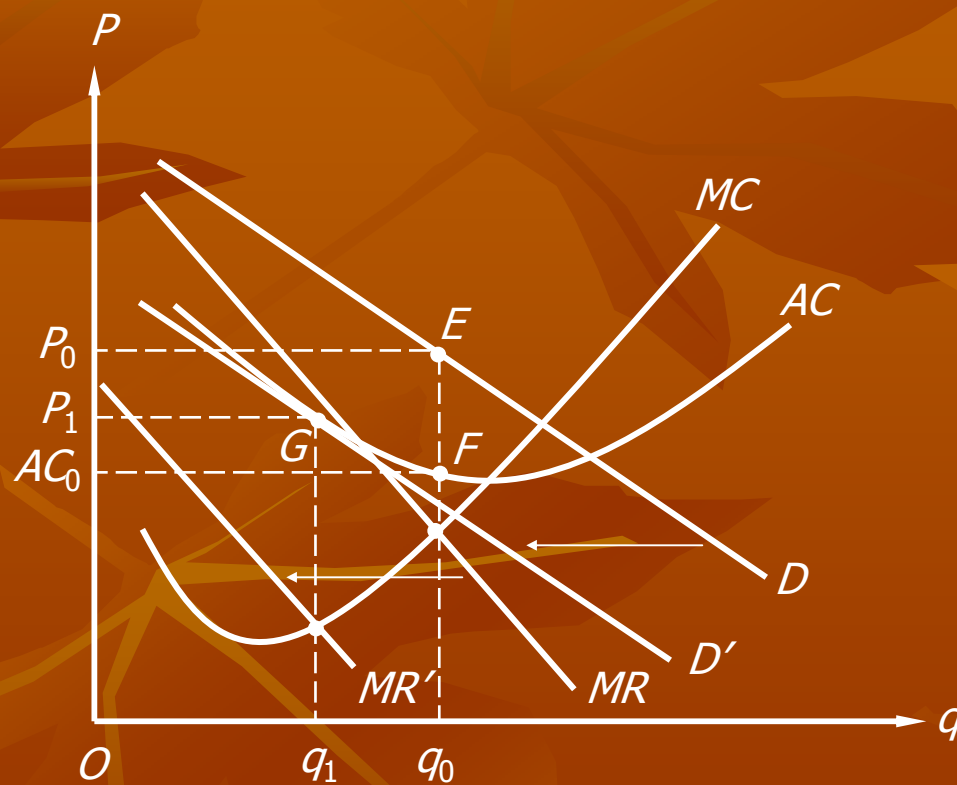
- Một số doanh nghiệp.
- Mỗi doanh nghiệp cung ứng sản phẩm với nhãn hiệu khác biệt và độc quyền nhãn hiệu sản phẩm của mình.
- Thí dụ:

Honda (Wave, SuperDream, Future) | *Suzuki* (Viva, Smash, Shogun) | *Yamaha* (Sirius, Mio, Jupiter) | v.v.

Clear | Dove | Pantene | Sunsilk | v.v.

- Thị trường này vừa mang tính cạnh tranh vừa mang tính độc quyền.
- Đặc điểm:
 - + Có sự do xuất nhập ngành; và
 - + Cạnh tranh nhưng không thay thế hoàn toàn.
- Cân bằng trong ngắn hạn của thị trường cạnh tranh độc quyền (*xem trang tiếp*).

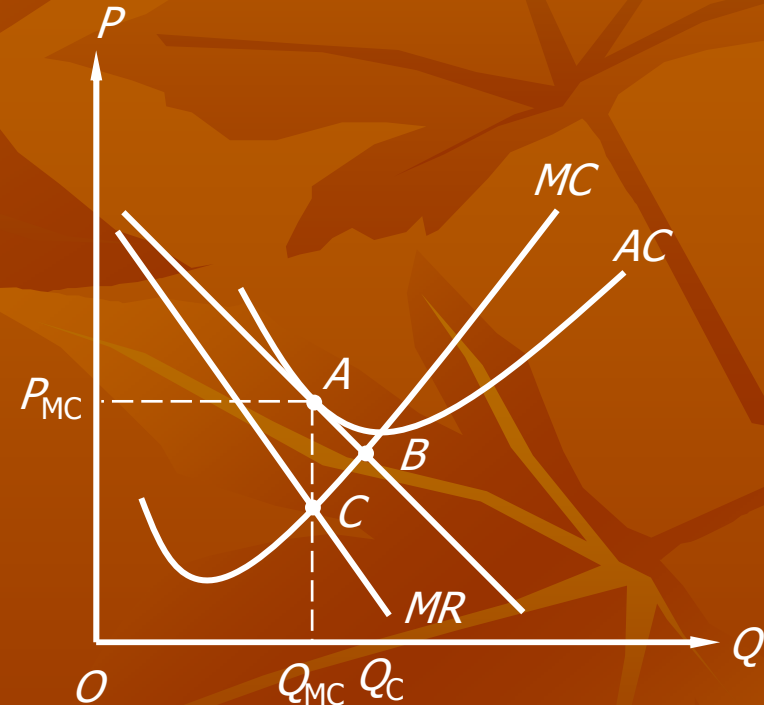
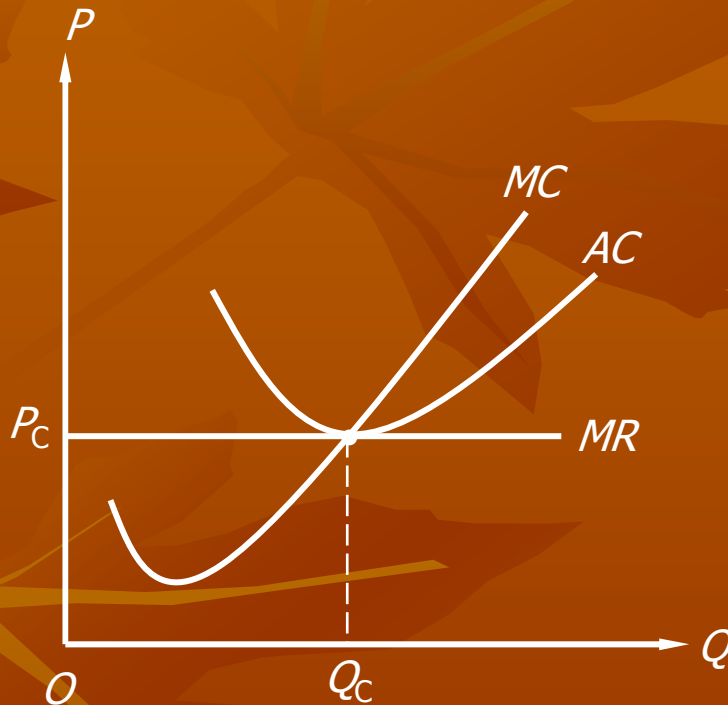
CÂN BẰNG TRONG NGẮN HẠN VÀ DÀI HẠN Ở TTCTĐQ*



- + Đường cầu đối với sản phẩm của doanh nghiệp (DN) là D .
- + DN sẽ chọn điểm $F(q_0, P_0)$ để tối đa hóa lợi nhuận; $LN = DT(P_0 EFAC_0)$.
- + Lợi nhuận thu hút các DN khác gia nhập ngành nên D chuyển sang trái thành D' và MR thành MR' .
- + Điểm cân bằng trong dài hạn là $G(q_1, P_1)$ và lợi nhuận của DN bằng không.
- + Làm ra sản phẩm mới (TV, v.v.); giảm chi phí.

* TTCTĐQ: Thị trường cạnh tranh độc quyền

CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN VÀ HIỆU QUẢ KINH TẾ



- + TT CTHH: phần mất không = 0.
- + TT CTĐQ: $DT(ABC) > 0$. *Nhận xét*: (i) số lượng DN đủ lớn và cầu rất co giãn nên phần mất không sẽ không đáng kể; (ii) sản phẩm đa dạng và có thể bù đắp cho phần mất không.

MÔ HÌNH ĐỊNH GIÁ TRONG TT CTĐQ

- Sản phẩm đồng nhất:
 - + *Mô hình cạnh tranh giá*: tất cả các doanh nghiệp là chấp nhận giá.
 - + *Mô hình tổ hợp (cartel)*: các doanh nghiệp liên kết toàn diện để quyết định sản lượng của ngành.
 - + *Mô hình Cournot*: doanh nghiệp i xem sản lượng của doanh nghiệp j là cố định.
 - + *Mô hình biến động theo phỏng đoán*: doanh nghiệp i giả định sản lượng của doanh nghiệp j thay đổi theo sản lượng của mình – Mô hình Stackelberg.
 - + *Mô hình Bertrand*: $P = MC$.

CẤU TRÚC MÔ HÌNH TT CTĐQ

- Hàm số cầu dạng nghịch:

$$P = f(Q) = f(q_1 + q_2 + \dots + q_n).$$

- Hàm chi phí của doanh nghiệp i : $TC_i(q_i)$.
- Hàm lợi nhuận của doanh nghiệp i :

$$\begin{aligned}\pi_i &= Pq_i - TC_i(q_i) = f(Q)q_i - TC_i(q_i) = \\ &= f(q_1 + q_2 + \dots + q_n)q_i - TC_i(q_i).\end{aligned}$$

- Doanh nghiệp i xác định lợi nhuận tối đa như thế nào?
- Tính đạo hàm lợi nhuận dựa trên các giả định.
- Kết quả: 5 mô hình đề cập ở trước.

Mô hình cạnh tranh giả

- Giống trong TT CTHH, doanh nghiệp chấp nhận giá hay:

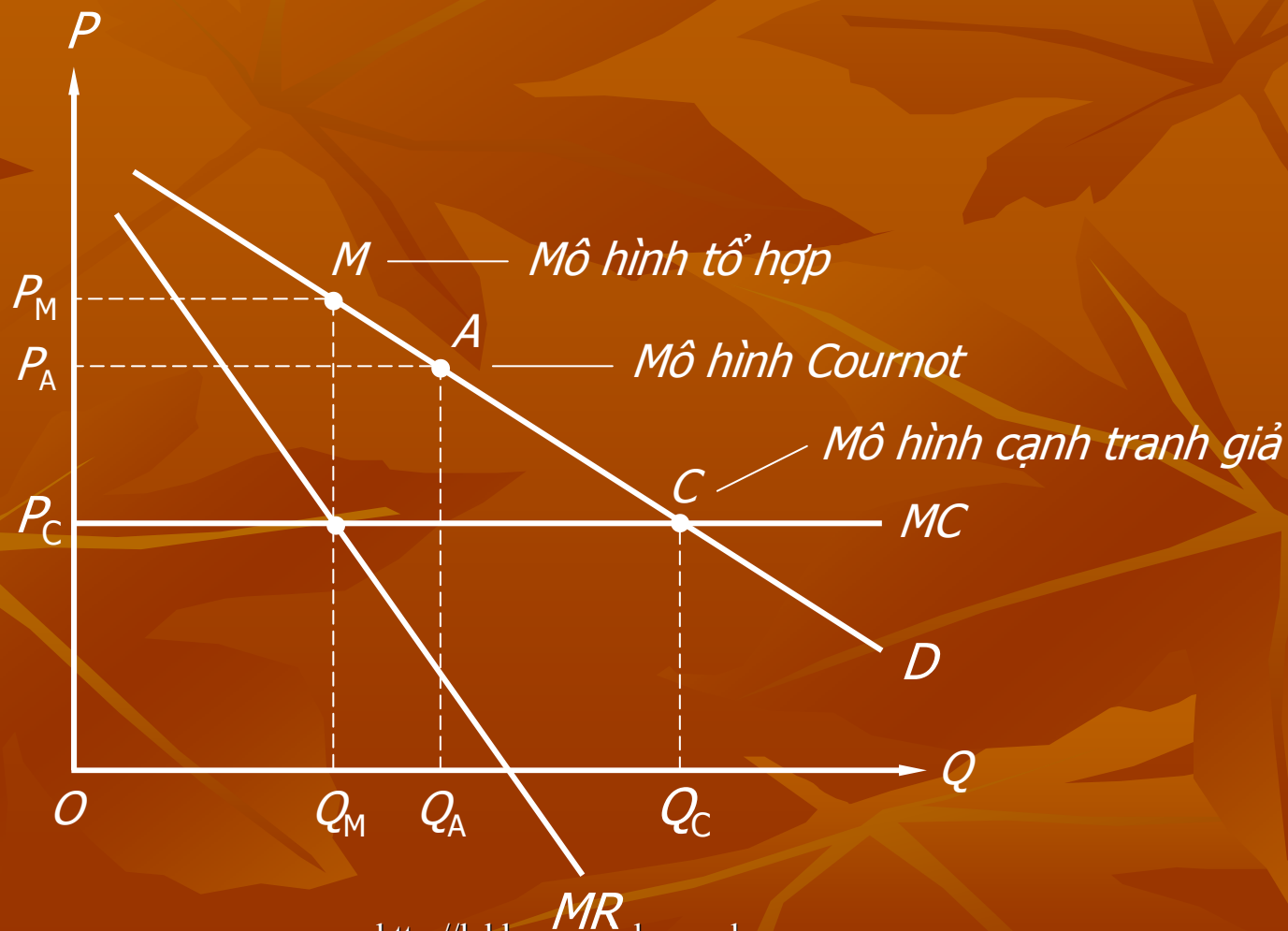
$$\partial P / \partial q_i = 0, \forall i$$

- Điều kiện tối đa hóa lợi nhuận của $\pi_i = Pq_i - TC_i(q_i)$ là:

$$\frac{\partial \pi_i}{\partial q_i} = P - \frac{\partial TC_i(q_i)}{\partial q_i} = 0$$

hay: $P = MC_i(q_i)$: Giống như trong TT CTHH.

Đồ thị minh họa



Mô hình tổ hợp

- Sản lượng của mỗi doanh nghiệp có ảnh hưởng đến giá hay:

$$\partial P / \partial q_i \neq 0.$$

- Liên kết thành *tổ hợp*, gọi là *doanh nghiệp độc quyền nhiều thành viên*.
- Tối đa hóa lợi nhuận của toàn ngành.

Tối đa hóa lợi nhuận

- Doanh nghiệp “độc quyền” tối đa hóa hàm lợi nhuận:

$$\begin{aligned}\pi &= P \times Q - \sum_{i=1}^n TC_i(q_i) = TR - \sum_{i=1}^n TC_i(q_i) \\ &= P \times (q_1 + q_2 + \dots + q_n) - \sum_{i=1}^n TC_i(q_i).\end{aligned}$$

- Kết quả:

$$\frac{\partial \pi}{\partial q_i} = P + (q_1 + q_2 + \dots + q_n) \frac{\partial P}{\partial q_i} - MC_i(q_i) = 0.$$

hay: $MR(Q) - MC_i(q_i) = 0.$

- Xem đồ thị minh họa (*trang trước*).
- *Nhận xét*: Có khả năng các DN xăng dầu liên kết ngầm không?
- Tính khả thi của sự liên kết do $P > MC$?
Luật pháp không cho phép: cấm móc ngoặc.
Khả năng bội tín.
- Thí dụ: Xăng dầu ở Việt Nam? Các hãng bia Heineken + Grolsch + InBev + Bavaria; Khối OPEC.

Mô hình Cournot

- Độc quyền đôi.
- Giả định: $\partial P / \partial q_i \neq 0$ nhưng $\partial q_j / \partial q_i = 0, \forall j \neq i$.
- Điều kiện tối đa hóa lợi nhuận:

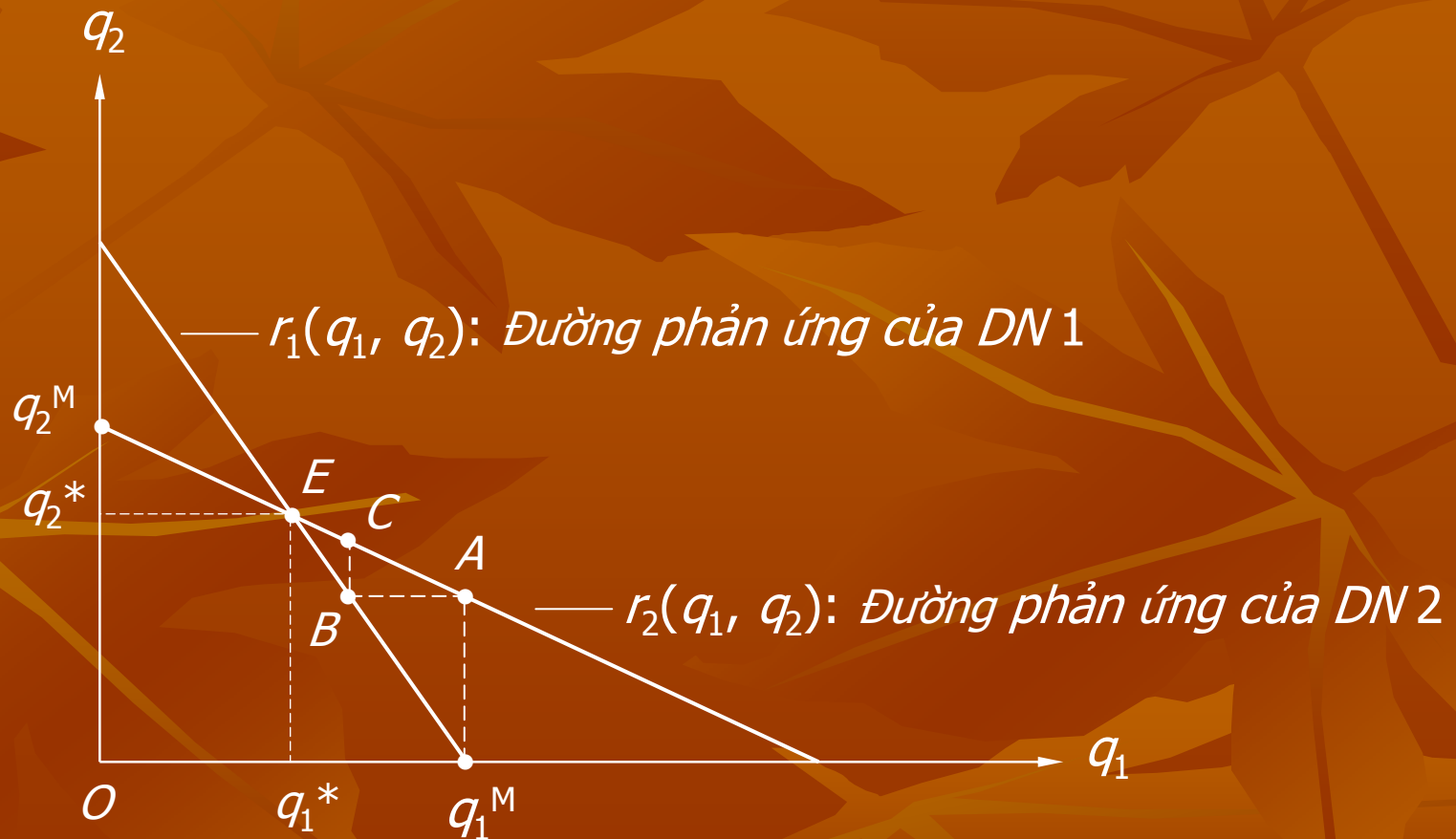
$$\frac{\partial \pi_i}{\partial q_i} = P + q_i \frac{\partial P}{\partial q_i} - MC_i(q_i) = 0, \quad i = \overline{1, n}.$$

- So sánh với mô hình *cạnh tranh giả* và *mô hình tổ hợp*.

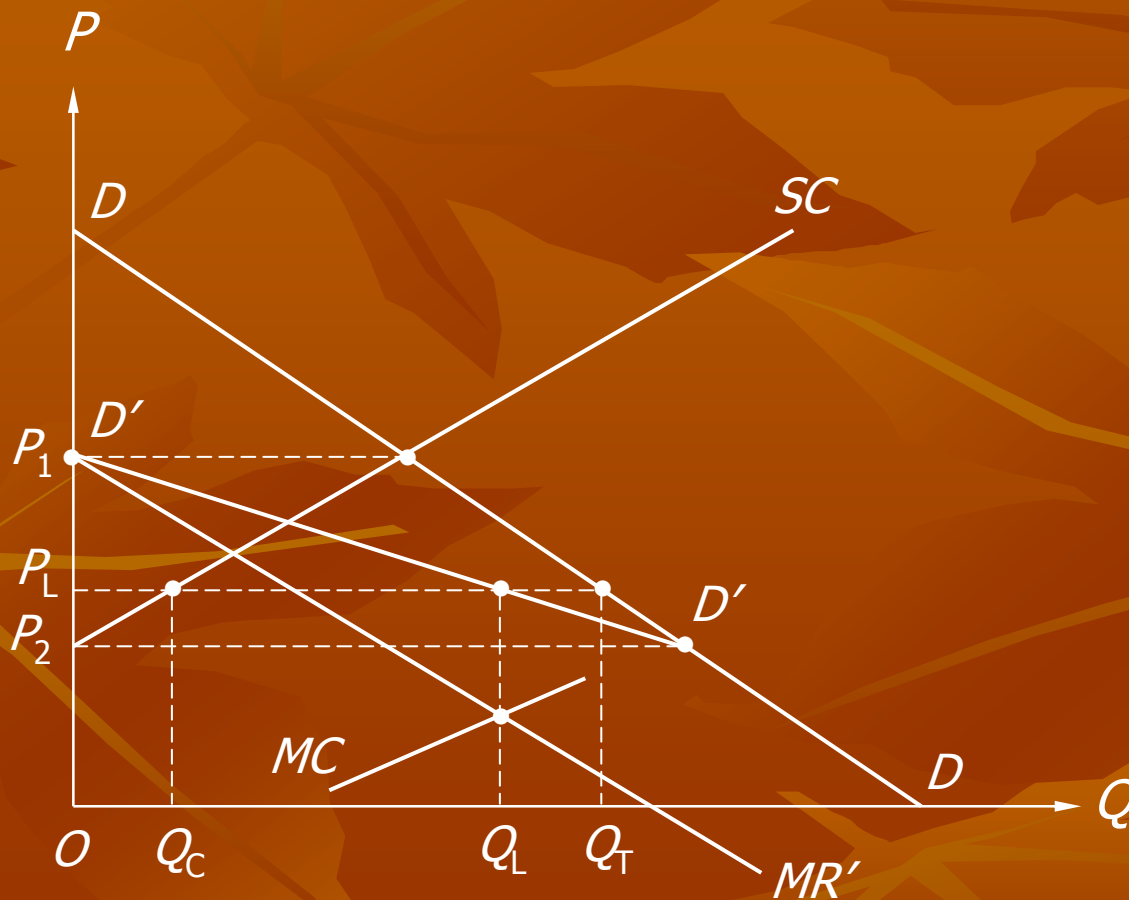
So sánh các mô hình

- Mô hình cạnh tranh giả: $P = MC_i(q_i)$.
- Mô hình tổ hợp: $P + (q_1 + q_2 + \dots + q_n) \frac{\partial P}{\partial q_i} = MC_i(q_i)$.
- Mô hình Cournot: $P + q_i \frac{\partial P}{\partial q_i} = MC_i(q_i)$.
- Kết luận: Dựa trên đồ thị phía trước.

Hàm phản ứng và điểm cân bằng Cournot



Mô hình dẫn đầu về giá: Stackelberg



Mô hình Bertrand

- Giả định:
Sản phẩm tương tự.
Người tiêu dùng sẵn sàng trả giá độc quyền.
Người tiêu dùng có thông tin đầy đủ.
- Doanh nghiệp có động cơ hạ giá để chiếm toàn bộ thị phần.
- Kết quả: $P_1 = P_2 = MC$.