

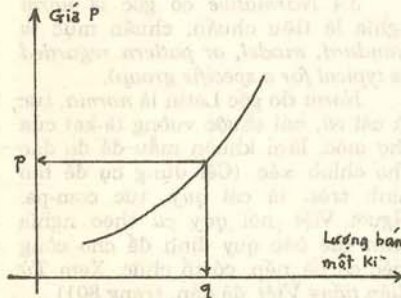
TRƯỜNG LỢI NHUẬN

một công cụ hữu ích mới để hoạch định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp

PTS NGUYỄN THIÊN NHÂN

I. MỘT GIẢ THIẾT CƠ BẢN CỦA KINH TẾ HỌC VỀ HÀNH VI CỦA DOANH NGHIỆP CẦN PHẢI ĐƯỢC XEM XÉT LẠI VÀ THAY ĐỔI

Trong kinh tế học hiện nay, để mô tả hành vi bán của các doanh nghiệp, người ta đưa ra một mô hình về mối quan hệ định lượng giữa giá bán sản phẩm và lượng bán trong một kì (tháng, năm) là đường cung, có dạng về nguyên tắc như Hình 1, [1], [3], [4].



Hình 1 Đường cung của một doanh nghiệp

Theo đó đường cung của một doanh nghiệp có tính chất sau: "Khi giá bán p của sản phẩm trên thị trường tăng thì doanh nghiệp cũng tăng lượng bán q trong một kỳ (Hình 1). Hành vi bán của một doanh nghiệp theo nguyên tắc của một đường cung như vậy được giải thích như sau: Nếu doanh nghiệp coi giá thị trường đối với sản phẩm của mình là cho trước, thì để đạt lợi nhuận tối đa, họ phải thích ứng lượng sản xuất và giá bán theo thị trường: giá thị trường thấp thì bán ít, giá cao thì bán nhiều. Và đường cung chính là đường chi phí cận biên của doanh nghiệp [2], [3].

Chúng tôi cho rằng lý giải nêu trên về hành vi bán tối ưu - nhằm đạt lợi nhuận tối đa - của các doanh nghiệp là không chặt chẽ. Nếu thừa nhận quyền tìm cách đạt lợi nhuận tối đa của một doanh nghiệp, thì có thể giải bài toán cực trị này một cách chính xác, và tùy đặc điểm chi phí, công suất của doanh nghiệp và đặc điểm thị trường mà nó tham gia (có hoặc không có cạnh tranh), mà đường cung tối ưu của các doanh nghiệp khác nhau có thể khác nhau, không nhất thiết theo kiểu Hình 1, và bản thân cùng một doanh nghiệp, song với các thị trường mà nó tham gia có các đặc điểm khác nhau, có thể có các đường cung tối ưu khác nhau. Chúng tôi đã chứng minh được dự đoán nói trên và đã trình bày kết quả ở [5].

Như vậy xuất hiện câu hỏi là: vậy đối với hành vi bán, hay cung - của các doanh nghiệp khác nhau, có thể có một phạm trù chung thể hiện khả năng tạo ra lợi nhuận của chúng được không, mà khi vận dụng chúng vào các điều kiện thị trường cụ thể, ta sẽ thu được các đường cung tối ưu khác nhau của cùng một doanh nghiệp.

Chúng tôi cho rằng, trường lợi nhuận của một doanh nghiệp do chúng tôi đề xuất dưới đây chính là phạm trù chung đó.

II. TRƯỜNG LỢI NHUẬN - ĐẶC TRƯNG QUAN TRỌNG VỀ KHẢ NĂNG VÀ ĐIỀU KIỆN TẠO RA LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP

Với doanh nghiệp có một sản phẩm, lợi nhuận được xác định như sau:

$$\text{Lợi nhuận } L = \text{Doanh thu} - \text{Chi phí} \\ L = p \cdot q - c(q) \quad (1)$$

p : giá tiêu thụ sản phẩm

q : lượng hàng sản xuất và tiêu thụ trong một kì

$c(q)$: Tổng chi phí để sản xuất và tiêu thụ q

$$q_{\min} \leq q \leq q_{\max} \quad (2)$$

$q_{\min}$ và $q_{\max}$ là sản lượng tối thiểu và tối đa trong một kì, do công suất thiết bị và đặc điểm công nghệ quyết định.

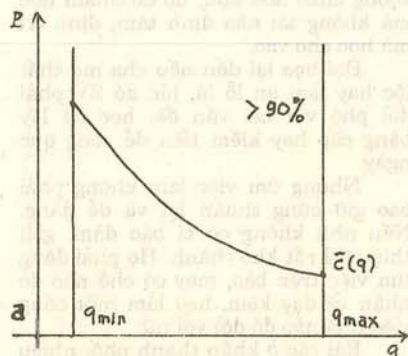
Với chi phí bình quân để làm ra một sản phẩm là:

$$\bar{c}(q) = c(q)/q \quad (3)$$

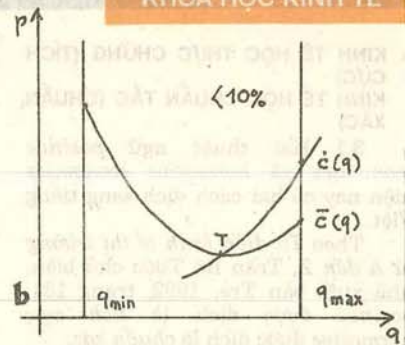
ta có thể viết phương trình (1) là:

$$L = [p - \bar{c}(q)] \cdot q \quad (4)$$

Theo số liệu điều tra về các doanh nghiệp ở qui mô toàn quốc năm 1984 ở CHLB Đức thì hơn 90% các doanh nghiệp có chi phí bình quân giảm dần khi sản lượng tăng, và dưới 10% có chi phí bình quân lúc đầu giảm,



Hình 2: Các dạng chi phí bình quân trong thực tế



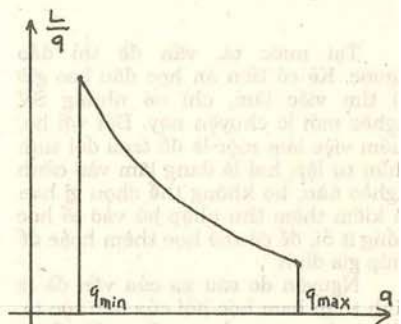
Trong trường hợp sau - còn gọi là chi phí bình quân dạng chữ U, trong hình 2b - chi phí cận biên $c'(q) = dc(q)/dq$ cắt đường chi phí bình quân tại điểm cực tiểu T của nó. Vì lợi nhuận là mục tiêu hàng đầu của doanh nghiệp, nên từ phương trình (4) ta có thể nêu câu hỏi là: Nếu cho trước một lợi nhuận L cần đạt được, thì doanh nghiệp phải sản xuất bao nhiêu sản phẩm q và bán với giá p bao nhiêu. Từ đây ta cần phải thiết lập quan hệ phụ thuộc lẫn nhau của p và q sao cho đạt mức lợi nhuận mong muốn L .

Ta có từ phương trình (4):

$$P = \bar{c}(q) + L/q \quad (5)$$

Phương trình này nói rằng: Nếu chọn q là bất kỳ trong giới hạn kỹ thuật của doanh nghiệp, phương trình (2) thì với p được xác định theo phương trình (5) doanh nghiệp sẽ đạt mức lợi nhuận L .

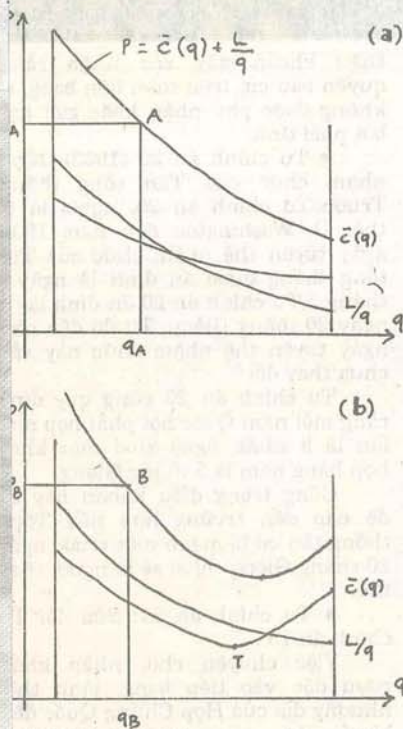
Đối với mỗi doanh nghiệp thì chi phí bình quân $\bar{c}(q)$ của nó là xác định. Ví dụ theo Hình 2: Biểu thức L/q trong phương trình (5) là một đường hyperbole đơn giản (Hình 3).



Hình 3: Lợi nhuận bình quân của một sản phẩm

Ý nghĩa của L/q chính là lợi nhuận dự kiến phải thu được khi bán một sản phẩm. Như vậy mối quan hệ giữa p và q , $\bar{c}(q)$ và L theo phương trình (5) có thể xác định dễ dàng bằng đồ thị (Hình 4).

Bằng cách cộng hai đồ thị $\bar{c}(q)$ ở Hình 2 và L/q ở Hình 3 theo phương trình (5), ta có mối quan hệ giữa giá bán p , lượng bán q và mức lợi nhuận đạt được L (Hình 4). Ứng với trường hợp



Hình 4: Xác định đường cung cùng mức lợi nhuận

hì phí bình quân giảm dần (Hình 2a) thì mối quan hệ này cũng là một hàm giảm dần (Hình 4a). Còn với trường hợp chi phí bình quân hình chữ U (Hình 2-b) thì với lợi nhuận L như trong (Hình 4b), mối quan hệ giữa giá bán p và lượng bán q cũng là hình chữ U.

Đường quan hệ $p = \bar{c}(q) + L/q$ trong Hình 4 có ý nghĩa là: ứng với một điểm trên đường này, ví dụ điểm A, Hình 4a, ta có các giá bán p_A và lượng bán q_A cho phép doanh nghiệp đạt được một mức lợi nhuận L . Tức là ứng với $p = \bar{c}(q) + L/q$ chính là một đường cung, hay đường bán cho phép đạt được một mức lợi nhuận L như nhau. Vì vậy ta gọi đó là đường cung cùng mức lợi nhuận.

Nếu với một doanh nghiệp ta đưa ra nhiều mức lợi nhuận $L_0, L_1, L_2, L_3, \dots$ khác nhau, thì với mỗi mức đó, ta vẽ được một đường cung cùng mức lợi nhuận tương ứng (Hình 5). Tập hợp tất cả các đường cung cùng mức lợi nhuận của một doanh nghiệp được gọi là đường lợi nhuận của doanh nghiệp.

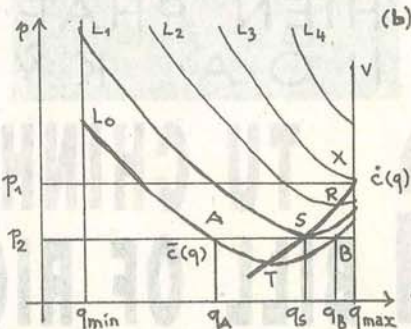
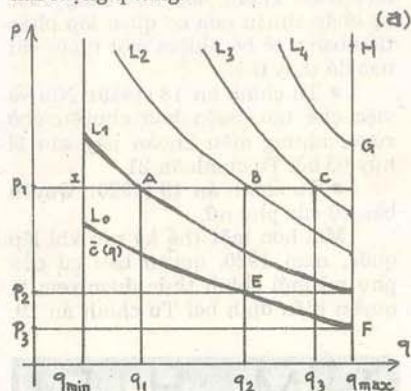
Nếu chi phí bình quân của doanh nghiệp là giảm dần thì ta thấy đường lợi nhuận của doanh nghiệp bao gồm các đường cung cùng mức lợi nhuận $L_0, L_1, L_2, \dots$ cũng giảm dần khi lượng bán q tăng (Hình 5a). Khi lợi nhuận bằng không, $L = L_0 = 0$, từ phương trình (5) ta thấy đường cùng mức lợi nhuận không" chính là đường chi phí bình quân.

$$p = \bar{c}(q) \quad (6)$$

Vì vậy đường chi phí bình quân

$\bar{c}(q)$ (Hình 5a), chính là đường cùng mức lợi nhuận $L_0 = 0$, hay đường bán hoà vốn.

Nếu chi phí bình quân $\bar{c}(q)$ hình chữ U thì từ Hình 5b ta thấy, với mức lợi nhuận tương đối thấp, ví dụ L_0, L_1, L_2 các đường cùng mức lợi nhuận cũng hình chữ U, và điểm giá trị thấp nhất của chúng - T, S và R - chính là giao điểm của các đường cùng mức lợi nhuận với đường chi phí cận biên $\bar{c}'(q)$. Và từ một mức lợi nhuận nhất định, ví dụ L_3 trong Hình 5b, các đường cùng mức lợi nhuận không phải là hình chữ U nữa, mà chỉ là các đường giảm dần khi lượng q tăng.



Hình 5: Đường lợi nhuận của doanh nghiệp

a = chi phí bình quân $\bar{c}(q)$ giảm dần
b = chi phí bình quân $\bar{c}(q)$ hình chữ U

Nếu giá sản phẩm trên thị trường là p_2 (Hình 5a), thì với trường lợi nhuận của doanh nghiệp ta có thể đọc ra ngay các kết quả kinh doanh triển vọng:

- Nếu lượng bán dưới mức q_2 (điểm E trong Hình 5a), thì doanh nghiệp luôn bị lỗ.

- Nếu lượng bán là q_2 thì doanh nghiệp không lỗ cũng không có lợi nhuận.

- Nếu lượng bán trên q_2 thì doanh nghiệp có lợi, và lượng bán q mà càng tăng thì lợi nhuận cũng càng tăng. Lợi nhuận tối đa mà doanh nghiệp có thể đạt được với $q = q_{max}$ là xấp xỉ L_1 (Hình 5a).

Tại mức giá p_1 , với trường lợi

nhuận ta đọc được ngay kết quả:

- Tại sản lượng q_{min} , doanh nghiệp vẫn có lợi nhuận (điểm I Hình 5a) với mức giữa L_0 và L_1 .

- Sản lượng càng tăng bao nhiêu, $q_1 \rightarrow q_2 \rightarrow q_3$, thì lợi nhuận cũng tăng từ L_1 lên L_2 rồi L_3 , (điểm A, B và C). Tại q_{max} lợi nhuận đạt giá trị tối đa. Như vậy nếu doanh nghiệp cho rằng, tại mỗi giá thị trường từ mức p_3 trở lên (Hình 5a), doanh nghiệp có thể tiêu thụ hết bất kỳ lượng hàng q nào trong giới hạn kỹ thuật của doanh nghiệp, $q_{min} \leq q \leq q_{max}$, thì tại mỗi giá trị đó, lợi nhuận chỉ đạt tối đa với lượng bán tối đa q_{max} .

Tức là trong trường hợp này, đường cung tối ưu của doanh nghiệp là đoạn thẳng đứng FGH (Hình 5a). Theo điều tra ở CHLB Đức đã nêu ở trên, hơn 90% các doanh nghiệp có chi phí bình quân giảm dần. Nghĩa là hơn 90% các doanh nghiệp này có đường cung tối ưu là một đường thẳng đứng, trái ngược với giả thiết thường gặp của kinh tế học về đường cung của một doanh nghiệp theo Hình 1.

Đối với một doanh nghiệp có chi phí bình quân hình chữ U (theo Hình 5b), nếu giá thị trường là p_2 , với trường lợi nhuận của doanh nghiệp, ta đọc được ngay các triển vọng kết quả kinh doanh:

- Nếu lượng bán nhỏ hơn q_A hoặc lớn hơn q_B (điểm A và B trong Hình 5-b), thì doanh nghiệp bị lỗ.

- Nếu lượng bán lớn hơn q_A và tăng dần thì lợi nhuận tăng, song đạt mức tối đa là L_1 với lượng q_s (Hình 5b).

Khi lượng bán lớn hơn q_s thì lợi nhuận lại giảm, và bằng không tại $q = q_s$.

Còn nếu giá thị trường từ mức p_1 trở lên (Hình 5b), ta thấy ngay kết quả kinh doanh triển vọng là:

- Lượng bán hàng tăng thì lợi nhuận cũng tăng, và đạt mức tối đa tại lượng bán tối đa q_{max} .

Như vậy đường cung tối ưu của một doanh nghiệp là đoạn gãy khúc TSRXY (Hình 5b), trong đó đoạn XV là thẳng đứng, cũng trái với giả thiết của kinh tế học về đường cung của doanh nghiệp (Hình 1).

(còn tiếp 1 kỳ)

TÀI LIỆU ĐÃ DẪN

- [1] Wou A. *Kinh tế quốc dân đại cương*, nxb Vahlen, Munchen, 1987.
- [2] Varian, H.R; *Các cơ sở của kinh tế vi mô*, nxb Oldenboury, Munchen-wisen, 1989.
- [3] Samuelson, P.A; Nordhaus, W.D; *Economics*, Mc Graw-Hill, 1989.
- [4] Maurice, S.C; Smithson, C.W; *Kinh tế quản lý*, ĐHKT Quốc dân Hà Nội, 1990.
- [5] Nhân, Nguyễn Thiện, "Các điều kiện để doanh nghiệp đạt được lợi nhuận tối đa", *Phát triển Kinh tế*, 2-3-1992, ĐHKT. TP. HCM.