

ĐỊNH GIÁ NGẮN HẠN TRONG ĐIỀU KIỆN CẠNH TRANH

PTS. NGUYỄN THIÊN NHÂN

I. TÌNH HÌNH THỰC TẾ VÀ NHU CẦU PHÁT TRIỂN LÝ LUẬN

Định giá sản phẩm dựa theo quan điểm của kinh tế học là việc khá đơn giản, nếu ta xét hai loại thị trường đặc biệt: độc quyền và không sợ cạnh tranh. Khi có độc quyền, giá bán đem lại lợi nhuận tối đa là giá mà ở đó "doanh thu cận biên = chi phí cận biên". Trong trường hợp không sợ cạnh tranh (Perfect competition), doanh nghiệp bán theo giá thị trường đang có, và cho rằng muốn bán bao nhiêu cũng hết. Việc lựa chọn sản lượng lúc này theo quy tắc "giá thị trường = chi phí cận biên".

Tuy nhiên, nếu đối chiếu với việc định giá trong thực tế, các quy tắc trên của kinh tế học rất ít giá trị vì những lý do sau đây:

1. Quy tắc định giá rất phổ biến "giá bán = chi phí bình quân $\times (1 + \text{tỉ lệ lợi nhuận kinh nghiệm})$ " không liên quan tới các nguyên tắc nói trên của kinh tế học.

2. Theo nhiều tác giả như Samuelson (1, tr 548), Nebbling (2, tr 73 - 75), đại đa số các doanh nghiệp công nghiệp có chi phí bình quân giảm dần. Đối với tất cả các doanh nghiệp này, ngay cả khi giả thiết là không có cạnh tranh (Perfect competition) doanh nghiệp sẽ bán với sản lượng tối đa để đạt lợi nhuận tối đa, ứng với điều kiện "giá > chi phí cận biên" (3, tr.117).

3. Trong khi các doanh nghiệp phải định giá trong điều kiện thực tế là năng lực sản xuất của doanh nghiệp là có hạn thì kinh tế học lại luôn coi năng lực sản xuất của doanh nghiệp là có thể lớn tùy ý khi đưa ra quy tắc "doanh thu cận biên = chi phí cận biên".

4. Trong thực tế có những doanh nghiệp định giá theo các phương thức mà với cách nhìn của kinh tế học hiện nay không sao cắt nghĩa nổi. Chẳng hạn, năm 1995, giá thép của Công ty thép miền Nam khoảng 370 USD/tấn, giá bán thép nhập khẩu của công ty cổ phần EPCO (quận 3) là khoảng 390 USD/tấn, thì Công ty liên doanh thép Kyvina, khi bắt đầu sản xuất vào tháng 12.95, bán với giá 390 USD/tấn, lại chủ trương bán trong năm 1996 với giá không dưới 400 USD/tấn, trong khi Công ty thép Miền nam và EPCO dự định giữ nguyên giá. Công ty chủ trương sẽ rút quyền được làm đại lý cho mình của đại lý và bán dưới 400 USD/tấn, song cho phép bán trên giá này. Tức là một công ty mới ra đời, lại thâm nhập thị trường với giá cao nhất.

Như vậy đang tồn tại nhu cầu phát triển các công cụ lý luận mới để:

. Giúp các doanh nghiệp định giá phù hợp thực tế năng lực sản xuất có hạn, với điều kiện cạnh tranh dự kiến và quan điểm "làm ăn" riêng của mỗi doanh nghiệp.

. Lý giải các thực tiễn định giá đã có mà chưa cắt nghĩa được trong kinh tế học.

Trong phạm vi ở đây, chúng tôi xem xét trước hết việc định giá ngắn hạn, nhằm đạt một mức lợi nhuận mong muốn hoặc đạt lợi nhuận tối đa khi có xét tới các điều kiện nhu cầu thị trường và sự cạnh tranh. Chúng tôi

sẽ đưa ra một công thức, cho phép lý giải hiện tượng thâm nhập thị trường với giá cao nhất của Công ty thép Ktvina

II. ĐỊNH GIÁ NGẮN HẠN NHẪM ĐẠT MỘT MỨC LỢI NHUẬN DỰ KIẾN

Quy tắc phổ biến "giá bán = chi phí bình quân $\times (1 + \text{tỉ suất lợi nhuận kinh nghiệm})$ " có dạng như sau:

$$P = \bar{C}(q) \times (1 + \text{TSLN}) \quad (1)$$

trong đó

P: giá bán

$\bar{C}(q)$: chi phí bình quân

q: sản lượng trong kỳ

TSLN: tỉ suất lợi nhuận

(theo % của chi phí bình quân)

Mức tỉ suất lợi nhuận kinh nghiệm TSLN phụ thuộc vào từng ngành và thực tế của doanh nghiệp trong quá khứ. Nếu TSLN = 10% thì có nghĩa là cứ 100đ chi phí để có được một sản phẩm, doanh nghiệp lời 10đ. Mặc dù được dùng rộng rãi, song quy tắc này, pt (1), có một nhược điểm cố hữu (4, tr 97). Muốn xác định P phải biết sản lượng tiêu thụ được q để tính được chi phí bình quân $\bar{C}(q)$. Song nếu chưa biết giá P thì lại không thể biết sản lượng có thể tiêu thụ q. Tức là tồn tại một vòng lẩn quẩn. Để thoát khỏi vòng lẩn quẩn này, có thể lấy một giá trị nào đó của chi phí bình quân $\bar{C}(q)$, đại diện cho chi phí bình quân của mọi sản lượng q có thể, sau đó áp dụng công thức (1). Đây là một cách làm gần đúng.

Ở Mỹ, một quy tắc định giá theo tỉ suất lợi nhuận của vốn đầu tư thường được áp dụng

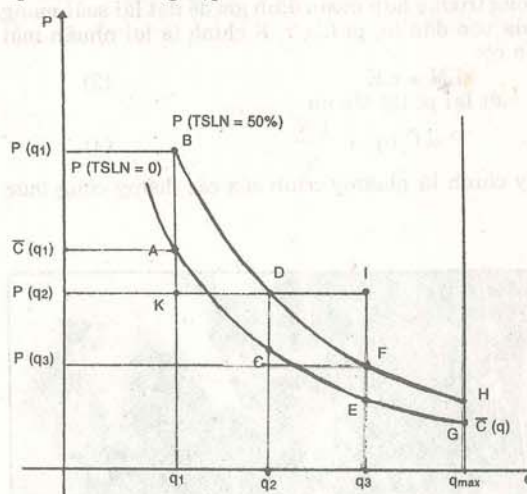
$$P = \bar{C}(q) + r \frac{K}{q} \quad (2)$$

trong đó:

K: tổng số vốn đầu tư cho doanh nghiệp

r: lãi suất mong muốn từ vốn đầu tư

Ta dễ dàng thấy là cách định giá này cũng chứa đựng vòng lẩn quẩn của trường hợp trước. Tuy nhiên chúng ta có thể giải được bài toán này, pt (1) và (2) một cách chính xác như sau. Trong hình 1, ta có đường chi phí bình quân $\bar{C}(q)$ của doanh nghiệp.

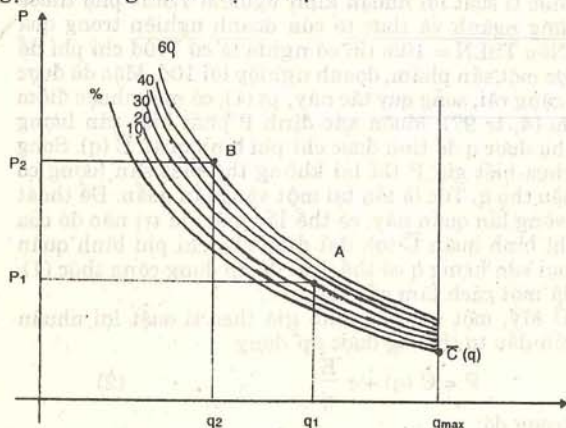


Hình 1: Đường giá bán cho mức lợi nhuận mong muốn

Tại sản lượng q_1 ta có chi phí bình quân $\bar{C}(q_1)$, điểm A. Nếu tỉ suất lợi nhuận TSLN = 50% thì ta có điểm B với $AB/Aq_1 = \text{TSLN} = 50\%$. Tương tự, với sản lượng q_2, q_3 và $q_{\max}$ (sản lượng tối đa của doanh nghiệp) ta có các điểm C - D, E - F và G - H, hình 1. Đường cong BDFH chính là đường giá bán cho phép đạt tỉ suất lợi nhuận TSLN = 50% với mỗi q có thể. Theo đó, nếu sản lượng tiêu thụ là q_2 thì giá bán cần có là P (q_2) còn sản lượng tiêu thụ là q_1 thì giá bán là P (q_1) và P (q_3). Song thực tế, vấn đề xảy ra ngược lại: Nếu doanh nghiệp chọn giá P (q_2) thì sản lượng

tối thiểu là q_2 , điểm D, để đạt TSLN mong muốn. Tuy nhiên sản lượng này có thể đạt được hay không còn tùy thuộc vào thị trường và cạnh tranh. Nếu tại giá $P(q_2)$ doanh nghiệp cho rằng lượng hàng tiêu thụ được tối đa là q_3 , điểm I, thì có nghĩa là tỉ suất lợi nhuận thực tế thu được sẽ hơn 50%. Còn nếu khả năng tiêu thụ là q_1 , điểm K, thì tỉ suất lợi nhuận sẽ nhỏ hơn 50%. Đường cong ACEG chính là đường bán có TSLN = 0% (bán hòa vốn).

Nếu chúng ta chọn TSLN không phải chỉ là 50%, mà là nhiều mức khác nhau, ví dụ: 20%, 30%, 40%. ta sẽ được các đường giá bán cho phép đạt cùng mức TSLN 20%, 30%, hay 40%, hình 2. Tập hợp các đường cùng mức TSLN gọi là trường tỉ suất lợi nhuận.



Hình 2: Trường tỉ suất lợi nhuận

Nếu doanh nghiệp dự kiến khả năng tiêu thụ sản phẩm là điểm A (bán giá P_1 thì tiêu thụ hết q_1) thì với trường tỉ suất lợi nhuận, ta đọc được ngay: tỉ suất lợi nhuận có thể đạt được là 30%. Còn nếu dự kiến khả năng tiêu thụ là điểm B (P_2 , q_2), thì TSLN = 60%.

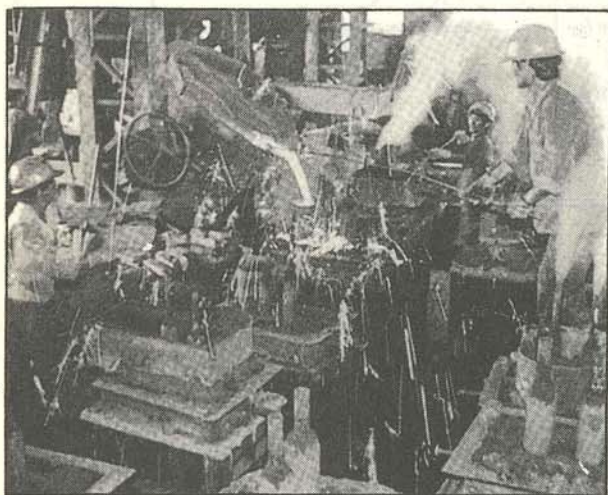
Trong trường hợp muốn định giá để đạt lãi suất mong muốn của vốn đầu tư, $pt(2)$, r . K chính là lợi nhuận mỗi kỳ muốn có:

$$LN = r.K \quad (3)$$

Ta viết lại $pt(2)$ thành

$$P = \bar{C}(q) + \frac{LN}{q} \quad (4)$$

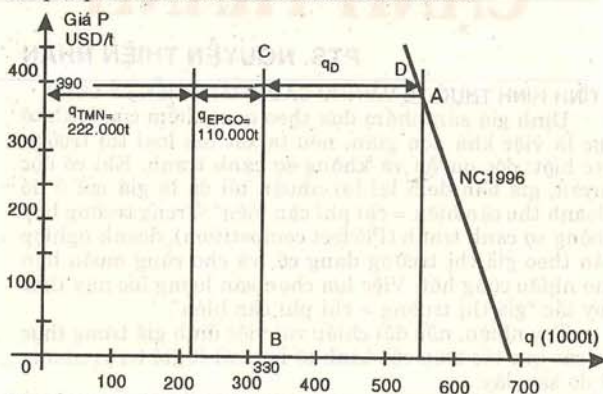
Đây chính là phương trình của các đường cùng mức



lợi nhuận (4, tr.24 - 25). Do đó, dùng trường lợi nhuận có thể dễ dàng giải bài toán định giá sao cho đạt mức lợi nhuận cho trước.

III. ĐỊNH GIÁ NGẮN HẠN NHẪM ĐẠT LỢI NHUẬN TỐI ĐA

Ta bắt đầu bằng việc lý giải chiến lược thâm nhập thị trường bằng giá cao nhất của Công ty Kyvina. Chất lượng thép tại VN của Kyvina tương đương chất lượng thép ngoại nhập của Công ty Epco, và cao hơn của Công ty thép Miền nam. Để đơn giản, ta coi chất lượng thép của ba công ty là như nhau. Theo dự báo của ngành thép, nhu cầu thép ở phía nam năm 1996 khoảng 550.000 tấn. Vì là loại vật liệu không thay thế được trong xây dựng hiện nay, đường cầu thép rất dốc. Ví dụ ta có đường nhu cầu thép ở phía nam NC năm 1996 theo hình 3.



Hình 3: Tình hình thị trường thép ở phía nam năm 1996
Đường nhu cầu mua NC 1996 có dạng sau:

$$P = 2040 - 3.q \quad (5)$$

$$q [1000t]$$

Tại giá $P = 390$ USD/t thì lượng nhu cầu là 550.000 tấn, điểm A. Sản lượng dự kiến (công suất tối đa) của Công ty thép miền Nam năm 1996 là $q_{TMN} = 222.000t$. Sản lượng tối đa của công ty Epco và tất cả các nguồn nhập khẩu khác là $q_{EPCO} = 110.000t$. Còn sản lượng của Công ty liên doanh Kyvina là 220.000t, hình 3. Công ty Kyvina có hai khả năng lựa chọn về giá:

- Bán với giá $P_1 = 390$ USD/t trong năm 1996 như đã bán năm 1995 và như hai công ty cạnh tranh dự kiến bán năm 1996. Lúc này Kyvina tiêu thụ hết sản lượng tối đa 220.000t.

- Lên giá bán, ví dụ chọn $P_2 = 400$ USD/t trong năm 1996, và như vậy sẽ tiêu thụ sản lượng nhỏ hơn 200.000t.

Với mục tiêu lợi nhuận tối đa cho năm 1996, Kyvina nên chọn giá nào? Để có thể hình dung định lượng, ta giả thiết chi phí bình quân của Kyvina là $C = 300$ USD/tấn. Như vậy nếu bán tại giá $P_1 = 390$ USD/t, điểm A, hình 3, lợi nhuận sẽ là:

$$LNA = (390 \text{ USD/t} - 300 \text{ USD/t}) \times 220.000.000t = 19,8 \text{ triệu USD} \quad (6)$$

Còn nếu bán với giá $P_2 = 400$ USD, điểm D, hình 3, thì sản lượng tiêu thụ được sẽ là q_D (từ $pt(5)$)

$$\begin{aligned} q_D &= \frac{2040 - P_2}{3} - q_{TMN} - q_{EPCO} \\ &= \frac{2040 - 400}{3} - 220 - 110 \\ &= 217.000 \text{ t} \end{aligned} \quad (7)$$

Ở đây ta giả thiết là khi Kyvina lên giá các doanh nghiệp khác cũng lên theo, song vẫn đạt sản lượng tối đa của họ, đoạn BC trong hình 3.

Như vậy khi lên giá 10 USD/tấn (390 lên 400), sản lượng tiêu thụ được giảm 3.000t. Lợi nhuận tại điểm B là

$$LNB = (400 \text{ USD/t} - 300 \text{ USD/t}) \cdot 217.000t = 21,7 \text{ triệu USD} \quad (8)$$

Như vậy bằng cách nâng giá 2,5% (390 lên 400), lợi nhuận đã tăng 9,6% (19,8 triệu lên 21,7 triệu USD). Đối với người mua, Kyvina có thể tuyên bố là vì thép của mình có chất lượng cao hơn, nên chọn giá bán cao hơn 2,5%. Tuy nhiên, thực chất đây là một biện pháp gia tăng lợi nhuận "bằng cách giảm lượng giá để đẩy giá lên".

Đến đây một câu hỏi đặt ra là, nếu Kyvina tiếp tục tăng giá nữa thì lợi nhuận có tăng không, và có tồn tại một giá mà nếu Kyvina vượt giá, lợi nhuận lại giảm không? Ta trả lời câu hỏi này một cách tổng quát như sau. Giả sử đường nhu cầu mua có dạng:

$$P = P_0 - \frac{P_0}{q_0} \cdot q_T \quad (9)$$

và hàm chi phí của doanh nghiệp có dạng tuyến tính

$$C(q) = C_0 + C \cdot q \quad (10)$$

q_1 là sản lượng tiêu thụ của cả thị trường, q là sản lượng của riêng doanh nghiệp. Sản lượng của các doanh nghiệp cạnh tranh khác là q_k và họ theo sát giá của doanh nghiệp đang xét sao cho vẫn luôn tiêu thụ hết q_k .

$$Ta \text{ có } q = q_T - q_k \quad (11)$$

Lúc này, lợi nhuận của doanh nghiệp đang xét được xác định bởi:

$$LN = \text{doanh thu} - \text{chi phí} \\ = P \cdot q - C(q) \quad (12)$$

Vì mục đích chúng ta là chọn giá đem lại lợi nhuận tối đa, có thể viết lại pt (11), từ các pt (9) (10) và (11) như sau:

$$LN = P \cdot \left(\frac{P_0 - P}{P_0/q_0} - q_k \right) - C \left(\frac{P_0 - P}{P_0/q_0} - q_k \right) \quad (13)$$

Nếu đạo hàm lợi nhuận LN theo giá P mà dương, thì một sự tăng giá luôn làm tăng lợi nhuận. Ta có từ pt (13)

$$LN > 0 = > P < \frac{P_0 - C(q) - q_k \cdot P_0/q_0}{2} = P^* \quad (14)$$

Tức là chừng nào giá P hiện tại của doanh nghiệp còn thấp hơn giá tối hạn P^* được xác định bởi pt (14) thì một sự tăng giá của doanh nghiệp sẽ làm tăng lợi nhuận, dù lượng bán giảm.

Ngược lại, nếu đạo hàm lợi nhuận LN theo giá P mà âm, pt (13), ta có điều kiện:

$$LN < 0 = > P > \frac{P_0 - C(q) - q_k \cdot P_0/q_0}{2} = P^* \quad (15)$$

Tức là nếu giá thực tế P của doanh nghiệp đang lớn hơn giá tối hạn P^* được xác định bởi pt (15) hay (14) thì việc giảm giá sẽ làm tăng lợi nhuận, vì sản lượng sẽ tăng mạnh.

Còn nếu trong giới hạn năng lực sản xuất của mình và điều kiện thị trường, doanh nghiệp có thể chọn được giá P sao cho:

$$P = P^* = \frac{P_0 - C(q) - q_k \cdot P_0/q_0}{2} \quad (16)$$

thì đó là giá đem lại lợi nhuận tối đa.

Trong trường hợp thị trường thép đang xét với $P_0 = 2040$ USD/t $C(q) = 200$ USD/t và $q_k = 330$ ngàn t ta có giá tối hạn

$$P^* = \frac{2040 - 200 - 330 \times 3}{2} = 425 \text{ USD/tấn} \quad (17)$$

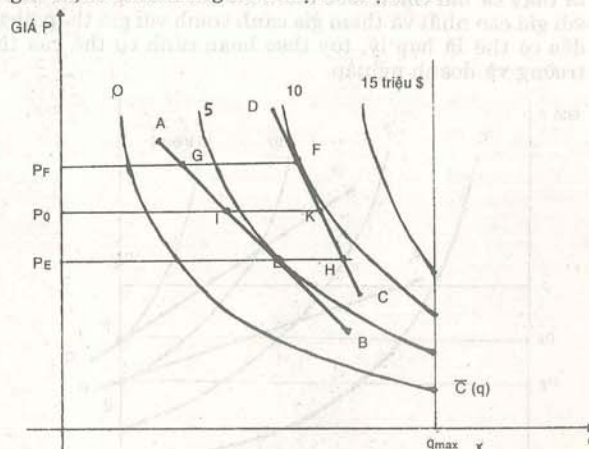
Tức là, chừng nào giá thị trường còn dưới 425 USD/t thì công ty Kyvina sẽ tăng được lợi nhuận nếu họ tăng giá. Chính vì vậy mà họ muốn giá bán từ 390 USD lên 400 USD. Trong thực tế, có thể doanh nghiệp không biết chính xác sản lượng của các doanh nghiệp cạnh tranh và cũng không dự kiến đúng được khả năng bán theo giá của mình của các doanh nghiệp này. Tuy nhiên, dùng trường lợi nhuận, ta có thể nhanh chóng tìm được "vùng giá tối ưu" cho phép lợi nhuận cao nhất.

Giả sử một doanh nghiệp có trường lợi nhuận như hình 4, và dự kiến khả năng tiêu thụ ngắn hạn khi có

cạnh tranh như sau:

- Nếu doanh nghiệp tăng giá bán, các đối thủ cùng tăng theo, thì khả năng tiêu thụ là đoạn AB.

- Nếu doanh nghiệp tăng giá bán mà các đối thủ giữ giá cũ, thì khả năng tiêu thụ là đoạn CD.



Hình 4: Trường lợi nhuận với các khả năng tiêu thụ khác nhau trong cạnh tranh

Với khả năng tiêu thụ là AB, giá bán tối ưu là P_E , điểm E, cho phép lợi nhuận đạt 5 triệu USD. Với đường tiêu thụ CD, giá bán tối ưu là P_F , điểm F, cho mức lợi nhuận tối đa 10 triệu USD. Trong trường hợp Công ty thép Kyvina, khả năng tiêu thụ chính là đoạn AB, và giá tối ưu $P_E = 425$ USD/t. Nếu doanh nghiệp chọn giá P_E , song khả năng tiêu thụ thực tế xảy ra là CD chứ không phải như dự kiến AB, thì điểm bán thật là H thay vì E, và lợi nhuận đạt khoảng 8,5 triệu USD thay vì 5 triệu USD. Còn nếu doanh nghiệp chọn giá P_F , và khả năng tiêu thụ thực tế là AB chứ không phải CD, thì điểm bán thật là G chứ không phải F, lợi nhuận là 3 triệu \$ thay vì 5 triệu \$. Nếu coi khả năng tiêu thụ AB và CD có xác suất như nhau (50%) thì lợi nhuận chờ đợi tại giá P_F là:

$$LNF = (3 \text{ triệu} + 10 \text{ triệu}) \times 0,5 = 6,5 \text{ triệu USD}$$

Còn lợi nhuận chờ đợi tại giá P_E là

$$LNE = (5 \text{ triệu} + 8,5 \text{ triệu}) \times 0,5 = 6,75 \text{ triệu USD}$$

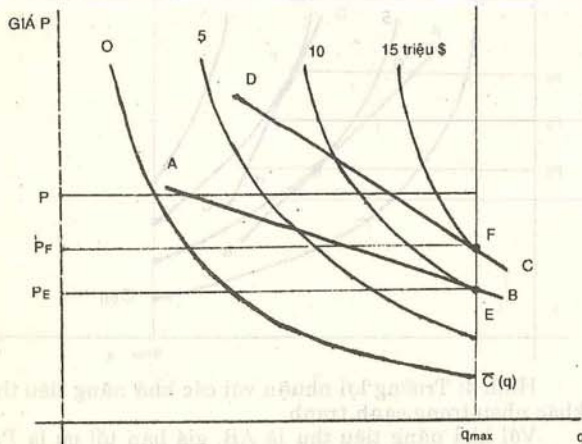
Nếu cho giá thay đổi từ P_E đến P_F , ta sẽ được các mức lợi nhuận chờ đợi khác nhau, và doanh nghiệp có thể chọn giá có lợi nhuận chờ đợi cao nhất. Chẳng hạn tại mức $P_0 = (P_E + P_F)/2$, lợi nhuận chờ đợi là:

$$LN_0 = (4,2 \text{ triệu} + 9,5 \text{ triệu}) \times 0,5 = 6,85 \text{ triệu USD}$$

Như vậy, có thể coi vùng giá $P_E < P < P_F$ là vùng giá "tối ưu". Tùy theo giả định của doanh nghiệp về xác suất xảy ra các khả năng tiêu thụ mà sẽ chọn một mức giá cụ thể trong vùng này để đạt lợi nhuận tối đa.

Ứng với khả năng tiêu thụ AB và DC, hình 4, điểm bán tối ưu E và F xác định các giá bán tối ưu P_E , P_F và lượng bán tối ưu q_E , q_F . Ta thấy q_E , $q_F < q_{max}$. Tức là lượng bán tối ưu nhỏ hơn sản lượng tối đa của doanh nghiệp. Nếu khả năng tiêu thụ khác với AB và CD trong hình 4, và là AB và CD trong hình 5, ta dễ dàng thấy các điểm bán tối ưu E và F là giao điểm của đường khả năng tiêu thụ với một đường cùng mức lợi nhuận tại sản lượng tối đa q_{max} . Hai giá P_E và P_F cũng xác định trong vùng giá "tối ưu" của doanh nghiệp. Trong trường hợp này, một sự lên giá dọc theo đường AB hoặc CD đều chỉ làm giảm lợi nhuận. Giá tham gia thị trường thấp nhất (điểm E và F) là giá đem lại lợi nhuận cao nhất. Vì vậy, nếu giá thị trường trước khi doanh nghiệp tham gia là P, hình 5, thì khi doanh nghiệp tham gia thị trường và cạnh tranh, bán với giá thấp hơn giá thị trường, ví dụ P_E hoặc P_F (ứng với khả năng tiêu thụ AB hoặc CD) sẽ cho lợi nhuận cao hơn. Điều này tương ứng với trường hợp của công thức (15).

Như vậy, bằng trường lợi nhuận và việc xem xét tương quan vị trí của đường khả năng tiêu thụ với các đường cùng mức lợi nhuận trong điều kiện cạnh tranh, chúng ta thấy cả hai chiến lược tham gia thị trường cạnh tranh với giá cao nhất và tham gia cạnh tranh với giá thấp nhất đều có thể là hợp lý, tùy theo hoàn cảnh cụ thể của thị trường và doanh nghiệp.



Hình 5: trường lợi nhuận với các khả năng tiêu thụ khác nhau trong cạnh tranh.

IV. KẾT LUẬN

Để định giá ngắn hạn, hai loại chỉ tiêu thường được xem xét là tỉ suất lợi nhuận và lợi nhuận. Sử dụng trường tỉ suất lợi nhuận và trường lợi nhuận, chúng ta đã đề xuất giải quyết các nhiệm vụ chọn giá "tối ưu". Nếu yêu cầu là đạt tỉ suất lợi nhuận hoặc mức lợi nhuận cho trước, thì các đường cùng tỉ suất lợi nhuận hoặc cùng mức lợi nhuận chính là đường bán cần tìm. Còn nếu yêu cầu là tỉ suất lợi nhuận hoặc lợi nhuận tối đa, chúng ta chỉ việc dựng đường khả năng tiêu thụ trong điều kiện có cạnh tranh vào trường tỉ suất lợi nhuận hoặc trường lợi nhuận của doanh nghiệp. Tiếp điểm hoặc giao điểm của đường khả năng tiêu thụ với đường tỉ suất lợi nhuận hoặc đường cùng mức lợi nhuận cao nhất chính là điểm bán tối ưu, và tương ứng với nó là giá bán tối ưu.

Nếu doanh nghiệp có nhiều khả năng tiêu thụ khác nhau tùy thuộc vào phương thức cạnh tranh của các đối thủ thì doanh nghiệp có thể tìm ra vùng giá bán "tối ưu" và chọn trong đó một giá bán có lợi nhất theo quan điểm của mình. Bằng trường lợi nhuận ta cũng lý giải được hiện tượng định giá cao nhất khi thâm nhập thị trường của Công ty liên doanh Kyvina ■

Tài liệu tham khảo:

1. Samuelson, P.A.; Nordhaus, W.P., *Economics*, Mc Graw Hill International Editions, 1989
2. Nebbling, S.W., *Hành vi giá cả trong công nghiệp*, NXB J.C.B.Mohr, Tubinger, 1985 (CHLB Đức)
3. Nguyễn Thiên Nhân, *Kinh tế vi mô*, Đại học Bách khoa TP.HCM, 1993.
4. Nguyễn Thiên Nhân, Trường lợi nhuận - một công cụ hữu ích để hoạch định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, *Phát triển Kinh tế*, số 31, 5.1993 tr 24 - 25, và số 32, 6/1993, tr.36
5. Simon, H., *Preis Management*, Gabler, Wiesbaden, 1982 (CHLB Đức)

VỀ MỘT SỐ CHỈ TIÊU KINH TẾ VI MÔ Ở TP. HỒ CHÍ MINH NĂM 1995 VÀ GIAI ĐOẠN 1996-2000

PTS. LÊ VĂN PHI

