

UBND TỈNH LÂM ĐỒNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG ĐÀ LẠT

GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: KINH TẾ VI MÔ

NGÀNH: KẾ TOÁN

TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

Đà Lạt, năm 2021

SỞ LAO ĐỘNG THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI TỈNH LÂM ĐỒNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ - KỸ THUẬT LÂM ĐỒNG



GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: KINH TẾ VI MÔ

NGÀNH: KẾ TOÁN

TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

Chủ biên: Ths. Võ Thị Hương
Ths. Nguyễn Thị Thúy

Đà Lạt, năm 2021

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo. Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

LỜI GIỚI THIỆU

Nhằm trang bị những kiến thức về thống kê kinh tế cho sinh viên khối kinh tế cũng như yêu cầu chuẩn hoá về nội dung, chương trình đào tạo của nhà trường trong giai đoạn hiện nay; Giáo trình Kinh tế vi mô biên soạn được dùng làm tài liệu chính thức cho sinh viên chuyên ngành Kế toán doanh nghiệp sản xuất. Giáo trình Kinh tế vi mô gồm 7 chương như sau:

Chương 1: Những vấn đề chung về kinh tế học

Chương 2: Cung – cầu hàng hóa

Chương 3: Lý thuyết hành vi của người tiêu dùng

Chương 4: Lý thuyết hành vi của doanh nghiệp

Chương 5: Cấu trúc thị trường

Chương 6: Thị trường yếu tố sản xuất

Chương 7: Chính phủ trong nền kinh tế thị trường

Trong quá trình biên soạn, nhóm tác giả đã tập trung làm rõ những nội dung kiến thức cơ bản và đưa vào các ví dụ minh họa được biên soạn từ các tài liệu và thực tế từ kinh nghiệm giảng dạy, nhằm giúp sinh viên hiểu rõ, sâu hơn và vận dụng những kiến thức đã học vào công việc thực tế. Ngoài ra, ở cuối mỗi chương đều có câu hỏi ôn tập và bài tập ứng dụng nhằm củng cố lại kiến thức cơ bản đã học, làm nền tảng cho việc nghiên cứu các chương tiếp theo.

Để giáo trình này đến tay người đọc, nhóm tác giả ghi nhận và cảm ơn sự giúp đỡ, tham gia ý kiến góp ý, sửa chữa của Hội đồng khoa học Trường Kinh tế - Kỹ thuật Lâm Đồng, Hội đồng khoa học và đào tạo Khoa Tài chính - Kế toán và đồng nghiệp đã tham gia góp ý cho sự hoàn thiện của giáo trình này.

Mặc dù đã cố gắng rất nhiều trong quá trình biên soạn, tuy nhiên Giáo trình Kinh tế vi mô không tránh được những sai sót nhất định. Chúng tôi mong nhận được những ý kiến đóng góp của người đọc để giáo trình được hoàn chỉnh hơn.

Trân trọng cảm ơn!

Đà Lạt, ngày 20 tháng 5 năm 2021

Nhóm tác giả

1. Ths. Võ Thị Hương

2. Ths. Nguyễn Thị Thúy

MỤC LỤC

MỤC LỤC	i
DANH MỤC BẢNG	v
DANH MỤC HÌNH VẼ	vi
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	ix
Chương 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ KINH TẾ HỌC	1
1.1. Kinh tế học	1
1.2. Kinh tế học vi mô	2
1.3. Lý thuyết về sự lựa chọn	3
1.3.1. Một số vấn đề về sự lựa chọn	3
1.3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn	6
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 1	8
Chương 2: CUNG CẦU HÀNG HOÁ	12
2.1 Cầu hàng hóa	12
2.1.1. Một số khái niệm	12
2.1.2. Các công cụ xác định cầu	13
2.1.3. Luật cầu	17
2.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu	18
2.1.5. Phân biệt sự vận động và sự dịch chuyển đường cầu	21
2.2. Cung hàng hóa	24
2.2.1. Một số khái niệm	24
2.2.2. Các công cụ xác định cung	24
2.2.3. Luật cung	28
2.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến cung	28
2.2.5. Phân biệt sự vận động và sự dịch chuyển đường cung	30
2.3. Cân bằng cung cầu	33
2.3.1. Trạng thái cân bằng, dư thừa và thiếu hụt	33
2.3.2. Thay đổi trạng thái cân bằng	37
2.3.3. Thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư	41
2.4. Kiểm soát giá và chính sách của Chính phủ	42
2.4.1. Kiểm soát giá	42
2.4.2. Chính sách của Chính phủ	43

2.5. Co giãn cung và cầu	45
2.5.1. Co giãn của cầu	45
2.5.2. Co giãn của cung	52
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 2	54
Chương 3: LÝ THUYẾT HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG	64
3.1. Lý thuyết lợi ích	64
3.1.2. Quy luật lợi ích cận biên giảm dần	64
3.1.3. Lợi ích cận biên và đường cầu	66
3.1.4. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu tiếp cận từ lý thuyết lợi ích	67
3.2. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu tiếp cận từ đường ngân sách và đường bàng quan	69
3.2.1. Đường bàng quan - đường đẳng ích	69
3.2.2. Đường ngân sách	72
3.2.3. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu tiếp cận từ đường bàng quan và ngân sách	74
3.2.4. Ảnh hưởng của các nhân tố đến lựa chọn hàng hóa tiêu dùng tối ưu	74
3.2.5. Đường tiêu dùng theo giá và đường cầu về một hàng hóa	75
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 3	76
Chương 4: LÝ THUYẾT HÀNH VI CỦA DOANH NGHIỆP	80
4.1. Lý thuyết về sản xuất	80
4.1.1. Hàm sản xuất	80
4.1.2. Sản xuất trong ngắn hạn	81
4.1.3. Sản xuất trong dài hạn	85
4.2. Lý thuyết về chi phí	87
4.2.1. Một số khái niệm	87
4.2.2. Chi phí ngắn hạn	88
4.2.3. Chi phí dài hạn	92
4.3. Lý thuyết về doanh thu và lợi nhuận	98
4.3.1. Doanh thu	98
4.3.2. Lợi nhuận	98
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 4	99
Chương 5: CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG	104
5.1. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo	104
5.1.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường và doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo	104

5.1.2. Lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn	107
5.1.3. Đường cung ngắn hạn.....	108
5.1.4. Lựa chọn sản lượng trong dài hạn	110
5.1.5. Đường cung dài hạn	112
5.2. Thị trường độc quyền thuần túy	113
5.2.1. Độc quyền bán.....	113
5.2.2. Độc quyền mua.....	119
5.3. Thị trường cạnh tranh độc quyền	121
5.3.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường và doanh nghiệp.....	121
5.3.2. Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp.....	122
5.3.3. Cân bằng ngắn hạn và dài hạn.....	123
5.4. Thị trường độc quyền tập đoàn	125
5.4.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường và doanh nghiệp.....	125
5.4.2. Đường cầu gãy khúc và giá cả kém linh hoạt	127
5.4.3. Giá cả của ngành và mục tiêu của tập đoàn	129
5.4.4. Cân bằng trong độc quyền tập đoàn	130
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 5.....	135
Chương 6: THỊ TRƯỜNG YẾU TỐ SẢN XUẤT.....	141
6.1. Thị trường lao động	141
6.1.1. Cầu về lao động	141
6.1.2. Cung về lao động.....	143
6.1.3. Cân bằng thị trường lao động	144
6.2. Thị trường vốn.....	144
6.2.1. Cầu về dịch vụ vốn.....	146
6.2.2. Cung về dịch vụ vốn.....	147
6.2.3. Cân bằng thị trường vốn.....	148
6.3. Thị trường đất đai	150
6.3.1. Địa tô là lợi tức của các yếu tố cố định	150
6.3.2. Cân bằng cung cầu về đất đai	151
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 6	152
Chương 7: CHÍNH PHỦ TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG.....	157
7.1. Những khuyết tật của thị trường.....	157

7.1. 1. Hàng hóa công cộng.....	157
7.1.2. Các nhân tố ngoại ứng.....	159
7.1. 3. Thông tin không hoàn hảo.....	162
7.1. 4. Độc quyền và sức mạnh của thị trường.....	163
7.1.5. Những rủi ro khiếm khuyết khác	164
7.2. Vai trò của Chính phủ trong việc khắc phục những khuyết tật của thị trường	164
7.2.1. Các chức năng kinh tế của Chính phủ.....	164
7.2.2. Các công cụ chủ yếu của Chính phủ tác động đến kinh tế.....	166
7.2.3. Các phương pháp điều tiết.....	168
CÂU HỎI CHƯƠNG 7	172
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	176

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1. Khả năng sản xuất lúa và vải	5
Bảng 1.2. Chi phí cơ hội tăng dân khi sản xuất lúa và vải	7
Bảng 2.1. Biểu cầu sản phẩm X của khách hàng A.....	14
Bảng 2.2. Biểu cầu thị trường sản phẩm X	14
Bảng 2.3. Biểu cung sản phẩm X của doanh nghiệp A	25
Bảng 2.4. Biểu cung thị trường sản phẩm X	25
Bảng 2.5. Biểu cung - cầu sản phẩm cam	33
Bảng 3.1. Lợi ích tiêu dùng hàng hóa X.....	65
Bảng 3.2. Lợi ích biên của hàng hóa X và Y	68
Bảng 3.3. Phôi hợp tiêu dùng giữa sản phẩm X và sản phẩm Y	69
Bảng 3.4. Các phôi hợp tiêu dùng X và Y trong giới hạn thu nhập	72
Bảng 4.1. Xác định năng suất trung bình và năng suất cận biên.....	83
Bảng 4.2. Kết quả sản xuất từ hai đầu vào thay đổi	86
Bảng 4.3. Chi phí cố định, chi phí biến đổi và tổng chi phí.....	89
Bảng 4.4. Các loại chi phí	91
Bảng 5.1. Doanh thu sản phẩm X.....	106
Bảng 5.2. Các chi phí của doanh nghiệp cạnh tranh	109

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 1.1. Đường giới hạn khả năng sản xuất lúa và vải	5
Hình 2.1. Đường cầu sản phẩm X của khách hàng A	15
Hình 2.2. Đường cầu sản phẩm X của khách hàng B	15
Hình 2.3. Đường cầu thị trường của sản phẩm X	16
Hình 2.4. Sự vận động dọc theo đường cầu	22
Hình 2.5. Sự dịch chuyển toàn bộ đường cầu	22
Hình 2.6. Đường cung sản phẩm X của doanh nghiệp A.....	26
Hình 2.7. Đường cung sản phẩm X của doanh nghiệp B.....	26
Hình 2.8. Đường cung thị trường của sản phẩm X	26
Hình 2.9. Sự vận động dọc theo đường cung.....	31
Hình 2.10. Sự dịch chuyển toàn bộ đường cung.....	32
Hình 2.11. Trạng thái cân bằng thị trường.....	34
Hình 2.12. Trạng thái dư thừa của thị trường	35
Hình 2.13. Trạng thái thiếu hụt của thị trường.....	36
Hình 2.14a. Cung cố định, cầu tăng	37
Hình 2.14b. Cung cố định, cầu giảm.....	37
Hình 2.15a. Cầu cố định, cung tăng	38
Hình 2.15b. Cầu cố định, cung giảm.....	38
Hình 2.16a. Cung tăng bằng cầu tăng	39
Hình 2.16b. Cung tăng nhiều hơn cầu tăng.....	39
Hình 2.16c. Cung tăng ít hơn cầu tăng.....	39
Hình 2.17a. Cung giảm bằng cầu giảm	39
Hình 2.17b. Cung giảm nhiều hơn cầu giảm.....	39
Hình 2.17c. Cung giảm ít hơn cầu giảm	39
Hình 2.18a. Cầu giảm nhiều hơn cung tăng.....	40
Hình 2.18b. Cầu giảm ít hơn cung tăng	40
Hình 2.18c. Cầu giảm bằng cung tăng	40
Hình 2.19a. Cung giảm ít hơn cầu tăng.....	40
Hình 2.19b. Cung giảm nhiều hơn cầu tăng.....	40
Hình 2.19c. Cung giảm bằng cầu tăng	40
Hình 2.20. Thặng dư tiêu dùng	41

Hình 2.21. Thặng dư sản xuất	42
Hình 2.22. Quy định khung giá	43
Hình 2.23 a. Nếu $ E_D > E_S$ thì $t_c < t_s$	44
Hình 2.23 b. Nếu $ E_D < E_S$ thì $t_c > t_s$	44
Hình 2.23 c. Nếu $ E_D = 0$ thì $t_c = t_s$	44
Hình 2.23 d. Nếu $ E_D = \infty$ thì $t_c = t_s$	44
Hình 2.24. Độ co giãn của cầu theo giá.....	47
Hình 2.25. Độ co giãn của cầu theo giá trên đường cầu	48
Hình 2.26. Tổng doanh thu giảm khi giá tăng và ngược lại	49
Hình 2.27. Tổng doanh thu tăng khi P tăng và ngược lại.....	49
Hình 2.28. Tổng doanh thu không thay đổi khi giá thay đổi.....	50
Hình 2.29. Độ co giãn của cung theo giá	54
Hình 3.1. Mối quan hệ giữa MU và TU	66
Hình 3.2. Lợi ích cận biên và đường cầu	67
Hình 3.3. Đường bàng quan sản phẩm X và Y	69
Hình 3.4. Đường bàng quan	70
Hình 3.5. Tỷ lệ thay thế cận biên	71
Hình 3.6. Đường ngân sách.....	72
Hình 3.7. Đường ngân sách thay đổi khi thu nhập thay đổi.....	73
Hình 3.8. Giá sản phẩm X thay đổi	74
Hình 3.9. Giá sản phẩm Y thay đổi	74
Hình 3.10. Kết hợp đường ngân sách và đường bàng quan	74
Hình 3.11. Đường tiêu dùng theo giá và đường cầu về một hàng hóa.....	75
Hình 4.1. Mối quan hệ giữa tổng sản lượng, MP và AP	84
Hình 4.2. Đường đẳng lượng.....	86
Hình 4.3. Các trường hợp đặc biệt của đường đẳng lượng	87
Hình 4.4. Chi phí cố định, chi phí biến đổi và tổng chi phí	89
Hình 4.5. Mối quan hệ giữa các loại chi phí	91
Hình 4.6. Tổng chi phí dài hạn.....	92
Hình 4.8 Chi phí biên dài hạn.....	93
Hình 4.9. Đường đồng phí.....	94
Hình 4.10. Đường mở rộng sản xuất	96

Hình 4.11. Hiệu suất của quy mô tiếp cận từ đường LAC.....	97
Hình 5.1. Đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo và đường cầu thị trường	
105	
Hình 5.2. Đường cầu và đường doanh thu cận biên.....	106
Hình 5.3. Đường cầu và đường doanh thu cận biên sản phẩm X	106
Hình 5.4. Lợi nhuận của doanh nghiệp trong ngắn hạn	107
Hình 5.5. Quyết định sản xuất trong ngắn hạn.....	108
Hình 5.6. Lựa chọn sản xuất trong dài hạn	111
Hình 5.7. Đường cầu và đường doanh thu cận biên.....	115
Hình 5.8. Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp độc quyền bán	116
Hình 5.9. Sự dịch chuyển của cầu dẫn	117
Hình 5.10. Thiệt hại do sức mạnh độc quyền	119
Hình 5.11. Lựa chọn của doanh nghiệp độc quyền mua.....	120
Hình 5.12. Đường cầu dốc xuống	123
Hình 5.13. Cân bằng trong ngắn hạn (a) và dài hạn (b).....	124
Hình 5.14. Đường cầu doanh nghiệp trong thị trường độc quyền tập đoàn.....	128
Hình 5.15. Tình thế lưỡng nan của người tù	133
Hình 6.1. Đường cầu về lao động	141
Hình 6.2. Đường cung về lao động	143
Hình 6.3. Cân bằng thị trường lao động.....	144
Hình 6.4. Đường cầu về dịch vụ vốn	146
Hình 6.5. Đường cung về dịch vụ vốn ngắn hạn (a) và dài hạn (b).....	147
Hình 6.6. Cân bằng trên thị trường vốn	148
Hình 6.7. Sự điều chỉnh vốn trong ngắn và dài hạn.....	149
Hình 6.8. Sự điều chỉnh vốn trong ngắn và dài hạn.....	152
Hình 7.1. Sự tiêu dùng hàng hóa công cộng	158
Hình 7.2. Thị trường không có ngoại ứng.....	160
Hình 7.3. Ngoại ứng tiêu cực	161
Hình 7.4. Ngoại ứng tích cực	162
Hình 7.5. Sự kém hiệu quả do độc quyền	164
Hình 7.6. Kiểm soát giá đối với độc quyền tự nhiên	170
Hình 7.7. Mức sản lượng Nhà nước điều tiết.....	172

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

- AFC	: average fixed cost (chi phí cố định trung bình)
- AVC	: average variable cost (chi phí biến đổi trung bình)
- ATC	: average total cost (chi phí trung bình)
- AR	: average revenue (doanh thu trung bình)
- AP_L	: average of production (năng suất trung bình)
- CS	: consumer surplus (thặng dư tiêu dùng)
- D	: demand (cầu)
- E	: expectation (kỳ vọng)
- E^D	: elasticity of demand (độ co giãn của cầu)
- E^S	: elasticity of supply (độ co giãn của cung)
- FC	: fixed cost (chi phí cố định)
- HGD	: hộ gia đình
- I	: income (thu nhập)
- K	: capital (vốn)
- L	: labor (lao động)
- Lean	: lean production system (hệ thống sản xuất lean)
- LAC	: long average cost (chi phí trung bình dài hạn)
- LMC	: long marginal cost (chi phí cận biên dài hạn)
- LTC	: long total cost (tổng chi phí dài hạn)
- MC	: marginal cost (chi phí cận biên)
- MP	: marginal production (năng suất cận biên)
- MPP_L	: marginal production (sản phẩm hiện vật biên của lao động)
- MR	: marginal revenue (doanh thu cận biên)
- MRS	: marginal rate of replacement (tỷ lệ thay thế cận biên)
- MRTS	: marginal rate technology of replacement (tỷ lệ thay thế kỹ thuật biên)
- MU	: marginal utility (lợi ích cận biên)
- N	: number of population (số lượng dân cư)
- P	: price (giá)
- P_r	: price of related goods (giá cả của sản phẩm liên quan)
- Q	: quantity (số lượng)

- Q_D : quantity demanded (lượng cầu)
- Q_S : quantity supply (lượng cung)
- r : rent (thuê)
- S : supply (cung cấp)
- T : taste (thị hiếu)
- TC : total cost (tổng chi phí)
- TU : total utility (tổng lợi ích)
- TR : total revenue (tổng doanh thu)
- U : utility (lợi ích)
- VC : variable cost (chi phí biến đổi)
- w : wage (tiền công)
- $YTSX$: yếu tố sản xuất

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

Tên môn học: KINH TẾ VI MÔ

Mã môn học: MH8

Vị trí, tính chất của môn học:

Vị trí: Kinh tế học vi mô thuộc nhóm các môn học cơ sở của ngành Kế toán. Vì vậy được bố trí dạy ở học kỳ đầu, giúp cho sinh viên có kiến thức cơ bản trước khi được học các môn chuyên ngành về Kế toán ở các học kỳ sau.

Tính chất: Môn học kinh tế vi mô giới thiệu nội dung của: Kinh tế học, cung cầu hàng hóa, lý thuyết hành vi của người tiêu dùng, lý thuyết hành vi của doanh nghiệp, cấu trúc thị trường, thị trường yếu tố sản xuất, những khuyết tật của thị trường và vai trò của Chính phủ trong việc khắc phục những khuyết tật của thị trường.

Mục tiêu môn học:

Môn học kinh tế vi mô giúp sinh viên trình bày được những quy luật cạnh tranh của thị trường để đưa ra những quyết định nhằm mang lại hiệu quả cao cho bản thân và cho doanh nghiệp.

Về kiến thức:

- Trình bày được cung cầu hàng hóa trên thị trường.
- Nhận thức, đánh giá được hành vi của người tiêu dùng trước những biến động của thị trường.
- Nhận thức, đánh giá được hành vi của từng doanh nghiệp trước những biến động của thị trường.
- Phân biệt được thị trường cạnh tranh hoàn hảo, thị trường độc quyền, thị trường cạnh tranh không độc quyền
- Xác định được các yếu tố đầu vào ảnh hưởng đến quá trình sản xuất của doanh nghiệp.
- Xác định được những khuyết tật của thị trường và vai trò của Chính phủ trong việc khắc phục những khuyết tật của thị trường.

Về kỹ năng:

- Sinh viên vận dụng những kiến thức đã học vào trong thực tế để hoàn thành mục tiêu doanh nghiệp đề ra, mang lại lợi nhuận cao nhất cho doanh nghiệp và tối đa hóa lợi ích bản thân.

- Đưa ra các chiến lược sản xuất kinh doanh nhằm mang lại hiệu quả sản xuất cao nhất cho doanh nghiệp trước những biến động của thị trường.

Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Hình thành cho sinh viên kỹ năng sáng tạo, nhạy bén trước những biến động của nền kinh tế.

- Có cách làm việc chủ động mang lại hiệu quả cao cho bản thân doanh nghiệp và nền kinh tế

Nội dung môn học gồm 7 chương như sau:

Chương 1: Những vấn đề chung về kinh tế học

Chương 2: Cung – cầu hàng hóa

Chương 3: Lý thuyết hành vi của người tiêu dùng

Chương 4: Lý thuyết hành vi của doanh nghiệp

Chương 5: Cấu trúc thị trường

Chương 6: Thị trường yếu tố sản xuất

Chương 7: Chính phủ trong nền kinh tế thị trường

Chương 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ KINH TẾ HỌC

Mục tiêu: Học xong chương này, người học có thể:

- Trình bày được đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu kinh tế học vi mô;
- Giải thích được những vấn đề kinh tế cơ bản của doanh nghiệp;
- Lựa chọn kinh tế tối ưu của doanh nghiệp

1.1. Kinh tế học

1.1.1. Khái niệm kinh tế học

Kinh tế học là một môn khoa học xã hội, nghiên cứu việc lựa chọn cách sử dụng hợp lý nhất các nguồn lực khan hiếm để sản xuất hàng hóa và dịch vụ nhằm thỏa mãn cao nhất nhu cầu cho mọi thành viên trong xã hội.

Kinh tế vi mô nghiên cứu cách thức mà các hộ gia đình, các doanh nghiệp ra quyết định và tác động lẫn nhau trong một thị trường nào đó. Nó nghiên cứu nền kinh tế ở góc độ chi tiết, riêng lẻ.

Kinh tế học vĩ mô nghiên cứu nền kinh tế quốc dân và kinh tế toàn cầu, xem xét xu hướng phát triển và phân tích biến động một cách tổng thể, toàn diện về cấu trúc của nền kinh tế và mối quan hệ giữa các bộ phận cấu thành của nền kinh tế.

1.1.2. Phân loại kinh tế học

- Kinh tế học thực chứng: Mô tả và giải thích các hiện tượng kinh tế một cách khách quan và khoa học
- Kinh tế học chuẩn tắc: Đưa ra những chỉ dẫn, những quan điểm cá nhân, một nhóm người về cách giải quyết các vấn đề kinh tế.

1.1.3. Ba vấn đề cơ bản của tổ chức kinh tế và cách thức giải quyết

Ba vấn đề cơ bản: Sản xuất cái gì? Sản xuất cho ai? Sản xuất như thế nào?

➤ Sản xuất cái gì?

Sản xuất hàng hóa gì, số lượng bao nhiêu? Mỗi xã hội cần nên xác định sản xuất mỗi loại sản phẩm bao nhiêu trong vô số các hàng hóa dịch vụ có thể sản xuất được trong điều kiện nguồn lực khan hiếm và sản xuất vào thời điểm nào?

➤ Sản xuất như thế nào?

Quyết định sản xuất như thế nào nghĩa là do ai và với tài nguyên nào, hình thức công nghệ nào, phương pháp sản xuất nào?

➤ Sản xuất cho ai?

Quyết định sản xuất cho ai đòi hỏi phải xác định rõ ai sẽ là người được hưởng và được lợi từ hàng hóa dịch vụ của đất nước. Nói cách khác là sản phẩm được phân chia cho các thành viên trong xã hội như thế nào?

Cách giải quyết 3 vấn đề cơ bản của nền kinh tế

- Hệ thống kinh tế truyền thống
- Kinh tế chỉ huy
- Hệ thống kinh tế thị trường
- Hệ thống kinh tế hỗn hợp

1.2. Kinh tế học vi mô

1.2.1. Vị trí, ý nghĩa

- Kinh tế học vi mô là một môn khoa học kinh tế, một môn khoa học cơ bản cung cấp kiến thức lý luận và phương pháp luận kinh tế cho các môn quản lý doanh nghiệp trong các ngành kinh tế quốc dân. Nó là khoa học về sự lựa chọn của các thành viên kinh tế.

- Mục tiêu của kinh tế học vi mô nhằm giải thích giá và lượng của một hàng hóa cụ thể. Kinh tế học vi mô còn nghiên cứu các qui định, thuế của chính phủ tác động đến giá và lượng hàng hóa và dịch vụ cụ thể. Chẳng hạn, kinh tế học vi mô nghiên cứu các yếu tố nhằm xác định giá và lượng xe hơi, đồng thời nghiên cứu các qui định và thuế của chính phủ tác động đến giá cả và lượng sản xuất xe hơi trên thị trường.

1.2.2. Đối tượng, nội dung, phương pháp nghiên cứu

❖ Đối tượng

Kinh tế học vi mô nghiên cứu tính quy luật, xu thế vận động tất yếu của các hoạt động kinh tế vi mô

Những khuyết tật của kinh tế thị trường và vai trò của sự điều tiết của Chính phủ.

❖ Nội dung cơ bản của kinh tế vi mô

Chương 1: Những vấn đề chung về kinh tế học

Chương 2: Cung – cầu hàng hóa

Chương 3: Lý thuyết hành vi của người tiêu dùng

Chương 4: Lý thuyết hành vi của doanh nghiệp

Chương 5: Cấu trúc thị trường

Chương 6: Thị trường yếu tố sản xuất

Chương 7: Chính phủ trong nền kinh tế thị trường

❖ Phương pháp nghiên cứu kinh tế vi mô

Sử dụng các phương pháp nghiên cứu chung của khoa học kinh tế như:

- Phương pháp mô hình hóa: xây dựng mô hình, phát triển mô hình bằng cách phân tích dựa trên các dữ liệu thu thập được, kiểm chứng thực tế.
- Phương pháp so sánh tĩnh - phương pháp giả định các yếu tố khác không thay đổi..
- Quan hệ nhân quả: Là sự phụ thuộc của các biến số mà sự thay đổi của biến số này là nguyên nhân một hoặc các biến số khác thay đổi theo. Biến chịu tác động là biến phụ thuộc, biến thay đổi tác động tới các biến khác là biến độc lập.

Phương pháp phân tích biên tế: Đây là phương pháp đặc thù của Kinh tế học nói chung và Kinh tế học vi mô nói riêng. Nó cũng là phương pháp của sự lựa chọn kinh tế tối ưu bởi vì bất cứ sự lựa chọn nào cũng phải dựa trên sự so sánh giữa lợi ích mang lại và chi phí bỏ ra. Phương pháp phân tích biên tế được sử dụng để tìm ra điểm tối ưu (còn gọi là điểm cân bằng) của sự lựa chọn. Theo phương pháp này, chúng ta phải so sánh lợi ích và chi phí tại mỗi đơn vị hàng hóa, dịch vụ được sản xuất (hoặc tiêu dùng) tăng thêm. Lợi ích chi phí đó được gọi là lợi ích biên tế và chi phí biên tế. Phương pháp này còn được biết đến với tên gọi: phương pháp phân tích cận biên.

1.3. Lý thuyết về sự lựa chọn

1.3.1. Một số vấn đề về sự lựa chọn

1.3.1.1. Những vấn đề cơ bản của lý thuyết lựa chọn

Lý thuyết lựa chọn là tìm cách lý giải cách thức mà các thành viên kinh tế khác nhau sử dụng để đưa ra những quyết định của mình.

Do nguồn lực khan hiếm nên các cá nhân phải lựa chọn để đem lại lợi ích cao nhất.

Chi phí cơ hội của bất kỳ sự lựa chọn nào được xác định như là chi phí của lựa chọn tốt nhất bị bỏ qua liên quan đến lựa chọn hiện tại. Chúng ta hãy xem xét một vài ví dụ về chi phí cơ hội:

Giả định, bạn đang sở hữu một căn nhà mà bạn đang sử dụng để mở cửa hàng tạp hóa. Nếu như lựa chọn tốt nhất bị bỏ qua là cho một ai đó thuê. Chi phí cơ hội của bạn chính là tiền thuê mà lẽ ra bạn nhận được nếu như bạn không sử dụng căn nhà để mở cửa hàng tạp hóa. Nếu cơ hội tốt nhất của căn nhà là bán lại cho một ai đó, thì chi

phí cơ hội của bạn chính là tiền lãi từ khoản cho vay ngân hàng toàn bộ số tiền có được từ việc bán căn nhà (chẳng hạn, nếu như lãi suất là 10%/năm và căn nhà bán trị giá 500 triệu đồng. Bạn đã từ bỏ 50 triệu đồng mỗi năm, với giả định rằng giá cả căn nhà thay đổi không đáng kể theo thời gian).

Nếu bạn đi xem phim thì chi phí cơ hội không chỉ là tiền vé, tiền đi lại, mà còn chi phí cơ hội về thời gian mà bạn dành cho việc xem phim.

Vì vậy, các thành viên phải cân nhắc giữa cái được và mất để lựa chọn.

Lợi ích biên của một hoạt động là lợi ích tăng thêm liên quan đến việc gia tăng thêm một đơn vị hoạt động.

Chi phí biên được xác định bằng chi phí tăng thêm liên quan đến việc gia tăng thêm một đơn vị hoạt động. Các nhà kinh tế giả định rằng các cá nhân cố gắng tối đa hóa lợi ích ròng liên quan đến mỗi hoạt động.

Nếu lợi ích biên vượt quá chi phí biên, lợi ích ròng sẽ tăng lên nếu mức hoạt động tăng lên. Vì vậy, các cá nhân sẽ tăng mức hoạt động khi mà lợi ích biên còn lớn hơn chi phí biên. Nói cách khác, nếu chi phí biên vượt quá lợi ích biên, lợi ích ròng sẽ tăng lên nếu mức hoạt động giảm xuống. Không có lý do gì phải thay đổi mức hoạt động (lợi ích ròng đạt được cực đại) tại mức hoạt động mà ở đó lợi ích biên bằng với chi phí biên.

1.3.1.2. Phương pháp lựa chọn kinh tế tối ưu

Sự khan hiếm ám chỉ tồn tại một sự cân bằng trong các lựa chọn. Sự cân bằng trong các lựa chọn có thể minh họa cụ thể trong **đường cong năng lực sản xuất (PPF-production possibilities frontier)**

Đường cong năng lực sản xuất cho biết tất cả các kết hợp đầu ra có thể sản xuất với nguồn lực hiện có, với giả định tất cả mọi nguồn lực đều được sử dụng và sử dụng một cách hiệu quả.

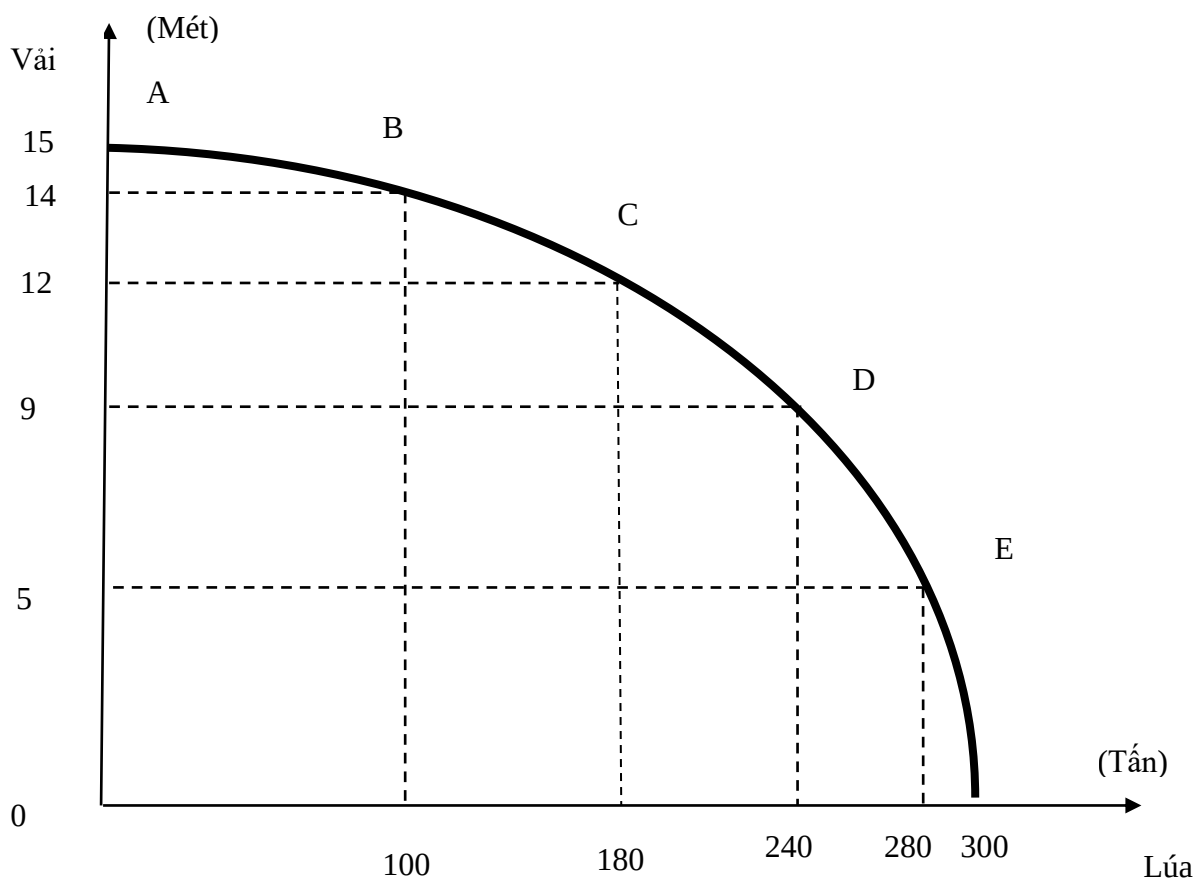
Để cho đơn giản, chúng ta giả định rằng một doanh nghiệp (hay một nền kinh tế) chỉ sản xuất hai loại hàng hóa (giả định này là rất cần thiết để dễ dàng minh họa bằng đồ thị trong không gian hai chiều). Khi một đường cong năng lực sản xuất được vẽ ra, thì bao giờ cũng kèm theo các giả định sau:

- Số lượng và chất lượng của các nguồn lực cung cấp là cố định,
- Công nghệ là cố định,
- Mọi nguồn lực đều được sử dụng và mỗi nguồn lực đều sử dụng hiệu quả.

Ví dụ về khả năng sản xuất lúa và vải như sau:

Bảng 1.1. Khả năng sản xuất lúa và vải

Phương án sản xuất	Số giờ sản xuất vải	Số giờ sản xuất lúa	Vải (mét)	Lúa (tấn)
A	0	5	0	300
B	1	4	5	280
C	2	3	9	240
D	3	2	12	180
E	4	1	14	100
F	5	0	15	0



Hình 1.1. Đường giới hạn khả năng sản xuất lúa và vải

Đường giới hạn khả năng sản xuất chỉ ra rằng: những điểm nằm ngoài đường khả năng sản xuất thì không thể đạt được và những điểm nằm trong đường khả năng sản xuất thì ta không sử dụng hết khả năng sản xuất hiện có, vậy chỉ có những điểm nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất mới mang lại hiệu quả kinh tế.

Đường giới hạn của năng lực sản xuất sẽ giúp cho chúng ta ứng dụng để tìm kiếm sự lựa chọn tối ưu nhất cụ thể:

+ Sử dụng đầy đủ và có hiệu quả các nguồn lực hiện có để thoả mãn tối đa nhu cầu của thị trường và xã hội, đạt lợi nhuận cao, đạt hiệu quả kinh tế - xã hội lớn.

+ Góp phần làm sáng tỏ việc lựa chọn 3 vấn đề kinh tế cơ bản: Sản xuất cái gì?, Sản xuất như thế nào?, Trong giới hạn của nguồn lực cho phép.

+ Giúp cho người lựa chọn tối ưu nhu cầu của cuộc sống, sự thích nghi và phát triển của mình trong từng thời kỳ, từng hoàn cảnh cụ thể.

Trong tương lai, do tiến bộ công nghệ, do lực lượng lao động tăng, v.v. quốc gia này có thể sản xuất nhiều hơn. Khi đó, đường giới hạn khả năng sản xuất sẽ dịch chuyển ra ngoài. Xã hội có thể sản xuất ra các tập hợp hàng hoá nhiều hơn so với trước. Khi đó, ta có hiện tượng dịch chuyển của đường giới hạn khả năng sản xuất.

1.3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn

1.3.2.1. Ảnh hưởng của quy luật khan hiếm

Nhu cầu con người ngày càng tăng và đa dạng nhưng tài nguyên để thoả mãn nhu cầu lại có hạn, ngày càng khan hiếm và cạn kiệt. Do đó vấn đề lựa chọn kinh tế tối ưu ngày càng được đặt ra một cách nghiêm túc

Một doanh nghiệp khi quyết định sản xuất cái gì và như thế nào thì phải dựa vào giới hạn của năng lực sản xuất hiện có để phân bổ nguồn lực hợp lý cho từng loại hàng hoá có thị trường tiêu thụ hợp với khả năng của Doanh nghiệp. Đó là sự lựa chọn của doanh nghiệp trong điều kiện giới hạn của nguồn lực cho phép.

1.3.2.2. Ảnh hưởng của quy luật lợi suất giảm dần- quy luật lợi ích biên giảm dần

Qua ví dụ về sản xuất vải và lúa ở trên ta thấy mỗi giờ tăng thêm trong sản xuất thì sản lượng đều tăng lên nhưng mức sản lượng tăng thêm của các giờ sau nhỏ hơn của giờ trước, đây được gọi là *qui luật lợi ích biên giảm dần*. *Qui luật này cho rằng kết quả đạt được tăng lên ngày càng giảm khi tăng thêm các đơn vị bằng nhau của đầu vào biến đổi (trong trường hợp này là thời gian), trong khi các yếu tố đầu vào khác là cố định.*

1.3.2.3. Ảnh hưởng của chi phí cơ hội tăng dần

Chi phí cơ hội biên của một hàng hóa được định nghĩa như là tổng số hàng hóa khác bị từ bỏ để sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa đang xem xét.

Nếu đường giới hạn khả năng sản xuất là đường thẳng thì chi phí cơ hội không thay đổi. Nhưng trong thực tế, đường giới hạn khả năng sản xuất là một đường cong, do đó ta gặp quy luật chi phí cơ hội tăng dần có nghĩa là nếu ta tăng thêm một lượng bằng nhau về một hàng hoá, xã hội phải hy sinh ngày càng nhiều số lượng một mặt hàng khác. Vì vậy, quy luật chi phí cơ hội tăng dần giúp chúng ta tính toán và lựa chọn sản xuất cái gì, như thế nào có lợi nhuận nhất.

Từ ví dụ trên ta có bảng phân tích sau:

Bảng 1.2. Chi phí cơ hội tăng dần khi sản xuất lúa và vải

Phương án sản xuất	Số giờ sản xuất vải	Số giờ sản xuất lúa	Vải (mét)	Lúa (tấn)	Chi phí cơ hội của 1 mét vải	Chi phí cơ hội của 1 tấn lúa
A	0	5	0	300	-	-
B	1	4	5	280	4	1/4
C	2	3	9	240	10	1/10
D	3	2	12	180	20	1/20
E	4	1	14	100	40	1/40
F	5	0	15	0	100	1/100

1.3.2.4. Hiệu quả kinh tế

Hiệu quả là không lãng phí. Nhưng nó có mối quan hệ chặt chẽ với việc sử dụng năng lực sản xuất hiện có. Các vấn đề cơ bản về hiệu quả kinh tế:

- Những quyết định sản xuất cái gì trên đường giới hạn khả năng sản xuất là hiệu quả
- Số lượng hàng hoá đạt được trên đường giới hạn của năng lực sản xuất càng lớn càng có hiệu quả cao
- Sự thỏa mãn tối đa về mặt hàng, chất lượng, số lượng hàng hoá theo nhu cầu thị trường trong giới hạn của đường năng lực sản xuất là đạt hiệu quả cao nhất
- Kết quả trên một đơn vị chi phí càng lớn thì hiệu quả kinh tế càng cao
- Sự đạt được hiệu quả kinh tế cao nhất trong thời gian ngắn nhất cho ta khả năng tăng trưởng kinh tế nhanh và tích lũy lớn

Hiệu quả kinh tế là tiêu chuẩn cao nhất của mọi sự lựa chọn kinh tế của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường có sự quản lý của nhà nước.

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 1

I. Câu hỏi tự luận

Câu 1. Nội dung ba vấn đề kinh tế cơ bản của doanh nghiệp là gì?

Câu 2. Tại sao con người phải lựa chọn? Mục tiêu của sự lựa chọn là gì?

Câu 3. Nội dung của quy luật lợi suất giảm dần là gì? Giải thích tại sao như vậy?

Câu 4. Đường giới hạn khả năng sản xuất là đường như thế nào và cho biết ý nghĩa của đường giới hạn khả năng sản xuất.

Câu 5. Chi phí cơ hội là gì? Hãy cho một ví dụ. Phát biểu nội dung quy luật chi phí cơ hội ngày càng tăng. Giải thích tại sao như vậy?

Câu 6. Hiệu quả kinh tế là gì? Hãy giải thích quy luật hiệu quả ảnh hưởng đến lựa chọn kinh tế của các chủ thể.

II. Nhận định đúng hay sai và giải thích

Câu 1. Ba vấn đề kinh tế cơ bản (sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai) chỉ tồn tại trong nền kinh tế thị trường.

Câu 2. Công nghệ phát triển thì đường giới hạn khả năng sản xuất sẽ bị đẩy vào trong (gần gốc toạ độ hơn).

Câu 3. Chi phí cơ hội là tất cả các cơ hội bị mất đi khi đưa ra sự lựa chọn kinh tế.

Câu 4. Nếu không có các cơ hội khác nhau thì không có chi phí cơ hội.

Câu 5. Do có tình trạng khan hiếm nên các chủ thể kinh tế buộc phải có sự lựa chọn.

Câu 6. Một người nghèo thì phải lựa chọn giữa hàng thực phẩm và hàng tiêu dùng, còn một người giàu thì không cần phải lựa chọn như vậy.

Câu 7. Để tăng thêm số lượng bằng nhau của một loại hàng hoá nào đó thì xã hội phải từ bỏ một lượng ngày càng tăng của các loại hàng hoá khác.

III. Lựa chọn câu trả lời đúng nhất

Câu 1. Vấn đề khan hiếm:

- a) Chỉ tồn tại trong nền kinh tế chúng ta hiện nay
- b) Có thể loại trừ được
- c) Tồn tại vì nhu cầu của con người không thể được thỏa mãn với các nguồn lực hiện có.
- d) Không phải điều nào ở trên.

Câu 2. Đường giới hạn khả năng sản xuất

có thể giải thích được:

- a) Ba vấn đề kinh tế cơ bản: Sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai.
- b) Sự thay đổi công nghệ và kỹ thuật
- c) Khái niệm về chi phí cơ hội
- d) Nền kinh tế tăng trưởng nhanh hay chậm.

e) Tất cả các câu trên đều đúng

Câu 3. Cơ sở của lý thuyết lựa chọn là:

a) Hiệu quả kỹ thuật

b) Hiệu quả kinh tế

c) Chi phí cơ hội

d) Kết hợp câu b và câu c

e) Không có câu nào đúng

Câu 4. Trong mô hình nền kinh tế thị trường tự do, các vấn đề cơ bản của hệ thống kinh tế được giải quyết:

a) Thông qua các kế hoạch của Chính phủ

b) Thông qua thị trường

c) Thông qua thị trường và các kế hoạch của Chính phủ

d) Các câu trên đều đúng

Câu 5. Kinh tế học là môn khoa học xã hội nghiên cứu cách thức :

a) Quản lý doanh nghiệp sao cho có lãi.

b) Lẫn tránh khả năng khan hiếm cho nhiều khả năng sử dụng khác nhau và cạnh tranh nhau.

c) Tạo ra vận may cho các cá nhân trên thị trường chứng khoán.

d) Phân bổ nguồn lực khan hiếm cho nhiều khả năng sử dụng khác nhau.

Câu 6. Kinh tế học vi mô nghiên cứu:

a) Hành vi ứng xử của các tế bào kinh tế trong các loại thị trường

b) Các hoạt động diễn ra trong toàn bộ nền kinh tế.

c) Cách ứng xử của người tiêu dùng để tối đa hóa thỏa mãn.

d) Mức giá chung của một quốc gia.

Câu 7. Câu nào sau đây thuộc kinh tế học vi mô:

a) Tỷ lệ thất nghiệp ở Việt Nam năm nay thấp hơn năm ngoái.

b) Lợi nhuận kinh tế là động lực thu hút các Doanh nghiệp mới gia nhập vào ngành sản xuất

c) Chính sách tài chính tiền tệ là công cụ điều tiết của chính phủ trong nền kinh tế.

d) Tỷ lệ lạm phát của Việt Nam năm 2008 là 2 con số.

Câu 8. Câu nào sau đây không thuộc về kinh tế học vi mô:

a) Nền kinh tế của một số nước đã thoát khỏi khủng hoảng

b) Giá lúa sẽ tăng cao trong thời gian tới.

c) Giá vàng thế giới tăng đã làm cho giá vàng trong nước tăng

d) Giá xăng tăng làm cho lượng xe máy lưu hành giảm.

Câu 9. Các vấn đề cơ bản của kinh tế học cần giải quyết là:

a) Sản xuất sản phẩm gì? Số lượng bao nhiêu?

b) Sản xuất bằng phương pháp nào?

c) Sản xuất cho ai?

d) Các câu trên đều đúng

IV. Bài tập

Bài 1. Huy, Toàn và Lan có kế hoạch đi du lịch từ tỉnh A đến tỉnh B. Chuyển đi mất 2 giờ nếu đi bằng ô tô và 5 giờ nếu đi bằng tàu hỏa. Giá vé xe ô tô du lịch là 100.000 đồng và tàu hỏa là 60.000 đồng. Họ đồng thời cùng bỏ lỡ việc làm trong khi đi. Huy kiếm được 5.000 đồng/ giờ. Toàn kiếm được 10.000 đồng/ giờ và Lan là 12.000 đồng/giờ.

Yêu cầu:

1. Hãy tính chi phí cơ hội của việc đi bằng ô tô và tàu hỏa của mỗi người.
2. Giả định rằng tất cả họ đều muốn sự lựa chọn tối ưu, mỗi người nên đi như thế nào?

Bài 2. Một nền kinh tế giản đơn có hai ngành sản xuất là trồng ngô và dệt vải. Giả định rằng các nguồn lực được sử dụng một cách tối ưu. Các khả năng có thể đạt được là:

Khả năng	SL ngô (tấn)	SL vải (nghìn m)
A	10	0
B	9	3
C	7	5,5
D	4	7
E	0	8

Yêu cầu:

1. Nền kinh tế có thể sản xuất 7 nghìn m vải và 3 tấn ngô không? Vì sao?
2. Nền kinh tế có thể sản xuất 3 nghìn m vải và 10 tấn ngô không? Vì sao?
3. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất.

Bài 3. Cho biểu giới hạn khả năng sản xuất sau:

Khả năng	Máy móc	Thực phẩm
A	0	20
B	1	19
C	2	16
D	3	12
E	4	7
F	5	0

Yêu cầu:

1. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất
2. Tính chi phí cơ hội của việc sản xuất 1, 2, 3, 4, 5 đơn vị máy móc

3. Tính chi phí cơ hội của việc sản xuất đơn vị máy móc thứ nhất, thứ hai, thứ ba, thứ tư, thứ năm
4. Giả sử tài nguyên sắt có tăng lên, điều gì sẽ xảy ra với đường giới hạn khả năng sản xuất?

Chương 2: CUNG CẦU HÀNG HOÁ

Mục tiêu: Học xong chương này, người học có thể:

- Trình bày và giải thích được cầu hàng hóa, dịch vụ.
- Trình bày và giải thích được cung hàng hóa, dịch vụ.
- Xác định được giá và sản lượng cân bằng thị trường hàng hóa, dịch vụ.
- Trình bày và giải thích được sự vận động của các trạng thái thị trường.
- Giải thích được các công cụ kiểm soát giá và chính sách của Chính phủ

2.1 Cầu hàng hóa

2.1.1. Một số khái niệm

Trước khi tìm hiểu khái niệm cầu (Demand), chúng ta cần hiểu nhu cầu là gì? Nhu cầu là cảm giác thiếu hụt cần được thỏa mãn. Nhu cầu chính là những mong muốn vô hạn của con người. Nhu cầu là một khái niệm chung chung, mô tả những ước muốn vô tận của con người. Chẳng hạn một người tiêu dùng nào đó có thể nói rằng: tôi đang có nhu cầu mua 1 chiếc xe hơi, hay tôi đang có nhu cầu sửa lại căn nhà, và vô số những nhu cầu khác.

Khác với nhu cầu, khi nói đến cầu hàng hóa dịch vụ chúng ta xét đến hai yếu tố, đó là khả năng mua sản phẩm của người tiêu dùng và ý muốn sẵn sàng mua sản phẩm đó. Chẳng hạn, khi xem xét cầu xe máy hiệu Honda tại thị trường Đà Lạt, thì người nghiên cứu chỉ xét số lượng xe máy mà người tiêu dùng tại thị trường Đà Lạt muốn mua và có khả năng mua (khả năng chi trả cho sản phẩm). Thực tế cho thấy, có những khách hàng có đủ tiền mua xe máy hiệu Honda (có khả năng mua sản phẩm) nhưng họ không thích xe máy hiệu Honda. Một số khách hàng khác rất thích và rất muốn mua xe máy hiệu Honda nhưng họ không đủ khả năng chi trả cho sản phẩm. Trong hai trường hợp này, cầu về xe máy hiệu Honda bằng không. Cầu về xe máy hiệu Honda chỉ xuất hiện khi người tiêu dùng muốn mua và có khả năng mua sản phẩm này.

Vậy, cầu về hàng hóa, dịch vụ là số lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người tiêu dùng có khả năng mua và sẵn sàng mua ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định, tất cả các yếu tố khác không thay đổi.¹ Cầu ký hiệu là (D).

Cầu của một hàng hóa và dịch vụ được định nghĩa như là mối quan hệ tồn tại giữa giá cả hàng hóa và lượng cầu trong một thời gian nhất định, giả định các yếu tố khác (ngoài yếu tố giá) giữ nguyên không đổi.

¹ Bộ Giáo dục và đào tạo, Kinh tế học vi mô, NXB Giáo dục Việt Nam, 2011, Trang 33

*Lượng cầu là số lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người tiêu dùng có khả năng và sẵn sàng mua tại một mức giá đã cho trong một thời gian nhất định, tất cả các yếu tố khác không thay đổi.*²

Như vậy, nếu như cầu được xác định tại nhiều mức giá khác nhau thì lượng cầu chỉ được xác định tại một mức giá cụ thể. Cầu là tổng hợp lượng cầu tại các mức giá khác nhau hay cầu là toàn bộ mối quan hệ giữa lượng cầu và giá.

Cầu cá nhân: là số lượng hàng hoá hay dịch vụ mà một người có khả năng mua và sẵn sàng mua ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định với điều kiện các yếu tố khác nhau không thay đổi.

Cầu thị trường: là số lượng hàng hoá hay dịch vụ mà mọi người có khả năng mua và sẵn sàng mua ở các mức giá khác nhau trong khoảng thời gian nhất định trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi (Cầu thị trường bằng tổng cầu cá nhân của 1 hàng hóa nào đó).

Phân biệt cầu và lượng cầu

Lượng cầu biểu thị số lượng hàng hoá người tiêu dùng muốn mua và có khả năng thanh toán, lượng cầu là một giá trị của hàm cầu. Sự thay đổi giá làm thay đổi lượng cầu hay dẫn đến sự di chuyển dọc trên đường cầu.

Cầu khái niệm để chỉ hành vi người tiêu dùng, nó là một hàm của giá. Ngoài giá cả còn nhiều yếu tố dẫn đến sự thay đổi cầu dẫn sự dịch chuyển đường cầu

Phân biệt cầu và nhu cầu

Cầu thể hiện những nhu cầu có khả năng thanh toán

Nhu cầu là mong muốn hay ước muốn nói chung của con người, là phạm trù không có giới hạn không có khả năng thanh toán.

2.1.2. Các công cụ xác định cầu

2.1.2.1. Biểu cầu

Biểu cầu là một bảng chỉ số lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người tiêu dùng có khả năng và sẵn sàng mua tại các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định, các yếu tố khác không thay đổi. Biểu cầu là một bảng chỉ ra lượng cầu tại mỗi mức giá.

Ví dụ về mối quan hệ giữa giá và lượng cầu sản phẩm X bán trong một tuần:

² Bộ Giáo dục và đào tạo, Kinh tế học vi mô, NXB Giáo dục Việt Nam, 2011, Trang 33

Giả sử thị trường có 1 khách hàng A tiêu dùng sản phẩm X, ta có biểu cầu như sau:

Bảng 2.1. Biểu cầu sản phẩm X của khách hàng A

Giá P (1000đ/sản phẩm)	Lượng cầu Q_D (1000 sản phẩm)
10	8
20	6
30	4
40	2
50	0

Giả sử thị trường có 2 khách hàng A và B. Cầu thị trường sản phẩm X là tổng hợp cầu của các cá nhân A và B ở mỗi mức giá.

Bảng 2.2. Biểu cầu thị trường sản phẩm X

Giá P (1000đ/sản phẩm)	Lượng cầu Q_D (1000 sản phẩm)		Lượng cầu thị trường Q_D (1000 sản phẩm)
	Khách hàng A	Khách hàng B	
10	8	16	24
20	6	12	18
30	4	8	12
40	2	4	6
50	0	0	0

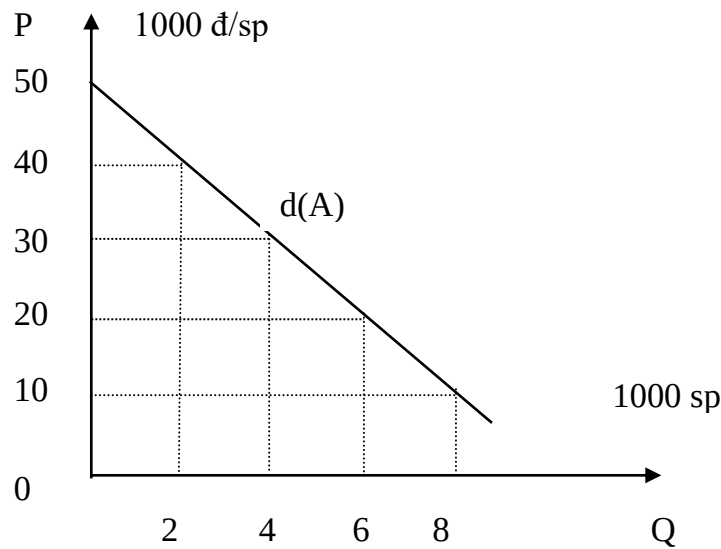
Qua bảng 2.1 và 2.2 cho thấy cách ứng xử của người tiêu dùng khi giá sản phẩm X trên thị trường thay đổi. Khi giá sản phẩm X tăng, lượng cầu sản phẩm X sẽ giảm xuống và ngược lại.

2.1.2.2. Đường cầu

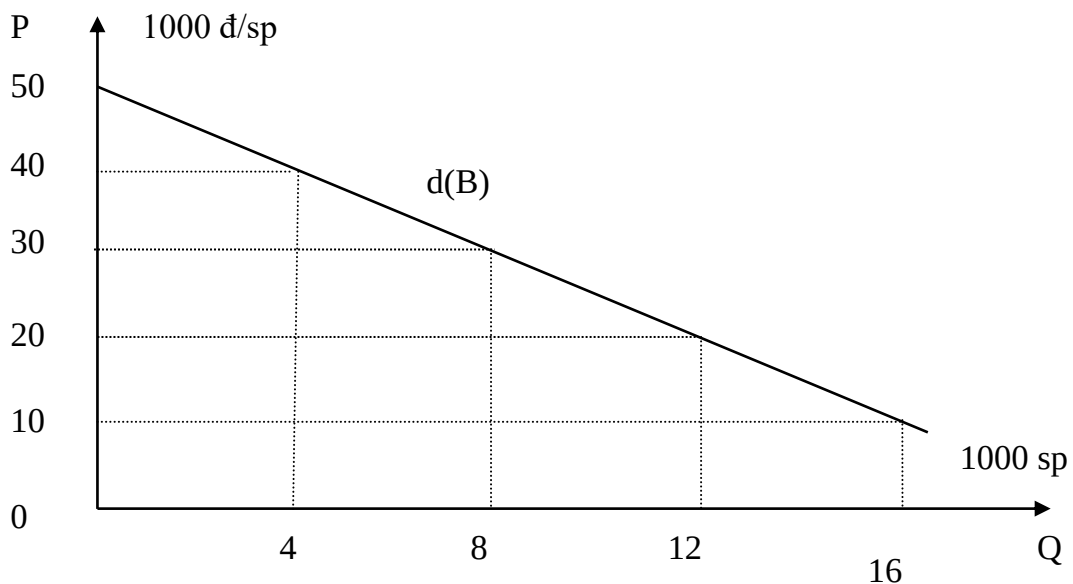
Để biểu diễn cầu một hàng hóa hoặc dịch vụ một cách trực quan, chúng ta có thể sử dụng công cụ đồ thị. Trên hệ trục tọa độ Oxy người ta thể hiện cầu dưới dạng một đường cầu. Tương tự như biểu cầu, đường cầu mô tả số lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng có khả năng mua và sẵn sàng mua tại các mức giá khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định. Các nhà kinh tế thường quy ước trục hoành Ox biểu diễn lượng cầu, ký hiệu là Q_d (Quantity demanded); trục tung Oy biểu diễn giá hàng

hóa, ký hiệu là P (Price). Trên đồ thị ta xác định ít nhất 2 điểm thể hiện lượng cầu tại ít nhất 2 mức giá khác nhau, nối các điểm lại với nhau, ta có đường cầu D. Để đơn giản hóa vấn đề nghiên cứu, chúng ta giả định giá và lượng cầu biến đổi đều dốc xuống từ trên xuống và từ trái sang phải **vì khi giá cả tăng lên số lượng cầu giảm đi**, vì vậy đường cầu D là đường thẳng.

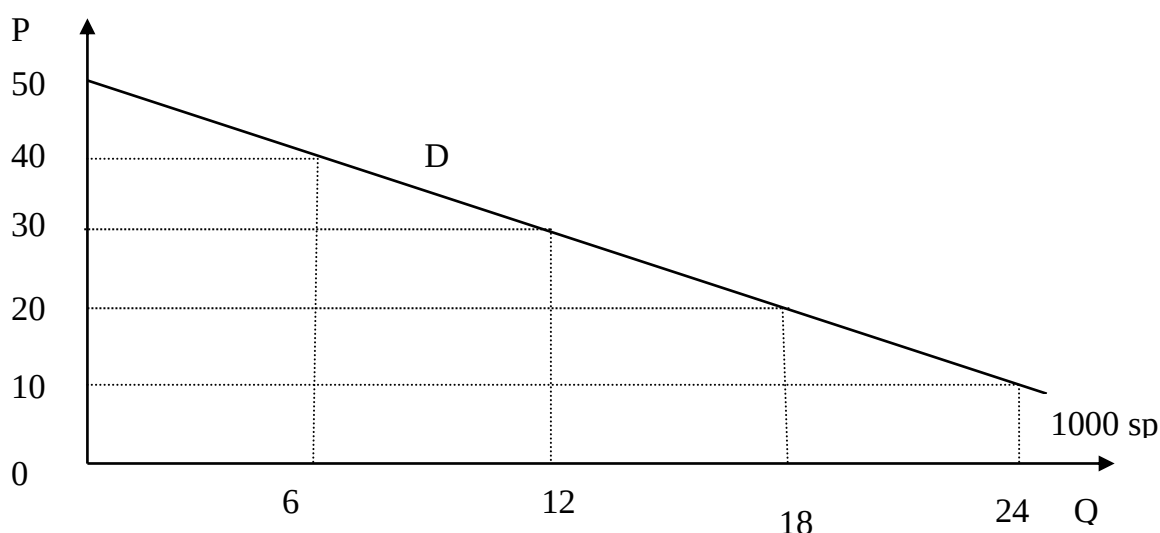
Từ bảng 2.2 ta có các đồ thị sau:



Hình 2.1. Đường cầu sản phẩm X của khách hàng A



Hình 2.2. Đường cầu sản phẩm X của khách hàng B



Hình 2.3. Đường cầu thị trường của sản phẩm X

Đường cầu thị trường được xác định bằng cách cộng lượng cầu hàng hóa, dịch vụ của tất cả cá nhân trên thị trường tại mỗi mức giá.

2.1.2.3. Hàm số cầu

Hàm số Cầu là một biểu thức toán học thể hiện mối quan hệ giữa lượng Cầu và các yếu tố xác định Cầu về một loại hàng hoá trong một thời gian nhất định

$$Q_{xD_t} = f(P_{X,t}; I_t; P_{r,t}; N, T, E) \quad (2.1)$$

Trong đó:

Q_{xD_t} : Lượng cầu đối với hàng hoá X trong thời gian t

$P_{X,t}$: Giá cả của hàng hoá x trong thời gian t

I_t : Thu nhập của người tiêu dùng trong thời gian t

$P_{r,t}$: Giá cả của hàng hoá có liên quan trong thời gian t

N : Dân số hay số người tiêu dùng

T : Thị hiếu, sở thích của người tiêu dùng

E : Các kỳ vọng

Với mục đích đơn giản hóa vấn đề nghiên cứu, khi nghiên cứu một yếu tố nào đó ảnh hưởng đến cầu, người ta thường giả định các yếu tố còn lại là không thay đổi. Trong các yếu tố tác động đến cầu, có thể nói yếu tố nội tại của hàng hóa - giá của bản thân hàng hóa là yếu tố luôn được người tiêu dùng xem xét và chi phối lượng mua nhiều nhất. Vì vậy hàm số cầu thường gặp là hàm số cầu theo giá của sản phẩm. Nếu các yếu tố ngoài giá cả hàng hóa, dịch vụ không thay đổi thì hàm số cầu theo giá được viết dưới dạng:

$$Q_{X,t}^D = f(P_X)$$

Giả định mối quan hệ giữa lượng cầu và giá là quan hệ tuyến tính nên mối quan hệ được biểu thị qua hàm số tuyến tính: $Q_D = a.P + b$ (2.2)

Trong đó: a là hệ số góc của đường cầu $a < 0$; a, b là hằng số; P là giá của sản phẩm tại thời điểm t ; Q_D là lượng cầu của hàng hóa tại thời điểm t .

Ứng với mỗi mức giá nhất định, ta hoàn toàn xác định được lượng cầu về hàng hóa, dịch vụ. Tham số b cho biết lượng cầu hàng hóa ngay khi giá bằng 0; tham số a cho biết khi giá hàng hóa dịch vụ tăng lên (giảm đi) một đơn vị thì lượng cầu hàng hóa dịch vụ đó giảm đi (tăng lên) bao nhiêu đơn vị. Chính vì mối quan hệ ngược chiều giữa giá và lượng cầu nên tham số a luôn nhỏ hơn 0.

Lưu ý: Hàm số cầu còn có thể được viết dưới dạng $P = f(Q)$. Hai cách thể hiện hàm cầu đều được sử dụng phổ biến.

Xác định hàm cầu thị trường:

$$Q_{d1} = a_1.P + b_1$$

$$Q_{d2} = a_2.P + b_2$$

Hàm cầu thị trường được xác định như sau:

$$Q_D = q_1 + q_2 = (a_1 + a_2).P + (b_1 + b_2)$$

2.1.3. Luật cầu

Nếu các yếu tố khác không thay đổi, khi giá hàng hóa hay dịch vụ giảm thì lượng cầu về hàng hóa hay dịch vụ đó tăng lên và ngược lại. Mối quan hệ ngược chiều giữa giá và lượng cầu đúng với hầu hết các hàng hóa trong nền kinh tế và vì vậy các nhà kinh tế gọi là quy luật cầu, và mối quan hệ được thể hiện như sau:

$$P \uparrow \Rightarrow Q_D \downarrow$$

$$P \downarrow \Rightarrow Q_D \uparrow$$

Thực tế cho thấy, bên cạnh yếu tố giá có nhiều yếu tố có thể ảnh hưởng đến lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng mua. Chẳng hạn, số lượng áo sơ mi Việt Tiến mà người tiêu dùng tại thị trường Đà Lạt mua không chỉ phụ thuộc vào giá áo sơ mi Việt Tiến mà còn phụ thuộc vào giá sản phẩm cùng loại của các thương hiệu khác như Owen, Mattana, Khatoco, ... Luật cầu trong trường hợp này được thể hiện ở lượng cầu về áo sơ mi Việt Tiến sẽ tăng lên khi giá áo sơ mi Việt Tiến giảm xuống trong điều kiện giá các sản phẩm Owen, Mattana, Khatoco, ... không thay đổi.

Giá và lượng cầu hàng hóa, dịch vụ có mối quan hệ ngược chiều có thể do một trong các nguyên nhân sau:

- Trong điều kiện thu nhập của người tiêu dùng không thay đổi, khi giá hàng hóa dịch vụ tăng lên sẽ làm cho khả năng mua của người tiêu dùng giảm, vì vậy lượng cầu sẽ giảm và ngược lại. Bên cạnh đó, khi giá hàng hóa, dịch vụ này tăng lên người tiêu dùng có thể lựa chọn những sản phẩm khác thay thế có giá phù hợp hơn để thỏa mãn nhu cầu của mình. Ví dụ như khi giá thịt gà giảm xuống, một cách tương đối người tiêu dùng cảm thấy thịt gà rẻ hơn và vì vậy họ sẽ mua thịt gà nhiều hơn thay cho thịt bò, thịt heo, cá ...

- Trong quá trình tiêu dùng, người tiêu dùng còn chịu ảnh hưởng bởi quy luật tâm lý, đó là càng tiêu dùng nhiều hàng hóa dịch vụ trong một thời gian thì sự thỏa mãn, sự hài lòng của họ đối với mỗi sản phẩm tiêu dùng thêm có xu hướng giảm đi. Chính vì vậy, người tiêu dùng chỉ mua thêm sản phẩm khi giá của nó giảm xuống hay nói cách khác lượng cầu tăng lên khi giá giảm.

2.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu

2.1.4.1. Thu nhập bình quân của người tiêu dùng

Thu nhập là một yếu tố quan trọng xác định cầu. Thu nhập ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng mua của người tiêu dùng. Nhà thống kê người Đức Ernst Engel đã nghiên cứu sự chi tiêu của nhiều hộ gia đình và công bố luật về mối quan hệ thuận giữa thu nhập và cầu hàng hóa dịch vụ. Điều này có nghĩa là khi thu nhập tăng lên, người tiêu dùng sẽ chi tiêu nhiều hơn cho việc mua hàng hóa, dịch vụ và ngược lại. Tuy nhiên đối với từng loại hàng hóa, dịch vụ cụ thể, mức độ thay đổi của cầu sẽ khác nhau. Căn cứ vào sự thay đổi của cầu hàng hóa, dịch vụ khi thu nhập của người tiêu dùng thay đổi, các nhà kinh tế chia hàng hóa, dịch vụ thành các nhóm: hàng hóa thông thường và hàng hóa thứ cấp.

a. Đối với hàng hóa thông thường

Hàng hóa thông thường là những hàng hóa thỏa mãn những nhu cầu cơ bản, thiết yếu và cao cấp của con người. Một hàng hóa được gọi là hàng hóa thông thường nếu khi người tiêu dùng có thu nhập tăng lên thì cầu về hàng hóa đó cũng tăng lên và ngược lại. Hiện nay, khi thu nhập của các hộ gia đình tăng lên, các gia đình có xu hướng đầu tư nhiều hơn cho việc học tập của con em của mình, du lịch nhiều hơn, mua ô tô, sữa, thịt bò ... Vì vậy, các hàng hóa như ô tô, sữa, thịt bò hay dịch vụ giáo dục, du lịch ... được xem là những hàng hóa thông thường.

b. Đối với hàng hóa thứ cấp

Mặc dù hầu hết các sản phẩm là hàng hóa thông thường nhưng vẫn có một số hàng hóa người tiêu dùng không muốn mua hoặc mua ít khi thu nhập của họ tăng lên. Những hàng hóa có cầu giảm khi thu nhập tăng lên được gọi là hàng hóa thứ cấp. Thực tế cho thấy, cầu một số hàng hóa như xe máy cũ, tivi hay tủ lạnh cũ ... giảm đi khi thu nhập tăng. Bởi vì khi người tiêu dùng có nhiều tiền hơn, họ có đủ khả năng để mua những phiên bản mới của các sản phẩm này. Tương tự như vậy, khi những khách hàng giàu có chuyển sang sử dụng các sản phẩm như lò vi sóng, bếp ga sẽ làm cho cầu về lò nướng bằng than, bếp củi giảm đi. Những hàng hóa như xe máy cũ, bếp than, tivi cũ, áo quần đã qua sử dụng ... là những ví dụ về hàng hóa thứ cấp.

Tuy nhiên cũng cần lưu ý rằng, một hàng hóa được xem là thông thường hay thứ cấp có tính thời điểm và tùy thuộc vào từng người tiêu dùng. Chẳng hạn, cách đây khoảng hơn 20 năm thì bếp than, bếp củi là loại hàng hóa thông thường; tuy nhiên đến thời điểm hiện tại, những sản phẩm đó là hàng hóa thứ cấp. Hoặc đối với một số người tiêu dùng, xe máy là một loại hàng hóa mà khi có nhiều tiền họ mới có thể mua được; nhưng cũng hàng hóa đó đối với một số người khác là hàng thứ cấp.

2.1.4.2. Giá cả của hàng hóa có liên quan (Pr – Price of related goods)

Cầu về một hàng hóa, dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào giá cả của chính hàng hóa, dịch vụ đó (nội dung luật cầu), mà còn phụ thuộc vào giá cả của hàng hóa, dịch vụ liên quan. Hàng hóa, dịch vụ liên quan bao gồm hàng hóa thay thế và hàng hóa bổ sung.

a. Đối với hàng hóa thay thế

Hàng hóa thay thế là những hàng hóa có công dụng giống nhau, vì vậy có thể được sử dụng thay thế cho nhau trong việc thỏa mãn nhu cầu nào đó của người tiêu dùng. Chẳng hạn như sữa Vinamilk với sữa Cô gái Hà Lan. Khi hai sản phẩm là hàng thay thế nhau, sự tăng giá của hàng hóa này dẫn đến tăng cầu đối với hàng hóa kia. Ngược lại, khi giá hàng hóa này giảm thì cầu về hàng hóa kia sẽ giảm. Tương tự thị trường quần áo, khi giá áo sơ mi Việt Tiến tăng lên, nếu các hãng sản xuất áo sơ mi khác không tăng giá bán sản phẩm của họ thì lượng cầu về sản phẩm áo sơ mi Việt Tiến sẽ giảm xuống và người tiêu dùng sẽ xu hướng chuyển sang mua áo sơ mi của các hãng khác như Hòa Thọ, Nhà Bè, May 10 ... Hiện tượng này xảy ra tương tự đối

với các cặp hàng hóa thay thế trong tiêu dùng như bột giặt Omo và bột giặt Tide, dầu gội Panten và dầu gội Dove, giày BQ và giày MT ...

b. Đối với hàng hóa bổ sung

Hàng hóa bổ sung là những hàng hóa có công dụng khác nhau, được sử dụng đồng thời với nhau trong việc thỏa mãn một nhu cầu nào đó của người tiêu dùng. Khi hai sản phẩm là bổ sung cho nhau, sự tăng giá của hàng hóa này dẫn đến giảm cầu đối với hàng hóa kia. Ngược lại, khi giá hàng hóa này giảm thì cầu về hàng hóa kia sẽ tăng. Chẳng hạn, khi điện tăng giá, người tiêu dùng sẽ sử dụng điện tiết kiệm hơn, điều này dẫn đến cầu về máy điều hòa giảm xuống; hoặc cầu về điện thoại di động sẽ tăng khi giá cước điện thoại giảm ... Điện và điều hòa nhiệt độ, điện thoại di động và giá cước điện thoại, xe máy và xăng, gas và bếp gas ... là những cặp hàng hóa bổ sung trong tiêu dùng.

Mỗi sản phẩm có thể có những hàng hóa bổ sung hoặc thay thế nhau trong tiêu dùng. Nhưng trên thị trường rất nhiều hàng hóa không liên quan với nhau. Ví dụ như xe máy và bánh mì, khoai tây và điện thoại ... Trong những trường hợp này, sự thay đổi giá của sản phẩm này không ảnh hưởng gì đến cầu sản phẩm kia.

2.1.4.3. Dân số (N – Number of population)

Các nhà kinh tế quan tâm nhiều hơn đối với số lượng người tiêu dùng trên thị trường. Ở mỗi mức giá, dân số càng đông thì lượng cầu càng lớn.

Tuy nhiên khi xem xét ảnh hưởng của yếu tố dân số đến cầu hàng hóa, dịch vụ cần quan tâm đến cơ cấu dân số theo giới tính, độ tuổi, ngành nghề, vùng miền ... Vì những yếu tố này cũng ảnh hưởng không nhỏ đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng.

2.1.4.4. Thị hiếu (T - Taste)

Thị hiếu của người tiêu dùng phản ánh thái độ, sở thích, sự ưu tiên của người tiêu dùng đối với một hàng hóa hay dịch vụ nào đó. Độ ưa thích của mỗi người tiêu dùng khác nhau đối với một hàng hóa là không giống nhau. Sản phẩm nào càng được nhiều người tiêu dùng ưa chuộng thì cầu về chúng tăng lên và ngược lại. Khi thị hiếu của người tiêu dùng thay đổi thì cầu hàng hóa dịch vụ sẽ thay đổi. Tuy nhiên thị hiếu của người tiêu dùng khó quan sát được, do đó các nhà kinh tế thường giả định thị hiếu là không thay đổi hoặc thay đổi rất chậm và độc lập với các yếu tố khác của cầu.

2.1.4.5. Kỳ vọng của người tiêu dùng (E - Expectation)

Kỳ vọng là những mong đợi hay dự đoán của người tiêu dùng về một yếu tố nào đó trong tương lai. Kỳ vọng của người tiêu dùng tác động đến cầu hàng hóa dịch vụ.

Nếu người tiêu dùng nhận thấy giá của hàng hoá trong tương lai tăng thì làm tăng cầu hiện tại của hàng hoá, ngược lại giá kỳ vọng trong tương lai giảm thì sẽ giảm cầu hiện tại của hàng hoá đó.

Nếu thu nhập kỳ vọng trong tương lai tăng thì cầu của tất cả hàng hoá tăng và ngược lại.

Chẳng hạn, người tiêu dùng dự đoán giá nhà đất trong tương lai sẽ tăng, trong hiện tại họ sẽ mua nhà thay vì đợi đến khi giá tăng, và vì vậy cầu nhà đất trong hiện tại sẽ tăng. Nhiều người dự đoán thu nhập của họ bị giảm trong thời gian đến do ảnh hưởng suy thoái kinh tế, họ sẽ tiết kiệm hơn, bằng cách giảm đi du lịch, giảm đi xem phim. Như vậy, tùy thuộc vào dự đoán của người tiêu dùng về tương lai mà cầu hàng hóa, dịch vụ ở hiện tại có thể tăng hoặc giảm.

2.1.5. Phân biệt sự vận động và sự dịch chuyển đường cầu

2.1.5.1. Sự vận động của đường cầu

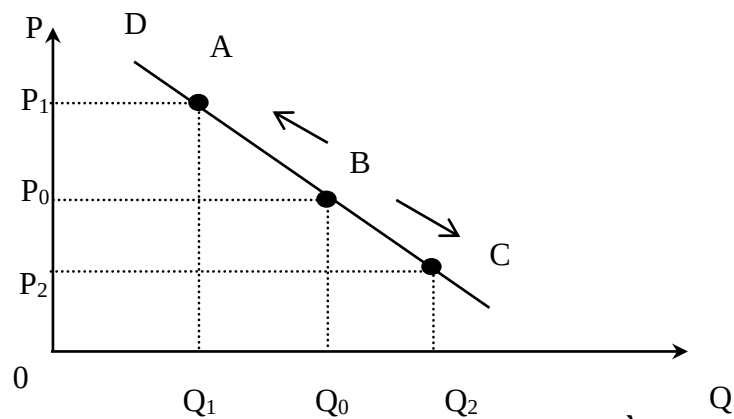
Nguyên nhân

Sự vận động dọc theo đường cầu là sự di chuyển từ điểm này đến điểm khác trên đường cầu, từ kết hợp giá - lượng cầu này đến kết hợp giá - lượng cầu khác trên một đường cầu cố định. Mỗi sự kết hợp này được thể hiện bằng một điểm trên đường cầu. Sự vận động dọc theo đường cầu phản ánh sự thay đổi của lượng cầu hàng hóa, dịch vụ khi giá hàng hóa, dịch vụ thay đổi. Nguyên nhân của sự vận động dọc the đường cầu là do giá của bản thân hàng hóa, dịch vụ đang xem xét thay đổi.

Khi giá của sản phẩm thay đổi làm cho lượng cầu thay đổi, đây là sự di chuyển dọc trên đường cầu. Nếu giá cả của hàng hoá tăng lên thì lượng cầu về hàng hoá đó giảm xuống (vận động lên phía trên của đường cầu). Ngược lại nếu giá cả giảm xuống thì lượng cầu sẽ tăng lên (vận động xuống phía dưới của đường cầu)

Đồ thị

Sự vận động dọc theo đường cầu được minh họa trên đồ thị hình 2.4. Sự vận động dọc theo đường cầu (D) từ điểm B đến điểm A thể hiện lượng cầu giảm từ Q_0 xuống Q_1 do giá tăng từ P_0 lên P_1 . Sự vận động từ điểm B đến điểm C trên đường cầu (D) thể hiện lượng cầu tăng từ Q_0 lên Q_2 do giá giảm từ P_0 xuống P_2 .



Hình 2.4. Sự vận động dọc theo đường cầu

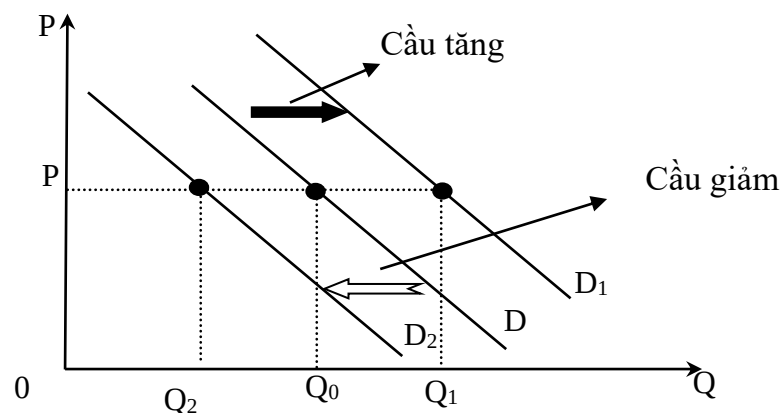
2.1.5.2. Sự dịch chuyển của đường cầu

Nguyên nhân

Sự dịch chuyển toàn bộ đường cầu được hiểu là đường cầu dịch chuyển từ vị trí này sang vị trí khác, dịch chuyển sang phải hoặc dịch chuyển sang trái. Sự dịch chuyển toàn bộ đường cầu phản ánh sự thay đổi của cầu hàng hóa, dịch vụ. Nguyên nhân của sự dịch chuyển toàn bộ đường cầu là do các nhân tố khác ngoài giá bản thân hàng hóa, dịch vụ đang xem xét thay đổi (thu nhập, giá của hàng hóa liên quan, dân số, thị hiếu, kỳ vọng).

Đồ thị

Sự dịch chuyển toàn bộ đường cầu được minh họa trên đồ thị hình 2.5. Dịch chuyển đường cầu từ D đến D₁, tức là dịch chuyển đường cầu sang phải và lên trên thể hiện cầu về hàng hóa dịch vụ đang tăng. Ngược lại dịch chuyển đường cầu từ D đến D₂, tức là dịch chuyển đường cầu sang trái và xuống dưới thể hiện cầu về hàng hóa dịch vụ đang giảm.



Hình 2.5. Sự dịch chuyển toàn bộ đường cầu

Hàm số cầu

Hàm cầu về sản phẩm X ban đầu: $Q_D = a.P + b$

Khi cầu thay đổi một lượng ΔQ giá không đổi thì hàm cầu mới được viết như sau:

$$Q_D = (a.P + b) \pm \Delta Q$$

Các yếu tố làm dịch chuyển đường cầu

(1) Thu nhập: Hàng hoá bình thường thì cầu và thu nhập thay đổi tỷ lệ thuận, hàng hoá thứ cấp thì thay đổi tỷ lệ nghịch.

+ Hàng bình thường là hàng hoá mà cầu của nó tăng (giảm) khi thu nhập tăng (giảm)

+ Hàng thứ cấp là hàng hoá mà cầu của nó giảm (tăng) khi thu nhập tăng (giảm)

(2) Giá cả của hàng hoá có liên quan

+ Hàng thay thế là những hàng hoá mà cầu của mặt hàng này tăng (giảm) khi giá của mặt hàng kia tăng (giảm). Ví dụ: thịt và cá, cà phê và trà, ...

+ Hàng bổ sung là những hàng hoá mà cầu của mặt hàng này giảm (tăng) khi giá của mặt hàng kia tăng (giảm). Ví dụ: gas và bếp gas, xe gắn máy và xăng dầu, xe máy và mũ bảo hiểm, ...

(3) Dân số: Giảm dân số cũng làm giảm cầu hàng hoá, lưu ý rằng sự thay đổi số lượng người tiêu dùng, người có mong muốn và có khả năng thanh toán, mới chính là nhân tố ảnh hưởng đến cầu của một hàng hoá cụ thể.

(4) Thị hiếu của người tiêu dùng: Một hàng hoá đang được ưa chuộng sẽ làm tăng cầu của hàng hoá đó, cầu sẽ giảm khi sự ưa chuộng hàng đó không còn nữa, ví dụ như hàng thời trang.

(5) Các kỳ vọng của người tiêu dùng về giá và thu nhập là những nhân tố quan trọng ảnh hưởng tới cầu hiện tại của hàng hoá.

+ Nếu người tiêu dùng nhận thấy giá của hàng hoá trong tương lai tăng thì làm tăng cầu hiện tại của hàng hoá, ngược lại giá kỳ vọng trong tương lai giảm thì sẽ giảm cầu hiện tại của hàng hoá đó.

+ Nếu thu nhập kỳ vọng trong tương lai tăng thì cầu của tất cả hàng hoá tăng và ngược lại.

2.2. Cung hàng hóa

2.2.1. Một số khái niệm

*Cung (Supply) là số lượng hàng hoá hoặc dịch vụ mà người bán có khả năng và sẵn sàng bán ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định, tất cả các yếu tố khác không thay đổi*³. Ký hiệu của cung là S

Khi nói đến cung một hàng hóa dịch vụ thì phải hội tụ đủ cả 2 yếu tố, đó là người bán phải có khả năng sản xuất, cung ứng sản phẩm và họ sẵn sàng hoặc muốn bán sản phẩm tại các mức giá thị trường. Nếu người bán có sản phẩm nhưng không muốn bán do giá rẻ chẳng hạn hoặc muốn bán nhưng không có sản phẩm để bán thì cung về sản phẩm đó của người bán bằng 0.

*Lượng cung là số lượng hàng hoá hoặc dịch vụ mà người bán có khả năng và sẵn sàng bán tại một mức giá đã cho trong một thời gian nhất định, tất cả các yếu tố khác không thay đổi*⁴. Ký hiệu của lượng cung là Q_s .

Cung thị trường: là số lượng hàng hoá hay dịch vụ mà tất cả các nhà sản xuất có khả năng bán và sẵn sàng bán ở các mức giá khác nhau trong khoảng thời gian nhất định trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi (Cung thị trường bằng tổng cung cá nhân của một hàng hóa nào đó).

Phân biệt cung và lượng cung

Lượng cung biểu thị số lượng doanh nghiệp muốn bán ở một mức giá, được biểu hiện bằng một điểm trên đồ thị.

Cung khái niệm để chỉ hành vi cung cấp hàng hóa của doanh nghiệp, được biểu hiện là một đường trên đồ thị.

Cung cá nhân và cung thị trường

Cung cá nhân là lượng cung của một doanh nghiệp.

Cung thị trường là tổng cộng các lượng cung cá nhân.

2.2.2. Các công cụ xác định cung

Cung là mối quan hệ tồn tại giữa giá và lượng cung trong một khoảng thời gian nhất định, *ceteris paribus*. Mối quan hệ đó được thể hiện bằng biểu cung, đường cung hay hàm số cung.

3 Bộ Giáo dục và Đào tạo, Kinh tế học vi mô, NXB Giáo dục Việt Nam, 2011, Trang 43

4 Bộ Giáo dục và Đào tạo, Kinh tế học vi mô, NXB Giáo dục Việt Nam, 2011, Trang 44

2.2.2.1. Biểu cung

Biểu cung diễn tả mối quan hệ giữa số cung của một loại hàng hoá và giá cả của chính loại hàng hoá này bằng một biểu bảng.

Ví dụ: Giả sử thị trường có 1 doanh nghiệp A cung cấp sản phẩm X, ta có biểu cung như sau:

Bảng 2.3. Biểu cung sản phẩm X của doanh nghiệp A

Giá P (1000đ/sản phẩm)	Lượng cung Q _s (1000 sản phẩm)
10	0
20	2
30	4
40	6
50	8

Giả sử thị trường có 2 doanh nghiệp A và B cung cấp sản phẩm X. Cung thị trường sản phẩm X là tổng hợp cầu của các doanh nghiệp A và B ở mỗi mức giá.

Bảng 2.4. Biểu cung thị trường sản phẩm X

Giá P (1000đ/sản phẩm)	Lượng cung Q _s (1000 sản phẩm)		Lượng cung thị trường Q _s (1000 sản phẩm)
	Khách hàng A	Khách hàng B	
10	0	0	0
20	2	4	6
30	4	8	12
40	6	12	18
50	8	16	24

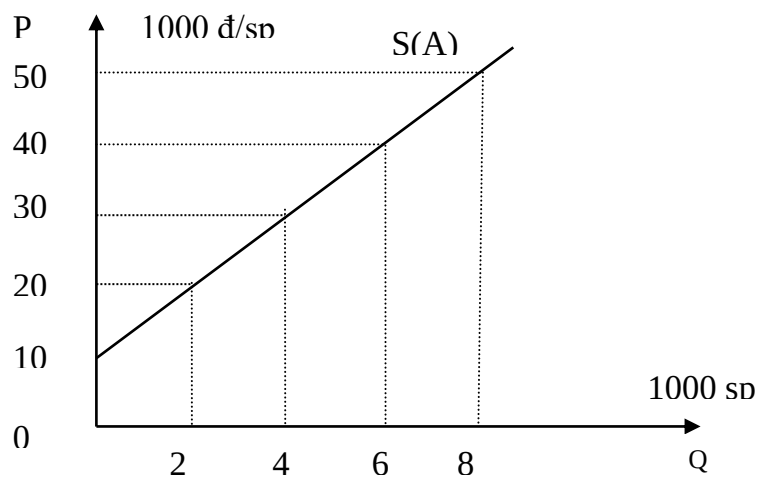
Qua bảng 2.3 và 2.4 cho thấy cách ứng xử của người cung cấp khi giá sản phẩm X trên thị trường thay đổi. Khi giá sản phẩm X tăng, lượng cung sản phẩm X sẽ tăng lên và ngược lại.

2.2.2.2. Đường cung

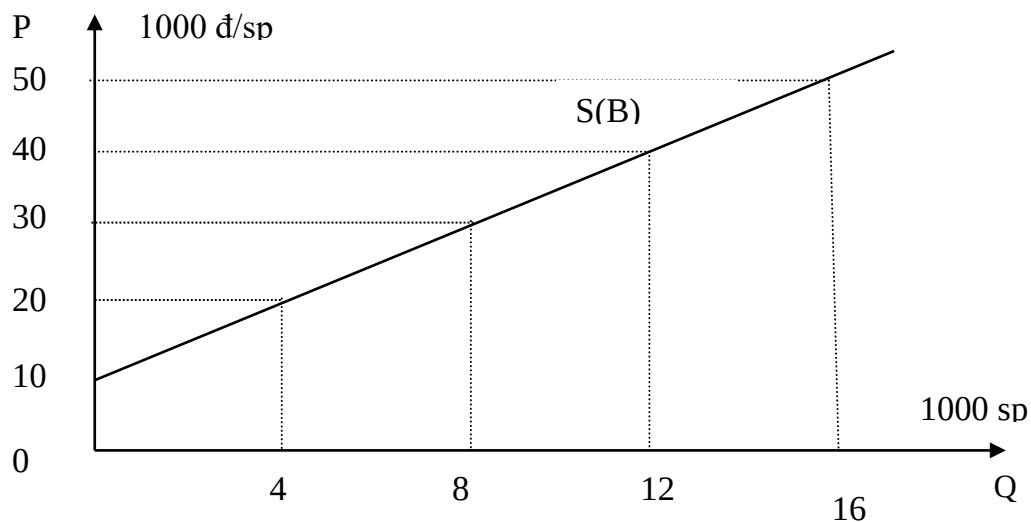
Đường cung mô tả số lượng hàng hóa, dịch vụ mà người bán có khả năng bán và sẵn sàng bán tại các mức giá khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định.

Trên hệ trục tọa độ Oxy người ta thể hiện cung dưới dạng một đường cung. Các nhà kinh tế thường quy ước trục hoành Ox biểu diễn lượng cung, ký hiệu là Q_s

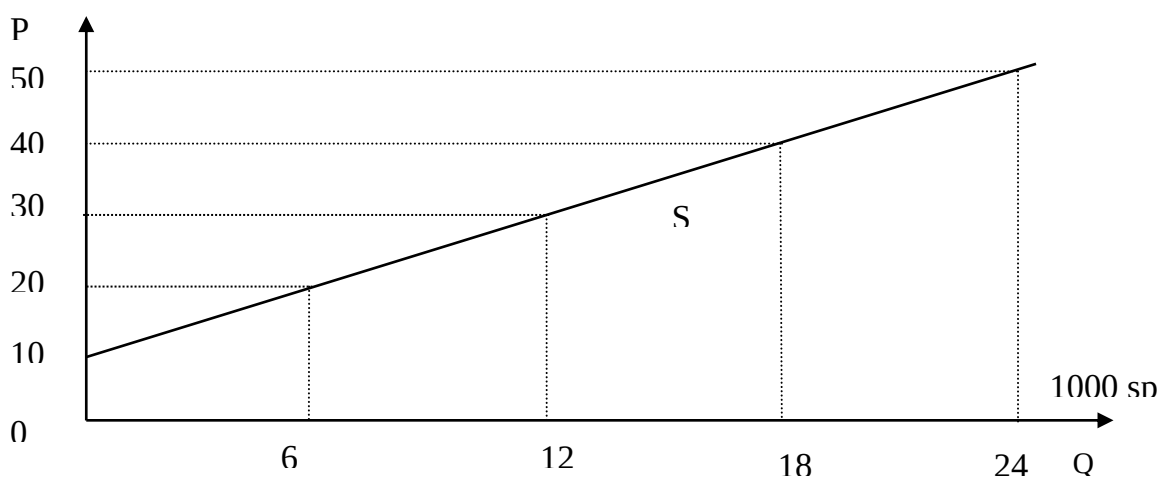
(Quantity supplied); trục tung Oy biểu diễn giá hàng hóa, ký hiệu là P (Price). Với số liệu ở biểu 2.3 và 2.4, ta có đường cung S được thể hiện như sau:



Hình 2.6. Đường cung sản phẩm X của doanh nghiệp A



Hình 2.7. Đường cung sản phẩm X của doanh nghiệp B



Hình 2.8. Đường cung thị trường của sản phẩm X

Đường cung thị trường được xác định bằng cách cộng lượng cung hàng hóa, dịch vụ của tất cả doanh nghiệp trên thị trường tại mỗi mức giá.

2.2.2.3. Hàm số cung

Cung về hàng hóa, dịch vụ trong một khoảng thời gian nhất định có thể chịu ảnh hưởng đồng thời bởi nhiều yếu tố khác nhau như: giá hàng hóa, công nghệ, chính sách của chính phủ ... Để biểu diễn mối quan hệ giữa lượng cung với các yếu tố ảnh hưởng đến cung, các nhà kinh tế sử dụng hàm số cung.

Hàm số cung là một biểu thức toán học thể hiện mối quan hệ phụ thuộc giữa lượng cung với các yếu tố xác định cung về một loại hàng hoá trong một thời gian nhất định

Mối quan hệ giữa cung với các yếu tố ảnh hưởng đến cung dưới dạng toán học như sau:

$$Q_{x,t}^s = f(P_{x,t}, T_e, P_i, T_a, N_s, E) \quad (2.3)$$

Trong đó:

$Q_{x,t}^s$: Lượng cung đối với hàng hóa x trong thời gian t

$P_{x,t}$: Giá của hàng hóa x trong thời gian t

$T_{x,t}$: Công nghệ sản xuất hàng hoá X trong thời gian t

P_i : Giá của các yếu tố sản xuất.

T_a : Chính sách thuế

N_s : Số lượng người sản xuất

E : Các kỳ vọng của người sản xuất.

Trên cơ sở hàm cung tổng quát, khi nghiên cứu một yếu tố ảnh hưởng đến cung, để đơn giản các nhà kinh tế thường giả định các yếu tố còn lại là không thay đổi. Trong các yếu tố ảnh hưởng đến cung, giá cả của hàng hóa là yếu tố bên trong, tác động thường xuyên và trực tiếp đến lượng cung. Vì vậy phương trình hàm số cung thường gặp thể hiện mối quan hệ giữa lượng cung và giá hàng hóa, dịch vụ. Hàm số cung theo giá được thể hiện như sau: $Q_X^s = f(P_X)$

Khi giá và lượng cung có quan hệ tuyến tính thì hàm số cung được thể hiện dưới dạng phương trình bậc nhất là:

$$Q_s = c.P + d \quad (2.4)$$

Trong đó, c và d là các tham số xác định. Ứng với mỗi mức giá nhất định, ta hoàn toàn xác định được lượng cung về hàng hóa, dịch vụ. Tham số c cho biết khi giá hàng

hóa dịch vụ tăng lên (giảm đi) một đơn vị thì lượng cung hàng hóa dịch vụ đó tăng lên (giảm đi) bao nhiêu. Do giữa giá cả và lượng cung có mối quan hệ thuận chiều, nên tham số c luôn mang giá trị dương.

Lưu ý: Hàm số cung còn có thể được viết dưới dạng $P = f(Q)$. Hai cách thể hiện hàm cung đều được sử dụng phổ biến.

2.2.3. Luật cung

Nếu các yếu tố khác không thay đổi, khi giá cả hàng hóa hay dịch vụ tăng lên thì lượng cung về hàng hóa, dịch vụ đó tăng lên và ngược lại. Mối quan hệ cùng chiều giữa giá và lượng cung đúng với hầu hết các hàng hóa trong nền kinh tế; vì vậy các nhà kinh tế gọi là quy luật cung. Được tóm tắt như sau:

$$\begin{array}{l} P \uparrow \Rightarrow Q_s \uparrow \\ P \downarrow \Rightarrow Q_s \downarrow \end{array}$$

Vì sao mức giá cao hơn dẫn đến lượng cung cao hơn? Giá cả là số tiền mà người tiêu dùng phải chi trả khi mua một hàng hóa, dịch vụ; giá cả lại là số tiền mà doanh nghiệp nhận được khi bán một đơn vị hàng hóa hay dịch vụ đó. Trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi, giả sử chi phí sản xuất của doanh nghiệp giữ nguyên thì sự tăng lên của giá bán trên thị trường dẫn đến lợi nhuận đơn vị tăng lên. Đối với các doanh nghiệp, lợi nhuận là động cơ và mục tiêu của việc kinh doanh. Khi giá tăng dẫn đến khả năng thu lợi nhuận tăng, doanh nghiệp sẽ cung ứng nhiều hơn và lợi nhuận này cũng thu hút các doanh nghiệp khác tham gia vào sản xuất. Do đó, làm tổng lượng cung trên thị trường tăng.

2.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến cung

2.2.4.1. Công nghệ sản xuất

Sự cải tiến trong công nghệ sản xuất sản phẩm sẽ giúp doanh nghiệp có khả năng sản xuất ra nhiều sản phẩm hơn với mỗi đơn vị đầu vào nhất định (năng suất của các yếu tố đầu vào tăng, ví dụ tăng năng suất lao động), làm giảm chi phí sản xuất, tăng lợi nhuận. Sự cải tiến công nghệ làm tăng cung hàng hóa, dịch vụ trên thị trường.

Ví dụ, việc ứng dụng công nghệ Lean (Lean Production System) vào sản xuất giúp nhiều công ty trên thế giới và trong nước tăng năng suất lao động. Lean là hệ thống sản xuất tinh gọn, là phương pháp cải tiến có hệ thống, liên tục và tập trung vào việc tạo thêm giá trị cho khách hàng cùng lúc với việc loại bỏ lãng phí, tối ưu hoá việc sử dụng các nguồn lực trong quá trình sản xuất... Tại Việt Nam, công nghệ này được

hiều doanh nghiệp triển khai thành công, ví dụ như Tổng công ty May 10, sau khi áp dụng công nghệ Lean, năng suất lao động của đơn vị tăng 52%, tỷ lệ hàng lỗi giảm tới 8%, giảm giờ làm 1 giờ/ngày, tăng thu nhập trên 10% và giảm phí từ 5-10%/năm. Hoặc như Tổng công ty May Hưng Yên, áp dụng công nghệ Lean cho 1 chuyên sản xuất đã cho kết quả năng suất cuối ngày tăng 21% so với công nghệ chuyên thường.

2.2.4.2. Giá cả các yếu tố đầu vào

Yếu tố sản xuất hay còn gọi là yếu tố đầu vào như: lao động, nguyên vật liệu, đất đai, vốn ... dùng để sản xuất ra sản phẩm đầu ra đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Giá cả các yếu tố đầu vào được sử dụng trong sản xuất quyết định chi phí của quá trình sản xuất. Giả sử giá của hàng hóa, dịch vụ trên thị trường không thay đổi, một sự tăng giá của các yếu tố đầu vào làm cho lợi nhuận đơn vị giảm. Khi lợi nhuận giảm, cung về hàng hóa, dịch vụ sẽ giảm. Ngược lại, giá các yếu tố đầu vào giảm sẽ giúp doanh nghiệp giảm được chi phí, tăng lợi nhuận, làm cung hàng hóa, dịch vụ trên thị trường tăng lên. Chẳng hạn, phân bón là một yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất lúa. Nếu giá lúa trên thị trường không thay đổi, giá phân bón tăng sẽ làm cho chi phí sản xuất lúa tăng, lợi nhuận của người nông dân giảm, người nông dân sẽ có xu hướng chuyển sang sản xuất các loại sản phẩm khác, làm cho cung về lúa trên thị trường giảm xuống.

2.2.4.3. Chính sách thuế

Thuế là một công cụ điều tiết vĩ mô của Nhà nước. Đối với doanh nghiệp thuế là một khoản chi phí. Do đó khi có sự thay đổi trong chính sách thuế sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Một sự tăng thuế của Chính phủ sẽ làm chi phí của doanh nghiệp tăng và vì vậy cung hàng hóa dịch vụ sẽ giảm.

Ví dụ năm 2020, Chính phủ Việt Nam đưa ra quy định giảm 15% tiền thuê đất phải nộp của năm 2020 đối với doanh nghiệp, tổ chức, hộ gia đình, cá nhân đang được Nhà nước cho thuê đất trực tiếp theo Quyết định, Hợp đồng của cơ quan nhà nước có thẩm quyền dưới hình thức trả tiền thuê đất hằng năm phải ngừng sản xuất kinh doanh do ảnh hưởng của dịch COVID-19. Miễn phí bảo lãnh phát sinh trong năm 2020 đối với các khoản vay được Chính phủ bảo lãnh cho các doanh nghiệp hàng không còn dư nợ đến ngày 31/12/2019; giảm 50% giá cất cánh, hạ cánh tàu bay và giá dịch vụ điều hành bay đi, đến đối với các chuyến bay nội địa từ tháng 3 cho đến hết tháng 9/2020;

áp dụng mức giá tối thiểu 0 đồng đối với các dịch vụ chuyên ngành hàng không thuộc danh mục Nhà nước quy định khung giá từ tháng 3 cho đến hết tháng 9/2020.

2.2.4.4. Kỳ vọng của nhà sản xuất

Kỳ vọng của doanh nghiệp là những mong đợi hay dự đoán của doanh nghiệp về một yếu tố nào đó ở tương lai. Trên cơ sở cơ sở thông tin thu thập được, kinh nghiệm tích lũy ... mà doanh nghiệp có những hình dung, dự đoán về tương lai, đặc biệt là các dự đoán về xu hướng phát triển của thị trường, giá cả của hàng hóa, giá các yếu tố đầu vào, chính sách của Chính phủ ... Tùy thuộc vào kỳ vọng của doanh nghiệp, cung về hàng hóa dịch vụ trong hiện tại có thể tăng hoặc giảm. Chẳng hạn, khi doanh nghiệp dự đoán có sự tăng lên về chi phí sản xuất (giá điện tăng, lãi suất tăng, thuế tăng ...), doanh nghiệp sẽ có những điều chỉnh trong hoạt động kinh doanh như: giảm đầu tư mới, thu hẹp qui mô sản xuất hoặc chuyển hướng kinh doanh ... làm cho tổng cung hàng hóa dịch vụ trên thị trường thay đổi.

2.2.4.5. Số lượng nhà sản xuất

Khi các yếu tố khác không đổi, số lượng người tham gia sản xuất hàng hóa, dịch vụ trên thị trường càng nhiều thì lượng hàng hóa dịch vụ được cung ứng càng tăng. Chẳng hạn ở các thị trường lớn như thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng ... sản phẩm đa dạng và phong phú. Bên cạnh nguyên nhân khả năng chi trả của người tiêu dùng cao, tại những thị trường còn này tập trung nhiều doanh nghiệp lớn, có năng lực sản xuất cao, khả năng cung ứng lượng lớn sản phẩm hàng hóa, dịch vụ.

2.2.5. Phân biệt sự vận động và sự dịch chuyển đường cung

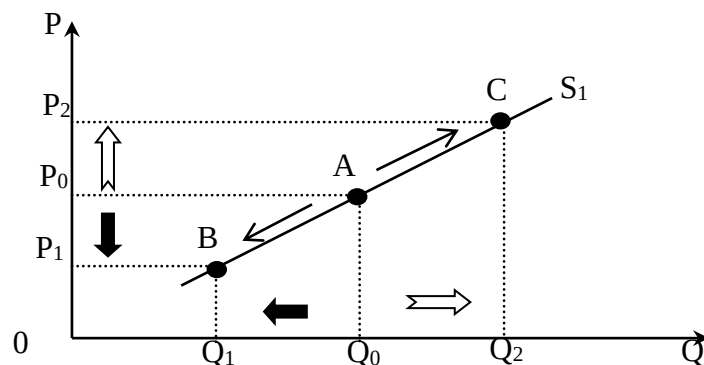
2.2.5.1. Sự vận động dọc theo đường cung

Nguyên nhân

Sự vận động dọc theo đường cung là sự di chuyển từ điểm này đến điểm khác trên đường cung, từ kết hợp giá - lượng cung này đến kết hợp giá - lượng cung khác trên một đường cung cố định.

Sự vận động dọc theo đường cung phản ánh sự thay đổi của lượng cung hàng hóa, dịch vụ. Nguyên nhân là do giá của bản thân hàng hóa, dịch vụ đang xem xét thay đổi, các yếu tố khác không đổi.

Đồ thị



Hình 2.9. Sự vận động dọc theo đường cung

Sự vận động dọc theo đường cung được minh họa trên đồ thị hình 2.9. Sự vận động dọc theo đường cung (S_1) từ điểm A đến điểm B thể hiện lượng cung giảm từ Q_0 xuống Q_1 do giá giảm từ P_0 xuống P_1 . Sự vận động từ điểm A đến điểm C trên đường cung (S_1) thể hiện lượng cung tăng từ Q_0 lên Q_2 do giá tăng từ P_0 lên P_2 .

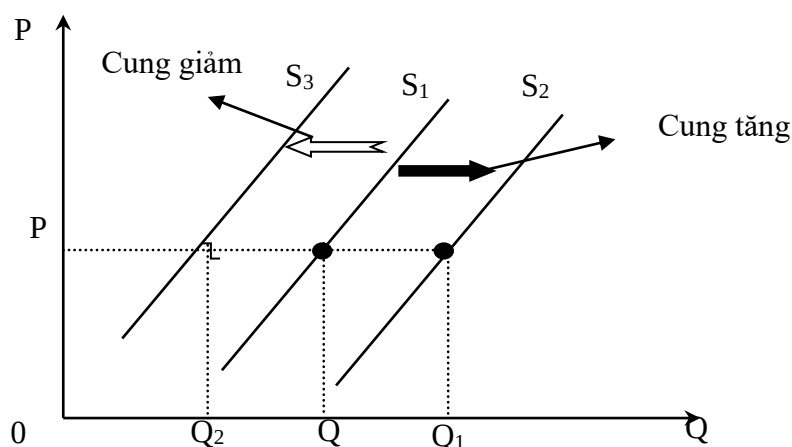
2.2.5.2. Sự dịch chuyển đường cung

Nguyên nhân

Nguyên nhân của sự dịch chuyển đường cung từ vị trí này đến vị trí khác là do các nhân tố khác ngoài giá bản thân hàng hóa, dịch vụ đang xem xét thay đổi (công nghệ, chính sách thuế, số người sản xuất, kỳ vọng ...). Sự dịch chuyển toàn bộ đường cung được hiểu là đường cung dịch chuyển sang phải hoặc dịch chuyển sang trái. Sự dịch chuyển toàn bộ đường cung phản ánh sự thay đổi của cung hàng hóa, dịch vụ.

Đồ thị

Sự dịch chuyển toàn bộ đường cung được minh họa trên đồ thị hình 2.10. Dịch chuyển đường cung từ S_1 đến S_2 , tức là dịch chuyển đường cung sang phải và xuống dưới thể hiện cung về hàng hóa dịch vụ đang tăng. Ngược lại dịch chuyển đường cung từ S_1 đến S_3 , tức là dịch chuyển đường cung sang trái và lên trên thể hiện cung về hàng hóa dịch vụ đang giảm.



Hình 2.10. Sự dịch chuyển toàn bộ đường cung

Khi giá bán không thay đổi các yếu tố liên quan tới chi phí sản xuất thay đổi sẽ làm cho lượng cung thay đổi đây là sự dịch chuyển đường cung.

Hàm số cung

Hàm cung ban đầu của SP X: $Q_s = c.P + d$

Khi cung thay đổi một lượng ΔQ giá không đổi thì hàm cung mới được viết như sau:

$$Q_s = (c.P + d) \pm \Delta Q$$

Những nhân tố làm dịch chuyển đường cung gồm:

(1) Khi giá cả nguồn lực sản xuất tăng lên sẽ làm giảm khả năng sinh lợi của hàng hóa và dịch vụ. Điều này sẽ làm giảm sản lượng mà các nhà sản xuất mong muốn cung cấp tại mỗi mức giá. Do đó, khi giá của lao động, nguyên vật liệu, vốn, hay những nguồn lực khác tăng lên sẽ làm cho đường cung dịch chuyển sang trái, ngược lại làm đường cung dịch chuyển sang phải.

(2) Sự thay đổi và cải tiến công nghệ làm tăng năng lực sản xuất của người lao động. Điều này làm cho chi phí sản xuất thấp hơn và lợi nhuận cao hơn. Khi lợi nhuận tăng lên sẽ kích thích các nhà sản xuất cung cấp nhiều hàng hóa và dịch vụ hơn và làm cho đường cung dịch chuyển sang phải, ngược lại làm đường cung dịch chuyển sang trái.

(3) Khi số lượng nhà sản xuất tăng lên cũng sẽ làm tăng cung thị trường và đường cung lúc này dịch chuyển sang phải, ngược lại làm đường cung dịch chuyển sang trái.

(4) Những kỳ vọng (mong đợi trong tương lai) của nhà sản xuất đóng vai trò rất quan trọng trong các quyết định sản xuất. Chẳng hạn, nếu giá kỳ vọng của xăng dầu

tăng lên trong tương lai, các nhà cung cấp có thể giảm lượng cung hôm nay để cung cấp trong tương lai nhằm kiếm được lợi nhuận nhiều hơn. Ngược lại, nếu giá cả kỳ vọng của hàng hóa sẽ giảm trong tương lai, có lẽ các nhà sản xuất sẽ cung cấp nhiều hơn trong hiện tại trước khi giá giảm xuống.

(5) Chính sách thuế và trợ cấp của chính phủ là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến cung của các nhà sản xuất. Khi chính phủ tăng thuế đối với một ngành sản xuất nào đó, các doanh nghiệp trong ngành sẽ bị gánh nặng thêm chi phí trong sản xuất và ngành này sẽ trở nên kém hấp dẫn. Do đó, các doanh nghiệp sẽ cung ứng ít hơn và một số doanh nghiệp có thể rời khỏi ngành. Khi Chính phủ có trợ cấp sản xuất sẽ gia tăng số lượng doanh nghiệp.

2.3. Cân bằng cung cầu

2.3.1. Trạng thái cân bằng, dư thừa và thiếu hụt

2.3.1.1. Trạng thái cân bằng cung cầu

Khái niệm

Trạng thái cân bằng cung cầu là trạng thái mà tại một mức giá nào đó lượng cung bằng lượng cầu.

Công thức xác định: $Q_S = Q_D$ (2.5)

Giả sử thị trường sản phẩm cam tại Thành phố X năm N được mô tả ở biểu cung - cầu như sau:

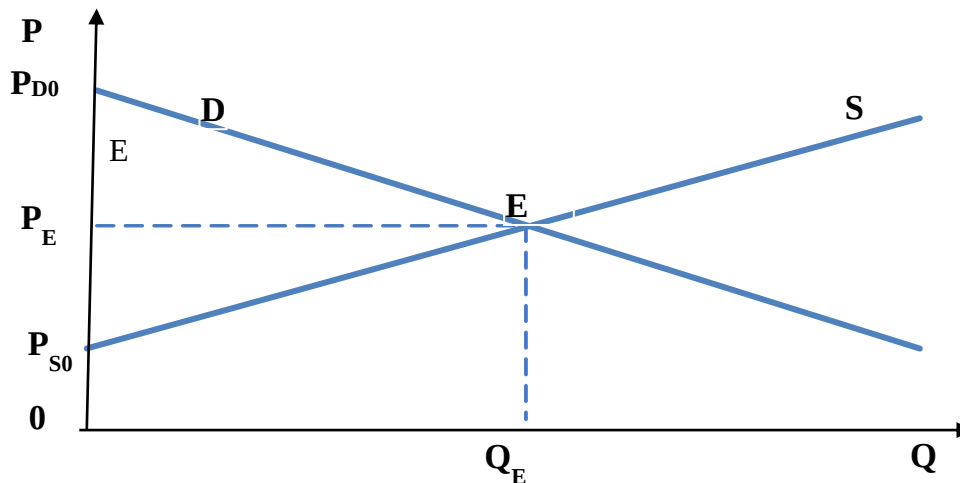
Bảng 2.5. Biểu cung - cầu sản phẩm cam

Giá	Lượng cung	Lượng cầu
10	0	24
20	6	18
30	12	12
40	18	6
50	24	0

Dựa vào số liệu ở bảng 2.5 cung - cầu, ta nhận thấy tại mức giá là 30 thì lượng cung và lượng cầu về cam trên thị trường đều bằng 12. Mức giá 30 được gọi là giá cân bằng thị trường; mức sản lượng 12 được gọi là sản lượng cân bằng thị trường.

Đồ thị

Gọi E (PE, QE) là điểm cân bằng thị trường, trong đó PE là mức giá cân bằng thị trường và QE là mức sản lượng cân bằng thị trường. Trên đồ thị, điểm E được xác định tại giao điểm của đường cầu (D) và đường cung (S). Ta có đồ thị cung – cầu như sau:



Hình 2.11. Trạng thái cân bằng thị trường

Hàm số cung – hàm số cầu

Cho $Q^D = a - P + b$ và $Q^S = c.P + d$

Giá và sản lượng cân bằng chính là nghiệm của hệ phương trình:
$$\begin{cases} Q^D = a - P + b \\ Q^S = c.P + d \end{cases}$$

Mức giá và sản lượng cân bằng thị trường được xác lập trên cơ sở sự tương tác giữa tất cả người mua và người bán trên thị trường, chứ không phải do một cá nhân riêng lẻ trên thị trường hay chính phủ quy định. Tại mức giá cân bằng, người tiêu dùng mua được toàn bộ lượng hàng mình muốn mua, doanh nghiệp bán được tất cả lượng hàng mình muốn bán. Do đó, không có áp lực gì để thay đổi giá cả và sản lượng trên thị trường. Trạng thái cân bằng là trạng thái lý tưởng của thị trường.

2.3.1.2. Trạng thái dư thừa

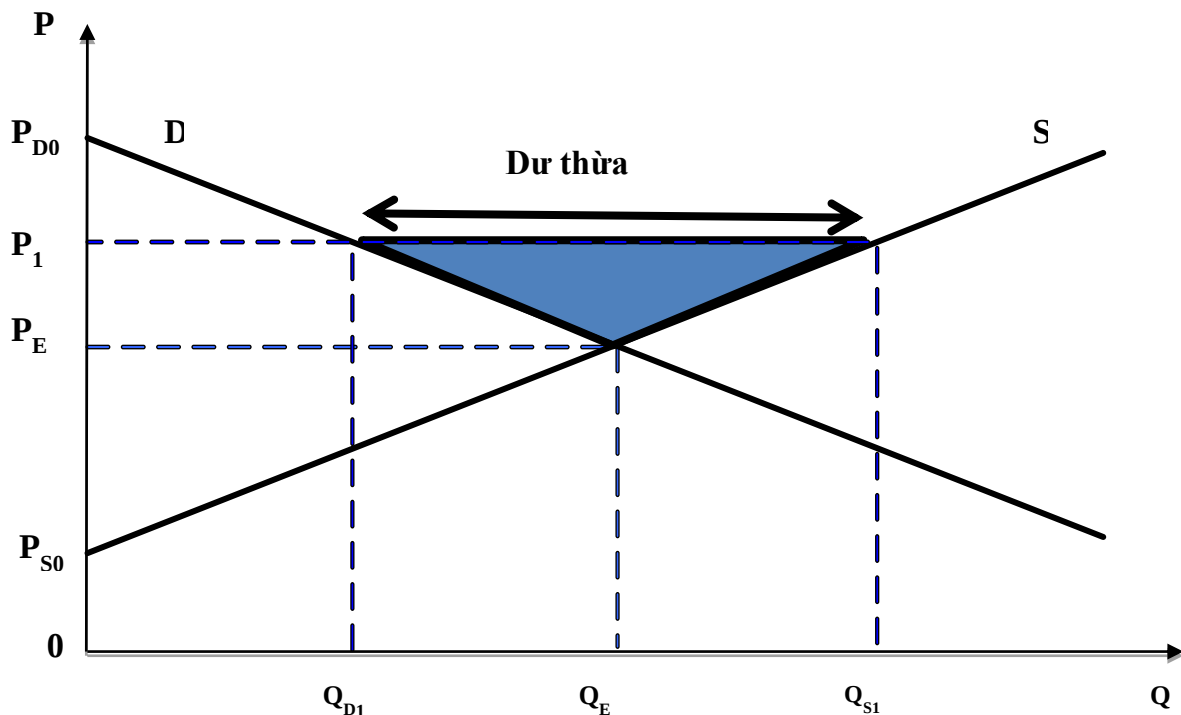
Khái niệm

Trạng thái dư thừa của thị trường là trạng thái mà tại một mức giá thị trường cao hơn mức giá cân bằng, lượng cung lớn hơn lượng cầu.

Khi giá thị trường tăng, cao hơn mức giá cân bằng thì theo quy luật cung người bán sẽ bán nhiều hơn; theo quy luật cầu người mua sẽ giảm lượng mua. Như vậy, sự dư thừa thị trường là kết quả của việc lượng cung lớn hơn lượng cầu tại một mức giá nào đó.

Dựa vào số liệu bảng 2.5, ta nhận thấy với mỗi mức giá lớn hơn giá cân bằng 30, ví dụ tại mức giá thị trường $P = 40$ thì lượng cầu cam giảm còn 6, lượng cung cam tăng lên 18 và kết quả là thị trường xảy ra tình trạng dư thừa hàng hóa. Lượng dư thừa của thị trường tại mức giá $P = 40$ là 12. Như vậy lượng dư thừa của thị trường được xác định bằng công thức như sau: $\Delta Q = Q_S - Q_D$ (2.6)

Đồ thị



Hình 2.12. Trạng thái dư thừa của thị trường

Tình trạng dư thừa hàng hóa trên thị trường đã gia tăng sự cạnh tranh giữa những người bán trong việc bán hàng. Để giải quyết lượng dư thừa, những người bán sẽ sử dụng nhiều biện pháp khác nhau, trong đó giảm giá là biện pháp được sử dụng phổ biến. Quá trình giảm giá sẽ dừng lại khi thị trường trở về trạng thái cân bằng tại điểm E.

2.3.1.3. Trạng thái thiếu hụt

Khái niệm

Trạng thái thiếu hụt của thị trường là trạng thái mà tại các mức giá thị trường thấp hơn mức giá cân bằng, lượng cung nhỏ hơn lượng cầu.

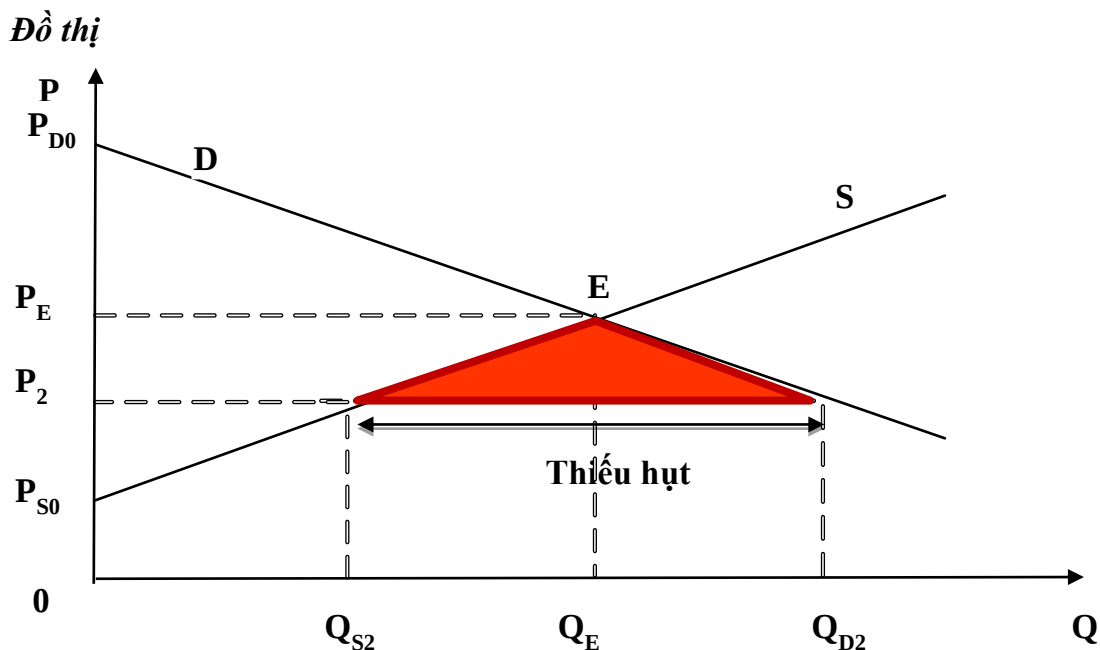
Khi giá thị trường giảm xuống thấp hơn mức giá cân bằng, theo quy luật cung người bán sẽ bán giảm lượng cung; theo quy luật cầu người mua sẽ mua nhiều hơn,

lượng cầu tăng lên. Như vậy, sự thiếu hụt thị trường là kết quả của việc lượng cung nhỏ hơn lượng cầu tại một mức giá nào đó.

Lượng hàng hóa khan hiếm:

$$\Delta Q = Q_s - Q_D \quad (2.7)$$

Dựa vào số liệu ở bảng 2.5, ta nhận thấy với mức giá thấp hơn giá cân bằng 30, ví dụ tại mức giá thị trường $P = 20$ thì lượng cầu cam tăng lên 18, lượng cung cam giảm xuống 6 và kết quả là thị trường xảy ra tình trạng thiếu hụt hàng hóa. Lượng thiếu hụt của thị trường tại mức giá $P = 20$ là 12.



Hình 2.13. Trạng thái thiếu hụt của thị trường

Sự thiếu hụt hàng hóa sẽ tạo áp lực cạnh tranh giữa những người mua trong việc mua hàng. Để mua được hàng hóa, không ít người mua đề nghị và sẵn sàng trả giá cao hơn để có được hàng hóa, tạo ra áp lực tăng giá trên thị trường. Mức giá cao hơn sẽ khuyến khích người bán tăng lượng cung, người mua giảm lượng cầu. Nếu thị trường vẫn còn thiếu hàng thì giá sẽ tiếp tục tăng đến khi thị trường trở về trạng thái cân bằng tại điểm E.

Tóm lại, bất cứ khi nào thị trường ở trạng thái không cân bằng, trong nó sẽ chứa đựng những áp lực làm cho giá cả thay đổi để thị trường trở về trạng thái cân bằng. Khi thị trường đạt trạng thái cân bằng, thị trường sẽ ổn định, không có áp lực gì để thay đổi giá và sản lượng cân bằng.

2.3.2. Thay đổi trạng thái cân bằng

2.3.2.1. Nguyên nhân

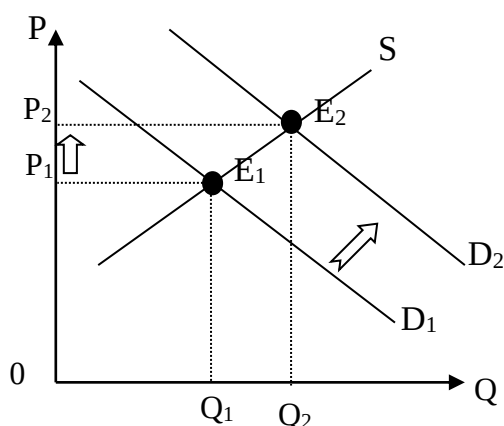
Trạng thái cân bằng cung cầu được hình thành trên cơ sở tương tác giữa cung và cầu của thị trường. Nếu cung hoặc/và cầu thay đổi sẽ dẫn đến trạng thái cân bằng (mức giá cân bằng hoặc/và sản lượng cân bằng) sẽ thay đổi. Trên cơ sở phân tích cung, cầu, ta biết được cung, cầu hàng hóa dịch vụ phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố. Chẳng hạn, cầu một hàng hóa dịch vụ phụ thuộc rất lớn vào thu nhập của người tiêu dùng, giá cả hàng hóa có liên quan, dân số ... Sự thay đổi chính sách của Chính phủ, công nghệ, giá cả yếu tố đầu vào ... có thể làm cung tăng hoặc giảm. Như vậy, sự thay đổi của một trong các nhân tố ảnh hưởng đến cung hoặc/và cầu là nguyên nhân dẫn đến sự thay đổi trạng thái cân bằng.

Cân bằng trên đồ thị thị trường sẽ thay đổi khi có sự dịch chuyển của đường cung hoặc đường cầu hoặc cả hai. Nói cách khác, giá cân bằng và lượng cân bằng sẽ thay đổi khi có sự thay đổi của cung hoặc cầu hoặc cả cung và cầu.

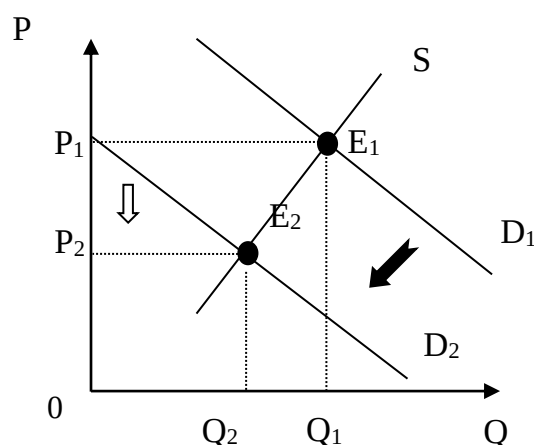
2.3.2.2. Các trường hợp thay đổi

Trường hợp 1: Cung cố định và cầu thay đổi

Trong trường hợp cung cố định, nếu các yếu tố ảnh hưởng đến cầu thay đổi, làm cho cầu tăng (đường cầu dịch chuyển sang phải/ lên trên) hoặc cầu giảm (đường cầu dịch chuyển sang trái/ xuống dưới) thì điểm cân bằng E của thị trường sẽ thay đổi.



Hình 2.14a. Cung cố định, cầu tăng



Hình 2.14b. Cung cố định, cầu giảm

Giả sử cung cố định, thị trường đang cân bằng tại điểm E₁:

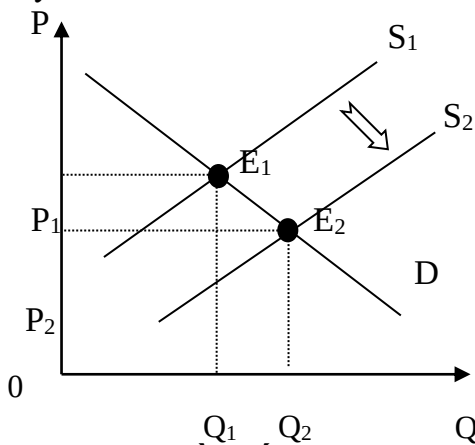
- Nếu cầu tăng từ D₁ đến D₂, thì tại mức giá P₁ thị trường xảy ra tình trạng thiếu hụt hàng hóa, do đó giá cả có xu hướng tăng lên. Điểm cân bằng mới được thiết lập tại E₂. Như vậy, khi cầu tăng và cung không đổi thì giá cân bằng thị trường tăng và sản

lượng cân bằng tăng, được thể hiện chi tiết trong hình 2.14a.

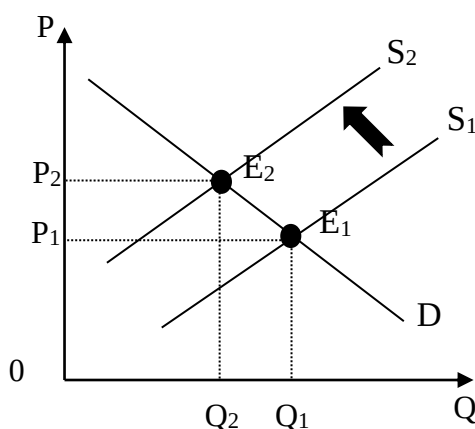
- Ngược lại, nếu cầu giảm xuống D_2 thì tại mức giá P_1 , thị trường xảy ra tình trạng dư thừa hàng hóa, do đó giá cả có xu hướng giảm xuống. Điểm cân bằng mới của thị trường được hình thành tại E_2 . Vì vậy, khi cầu giảm và cung không đổi thì giá cân bằng giảm và sản lượng cân bằng giảm, được thể hiện chi tiết ở hình 2.14b.

Trường hợp 2: Cung thay đổi, cầu cố định

Trong trường hợp cầu cố định, khi một trong các yếu tố ảnh hưởng đến cung thay đổi, làm cho cung tăng (đường cung dịch chuyển sang phải/ xuống dưới) hoặc cung giảm (đường cung dịch chuyển sang trái/ lên trên); điểm cân bằng E của thị trường sẽ thay đổi.



Hình 2.15a. Cầu cố định, cung tăng



Hình 2.15b. Cầu cố định, cung giảm

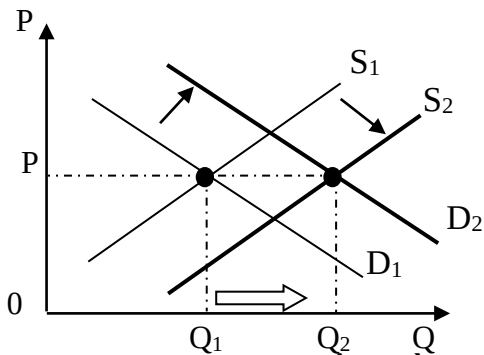
Giả sử thị trường đạt trạng thái cân bằng tại E_1 , cầu hàng hóa dịch vụ cố định:

- Nếu cung hàng hóa hay dịch vụ trên thị trường tăng lên là S_2 , tại mức giá P_1 thị trường sẽ xảy ra tình trạng dư thừa hàng hóa, khi đó giá cả có xu hướng giảm xuống và điểm cân bằng mới được thiết lập tại E_2 . Như vậy khi cung tăng và cầu không đổi thì giá cân bằng giảm và sản lượng cân bằng tăng, được thể hiện chi tiết trong hình 2.15a.

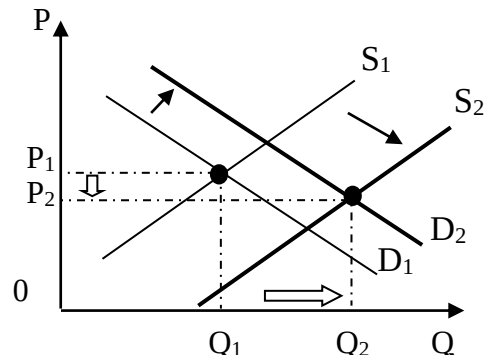
- Nếu cung hàng hóa hay dịch vụ giảm từ S_1 xuống S_2 , tại mức giá cân bằng ban đầu là P_1 , thị trường xảy ra tình trạng thiếu hụt hàng hóa. Vì vậy, giá cả có xu hướng tăng lên và điểm cân bằng mới được thiết lập tại E_2 . Như vậy, khi cung giảm và cầu không thay đổi thì giá cân bằng sẽ tăng và lượng cân bằng sẽ giảm, được thể hiện chi tiết trong hình 2.15b.

Trường hợp 3: Cả cung và cầu đều thay đổi

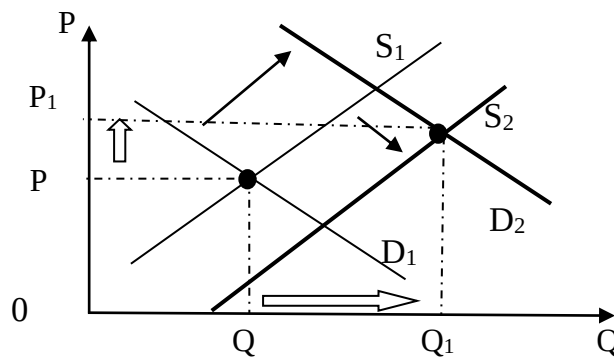
- Khi cung tăng và cầu tăng: sản lượng cân bằng tăng; giá cân bằng có thể tăng, giảm hoặc không thay đổi tùy vào mức độ tăng của cung và cầu. Trường hợp này được minh họa trong hình 2.16a, hình 2.16b và hình 2.16c.



Hình 2.16a. Cung tăng bằng cầu tăng

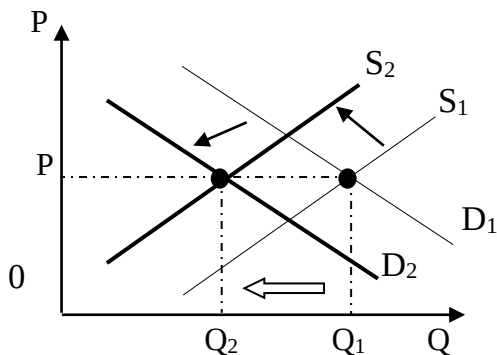


Hình 2.16b. Cung tăng nhiều hơn cầu tăng

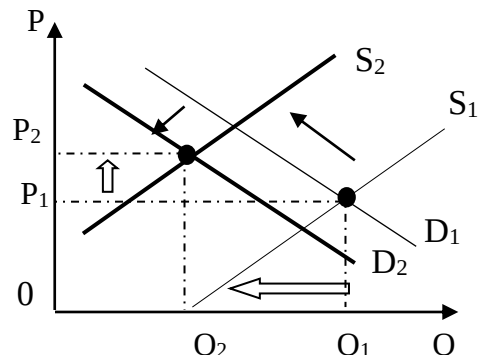


Hình 2.16c. Cung tăng ít hơn cầu tăng

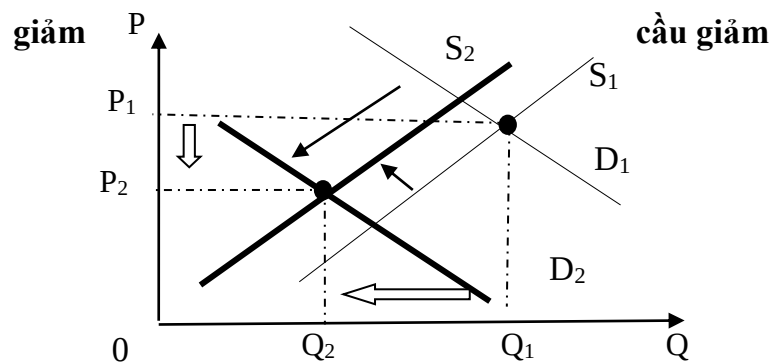
- Khi cung giảm và cầu giảm: Sản lượng cân bằng giảm; giá cân bằng có thể tăng, giảm hoặc không thay đổi tùy vào mức độ giảm của cung và cầu, được minh họa như hình 2.17a, hình 2.17b và hình 2.17c.



Hình 2.17a. Cung giảm bằng cầu giảm

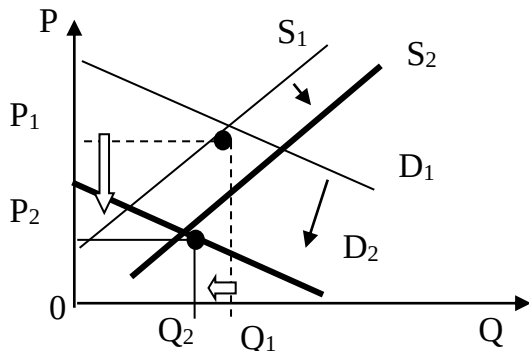


Hình 2.17b. Cung giảm nhiều hơn cầu giảm

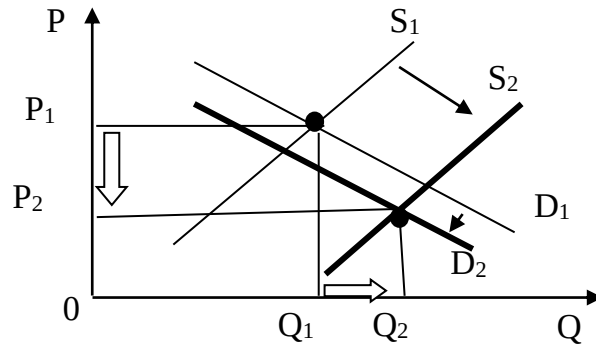


Hình 2.17c. Cung giảm ít hơn cầu giảm

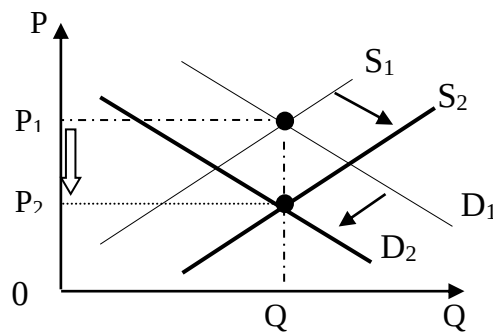
- Khi cung tăng và cầu giảm: Giá cân bằng giảm và sản lượng cân bằng có thể tăng hoặc giảm hoặc không thay đổi, minh họa trong hình 2.18a, 2.18b và hình 2.18c.



Hình 2.18a. Cầu giảm nhiều hơn cung tăng

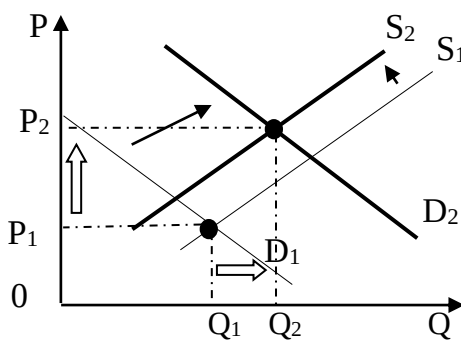


Hình 2.18b. Cầu giảm ít hơn cung tăng

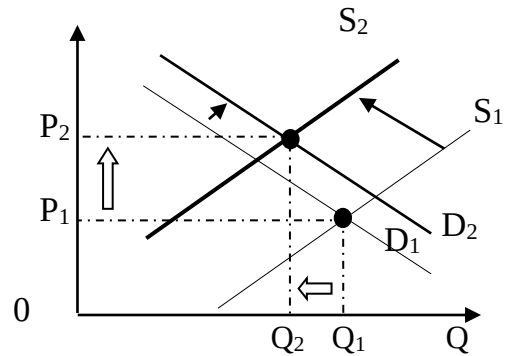


Hình 2.18c. Cầu giảm bằng cung tăng

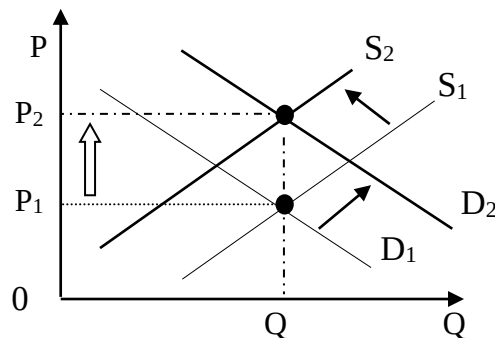
- Khi cung giảm và cầu tăng: Giá cân bằng tăng, sản lượng cân bằng có thể tăng, giảm hoặc không thay đổi như hình 2.19a, hình 2.19b và hình 2.19c.



Hình 2.19a. Cung giảm ít hơn cầu tăng



Hình 2.19b. Cung giảm nhiều hơn cầu tăng



Hình 2.19c. Cung giảm bằng cầu tăng

2.3.3. Thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư

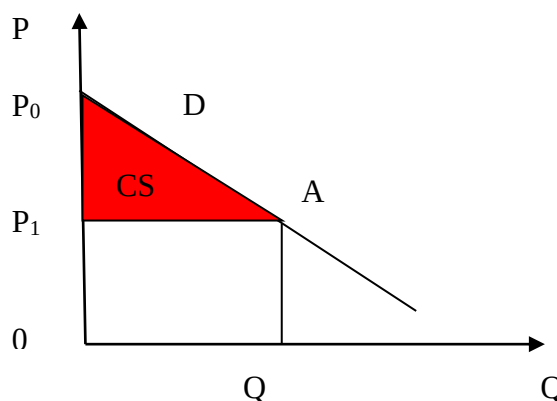
2.3.3.1. Thặng dư tiêu dùng (Consumer Surplus – CS)

Thặng dư tiêu dùng là thước đo kinh tế về lợi ích của người tiêu dùng, xảy ra khi giá mà người tiêu dùng phải trả cho một sản phẩm, dịch vụ thấp hơn so với giá họ sẵn sàng trả.

Thặng dư người tiêu dùng dựa trên lý thuyết kinh tế về lợi ích cận biên, đó là lợi ích tăng thêm do tiêu dùng thêm một đơn vị hành hóa, dịch vụ. Lợi ích mà hàng hóa, dịch vụ mang lại sẽ khác nhau giữa các cá nhân dựa trên sở thích cá nhân của họ. Thông thường, người tiêu dùng càng có nhiều hàng hóa hoặc dịch vụ thì mức độ sẵn sàng chi tiêu thêm cho nó càng ít, do lợi ích cận biên mà họ nhận được giảm dần.

Trên đồ thị, thặng dư tiêu dùng được đo bằng phần diện tích được xác định bởi phần bên dưới đường cầu dốc xuống (số tiền mà người tiêu dùng sẵn sàng chi cho số lượng hàng hóa nhất định) và bên trên giá thị trường thực tế của hàng hóa.

Thặng dư của người tiêu dùng có thể được tính toán trên cơ sở cá nhân hoặc tổng hợp, tùy thuộc vào việc đường cầu là cá nhân hay tổng hợp. Thặng dư của người tiêu dùng tăng khi giá của hàng hóa giảm và giảm khi giá hàng hóa tăng.



Hình 2.20. Thặng dư tiêu dùng

2.3.3.2. Thặng dư sản xuất (Producer Surplus - PS)

Thặng dư sản xuất (Producer Surplus - PS) là chênh lệch giữa tổng doanh thu mà người bán nhận được từ việc bán một lượng hàng hóa nhất định và tổng chi phí biến đổi để sản xuất số hàng hóa đó.

Trong đó:

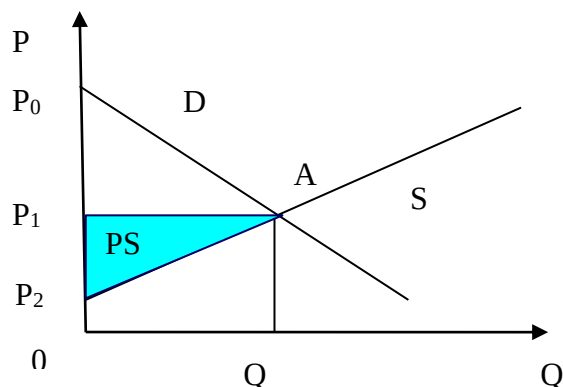
- Chi phí biến đổi là những chi phí thay đổi khi mức sản lượng thay đổi. Tổng chi phí biến đổi được đo bằng diện tích bên dưới đường cung. Đường cung thể hiện

mức giá thấp nhất mà người bán sẽ sẵn sàng chấp nhận cho mỗi đơn vị hàng hóa bán thêm. Đây là chi phí sản xuất đơn vị tiếp theo, được gọi là chi phí cận biên.

- Tổng doanh thu là tổng sản lượng hàng hóa bán ra nhân với giá bán trên mỗi đơn vị sản phẩm.

Trên đồ thị thặng dư sản xuất được tính bằng tổng phần chênh lệch giữa mức giá mà những nhà sản xuất bán được và mức giá họ sẵn lòng bán. Là diện tích trên đường cung và dưới mức giá.

$$PS = \text{Tổng doanh thu} - \text{Tổng chi phí biên} = TR - TVC \quad (2.8)$$



Hình 2.21. Thặng dư sản xuất

Tổng thặng dư là tổng thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất

2.4. Kiểm soát giá và chính sách của Chính phủ

2.4.1. Kiểm soát giá

2.4.1.1 Giá trần

Giá trần (P_{Max}) là mức giá cao nhất mà các doanh nghiệp không được phép bán vượt qua, để điều chỉnh mức giá thấp hơn mức giá cân bằng thị trường hiện tại.

Chính sách giá trần được đưa ra nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Khi quy định giá trần dẫn đến trạng thái thiếu hụt hàng hóa, lượng hàng hóa thiếu hụt là $\Delta Q = Q_D - Q_S$

2.4.1.2. Giá sàn

Giá sàn (P_{Min}) là mức giá thấp nhất mà các doanh nghiệp không được phép bán thấp hơn, là mức giá qui định thường cao hơn mức giá cân bằng. Mục đích của giá sàn là nhằm điều chỉnh giá cao hơn mức giá cân bằng thị trường hiện tại. Khi qui định giá sàn sẽ dẫn đến dư thừa hàng hóa do lượng cung vượt quá lượng cầu khi mức giá qui định này cao hơn mức giá cân bằng thị trường.

Thị trường xảy ra thặng dư một lượng: $\Delta Q = Q_S - Q_D$

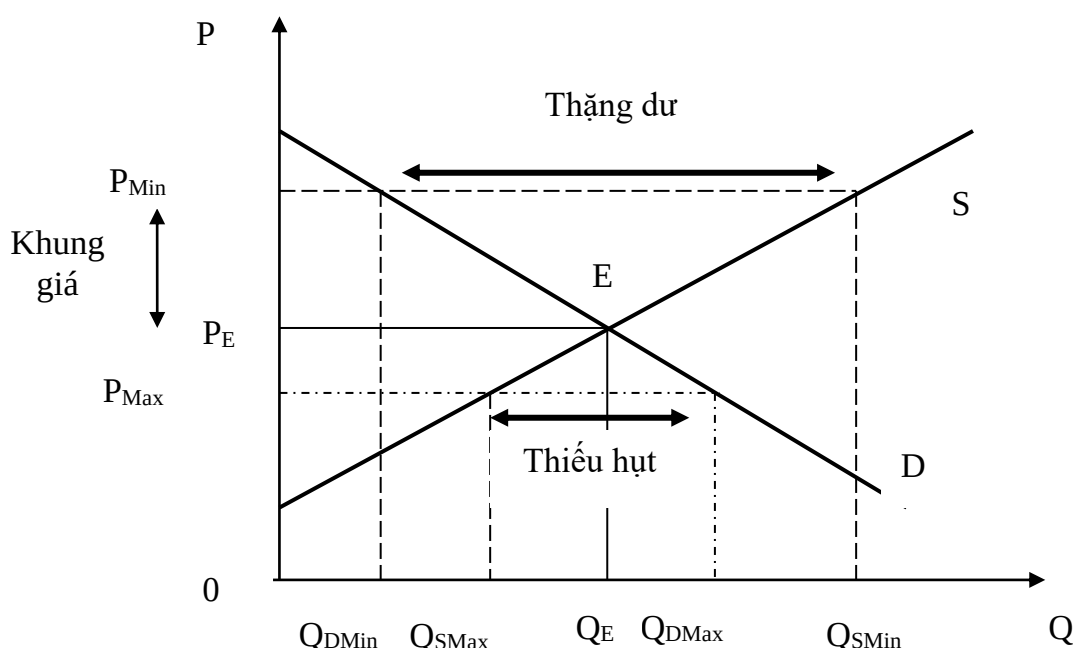
Lượng tiền chính phủ phải chi ra để mua lượng hàng hóa thừa:

$$G = P_{\text{Min}} \cdot \Delta Q \quad (2.9)$$

Với chính sách can thiệp giá ở trên, sự tác động của chính phủ nhằm điều chỉnh mức giá cả khi có sự thay đổi một cách đột biến về quan hệ cung cầu làm cho giá cả tăng vọt (giá xăng dầu vừa qua) hay sự giảm giá (sản phẩm nông nghiệp). Điều này sẽ dẫn đến sự thiếu hụt (hay dư thừa) hàng hóa trong một khoảng thời gian nhất định. Hành vi của các doanh nghiệp đối với chính sách giá của chính phủ là xem xét lại qui mô và tái cấu trúc sử dụng các yếu tố sản xuất.

2.4.1.3. Qui định khung giá

Chính phủ có thể qui định khung giá nhằm ổn định giá cả của một hàng hóa cụ thể trong một khoảng thời gian nhất định. Khung giá là giới hạn phạm vi giá dao động giữa giá sàn (giá tối thiểu) và giá trần (giá tối đa) có tính bắt buộc đối với một hàng hóa cụ thể trong một khoảng thời gian nhất định.



Hình 2.22. Quy định khung giá

2.4.2. Chính sách của Chính phủ

2.4.2.1. Thuế

Thuế theo sản lượng tức là thuế đánh vào mỗi đơn vị sản phẩm làm ra.

Khi nhà nước đánh thuế theo sản lượng ai là người chịu thuế, người tiêu dùng chịu nhiều hơn hay doanh nghiệp chịu nhiều hơn?

Tiền thuế NTD phải chịu là t_c

$$t_c = \frac{1}{1 - \frac{E_p}{E_s}} \cdot t \quad (2.10)$$

Tiền thuế DN phải chịu là: $t_s = t - t_c$ (2.11)

Tiền thuế mà NTD phải nộp được xác định theo công thức:

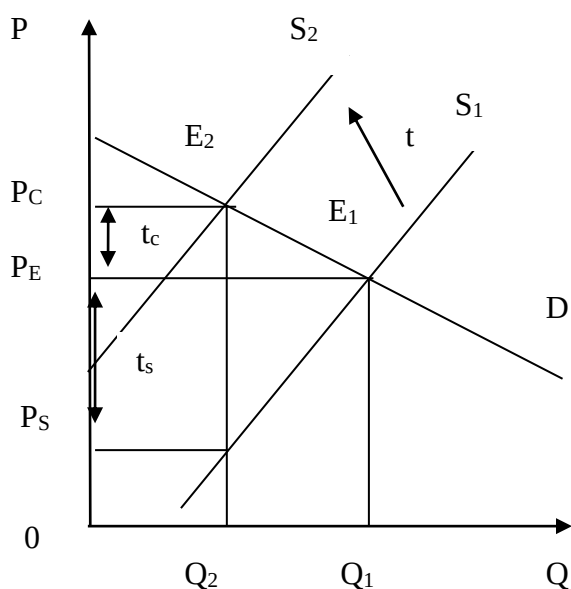
Nếu $|ED| < E_S$ thì $t_c > t_s$. Và ngược lại.

Nếu $|ED| = E_S$ thì $t_c = t_s = t/2$.

Nếu $|ED| = 0$ thì $t_c = t$.

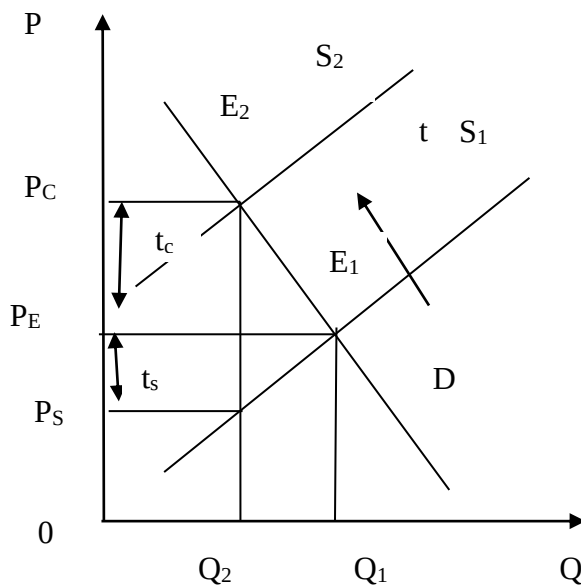
$|ED| = \infty$ thì $t_s = t$.

$|ED| > E_S$ thì $t_c < t_s$



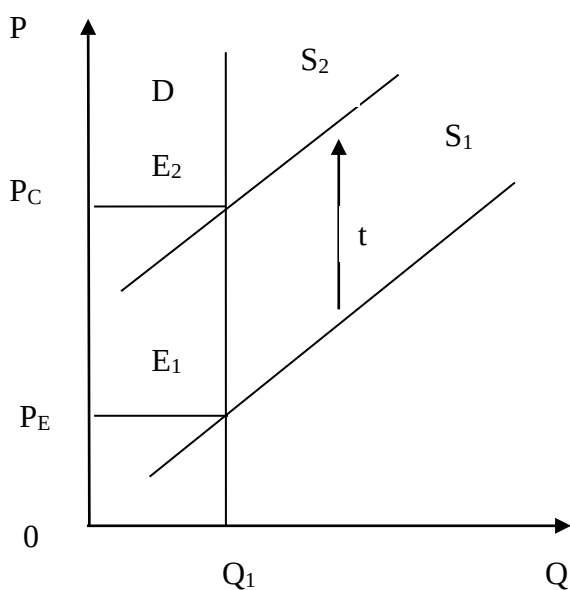
Hình 2.23 a. Nếu $|ED| > E_S$ thì $t_c < t_s$

$|ED| < E_S$ thì $t_c > t_s$

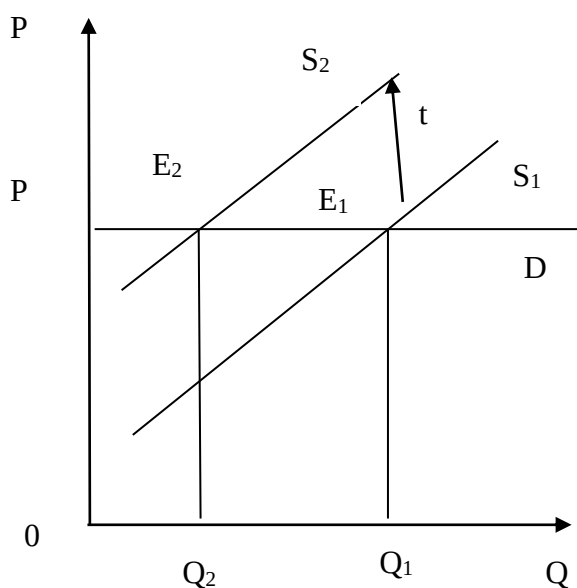


Hình 2.23 b. Nếu $|ED| < E_S$ thì $t_c > t_s$

Trường hợp người tiêu dùng chịu toàn bộ thuế và người sản xuất chịu toàn bộ thuế:



Hình 2.23 c. Nếu $|ED| = 0$ thì $t_c = t_s$



Hình 2.23 d. Nếu $|ED| = \infty$ thì $t_s = t$

2.4.2.2. Trợ cấp S_Substitution

Trợ cấp theo sản lượng tức là trợ cấp cho mỗi đơn vị sản phẩm làm ra.

Tiền trợ cấp NTD được hưởng là S_C .
$$S_C = - \frac{1}{1 - \frac{E_P}{E_S}} \cdot S \quad (2.12)$$

Tiền trợ cấp DN được là: $S_S = S - S_C$. (2.13)

Tiền trợ cấp mà NTD được hưởng được xác định theo công thức:

- ✓ Nếu $|E_D| < E_S$ thì $S_C < S_S$. Và ngược lại.
- ✓ Nếu $|E_D| = E_S$ thì $S_C = S_S = S/2$.
- ✓ Nếu $|E_D| = 0$ thì $S_C = S$. $|E_D| = \infty$ thì $S_S = S$.

2.5. Co giãn cung và cầu

2.5.1. Co giãn của cầu

Ở phần trên, chúng ta đã tìm hiểu các yếu tố làm cho cầu hàng hóa, dịch vụ thay đổi. Điều này có nghĩa là khi các yếu tố đó thay đổi có thể làm cho lượng cầu hàng hóa dịch vụ thay đổi theo. Để đo lường mức độ thay đổi lượng cầu về hàng hóa dịch vụ khi có sự thay đổi của các yếu tố ảnh hưởng, các nhà kinh tế xây dựng khái niệm độ co giãn của cầu. Vậy độ co giãn của cầu đo lường mức độ thay đổi của lượng cầu khi các yếu tố ảnh hưởng đến cầu thay đổi. Ký hiệu độ co giãn của cầu là E^D : Elasticity of demand.

Độ co giãn của cầu đo lường sự phản ứng (hay độ nhạy cảm) của người tiêu dùng, biểu hiện thông qua sự thay đổi lượng hàng hóa được mua khi các yếu tố liên quan đến cầu thay đổi.

- Độ co giãn của cầu theo giá E^P .
- Độ co giãn chéo của cầu theo giá E_{XY} .
- Độ co giãn của cầu theo thu nhập E_I .

2.5.1.1. Sự co giãn theo giá

Độ co giãn của cầu theo giá của sản phẩm là đại lượng đo lường mức độ thay đổi của lượng cầu sản phẩm đó khi giá của nó thay đổi, các yếu tố khác không thay đổi. Độ co giãn của cầu theo giá được đo lường theo trị tuyệt đối phần trăm thay đổi của lượng cầu hàng hóa so với trị tuyệt đối phần trăm thay đổi giá của hàng hóa đó. Vì vậy, độ co giãn của cầu theo giá luôn luôn là một số dương.

(1) Đo lường độ co giãn điểm:

$$E_P = \left| \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} \right| = \left| \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \right| \quad (2.14)$$

Trong đó: ΔQ : Sự thay đổi của lượng cầu hàng hoá

ΔP : Sự thay đổi của giá hàng hoá

P : Giá cả của hàng của hàng hoá

Q : Lượng cầu của hàng hoá

(2) Đo lường độ co giãn cầu theo giá vòng cung (độ co giãn đoạn)

$$E_p = \left| \frac{\% \Delta Q_D}{\% \Delta P} \right| = \left| \frac{\Delta Q_D / \bar{Q}_D}{\Delta P / \bar{P}} \right| = \left| \frac{\Delta Q_D}{\Delta P} \times \frac{\bar{P}}{\bar{Q}_D} \right| \quad (2.15)$$

Trong đó: ΔQ : Sự thay đổi của lượng cầu hàng hoá

ΔP : Sự thay đổi của giá hàng hoá

$\bar{P}$: Giá cả trung bình của hàng của hàng hoá: $\bar{P} = (P_1 + P_2) / 2$

$\bar{Q}$: Lượng cầu trung bình của hàng hoá: $\bar{Q} = (Q_1 + Q_2) / 2$

Tính chất của E_p

$$E_p < 0$$

$|E_p| < 1$: Cầu kém co giãn thì 1% thay đổi về giá làm cho lượng cầu thay đổi nhỏ hơn 1%.

$|E_p| > 1$: Cầu co giãn nghĩa là giá tăng lên 1% sẽ làm cho lượng cầu giảm hơn 1%.

$|E_p| = 1$: Cầu co giãn đơn vị nghĩa là 1% thay đổi về giá làm thay đổi 1% về lượng cầu.

$|E_p| = 0$: Cầu hoàn toàn không co giãn.

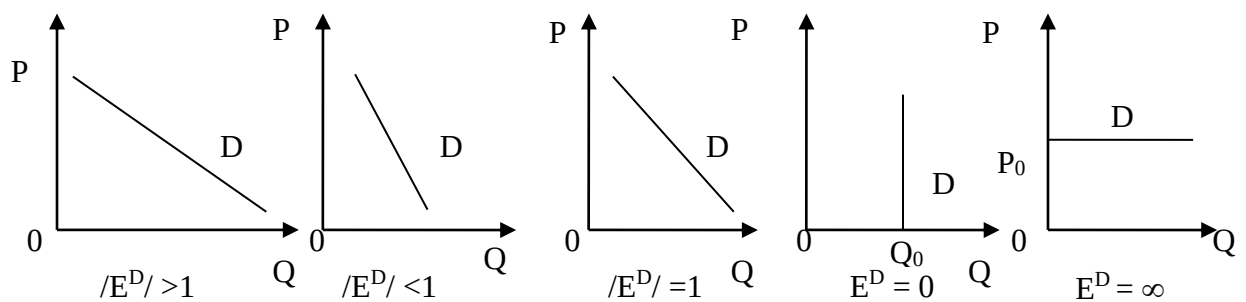
$|E_p| = \infty$: Cầu co giãn hoàn toàn.

Cầu co giãn hoàn toàn là trường hợp đặc biệt và khi đó đường cầu có dạng nằm ngang song song với trục hoành. Độ co giãn của cầu theo giá là không xác định (vô cực do mẫu số bằng không). Chúng ta có thể quan sát thấy đường cầu của các doanh nghiệp chỉ sản xuất hay cung cấp một lượng rất nhỏ so với tổng lượng cầu của thị trường, khi đó đường cầu của doanh nghiệp là đường cầu co giãn hoàn toàn. Trong trường hợp này, doanh nghiệp sẽ có một thị phần rất nhỏ so với thị trường và khi đó doanh nghiệp là người nhận giá.

Đường cầu dốc đứng, được gọi là **cầu không co giãn**. Lưu ý rằng độ co giãn của cầu theo giá là bằng không từ khi lượng cầu không thay đổi theo sự thay đổi của giá. Trong thực tế, chúng ta sẽ không tìm thấy đường cầu không co giãn. Tuy nhiên,

trong một khoảng giá nhất định, một số hàng hóa như thuốc điều trị ung thư sẽ có đường cầu không co giãn. Nếu như giá cả vượt quá giới hạn nào đó thì lượng cầu sẽ giảm xuống bởi người tiêu dùng bị giới hạn về ngân sách.

Dựa vào công thức tính độ co giãn của cầu theo giá, ta nhận thấy độ co giãn của cầu không chỉ phụ thuộc vào P, Q mà còn phụ thuộc $a = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$. Trên đồ thị đường cầu thì độ dốc của đường cầu được xác định là $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$. Như vậy đường cầu càng dốc, có hệ số góc càng lớn, có nghĩa là hệ số a càng nhỏ cầu kém co giãn và được minh họa qua các hình vẽ sau:



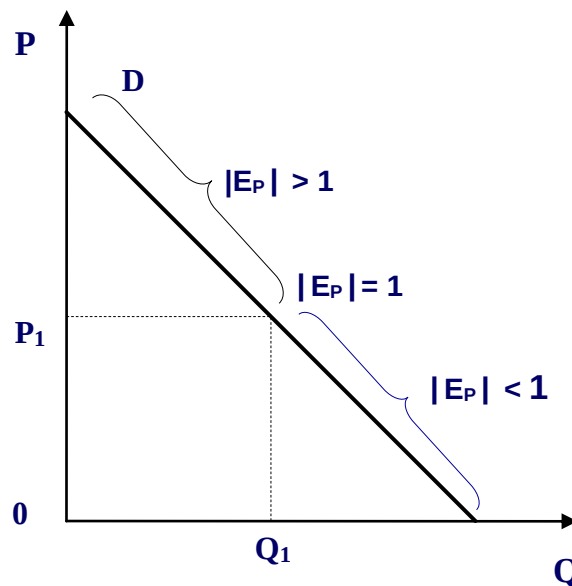
Hình 2.24. Độ co giãn của cầu theo giá

Lưu ý:

- Quan hệ giữa giá và lượng cầu là quan hệ ngược chiều. Điều này có nghĩa là thay đổi tăng về giá làm thay đổi giảm về lượng cầu và ngược lại.

- Khi chúng ta đo lường độ co giãn của cầu theo giá tại các điểm khác nhau trên đường cầu, chúng ta sẽ thấy độ co giãn sẽ thay đổi liên tục dọc trên đường cầu. Trong trường hợp đường cầu tuyến tính (có hệ số góc không đổi tại các điểm trên đường cầu), khi đó sự thay đổi một đơn vị giá sẽ làm cầu thay đổi một lượng nhất định. Tuy nhiên, phần trăm thay đổi lượng cầu theo phần trăm thay đổi giá là thay đổi liên tục, ngay cả khi là đường cầu tuyến tính.

- Độ co giãn của cầu giảm dần dọc theo đường cầu.
- Phần phía trên của đường cầu sẽ co giãn
- Độ co giãn sẽ giảm dần dọc từ trên xuống phía dưới của đường cầu.
- Tại một điểm nào đó trên đường cầu, cầu sẽ thay đổi từ co giãn sang kém co giãn. Đó là điểm cầu co giãn đơn vị



Hình 2.25. Độ co giãn của cầu theo giá trên đường cầu

Mối quan hệ giữa độ co giãn, mức chi và tổng doanh thu

Như chúng ta đã biết, giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp kinh doanh có sự tác động qua lại lẫn nhau. Khi người tiêu dùng thay đổi hành vi tiêu dùng đối với một hàng hóa, dịch vụ nào đó, thì doanh nghiệp cần phải tìm hiểu nguyên nhân và lựa chọn biện pháp tác động. Vì tổng mức chi của người tiêu dùng chính là tổng số tiền mà doanh nghiệp thu được. Như đã phân tích trên, trong các yếu tố ảnh hưởng đến cầu hàng hóa dịch vụ thì yếu tố giá là yếu tố bên trong, ảnh hưởng rất lớn đến hành vi của người tiêu dùng. Tuy nhiên đối với từng loại sản phẩm, khi giá cả hàng hóa thay đổi thì phản ứng của người tiêu dùng đối với cầu về hàng hóa là khác nhau. Như vậy, độ co giãn của cầu theo giá tác động đến tổng chi tiêu của người tiêu dùng, tức là tác động đến tổng doanh thu của các doanh nghiệp.

Tổng doanh thu của doanh nghiệp là số tiền mà doanh nghiệp thu được từ việc bán hàng hóa, dịch vụ. Tổng doanh thu của doanh nghiệp được xác định bằng tích số của giá bán và sản lượng; hay $TR = P.Q$

Trong đó: TR (Total Revenue): Tổng doanh thu của doanh nghiệp

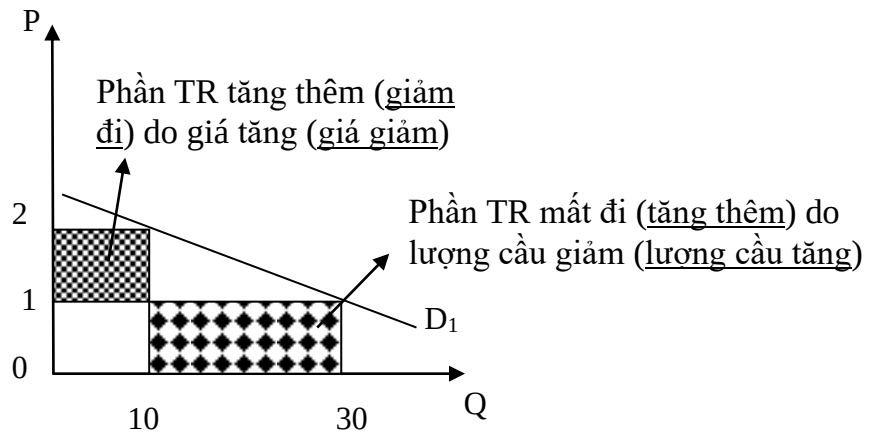
P: Giá bán sản phẩm

Q: Sản lượng

Tổng doanh thu và độ co giãn của cầu theo giá có mối quan hệ với nhau. Độ co giãn của cầu theo giá cung cấp thông tin quan trọng cho doanh nghiệp trong việc điều chỉnh giá. Đồng thời, trong thực tế, cách tốt nhất để kiểm tra cầu có co giãn hay

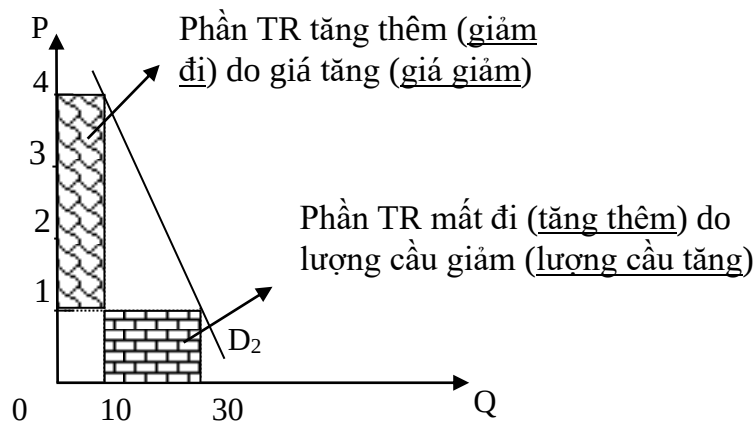
không, người ta có thể kiểm tra sự thay đổi của tổng doanh thu; cụ thể tổng doanh thu thay đổi như thế nào khi giá thay đổi?

- Nếu tổng doanh thu thay đổi ngược chiều với giá, khi đó cầu co giãn tương đối. Như vậy, trong trường hợp cầu co giãn nhiều muốn tăng doanh thu, doanh nghiệp nên giảm giá và ngược lại. Điều này được thể hiện chi tiết ở hình 2.26



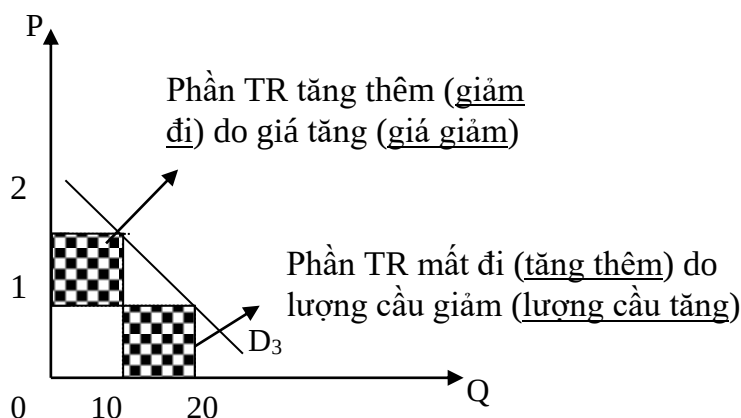
Hình 2.26. Tổng doanh thu giảm khi giá tăng và ngược lại

- Nếu tổng doanh thu thay đổi cùng chiều với giá, khi đó cầu không co giãn tương đối/cầu kém co giãn. Như vậy, trong trường hợp cầu kém co giãn muốn tăng doanh thu, doanh nghiệp nên tăng giá và ngược lại. Điều này được thể hiện chi tiết trong hình 2.27



Hình 2.27. Tổng doanh thu tăng khi P tăng và ngược lại

- Nếu tổng doanh thu không thay đổi khi giá thay đổi, khi đó cầu co giãn đơn vị. Điều này được thể hiện cụ thể trong hình 2.28



Hình 2.28. Tổng doanh thu không thay đổi khi giá thay đổi

Xét một cách tổng thể thì trên thị trường có những hàng hóa có cầu co giãn nhiều và cũng có những hàng hóa cầu kém co giãn. Mức độ co giãn của cầu hàng hóa dịch vụ phụ thuộc vào một số yếu tố sau:

- Sự sẵn có của hàng hóa thay thế: một hàng hóa càng có nhiều hàng hóa thay thế thì cầu càng co giãn, bởi vì người tiêu dùng có nhiều sự lựa chọn. Khi giá thay đổi, họ có thể xem xét lựa chọn sản phẩm thay thế có giá phù hợp hơn. Độ co giãn của hàng hóa còn tùy thuộc vào cách chúng ta xác định hàng hóa. Chẳng hạn, cầu về dầu gội Clear sẽ co giãn nhiều hơn cầu về dầu gội nói chung.

- Tỷ trọng chi tiêu của hàng hóa đó trong tổng thu nhập: hàng hóa nào chiếm tỷ trọng chi tiêu càng lớn trong ngân sách của người tiêu dùng thì độ co giãn của cầu theo giá hàng hóa càng lớn. Chẳng hạn, khi bút chì tăng giá thì có lẽ lượng cầu bút chì giảm không đáng kể, bởi vì sản phẩm này chiếm một tỷ trọng rất nhỏ trong tổng thu nhập của người tiêu dùng. Do đó cầu bút chì có xu hướng kém co giãn. Nhưng với sản phẩm giá cao như điện thoại iphone hoặc ô tô, thì lượng cầu sẽ thay đổi đáng kể khi giá thay đổi. Bởi vì những sản phẩm này chiếm một khoảng chi tiêu khá lớn trong tổng thu nhập của hộ gia đình, do đó cầu của những hàng hóa này co giãn nhiều.

- Tính chất hàng hóa là hàng hóa thiết yếu hay xa xỉ: nhìn chung, một hàng hóa thiết yếu thì cầu kém co giãn hơn một hàng hóa xa xỉ. Chẳng hạn, điện, muối ăn là những sản phẩm thiết yếu; vì vậy khi giá những sản phẩm này thay đổi thì lượng cầu thay đổi không đáng kể. Ngược lại, đối với các mặt hàng trang sức, nước hoa, du lịch ... thì lượng cầu thay đổi đáng kể khi giá thay đổi; vì vậy những mặt hàng này có cầu co giãn nhiều theo giá.

Các yếu tố ảnh hưởng đến Ep

- **Hàng hoá đó có nhiều hàng hoá thay thế:** Khi có nhiều hàng hóa thay thế, người tiêu dùng sẽ rất nhạy cảm khi giá hàng hóa tăng lên. Khi đó, người tiêu dùng có khuynh hướng và dễ dàng thay thế bằng các hàng hóa rẻ hơn. Do đó, hàng hóa có độ co giãn của cầu theo giá là co giãn khi có nhiều hàng hóa thay thế hơn. Ngược lại, một số hàng hóa sẽ kém co giãn nếu như có ít hàng hóa thay thế, chẳng hạn như thuốc điều trị ung thư. Ngoài ra, một hàng hóa nói chung (dầu gội, bột giặt, xe máy, ...) sẽ có rất ít hàng hóa thay thế hơn so với hàng hóa cụ thể (sunsilk, omo, suzuki, ...)

- **Hàng hóa và dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn trong ngân sách của người tiêu dùng:** Nếu hàng hóa chiếm tỷ trọng nhỏ trong ngân sách tiêu dùng, thì sự thay đổi giá của hàng hóa sẽ ít tác động lên năng lực mua sắm của cá nhân. Trong trường hợp này, sự thay đổi giá của hàng hóa sẽ tác động rất ít đến lượng tiêu dùng. Chẳng hạn, nếu giá muối tăng lên gấp đôi sẽ ảnh hưởng không đáng kể đến ngân sách tiêu dùng. Trong khi đó, nếu như một hàng hóa chiếm khoảng 50% ngân sách chi tiêu và giá cả tăng lên gấp đôi, khi đó người tiêu dùng sẽ phải cân nhắc quyết định lượng tiêu dùng đối với hàng hóa này.

- **Thời gian:** Người tiêu dùng có khả năng thay đổi hàng hóa thay thế nếu như hàng hóa đó được xem xét trong khoảng thời gian dài hơn.

2.5.1.2. Độ co giãn chéo của cầu theo giá E_{XY}

Độ co giãn chéo của cầu theo giá đo lường sự phản ứng (hay độ nhạy cảm) của người tiêu dùng, khi giá của sản phẩm liên quan thay đổi. Biểu hiện là $\% \Delta Q_x^D$ được mua khi giá của hàng hóa Y thay đổi 1% (các yếu tố khác không thay đổi).

Công thức tính

$$E_{XY}^D = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_Y} = \frac{\frac{\Delta Q_x}{Q}}{\frac{\Delta P_Y}{P}} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_Y} * \frac{P_Y}{Q_X} \quad (2.16)$$

Trong đó:

E_{XY}^D : Hệ số co giãn chéo của cầu theo giá của hàng hoá X và hàng hoá Y

ΔQ_x : Sự thay đổi lượng cầu của hàng hoá X

ΔP_Y : Sự thay đổi giá của hàng hoá Y

P_Y : Giá của hàng hoá Y

Q_X : Giá của hàng hoá X

Tính chất của E_{XY}^D :

$E_{XY}^D > 0$: X và Y là hai hàng hoá thay thế.

$E_{XY}^D < 0$: X và Y là hai hàng hoá bổ sung.

$E_{XY}^D = 0$: X và Y là hai hàng hoá không liên quan.

Ví dụ: Nếu độ co giãn chéo của cầu Sunsilk theo giá của Clear là 2 (lưu ý giá trị dương cho biết hai hàng hóa là thay thế), khi đó nếu giá Clear tăng thêm 10% sẽ làm cho cầu của Sunsilk tăng lên 20%.

2.5.1.3. Độ co giãn của cầu theo thu nhập E_I

Độ co giãn của cầu theo thu nhập đo lường sự phản ứng (hay độ nhạy cảm) của người tiêu dùng, khi thu nhập thay đổi. Biểu hiện là % thay đổi lượng hàng hóa được mua khi thu nhập thay đổi 1% (các yếu tố khác không thay đổi).

Công thức tính:

$$E_I^D = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta I}{I}} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} * \frac{I}{Q} \quad (2.17)$$

Trong đó: E_I^D : Là hệ số co giãn của cầu theo thu nhập

ΔQ : Sự thay đổi của lượng cầu

ΔI : Sự thay đổi của thu nhập

Q : Lượng cầu về hàng hoá

I : Thu nhập

Tính chất

E_I^D : Có thể nhận giá trị âm hoặc dương

$E_I^D < 0$: Hàng hóa thứ cấp

$E_I^D > 0$: Hàng hóa thông thường ($0 < E_I^D < 1$: Hàng hóa thiết yếu, $E_I^D > 1$: Hàng hóa cao cấp)

Lưu ý rằng tất cả hàng hóa cao cấp đều là hàng hóa thông thường (bởi vì độ co giãn lớn hơn 1 thì dĩ nhiên là lớn hơn 0), trong khi mọi hàng hóa thứ cấp đều là hàng hóa thiết yếu (do độ co giãn nhỏ hơn 0 thì sẽ nhỏ hơn 1).

2.5.2. Co giãn của cung

Độ co giãn của cung theo giá đo lường sự phản ứng (hay độ nhạy cảm) của nhà sản xuất, khi giá thay đổi. Biểu hiện là % thay đổi lượng hàng hóa bán ra khi giá thay đổi 1% (các yếu tố khác không thay đổi).

Độ co giãn của cung theo giá tại 1 đoạn

$$E^S = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Q}{\bar{Q}}}{\frac{\Delta P}{\bar{P}}} = \frac{\Delta Q}{\bar{Q}} * \frac{\bar{P}}{\Delta P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{\bar{P}}{\bar{Q}} \quad (2.18)$$

Trong đó: ΔQ : Sự thay đổi của lượng cung hàng hoá

ΔP : Sự thay đổi của giá hàng hoá

$\bar{P}$: Giá cả trung bình của hàng của hàng hoá: $\bar{P} = (P_1 + P_2) / 2$

$\bar{Q}$: Lượng cung trung bình của hàng hoá: $\bar{Q} = (Q_1 + Q_2) / 2$

Độ co giãn của cung tại 1 điểm

Công thức xác định hệ số co giãn của cung tại 1 điểm:

$$E^S = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q} \quad (2.19)$$

Trong đó: ΔQ : Sự thay đổi của lượng cung hàng hoá

ΔP : Sự thay đổi của giá hàng hoá

P: Giá cả của hàng của hàng hoá

Q: Lượng cung của hàng hoá

Lưu ý rằng giá trị tuyệt đối không sử dụng trong công thức này vì lượng cầu và giá có mối quan hệ cùng chiều (đường cầu dốc lên).

Tính chất của E^S

$E^S > 0$, vì lượng cung thay đổi tỷ lệ thuận với giá cả của hàng hoá nên E^S luôn luôn mang giá trị dương. Có các trường hợp xảy ra như sau:

$E^S < 1$: Có nghĩa là doanh nghiệp phản ứng nhẹ trước sự thay đổi của giá. Khi giá thay đổi 1% thì lượng cung thay đổi ít hơn 1%. Khi đó ta kết luận *cung kém co giãn* (cung co giãn ít).

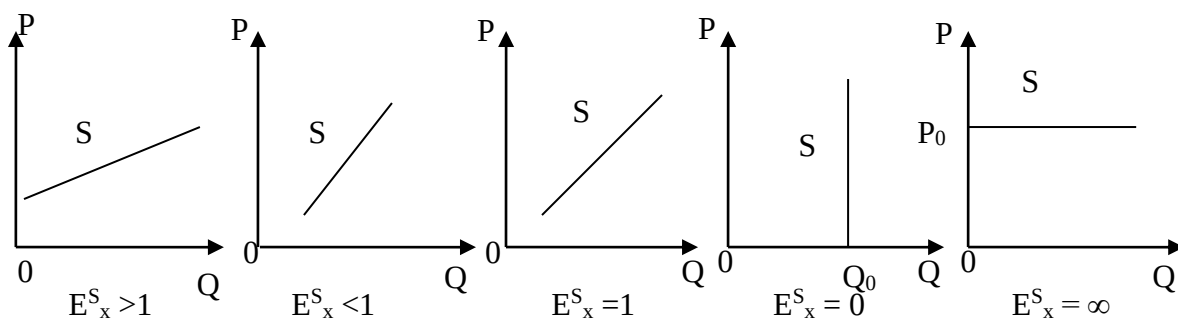
$E^S > 1$: Có nghĩa là doanh nghiệp phản ứng đáng kể trước sự thay đổi của giá. Khi giá thay đổi 1% thì lượng cung thay đổi nhiều hơn 1%. Khi đó ta kết luận *cung co giãn tương đối* (cung co giãn nhiều).

$E_s = 1$: Nếu giá thay đổi 1% thì lượng cung thay đổi đúng bằng 1%. Khi đó ta kết luận *cung co giãn đơn vị*.

$E_s = 0$: Khi giá thay đổi, lượng cung thay đổi rất nhỏ hay không thay đổi ($\% \Delta Q_s = 0$), ta kết luận *cung hoàn toàn không co giãn*. Trong trường hợp này đường cung thẳng đứng, song song với trục giá cả.

$E_s = \infty$: Cung co giãn hoàn toàn, Đường cung co giãn hoàn toàn có dạng đường cung nằm ngang. Đường cung của nhà cung cấp mà ở đó thị trường có vô số người mua và bán sẽ có đường cung gần như co giãn hoàn toàn. Khi đó, mỗi nhà cung cấp là người “nhận giá”, nhà cung cấp không thể tác động vào mức giá của thị trường.

Cung sẽ co giãn trong dài hạn hơn là trong ngắn hạn bởi vì các doanh nghiệp có đủ thời gian để tích lũy vốn, tìm kiếm thông tin công nghệ để đầu tư.



Hình 2.29. Độ co giãn của cung theo giá

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 2

I. Câu hỏi tự luận

Câu 1. Trình bày sự khác nhau giữa cầu và lượng cầu; cung và lượng cung.

Câu 2. Nêu sự ảnh hưởng của các yếu tố khác nhau đến cầu hàng hóa, dịch vụ

Câu 3. Nêu sự ảnh hưởng của các yếu tố khác nhau đến cung hàng hóa, dịch vụ.

Câu 4. Tại sao đường cầu có hình dáng dốc xuống về bên phải?

Câu 5. Tại sao đường cung có hình dáng dốc lên về bên phải?

Câu 6. Mô tả trạng thái cân bằng, dư thừa và thiếu hụt của thị trường.

Câu 7. Sự co giãn của cầu là gì? Cho ví dụ.

Câu 8. Hệ số co giãn của cầu được tính như thế nào? Cho ví dụ áp dụng.

Câu 9. Nêu ý nghĩa của các loại co giãn của cầu. Vẽ đồ thị minh họa các trường hợp co giãn của cầu theo giá cả.

Câu 10. Do bị dịch bệnh xảy ra ở cà phê nên lượng cà phê năm nay giảm so với năm ngoái. Vậy giá cả và sản lượng cà phê trên thị trường thay đổi như thế nào so với năm ngoái? Minh họa bằng đồ thị?

Câu 11. Trong những nhóm hàng hóa sau đây, nhóm nào là hàng thay thế và nhóm nào là hàng bổ sung?

1. Lớp kế toán và lớp du lịch
2. Bóng tennis và vợt tennis
3. Cà phê và trà sữa
4. Xe máy và xăng

Câu 12. Sự kiện nào dưới đây có thể là nguyên nhân làm tăng (giảm) giá nhà cho thuê ở thành phố Hồ Chí Minh? Vì sao? Minh họa bằng đồ thị?

1. Việc xây nhà cho thuê giảm đi
2. Các tổ chức xây dựng nhà tăng việc cho thuê nhà
3. Dân số đến nhập cư ở thành phố Hồ Chí Minh tăng
4. Các cơ quan chính quyền đã hỗ trợ tiền mua nhà cho người lao động có mức thu nhập thấp

Câu 13. Sự kiện nào dưới đây có thể là nguyên nhân làm tăng, giảm giá cả cà phê trên thị trường? Vì sao? Minh họa bằng đồ thị

1. Giá phân bón tăng.
2. Hộ gia đình chặt cà phê để trồng mì.
3. Do Thu hoạch cà phê lúc còn non nên cà phê Việt Nam kém chất lượng hơn cà phê trên giới.
4. Hạn hán làm cà phê Việt Nam bị mất mùa.

II. Nhận định đúng hay sai và giải thích

Câu 1. Luật cầu cho thấy rằng khi giá của hàng hoá tăng thì lượng hàng hoá được cầu cũng tăng.

Câu 2. Hàng hoá thứ cấp là hàng hóa được sản xuất ra với chất lượng kém.

Câu 3. Hàng hoá thông thường là những hàng hoá mà cầu tăng khi thu nhập tăng.

Câu 4. Tăng thu nhập của người tiêu dùng sẽ làm tăng cầu đối với tất cả các mặt hàng.

Câu 5. Nếu số lượng lốp xe ô tô bán ra hàng tháng giảm khi giá xăng tăng, các yếu tố khác giữ nguyên, nhà kinh tế có thể nói lốp xe và xăng là hàng hoá bổ sung.

Câu 6. Đường cung cho thấy số lượng hàng hóa mà người tiêu dùng muốn mua ở mỗi mức giá.

Câu 7. Giả sử cầu đối với máy tính tăng lên và chi phí sản xuất máy tính giảm xuống, giá cân bằng sẽ giảm và lượng cân bằng sẽ tăng.

Câu 8. Trạng thái cân bằng của thị trường sẽ được duy trì như nó có cho đến khi một trong những giả thiết liên quan đến cung và cầu thay đổi.

Câu 9. Đặt giá cho một mặt hàng là giá cân bằng của thị trường.

Câu 10. Kỳ vọng của người tiêu dùng luôn luôn làm cho cầu tăng, các yếu tố khác không đổi.

Câu 11. Sự vận động dọc theo đường cầu không khác gì sự dịch chuyển đường cầu vì đều làm cho cầu tăng hoặc giảm.

Câu 12. Mất mùa dẫn đến tăng giá gạo khi các yếu tố khác giữ nguyên.

Câu 13. Thay đổi giá của một mặt hàng làm dịch chuyển đường cung mặt hàng đó.

Câu 14. Tăng giá hàng hóa thay thế sẽ làm dịch chuyển đường cầu hàng hóa đã cho sang phải.

Câu 15. Nếu cầu ít co giãn, hạ giá sẽ làm tăng tổng chi tiêu của người tiêu dùng.

Câu 16. Hệ số co giãn của cầu theo giá cả bằng 1 nghĩa là giá cả thay đổi một phần trăm thì lượng cầu thay đổi hơn một phần trăm.

Câu 17. Nếu cầu hàng hóa co giãn ít (hay co giãn không tương đối) theo giá cả thì người bán nên tăng giá bán để tăng doanh thu.

Câu 18. Nếu cầu hàng hóa co giãn mạnh (hay co giãn tương đối) theo giá cả thì người bán nên tăng giá bán để tăng doanh thu.

III. Lựa chọn câu trả lời đúng nhất

Câu 1. Nếu giá hàng hóa A tăng lên gây ra sự dịch chuyển của đường cầu đối với hàng hóa B về phía bên trái thì:

- a) A và B là hàng hóa bổ sung trong tiêu dùng.
- b) A và B là hàng hóa thay thế trong tiêu dùng.
- c) A và B là hàng hóa thông thường.
- d) A và B là hàng hóa thứ cấp.

Câu 2. Cung hàng hóa thay đổi khi:

- a) Cầu hàng hóa thay đổi.
- b) Thị hiếu của người tiêu dùng thay đổi.
- c) Công nghệ sản xuất thay đổi.
- d) Sự xuất hiện của người tiêu dùng mới.
- e) Không phải điều nào ở trên.

Câu 3. Hạn hán có thể sẽ:

- a) Gây ra sự vận động dọc theo đường cung lúa gạo tới mức giá cao hơn.

- b) Gây ra cầu tăng, làm cho giá lúa gạo cao hơn.
- c) Làm cho cầu đối với lúa gạo giảm xuống.
- d) Làm cho đường cung đối với lúa gạo dịch chuyển lên trên sang bên trái.
- e) Làm giảm giá hàng hoá thay thế cho lúa gạo.

Câu 4. Thuế nhập khẩu ô tô tăng lên sẽ làm cho:

- a) Đường cầu ô tô dịch chuyển lên trên.
- b) Cả đường cung và đường cầu ô tô dịch chuyển lên trên.
- c) Đường cung và đường cầu dịch ô tô chuyển xuống dưới.
- d) Không điều nào ở trên đúng.

Câu 5. Điều gì chắc chắn dẫn đến giảm giá cân bằng:

- a) Cả cung và cầu đều tăng.
- b) Cả cung và cầu đều giảm.
- c) Sự tăng lên của cầu kết hợp với sự giảm xuống của cung.
- d) Sự tăng lên của cung kết hợp với sự giảm xuống của cầu.
- e) Không có điều nào ở trên.

Câu 6. Chi phí đầu vào để sản xuất ra hàng hoá X tăng lên sẽ làm cho:

- a) Đường cầu dịch chuyển lên trên.
- b) Đường cung dịch chuyển lên trên.
- c) Cả đường cung và đường cầu dịch chuyển lên trên.

d) Đường cung và đường cầu dịch chuyển xuống dưới.

e) Không điều nào ở trên đúng.

Câu 7. Điều gì chắc chắn dẫn đến tăng giá cân bằng:

- a) Cả cung và cầu đều tăng.
- b) Cả cung và cầu đều giảm.
- c) Sự tăng lên của cầu kết hợp với sự giảm xuống của cung.
- d) Sự tăng lên của cung kết hợp với sự giảm xuống của cầu.
- e) Không có điều nào ở trên.

Câu 8. Nếu A và B là hai hàng hóa bổ sung trong tiêu dùng và chi phí nguồn lực để sản xuất hàng hóa A giảm xuống thì giá của:

- a) Cả A và B đều tăng.
- b) Cả A và B đều giảm.
- c) A sẽ giảm và B sẽ tăng.
- d) A sẽ tăng và B sẽ giảm.
- e) A sẽ giảm còn B không đổi.

Câu 9. Sự thay đổi nào dưới đây dẫn đến dịch chuyển đường cầu đối với ô tô:

- a) Giá bán ô tô.
- b) Thuế nhập khẩu ô tô và phụ tùng ô tô.
- c) Thu nhập của người tiêu dùng.
- d) Công nghệ sản xuất ô tô.
- e) Giá nhiên liệu trên thị trường.

Câu 10. Chi phí đầu vào để sản xuất ra hàng hoá X giảm xuống sẽ làm cho:

- a) Đường cầu dịch chuyển lên trên.
- b) Đường cung dịch chuyển lên trên.

- c) Cả đường cung và đường cầu dịch chuyển lên trên.
- d) Đường cung và đường cầu dịch chuyển xuống dưới.
- e) Không điều nào ở trên đúng.

Câu 11. Yếu tố nào sau đây không được coi là yếu tố quyết định cầu hàng hoá:

- a) Giá hàng hoá liên quan.
- b) Thị hiếu, sở thích.
- c) Các yếu tố đầu vào để sản xuất hàng hoá.
- d) Thu nhập của người tiêu dùng.

Câu 12. Yếu tố nào sau đây không phải là yếu tố quyết định cung:

- a) Những thay đổi của công nghệ.
- b) Mức thu nhập.
- c) Chính phủ tăng thuế.
- d) Chi phí nguồn lực để sản xuất hàng hoá.

Câu 13. Đường cầu của sản phẩm A dịch chuyển khi:

- a) Chi phí sản xuất sản phẩm A thay đổi.
- b) Thu nhập của người tiêu dùng thay đổi.
- c) Giá sản phẩm A thay đổi.
- d) Các câu trên đều đúng.

Câu 14. Đường cung sản phẩm A dịch chuyển khi:

- a) Thuế thay đổi.
- b) Giá sản phẩm thay thế giảm.
- c) Giá sản phẩm A thay đổi.
- d) Thu nhập của người tiêu dùng thay đổi.

Câu 15. Giá trần (giá tối đa) luôn dẫn tới:

- a) Sự gia nhập ngành.
- b) Sự thặng dư cung
- c) Sự thiếu hụt hàng hoá.
- d) Duy trì thế cân bằng của thị trường.

Câu 16. Hệ số co giãn của cầu theo giá:

- a) Mang giá trị âm.
- b) Mang giá trị dương.
- c) Có thể là giá trị âm hoặc dương.
- d) Không có câu trả lời nào trên đây đúng.

Câu 17. Nếu hàng hoá y được tiêu dùng bổ sung với hàng hoá x thì hệ số co giãn của cầu hàng hoá x theo giá cả hàng hoá y sẽ:

- a) Nhỏ hơn 0.
- b) Lớn hơn 0.
- c) Bằng 1.
- d) Bằng 0.

Câu 18. Nếu x là hàng hoá thông thường thì hệ số co giãn của cầu hàng hoá x theo thu nhập sẽ:

- a) Nhỏ hơn 0.
- b) Lớn hơn 0.
- c) Cả a và b đều có thể xảy ra.
- d) Luôn luôn lớn hơn 1.

Câu 19. Nếu x là hàng hoá thứ cấp thì hệ số co giãn của cầu hàng hoá x theo thu nhập sẽ:

- a) Nhỏ hơn 0.
- b) Lớn hơn 0.
- c) Cả a và b đều có thể xảy ra.
- d) Luôn luôn lớn hơn 1.

- Câu 20.** Cầu co dẫn tương đối theo giá cả thì khi tăng giá bán, doanh thu sẽ:
- a) Tăng.
 - b) Giảm.
 - c) Chưa chắc tăng hay giảm.
 - d) Không thay đổi.
- a) Tăng.
- b) Giảm.
- c) Không thay đổi.
- d) Tất cả các trường hợp trên đều có thể xảy ra

Câu 21. Cầu co giãn đơn vị theo giá cả thì khi tăng giá bán, doanh thu sẽ:

IV. Bài tập

Bài 1: Thị trường sản phẩm A có hàm số cầu và hàm số cung lần lượt là: $Q_D = 100 - 5P$; $Q_S = 5P + 50$; trong đó giá tính bằng nghìn đồng/sp, lượng tính bằng nghìn sp.

Yêu cầu:

1. Xác định mức giá và sản lượng cân bằng của thị trường. Tính độ co giãn cung, cầu tại mức giá cân bằng.
2. Vẽ đồ thị hàm số cung và hàm số cầu trên cùng 1 đồ thị
3. Tính thặng dư tiêu dùng (CS) và thặng dư sản xuất (PS), tổng thặng dư tại mức giá cân bằng.
4. Nếu Chính phủ ấn định giá là 8. Điều gì xảy ra trên thị trường? Chính phủ phải chi hết bao nhiêu tiền cho quyết định trên.
5. Nếu Chính phủ ấn định giá là 3. Điều gì xảy ra trên thị trường?
6. Nếu lượng cung trên thị trường tăng 20%, xác định giá cả và sản lượng cân bằng mới
7. Nếu lượng cầu trên thị trường tăng 50% và lượng cung tăng 20%, xác định giá cả và sản lượng cân bằng mới
8. Nếu Chính phủ đánh thuế $t = 0,5$ vào người bán, cầu không thay đổi. Hãy xác định giá và sản lượng cân bằng trong trường hợp này. Tính số thuế mà người tiêu dùng; người sản xuất phải gánh chịu? Ai (người bán hay người mua) sẽ chịu gánh nặng của thuế?
9. Nếu Chính phủ trợ cấp $tr = 0,3$ cho người bán, cầu không thay đổi. Hãy xác định giá và sản lượng cân bằng trong trường hợp này. Tính số trợ cấp mà người tiêu dùng; người sản xuất được hưởng lợi. Tổng số tiền Chính phủ phải chi ra?

Bài 2: Có biểu cung, biểu cầu thị trường sản phẩm A như sau:

P (nghìn đồng)	Q _D (đơn vị sp)	Q _S (đơn vị sp)
10	100	40
12	90	50
14	80	60
16	70	70
18	60	80
20	50	90

Yêu cầu:

1. Viết hàm cung, hàm cầu?
 2. Tính hệ số co giãn của cầu và cung ở giá 12 nghìn đồng; ở giá 18 nghìn đồng và khoảng 12 đến 18 nghìn đồng.
 3. Tính giá và lượng cân bằng trên thị trường. Tính hệ số co giãn của cung, cầu tại mức giá đó. Tính thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư tại mức giá đó.
 4. Nếu Chính phủ quy định giá trần là $P_C = 14$ thì điều gì sẽ xảy ra trên thị trường? Tính thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư tại mức giá đó. Để giữ giá trần có hiệu lực Chính phủ phải làm gì?
 5. So sánh CS, PS và NSB ở mức giá cân bằng khi thị trường không có điều tiết và khi có giá trần.
 6. Nếu lượng cầu trên thị trường giảm 50%, xác định giá cả và sản lượng cân bằng mới
- Bài 3:** Giả sử rằng thu nhập hàng tháng của hộ gia đình giảm từ \$10.000 xuống còn \$6.000, trong khi tiêu dùng hàng tháng về sản phẩm X của họ tăng từ 200 lên 400.

Yêu cầu:

1. Hệ số co giãn của cầu theo thu nhập đối với sản phẩm X.
2. X là loại hàng hóa gì?

Bài 4: Thị trường sản phẩm X được coi là cạnh tranh có hàm cung là $P^S = 10 + Q$, cầu về sản phẩm X là 1 đường thẳng có độ dốc là -1 và ở mức giá là 20 thì hệ số co giãn của D theo giá là -0,5. (trong đó giá tính bằng nghìn đồng/sp, lượng tính bằng nghìn sản phẩm)

Yêu cầu:

1. Viết phương trình đường cầu.

2. Tính giá và sản lượng cân bằng. Tính thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất tại mức giá cân bằng.

3. Nếu chính phủ ấn định giá là 30. Điều gì xảy ra trên thị trường? Tính thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất tại mức giá này.

Bài 5: Có 100 người tiêu dùng sản phẩm X trên thị trường. Hàm số cầu cá nhân đối với sản phẩm X là $P_d = 100 - 100Q$

Hàm cung thị trường sản phẩm X là: $Q_s = 3P - 60$, trong đó giá tính bằng nghìn đồng/sp, lượng tính bằng nghìn sản phẩm.

Yêu cầu:

1. Tính hàm cầu thị trường.
2. Xác định giá và lượng cân bằng trên thị trường. Tính hệ số co giãn của cung, cầu tại mức giá đó. Tính thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư tại mức giá đó.

Bài 6: Cung cầu về cam được cho bởi các hàm sau:

$P_d = 18 - 3Q$ và $P_s = 6 + Q$, trong đó giá tính bằng nghìn đồng/kg, lượng tính bằng tấn.

Yêu cầu:

1. Nếu không có thuế hoặc trợ cấp thì giá và lượng cân bằng của cam là bao nhiêu?
2. Nếu chính phủ đánh thuế vào người sản xuất cam 2 nghìn đồng/kg thì giá và lượng cân bằng mới là bao nhiêu? Tính phần thuế mà người tiêu dùng, người sản xuất phải gánh chịu.
3. Độ co giãn theo giá chéo giữa giá cam và cầu về xoài là +0,5 điều gì sẽ xảy ra với lượng cầu về xoài, nếu giá xoài giữ nguyên? (từ kết quả câu 2, xoài và cam là 2 hàng hóa bổ sung nên giá cam tăng thì lượng xoài tăng).

Bài 7

Tại điểm cân bằng ta có giá cả và sản lượng cân bằng là: $P = 840$ và $Q = 480$

Hệ số co giãn của cung và cầu tại điểm cân bằng: $E_D = -0.875$ và $E_S = 3.5$

(Đơn vị tính giá là đồng/kg và sản lượng là kg)

Yêu cầu:

1. Xác định hàm số cung và hàm số cầu?
2. Vẽ đồ thị hàm số cung và hàm số cầu lên cùng 1 đồ thị?

3. Nếu chính phủ quy định giá bán $P = 1000đ$ thì trên thị trường sẽ xảy ra hiện tượng gì? Vì sao? Chính phủ phải chi hết bao nhiêu tiền cho quyết định trên?
4. Xác định hệ số co giãn của cung và cầu tại khoảng có mức giá từ 900đ đến 1000đ
5. Nếu chính phủ trợ cấp giá 100 đ trên 1 đơn vị sản phẩm. Hãy tìm giá cả và sản lượng cân bằng mới?
6. Nếu cầu sản phẩm A giảm 10 %, cung vẫn không thay đổi. Hãy xác định giá cả và sản lượng cân bằng trong trường hợp này?
7. Nếu cầu sản phẩm A giảm 10% và lượng cung giảm 20%. Hãy xác định giá cả và sản lượng cân bằng trong trường hợp này?
8. Tính hệ số co giãn của cung và cầu tại $p = 900đ$

Bài 8: Có biểu cung cầu về thị trường một loại sản phẩm X như sau:

Giá (1.000đ/kg)	Lượng cầu (triệu tấn)	Lượng cung (triệu tấn)
6	44	26
8	36	36
10	28	46
12	20	56

Yêu cầu:

1. Hãy xây dựng phương trình hàm cung, hàm cầu của thị trường về sản phẩm X.
2. Trên cơ sở đó hãy xác định giá và mức sản lượng cân bằng của thị trường
3. Hãy xác định lượng hàng hoá dư thừa hay thiếu hụt nếu giá bị áp đặt là 10.000đ/kg, 5.000đ/kg, tính lượng dư thừa và thiếu hụt. Tính chi phí của chính phủ bỏ ra để thu mua lượng hàng hoá dư thừa, để đảm bảo cung cầu trên thị trường.
4. Nếu chính phủ trợ cấp cho người sản xuất 100 đ/kg sản phẩm X. Hãy tìm giá cả và sản lượng cân bằng mới

Bài 9. Thị trường sản phẩm A có hàm số cầu và hàm số cung lần lượt là:

$$Q_D = 150 - 4P \text{ và } Q_S = 6P - 50 \quad (\text{đơn giá } 1000đ/\text{kg, sản lượng tấn})$$

Yêu cầu:

1. Xác định mức giá và sản lượng cân bằng của thị trường sản phẩm A
2. Tính hệ số co giãn của cầu và cung theo giá tại mức sản lượng cân bằng.
3. Tính hệ số co giãn của cầu và cung theo giá trong khoản mức giá 15 đến 21.
4. Nếu chính phủ quy định mức giá trần là 15000đ thì trên thị trường sẽ xảy ra hiện tượng gì?

5. Nếu chính phủ quy định mức giá sàn là 25000đ thì trên thị trường sẽ xảy ra hiện tượng gì? Chính phủ đã chi bao nhiêu tiền cho việc thực hiện mức giá sàn?
6. Nếu cầu sản phẩm A giảm 10 %, cung vẫn không thay đổi. Hãy xác định giá cả và sản lượng cân bằng trong trường hợp này.
7. Nếu cầu sản phẩm A giảm 10% và lượng cung giảm 20%. Hãy xác định giá cả và sản lượng cân bằng trong trường hợp này.
8. Nếu chính phủ thực hiện chính sách trợ cấp giá cho sản phẩm A là 5000đ đơn vị trên 1 sản phẩm thì giá cả cân bằng trên thị trường thay đổi như thế nào?
9. Nếu chính phủ thực hiện chính sách đánh thuế 10000đ đơn vị trên 1 sản phẩm thì giá cả cân bằng trên thị trường thay đổi như thế nào?

Chương 3: LÝ THUYẾT HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Mục tiêu: Học xong chương này, người học có thể:

- Giải thích được các lý thuyết về lợi ích;
- Lựa chọn sản phẩm và tiêu dùng tối ưu.

3.1. Lý thuyết lợi ích

3.1.1. Một số khái niệm về lợi ích (lý thuyết hữu dụng)

Lợi ích (U _Utility)

Lợi ích được định nghĩa như là mức độ thỏa mãn hay hài lòng liên quan đến các lựa chọn tiêu dùng.

Lợi ích thường không giống nhau đối với mỗi người khi tiêu dùng cùng sản phẩm.

Tổng lợi ích (TU)

Tổng lợi ích là tổng mức độ thỏa mãn đạt được khi tiêu dùng một số lượng hàng hóa hay dịch vụ nhất định.

$$TU = f(X, Y, Z, \dots) = U_1 + U_2 + U_3 + \dots + U_n \quad (3.1)$$

Những giả thiết cơ bản về sở thích của người tiêu dùng

- Sở thích có tính hoàn chỉnh, nghĩa là người tiêu dùng có khả năng so sánh, sắp xếp theo thứ tự mức thỏa mãn mà các phối hợp khác nhau giữa 2 hay nhiều hàng hóa có thể mang lại.

- Người tiêu dùng luôn thích nhiều hàng hóa hơn là có ít hàng hóa (đối với hàng hóa tốt)

- Sở thích có tính bắc cầu, nghĩa là phối hợp A được ưa thích hơn phối hợp B, phối hợp B được ưa thích hơn phối hợp C thì tất nhiên phối hợp A sẽ được ưa thích hơn phối hợp C.

3.1.2. Quy luật lợi ích cận biên giảm dần

Lợi ích biên (MU _Marginal Utility)

Lợi ích biên là phần thay đổi trong tổng lợi ích khi thay đổi một đơn vị sản phẩm tiêu dùng, hay là lợi ích tăng thêm khi người tiêu dùng tăng thêm một đơn vị tiêu dùng hàng hóa.

Công thức tính MU

Nếu tổng hữu dụng cho dưới dạng bảng biểu thì:

$$MU_x = \Delta TU_x / \Delta Q_x \quad (3.2)$$

Nếu tổng hữu dụng là một hàm liên tục thì: $MU_X = \frac{TU'}{Q'}$ (3.3.)

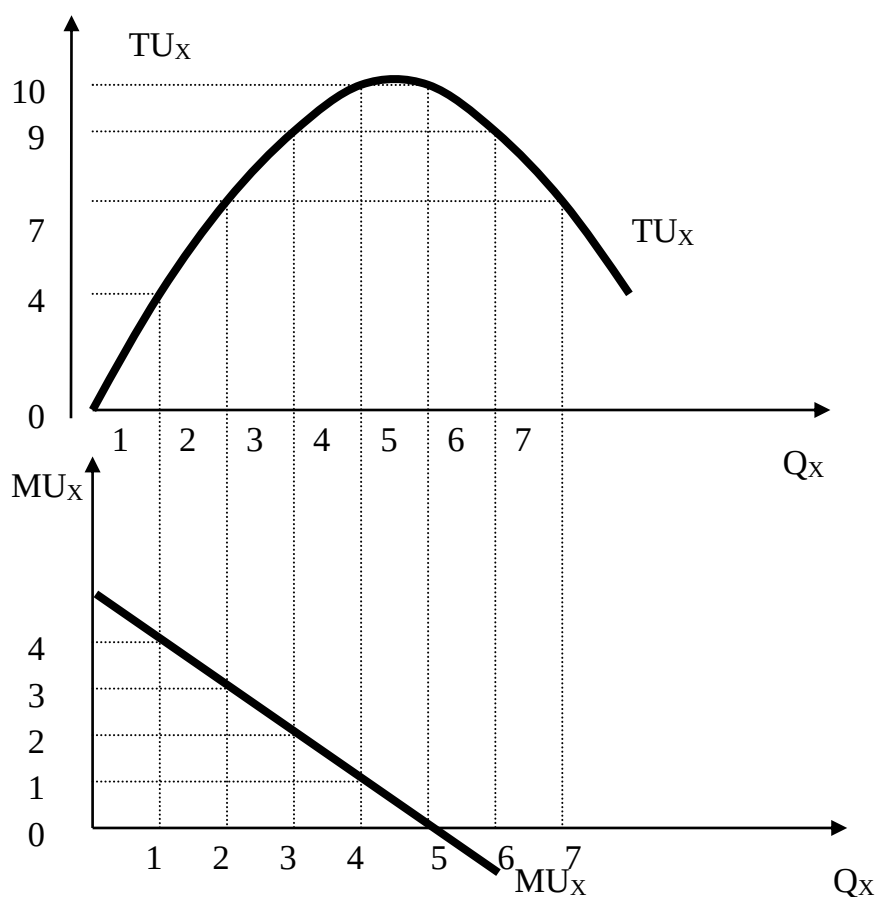
(TU' : Đạo hàm bậc nhất của hàm TU, Q' : Đạo hàm bậc nhất của Q)

- Quy luật hữu dụng biên giảm dần: Khi sử dụng ngày càng nhiều sản phẩm X, trong khi số lượng các sản phẩm khác được giữ nguyên trong mỗi đơn vị thời gian thì hữu dụng biên của sản phẩm lúc đầu sẽ tăng nhưng đến 1 mức độ nào đó thì hữu dụng biên của sản phẩm này sẽ giảm

Ví dụ: Tổng hữu dụng và hữu dụng biên của 1 người tiêu dùng hàng hóa X trong tuần như sau:

Bảng 3.1. Lợi ích tiêu dùng hàng hóa X

Q_X	TU_X (đvhđ)	MU_X (đvhđ)
1	4	4
2	7	3
3	9	2
4	10	1
5	10	0
6	9	-1
7	7	-2



Hình 3.1. Mối quan hệ giữa MU và TU

Mối quan hệ giữa MU và TU

- ✓ Khi $MU > 0$ thì TU tăng.
- ✓ Khi $MU < 0$ thì TU giảm.
- ✓ Khi $MU = 0$ thì TU đạt cực đại (TU_{MAX}).

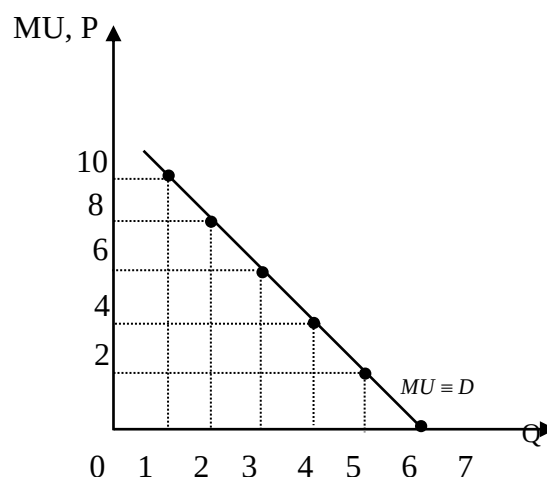
3.1.3. Lợi ích cận biên và đường cầu

3.1.3.1. Mối quan hệ giữa lợi ích cận biên và đường cầu

Giữa lợi ích cận biên và giá cả hàng hóa có mối quan hệ với nhau. Giá cả hàng hóa là số tiền mà người tiêu dùng chi trả để có được hàng hóa. Thực tế tiêu dùng cho thấy, khi lợi ích càng cao thì sự sẵn sàng chi trả càng cao và ngược lại. Tuy nhiên, theo quy luật lợi ích cận biên giảm dần, càng tăng tiêu dùng (Q tăng) thì lợi ích cận biên càng giảm (MU giảm), làm cho sự sẵn sàng chi trả giảm (P giảm). Nói cách khác, người tiêu dùng chỉ mua thêm sản phẩm (Q tăng) khi giá sản phẩm đó giảm (P giảm). Trên đồ thị, có sự tương tự về hình dạng của đường lợi ích cận biên và đường cầu (Hình 3.2). Như vậy, đường cầu dốc xuống là do ảnh hưởng của quy luật lợi ích cận biên giảm dần.

3.1.3.2. Đồ thị

Khi giá (P) giảm thì lượng cầu (Q) tăng và ngược lại. Lợi ích cận biên (MU) càng giảm khi số lượng sản phẩm tiêu dùng (Q) tăng. Do đó, trên đồ thị, đường lợi ích cận biên cũng chính là đường cầu.



Hình 3.2. Lợi ích cận biên và đường cầu

3.1.4. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu tiếp cận từ lý thuyết lợi ích

Giả sử người tiêu dùng chi tiêu tất cả thu nhập (I) vào hàng hóa X và Y, người tiêu dùng phải tối đa hóa lợi ích (U) thỏa mãn ràng buộc ngân sách chi tiêu. Khi đó, người tiêu dùng phải thỏa mãn: Hàm mục tiêu: $U = f(Q_X, Q_Y) \rightarrow \text{Max}$

$$\text{Ràng buộc: } P_X Q_X + P_Y Q_Y \leq I \quad (3.4)$$

Điều kiện để tối đa hóa tổng lợi ích là lợi ích cận biên tính trên một đồng của hàng hóa này phải bằng lợi ích cận biên tính trên một đồng của hàng hóa khác và bằng lợi ích cận biên tính trên một đồng của bất kỳ hàng hóa nào khác và trong khả năng chi tiêu có giới hạn của người tiêu dùng :

$$\begin{cases} \frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} \\ X \cdot P_X + Y \cdot P_Y = I \end{cases} \quad (3.5)$$

Điều kiện thứ nhất cho biết lợi ích biên trên mỗi đồng tiêu dùng của tất cả các hàng hóa phải bằng nhau. Để thấy tại sao có điều này, chúng ta hãy xem xét điều gì sẽ xảy ra khi điều kiện trên không thỏa mãn. Cụ thể, chúng ta giả định rằng lợi ích của một đồng tiêu dùng sau cùng vào hàng hóa X là 10, trong khi lợi ích của một đồng sau cùng tiêu dùng vào hàng hóa Y là 5. Từ khi một đồng tiêu dùng thêm vào hàng hóa X đem lại nhiều lợi ích hơn so với một đồng tiêu dùng thêm vào hàng hóa Y, cá nhân muốn tối đa hóa lợi ích sẽ tiêu dùng nhiều hơn vào hàng hóa X và tiêu dùng ít hơn vào hàng hóa Y. Giảm chi tiêu một đồng vào hàng hóa Y làm giảm 5 đơn vị lợi ích, nhưng tăng một đồng tiêu dùng vào hàng hóa X đem lại thêm 10 đơn vị lợi ích. Vì vậy, việc chuyển một đồng tiêu dùng hàng hóa Y sang hàng hóa X đem lại cho cá nhân lợi ích ròng là 5 đơn vị lợi ích. Càng tiêu dùng nhiều hàng hóa X thì lợi ích biên của X sẽ giảm tương đối so với lợi ích biên của Y. Cá nhân sẽ tiêu dùng nhiều X hơn Y cho đến

khi nào lợi ích biên của một đồng tiêu dùng sau cùng vào hàng hóa X bằng với lợi ích biên của một đồng tiêu dùng sau cùng vào hàng hóa Y. Điều kiện thứ nhất đôi khi được xem như là “nguyên tắc cân bằng biên”.

Mô hình tiêu dùng ở trên là mô hình một thời kỳ mà ở đó giả định cá nhân không tiết kiệm hay vay mượn. Khi đó, điều kiện thứ hai đó là tất cả thu nhập phải được chi tiêu. Dĩ nhiên, một mô hình đầy đủ nhất thiết phải xem xét các điều kiện về tiết kiệm và vay mượn cho nhiều thời kỳ. Điều kiện thứ nhất chỉ là điều kiện cần để tối đa hóa lợi ích, các kết hợp tiêu dùng có thể thỏa mãn điều kiện này. Tuy nhiên, chỉ có kết hợp tiêu dùng thỏa mãn điều kiện thứ hai (điều kiện đủ) thì cá nhân sẽ tối đa hóa lợi ích tiêu dùng.

Số lượng các hàng hoá, dịch vụ mua phải thỏa điều kiện MU của một đơn vị tiền mua các hàng hoá, dịch vụ khác nhau phải bằng nhau.

Ví dụ: Một người tiêu dùng với thu nhập $I = 10$, chi tiêu 2 hàng hóa X và Y với giá như sau: $P_X = 1$; $P_Y = 1$ và MU_X , MU_Y được cho như bảng sau:

Bảng 3.2. Lợi ích biên của hàng hóa X và Y

X	MU_X	Y	MU_Y
1	50	1	46
2	45	2	42
3	39	3	37
4	32	4	31
5	24	5	24
6	15	6	16

Theo bảng 3.2 ta tính tổng lợi ích lớn nhất đối với 2 hàng hóa X và Y là:

$$TU_{Max} = \sum MU_X + \sum MU_Y$$

$$TU_{Max} = 190 + 180$$

$$TU_{Max} = 370 \text{ (đvhđ)}$$

Khi kết hợp tiêu dùng thỏa mãn hai điều kiện trên, cá nhân đạt được trạng thái cân bằng tiêu dùng. Một trạng thái cân bằng mà ở đó cá nhân xác định được số lượng và ngân sách tiêu dùng cho mỗi hàng hóa tiêu dùng để đạt được tối đa hóa lợi ích (trừ khi cá nhân có sự thay đổi sở thích, thu nhập và giá cả liên quan).

3.2. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu tiếp cận từ đường ngân sách và đường bàng quan

3.2.1. Đường bàng quan - đường đẳng ích

Đường bàng quan hay còn được gọi là đường đẳng ích, là tập hợp những phối hợp khác nhau trong việc lựa chọn hai loại hàng hoá và tất cả những phối hợp đó đều mang lại một số lợi ích như nhau đối với người tiêu dùng.

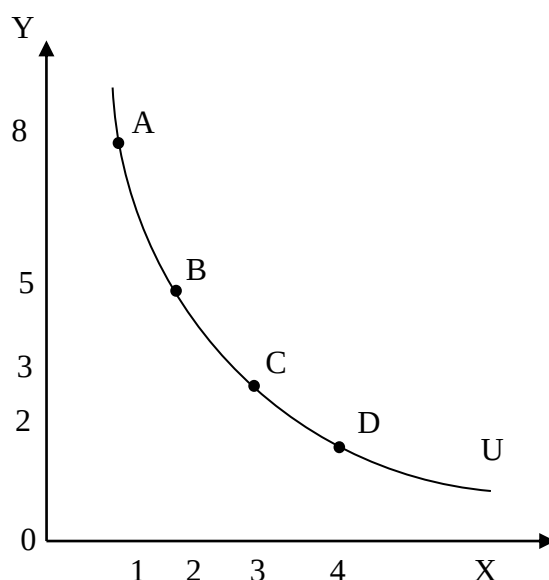
Mức lợi ích phụ thuộc rất lớn vào sở thích của người tiêu dùng. Mỗi mức lợi ích hay sở thích của người tiêu dùng được đại diện bằng một đường bàng quan và mỗi người có vô số đường bàng quan khác nhau.

Giả sử có các kết hợp tiêu dùng khác nhau giữa hai hàng hóa X và Y được mô tả ở bảng 3.3 mang lại cho người tiêu dùng tổng lợi ích bằng nhau.

Bảng 3.3. Phối hợp tiêu dùng giữa sản phẩm X và sản phẩm Y

Kết hợp X và Y	X (số lượng sp X)	Y (số lượng sp Y)
A	1	8
B	2	5
C	3	3
D	4	2

Trên đồ thị, tập hợp các kết hợp này tạo thành một đường cong và được gọi là đường bàng quan hay đường đẳng ích (U) như hình 3.3.



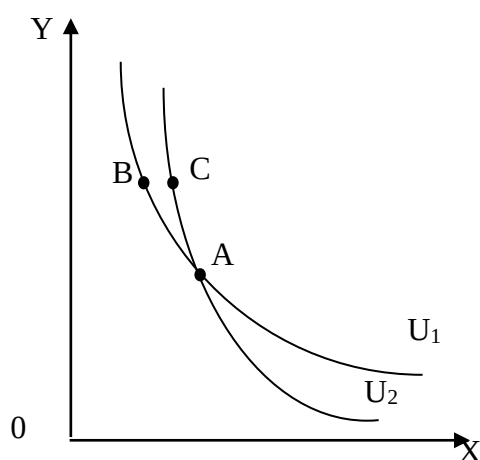
Hình 3.3. Đường bàng quan sản phẩm X và Y

Đặc điểm

Mỗi đường bàng quan có 3 đặc điểm sau:

- *Đường bàng quan dốc xuống về phía phải.* Đặc điểm này thể hiện khi tăng số lượng sản phẩm tiêu dùng này thì giảm số lượng sản phẩm tiêu dùng kia để tổng lợi ích hay sự thỏa mãn không thay đổi.

- *Các đường bàng quan không bao giờ cắt nhau.* Để giải thích đặc điểm này, chúng ta giả sử hai đường bàng quan cắt nhau tại điểm A. Trên đường bàng quan U_1 , ta xem xét hai kết hợp tiêu dùng tại A và B; trên đường bàng quan U_2 , ta xét hai kết hợp tiêu dùng A và C. Theo khái niệm đường bàng quan, ta có $TU_A = TU_B$ (A và B cùng thuộc đường bàng quan U_1). Tương tự, A và C cùng thuộc đường bàng quan U_2 nên $TU_A = TU_C$. Giả sử sở thích người tiêu dùng có tính bắc cầu, thì ta có thể kết luận $TU_B = TU_C$.



Hình 3.4. Đường bàng quan

Mặc dù số lượng sản phẩm Y là bằng nhau khi tiêu dùng tại B hay C, nhưng việc tiêu dùng tại C có số lượng sản phẩm X nhiều hơn so với tiêu dùng tại B. Với tâm lý người tiêu dùng thích nhiều hơn là thích ít, nên tổng lợi ích tại C lớn hơn tổng lợi ích tại B hay $TU_C > TU_B$. Chính vì vậy, giả thiết 2 đường bàng quan cắt nhau là không hợp lý.

- *Các đường bàng quan càng xa gốc tọa độ có độ ưa thích càng cao.* Những đường bàng quan càng xa gốc tọa độ thể hiện số lượng hàng hóa được tiêu dùng càng nhiều nên càng được ưa thích hơn.

Tỷ lệ thay thế biên: MRS _Marginal rate of Substitution

Tỷ lệ thay thế cận biên giữa hai hàng hóa cho biết số lượng hàng hóa này giảm đi để tăng tiêu dùng hàng hóa kia lên một đơn vị nhưng tổng lợi ích không thay đổi.

Quan sát hình 3.5, khi tăng tiêu dùng sản phẩm X thêm một đơn vị thì giảm đi một số lượng sản phẩm Y nhất định. Lúc này tỷ lệ thay thế cận biên của sản phẩm X

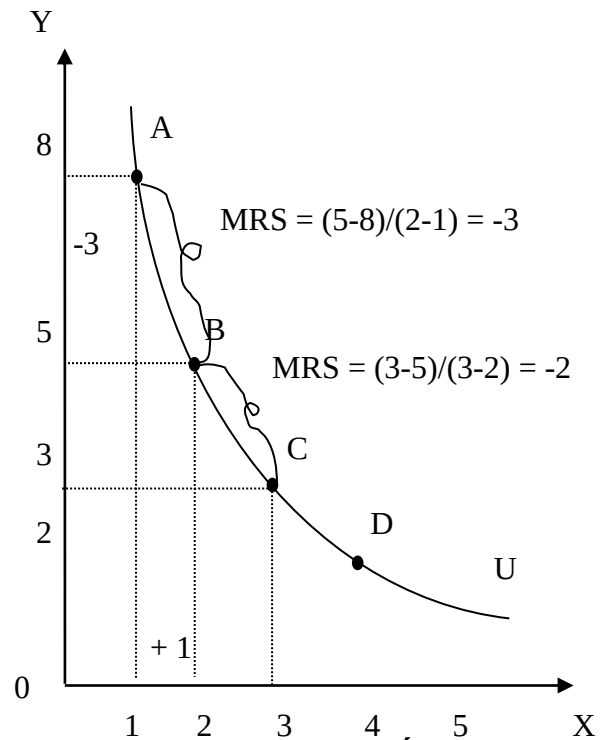
cho sản phẩm Y là số lượng sản phẩm Y giảm đi để tăng tiêu dùng sản phẩm X lên một đơn vị nhằm đảm bảo tổng lợi ích không thay đổi.

Công thức tính

MRS được xác định theo công thức:

$$MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

MRS chính là hệ số góc đường bàng quan. Đường cong bàng quan dốc xuống nên hệ số MRS mang dấu âm và thay đổi dọc theo đường bàng quan.



Hình 3.5. Tỷ lệ thay thế cận biên

Dựa vào khái niệm đường bàng quan, ta có thể xác định MRS dựa vào lợi ích cận biên của hai hàng hóa theo công thức như sau:

$$\boxed{MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_X}{MU_Y}} \quad (3.6)$$

- Khi tăng tiêu dùng sản phẩm X một lượng ΔX , tổng lợi ích tăng thêm một lượng là $\Delta TU_X = \Delta X \cdot MU_X$

- Đồng thời tổng lợi ích giảm đi một lượng là ΔTU_Y do giảm số lượng tiêu dùng sản phẩm Y, $\Delta TU_Y = \Delta Y \cdot MU_Y$

- Để tổng lợi ích không thay đổi thì tổng lợi ích tăng thêm bằng tổng lợi ích giảm đi, tức là $\Delta TU_Y = \Delta TU_X$. Vì vậy, ta có $\frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_X}{MU_Y}$

Mối quan hệ giữa MU với MRS

$\Delta TU \uparrow$ do $X \uparrow \Delta X$: $\Delta TU = MU_X \cdot \Delta X$.

$\Delta TU \downarrow$ do $Y \downarrow \Delta Y$: $\Delta TU = MU_Y \cdot \Delta Y$.

TU không thay đổi: $MU_X \cdot \Delta X + MU_Y \cdot \Delta Y = 0$

3.2.2. Đường ngân sách

Đường ngân sách là tập hợp các giỏ hàng hoá khác nhau mà người tiêu dùng có thể mua với cùng một mức chi tiêu với giá các hàng hoá cho trước.

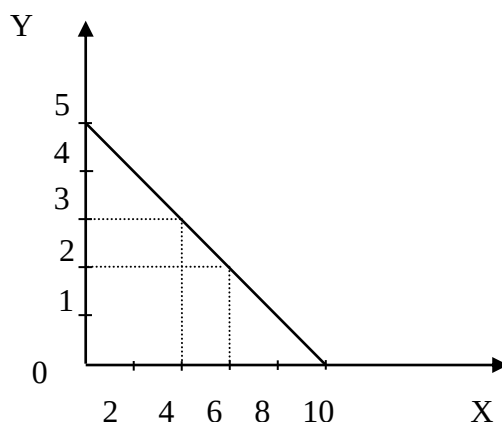
Đường ngân sách là đường thể hiện sự lựa chọn của người tiêu dùng bị ràng buộc bởi ngân sách và giá cả.

Ví dụ: Một người tiêu dùng có thu nhập 50.000 đồng, dùng để mua hai sản phẩm là X và Y có giá tương ứng $P_X=5.000$, $P_Y=10.000$. Các phối hợp tiêu dùng giữa hai sản phẩm này được mô tả qua bảng 3.4

Bảng 3.4. Các phối hợp tiêu dùng X và Y trong giới hạn thu nhập

Hàng hoá X		Hàng hoá Y		Tổng chi phí (ngân sách) (đ)
Số lượng	Chi phí (đ)	Số lượng	Chi phí (đ)	
10	50.000	0	0	50.000
8	40.000	1	10.000	
6	30.000	2	20.000	
4	20.000	3	30.000	
2	10.000	4	40.000	
0	0	5	50.000	

Các phối hợp tiêu dùng này được minh họa trên đồ thị đường ngân sách với trục tung biểu diễn số lượng sản phẩm Y, trục hoành biểu diễn số lượng sản phẩm X như sau:



Hình 3.6. Đường ngân sách

Các phối hợp tiêu dùng nằm trên đường ngân sách là những phối hợp tối đa đạt được. Tập hợp các phối hợp nằm bên ngoài đường ngân sách là không thể đạt được với thu nhập và mức giá đã cho. Những điểm nằm bên trong đường ngân sách là có thể đạt được nhưng chưa sử dụng hết số tiền hiện có. Như vậy, đường ngân sách chia không gian lựa chọn thành 2 miền: tập hợp có thể đạt được (từ trên đường ngân sách

trở vào trong) và tập hợp không thể đạt được (bên ngoài đường ngân sách). Đồng thời đường ngân sách thể hiện tất cả các sự kết hợp có thể có để lựa chọn hai hàng hoá X và Y. Do vậy, đường ngân sách còn được gọi là đường giới hạn khả năng tiêu dùng.

Đặc điểm của đường ngân sách

Đường ngân sách dốc xuống về bên phải.

Độ dốc của đường ngân sách chính là tỷ số giá của hai sản phẩm ($-P_X/P_Y$).

Phương trình đường ngân sách

Ta có: $X \cdot P_X + Y \cdot P_Y = I$ (3.7)

$$Y = \frac{I}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} X$$

Trong đó:

X, Y: là số lượng SP X và Y.

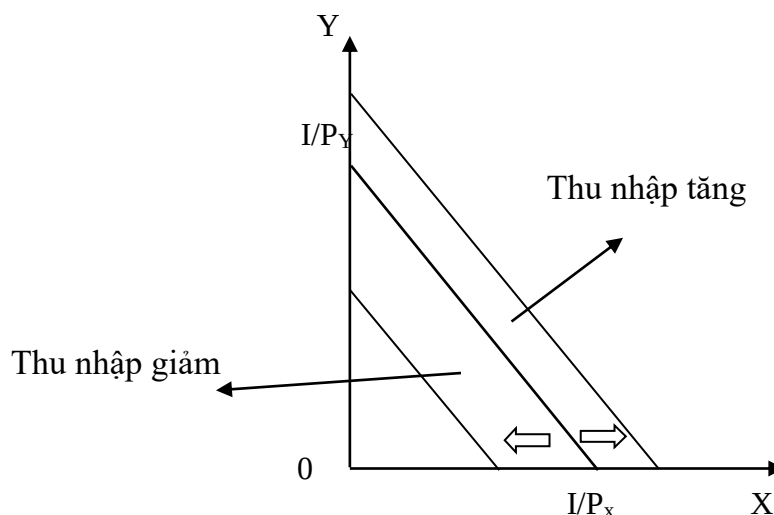
P_X, P_Y : là giá của X và Y

I: là thu nhập.

Các yếu tố ảnh hưởng đến đường ngân sách

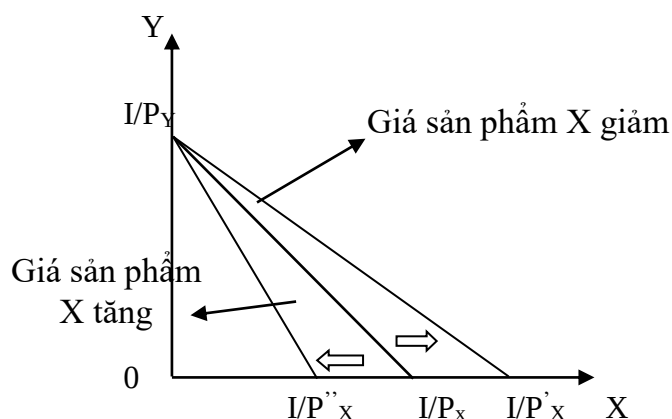
Dựa vào phương trình đường ngân sách, ta nhận thấy đường ngân sách chịu ảnh hưởng bởi thu nhập của người tiêu dùng và giá cả hàng hóa. Khi một trong các yếu tố này thay đổi thì đường ngân sách sẽ thay đổi. Có các trường hợp xảy ra như sau:

- Giá sản phẩm không thay đổi, thu nhập của người tiêu dùng thay đổi

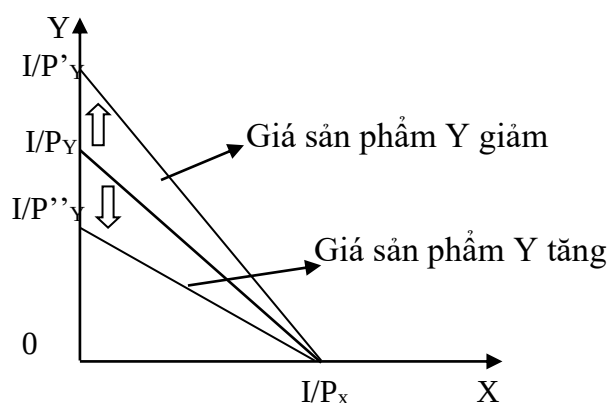


Hình 3.7. Đường ngân sách thay đổi khi thu nhập thay đổi

- Thu nhập không thay đổi, giá sản phẩm thay đổi



Hình 3.8. Giá sản phẩm X thay đổi

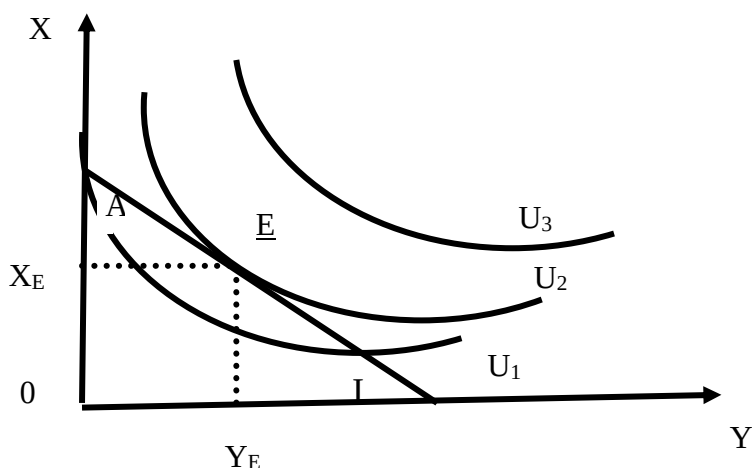


Hình 3.9. Giá sản phẩm Y thay đổi

3.2.3. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu tiếp cận từ đường bàng quan và ngân sách

Cân bằng tiêu dùng là điểm phối hợp tối ưu của đường ngân sách với đường bàng quan. Tiếp điểm của đường ngân sách và đường bàng quan chính là điểm cân bằng tiêu dùng. Vậy điều kiện tối ưu của người tiêu dùng là:

$$\begin{cases} \frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} \\ P_X * X + P_Y * Y = I \end{cases} \quad (3.8)$$



Hình 3.10. Kết hợp đường ngân sách và đường bàng quan

Đường Angel mô tả mối quan hệ giữa sự thay đổi của lượng cầu với sự thay đổi của thu nhập, trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi.

Đường tiêu dùng theo thu nhập Đường tiêu dùng theo I là tập hợp các phối hợp tối ưu giữa hai sản phẩm khi I thay đổi.

3.2.4. Ảnh hưởng của các nhân tố đến lựa chọn hàng hóa tiêu dùng tối ưu

Hành vi tiêu dùng: Người tiêu dùng luôn mong muốn tiêu dùng nhiều hàng hóa hơn là dùng ít hơn để tối đa hóa lợi ích.

Sở thích tiêu dùng: Cá nhân phải nhận thức được lợi ích khi tiêu dùng thêm sản phẩm hay phân biệt được lợi ích mang lại giữa các sản phẩm.

Thu nhập tiêu dùng: Mọi cá nhân đều bị giới hạn bởi thu nhập tiêu dùng, thu nhập là nguồn năng lực mua sắm của cá nhân.

Giá cả hàng hóa: Giá cả của hàng hóa ảnh hưởng trực tiếp đến số lượng hàng hóa tiêu dùng của cá nhân.

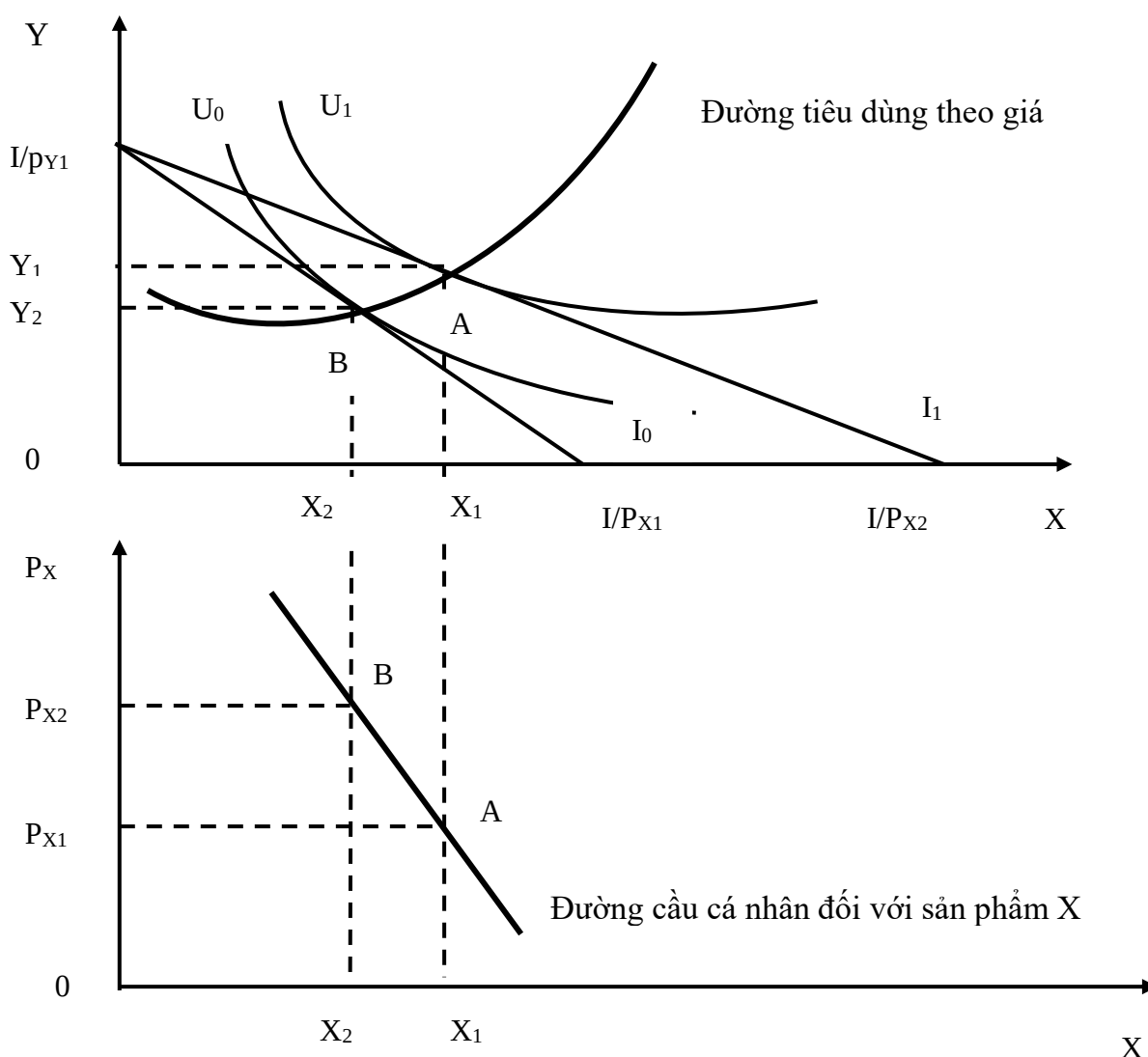
3.2.5. Đường tiêu dùng theo giá và đường cầu về một hàng hóa

Đường tiêu dùng theo giá là: Tập hợp các phối hợp tối ưu giữa 2 sản phẩm khi **giá** cả 1 sản phẩm thay đổi, các yếu tố khác không thay đổi. ...

Nối các điểm A (X_1, P_{X1}), B (X_2, P_{X2}) trên đồ thị ta có đường cầu cá nhân về sản phẩm X dốc xuống về bên phải. Để xác định phương trình hàm cầu về một hàng

hóa khi giá cả hàng hóa đó thay đổi ta giải hệ phương trình sau :
$$\begin{cases} Q_{D1} = a.p_1 + b \\ Q_{D2} = a.p_2 + b \end{cases}$$

Sau khi tìm được a, b ta thay a, b vào hàm cầu $Q_D = a.p + b$ thì có được phương trình hàm cầu về giá của một hàng hóa.



Hình 3.11. Đường tiêu dùng theo giá và đường cầu về một hàng hóa

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 3

I. Câu hỏi tự luận

Câu 1. Lợi ích là gì? Cho ví dụ. Tổng lợi ích là gì? Cho ví dụ.

Câu 2. Lợi ích cận biên là gì? Cho ví dụ.

Câu 3. Phát biểu và giải thích nội dung quy luật lợi ích cận biên giảm dần.

Câu 4. Thặng dư tiêu dùng là gì? Cho ví dụ.

Câu 5. Đường ngân sách là gì? Cho ví dụ. Đường ngân sách cho chúng ta liên tưởng đến đường gì đã học ở chương I?

Câu 6. Tỷ suất thay thế cận biên là gì? Nêu ý nghĩa của nó.

Câu 7. Trình bày nội dung của nguyên tắc lựa chọn tiêu dùng tối ưu.

II. Nhận định đúng hay sai và giải thích

Câu 1. Thặng dư tiêu dùng của mỗi sản phẩm tiêu dùng thêm có xu hướng giảm dần.

Câu 2. Người tiêu dùng sẽ có lợi nhất khi tiêu dùng số lượng sản phẩm tương ứng với tổng thặng dư tiêu dùng đạt mức tối đa.

Câu 3. Những điểm nằm dưới đường ngân sách là có thể thực hiện được nhưng không sử dụng hết số tiền mà người tiêu dùng có.

Câu 4. Người tiêu dùng có xu hướng ưu tiên lựa chọn sản phẩm mà lợi ích cận biên trên một đơn vị chi phí là cao nhất.

Câu 5. Những điểm nằm trên đường ngân sách đều đem lại tổng lợi ích bằng nhau cho người tiêu dùng.

Câu 6. Các đường bàng quan không bao giờ gặp nhau nếu người tiêu dùng có sở thích nhất quán.

Câu 7. Khi thu nhập của người tiêu dùng thay đổi thì đường ngân sách sẽ thay đổi, các yếu tố khác không thay đổi.

III. Lựa chọn câu trả lời đúng nhất

Câu 1. Đối với mỗi người tiêu dùng nhất định, trong một thời gian nhất định, khi đứng trước việc lựa chọn hai hàng hoá cụ thể thì:

a) Có nhiều đường ngân sách khác nhau.

b) Chỉ có một đường ngân sách mà thôi.

c) Có hai đường ngân sách và chúng cắt nhau.

d) Có hai đường ngân sách song song với nhau.

Câu 2. Đối với mỗi người tiêu dùng thì:

a) Có vô số đường bàng quan.

b) Có một đường bàng quan duy nhất.

- c) Có rất ít đường bàng quan.
- d) Có rất nhiều đường bàng quan.

Câu 3. Một người có thu nhập $I = 100$, tiêu dùng hai loại sản phẩm là X và Y với giá tương ứng là $P_x = 5$ và $P_y = 10$. Phương trình đường ngân sách của người này là:

- a) $Y = 100 - X/2$.
- b) $Y = 10 - X/2$.
- c) $X = 10 - Y/2$.
- d) $X = 100 - Y/2$.

Câu 4. Để tối đa hoá lợi ích tiêu dùng với thu nhập cho trước, người tiêu dùng phân phối sản phẩm theo nguyên tắc:

- a) $MU_x = MU_y = MU_z = \dots$
- b) $MU_x/P_x = MU_y/P_y = MU_z/P_z = \dots$
- c) Ưu tiên mua các sản phẩm có mức giá tương đối rẻ.
- d) Phần chi tiêu cho mỗi sản phẩm là bằng nhau.

Câu 5. Giá hàng hoá X là 1.500 đồng và giá hàng hoá Y là 1.000 đồng, nếu lợi ích cận biên của hàng hoá Y là 300 đơn vị và người tiêu dùng tối đa hoá lợi ích thì lợi ích cận biên của hàng hoá X là:

- a) 450 đơn vị.
- b) 150 đơn vị.
- c) 200 đơn vị.
- d) 300 đơn vị.
- e) 500 đơn vị.

Câu 6. Khi tổng lợi ích giảm, lợi ích cận biên:

- a) Dương và giảm dần.
- b) Âm và giảm dần.
- c) Dương và tăng dần.
- d) Âm và tăng dần.

Câu 7. Lợi ích cận biên đo lường:

- a) Độ dốc của đường bàng quan.
- b) Độ dốc của đường ngân sách.
- c) Tỷ lệ thay thế biên.
- d) Mức thoả mãn tăng thêm khi sử dụng thêm một đơn vị sản phẩm.

Câu 8. Phối hợp tối ưu của người tiêu dùng là phối hợp thoả điều kiện.

- a) Độ dốc của đường ngân sách bằng độ dốc của đường bàng quan.
- b) Tỷ lệ thay thế biên giữa các hàng hoá bằng tỷ giá của chúng.
- c) Đường ngân sách tiếp xúc với đường bàng quan.
- d) Các câu trên đều đúng.

Câu 9. Với hàm hữu dụng có dạng $TU = (X-2)Y$ và phương án tiêu dùng tối ưu là $X=22$ và $Y=5$. Tổng hữu dụng là :

- a) $TU = 100$
- b) $TU = 96$
- c) $TU = 90$
- $TU = 64$

IV. Bài tập

Bài 1: Một người tiêu dùng có thu nhập $I = 3.000.000$ đồng, dùng để mua 2 sản phẩm X và Y với $P_X = 30.000$ đồng/ sản phẩm, $P_Y = 60.000$ đồng/ sản phẩm. Hàm tổng lợi ích của người đó là: $TU = X^2 + 30X + Y^2 + 60Y$.

Yêu cầu:

1. Viết phương trình đường ngân sách và vẽ đồ thị?
2. Xác định độ dốc của đường ngân sách?
3. Xác định các hàm MU_X , MU_Y và MRS_{XY} ?
4. Xác định phương án tiêu dùng tối ưu và tính tổng lợi ích tối đa có thể đạt được?

Bài 2: Một người tiêu dùng có $I = 30\text{USD}$ để chi tiêu cho 2 hàng hoá X và Y, với $P_X = 6\text{ USD/1 đơn vị}$, $P_Y = 3\text{ USD/1 đơn vị}$. Lợi ích tiêu dùng của mỗi đơn vị hàng hoá được cho trong bảng sau:

$Q_{X,Y}$	TU_X	MU_X	TU_Y	MU_Y
1	50	-	75	-
2	98	48	117	42
3	134	36	153	36
4	163	29	181	28
5	188	25	206	25
6	209	21	230	24
7	227	18	248	18
8	242	15	265	17
9	254	12	281	16

Yêu cầu:

1. Hãy xác định kết hợp tiêu dùng hai hàng hoá đối với người tiêu dùng này để tổng lợi ích là lớn nhất.
2. Nếu thu nhập của người tiêu dùng này tăng lên 39 USD, kết hợp tiêu dùng để tổng lợi ích lớn nhất?
3. Với thu nhập 30USD để chi tiêu, nhưng giá của hàng hoá X giảm xuống còn 3 USD/1 đơn vị. Xác định kết hợp tiêu dùng mới có lợi nhất?

Bài 3: Một người tiêu dùng có thu nhập $I = 2.000.000$ đồng, dùng để mua 2 sản phẩm X và Y với $P_X = 20.000$ đồng/ sản phẩm, $P_Y = 40.000$ đồng/ sản phẩm. Hàm tổng lợi ích của người đó là: $TU = 1/2X^2 + 20X + 2Y^2 + 40Y$.

Yêu cầu:

1. Viết phương trình đường ngân sách và vẽ đồ thị?
2. Xác định độ dốc của đường ngân sách?
3. Xác định các hàm MU_X , MU_Y và MRS_{XY} ?
4. Xác định phương án tiêu dùng tối ưu và tính tổng lợi ích tối đa có thể đạt được?

Bài 4: Hoa có thu nhập hàng tháng là $I = 1.000$ USD, để mua hai hàng hóa X và Y.

Yêu cầu:

1. Giả sử giá của hàng hóa X là 20 USD/sp, giá của hàng hóa Y là 5USD/ sp. Hãy thiết lập phương trình đường ngân sách của Hoa?
2. Hàm lợi ích được cho : $TU = (X - 2)Y$ (với X là lượng hàng hóa X, Y là lượng hàng hóa Y). Phối hợp nào giữa X và Y Hoa cần mua để tối đa hóa lợi ích, tính lợi ích đó ?
3. Nếu giá của Y tăng lên 10 USD, giá X không đổi. Xác định phối hợp giữa X và Y để tối đa hóa lợi ích? Tính lợi ích đó? Xác định phương trình đường cầu của hàng hóa Y.

Bài 5: Một người tiêu dùng có hàm lợi ích đối với hai hàng hóa X và Y như sau:

$U = (2Y - 4) 2X$. Người tiêu dùng này có một lượng thu nhập là 20 triệu đồng dành để chi tiêu cho hai hàng hóa X và Y. Giả sử giá của X là 2 triệu đồng/ 1 đơn vị hàng hóa và giá của Y là 1 triệu đồng/ 1 đơn vị hàng hóa.

Yêu cầu:

1. Viết phương trình đường ngân sách, tính MU_X , MU_Y , $MRS_{X/Y}$?
2. Xác định kết hợp tối ưu của hai hàng hóa X và Y?
3. Nếu giá của X tăng lên 4 triệu đồng/ 1 đơn vị hàng hóa thì kết hợp tiêu dùng sẽ thay đổi như thế nào?
4. Hãy viết phương trình đường cầu đối với hàng hóa X (giả sử đường cầu là một đường thẳng tuyến tính)?

Chương 4: LÝ THUYẾT HÀNH VI CỦA DOANH NGHIỆP

Mục tiêu: Học xong chương này, người học có thể:

- Phân tích được lý thuyết về sản xuất;
- Phân tích được lý thuyết về chi phí;
- Xác định được doanh thu, lợi nhuận và quyết định sản xuất của doanh nghiệp.

4.1. Lý thuyết về sản xuất

4.1.1. Hàm sản xuất

Sản xuất là việc tạo ra của cải hay sản phẩm phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng của cá nhân, tổ chức và nền kinh tế. Sản xuất được hiểu là hoạt động diễn ra ở nhiều lĩnh vực khác nhau như: sản xuất hàng tiêu dùng, sản xuất hàng lương thực, thực phẩm, kể cả lĩnh vực lưu thông hàng hoá và những dịch vụ khác.

Trong thực tế, sản xuất là hoạt động chủ yếu của các doanh nghiệp và được hiểu theo nghĩa rộng là bao gồm toàn bộ các hoạt động để sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ như: mua nguyên nhiên vật liệu, huy động vốn để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, thuê lao động, xây dựng nhà xưởng, thuê mặt bằng, kiểm soát chất lượng hàng hóa,... Kết quả của quá trình sản xuất là những sản phẩm; sản phẩm có thể là những hàng hoá hữu hình như lương thực, quần áo, thuốc men, hàng tiêu dùng, ... và cũng có thể là hàng hoá vô hình như dịch vụ vận tải, chăm sóc sức khỏe, hoặc dịch vụ tư vấn,...

Hàm sản xuất cho biết số lượng sản phẩm **lớn nhất có thể** được sản xuất bởi việc sử dụng một số yếu tố sản xuất nhất định tương ứng với một trình độ công nghệ nhất định. Hàm sản xuất dạng tổng quát:

$$Q = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n) \quad (4.1)$$

Trong đó: Q: sản lượng đầu ra

$x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$: các yếu tố đầu vào

Để đơn giản, xem xét hàm sản xuất trong trường hợp sử dụng 2 yếu tố đầu vào vốn (K) và lao động (L) có dạng: $Q = f(K, L)$.

$$Q = f(K, L)$$

(Q là số lượng sản phẩm đầu ra, K là vốn, L là lao động)

Hàm sản xuất tuyến tính: $Q = aK + bL$; (K, L thay thế hoàn toàn)

Tùy thuộc vào mối quan hệ giữa các yếu tố đầu vào với sản phẩm đầu ra, hàm sản xuất có thể được thể hiện dưới nhiều dạng khác nhau. Nhà kinh tế học P.H.

Douglas và nhà thống kê học C.V. Cobb đã xây dựng hàm sản xuất dưới dạng **Hàm sản xuất Cobb – Douglas** như sau:

$$Q_1 = F(K,L) = A.K^\alpha L^\beta \quad (\text{Với } 0 < \alpha ; \beta < 1) \quad (4.2)$$

Trong đó

Q_1 : số lượng sản phẩm sản xuất ra

A: trình độ công nghệ.

K: số lượng vốn sử dụng

L: số lượng lao động sử dụng

α là hệ số co giãn của sản lượng theo vốn, khi lượng vốn tăng thêm 1% trong khi lao động giữ nguyên thì sản lượng tăng thêm $\alpha\%$, β là hệ số co giãn của sản lượng theo lao động khi lượng lao động tăng thêm 1% trong khi vốn giữ nguyên thì sản lượng tăng thêm $\beta\%$.

Trường hợp đặc biệt của hàm Cobb – Douglas : $Q_1 = F(K,L) = A.K^\alpha L^{1-\alpha}$

Với hàm đặc **biệt Cobb – Douglas** thì: $MP_L = (1 - \alpha) Q/L$; $MP_K = \alpha Q/K$

Nghĩa là: với hàm sản xuất không đổi theo qui mô này thì sản phẩm cận biên của một nhân tố tỉ lệ với năng suất bình quân của nó.

Ta có các công thức xác định sau:

$$1. \quad MP_L = \frac{\partial Q}{\partial L} = \beta A K^\alpha L^{\beta-1} = \beta \frac{A K^\alpha L^\beta}{L} = \beta \cdot \frac{Q}{L} \quad (4.3)$$

$$2. \quad MP_K = \frac{\partial Q}{\partial K} = \alpha A K^{\alpha-1} L^\beta = \alpha \frac{A K^\alpha L^\beta}{K} = \alpha \cdot \frac{Q}{K} \quad (4.4)$$

$$3. \quad MRTS_{LK} = -\frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{\beta \cdot \frac{Q}{L}}{\alpha \cdot \frac{Q}{K}} = \beta \frac{Q}{L} \cdot \frac{K}{\alpha \cdot Q} = \frac{\beta}{\alpha} \cdot \frac{K}{L} \quad (4.5)$$

$$4. \quad E_L = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta L} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta L}{L}} = \frac{\Delta Q}{\Delta L} \times \frac{L}{Q} = MP_L \cdot \frac{L}{Q} = \beta \cdot \frac{Q}{L} \cdot \frac{L}{Q} = \beta \quad (4.6)$$

$$5. \quad E_K = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta K} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta K}{K}} = \frac{\Delta Q}{\Delta K} \times \frac{K}{Q} = MP_K \cdot \frac{K}{Q} = \alpha \cdot \frac{Q}{K} \cdot \frac{K}{Q} = \alpha \quad (4.7)$$

4.1.2. Sản xuất trong ngắn hạn

4.1.2.1. Hàm số sản xuất trong ngắn hạn

Ngắn hạn là khoảng thời gian doanh nghiệp thực hiện sản xuất với một hoặc một vài yếu tố đầu vào cố định, còn các yếu tố đầu vào khác biến đổi. Do đó trong ngắn hạn các yếu tố sản xuất được chia thành hai loại:

- Yếu tố sản xuất cố định: không dễ dàng thay đổi trong quá trình sản xuất như: máy móc thiết bị, nhà xưởng..... biểu thị cho quy mô sản xuất nhất định.

- Yếu tố sản xuất biến đổi: dễ dàng thay đổi về số lượng trong quá trình sản xuất như: nguyên nhiên vật liệu, lao động trực tiếp....

Như vậy, trong ngắn hạn quy mô sản xuất của doanh nghiệp là không thay đổi, doanh nghiệp có thể thay đổi sản lượng đầu ra bằng cách thay đổi các yếu tố sản xuất biến đổi.

Giả sử trong ngắn hạn yếu tố vốn (K) được xem là yếu tố sản xuất cố định và lao động (L) là yếu tố sản xuất biến đổi. Hàm sản xuất ngắn hạn được biểu diễn như sau: $Q = f(L)$ (4.8)

4.1.2.2. Tổng sản phẩm sản xuất (TP), năng suất biên (MP) và Năng suất trung bình (AP)

Tổng sản phẩm sản xuất (TP)

Tổng sản phẩm sản xuất (TP) của một doanh nghiệp là một hàm số theo các mức sử dụng các yếu tố đầu vào. Trong ngắn hạn, chúng ta giả định chỉ có một yếu tố đầu vào biến đổi ảnh hưởng đến tổng sản phẩm sản xuất (hay sản lượng, Q) của một doanh nghiệp. Tổng sản lượng (sản phẩm) này có thể biểu thị thông qua hàm số sản xuất như sau: **$TP = f(L)$**

Trong đó, các yếu tố đầu vào khác như vốn và công nghệ giả định không đổi.

Năng suất biên MP_Marginal Product

Năng suất biên của một yếu tố sản xuất biến đổi (lao động) là phần thay đổi trong tổng sản lượng khi sử dụng thêm một đơn vị yếu tố sản xuất (lao động) đó. Năng suất cận biên được xác định bằng cách lấy số lượng sản phẩm đầu ra tăng thêm (ΔQ) chia cho số lao động được sử dụng gia tăng (ΔL).

- Ký hiệu năng suất cận biên của lao động là MP_L (Marginal Production).

Công thức tính MP: $MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$ (4.9)

Nếu hàm sản xuất liên tục thì: $MP_L = \frac{\partial Q}{\partial L} = f'(L)$

Năng suất trung bình: AP_Average Product

Năng suất trung bình của một yếu tố sản xuất (lao động) là số sản phẩm được tính bình quân cho một yếu tố sản xuất (lao động) đó. Năng suất trung bình được xác định bằng cách lấy tổng sản phẩm đầu ra (Q) chia cho số lượng đơn vị lao động (L) được sử dụng.

$$\text{Công thức tính: } AP_L = \frac{Q}{L} \quad (4.10)$$

Năng suất trung bình của lao động còn được gọi là sản phẩm bình quân của lao động.

Ví dụ về năng suất trung bình và năng suất cận biên như sau:

Bảng 4.1. Xác định năng suất trung bình và năng suất cận biên

L	K	Q	AP _L	MP _L
0	10	0	-	-
1	10	10	10	10
2	10	30	15	20
3	10	60	20	30
4	10	80	20	20
5	10	90	18	10
6	10	96	16	6
7	10	98	14	2
8	10	98	12.25	0
9	10	95	10.5	-3
10	10	90	9	-5

4.1.2.3. Mối quan hệ giữa tổng sản lượng, MP và AP

Mối quan hệ giữa MP với AP

- Khi $MP_L > AP_L$ thì AP_L tăng dần.
- Khi $MP_L < AP_L$ thì AP_L giảm dần.
- Khi $MP_L = AP_L$ thì AP_L đạt cực đại.

Đường MP và AP giao nhau tại điểm cực đại của AP. Khi đó, nếu MP lớn hơn AP thì khi gia tăng mức sử dụng lao động sẽ làm AP tăng. Điều này có nghĩa là, nếu gia tăng thêm một lao động thì năng suất lao động bình quân sẽ tăng lên. Suy luận một

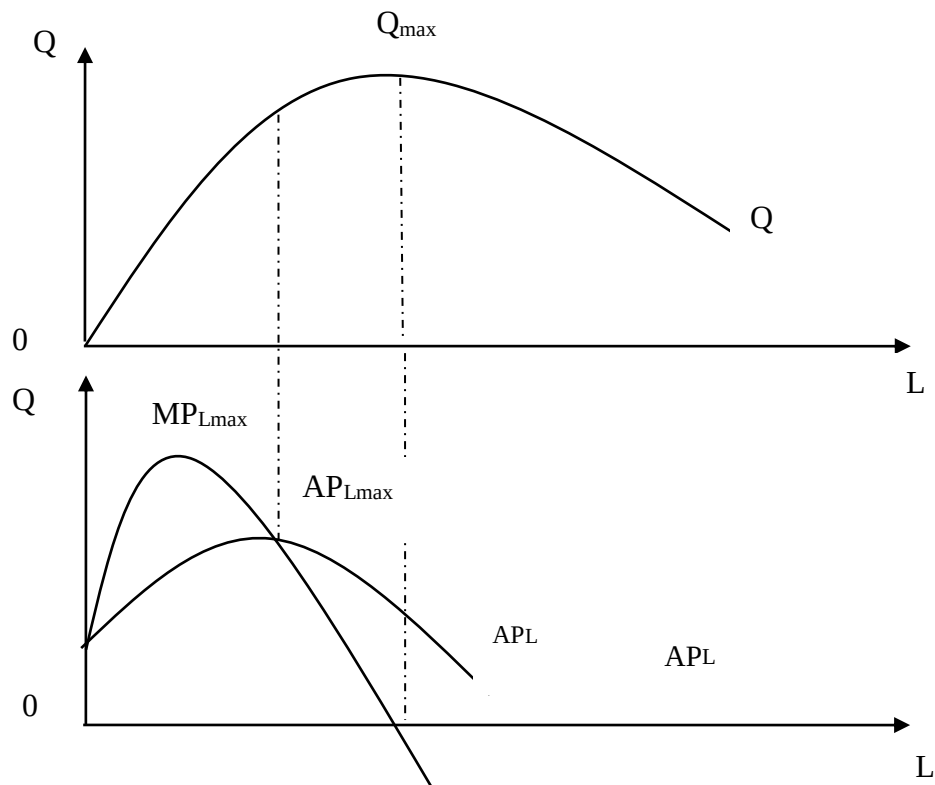
cách tương tự, sản phẩm trung bình sẽ tăng (giảm) khi sản phẩm biên lớn hơn (nhỏ hơn) sản phẩm trung bình.

Mối quan hệ giữa MP_L với TP

- Khi $MP_L > 0$ thì TP tăng dần.
- Khi $MP_L < 0$ thì TP giảm dần.
- Khi $MP_L = 0$ thì TP đạt cực đại.

Ta thấy AP ban đầu tăng nhưng sau đó giảm. Trong khi đó, MP tăng trong khoảng TP tăng với tốc độ nhanh hơn và giảm khi TP tăng với tốc độ giảm dần. MP bằng không tại mức sử dụng lao động mà ở đó TP đạt được tối đa và MP âm khi TP giảm. Khi MP dương nếu tăng lao động sẽ làm tăng tổng sản phẩm sản xuất. Khi MP âm, tăng lao động sẽ làm giảm tổng sản phẩm sản xuất.

Mối quan hệ giữa năng suất trung bình với năng suất cận biên và mối quan hệ giữa năng suất cận biên với tổng sản lượng đầu ra được biểu diễn thông qua đồ thị dưới đây:



Hình 4.1. Mối quan hệ giữa tổng sản lượng, MP và AP

4.1.2.4. Quy luật năng suất biên giảm dần

Khi sử dụng ngày càng nhiều một yếu tố sản xuất, trong khi các yếu tố sản xuất khác không thay đổi thì năng suất biên của yếu tố sản xuất thay đổi có khuynh hướng giảm dần.

Điều kiện qui luật:

- Có ít nhất một yếu tố đầu vào là cố định
- Tất cả các yếu tố đầu vào đều có chất lượng ngang nhau
- Thường áp dụng trong ngắn hạn

Vận dụng quy luật năng suất cận biên giảm dần trong điều kiện quy mô sản xuất về vốn không thay đổi đòi hỏi các doanh nghiệp phải biết tính toán quy mô về lao động như thế nào là hợp lý. Đồng thời khi xem xét bổ sung nhân sự trong dây chuyền sản xuất hiện tại, người chủ doanh nghiệp cần phải quan tâm đến năng suất cận biên của người lao động được bổ sung vào dây chuyền, để đảm bảo sự xuất hiện của người lao động này sẽ làm cho năng suất trung bình tăng lên.

4.1.3. Sản xuất trong dài hạn

4.1.3.1. Hàm sản xuất trong dài hạn

Dài hạn là khoảng thời gian trong tương lai cho phép doanh nghiệp có thể thay đổi được tất cả các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất một cách tối ưu. Dài hạn cũng có thể coi như chuỗi những khoảng thời gian ngắn hạn nối tiếp nhau. Khi xem xét hoạt động của doanh nghiệp trong một khoảng thời gian nhất định với một qui mô sản xuất cụ thể, tương ứng với giai đoạn ngắn hạn. Nếu xem xét trong một khoảng thời gian dài thì doanh nghiệp có thể thay đổi qui mô sản xuất theo ý muốn. Trong dài hạn các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất đều có thể được thay đổi. Do đó hàm sản xuất dài hạn có dạng:

$$Q = f(K, L). \quad (4.11)$$

Mối quan hệ giữa các kết hợp đầu vào (L , K) và mức sản lượng (Q) có thể biểu diễn bằng đồ thị bởi các đường đẳng lượng.

4.1.3.2. Đường đẳng lượng (đường đồng sản lượng)

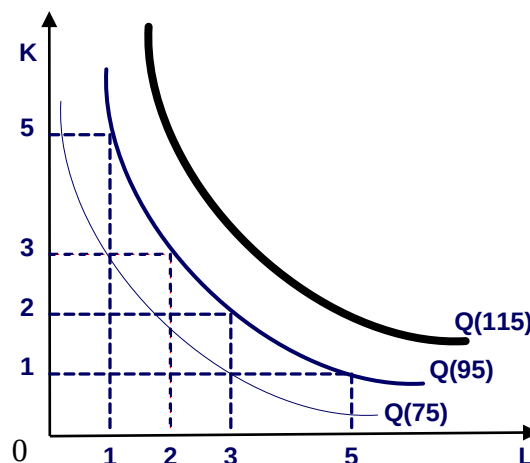
Đường đẳng lượng là tập hợp các kết hợp khác nhau giữa các yếu tố sản xuất để sản xuất ra số lượng sản phẩm bằng nhau.

Mỗi điểm nằm trên đường đồng lượng đều có tính hiệu quả kỹ thuật, có nghĩa là đối với mỗi sự kết hợp trên đường đồng lượng cho phép tạo ra một mức sản lượng tối đa.

Ví dụ: Xem xét bảng kết quả sản xuất với 2 đầu vào biến đổi là K và L như sau:

Bảng 4.2. Kết quả sản xuất từ hai đầu vào thay đổi

K \ L	1	2	3	4	5
1	40	60	75	85	95
2	60	80	95	105	115
3	75	95	110	120	130
4	85	105	120	130	140
5	95	115	130	140	150



Hình 4.2. Đường đẳng lượng

Đặc điểm của đường đẳng lượng

- ✓ Các đường đẳng lượng không cắt nhau.
- ✓ Dốc xuống về phía phải.
- ✓ Lồi về gốc tọa độ, thể hiện tỷ lệ thay thế kỹ thuật biên giữa hai yếu tố sản xuất.

Tỷ lệ thay thế kỹ thuật cận biên - MRTS

MRTS của lao động (L) cho vốn (K) là số lượng K giảm để tăng một đơn vị L sao cho sản lượng làm ra không thay đổi.

Công thức tính: $MRTS_{LK} = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$

$MRTS_{LK}$ chính là độ dốc của đường đẳng lượng

Mối quan hệ giữa MP và MRTS

$\Delta Q \uparrow$ khi $L \uparrow$ một lượng ΔL : $\Delta Q = \Delta L \cdot MP_L$

$\Delta Q \downarrow$ khi $K \downarrow$ một lượng ΔK : $\Delta Q = \Delta K \cdot MP_K$

Để sản lượng làm ra không thay đổi: $\Delta L \cdot MP_L + \Delta K \cdot MP_K = 0$

$$MRTS_{LK} = -\frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K} \quad (4.12)$$

Một sự dịch chuyển xuống phía dưới của đường đẳng lượng nào đó sẽ đem lại sự gia tăng mức sản lượng do sử dụng nhiều lao động hơn (ΔL). Sự gia tăng sản lượng này cũng bằng đúng với sản lượng giảm do sử dụng ít vốn hơn (ΔK).

4.2. Lý thuyết về chi phí

Chi phí kế toán (tài chính): là những khoản chi phí bằng tiền mà doanh nghiệp đã thực sự chi ra để mua các yếu tố sản xuất.

Chi phí cơ hội là phần giá trị lớn nhất của thu nhập hay lợi nhuận đã bị mất đi vì đã quyết định thực hiện một dự án khác.

Chi phí kinh tế = chi phí kế toán + với chi phí cơ hội.

Lợi nhuận kinh tế = Tổng doanh thu - Chi phí kinh tế

$$\text{Lợi nhuận kế toán} = \text{Tổng doanh thu} - \text{Chi phí kế toán}$$

Chi phí minh nhiên là chi phí được thanh toán dựa trên các chứng từ cụ thể (các chi phí kế toán là những chi phí minh nhiên). Trái lại, chi phí ẩn là chi phí không bằng tiền.

Trong kinh tế học, khi nói đến lợi nhuận của doanh nghiệp thì chúng ta đang đề cập đến lợi nhuận kinh tế.

$$\text{Lợi nhuận kinh tế} = \text{doanh thu} - \text{chi phí kinh tế}$$
$$\text{Lợi nhuận kế toán} = \text{doanh thu} - \text{chi phí kế toán}$$

4.2.2. Chi phí ngắn hạn

Ngắn hạn là khoảng thời gian còn tồn tại ít nhất một yếu tố sản xuất mà doanh nghiệp không thể thay đổi về mặt số lượng, ví dụ quy mô nhà máy, diện tích sản xuất không thay đổi.

4.2.2.1. Tổng chi phí cố định, tổng chi phí biến đổi và tổng chi phí

Tổng chi phí cố định (TFC_Total Fixed Cost): là toàn bộ chi phí doanh nghiệp phải chi ra trong mỗi đơn vị thời gian, nó không thay đổi theo sản lượng như máy móc, thiết bị...

Đặc điểm:

- Tổng chi phí cố định sẽ không đổi theo sự thay đổi của sản lượng
- Có khấu hao tài sản cố định theo thời gian
- Đường biểu diễn trên đồ thị là đường thẳng nằm ngang song song với trục sản lượng.

Tổng chi phí biến đổi (TVC_Total Variable Cost): TVC là toàn bộ chi phí doanh nghiệp phải chi ra trong mỗi đơn vị thời gian nó phụ thuộc vào sản lượng như chi phí nhân công, nguyên vật liệu,...

Đặc điểm:

- Tổng chi phí biến đổi phụ thuộc đồng biến với sản lượng và có đặc điểm:
 - + Ban đầu, tốc độ gia tăng của TVC chậm hơn tốc độ tăng của sản lượng
 - + Sau đó tốc độ tăng của TVC nhanh hơn tốc độ tăng của sản lượng
- Do đó, đường TVC ban đầu có mặt lồi hướng lên sau đó hướng xuống trục sản lượng.

Tổng chi phí (TC_Total Cost): TC là toàn bộ những khoản chi phí doanh nghiệp đã chi ra để sản xuất một khối lượng sản phẩm trong mỗi đơn vị thời gian nhất định.

$$TC = TFC + TVC \quad (4.13)$$

Đặc điểm:

- Tổng chi phí phụ thuộc đồng biến với sản lượng và có đặc điểm tương tự như tổng chi phí biến đổi.
- Đường tổng chi phí đồng dạng với đường TVC và nằm trên đường TVC một đoạn TFC.

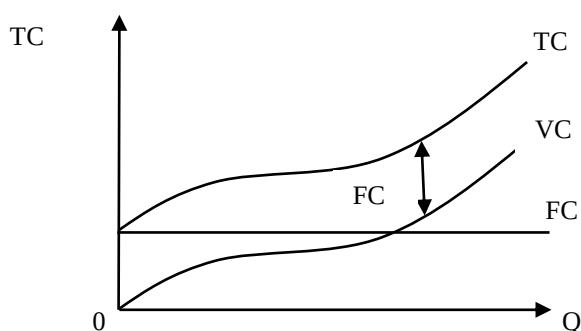
Ví dụ: Tại một cơ sở sản xuất hàng may mặc, với điều kiện về cơ sở nhà xưởng, máy móc và công nhân hiện có, số liệu liên quan đến chi phí như sau:

Bảng 4.3. Chi phí cố định, chi phí biến đổi và tổng chi phí

Đơn vị tính: 1.000đ

Số lượng sản phẩm (Q)	Chi phí cố định (FC)	Chi phí biến đổi (VC)	Tổng chi phí (TC)
0	100	0	100
10		1.450	1.550
15		2.175	2.275
20		2.900	3.000
25		3.625	3.725
30		4.350	4.450

Trên cơ sở các loại chi phí được thể hiện qua bảng 4.3 ta có thể biểu diễn các loại chi phí trên đồ thị như sau:



Hình 4.4. Chi phí cố định, chi phí biến đổi và tổng chi phí

4.2.2.2. Chi phí trung bình và chi phí biên

Chi phí trung bình

Chi phí cố định trung bình (AFC_Average Fixed Cost) là chi phí phản ánh chi phí cố định để sản xuất ra một đơn vị sản phẩm

$$AFC_i = \frac{TFC_i}{Q_i} \quad (4.14)$$

Đặc điểm:

- Chi phí trung bình càng giảm khi sản lượng càng tăng
- Đường AFC có dạng hyperbol, là đường cong dốc xuống theo suốt chiều dài của trục hoành.

Chi phí biến đổi trung bình (AVC_Average Variable Cost): AVC là chi phí phản ánh chi phí biến đổi sản xuất ra mỗi đơn vị sản phẩm.

$$AVC_i = \frac{TVC_i}{Q_i} \quad (4.15)$$

Đặc điểm:

AVC có dạng chữ U, khi tăng Q thì AVC giảm dần và đạt cực tiểu, nếu tiếp tục tăng Q thì AVC giảm dần.

Chi phí trung bình (AC_Average Cost): AC là chi phí trung bình để sản xuất ra một sản phẩm:

$$AC_i = \frac{TC_i}{Q_i} \quad (4.16)$$

$$AC_i = AFC_i + AVC_i \quad (4.17)$$

Đặc điểm:

Đường AC có dạng chữ U và nằm trên đường AVC một khoảng AFC (tương ứng với mỗi mức sản lượng).

Chi phí biên MC_Marginal Cost

Chi phí biên (MC) là sự thay đổi trong tổng chi phí khi DN sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm.

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$
$$MC = \frac{\partial TC}{\partial Q} = \frac{\partial TVC}{\partial Q} \quad (4.18)$$

Đặc điểm:

Trên đồ thị MC là độ dốc của đường TC hay TVC, có dạng chữ U.

Khi TC và TVC là hàm số thì MC có thể tính bằng cách lấy đạo hàm bậc nhất của hàm TC hay TVC

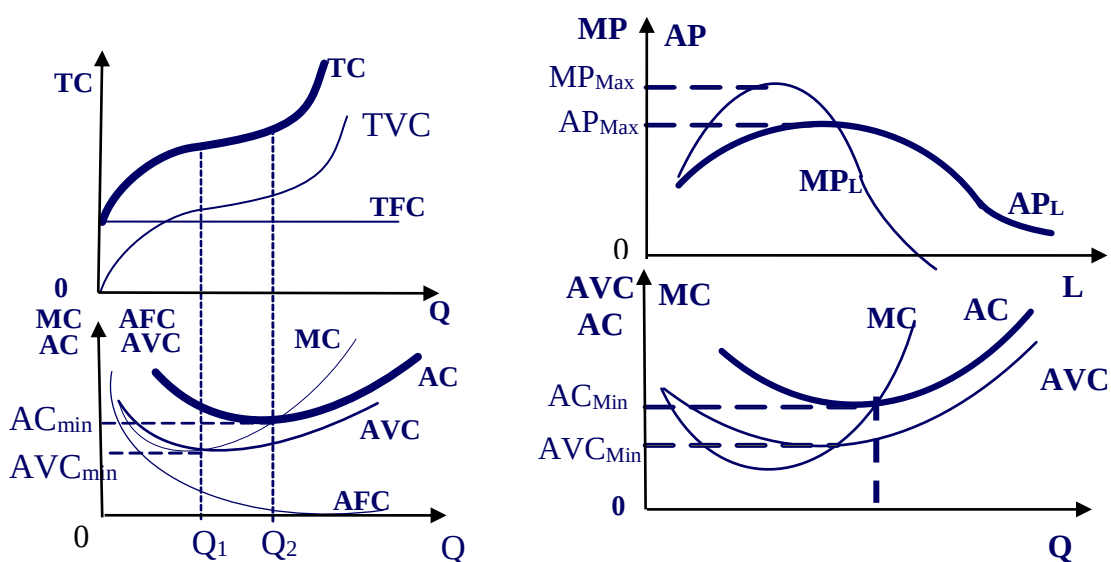
Ví dụ: Các loại chi phí được thể hiện tại bảng sau

Bảng 4.4. Các loại chi phí

Q	TFC	TVC	TC	AFC	AVC	AC	MC
0	2.000	0	2.000	-	-	-	-
10	2.000	1.000	3.000	200.0	100.0	300.0	100
20	2.000	1.800	3.800	100.0	90.0	190.0	80
30	2.000	2.400	4.400	66.7	80.0	146.7	60
40	2.000	2.800	4.800	50.0	70.0	120.0	40
50	2.000	3.200	5.200	40.0	64.0	104.0	40
60	2.000	3.800	5.800	33.3	63.3	96.6	60
70	2.000	4.600	6.600	28.6	65.7	94.3	80
80	2.000	5.600	7.600	25.0	70.0	95.0	100
90	2.000	6.800	8.800	22.2	75.6	97.5	120
100	2.000	8.200	10.200	20.0	82.0	102.0	140

Đồ thị các đường chi phí

Đồ thị đường MC, AVC và AC



Hình 4.5. Mối quan hệ giữa các loại chi phí

Mối quan hệ giữa MC với AC, AVC

- ✓ Khi $MC < AC$ (AVC) thì AC (AVC) giảm.
- ✓ Khi $MC > AC$ thì AC (AVC) tăng.

✓ Khi $MC = AC$ thì AC_{min} (AVC_{min}).

Mức sản lượng tối ưu: là mức sản lượng có chi phí trung bình thấp nhất.

4.2.3. Chi phí dài hạn

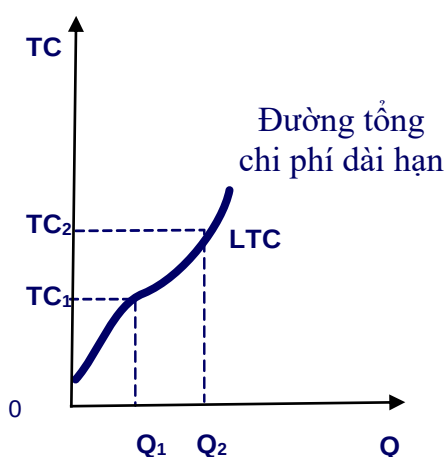
Dài hạn là khoảng thời gian doanh nghiệp có thể thay đổi số lượng của tất cả các yếu tố sản xuất.

4.2.3.1. Các khái niệm

Tổng chi phí dài hạn LTC _Long Term Cost

Tổng chi phí dài hạn (Long Total Cost - LTC) là chi phí tối thiểu để sản xuất ra mỗi mức sản lượng đầu ra nhất định khi doanh nghiệp có khả năng điều chỉnh các yếu tố đầu vào một cách tối ưu.

Tổng chi phí dài hạn bao gồm toàn bộ những phí tổn mà doanh nghiệp phải bỏ ra để tiến hành sản xuất kinh doanh trong điều kiện các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất đều có thể được điều chỉnh. Chi phí trong dài hạn là chi phí ứng với khả năng sản xuất trong ngắn hạn tốt nhất ứng với từng mức sản lượng đầu ra.



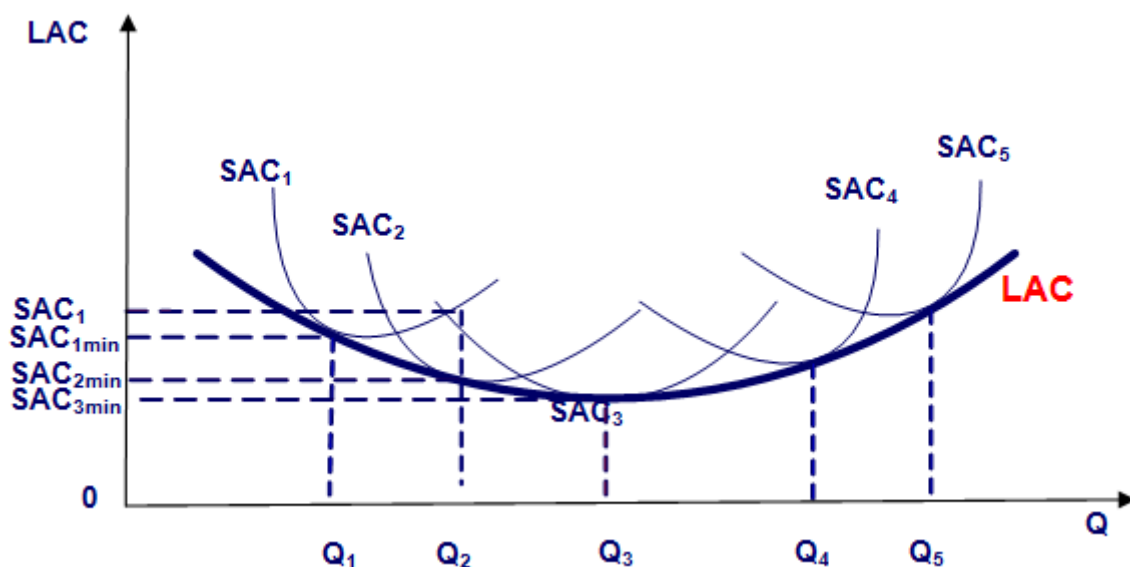
Hình 4.6. Tổng chi phí dài hạn

Chi phí trung bình dài hạn LAC (Long Average Cost)

Là đường có chi phí trung bình thấp nhất có thể có tương ứng ở mỗi sản lượng khi xí nghiệp tự do thay đổi quy mô sản xuất theo ý muốn.

Công thức:

$$LAC = \frac{LTC}{Q} \quad (4.19)$$



Hình 4.7 Chi phí trung bình dài hạn

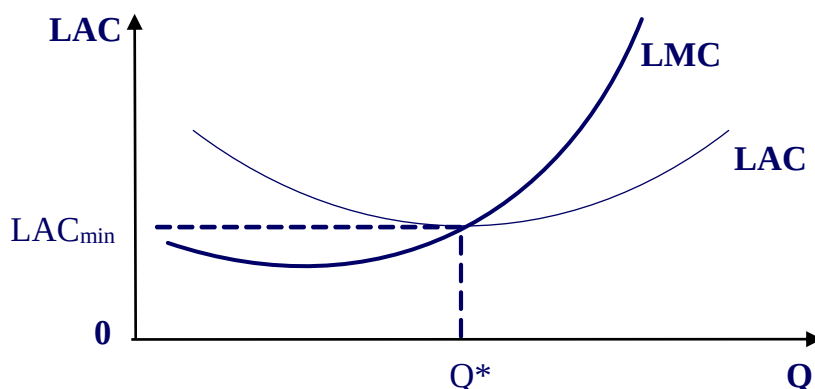
Đường chi phí trung bình dài hạn (LAC) là đường biểu thị các mức thấp nhất của đường chi phí trung bình trong ngắn hạn.

Chi phí biên dài hạn

Chi phí biên dài hạn là sự thay trong tổng chi phí dài hạn khi thay đổi 1 đơn vị sản phẩm được sản xuất trong dài hạn.

$$\text{Công thức: } LMC = \frac{\Delta LTC}{\Delta Q} \quad (4.20)$$

- LMC nằm dưới LAC



Hình 4.8 Chi phí biên dài hạn

Đường đẳng phí (đường đồng phí)

Khi doanh nghiệp tổ chức sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp phải mua hoặc thuê các yếu tố đầu vào là vốn và lao động. Khi sử dụng các yếu tố sản xuất, doanh

ngành phải chi trả một khoản chi phí nhất định phụ thuộc vào số lượng các yếu tố sản xuất được sử dụng và giá cả của các yếu tố sản xuất.

Đường đồng phí (TC) là tập hợp các phối hợp khác nhau giữa các yếu tố sản xuất mà doanh nghiệp có khả năng thực hiện được với cùng một mức chi phí và giá cả các yếu tố sản xuất đã cho.

Giả sử doanh nghiệp chỉ sử dụng yếu tố vốn và lao động trong quá trình sản xuất, phương trình đường đồng phí được viết như sau:

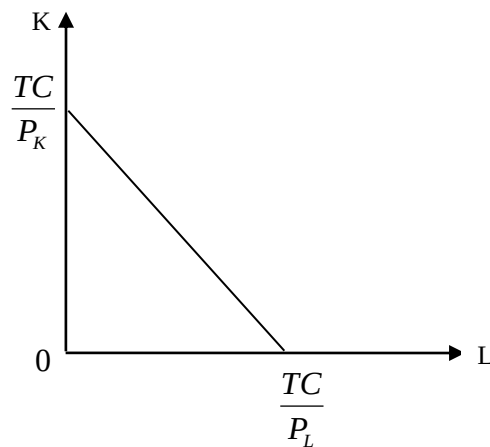
$$TC = K.P_K + L.P_L \quad (4.21)$$

$$\text{Hay } K = \frac{TC}{P_K} - \frac{P_L}{P_K} L$$

Trong đó:

- TC : Tổng chi phí
- P_K : Đơn giá của vốn
- P_L : Đơn giá của lao động
- K : Số lượng vốn được sử dụng
- L : Số lượng lao động được sử dụng

- Biểu diễn phương trình đường đồng phí bằng đồ thị như sau:



Hình 4.9. Đường đồng phí

Tổng chi phí (TC) là ràng buộc về ngân sách chi tiêu của doanh nghiệp trong thời kỳ sản xuất. Ràng buộc này giới hạn số lượng đơn vị vốn và lao động mà doanh nghiệp lựa chọn trong giới hạn chi phí để sản xuất ra một mức sản lượng bất kỳ trong vùng sản xuất có hiệu quả. Nếu doanh nghiệp lựa chọn các điểm sản lượng sản xuất nằm trên đường đồng phí thì ngân sách chi tiêu của doanh nghiệp sử dụng hết lao động và vốn. Các điểm nằm bên trong đường đồng phí thì tổng chi phí sử dụng lao động ($P_L.L$) và vốn ($P_K.K$) nhỏ hơn ngân sách chi tiêu của doanh nghiệp. Nếu các điểm lựa

chọn sản lượng nằm bên ngoài đường đồng phí là không thể đạt được trừ khi doanh nghiệp gia tăng chi phí hoặc khi có sự thay đổi về giá của các yếu tố đầu vào.

- Độ dốc (hệ số góc) của đường đồng phí được đo lường bằng tỷ lệ giữa giá của 2 yếu tố sản xuất ($-P_L/P_K$)

- Các nhân tố ảnh hưởng đến đường đồng phí: Dựa vào phương trình đường đồng phí, các nhân tố ảnh hưởng làm thay đổi đường đồng phí bao gồm:

- + Giá của các yếu tố sản xuất: khi tổng chi phí không thay đổi, giá cả của vốn hoặc/và lao động thay đổi, phương trình đường đồng phí sẽ thay đổi;

- + Tổng chi phí sản xuất: khi giá cả của các yếu tố sản xuất không thay đổi, tổng chi phí thay đổi, sẽ làm cho đường đồng phí dịch chuyển ra ngoài xa gốc tọa độ hơn hay vào trong gần gốc tọa độ hơn.

4.2.3.2. Sản xuất tối ưu trong dài hạn

Vấn đề đặt ra cho doanh nghiệp là với chi phí sản xuất và giá của các yếu tố sản xuất đã cho, doanh nghiệp phải chọn phối hợp nào giữa vốn và lao động để sản xuất được một mức sản lượng tối đa. Hoặc để sản xuất được một mức sản lượng cần thiết với giá của các yếu tố sản xuất đã cho, doanh nghiệp phải lựa chọn phối hợp nào giữa vốn và lao động để tiêu tốn một mức chi phí thấp nhất. Với 2 nguyên tắc sau:

Nguyên tắc tối đa hóa sản lượng K, L được sử dụng phải thỏa mãn:

$$\begin{cases} \frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K} \\ L..P_L + K..P_K = TC \end{cases} \quad (4.22)$$

MP của một đơn vị chi phí đầu tư vào K bằng MP một đơn vị chi phí đầu tư vào L.

Nguyên tắc tối thiểu hóa chi phí

Để tối thiểu hóa chi phí sản xuất để sản xuất ra một số lượng sản phẩm nhất định nào đó, nhà sản xuất sẽ chọn sản xuất tại điểm mà tỷ lệ thay thế kỹ thuật biên (giữa lao động và vốn) bằng với tỷ lệ giữa đơn giá lao động và đơn giá vốn.

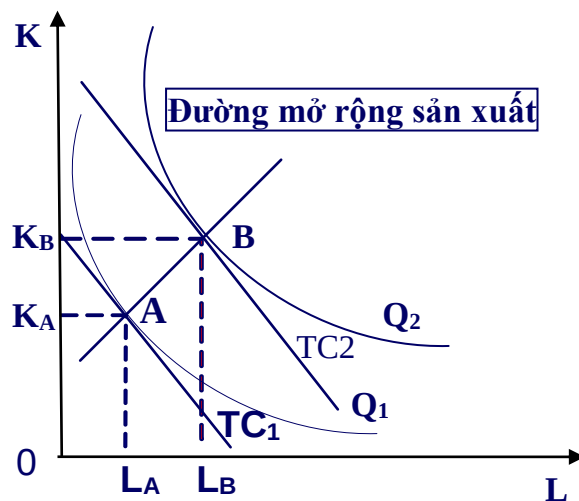
K, L được sử dụng phải thỏa mãn:

$$\begin{cases} \frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K} \\ Q = f(K, L) \end{cases} \quad (4.23)$$

Đường mở rộng sản xuất:

Là tập hợp các điểm phối hợp tối ưu giữa các yếu tố sản xuất, khi chi phí sản xuất thay đổi và giá cả các yếu tố sản xuất không đổi.

Khi giá các yếu tố sản xuất không thay đổi, với các mức chi phí sản xuất khác nhau, các đường đẳng phí sẽ dịch chuyển song song, tiếp xúc với các đường đẳng lượng khác nhau tại các phối hợp tối ưu tương ứng. Nói tắt cả các điểm phối hợp tối ưu ta có đường mở rộng khả năng sản xuất.



Hình 4.10. Đường mở rộng sản xuất

Hiệu suất của qui mô

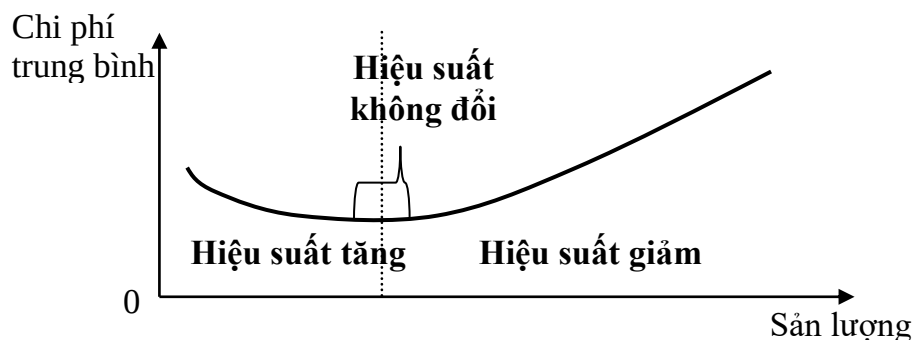
Được đo lường thông qua hệ số co giãn của chi phí theo sản lượng – E_c bằng phần trăm thay đổi của chi phí sản xuất bình quân trên phần trăm thay đổi sản lượng.

$$E_c = \frac{\frac{\Delta LTC}{LTC}}{\frac{\Delta Q}{Q}} = \frac{\Delta LTC}{\Delta Q} * \frac{Q}{LTC} = \frac{LMC}{LAC} \quad (4.24)$$

$E_c = 1 \Leftrightarrow LMC = LAC$, nếu tỷ lệ đầu vào là cố định nghĩa là hiệu suất không đổi theo qui mô hay chi phí và sản lượng tỷ lệ thuận.

$E_c < 1 \Leftrightarrow LMC < LAC$, chi phí tăng chưa tới mức tỷ lệ thuận với sản lượng nghĩa là hiệu suất kinh tế tăng theo qui mô hay chi phí bình quân giảm khi sản lượng tăng. Đường LAC có độ dốc xuống và giao điểm với đường chi phí bình quân ngắn hạn (không phải tại điểm cực tiểu vì trường hợp này thường phù hợp với qui mô nhỏ nên khó đạt được mức tối thiểu hóa chi phí).

$E_c > 1 \Leftrightarrow$ Khi chi phí tỷ lệ thuận với sản lượng nghĩa là hiệu suất kinh tế giảm theo qui mô hay chi phí bình quân tăng khi sản lượng tăng lúc đó đường LAC có độ dốc lên, giao điểm cắt giữa đường LAC với đường chi phí bình quân ngắn hạn không phải tại điểm mức cực tiểu.



Hình 4.11. Hiệu suất của quy mô tiếp cận từ đường LAC

Bên cạnh đó hiệu suất của qui mô được xác định như sau:

$$Q = f(K, L)$$

$$m.Q = f(n.K, n.L); (m > 1) \quad (4.25)$$

$m < n$: hiệu suất theo qui mô giảm dần

$m > n$: hiệu suất theo qui mô tăng dần

$m = n$: hiệu suất theo qui mô không đổi.

Hàm sản xuất dùng để phân tích là hàm sản xuất Cobb – Douglas dạng:

$$Q_1 = F(K, L) = A.K^\alpha L^\beta$$

Trong đó

Q_1 : số lượng sản phẩm sản xuất ra

A : trình độ công nghệ.

K : số lượng vốn sử dụng

L : số lượng lao động sử dụng

Với $0 < \alpha ; \beta < 1$

α là hệ số co giãn của sản lượng theo vốn, khi lượng vốn tăng thêm 1% trong khi lao động giữ nguyên thì sản lượng tăng thêm $\alpha\%$, β là hệ số co giãn của sản lượng theo lao động khi lượng lao động tăng thêm 1% trong khi vốn giữ nguyên thì sản lượng tăng thêm $\beta\%$.

Nếu gia tăng gấp đôi các yếu tố đầu vào thì tương ứng với sản lượng Q_2 :

$$Q_2 = 2^{\alpha+\beta} \times Q_1.$$

$\alpha+\beta > 1 \Rightarrow Q_2 > 2 Q_1. \Rightarrow$ hàm sản xuất thể hiện năng suất tăng dần theo qui mô.

$\alpha+\beta < 1 \Rightarrow Q_2 < 2 Q_1 \Rightarrow$ hàm sản xuất thể hiện năng suất giảm dần theo qui mô.

$\alpha+\beta = 1 \Rightarrow Q_2 = 2 Q_1 \Rightarrow$ hàm sản xuất thể hiện năng suất không đổi theo qui mô.

4.3. Lý thuyết về doanh thu và lợi nhuận

4.3.1. Doanh thu

Tổng doanh thu là khoản tiền DN nhận được khi tiêu thụ một lượng sản phẩm hàng hóa dịch vụ trong một khoảng thời gian nhất định.

$$TR = P.Q \quad (4.26)$$

Doanh thu bình quân (AR) là doanh thu tính trên một đơn vị hàng hóa

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P.Q}{Q} = P \quad (4.27)$$

Doanh thu cận biên MR_Marginal Revenue

Doanh thu cận biên là sự chênh lệch trong tổng doanh thu khi doanh nghiệp bán thêm một đơn vị sản phẩm.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$
$$MR = \frac{\partial TR}{\partial Q} \quad (4.28)$$

Nếu đường cầu được cho như sau: $Q_D = a.P + b$

$$TR = P.Q = Q \left[\left(\frac{1}{a} Q - \frac{b}{a} \right) \right]$$

$$MR = \frac{\partial TR}{\partial Q} = \frac{2}{a} Q - \frac{b}{a}$$

$$\text{Vậy: } MR = \frac{\partial TR}{\partial Q} = \frac{2}{a} Q - \frac{b}{a}$$

TR max khi $MR = 0$

TR tăng khi $MR > 0$

TR giảm khi $MR < 0$

4.3.2. Lợi nhuận

Lợi nhuận là phần chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí trong một khoảng thời gian nhất định.

$$\pi = TR - TC \quad (4.29)$$

Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận

$$\pi_q' = (TR - TC)'_q$$

Để $\pi_{\max}$ thì $\pi'_q = 0$ tức là: $MR = MC$.

$MR > MC$ thì Q tăng, π tăng.

$MR < MC$ thì Q Giảm, π giảm

Vậy, để $\pi_{\max}$ thì DN sẽ chọn mức sản lượng Q^* tại đó doanh thu biên bằng chi phí biên.

Doanh nghiệp tối đa hoá lợi nhuận tại mức Q^* mà ở đó $MR = MC$ khi và chỉ khi doanh nghiệp có lợi nhuận lớn hơn 0, khi lợi nhuận nhỏ hơn 0 tại mức sản lượng Q^* mà ở đó $MR = MC$ thì doanh nghiệp tối thiểu lỗ.

Nguyên tắc tối đa hoá lợi nhuận trong dài hạn của doanh nghiệp:

$LMC = LMR$ và $P > LAC_{\min}$

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 4

I. Câu hỏi tự luận

Câu 1. Sản xuất là gì? Đầu vào và đầu ra của quá trình sản xuất là gì?

Câu 2. Năng suất bình quân của lao động là gì? Viết công thức và cho ví dụ, tính kết quả.

Câu 3. Năng suất cận biên là gì? Viết công thức tính, cho ví dụ và tính kết quả.

Câu 4. Đường đồng lượng là gì? Đặc điểm và ý nghĩa của đường đồng lượng là gì? Vẽ đồ thị minh họa.

Câu 5. Đường đồng phí là gì? Viết công thức và giải thích.

Câu 6. Tỷ suất thay thế kỹ thuật cận biên là gì? Viết công thức tính, cho ví dụ và tính kết quả.

Câu 7. Tổng chi phí, chi phí cố định, chi phí biến đổi là gì? Viết công thức tính, cho ví dụ và tính kết quả.

Câu 8. Chi phí bình quân, chi phí cố định bình quân, chi phí biến đổi bình quân, chi phí cận biên là gì? Viết công thức tính, cho ví dụ và tính kết quả.

Câu 9. Hiệu suất của quy mô là gì? Vẽ đồ thị minh họa.

Câu 10. Khái niệm tổng doanh thu, doanh thu bình quân, doanh thu cận biên? Viết công thức tính, cho ví dụ và xác định kết quả.

Câu 11. Lợi nhuận là gì? Để tối đa hoá lợi nhuận, doanh nghiệp nên quyết định sản lượng như thế nào?

Câu 12. Phân biệt chi phí cơ hội, chi phí kế toán và chi phí kinh tế. Cho ví dụ minh họa.

Câu 13. Phân biệt lợi nhuận kế toán và lợi nhuận kinh tế. Cho ví dụ minh họa.

Câu 14. Trình bày nội dung mối quan hệ giữa năng suất cận biên với năng suất trung bình.

Câu 15. Trình bày nội dung và ý nghĩa của quy luật năng suất cận biên giảm dần.

II. Nhận định đúng hay sai và giải thích

Câu 1. Các đường đồng lượng của một loại sản phẩm không gặp nhau.

Câu 2. Chi phí biến đổi trên mỗi đơn vị sản lượng luôn luôn biến đổi.

Câu 3. Chi phí cận biên có xu hướng tăng lên khi tăng sản lượng sản xuất.

Câu 4. Chi phí cố định trên mỗi đơn vị sản lượng là không đổi.

Câu 5. Đường chi phí cận biên luôn luôn đi qua điểm cực tiểu của các đường AVC và ATC (trừ độc quyền tự nhiên).

Câu 6. Doanh nghiệp sẽ bị lỗ nếu MR và MC không bằng nhau.

Câu 7. Khi tiếp tục tăng thêm một yếu tố đầu vào và cố định các yếu tố khác thì tổng sản lượng sẽ tăng lên nhưng đến một ngưỡng nào đó nó có thể sẽ giảm xuống.

Câu 8. Trình bày mối quan hệ giữa năng suất trung bình với năng suất cận biên.

Câu 9. Quy mô sản xuất càng tăng lên thì hiệu suất càng tăng.

Câu 10. Tỷ suất thay thế kỹ thuật cận biên giải thích độ dốc của đường đồng lượng.

Câu 11. Một doanh nghiệp vẫn tiếp tục sản xuất ngay cả khi đang thua lỗ.

Câu 12. Đường LAC dốc lên thể hiện hiệu suất tăng theo quy mô.

Câu 13. Khi chi phí biến đổi trung bình giảm thì chi phí cận biên giảm.

Câu 14. Hiệu suất theo quy mô tăng dần có nghĩa là đường chi phí trung bình dài hạn có hệ số góc âm.

Câu 15. Với một số lượng vốn xác định, nếu tăng thêm 2 lao động làm cho số sản phẩm đầu ra tăng thêm là 15, sản phẩm biên của lao động là 15.

III. Lựa chọn câu trả lời đúng nhất

Câu 1. Khi năng suất cận biên tăng thì năng suất bình quân:

- a) Tăng.
- b) Giảm.
- c) Không đổi.
- d) Chưa chắc chắn điều gì xảy ra.

Câu 2. Khi sản lượng bắt đầu giảm xuống thì

- a) Năng suất bình quân cũng bắt đầu giảm xuống.
- b) Năng suất bình quân không đổi.
- c) Năng suất cận biên âm.
- d) Năng suất cận biên dương.

Câu 3. Ví dụ về tỷ suất thay thế kỹ thuật biên là:

- a) - $\Delta K/\Delta L$.
- b) - $\Delta L/\Delta K$
- c) Cả hai ví dụ a) và b) đều đúng
- d) Cả ba cách trả lời trên đều sai

Câu 4. Chi phí cận biên là:

- a) Tổng chi phí chia cho sản lượng.
- b) Chi phí trung bình phụ thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.
- c) Chi phí biến đổi phụ thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.
- d) Tổng chi phí phụ thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.

Câu 5. Tại mức sản lượng mà ATC đạt cực tiểu, ta có:

- a) $AVC = FC$
- b) $MC = AVC$
- c) $MC = ATC$
- d) $P = AVC$

Câu 6. Nếu đường MC nằm phía trên đường AVC thì khi tăng Q, ta có:

- a) ATC giảm xuống.
- b) AFC tăng lên.
- c) AVC giảm xuống.
- d) AVC tăng lên.

Câu 7. Nếu $Q = 10$, $TC = 100$ và MC của đơn vị sản phẩm thứ 11 là 21 thì:

- a) Với $Q = 11$ ta có $VC = 121$.
- b) $FC = 79$.
- c) MC của đơn vị sản phẩm thứ 10 nhỏ hơn 21.

d) Với $Q = 11$ thì $ATC = 11$.

Câu 8. Lãi suất 10%/năm, bạn đang đầu tư 50.000 USD tiền của mình vào hoạt động kinh doanh và nhận được lợi nhuận kế toán là 20.000 USD/năm. Lợi nhuận kinh tế của bạn là :

- a) 20.000 USD.
- b) 15.000 USD.
- c) 5.000 USD.
- d) 2.000 USD.

Câu 9. Tại mức sản lượng Q mà $MR = MC$ thì :

- a) Doanh nghiệp chắc chắn có lãi
- b) Doanh nghiệp bị lỗ
- c) Doanh nghiệp tối đa hoá lợi nhuận
- d) Cả ba câu trả lời trên đều đúng

Câu 10. Tại điểm hoà vốn:

- a) Doanh nghiệp chắc chắn bù đắp được chi phí cố định
- b) Doanh nghiệp chắc chắn bù đắp được chi phí biến đổi
- c) Doanh nghiệp bù đắp được chi phí
- d) Tất cả đều đúng

Câu 11. Năng suất cận biên của một đầu vào là :

- a) Sản lượng chia cho số đầu vào được sử dụng trong quá trình sản xuất
- b) Sản lượng tăng thêm nhờ sử dụng thêm một đơn vị đầu vào, các yếu tố khác giữ nguyên
- c) Sản lượng chia cho số đầu vào biến đổi
- d) Không có câu nào đúng

Câu 12. Tại mức sản lượng mà AVC đạt cực tiểu, ta có :

- a) $AVC = FC$
- b) $MC = AVC$
- c) $MC = ATC$
- d) $P = AVC$

Câu 13. Hàm sản xuất $Q = 0,5KL$, khi gia tăng các yếu tố đầu vào cùng tỷ lệ thì:

- a) Hiệu suất tăng dần theo quy mô.
- b) Hiệu suất không đổi theo quy mô.
- c) Hiệu suất giảm dần theo quy mô.
- d) Không có câu nào đúng.

Câu 14. Trong ngắn hạn, một hãng muốn tối đa hoá lợi nhuận sẽ ngừng sản xuất nếu:

a) Giá thấp hơn chi phí bình quân tối thiểu.

b) Tổng doanh thu thấp hơn tổng chi phí.

c) Tổng doanh thu thấp hơn chi phí biến đổi.

d) Chi phí biến đổi bình quân thấp hơn giá cả.

Câu 15. Nếu tất cả các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp gia tăng 10% và đầu ra gia tăng ít hơn 10%, đây là trường hợp:

a) Chi phí trung bình ngắn hạn đang giảm.

b) Đường LAC có hệ số góc âm.

c) Hiệu suất theo qui mô tăng.

d) Hiệu suất theo qui mô giảm.

IV. Bài tập

Bài 1: Các hàm sản xuất sau thể hiện hiệu suất tăng, giảm hay không đổi theo quy mô:

1. $Q = K^{1/2} \cdot L^{2/3}$
2. $Q = K + 2L$
3. $Q = \sqrt{K \cdot L}$
4. $Q = K \cdot L - 2L$
5. $Q = 10 \cdot K + L^{1/3}$

Bài 2: Một DN cạnh tranh hoàn toàn có số liệu về tổng chi phí biến đổi ngắn hạn như sau:

Q	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TVC	130	150	169	190	213	238	266	297	332	372	420	478

Tại $q = 14$ ta có $AFC = 5$

Yêu cầu:

Anh/Chị hãy viết FC, TC, , AVC, AFC, AC, MC?

Bài 3: Một doanh nghiệp có tổng chi phí ngắn hạn phụ thuộc vào sản lượng sản xuất và được thể hiện bởi phương trình: $TC = q^3 - 10q^2 + 100q + 1000$

Yêu cầu:

Anh/Chị hãy viết hàm tổng chi phí trung bình, tổng chi phí cố định, chi phí cố định trung bình, tổng chi phí biến đổi, chi phí biến đổi trung bình và chi phí biên ngắn hạn của doanh nghiệp theo biến sản lượng (Q)?

Bài 4: Một nhà sản xuất cần 2 yếu tố K và L để sản xuất sản phẩm A. Biết người này đã chi ra một khoản tiền là $TC=1.000.000$ để mua 2 yếu tố này với giá tương ứng $P_K(r)=500$; $P_L(w)=1.000$. Hàm sản xuất được cho $Q= 4L + K.L$

Yêu cầu:

1. Viết phương trình đường đồng phí và vẽ đồ thị.
2. Xác định các hàm MP_L , MP_K , $MRTS_{LK}$?
3. Xác định phương án sản xuất tối ưu và sản lượng tối đa?
4. Nếu muốn sản xuất 2.000.000 đơn vị, tìm phương án sản xuất tối ưu với chi phí sản xuất tối thiểu?

Bài 5: Hàm sản xuất của một doanh nghiệp có dạng:

$Q= f(K,L)= 2,5.K.L$. Doanh nghiệp vừa ký được hợp đồng tiêu thụ 31.250 sản phẩm. Đơn giá của vốn là $r= 5$ đơn vị tiền, đơn giá của lao động là $w= 4$ đơn vị tiền.

Yêu cầu:

1. Hãy xác định phối hợp tối ưu đối với 2 yếu tố sản xuất trên đây?
2. Chi phí thấp nhất để sản xuất mức sản lượng trên là bao nhiêu?
3. Nếu đơn giá sản phẩm hợp đồng trên là 0,04 đơn vị tiền thì lợi nhuận doanh nghiệp đạt được là bao nhiêu?
4. Bây giờ giả định rằng đơn giá cả lao động tăng gấp đôi, trong khi đơn giá vốn vẫn không thay đổi thì doanh nghiệp sẽ sử dụng vốn và lao động như thế nào để thực hiện hợp đồng trên? Tổng chi phí lúc này là bao nhiêu?

Chương 5: CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG

Mục tiêu: Học xong chương này, người học có thể:

- Phân loại được các loại thị trường;
- Phân tích được thị trường cạnh tranh hoàn hảo, độc quyền và cạnh tranh không hoàn hảo.
- Xác định được lợi nhuận và dự đoán được quyết định sản xuất của doanh nghiệp trong từng thị trường

5.1. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo

5.1.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường và doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Khái niệm cạnh tranh hoàn hảo

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo có vô số người mua và bán, sản phẩm trên thị trường là tương tự nhau và không có rào cản thị trường đối với việc gia nhập hay rút lui khỏi ngành.

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo là thị trường mà trong đó các quyết định mua hay bán của từng người mua hay từng người bán riêng lẻ không ảnh hưởng gì đến giá cả trên thị trường.

Đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

- ✓ Có nhiều người bán và nhiều người mua.
- ✓ Sản phẩm của ngành phải đồng nhất.
- ✓ Thông tin phải hoàn hảo.
- ✓ DN tự do gia nhập hay rời bỏ ngành.

Thị trường nông sản là các ví dụ điển hình về thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Hầu hết thị trường nông sản đều mang đầy đủ 4 đặc điểm của thị trường này, chẳng hạn như lúa gạo, trái cây, thủy hải sản, v.v. Đối với các mặt hàng công nghiệp, đặc điểm của mỗi sản phẩm gắn liền với hình ảnh, nhãn hiệu của công ty sản xuất ra chúng nên sản phẩm trong ngành là không đồng nhất. Bên cạnh đó, đôi khi người tiêu dùng không có đầy đủ thông tin về sản phẩm nên người bán có thể định giá khác nhau cho các sản phẩm của mình. Vì vậy, thị trường hàng công nghiệp khó có thể là thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

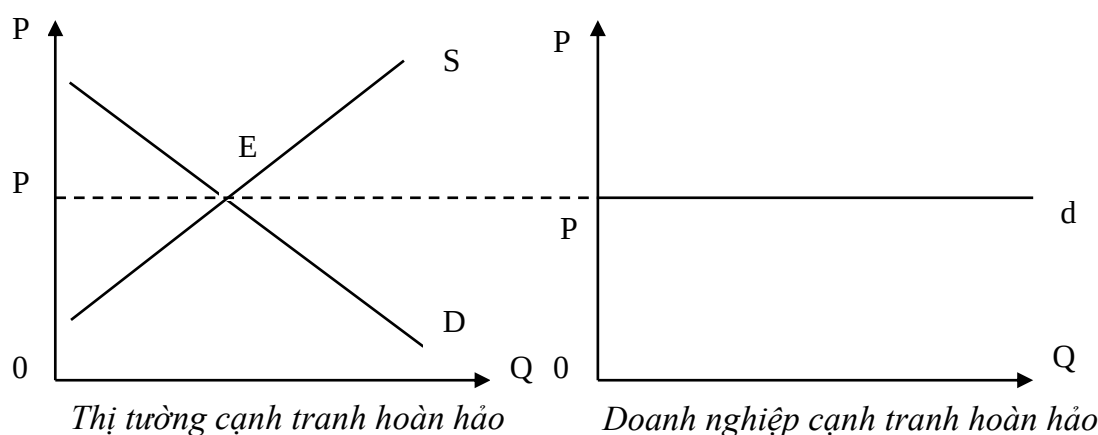
Đặc điểm của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo có nhiều doanh nghiệp cùng tham gia cung ứng một loại sản phẩm. Mỗi doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có các đặc trưng cơ bản sau:

- Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có thể bán tất cả các sản phẩm của mình ở mức giá thị trường đang thịnh hành, nếu doanh nghiệp đặt giá cao hơn thì doanh nghiệp sẽ không bán được vì người tiêu dùng sẽ mua của người khác. Theo nghĩa đó, doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo không có sức mạnh thị trường, tức là không có khả năng kiểm soát giá thị trường đối với sản phẩm mình bán. Sản lượng của doanh nghiệp là nhỏ so với cung của thị trường, vì thế doanh nghiệp không có ảnh hưởng đáng kể đến tổng sản lượng hoặc giá trên thị trường.

- Từng doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo không có sức mạnh thị trường. Các doanh nghiệp cạnh tranh riêng lẻ có thể bán hết sản phẩm của mình ở giá thị trường đang thịnh hành. Đây là đặc trưng của việc không có sức mạnh thị trường của các doanh nghiệp. Tất cả các doanh nghiệp cạnh tranh không có ảnh hưởng độc lập đến giá thị trường. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có sản lượng quá nhỏ so với dung lượng thị trường, do đó các quyết định sản lượng của doanh nghiệp không có ảnh hưởng đáng kể đến giá.

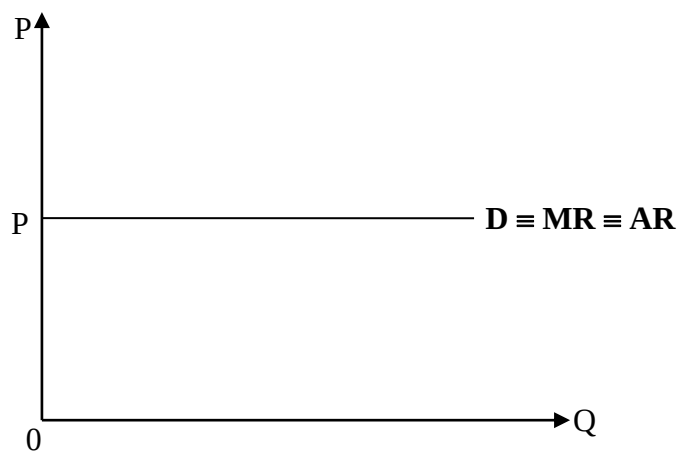
- Đường cầu đối với doanh nghiệp có dạng nằm ngang.



Hình 5.1. Đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo và đường cầu thị trường

- Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo đứng trước đường cầu nằm ngang đối với sản lượng của mình. Cần phân biệt đường cầu thị trường và đường cầu mà một doanh nghiệp cụ thể phải đối mặt. Đường cầu thị trường luôn là một đường dốc xuống dưới.

- Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có đường doanh thu biên trùng với đường cầu và trùng với đường doanh thu bình quân ($D \equiv AR \equiv MR$) hay $MR = AR = P$



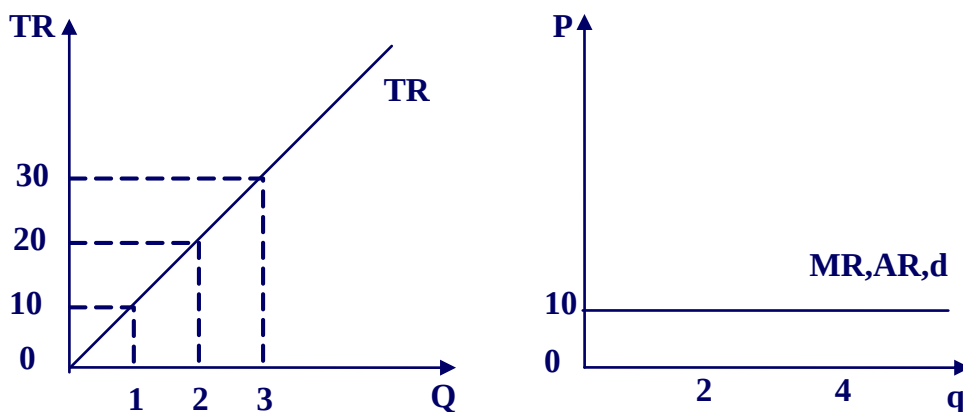
Hình 5.2. Đường cầu và đường doanh thu cận biên

Ví dụ: Tình hình kinh doanh sản phẩm X như sau:

Bảng 5.1. Doanh thu sản phẩm X

Q (Cái)	P(1000đ)	TR	AR	MR
0	10	0	-	-
1	10	10	10	10
2	10	20	10	10
3	10	30	10	10
4	10	40	10	10
5	10	50	10	10
6	10	60	10	10

Đồ thị đường TR, MR, AR



Hình 5.3. Đường cầu và đường doanh thu cận biên sản phẩm X

Doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh thì $P = MR = AR = D$ (5.1)

5.1.2. Lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn

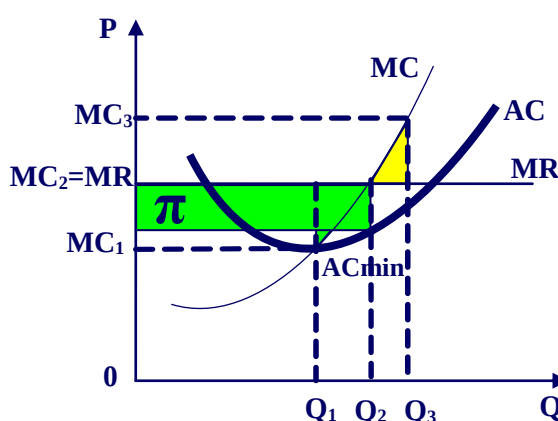
5.1.2.1. Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận

Ngắn hạn là khoảng thời gian dài đủ để các doanh nghiệp thay đổi sản lượng nhưng không đủ dài để các doanh nghiệp thay đổi quy mô sản xuất và rời bỏ hay gia nhập ngành.

Để tối đa hoá lợi nhuận doanh nghiệp sẽ chọn sản lượng sao cho chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí là lớn nhất. Do đường cầu nằm ngang nên cứ doanh nghiệp bán thêm một đơn vị sản phẩm, họ sẽ nhận thêm một khoản tiền bằng với giá của sản phẩm (*trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo doanh thu biên bằng với giá của sản phẩm*).

Doanh nghiệp sẽ tối đa hóa lợi nhuận tại mức sản lượng Q mà ở đó $MR = MC$. Trong đó, mức giá P được xác định trên đường cầu. Và $P > AC$ nên DN gia tăng sản lượng vì vậy, $P = MR = MC$. (5.2)

Tại mức sản lượng Q , chi phí trung bình bằng AC . Vì vậy, lợi nhuận trên mỗi đơn vị sản lượng bằng $P - AC$ (= doanh thu trên mỗi đơn vị - chi phí trung bình). Trong khi đó, lợi nhuận bằng lợi nhuận đơn vị x tổng sản lượng sản xuất. Như biểu đồ dưới đây chỉ ra rằng lợi nhuận của doanh nghiệp chính là phần chữ nhật tô đậm (lưu ý rằng chiều cao của hình chữ nhật là lợi nhuận đơn vị và chiều rộng chính là tổng sản lượng sản xuất).



Hình 5.4. Lợi nhuận của doanh nghiệp trong ngắn hạn

Đường cung của doanh nghiệp là $P = MC$ và $P > AC$

Đường cung của thị trường là tổng hợp theo chiều ngang các đường cung của các doanh nghiệp tham gia thị trường.

Thặng dư người sản xuất là $P = MC$ cho đơn vị sản xuất cuối cùng.

Thặng dư tiêu dùng chính là lợi ích ròng mà người tiêu dùng nhận được khi tiêu dùng hàng hóa. Thặng dư tiêu dùng có được khi lợi ích biên trên mỗi đơn vị lớn hơn chi phí biên của đơn vị tiêu dùng sau cùng.

5.1.2.2. Nguyên tắc tối thiểu hóa lỗ

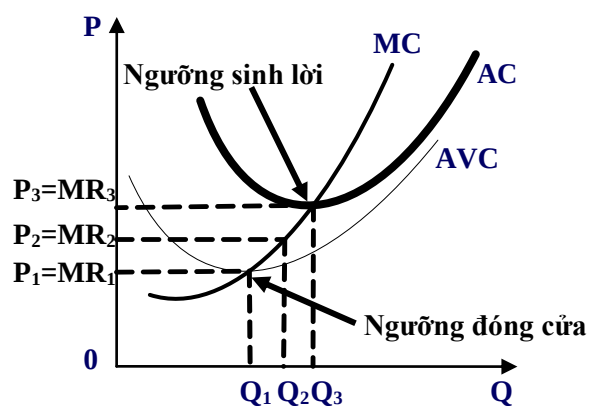
$P < AC$ tại mức sản lượng mà $MR = MC$

- Nếu doanh nghiệp ngừng sản xuất thì doanh thu của doanh nghiệp bằng không và chi phí bằng với chi phí cố định (lưu ý, chi phí cố định luôn phát sinh cho dù doanh nghiệp có sản xuất hay không). Vì vậy, doanh nghiệp sẽ mất đi (lỗ) toàn bộ phần chi phí cố định.

- Doanh nghiệp vẫn tiếp tục sản xuất trong ngắn hạn nếu như phần lỗ của doanh nghiệp ít hơn chi phí cố định (tối thiểu lỗ). Điều này xảy ra khi $AVC < P < AC$, khi đó doanh thu của doanh nghiệp không chỉ bù đắp toàn bộ chi phí biến đổi mà còn bù đắp được một phần của chi phí cố định. Theo thuật ngữ toán học, điều này có nghĩa là doanh nghiệp tiếp tục sản xuất miễn là: $TR = P \times Q > TVC$. Chia cả hai vế cho Q , chúng ta có thể viết lại điều kiện này theo một cách khác như sau: **$P > AVC$**

- Doanh nghiệp sẽ ngừng sản xuất khi **$P < AVC$** và doanh nghiệp sẽ rút lui khỏi ngành khi bị lỗ trong dài hạn (lưu ý rằng không có chi phí cố định trong dài hạn).

- Nếu giá thị trường bằng với điểm cực tiểu của đường AC (**$P = AC_{\min}$**) thì lợi nhuận của doanh nghiệp bằng không (giá hoà vốn).



Hình 5.5. Quyết định sản xuất trong ngắn hạn

5.1.3. Đường cung ngắn hạn

Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp là đường biểu diễn mức sản lượng mà doanh nghiệp sẵn sàng cung ứng ở mỗi mức giá.

Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo trùng với đường chi phí cận biên MC , tính từ $ACV_{\min}$ trở lên

Khi giá của các yếu tố đầu vào thay đổi, doanh nghiệp sẽ thay đổi mức sản lượng sao cho chi phí biên bằng với giá bán.

Đường cung ngắn hạn của thị trường:

Là tổng lượng cung của tất cả doanh nghiệp tham gia trên thị trường.

Là tổng hợp theo chiều ngang các đường cung của tất cả các doanh nghiệp tham gia trên thị trường.

Thặng dư nhà sản xuất trong ngắn hạn:

- Doanh nghiệp có thể thu được thặng dư với tất cả các sản phẩm được sản xuất cuối cùng

- Thặng dư nhà sản xuất là tổng chênh lệch giữa giá bán trên thị trường với chi phí biên với tất cả các hàng hóa được sản xuất.

$$PS = TR - TVC \quad (5.3)$$

$$\text{Lợi nhuận} = TR - TC$$

Ví dụ: Một doanh nghiệp cạnh tranh có hàm tổng chi phí trong ngắn hạn như sau:

$$STC = \frac{1}{300}q^3 - 0,2q^2 + 4q + 300,$$

Trong đó: q là sản lượng của doanh nghiệp và STC là tổng chi phí ngắn hạn.

Với hàm chi phí như trên, ta có thể tìm được giá trị của các chi phí AVC , AC , MC như trình bày trong bảng 5.2. Các mức sản lượng trong bảng được chọn sao cho chúng có thể hiện rõ các mức chi phí biến đổi trung bình cực tiểu và chi phí trung bình cực tiểu và không nhất thiết có bước nhảy giống nhau.

Bảng 5.2. Các chi phí của doanh nghiệp cạnh tranh

Q	TC	FC	VC	AFC	AVC	AC	MC
0	300,00	300	0,00	-	-	-	4,0
10	323,33	300	23,33	30,00	2,33	32,33	1,0
20	326,67	300	26,67	15,00	1,33	16,33	0,0
30	330,00	300	30,00	10,00	1,00	11,00	1,0
40	353,33	300	53,33	7,50	1,33	8,83	4,0
48,85	407,13	300	107,13	6,13	2,19	8,325	8,3
50	416,67	300	116,67	6,00	2,33	8,33	9,0
60	540,00	300	240,00	5,00	4,00	9,00	16,0

Dựa vào bảng 5.2, ta thấy chi phí biến đổi trung bình cực tiểu là 1 đơn vị tiền và chi phí trung bình cực tiểu là 8,325 đơn vị tiền. Doanh nghiệp sẽ có quyết định về cung ứng như sau:

Khi giá nhỏ hơn 1 đơn vị tiền, doanh nghiệp ngưng sản xuất vì nếu sản xuất doanh nghiệp sẽ bị lỗ nhiều hơn 300 đơn vị tiền.

Khi giá là 1 đơn vị tiền, doanh nghiệp có thể chọn mức sản lượng 30 và chịu lỗ 300 đơn vị tiền.

Khi giá lớn hơn 1 đơn vị tiền nhưng nhỏ hơn 8,325 đơn vị tiền, doanh nghiệp bị lỗ nhưng vẫn sản xuất vì sẽ lỗ ít hơn 300 đơn vị tiền. Chẳng hạn, khi giá là 4 đơn vị tiền tương ứng với chi phí biên ở mức sản lượng 40 đơn vị tiền, doanh nghiệp sẽ sản xuất 40 đơn vị sản phẩm và khi đó doanh nghiệp bị lỗ 193,33 đơn vị tiền.

Khi giá bằng đúng 8,325 đơn vị tiền, doanh nghiệp sẽ sản xuất 48,85 đơn vị sản phẩm và hòa vốn.

Khi giá lớn hơn 8,325 đơn vị tiền, doanh nghiệp sẽ thu được lợi nhuận trong ngắn hạn.

Đường cung của doanh nghiệp chỉ tồn tại ở những mức giá từ 1 đơn vị tiền trở lên. Ở những mức giá thấp hơn 1 đơn vị tiền, doanh nghiệp không sản xuất nên không tồn tại đường cung ở những mức giá này.

5.1.4. Lựa chọn sản lượng trong dài hạn

Dài hạn là khoảng thời gian dài đủ để các doanh nghiệp đang hoạt động trong ngành thay đổi sản lượng, quy mô sản xuất hay rời bỏ ngành; đồng thời, các doanh nghiệp mới có thể tham gia vào ngành.

Trong dài hạn, doanh nghiệp sẽ gia nhập ngành khi có lợi nhuận kinh tế dương và rời khỏi ngành khi lợi nhuận kinh tế âm (lỗ).

- Nếu $TR > TC$ thì doanh nghiệp có lợi nhuận nên khuyến khích doanh nghiệp gia nhập ngành.

- Nếu $TR = TC$ thì doanh nghiệp có lợi nhuận kinh tế = 0, doanh nghiệp có thể thu được lợi nhuận.

- Nếu $TR < TC$ thì doanh nghiệp xem xét việc rút lui ra khỏi ngành.

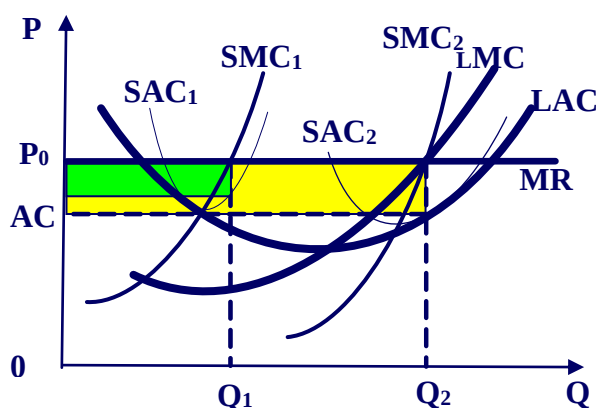
Đường cung dài hạn của doanh nghiệp là phần đường LMC ($P \geq LAC_{min}$) tính từ điểm LAC_{min} trở lên.

Khi cân bằng dài hạn xảy ra, có hai đặc trưng hữu hiệu như sau:

$$P = LMC \text{ và } P = LAC \min. \quad (5.4)$$

$P = LMC$ là rất quan trọng với xã hội bởi giá phản ánh lợi ích biên của xã hội trong khi chi phí biên phản ánh chi phí biên của xã hội trong việc sản xuất hàng hóa (bỏ qua tác động ngoại ứng). Tại điểm cân bằng, lợi ích biên của xã hội bằng với chi phí biên của xã hội, khi đó lợi ích biên của xã hội trong việc sản xuất hàng hóa là cực đại.

Sản xuất tại LAC min có nghĩa là xã hội sản xuất hàng hóa với chi phí đơn vị thấp nhất, khi đạt được như vậy thì sản xuất hàng hóa đạt được sự hữu hiệu.



Hình 5.6. Lựa chọn sản xuất trong dài hạn

Quyết định sản xuất của doanh nghiệp tại mức sản lượng sao cho giá bằng với chi phí biên (LMC). Mặt khác, quá trình gia nhập và rút khỏi thị trường một cách tự do làm cho giá bằng với chi phí trung bình (LAC_{min}) và vì vậy cũng bằng với chi phí biên. Một khi doanh nghiệp quyết định sản xuất tại mức sản lượng có chi phí trung bình thấp nhất thì doanh nghiệp đạt đến qui mô hiệu quả. Như vậy, cân bằng trong dài hạn của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sẽ đạt đến qui mô hiệu quả.

Cân bằng dài hạn diễn ra khi doanh nghiệp có lợi nhuận kinh tế bằng không. Khi cân bằng dài hạn diễn ra thì sức hấp dẫn ngành không còn nữa bởi tỷ suất lợi nhuận ngành tương tự với những ngành khác.

Một yếu tố quan trọng trong cân bằng dài hạn, đó là hiệu quả kinh tế - không có cách nào làm cho một người lợi hơn mà không làm thiệt đối với người khác.

Thặng dư sản xuất cũng được định nghĩa một cách tương tự, đó là lợi ích ròng của nhà

sản xuất khi bán hàng hóa. Thặng dư sản xuất có được bởi $P = MC$ cho đơn vị sản xuất sau cùng. Các đơn vị sản xuất trước đó có chi phí biên thấp hơn giá bán của doanh nghiệp.

Thặng dư tiêu dùng chính là lợi ích ròng mà người tiêu dùng nhận được khi tiêu dùng hàng hóa. Thặng dư tiêu dùng có được khi lợi ích biên trên mỗi đơn vị lớn hơn chi phí biên của đơn vị tiêu dùng sau cùng.

5.1.5. Đường cung dài hạn

Đường cung trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo:

Đường cung dài hạn của ngành là tổng hợp theo chiều ngang của các đường cung của các doanh nghiệp hiện có trong ngành và cả những doanh nghiệp có tiềm năng xuất và nhập ngành.

Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, chỉ có một mức giá xác định tại cân bằng dài hạn (ATC_{min}), $P \geq LATC_{min}$. Điều này cho thấy đường cung dài hạn co giãn hoàn toàn tại mức giá này. Tuy nhiên, đường cung thị trường có thể dốc lên. Giải thích cho đường cung dốc lên liên quan đến 2 lý do sau:

Thứ nhất, các doanh nghiệp hiện hành và doanh nghiệp tiềm năng khó có thể có đường chi phí giống nhau. Chẳng hạn, một số doanh nghiệp có bí quyết công nghệ tiên tiến hay có kinh nghiệm quản lý tốt, v.v. nên có đường chi phí thấp hơn các doanh nghiệp khác.

Thứ hai, thậm chí nếu các doanh nghiệp có đường chi phí giống nhau, mặc dù mỗi doanh nghiệp nhỏ không thể ảnh hưởng đến giá đầu ra cũng như giá đầu vào nhưng khi các doanh nghiệp cuing mở rộng sản lượng sẽ làm tăng cầu đối với các yếu tố đầu vào và dẫn đến, làm tăng giá các đầu vào. Như vậy, sự gia tăng sản lượng của ngành sẽ làm cho giá đầu vào tăng lên, làm đường chi phí dịch chuyển lên trên. Do đó, nói chung, chúng ta nhận thấy đường cung dài hạn của ngành dốc lên. Nó đòi hỏi giá cao hơn để cung ứng một mức sản lượng lớn hơn.

Đường cung dài hạn của ngành có đôi chút phẳng hơn so với đường cung của từng doanh nghiệp. Giá cao hơn không chỉ kích thích các doanh nghiệp sản xuất nhiều hơn mà còn kích thích các doanh nghiệp khác nhập ngành. Trong trường hợp đặc biệt, đường cung dài hạn của ngành có thể nằm ngang. Đó là trường hợp các doanh nghiệp có đường chi phí giống nhau.

5.2. Thị trường độc quyền thuần túy

5.2.1. Độc quyền bán

5.2.1.1. Khái niệm, đặc điểm và nguyên nhân dẫn đến thị trường độc quyền bán

Khái niệm

Độc quyền là cấu trúc thị trường nằm ở cực khác so với cạnh tranh hoàn hảo. Thay vì nhiều doanh nghiệp, thì thị trường chỉ có một nhà cung cấp sản phẩm mà không có sản phẩm khác thay thế.

Độc quyền bán là thị trường chỉ có một người bán (người sản xuất) duy nhất một loại sản phẩm nhưng lại có rất nhiều người mua. Sản phẩm của doanh nghiệp không có sản phẩm khác thay thế gần gũi.

Ví dụ: Thị trường vận tải đường sắt, thị trường điện, thị trường bưu chính, thị trường nước sạch ...

Đặc điểm của thị trường độc quyền

- ✓ Chỉ có một người bán duy nhất và có rất nhiều người mua.
- ✓ Sản xuất ra một loại SP riêng biệt không có SP thay thế.
- ✓ Trong thị trường độc quyền lối gia nhập ngành hoàn toàn bị phong tỏa.

Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền

Độc quyền do qui mô kinh tế thì doanh nghiệp có qui mô lớn có thể sản xuất với mức chi phí thấp hơn các doanh nghiệp có qui mô nhỏ. Khi một ngành mới phát triển sẽ có nhiều doanh nghiệp nhỏ tồn tại. Chẳng hạn, các doanh nghiệp đều có chi phí trung bình là “ACo”. Nếu một doanh nghiệp có qui mô lớn hơn các doanh nghiệp khác, thì doanh nghiệp đó sẽ có chi phí trên mỗi đơn vị sản xuất thấp hơn các doanh nghiệp khác. Điều này cho phép doanh nghiệp cung cấp sản lượng với mức giá thấp hơn (P' chẳng hạn). Với mức giá này thì các doanh nghiệp qui mô nhỏ sẽ bị thua lỗ (lưu ý rằng các doanh nghiệp nhỏ sẽ có lợi nhuận kinh tế bằng không tại mức giá P_0 , nhưng tại mức giá P' thì doanh nghiệp nhỏ bị lỗ và doanh nghiệp lớn sẽ có lợi nhuận kinh tế).

Các doanh nghiệp nhỏ sẽ rút lui khỏi ngành hoặc sát nhập với các doanh nghiệp khác để đạt qui mô cao hơn, ít nhất là bằng với qui mô của doanh nghiệp lớn hiện tại. Để duy trì sự phát triển (hoặc là mở rộng bên trong hoặc mua lại các doanh nghiệp nhỏ), thì chi phí trung bình của doanh nghiệp vẫn tiếp tục giảm. Khi đó, các doanh nghiệp nhỏ sẽ mất dần đi cho đến khi chỉ còn một doanh nghiệp qui mô lớn tồn tại.

Một quá trình diễn ra trong một ngành như vậy được gọi là **độc quyền tự nhiên**, là do kết quả của quá trình cạnh tranh dẫn đến độc quyền ngành. Khi có sự can thiệp của chính phủ thì nó trở thành **độc quyền qui định**.

Doanh nghiệp có thể có được năng lực độc quyền bằng cách sở hữu nguồn lực đặc biệt. Chẳng hạn, một doanh nghiệp có thể tăng chi phí ẩn để tăng rào cản thâm nhập ngành. Chi phí ẩn này như chi phí quảng cáo để tăng nhận thức về nhãn hiệu sản phẩm. Nếu như một doanh nghiệp chi một khoản tiền lớn cho quảng cáo, thì các doanh nghiệp lớn trong ngành cũng phải chi một khoản tiền tương tự. Nếu như doanh nghiệp đầu tư vào nhà xưởng và thiết bị thì có thể thu hồi (ít nhất là một phần) trong trường hợp doanh nghiệp rút lui khỏi ngành. Tuy nhiên, những chi phí ẩn (chẳng hạn quảng cáo) thì không thể thu hồi được nếu rút lui khỏi ngành. Điều này chính là một trong những rào cản đối với các doanh nghiệp muốn gia nhập ngành.

Bằng sáng chế và phát minh cũng đem lại cho doanh nghiệp sở hữu nó một năng lực độc quyền. Khi bằng sáng chế được bảo hộ, điều này kích thích các doanh nghiệp đầu tư vào nghiên cứu và phát triển. Chẳng hạn, phần mềm Windows của Microsoft được đăng ký bản quyền và đem lại cho công ty một năng lực độc quyền trong một khoảng thời gian khá dài.

Độc quyền cục bộ là độc quyền tồn tại trong một khu vực địa lý cụ thể. Trong nhiều khu vực địa lý, hay hành chính, chính phủ có thể qui định hay đặc ân đối một doanh nghiệp hay tổ chức nào đó được phép cung cấp một hàng hóa hay dịch vụ cụ thể (chẳng hạn như tờ báo hàng ngày của địa phương).

5.2.1.2. Doanh nghiệp trong thị trường độc quyền bán

Một doanh nghiệp độc quyền bán có các đặc trưng cơ bản như sau:

- Đường cầu (D) của doanh nghiệp độc quyền bán dốc xuống dưới và trùng với đường cầu của thị trường. Doanh nghiệp độc quyền bán là người cung ứng duy nhất đối với một loại sản phẩm, nhà độc quyền bán có vị trí độc nhất trên thị trường. Nhà độc quyền bán có sự kiểm soát toàn diện đối với số lượng sản phẩm đưa ra bán. Tuy nhiên điều này không có nghĩa là doanh nghiệp đặt ra giá cao bao nhiêu cũng được. Vì mục đích của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận; đặt giá cao sẽ có ít người mua và lợi nhuận thu được sẽ ít hơn.

- Đường doanh thu trung bình (AR) cũng chính là đường cầu. Vì là người duy nhất bán một hàng hóa hoặc một dịch vụ trên thị trường, nhà độc quyền bán đứng

trước cầu thị trường - một đường cầu dốc xuống dưới về phía phải. Đường cầu thị trường chính là đường doanh thu bình quân (AR) của doanh nghiệp. Khi đường cầu dốc xuống thì giá và doanh thu bình quân luôn lớn hơn doanh thu cận biên, vì tất cả các đơn vị đều được bán cùng một giá.

Ngoài ra doanh thu trung bình được xác định bởi công thức:

$$AR = P \quad (5.5)$$

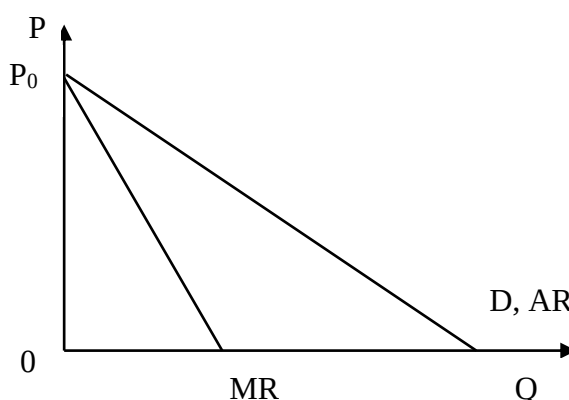
Doanh thu trung bình bằng giá bán ở các mức sản lượng, do đó đường doanh thu trung bình luôn trùng với đường cầu.

- Đường doanh thu biên dốc xuống và luôn nằm dưới đường cầu. Tăng lượng bán thêm một đơn vị thì giá bán phải giảm xuống, như vậy tất cả các đơn vị bán ra đều phải giảm giá chứ không phải một đơn vị bán thêm. Đường doanh thu cận biên luôn nằm dưới đường cầu, trừ điểm đầu tiên, như mô tả ở hình 5.7

Phân tích mối quan hệ giữa giá bán và doanh thu cận biên bằng phương pháp đại số; giả sử phương trình hàm cầu của doanh nghiệp độc quyền bán có dạng tuyến tính như sau: $P = aQ + b$ (1), tổng doanh thu $TR = P \cdot Q = aQ^2 + bQ$.

$$\text{Ta có } MR = TR' = 2aQ + b \quad (2)$$

Từ (1) và (2), ta có thể nhận thấy phương trình hàm doanh thu cận biên có cùng tung độ góc và có hệ số gấp đôi hệ số góc của phương trình hàm cầu. Do đó giá trị của doanh thu cận biên (MR) nhỏ hơn giá bán sản phẩm (vì $a < 0$), trừ khi $Q = 0$



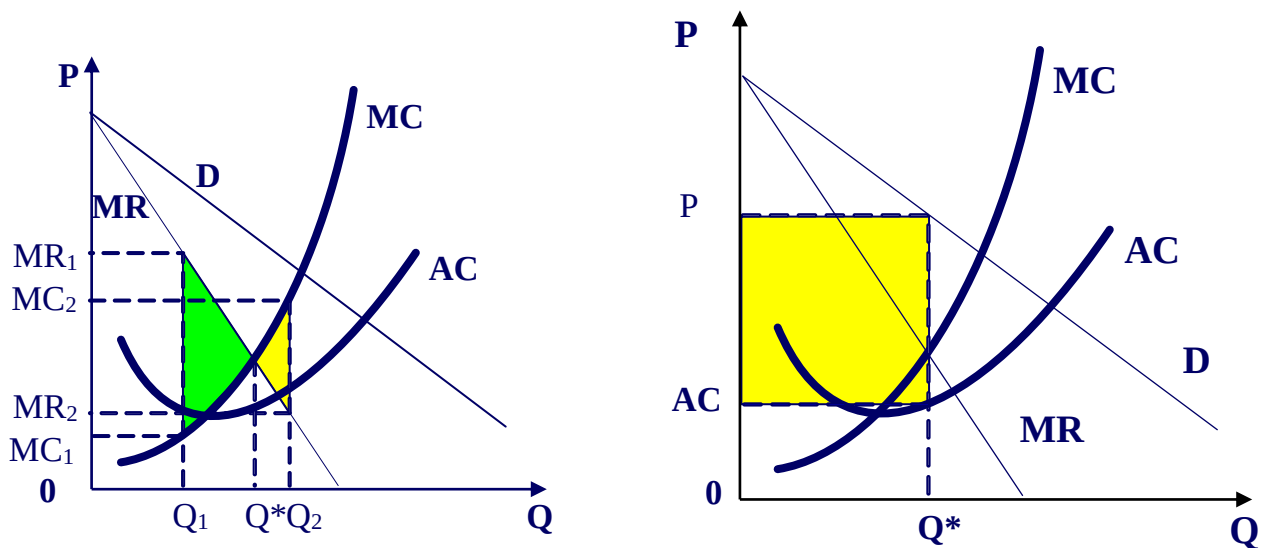
Hình 5.7. Đường cầu và đường doanh thu cận biên

5.2.1.3. Doanh nghiệp trong thị trường độc quyền bán

Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận

Tổng doanh thu sẽ tối đa tại mức sản lượng mà ở đó cầu là co giãn đơn vị (và $MR = 0$). Giả định rằng doanh nghiệp mong muốn tối đa hóa doanh thu, thì đây là mức sản lượng sản xuất tốt nhất cho doanh nghiệp. Trong khi đó, doanh nghiệp muốn tối đa

hóa lợi nhuận thì cần phải xem xét cả doanh thu và chi phí và mức sản lượng trong trường hợp này được xác định tại $MR=MC$.



Hình 5.8. Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp độc quyền bán

Lợi nhuận độc quyền có thể được xem như là phần trả công cho các nhân tố hình thành nên sự độc quyền như: phát minh, sáng chế, vị trí thuận lợi hay sự năng động của nhà độc quyền. Chính vì vậy, một số doanh nghiệp khác sẽ sẵn sàng trả một số tiền để sang nhượng bản quyền các phát minh, sáng chế, v.v. nhằm kiếm được lợi nhuận tiềm năng của vị thế độc quyền. Một khi quyền độc quyền được sang nhượng thấp hơn giá trị thị trường thực tế, người được sang nhượng sẽ được hưởng lợi. Chúng ta có thể thấy một số ví dụ về sự sang nhượng quyền độc quyền như Honda nhượng lại quyền sản xuất các loại xe gắn máy của mình cho các doanh nghiệp ở Hàn Quốc, Trung Quốc và Việt Nam; các câu lạc bộ bóng đá ra sức tìm mua các cầu thủ ngôi sao; hay việc mua bán quyền truyền hình các sự kiện chính trị, thể thao, v.v.

Tuy nhiên, vị thế độc quyền không bảo đảm cho doanh nghiệp chắc chắn thu được lợi nhuận. Điều này còn phụ thuộc vào mối quan hệ giữa chi phí trung bình và đường cầu đối với sản phẩm của nhà độc quyền (trường hợp nhà độc quyền không thể thu được lợi nhuận độc quyền do đường AC nằm trên đường cầu).

Nếu $Q < Q^*$ khi $MC < MR \Rightarrow$ tăng sản lượng $\Rightarrow$ lợi nhuận tăng

Nếu $Q > Q^*$ khi $MC > MR \Rightarrow$ giảm sản lượng $\Rightarrow$ lợi nhuận tăng

Nếu $Q = Q^*$ khi $MC = MR \Rightarrow$ tối đa hóa lợi nhuận.

Lựa chọn giá của doanh nghiệp độc quyền

Như ta đã biết, để tối đa hóa lợi nhuận, nhà độc quyền bán phải sản xuất mức sản lượng mà tại đó $MC = MR$

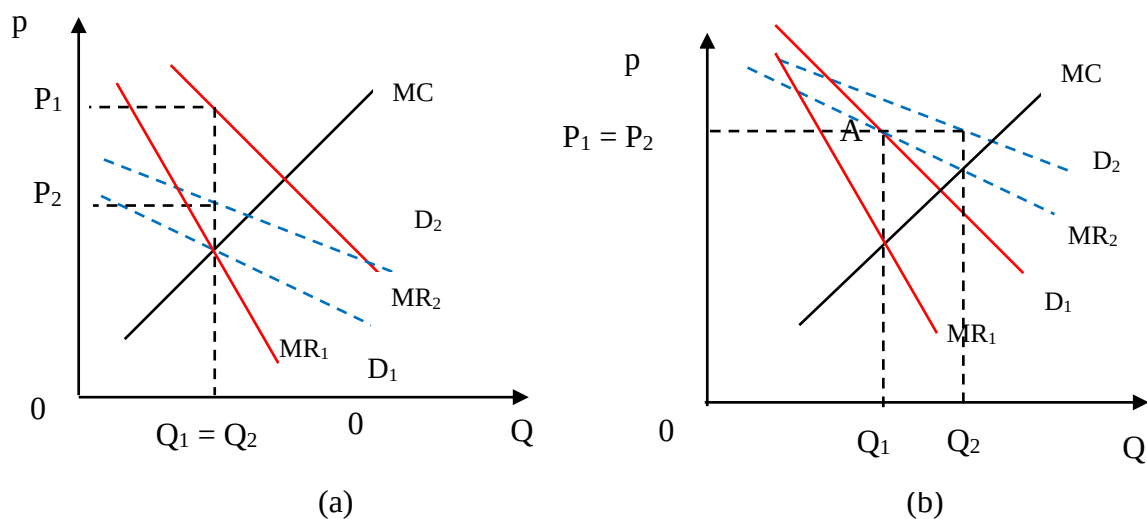
Ta có:

$$\begin{aligned} MR &= \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta(PQ)}{\Delta Q} \\ &= \frac{P\Delta Q + Q\Delta P}{\Delta Q} = P + Q \frac{\Delta P}{\Delta Q} \\ &= P\left(1 + \frac{Q}{P} \times \frac{\Delta P}{\Delta Q}\right) = P\left(1 + \frac{1}{E_d}\right) \end{aligned}$$

$$\text{Đặt } MR = MC \Leftrightarrow P(1 + 1/E_d) = MC \Rightarrow P = \frac{MC}{1 + 1/E_d} \quad (5.6)$$

Qua công thức xác định giá của công ty độc quyền, ta có thể thấy giá bán của công ty độc quyền phụ thuộc vào chi phí của doanh nghiệp và cầu thị trường của sản phẩm; đồng thời giá bán của công ty độc quyền lớn hơn chi phí cận biên.

Sản lượng của nhà độc quyền cũng phụ thuộc vào đường chi phí cận biên và đường cầu. Trong độc quyền bán không có đường cung. Nói cách khác không có mối quan hệ 1:1 giữa giá và sản lượng. Bởi vì, quyết định sản lượng của nhà độc quyền phụ thuộc không chỉ vào chi phí cận biên, mà còn vào hình dáng của đường cầu. Do đó, sự dịch chuyển của đường cầu, không kéo theo một loạt các mức giá và các mức sản lượng như với đường cung cạnh tranh hoàn hảo. Trong độc quyền bán, sự dịch chuyển của cầu có thể dẫn tới thay đổi giá mà sản lượng không thay đổi, như biểu thị ở hình 5.9a, hoặc sự thay đổi trong sản lượng mà giá không đổi, như biểu thị ở hình 5.9b, hoặc thay đổi cả sản lượng, cả giá



Hình 5.9. Sự dịch chuyển của cầu dẫn đến giá thay đổi hoặc sản lượng thay đổi chứ không phải cả hai

Sức mạnh của công ty độc quyền

Sự khác nhau giữa doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo và doanh nghiệp độc quyền là doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo không có quyền định giá bán sản phẩm, doanh nghiệp phải bán sản phẩm theo giá thị trường đang thịnh hành và giá bán bằng chi phí cận biên; doanh nghiệp độc quyền có quyền quyết định giá và giá bán cao hơn chi phí cận biên. Điều này thể hiện sức mạnh của công ty độc quyền đối với thị trường. Để đo lường sức mạnh của nhà độc quyền, sử dụng chỉ số Lerner (L) do Abba Lerner đưa ra vào năm 1934.

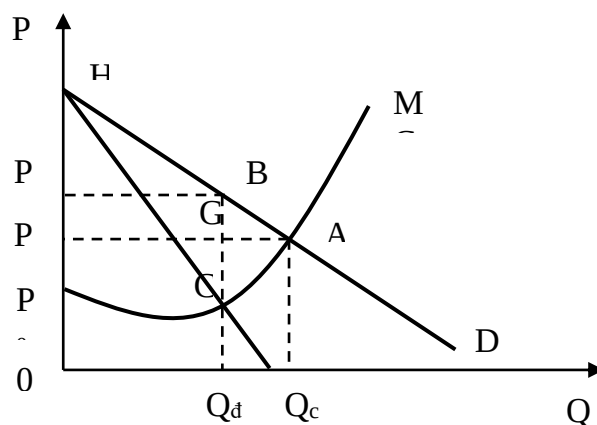
$$L = \frac{P - MC}{P} = 1 - \frac{MC}{P} = -\frac{1}{E_d} ; 0 < L < 1 \quad (5.7)$$

Hệ số Lerner đo lường lượng chênh lệch giữa giá độc quyền và chi phí cận biên (giá cạnh tranh) với giá của nó. Trong điều kiện cạnh tranh hệ số Lerner bằng 0 và hệ số Lerner sẽ tăng dần khi sức mạnh thị trường tăng lên.

Thiệt hại do sức mạnh thị trường gây ra cho xã hội

Vì sức mạnh độc quyền tạo ra giá cao hơn và sản lượng thấp hơn so với cạnh tranh hoàn hảo, nên người tiêu dùng bị thiệt hại và người sản xuất sẽ có lợi. Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sẽ lựa chọn mức sản lượng Q_c để tối đa hóa lợi nhuận thỏa mãn điều kiện $P = MC$. Thặng dư của xã hội trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo bằng tổng thặng dư của nhà sản xuất và thặng dư của người tiêu dùng được xác định bởi phần diện tích nằm dưới đường cầu (D) và đường chi phí cận biên (MC) và trực tung như hình 5.10 (diện tích hình AHP₀)

Tuy nhiên, đối với công ty độc quyền, lựa chọn mức sản lượng tối ưu Q_d thỏa mãn điều kiện $MR = MC$, giá bán sản phẩm là P_d . Thặng dư của người tiêu dùng bây giờ chỉ còn là diện tích tam giác HBP_d, thặng dư của người tiêu dùng bị mất là phần diện tích hình thang P_cP_dBA. Thặng dư của người sản xuất bây giờ là phần diện tích nằm trên đường MC, dưới đường giá P_d (diện tích hình P_dBCP₀). Công ty độc quyền đã chiếm đoạt một phần thặng dư của người tiêu dùng là diện tích hình P_cP_dBG. Độc quyền đã làm giảm thặng dư của xã hội là phần diện tích hình ABC, trong đó phần thiệt hại thuộc về người tiêu dùng. Như vậy độc quyền là cấu trúc thị trường không hiệu quả.



Hình 5.10. Thiệt hại do sức mạnh độc quyền

5.2.2. Độc quyền mua

Độc quyền mua là thị trường trong đó chỉ có một người mua, độc quyền mua tập đoàn là thị trường trong đó chỉ có một số người mua.

Một doanh nghiệp độc quyền mua có những đặc trưng cơ bản như sau:

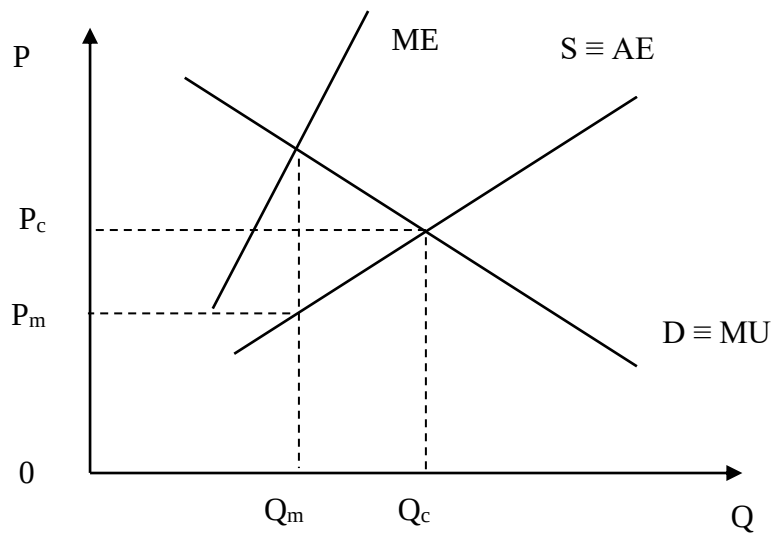
- Khi thị trường có một hoặc một số người mua thì người mua có sức mạnh độc quyền mua. Nhờ có sức mạnh độc quyền mua, người mua độc quyền có khả năng thay đổi giá của hàng hóa. Do đó người mua có thể mua hàng hóa ở mức giá thấp hơn giá thịnh hành trong thị trường cạnh tranh.

- Do thị trường chỉ có một hoặc một số người mua, nên nhu cầu của người mua cũng chính là nhu cầu của thị trường. Hay nói khác hơn cầu của người mua cũng chính là tổng cầu của thị trường. Do đó đường cầu của doanh nghiệp độc quyền mua là một đường dốc xuống về phía phải và trùng với đường lợi ích cận biên (MU).

- Khi ra quyết định mua bao nhiêu hàng hóa, người mua cũng áp dụng nguyên lý cận biên, tức là mua hàng hóa cho đến đơn vị hàng hóa được mua cuối cùng mang lại giá trị bổ sung (lợi ích gia tăng - MU) đúng bằng chi phí mà người mua trả cho nó (ME).

Sự lựa chọn của doanh nghiệp độc quyền mua

Khi người mua có sức mạnh độc quyền mua thì đường cung thị trường là đường chi tiêu trung bình (AE) của nhà độc quyền mua. Giả sử một hãng độc quyền mua có đường chi tiêu trung bình là AE và đường chi tiêu cận biên là ME như hình 5.11. Khi đó nhà độc quyền mua một lượng Q_m và trả giá cho mỗi đơn vị mua là P_m . Trong khi đó giá cả trong thị trường cạnh tranh là P_c và lượng mua cạnh tranh là Q_c .



Hình 5.11. Lựa chọn của doanh nghiệp độc quyền mua

Qua hình vẽ ta có thể nhận thấy rằng, độc quyền mua cũng gây ra mất không giống như trong độc quyền bán

Chính sách chống độc quyền:

Tăng cường năng lực cạnh tranh

Mỗi ngành độc quyền đều có năng lực độc quyền nhất định, chính phủ có thể can thiệp năng lực độc quyền thông qua luật chống độc quyền. Luật chống độc quyền là cách thức để gia tăng năng lực cạnh tranh trên thị trường. Trong những trường hợp cụ thể, chính phủ có thể hạn chế việc sát nhập. Chẳng hạn như ngăn chặn sự sát nhập của hai công ty nước giải khát Coca-Cola và PepsiCo., hoặc chính phủ có thể chia nhỏ các công ty. Năm 1984, chính phủ Mỹ chia nhỏ công ty viễn thông AT&T thành 8 công ty nhỏ hơn. Trong những trường hợp như vậy, luật chống độc quyền nhằm ngăn chặn sự liên kết hay hợp tác của các công ty theo cách thức làm giảm sức cạnh tranh trên thị trường.

Tuy nhiên, trong một số trường hợp thì việc sát nhập làm tăng hiệu quả sản xuất là do sự cộng hưởng (qui mô hay quản lý). Vấn đề đặt ra đối với chính sách công là xác định việc sát nhập hay chia nhỏ các công ty có làm gia tăng phúc lợi của xã hội hay không. Do đó, các phân tích chi phí - lợi nhuận phải được xem xét kỹ lưỡng trước khi quyết định cho phép việc sát nhập hay chia nhỏ các công ty.

Điều chỉnh hành vi nhà độc quyền

Giải pháp công thường áp dụng đối với độc quyền tự nhiên như các công ty điện, nước. Theo đó, những công ty này không được phép tùy tiện trong việc điều

chính giá nếu như không có sự phê chuẩn của cơ quan chức năng chính phủ. Vậy thì mức giá được xác định như thế nào là hợp lý đối với độc quyền tự nhiên.

- Nếu mức giá qui định bằng với chi phí biên, thì giá sẽ thấp hơn chi phí trung bình. Điều này sẽ làm cho các doanh nghiệp độc quyền rút khỏi thị trường.

- Trong trường hợp giá qui định bằng với chi phí trung bình, doanh nghiệp độc quyền có lợi nhuận kinh tế bằng không (lợi nhuận thông thường) và làm phát sinh chi phí xã hội. Vì vậy, vấn đề đối với qui định giá trong độc quyền phải đảm bảo cho doanh nghiệp độc quyền có lợi nhuận từ chi phí thấp hơn. Điều này sẽ khuyến khích các doanh nghiệp này nỗ lực đổi mới sản xuất, quản lý để giảm chi phí và gia tăng lợi nhuận.

Chuyển đổi hình thức sở hữu

Một cách thức khác để giải quyết vấn đề độc quyền là chuyển hình thức độc quyền tư nhân sang độc quyền nhà nước. Chẳng hạn như các công ty bưu chính viễn thông, điện, nước. Tuy nhiên, chính sách này cũng gây ra các vấn đề tiềm năng thuộc về trách nhiệm điều hành quản lý. Những người quản lý điều hành các công ty độc quyền tư nhân luôn phải chịu áp lực từ việc cắt giảm chi phí. Trong trường hợp người quản lý thực hiện công việc yếu kém, thì nguy cơ sa thải là rất lớn. Trong khi đó, những người quản lý trong các công ty độc quyền nhà nước điều hành yếu kém sẽ gây ra thiệt hại cho người tiêu dùng và nguồn thu thuế của chính phủ.

5.3. Thị trường cạnh tranh độc quyền

5.3.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường và doanh nghiệp

Cạnh tranh độc quyền là dạng cấu trúc thị trường có nhiều doanh nghiệp bán các mặt hàng tương tự nhau nhưng không giống hệt nhau, nó vừa mang đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo vừa có đặc điểm của thị trường độc quyền.

Đặc điểm của thị trường cạnh tranh độc quyền – doanh nghiệp

Đặc điểm của thị trường:

- Nhiều người mua và bán,
- Sản phẩm phân biệt,
- Dễ dàng thâm nhập và rút khỏi thị trường.

Vì mỗi doanh nghiệp sản xuất một sản phẩm phân biệt, cho nên sẽ mất khách hàng nếu như doanh nghiệp tăng giá. Vì vậy, đường cầu của doanh nghiệp bán cạnh

tranh có đường cầu dốc xuống và đường doanh thu biên nằm dưới đường cầu như minh họa trong biểu đồ dưới đây.

Thị trường cạnh tranh độc quyền là sự tổng hợp của hai thị trường cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền. Nó gần giống với thị trường cạnh tranh hoàn hảo vì số lượng người bán tương đối nhiều sao cho hoạt động của một doanh nghiệp riêng lẻ không có ảnh hưởng rõ rệt đến đối thủ cạnh tranh của nó. Đồng thời, nó gần giống với thị trường độc quyền vì mỗi doanh nghiệp sở hữu một đường cầu xuống cho sản phẩm riêng biệt của nó.

Đặc điểm của doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh độc quyền:

- Doanh nghiệp có sức mạnh độc quyền nhưng luôn bị đe dọa bởi các đối thủ cạnh tranh tiềm tàng.

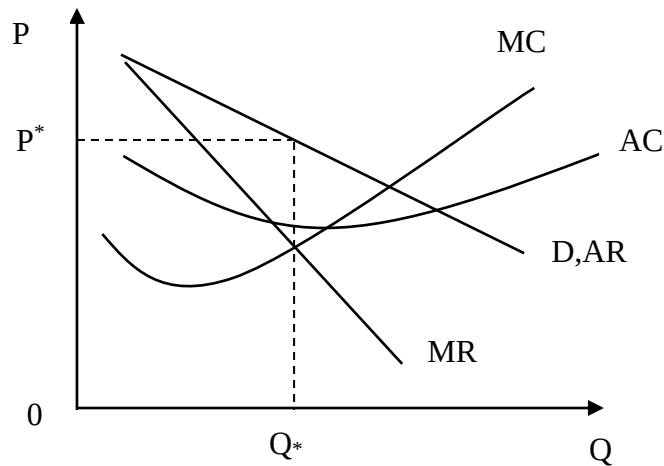
- Các doanh nghiệp cạnh tranh với nhau do bán các sản phẩm khác nhau nhưng có khả năng thay thế cho nhau, nhưng không có khả năng thay thế hoàn toàn.

- Doanh nghiệp là người chấp nhận mặt bằng giá chung của thị trường, nhưng doanh nghiệp cũng có quyền chi phối giá cả trên thị trường.

5.3.2. Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp

Trong thị trường cạnh tranh độc quyền, mỗi doanh nghiệp bán ra các sản phẩm riêng biệt để phục vụ cho khúc thị trường riêng (tương đối) của mình. Do vậy, mỗi doanh nghiệp có thể ảnh hưởng đến phần thị trường của mình ở một mức độ nào đó bằng cách thay đổi giá cả của mình so với những đối thủ cạnh tranh khác. *Vì vậy, đường cầu đối với doanh nghiệp trong cạnh tranh độc quyền dốc xuống.* Chúng ta cũng lưu ý rằng đây là đường cầu của phần thị trường mà doanh nghiệp phục vụ (thị phần), chứ không phải đường cầu của toàn bộ thị trường. Thị phần của mỗi doanh nghiệp phụ thuộc vào số lượng doanh nghiệp trong ngành. Với một đường cầu thị trường nhất định, sự gia tăng số lượng doanh nghiệp trong ngành sẽ làm đường cầu của doanh nghiệp dịch chuyển sang trái vì cầu đối với sản phẩm của doanh nghiệp giảm đi.

Do đường cầu của doanh nghiệp dốc xuống nên doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền cũng có sức mạnh thị trường. Tuy nhiên, điều này không bảo đảm doanh nghiệp sẽ thu được lợi nhuận cao. Sự tự do nhập ngành sẽ đe dọa lợi nhuận của các doanh nghiệp hiện hành.



Hình 5.12. Đường cầu dốc xuống

Trong ngắn hạn, quy mô sản xuất của các doanh nghiệp không thay đổi và được thể hiện bằng đường ATC và MC, cầu thị trường đối với sản phẩm của doanh nghiệp được thể hiện bằng đường cầu D. Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận được xác định tại $MR = MC$ là Q^* , giá bán được xác định theo cầu là P^* , chi phí trung bình là ATC. Tại đây do $P^* > ATC$ nên doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền thu được lợi nhuận dương.

Trong dài hạn các đường chi phí trung bình LAC và chi phí cận biên MC cũng có thể dịch chuyển. Nhưng để đơn giản, ta giả định các chi phí này không đổi. Đường cầu dài hạn D sẽ tiếp xúc với đường chi phí trung bình của doanh nghiệp. Ở đây sản lượng tối đa hóa lợi nhuận là Q^* giá là P^* và lợi nhuận bằng không vì $P = LAC$, không có động cơ gia nhập thị trường và thị trường sẽ cân bằng.

5.3.3. Cân bằng ngắn hạn và dài hạn

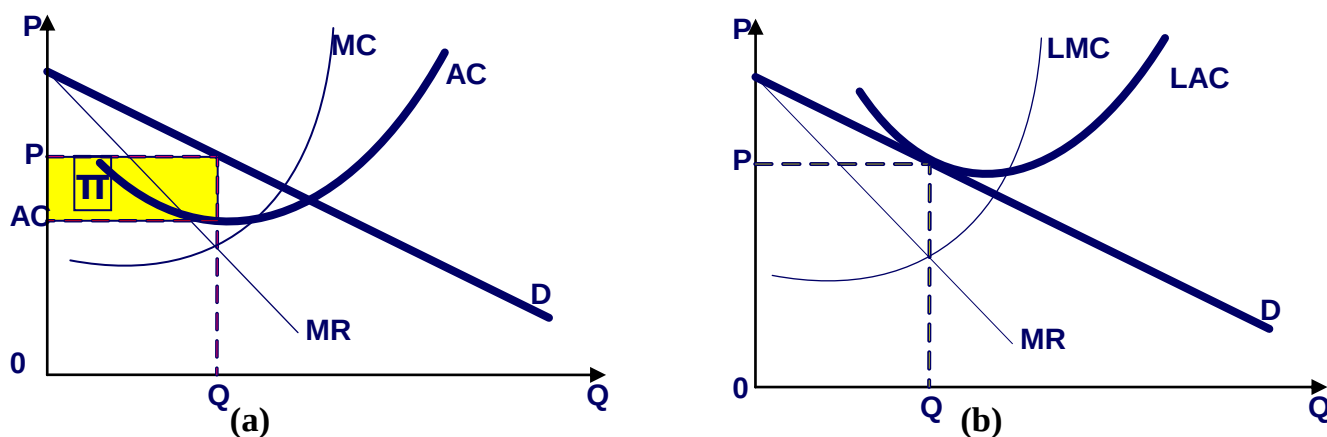
Cân bằng trong ngắn hạn: Doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh độc quyền cũng theo đuổi mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận. Do đó nó sẽ cân bằng tại mức sản lượng có $MR = MC$

Trong ngắn hạn thì $P > AC$ nên Doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền có lợi nhuận. Trong cạnh tranh độc quyền thì lợi nhuận kinh tế thay đổi là do sự thâm nhập của các doanh nghiệp mới vào ngành. Khi có doanh nghiệp mới gia nhập ngành, cầu sản phẩm của mỗi doanh nghiệp sẽ giảm xuống và trở nên co giãn hơn. Cầu giảm sẽ làm giảm lợi nhuận kinh tế của doanh nghiệp.

Trong ngắn hạn, doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền có thể bị lỗ (lợi nhuận kinh tế âm) như minh họa trong biểu đồ dưới đây. Khi đó, doanh nghiệp vẫn tiếp tục hoạt động trong ngắn hạn và rời khỏi ngành trong dài hạn.

Cân bằng trong dài hạn: Trong thị trường cạnh tranh độc quyền, các doanh nghiệp trong dài hạn luôn có năng lực thắng dư. Lý do là các doanh nghiệp sản xuất ở mức sản lượng dưới mức sản lượng tại $LAC_{\min}$.

Kết quả là người tiêu dùng trả một mức giá vượt quá chi phí trung bình tối thiểu. Điều này có thể giải thích tại sao đường cầu của doanh nghiệp bán cạnh tranh trở nên dốc hơn, là do phân biệt sản phẩm. Bởi vì sản phẩm của doanh nghiệp là không thay thế hoàn toàn cho các sản phẩm của các doanh nghiệp khác. Vì vậy, sự phân biệt sản phẩm gây nên năng lực thắng dư.



Hình 5.13. Cân bằng trong ngắn hạn (a) và dài hạn (b)

Như vậy, trong dài hạn thị trường cạnh tranh độc quyền sẽ cân bằng tại mức giá $P = LAC$. Tuy nhiên khi so sánh cân bằng dài hạn giữa thị trường cạnh tranh hoàn hảo và thị trường cạnh tranh độc quyền ta có thể nhận thấy một số điểm khác biệt như sau:

- Các doanh nghiệp có thể có chi phí khác nhau và mặt hàng có sự phân biệt nên giá cả sản phẩm giữa các doanh nghiệp sẽ khác nhau, do đó một số doanh nghiệp sẽ có lợi nhuận kinh tế, nhưng rất nhỏ.

- Do $P > LAC_{\min}$: doanh nghiệp vẫn có khả năng mở rộng sản xuất để tìm kiếm khách hàng mới.

- $P > MC$: doanh nghiệp vẫn còn duy trì sức mạnh đối với thị trường.

Sự cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn của doanh nghiệp cho thấy quyết định về sản lượng và giá của doanh nghiệp mang những đặc điểm vừa của doanh nghiệp độc quyền vừa của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo. Đầu tiên, doanh nghiệp là nhà cung ứng duy nhất sản phẩm riêng biệt của mình nên doanh nghiệp là nhà độc quyền trên khúc thị trường của và có đường cầu dốc xuống. Doanh nghiệp có sức mạnh thị trường và kiếm được lợi nhuận. Tiếp đó, lợi nhuận thu hút các doanh nghiệp mới nhập

ngành. Sự nhập ngành làm cho lợi nhuận dài hạn của doanh nghiệp dần bằng không. Doanh nghiệp phải sản xuất tại mức sản lượng thấp trên đường chi phí trung bình dài hạn.

Trong cạnh tranh độc quyền, doanh nghiệp định giá cao hơn chi phí biên để sản xuất ra sản phẩm nên xã hội sẽ bị tổn thất so với thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

Trong doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền có đường cầu dốc xuống nên sẽ định giá lớn hơn chi phí biên. Điều này làm xuất hiện phần mất không của xã hội. Mặt khác, do doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền sản xuất mức sản lượng thấp hơn mức có chi phí trung bình cực tiểu nên doanh nghiệp còn thừa công suất. Điều này cũng chính là sự kém hiệu quả của thị trường cạnh tranh độc quyền.

Như vậy, thị trường cạnh tranh độc quyền sẽ kém hiệu quả hơn thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Vậy, nó có phải là thị trường mà xã hội không mong muốn hay không? Câu trả lời có thể là không vì hai lý do. Thứ nhất, khi số lượng doanh nghiệp trong ngành đủ lớn, số lượng nhãn hiệu hàng hóa sẽ nhiều hơn và sự thay thế giữa các hàng hóa sẽ dễ dàng hơn. Do vậy, cầu của từng doanh nghiệp sẽ co giãn mạnh và sức mạnh độc quyền của doanh nghiệp sẽ nhỏ. Chênh lệch giữa giá và chi phí biên, vì thế, sẽ nhỏ và phần mất không sẽ không đáng kể. Mặt khác, đường cầu của doanh nghiệp sẽ tương đối phẳng nên phần công suất thừa của doanh nghiệp cũng sẽ nhỏ. Thứ hai, phần kém hiệu quả của thị trường cạnh tranh độc quyền có thể được bù đắp bằng một lợi ích quan trọng mà doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền cung cấp - sự đa dạng hóa sản phẩm. Người tiêu dùng sẽ có nhiều lựa chọn hơn khi mua hàng hóa. Điều này sẽ làm tăng sự thỏa mãn của người tiêu dùng. Cái được từ sự đa dạng hóa có thể đủ lớn để người tiêu dùng không còn nhận ra sự mất mát do kém hiệu quả của cạnh tranh độc quyền.

5.4. Thị trường độc quyền tập đoàn

5.4.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường và doanh nghiệp

Độc quyền tập đoàn là một thị trường trong đó chỉ có vài người bán (vài doanh nghiệp) sản xuất hoặc cung ứng đại bộ phận hay toàn bộ một sản phẩm nào đó cho nhu cầu thị trường.

Tuy nhiên cũng cần phân biệt độc quyền tập đoàn thuần túy và độc quyền tập đoàn phân biệt. Độc quyền tập đoàn thuần túy xảy ra khi các doanh nghiệp bán sản phẩm giống nhau. Độc quyền tập đoàn phân biệt xảy ra khi các doanh nghiệp bán sản

phẩm khác nhau. Trong thị trường độc quyền tập đoàn, có sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các doanh nghiệp, vì số lượng sản phẩm của một doanh nghiệp bán ra phụ thuộc vào giá cả của chính sản phẩm đó; đồng thời cũng phụ thuộc vào giá sản phẩm của các doanh nghiệp khác.

Có thể phân loại các doanh nghiệp độc quyền tập đoàn thành hai nhóm: Độc quyền tập đoàn có hợp tác và độc quyền tập đoàn không hợp tác.

- Độc quyền tập đoàn có hợp tác khi các xí nghiệp có thể thương lượng với nhau và có những hợp đồng ràng để đưa ra những chiến lược chung.

- Độc quyền tập đoàn không hợp tác khi các xí nghiệp không liên lạc, không thương lượng với nhau, không có những hợp đồng ràng buộc mà cạnh tranh với nhau.

Thị trường độc quyền tập đoàn có một số đặc trưng cơ bản như sau:

- Trong thị trường độc quyền tập đoàn, sản phẩm có thể giống nhau hoặc khác nhau và các sản phẩm có khả năng thay thế lẫn nhau.

- Trong thị trường độc quyền tập đoàn chỉ có một số ít người bán, thị phần của mỗi người bán là khá lớn và có quan hệ phụ thuộc lẫn nhau, nghĩa là khi một doanh nghiệp tiến hành chiến lược thay đổi giá cả, sản lượng, quảng cáo, ... ảnh hưởng bất lợi đến các doanh nghiệp khác, lập tức các doanh nghiệp này sẽ có biện pháp trả đũa nhằm bảo vệ thị phần của mình.

- Sự gia nhập hoặc rút lui khỏi thị trường rất khó khăn thường có các rào cản. Trong một số thị trường độc quyền tập đoàn, một số hoặc tất cả các doanh nghiệp đều thu được lợi nhuận đáng kể trong dài hạn, vì có các hàng rào gia nhập làm cho các doanh nghiệp mới không thể hoặc khó mà gia nhập được vào thị trường.

- Trong thị trường độc quyền tập đoàn, giá cả có tính cứng nhắc. Quản lý một doanh nghiệp độc quyền tập đoàn là rất phức tạp vì các quyết định về giá, sản lượng, quảng cáo và đầu tư, bao gồm nhiều chiến lược quan trọng khác. Do chỉ có một số doanh nghiệp cạnh tranh với nhau, nên mỗi doanh nghiệp phải cân nhắc cẩn thận xem các hành động của mình sẽ ảnh hưởng như thế nào đến các doanh nghiệp đối thủ, các đối thủ sẽ phản ứng như thế nào. Khi ra quyết định, mỗi doanh nghiệp phải cân nhắc các phản ứng của các đối thủ, biết rằng các đối thủ này cũng cân nhắc phản ứng của doanh nghiệp đối với các quyết định của họ. Do đó các doanh nghiệp ít thay đổi giá, nếu không muốn có cuộc chiến về giá cả.

Doanh nghiệp trong thị trường độc quyền tập đoàn:

Mỗi doanh nghiệp chiếm một thị phần đáng kể trong thị trường tổng thể nên sản lượng của mỗi đủ lớn để có thể ảnh hưởng đến giá cả của các doanh nghiệp khác.

Điều cốt lõi của thị trường độc quyền nhóm là mỗi doanh nghiệp rất cần phải nghiên cứu hoạt động của mình sẽ ảnh hưởng đến hay *bị ảnh hưởng bởi quyết định của các đối thủ như thế nào*.

Quyết định cung của mỗi doanh nghiệp sẽ phụ thuộc vào dự đoán của nó về phản ứng của đối thủ. Hoạt động của các doanh nghiệp trong thị trường này thường rơi vào hai trường hợp phổ biến: cạnh tranh và cấu kết. Điều này cho thấy các doanh nghiệp có sự phụ thuộc lẫn nhau và cùng tham gia vào hành vi có tính chiến lược. Hành vi chiến lược chỉ diễn ra khi hành động của một bên ảnh hưởng đến hành động của các bên khác.

5.4.2. Đường cầu gãy khúc và giá cả kém linh hoạt

Đường cầu gãy khúc:

Sự cấu kết sẽ trở nên khó khăn hơn khi có nhiều doanh nghiệp trong ngành, khi sản phẩm của các doanh nghiệp không đồng nhất và khi các điều kiện về cầu và chi phí thay đổi nhanh chóng. Khi không có sự cấu kết, đường cầu của mỗi doanh nghiệp sẽ phụ thuộc vào phản ứng của các đối thủ như thế nào.

Mô hình đường cầu lập dị là một mô hình bán độc quyền dựa trên các giả định niềm tin về hành động của doanh nghiệp thay vì phải quan tâm đến hành vi của các doanh nghiệp khác. Những niềm tin đó là:

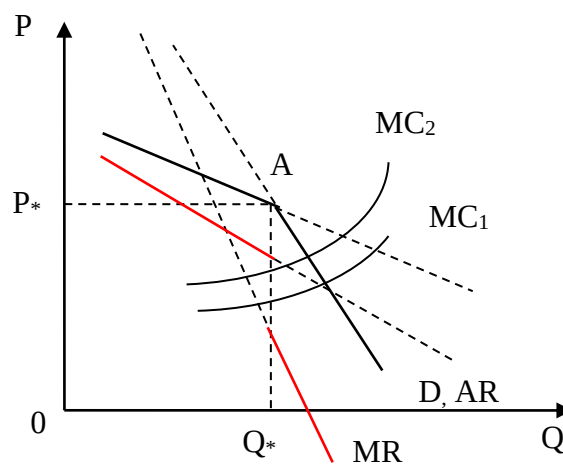
- Nếu tôi tăng giá thì chỉ có tôi hành động - những người khác sẽ không theo tôi,
- Nếu tôi giảm giá thì những người khác làm ngược lại

Giả sử ban đầu doanh nghiệp đang định giá P^* và sản xuất Q^* . Mức giá này được hình thành có thể từ mức giá khi các doanh nghiệp cấu kết. Doanh nghiệp sẽ tin tưởng rằng nếu doanh nghiệp tăng giá một ít thì các doanh nghiệp khác sẽ không noi theo. Do vậy, một số khách hàng của doanh nghiệp sẽ chuyển sang mua hàng của các doanh nghiệp đối thủ. Thị phần của doanh nghiệp sẽ giảm sút đáng kể cho các doanh nghiệp khác khi doanh nghiệp tăng giá. Đường cầu của doanh nghiệp phía trên điểm A sẽ rất co giãn. Ngược lại, doanh nghiệp cũng ý thức được rằng nếu doanh nghiệp giảm giá sản phẩm của mình thì các doanh nghiệp khác lại sẽ theo và như vậy thị phần của

doanh nghiệp hầu như không thay đổi. Lượng bán của doanh nghiệp tăng chỉ bởi vì cả ngành nói chung di chuyển dọc phía dưới đường cầu khi mức giá chung giảm. Đường cầu của doanh nghiệp sẽ kém co giãn hơn nhiều khi giá giảm từ mức ban đầu P^* . Đường cầu của doanh nghiệp bị gấp khúc tại điểm A.

Đường cầu gấp khúc dẫn đến một vấn đề rất quan trọng là đường MR của doanh nghiệp bị gián đoạn tại mức sản lượng Q^* . Tại Q_0 , đường cầu bất ngờ kém co giãn và doanh thu sẽ bất ngờ giảm sút. Q^* là mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp khi doanh nghiệp biết phản ứng của đối thủ. Khi sản lượng lớn hơn Q^* đường MR bất ngờ hạ thấp xuống phía dưới.

Mô hình này có một ẩn ý quan trọng. Giả sử đường MC của doanh nghiệp dịch chuyển lên xuống một đoạn nhỏ. Bởi vì, đường MR gián đoạn một đoạn tại mức sản lượng Q^* , doanh nghiệp cũng vẫn duy trì sản lượng tối ưu Q^* và định giá P^* . Khác với nhà độc quyền, doanh nghiệp sẽ điều chỉnh giá và sản lượng khi đường cầu và đường MR dịch chuyển. Mô hình đường cầu gấp khúc có thể giải thích vì sao các doanh nghiệp không phải luôn luôn điều chỉnh giá khi chi phí thay đổi.



Hình 5.14. Đường cầu doanh nghiệp trong thị trường độc quyền tập đoàn

Giá cả kém linh hoạt: Mô hình đường cầu lập dị dự đoán giá và lượng sẽ không nhạy cảm đối với sự thay đổi nhỏ về chi phí, nhưng nó sẽ phản ứng khi có sự thay đổi đủ lớn. Có hai vấn đề đối với mô hình đường cầu này:

- Không nói lên cách thức xác định giá P ,
- Không cho biết điều gì xảy ra nếu như doanh nghiệp khám phá ra rằng niềm tin về đường cầu là không chính xác.

Mô hình này được ứng dụng khi các doanh nghiệp có cùng qui mô, để xác định giá và lượng trong bán độc quyền. Khi các doanh nghiệp có qui mô khác nhau, khi đó tồn tại một công ty có qui mô đủ lớn - **doanh nghiệp thống lĩnh**. Khi đó, doanh nghiệp thống lĩnh tạo ra phần lớn sản lượng cho ngành và có lợi thế chi phí đáng kể hơn so với các doanh nghiệp khác. Trong trường hợp này, doanh nghiệp thống lĩnh sẽ thiết đặt giá thị trường và các doanh nghiệp khác là người nhận giá. Chẳng hạn như các nhà phân phối gas (khí đốt), hay các nhà phát hành băng đĩa nhạc có qui mô lớn, có thể thống lĩnh thị trường ở một thành phố cụ thể.

Các doanh nghiệp độc quyền có thể vận dụng chính sách phân biệt giá đối với hàng hóa và dịch vụ cung cấp. Các điều kiện để phân biệt giá bao gồm:

Doanh nghiệp phải có năng lực độc quyền,
Phân biệt được các nhóm khách hàng,
Khách hàng không thể bán lại.

Thông thường, các doanh nghiệp bán độc quyền và độc quyền có một năng lực độc quyền nhất định. Năng lực độc quyền này bắt nguồn từ:

- Qui mô (độc quyền tự nhiên),
- Bằng phát minh, sáng chế (được bảo hộ),
- Đặc quyền (do chính phủ qui định).

Phân biệt giá sẽ không thành công nếu như khách hàng mua hàng hóa và bán lại. Chẳng hạn như một doanh nghiệp áp dụng chính sách giá phân biệt đối với thành thị và nông thôn, khách hàng mua giá thấp ở nông thôn không thể đem bán lại cho các khách hàng khác ở thành thị để kiếm lời. Chính vì vậy, doanh nghiệp áp dụng phân biệt giá chỉ khi lợi nhuận tăng thêm lớn hơn chi phí tăng thêm liên quan đến chính sách phân biệt giá.

5.4.3. Giá cả của ngành và mục tiêu của tập đoàn

Các nhóm doanh nghiệp hành động thống nhất với nhau về sản lượng, phân chia sản lượng của từng thành viên, và thực hiện cấu kết là sự thỏa thuận công khai hay ngầm ngầm giữa các doanh nghiệp hiện hành để tránh sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp.

- Cấu kết ngầm – mô hình lãnh đạo giá: là thỏa thuận để cùng nâng giá
- Cấu kết công khai: lập hiệp hội liên minh sản xuất hình thành các Cartel

Mức giá sẽ lớn hơn mức giá cận biên và ảnh hưởng xấu đến xã hội.

- Giá cả và sản lượng trong độc quyền nhóm không có hợp tác
- Đối với các Doanh nghiệp độc quyền nhóm không hợp tác thường thực hiện chiến lược cạnh tranh về sản lượng, cạnh tranh về giá, cạnh tranh quảng cáo, cải tiến mẫu mã, chất lượng sản phẩm, tổ chức các dịch vụ hậu mãi,...

- Nhà cung cấp theo đuổi lợi ích cá nhân trong việc ra quyết định sản xuất, tổng sản lượng của họ sẽ lớn hơn sản lượng độc quyền, giá bán sẽ thấp hơn giá độc quyền và tổng lợi nhuận thu được ít hơn thu nhập độc quyền.

- Cấu kết là sự thỏa thuận công khai hay ngầm ngấm giữa các doanh nghiệp hiện hành để tránh sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp. Chúng ta xem xét quyết định cung của các doanh nghiệp độc quyền nhóm khi có sự cấu kết với nhau. Các doanh nghiệp cấu kết với nhau lại thành một tổ chức được gọi là cartel. Giả sử các doanh nghiệp tập hợp nhau lại thành một nhà độc quyền có nhiều nhà máy, nhà độc quyền, người quyết định duy nhất, sẽ quyết định sản lượng cho cả ngành để tối đa hóa lợi nhuận chung. Do vậy, nếu một vài nhà sản xuất trong ngành cấu kết với nhau để hành động giống như một nhà độc quyền, lợi nhuận chung của họ sẽ được tối đa.

5.4.4. Cân bằng trong độc quyền tập đoàn

Lý thuyết trò chơi

Lý thuyết trò chơi được John Von Neumann vào năm 1937 và sau đó được Von Neumann và Oskar Morgenstern phát triển vào năm 1944. Lý thuyết này được các nhà kinh tế sử dụng để phân tích hành vi có tính chiến lược - một hành vi xem xét hành vi của các thành viên khác và nhận thức sự tương thuộc lẫn nhau thì được gọi là lý thuyết trò chơi.

Tất cả mọi trò chơi đều có 3 điều sau:

Các qui tắc,

Chiến lược,

Kết quả (phần thưởng).

Lý thuyết trò chơi mang lại sự hiểu biết về bán độc quyền và cố gắng giải thích hành vi có tính chiến lược bằng cách xem xét kết quả liên quan đến các lựa chọn của các bên tham gia “trò chơi”. Một tình huống có thể phân tích với lý thuyết trò chơi, đó là hành vi của hai doanh nghiệp bán độc quyền quyết định chiến lược giá cao hay thấp. Trong trường hợp như vậy, lợi nhuận đem lại cho hai doanh nghiệp là lớn nhất nếu như cả hai doanh nghiệp áp dụng chiến lược giá cao. Tuy nhiên, mỗi doanh nghiệp sẽ

đạt mức lợi nhuận cao hơn nếu doanh nghiệp áp dụng chiến lược giá thấp trong khi doanh nghiệp còn lại áp dụng chiến lược giá cao. Nếu cả hai doanh nghiệp áp dụng chiến lược giá thấp thì lợi nhuận đạt được sẽ nhỏ hơn so với trường hợp cả hai doanh nghiệp áp dụng chiến lược giá cao.

Các bên tham gia trong trò chơi chỉ đưa ra lựa chọn duy nhất khi chỉ tồn tại một chiến lược thống trị. Chiến lược thống trị là chiến lược đem lại lợi ích cao nhất cho một cá nhân với mọi hành động có thể của đối thủ. Trong chiến lược giá ở trên, chiến lược thống trị là đưa ra mức giá thấp hơn. Để thấy rõ hơn điều này, giả sử bạn đưa ra quyết định và không biết những gì doanh nghiệp khác sẽ làm. Nếu các doanh nghiệp khác áp dụng chiến lược giá cao thì bạn sẽ đạt được lợi nhuận cao nhất bằng chiến lược cắt giảm giá. Mặt khác, nếu doanh nghiệp khác áp dụng chiến lược giá thấp, thì chiến lược tốt nhất của bạn là áp dụng chiến lược giá thấp (nếu như bạn áp dụng chiến lược giá cao trong khi đối thủ áp dụng giá thấp thì bạn sẽ bị lỗ). Trong trường hợp này, nếu trò chơi chỉ chơi một lần, các doanh nghiệp sẽ áp dụng chiến lược giá thấp mặc dầu lợi nhuận của cả hai sẽ cao hơn nếu như cả hai áp dụng chiến lược giá cao.

Tuy nhiên, không phải mọi tình huống chiến lược đều có chiến lược thống trị, khi đó tình huống sẽ trở nên phức tạp hơn khi trò chơi lặp lại với cùng người chơi. Trở lại với tình huống ở trên, các doanh nghiệp có động lực cắt giảm giá và mỗi doanh nghiệp nhận ra rằng nếu áp dụng chiến lược giá thấp bây giờ, thì doanh nghiệp khác cũng sẽ áp dụng chiến lược giá thấp

trong tương lai. Nguy cơ đe dọa sự trả đũa sau đó sẽ tạo bất lợi cho cả hai. Điều này khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng chiến lược giá cao trong mỗi thời kỳ.

Tình huống mô tả trên đây thuộc trò chơi không hợp tác, các bên không liên kết với nhau để đưa ra quyết định. Nếu các doanh nghiệp tự do hợp tác để đưa ra mức giá và lượng thì họ sẽ đạt được lợi nhuận cao nhất. Tuy nhiên, sự hợp tác về giá là bất hợp pháp. Hành động được xem là bất hợp pháp nếu các doanh nghiệp gặp nhau một cách chính thức để xác định giá và lượng. Tuy nhiên, hành động được cho là hợp pháp nếu các doanh nghiệp áp dụng cùng chiến lược giá cao miễn là họ không gặp nhau để xác định mức giá. Các doanh nghiệp có thể đạt được điều đó bằng cách tham gia vào tình huống nhà dẫn đạo giá, đó là doanh nghiệp thiết đặt giá cho ngành và các doanh nghiệp khác áp dụng theo mức giá này.

Bài toán về thế tiến thoái lưỡng nan của người tù trong tiếng Anh gọi là: **The Prisoner's Dilemma**.

Thế tiến thoái lưỡng nan của người tù là một bài toán điển hình trong lý thuyết trò chơi mô tả sự tiến thoái lưỡng nan của những người tham gia vào một trò chơi phụ thuộc lẫn nhau trong việc lựa chọn giữa hợp tác (cầu kết) hay bất hợp tác.

Bài toán được mô tả như sau: Giả sử hai phạm nhân A và B vừa bị cảnh sát bắt. Người ta đã có đủ chứng cứ để kết tội mỗi người 3 năm tù do phạm phải tội ăn cắp xe máy. Tuy nhiên, cảnh sát điều tra còn nghi ngờ rằng, hai người này đã cùng nhau phạm một tội khác nghiêm trọng hơn (ví dụ cướp các tiệm vàng) song chưa có các chứng cứ rõ ràng để kết tội này cho họ. Người ta giam giữ những phạm nhân này trong các phòng giam riêng biệt đủ để họ không thể trao đổi thông tin được cho nhau.

Giả sử những người điều tra thỏa thuận với từng phạm nhân như sau: “Vì tội ăn cắp xe máy, anh có thể bị ngồi tù 3 năm. Tuy nhiên, nếu anh nhận tội cướp các tiệm vàng và tố cáo đồng phạm, anh sẽ chỉ bị ngồi tù tổng cộng là 1 năm. Đồng phạm của anh sẽ bị ngồi tù tổng cộng là 20 năm”. “Nhưng nếu cả hai người đều nhận tội, đương nhiên sự tố cáo của anh đối với đồng phạm trở nên ít giá trị hơn và mỗi người sẽ nhận một bản án tổng hợp là 9 năm tù”.

Nếu hai người tù A và B này đều là những kẻ ích kỉ, chỉ quan tâm đến việc tối thiểu hóa số năm tù của mình và không quan tâm đến số phận của đồng bọn thì kết cục, họ sẽ hành động như thế nào? Trong trường hợp này, mỗi người tù có hai chiến lược hành động: thú tội hoặc im lặng không thú tội. Số năm tù mà mỗi người phải nhận phụ thuộc vào chiến lược mà anh ta lựa chọn cũng như chiến lược mà người bạn tù của anh ta chọn. Các phương án có thể và kết quả của chúng được thể hiện ở Hình 5.15 như sau:

		Quyết định của A	
		Thú tội	Không thú tội
Quyết định của B	Thú tội	A bị 9 năm tù B bị 9 năm tù	A bị 20 năm tù B bị 1 năm tù
	Không thú tội	A bị 1 năm tù B bị 20 năm tù	A bị 3 năm tù B bị 3 năm tù

Hình 5.15. Tình thế lưỡng nan của người tù

Hãy xem xét xem A sẽ ra quyết định như thế nào? Là một người khôn ngoan, anh ta sẽ phải tự hỏi “Nếu B thú tội, thì mình sẽ phải hành động như thế nào để tối thiểu hóa được số năm tù mà mình có thể phải nhận?”. Trong trường hợp này, A thấy rằng hoặc là mình sẽ bị 9 năm tù, nếu chọn chiến lược thú tội, hoặc sẽ bị 20 năm tù nếu chọn chiến lược không thú tội. Chiến lược tốt nhất của A lúc này là thú tội. Tuy nhiên, do không trao đổi được thông tin cho nhau, A không biết được B sẽ hành động như thế nào. Vì thế, anh ta phải cân nhắc tiếp “Nếu B không thú tội, thì chiến lược hành động tốt nhất của mình là gì?”. Trong trường hợp này, A hoặc sẽ bị 1 năm tù nếu chọn chiến lược thú tội hoặc sẽ bị 3 năm tù nếu chọn chiến lược không thú tội. Động cơ ích kỷ sẽ cho thấy chiến lược thú tội là chiến lược tốt nhất mà A sẽ lựa chọn. Anh ta chỉ cần tối thiểu hóa số năm tù của mình, bất chấp điều đó có thể đẩy B vào tình huống bị giam giữ 20 năm trong tù. Như vậy, trong bài toán trò chơi này, bất chấp B hành động như thế nào, chiến lược hành động tốt nhất của A là thú tội. Một chiến lược duy nhất mà A lựa chọn như vậy, không phụ thuộc vào chiến lược hành động của đối thủ, được gọi là chiến lược trội.

Phân tích tương tự cũng cho chúng ta thấy rằng, chiến lược trội của B cũng là thú tội. Bất chấp A hành động như thế nào, đối với B thú tội vẫn là hướng hành động tốt nhất để giảm thiểu số năm phải ngồi tù của mình.

Kết quả là cả A lẫn B đều thú tội, do đó, mỗi người phải nhận 9 năm tù. Cần thấy rằng đây không phải là một kết cục tốt nhất đối với cả A và B. Nếu cả hai đều

không thú tội, mỗi người chỉ phải nhận 3 năm tù vì tội ăn cắp xe máy. Nếu hai người này hợp tác với nhau bằng cách thỏa thuận trước rằng, cả hai sẽ im lặng không thú nhận tội cướp tiệm vàng, và nếu cả hai đều trung thành với thỏa thuận này, mỗi người sẽ chỉ bị 3 năm tù. Tuy nhiên, khi mỗi người chỉ hành động trên cơ sở lợi ích cá nhân, thỏa thuận chung nói trên sẽ không bền vững. Khi biết trước đồng phạm của mình không thú tội, mỗi người tù vẫn thấy có lợi khi chọn chiến lược thú tội (mỗi người muốn mình chỉ bị ngồi tù 1 năm). Còn khi nghi ngờ rằng đồng phạm của mình sẽ có thể không trung thành với những điều đã cam kết, mỗi người càng có động cơ để thú tội. Điều này cho thấy, trong trò chơi này, việc duy trì các thỏa thuận luôn gặp khó khăn. Sự hợp tác hay cấu kết có thể đem lại lợi ích tổng thể tốt nhất cho cả hai người, song nó chỉ tồn tại được trên cơ sở sự tin tưởng lẫn nhau giữa các người tù và sự hành động của họ trên cơ sở lợi ích chung. Khi theo đuổi lợi ích cá nhân, nguy cơ vi phạm các thỏa thuận hợp tác luôn là hiện thực.

Cân bằng Nash

Khái niệm “Cân bằng Nash” lần đầu tiên được John Nash, đại học Princeton, đưa ra. Người nhận giải thưởng Nobel về khoa học kinh tế vào năm 1994. Chúng ta hãy xem xét một trường hợp đặc biệt đó là thị trường chỉ có hai nhà sản xuất hay cung cấp. Chẳng hạn, một thị trường chỉ có hai nhà cung cấp sữa, hai cơ quan phát hành báo chí địa phương hoặc hai cửa hàng sách trong thành phố.

Giả sử, hai công ty A và B là nhà phân phối đĩa CD trên thị trường, có đường chi phí trung bình giống nhau. Biểu đồ dưới đây minh họa đường cầu, doanh thu biên (MR) và chi phí biên (MC) của ngành. Để tối đa hóa lợi nhuận, mức sản lượng cung cấp thị trường tại $MR=MC$, sẽ tương ứng với 4 triệu đĩa và mức giá là 9 nghìn đồng. Nếu cả hai công ty đều hợp tác và chia sẻ mức sản lượng bằng nhau (2 triệu đĩa) cho mỗi công ty, thì lợi nhuận của mỗi công ty là $2 \times (9 - 8) = 2$ tỷ đồng. Tổng lợi nhuận mà hai công ty nhận được là 4 tỷ đồng.

Trong trường hợp một trong hai công ty không tuân thủ hợp tác. Giả sử, công ty B muốn gia tăng thị phần bằng cách cắt giảm giá, sẽ cung cấp ra thị trường 3 triệu đĩa. Trong trường hợp cầu thị trường vẫn không đổi và mức giá tương ứng với mức lượng cầu 5 triệu đĩa là 7.5 nghìn đồng. Lưu ý sản lượng 5 triệu đĩa này, trong đó công ty A là 2 triệu đĩa và công ty B là 3 triệu đĩa. Như biểu đồ dưới đây minh họa chi phí trung bình của công ty A là 7.5 nghìn và công ty B là 6 nghìn đồng. Khi đó, công ty A sẽ lỗ:

$2 \times (8 - 7.5) = 1$ tỷ đồng và công ty B sẽ lãi: $3 \times (7.5 - 6) = 4.5$ tỷ đồng. Tổng lợi nhuận mà hai công ty nhận được là 3.5 tỷ đồng.

Trong trường hợp cả hai công ty đều không tuân thủ hợp tác. Mỗi công ty đều muốn gia tăng thị phần 3 triệu đĩa bằng cách cắt giảm giá. Khi đó, tổng sản lượng là 6 triệu đĩa và giá tương ứng với mức sản lượng này là 6 nghìn đồng. Tại mức giá này, mỗi công ty có lợi nhuận bằng không ($3 \times (6 - 6) = 0$).

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 5

I. Câu hỏi tự luận

Câu 1. Hãy nêu khái niệm và đặc trưng của từng hình thái thị trường.

Câu 2. Trình bày đặc điểm của từng loại doanh nghiệp tương ứng với các hình thái thị trường.

Câu 3. Về đồ thị mô tả sản lượng và giá cả nhằm tối đa hoá lợi nhuận của từng loại doanh nghiệp tương ứng với các hình thái thị trường.

Câu 4. Giả sử một nhà độc quyền bán đang sản xuất ở mức sản lượng mà ở đó chi phí cận biên cao hơn doanh thu cận biên. Hãy giải thích hãng ấy phải điều chỉnh sản lượng của mình như thế nào để tăng được lợi nhuận.

Câu 5. Giả sử một hãng cạnh tranh độc quyền đang có lợi nhuận trong ngắn hạn. Điều gì sẽ xảy ra với đường cầu của các hãng trong dài hạn.

II. Nhận định đúng hay sai và giải thích

Câu 1. Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, doanh nghiệp có thể tiêu thụ hết sản lượng với giá thị trường đang thịnh hành.

Câu 2. Trong dài hạn, doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có lợi nhuận kinh tế bằng không.

Câu 3. Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là toàn bộ đường MC.

Câu 4. Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, đường MR và đường D đối với doanh nghiệp trùng nhau.

Câu 5. Trong thị trường độc quyền bán, nếu cầu theo giá càng ít co giãn thì lợi nhuận độc quyền càng cao.

Câu 6. Một doanh nghiệp có thể có thế lực độc quyền bán ngay khi nó không là người sản xuất duy nhất trên thị trường.

Câu 7. Các doanh nghiệp độc quyền luôn thu được lợi nhuận siêu ngạch.

Câu 8. Cân bằng trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo giống như trong thị trường cạnh tranh độc quyền.

Câu 9. Đường cầu gãy trong độc quyền tập đoàn thể hiện tính cứng nhắc về mặt giá của thị trường này.

III. Lựa chọn câu trả lời đúng nhất

Câu 1. Nếu $Q = 10$, $AVC = 30$, $FC = 50$ và $P = 40$ thì lợi nhuận của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn toàn là:

- a) 5.
- b) 95.
- c) - 40.
- d) 50.

Câu 2. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có thể:

- a) Tác động đến giá bán sản phẩm của nó.
- b) Bán được tất cả lượng hàng mà nó muốn bán theo giá thị trường.
- c) Ngăn cản được các doanh nghiệp khác tham gia vào thị trường.
- d) Ngăn cản được các doanh nghiệp khác biết được thông tin thị trường.

Câu 3. Ở mức giá hiện hành, doanh thu cận biên bằng 5 và chi phí cận biên bằng 6. Muốn tối đa hoá lợi nhuận doanh nghiệp độc quyền phải:

- a) Giảm giá và tăng sản lượng.
- b) Tăng giá và giảm sản lượng.
- c) Tăng giá và giữ nguyên sản lượng.
- d) Giữ nguyên giá và tăng sản lượng.

Câu 4. Khi tổng doanh thu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo không đủ bù

đắp chi phí biến đổi thì doanh nghiệp phải:

- a) Quyết định tiếp tục sản xuất.
- b) Quyết định tăng giá bán.
- c) Quyết định giảm giá bán.
- d) Lập kế hoạch đóng cửa sản xuất.

Câu 5. Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo:

- a) Người bán quyết định giá.
- b) Người mua quyết định giá.
- c) Không có ai quyết định giá.
- d) Doanh nghiệp lớn quyết định giá.

Câu 6. Đường cầu của doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo:

- a) Nằm ngang tại mức giá thị trường.
- b) Dốc xuống về phải phải.
- c) Dốc lên về phía phải.
- d) Thẳng đứng.

Câu 7. Thế lực độc quyền có được là do:

- a) Định giá bằng chi phí biên
- b) Định doanh thu biên bằng chi phí biên
- c) Định giá lớn hơn chi phí biên
- d) Định doanh thu biên lớn hơn chi phí biên

Câu 8. Biểu thức nào dưới đây thể hiện nguyên tắc tối đa hoá lợi nhuận của

doanh nghiệp bất kể doanh nghiệp hoạt động ở thị trường nào:

- a) $MC = MR$.
- b) $MC = P$.
- c) $MC = MR = P$.
- d) $MC = MR = ATC$.

Câu 9. Câu phát biểu nào dưới đây không đúng với công ty độc quyền:

- a) Đường cầu của công ty độc quyền chính là đường cầu của thị trường.
- b) Mức sản lượng để tối đa hoá lợi nhuận có chi phí biên bằng doanh thu biên.
- c) Tại mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận thì giá bán bằng chi phí biên.
- d) Công ty độc quyền luôn có sức mạnh đối với thị trường.

Câu 10. Trong thị trường có đường cầu gãy, nếu một hãng giảm giá thì:

- a) Các hãng khác sẽ tăng giá.
- b) Các hãng khác cũng sẽ giảm giá.
- c) Các hãng cạnh tranh không trên cơ sở giá cả.
- d) Tất cả đều sai.

Câu 11. Đường cung ngắn hạn của xí nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là :

- a) Đường chi phí biên ngắn hạn của xí nghiệp
- b) Phần đường chi phí biên nằm ở phía trên đường AC_{min}
- c) Phần chi phí biên nằm ở phía trên đường AVC_{min}

d) Phần đường chi phí biên nằm ở phía dưới đường AVC_{min}

Câu 12. Khi giá bán $P < AVC_{min}$, xí nghiệp nên quyết định

- a) Sản xuất ở mức sản lượng tại đó có $MC = MR$
- b) Sản xuất tại mức sản lượng có AVC_{min}
- c) Ngưng sản xuất
- d) Sản xuất tại mức sản lượng có $P = MC$

Câu 13. Tìm câu sai trong các câu sau đây:

- a) Thị trường cạnh tranh độc quyền là thị trường ở giữa thị trường cạnh tranh hoàn hảo và thị trường độc quyền.
- b) Các doanh nghiệp có thể gia nhập thị trường và rút khỏi thị trường mà không gặp trở ngại nào?
- c) Thị trường độc quyền nhóm là thị trường ở giữa thị trường cạnh tranh hoàn hảo và thị trường độc quyền.
- d) Trong thị trường cạnh tranh không hoàn hảo thì thị trường là nơi quyết định giá bán sản phẩm của họ.

Câu 14. Muốn tối đa hoá lợi nhuận doanh nghiệp độc quyền phải:

- a) Giảm giá và tăng sản lượng.
- b) Tăng giá và giảm sản lượng.
- c) Tăng giá và giữ nguyên sản lượng.
- d) Giữ nguyên giá và tăng sản lượng.

IV. Bài tập

Bài 1: Công ty *LMS* là một doanh nghiệp nhỏ vì vậy là người chấp nhận giá trên thị trường. Đơn giá sản phẩm công ty là 20 đơn vị tiền. Hàm số tổng chi phí sản xuất của công ty là: $TC = 0,1 q^2 + 10q + 50$

Yêu cầu:

1. Công ty nên chọn số lượng sản phẩm là bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận?
2. Khi đó, lợi nhuận là bao nhiêu?
3. Hãy xác định hàm số cung của công ty?

Bài 3: Một DN cạnh tranh hoàn toàn có số liệu về tổng chi phí biến đổi ngắn hạn như sau:

Q	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TVC	130	150	169	190	213	238	266	297	332	372	420	478

Yêu cầu:

1. Tìm q^* để DN tối đa hóa lợi nhuận, biết $P = 40$
2. Tính lợi nhuận cực đại biết rằng tại q^* , $AFC = 5$.

Bài 4: Một doanh nghiệp độc quyền hoàn toàn có:

Hàm số cầu sản phẩm là: $Q = -10P + 3.000$

Hàm tổng chi phí là: $TC = 1/10Q^2 + 180Q + 6000$

Yêu cầu:

1. Hàm AR, MR, MC của doanh nghiệp.
2. Xác định mức giá cả, sản lượng tối đa hoá lợi nhuận của DN? Tính lợi nhuận DN đạt được?
3. Nếu mục tiêu của DN là tối đa hoá doanh thu thì DN bán với mức giá nào? Xác định doanh thu tối đa hoá ấy?
4. Khi DN bị đóng thuế theo sản lượng là 20đ/SP thì DN sẽ bán với số lượng nào để đạt lợi nhuận tối đa? Tính lợi nhuận sau thuế của DN?
5. Nếu chính phủ thu thuế thu nhập của DN là 200 thì giá cả, sản lượng và lợi nhuận sau thuế của DN thay đổi ra sao?

Bài 5: Hàm tổng chi phí (tính bằng USD) của một hãng cạnh tranh hoàn hảo là:

$$TC = q^2 + q + 121$$

Yêu cầu:

1. Viết phương trình biểu diễn các chi phí ngắn hạn FC, ATC, AVC và MC của hãng.
2. Hãng sẽ sản xuất bao nhiêu sản phẩm để tối đa hóa lợi nhuận, nếu giá bán trên thị trường là 29 USD. Tính lợi nhuận lớn nhất đó?
3. Xác định mức giá hòa vốn và sản lượng hòa vốn của hãng. Khi giá thị trường là 11 USD thì hãng có nên đóng cửa sản xuất không?

Bài 6:

Một hãng sản xuất sản phẩm X sẽ hòa vốn ở mức giá 85 nghìn đồng. Chi phí biến đổi của hãng là: $VC = 2q^2 + 5q$ (nghìn đồng)

Yêu cầu:

1. Tìm chi phí cố định của hãng
2. Ở mức giá $P = 105$ nghìn đồng hãng sẽ sản xuất ở mức sản xuất lượng nào và thu được lợi nhuận là bao nhiêu?
3. Tìm mức giá đóng cửa sản xuất cho hãng?

Bài 7:

1 DN độc quyền có hàm cầu sản phẩm là $P_D = - 1/10 Q + 300$. Hàm tổng chi phí là $TC = 1/10 Q^2 + 180Q + 6000$

Yêu cầu:

1. Viết hàm doanh thu trung bình, đường cầu thị trường, đường doanh thu biên, đường chi phí biên
2. Tính sản lượng và giá bán để doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận. Tổng lợi nhuận mà doanh nghiệp đạt được
3. Tính mức sản lượng và giá bán để doanh nghiệp tối đa hóa doanh thu. Tổng doanh thu mà doanh nghiệp thu được. Trong trường hợp tối đa hóa doanh thu, doanh nghiệp lời hay lỗ? Vì sao?
4. Nếu chính phủ đánh thuế mỗi sản phẩm là 20đvt thì doanh nghiệp ấn định giá bán và sản lượng bán là bao nhiêu? Xác định lợi nhuận tương ứng
5. Tìm sản lượng, giá bán, lợi nhuận khi doanh nghiệp ấn định mức lợi nhuận 20% trên chi phí trung bình.
6. Nếu chính phủ thu thuế thu nhập của DN là 200 thì giá cả, sản lượng và lợi nhuận sau thuế của DN thay đổi ra sao?

Bài 8:

Một doanh nghiệp độc quyền sản xuất với hàm chi phí là $TC = 100 - 5Q + Q^2$ và hàm cầu thị trường là $P = 55 - 2Q$

Yêu cầu:

1. Doanh nghiệp phải sản xuất sản lượng là bao nhiêu và giá bán là bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận? Doanh nghiệp đạt lợi nhuận là bao nhiêu và thặng dư tiêu dùng tạo ra được bao nhiêu?
2. Nếu doanh nghiệp hoạt động trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo ($MC = P$) thì sản lượng và giá bán là bao nhiêu? Lúc đó lợi nhuận và thặng dư tiêu dùng là bao nhiêu.
3. Mất không do sức mạnh độc quyền ở câu 1 là bao nhiêu
Là phần tổn thất của thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng trong điều kiện cạnh tranh không có được trong điều kiện độc quyền
4. Giả sử chính phủ quy định giá trần cho nhà độc quyền là 27. Doanh nghiệp sẽ sản xuất và bán với mức sản lượng và mức giá nào? Tính lợi nhuận của nhà độc quyền và thặng dư tiêu dùng. Mất không lúc này là bao nhiêu?

Chương 6: THỊ TRƯỜNG YẾU TỐ SẢN XUẤT

Mục tiêu: Học xong chương này, người học có thể:

- Phân tích được các thị trường lao động, thị trường vốn và thị trường đất đai.
- Xác định được giá và sản lượng cân bằng của các thị trường lao động, thị trường vốn và thị trường đất đai.

6.1. Thị trường lao động

6.1.1. Cầu về lao động

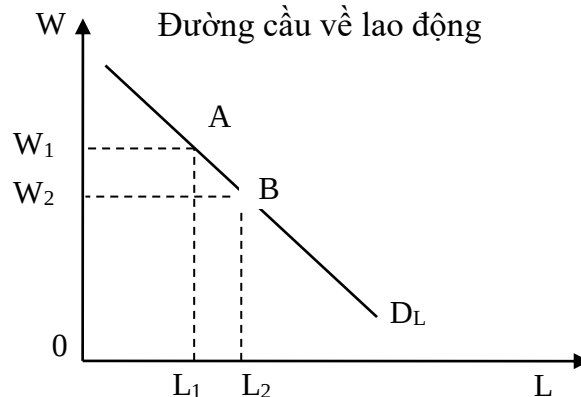
Khái niệm

Cầu về lao động là số lượng lao động mà doanh nghiệp mong muốn và có khả năng thuê tại các mức tiền công thực tế khác nhau trong một thời gian nhất định.

Đặc điểm

Cầu về lao động là cầu thứ phát nó phụ thuộc vào cầu đối với hàng hóa, dịch vụ trên thị trường. Theo nguyên tắc, nếu người tiêu dùng cần nhiều hàng hóa và dịch vụ hơn thì doanh nghiệp sẽ thuê thêm nhiều lao động để tạo ra nhiều hàng hóa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng.

Cầu về lao động phụ thuộc vào giá cả của lao động, phụ thuộc và mức tiền lương, tiền công mà các doanh nghiệp sẵn sàng và có khả năng trả cho người lao động.



Hình 6.1. Đường cầu về lao động

Đường cầu về lao động của một doanh nghiệp chính là đường doanh thu sản phẩm biên của lao động. Đó là một đường dốc xuống, phản ánh tình trạng: khi tiền lương hạ xuống, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp có xu hướng sẵn sàng thuê mướn số lượng lao động nhiều hơn và ngược lại.

Sản phẩm hiện vật cận biên của lao động (MP_L) là sự thay đổi của tổng sản lượng khi sử dụng thêm một lao động.

$$\text{Ta có: } MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

Trong đó: MP_L : Sản phẩm hiện vật cận biên

ΔQ : Sự thay đổi của sản lượng

ΔL : Sự thay đổi của lao động

Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động là sự thay đổi của doanh thu khi lao động thay đổi 1 đơn vị.

$$\text{Ta có: } MRP_L = \frac{\Delta TR}{\Delta L} \text{ hay } MRP_L = MR_L \times \text{Giá bán của sản phẩm} \quad (6.1)$$

Các yếu tố chi phối cầu lao động của một doanh nghiệp về những yếu tố sau:

Thứ nhất, quỹ máy móc, thiết bị và các yếu tố sản xuất khác mà lao động được sử dụng trong quá trình sản xuất. Nếu quỹ này tăng lên, nếu mỗi lao động trung bình được sử dụng nhiều vốn hiện vật hơn trước, sản phẩm biên (đôi khi có thể gọi là năng suất biên) của mỗi đơn vị lao động sẽ tăng lên. Cầu về lao động vì thế sẽ tăng lên và đường cầu lao động sẽ dịch chuyển sang phải. Trong trường hợp ngược lại, cầu về lao động sẽ giảm, đường cầu về lao động sẽ dịch chuyển sang trái.

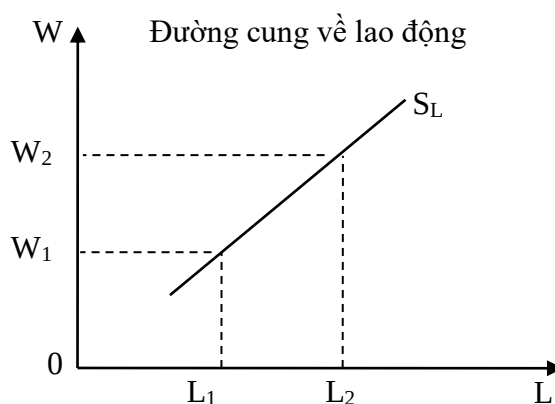
Thứ hai, trình độ công nghệ. Cách thức sản xuất được cải tiến hay trình độ công nghệ tăng cũng làm cầu về lao động tăng lên ngay cả khi quỹ vốn hiện vật vẫn giữ nguyên như cũ. Ở đây, tác động của công nghệ đến cầu về lao động cũng thông qua sự gia tăng sản phẩm biên của lao động.

Thứ ba, biến động trên thị trường đầu ra. Giá sản phẩm đầu ra của lao động tăng lên, nếu các điều kiện khác giữ nguyên, cũng là yếu tố tác động trực tiếp đến sự gia tăng trong cầu về lao động. Khi đó, doanh thu sản phẩm biên của lao động tăng lên. Đường cầu về lao động sẽ dịch chuyển sang phải. Ngược lại, khi thị trường đầu ra ảm đạm, giá cả hàng hóa hạ xuống, cầu về lao động sản xuất đầu ra này cũng sẽ giảm theo. Trong trường hợp này đường cầu về lao động dịch chuyển sang trái.

Cầu thị trường về một loại lao động thể hiện mức cầu trong toàn bộ thị trường (trong toàn bộ nền kinh tế) về loại lao động nói trên tương ứng với từng mức lương. Nếu đối tượng mà ta phân tích là một loại lao động đặc thù, chỉ làm việc trong một ngành nhất định thì cầu thị trường về lao động này cũng chính là cầu về lao động của ngành.

6.1.2. Cung về lao động

Cung về lao động là lượng lao động mà người công nhân sẵn sàng và có khả năng cung ứng tại các mức tiền lương khác nhau trong một thời gian nhất định



Hình 6.2. Đường cung về lao động

Những yếu tố ảnh hưởng đến cung về lao động:

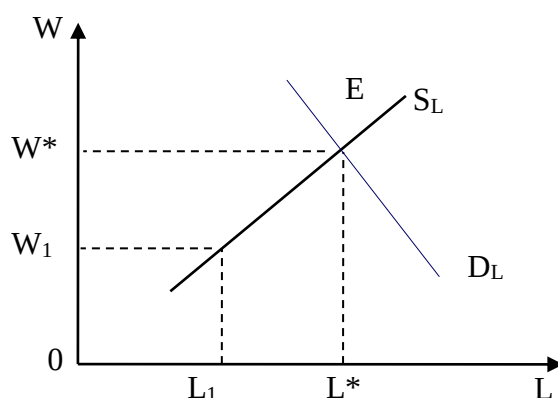
- **Mức tiền lương:** Mức lương w là một yếu tố tác động đến điểm lựa chọn của người lao động. (Độ dốc của đường ngân sách trong trường hợp này có thể dễ dàng nhận thấy chính là $-w$). Khi w thay đổi, đường ràng buộc ngân sách của người lao động sẽ xoay. Khi tiền lương tăng, lượng cung lao động cũng sẽ tăng theo và ngược lại. Tuy nhiên, với đường cung về lao động, thực tế có phức tạp hơn đôi chút. Khi tiền lương thay đổi người lao động sẽ bị tác động của hai hiệu ứng: hiệu ứng thu nhập và hiệu ứng thay thế.

Tăng tiền lương sẽ làm tăng chi phí cơ hội của thời gian nghỉ ngơi và điều này dẫn đến tác động thay thế, đó là giảm thời gian nghỉ ngơi và tăng thời gian làm việc. Tuy nhiên, khi tiền lương tăng lên cũng sẽ làm tăng thu nhập thực tế của người lao động và điều này cũng làm tăng nhu cầu dành thời gian nghỉ ngơi của người lao động (giả định rằng nghỉ ngơi là hàng hóa thông thường). Tác động thứ hai này gọi là tác động thu nhập, tác động này làm tăng thời gian nghỉ ngơi và giảm thời gian làm việc khi lương tăng lên.

- Thái độ đối với lao động
- Áp lực kinh tế
- Phạm vi thời gian
- Sự di cư
- Sự can thiệp của chính phủ

6.1.3. Cân bằng thị trường lao động

Điểm cân bằng thị trường lao động tại mức lương mà ở đó lượng cung bằng với lượng cầu. Trong biểu đồ, cân bằng xảy ra tại mức lương w^* và mức lao động L^* .



Hình 6.3. Cân bằng thị trường lao động

6.2. Thị trường vốn

Trong phần này chúng ta sẽ phân tích thị trường yếu tố vốn hiện vật - một trong những yếu tố đầu vào không thể thiếu mà tất cả các doanh nghiệp phải lựa chọn sử dụng và một số yếu tố khác liên quan đến tiền thuê, lãi suất, giá cả của tài sản.

Vốn hiện vật là các hàng hoá đã được sản xuất và được sử dụng để sản xuất ra các hàng hoá và dịch vụ khác có lợi hơn.

Ví dụ để sản xuất ra áo quần cần phải dùng máy may, máy vắt sổ, vải, ... Trong trường hợp này các yếu tố trên được xem là vốn hiện vật. Vậy vốn hiện vật bao gồm máy móc thiết bị, nhà làm việc, hàng tồn kho..., kể cả những đồ dùng lâu bền, các nguyên vật liệu dự trữ cho quá trình sản xuất và kinh doanh.

Ở đây, cần phải phân biệt tài sản cố định như nhà xưởng, nhà kho thiết bị, công sở với các tài sản dự trữ trong quá trình sản xuất của doanh nghiệp dưới dạng tồn kho như hàng chờ bán, hàng hóa mới hoàn thành một phần và dự trữ nguyên liệu... Sự phân biệt này rất quan trọng đối với tính khấu hao của các tài sản sử dụng lâu bền tại doanh nghiệp theo thời gian sử dụng. Tài sản cố định sẽ chuyển dần giá trị của nó vào trong sản phẩm, còn các tài sản khác như nguyên liệu thì sẽ chuyển toàn bộ giá trị của nó vào trong sản phẩm khi kết thúc một quá trình sản xuất và được bù đắp lại khi bán xong sản phẩm đó. Ngoài ra giữa vốn hiện vật và vốn tài chính cũng có những điểm khác nhau.

- Vốn hiện vật là tài sản hữu hình, chúng là hàng hóa hiện vật có thể sờ thấy được.
- Vốn tài chính như: tiền, giấy tờ có giá, ... ở trong các ngân hàng không phải là

tài sản hữu hình, nó chỉ là phương tiện dùng để mua các yếu tố sản xuất nhằm tạo ra hàng hóa, dịch vụ.

Vốn hiện vật gộp với đất đai tạo ra tài sản hữu hình cho doanh nghiệp. Lao động kết hợp với các tài sản tạo nên các sản phẩm cần thiết cho xã hội. Nếu kinh tế càng phát triển thì sẽ tạo ra được nhiều vốn và mỗi lao động cũng sẽ có nhiều vốn hơn để làm việc.

Mối quan hệ tỷ lệ giữa vốn so với sản phẩm hay giá trị sản phẩm sản xuất ra phản ánh hiệu quả kinh tế về sử dụng vốn.

- Sản phẩm hiện vật biên của vốn (MPPK) là sự thay đổi tổng sản lượng khi sử dụng thêm một đơn vị dịch vụ vốn.

- Sản phẩm doanh thu cận biên của vốn (MRPK) là sự gia tăng giá trị sản lượng khi sử dụng thêm một đơn vị dịch vụ vốn.

Công thức xác định: $MRPK = \Delta TR / \Delta K = MPPK \times MR$

Hoặc $MRPK = MPPK \times P$ (6.2)

Bên cạnh đó, thông qua tỷ lệ vốn trên mỗi công nhân, giúp chúng ta phản ánh phần nào về trình độ tiến bộ của quá trình sản xuất theo thời gian.

Trong thực tế, khó mà tính được chính xác tổng số vốn của các doanh nghiệp ở các thời điểm; vì vốn bị hao mòn theo thời gian và những tiến bộ khoa học kỹ thuật làm cho tài sản cũ thường kém năng suất hơn so với tài sản mới. Để bù đắp vào sự hao mòn này, các doanh nghiệp phải có sự đầu tư thường xuyên nhằm duy trì sự hoạt động của các tài sản trong hiện tại và tương lai. Việc bù đắp phải được tính toán trên cơ sở giá của tài sản và mức độ sử dụng của các tài sản, vì vốn hiện vật có thể mua hoặc bán và cho thuê nên nó phải có giá.

Khi doanh nghiệp mua một tài sản một lần và vĩnh viễn thì giá của tài sản là tổng số tiền mà doanh nghiệp mua đứt tài sản đó. Nhờ vào sở hữu của mình, doanh nghiệp thu được quyền sử dụng các dịch vụ do vốn tạo ra. Tiền thuê vốn (r) là chi phí mà doanh nghiệp phải trả khi sử dụng các dịch vụ vốn. Các doanh nghiệp khi mua vĩnh viễn một tài sản nào đó đều phải tính xem mỗi ngày họ phải tốn bao nhiêu để sử dụng vốn của họ.

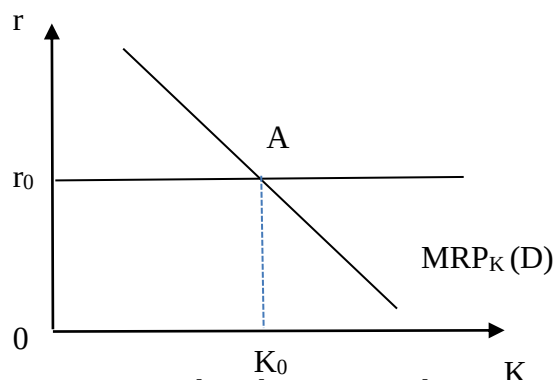
6.2.1. Cầu về dịch vụ vốn

Cầu về vốn là số lượng vốn mà doanh nghiệp mong muốn có khả năng bỏ ra hoặc thuê để tạo ra một số sản lượng ở các mức tiền lãi khác nhau trong khoảng thời gian nhất định nào đó. Nó là cầu thứ phát bởi vì nó phụ thuộc vào cầu của người tiêu dùng đối với hàng hoá, dịch vụ trên thị trường

Cầu của vốn liên quan chặt chẽ với doanh thu biên của vốn (MRP_K). Vốn tăng thêm sẽ được huy động chừng nào mà doanh thu biên của vốn lớn hơn chi phí biên của vốn. Khi đầu tư thêm vốn, các doanh nghiệp thường xem xét doanh thu tạo ra trong suốt thời gian hoạt động của đầu tư. Do vốn tham gia vào nhiều chu kỳ kinh doanh trong thời gian dài, doanh thu phải được xem xét theo thời gian, doanh thu tạo ra trong hiện tại có giá trị khác với doanh thu tạo ra trong tương lai.

Đường cầu vốn là giá trị hiện tại của chuỗi doanh thu biên của vốn tạo ra tại mỗi mức vốn cụ thể. Nếu các nguồn lực khác vẫn không đổi, doanh thu biên của vốn sẽ giảm xuống (trong mỗi thời kỳ). Vì vậy, chúng ta nhận thấy đường cầu của vốn là đường dốc xuống.

Sự tăng lên của lãi suất sẽ làm giảm cầu (do giá trị hiện tại của doanh thu tương lai của vốn giảm xuống khi lãi suất tăng lên). Do đó, đường cầu của vốn sẽ dịch chuyển sang trái (giảm cầu) khi lãi suất tăng.



Hình 6.4. Đường cầu về dịch vụ vốn

Dựa vào đường cầu của doanh nghiệp đối với các dịch vụ vốn, doanh nghiệp sẽ tính toán cầu về dịch vụ vốn tại các mức tiền thuê nhằm tối đa hóa lợi nhuận.

Tương tự nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp là:

- Khi $MRP_K = r$ thì mức thuê vốn là tối ưu cho lợi nhuận cao nhất
- Khi $MRP_K < r$ thì nên giảm lượng vốn thuê
- Khi $MRP_K > r$ thì nên tăng lượng vốn thuê

Đường cầu về vốn có thể dịch chuyển do sự thay đổi của các yếu tố sau:

- Sản phẩm của doanh nghiệp tăng giá, điều này làm cho sản phẩm doanh thu cận biên của vốn có giá trị cao hơn.

- Sự gia tăng mức độ sử dụng của các yếu tố kết hợp với vốn (chủ yếu là lao động) để sản xuất ra sản phẩm.

- Tiến bộ kỹ thuật làm tăng năng suất của vốn hiện vật đối với các yếu tố kết hợp khác, các đầu vào của doanh nghiệp

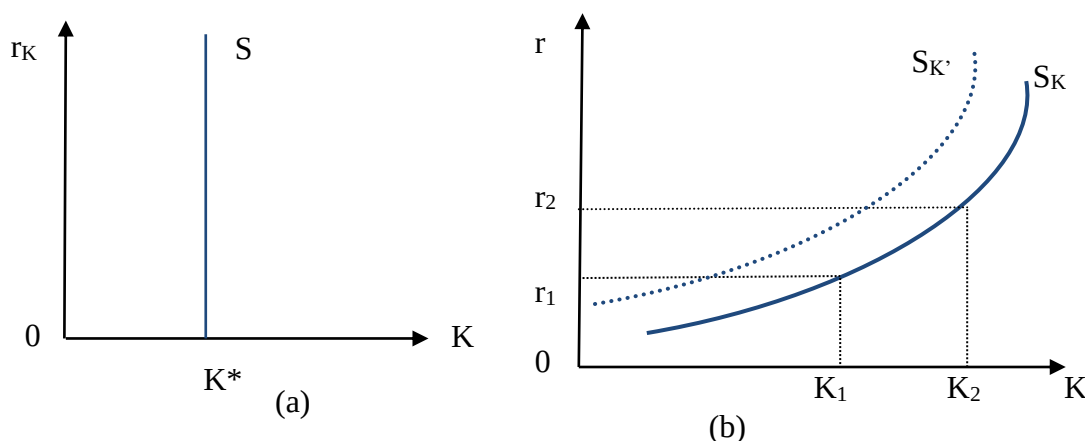
Chúng ta có thể xây dựng đường cầu của ngành về dịch vụ vốn bằng cách cộng theo chiều ngang giá trị sản phẩm biên của từng doanh nghiệp lại với nhau.

6.2.2. Cung về dịch vụ vốn

Cung vốn được cung cấp bởi các doanh nghiệp trên thị trường vốn. Cũng như những thị trường khác, khi có sự tăng giá về vốn thì các doanh nghiệp cung cấp vốn nhiều hơn. Vì vậy, đường cung của vốn là đường dốc lên.

Trong ngắn hạn: cung về dịch vụ vốn là cố định. Đường cung là đường thẳng đứng tại số lượng dịch vụ được quy định bởi tài sản vốn hiện có.

Trong dài hạn: cung về dịch vụ vốn có thể thay đổi, đường cung dịch vụ vốn (S_K) dốc lên ở các mức lãi suất thực tế nhất định. Khi mức lãi suất thực tế tăng lên thì giá cho thuê tài sản sẽ tăng lên, người cung ứng vốn cũng cần phải có lợi tức cao hơn để bù đắp chi phí cơ hội mà họ đã giành để sản xuất ra hàng hóa tư liệu đó.



Hình 6.5. Đường cung về dịch vụ vốn ngắn hạn (a) và dài hạn (b)

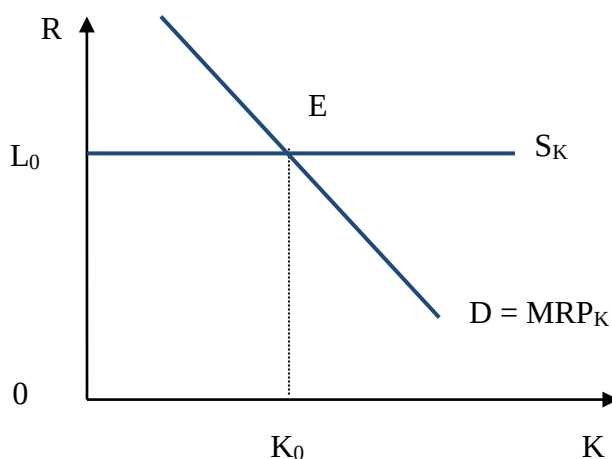
Như vậy, sự gia tăng của lãi suất thực tế đã tạo ra hiệu ứng dịch chuyển đường cung dài hạn đối với dịch vụ vốn từ S_K lên $S_{K'}$. Sự dịch chuyển đối với giá tương ứng cần thiết của vốn đã khuyến khích người sản xuất tiếp tục sản xuất và duy trì việc cung ứng vốn tài sản trên thị trường. Nếu không như vậy các chủ sản xuất tư liệu sẽ không tạo thêm hàng tư liệu vốn.

6.2.3. Cân bằng thị trường vốn

Điểm cân bằng dài hạn của nguồn vốn được xác định bởi đường cầu về vốn và đường cung về vốn trong dài hạn ở đây đường cung sẽ cắt đường cầu tại một điểm. Điểm này được gọi là điểm cân bằng, ở điểm cân bằng này ta sẽ xác định được lượng vốn và giá thuê của nguồn vốn (lãi suất) của thị trường vốn.

Đường cung về vốn có xu hướng dốc lên, nên mỗi ngành trong nền kinh tế dù là nhỏ cũng có thể nhận được số vốn theo ý muốn nếu mỗi doanh nghiệp trong ngành trả được giá thuê hiện hành. Đối với những ngành lớn, để thu hút mức cung ứng vốn lớn hơn trên thị trường, họ phải trả giá thuê cao hơn cho mỗi đơn vị dịch vụ vốn.

Để đơn giản trong quá trình nghiên cứu, ta giả định chọn một ngành có đường cung về vốn trong dài hạn nằm ngang tại mức giá hiện hành của vốn là R_0 . Từ phân tích này ta có thể suy rộng cho trường hợp đường cung dài hạn dốc lên với dịch vụ vốn của ngành đó.



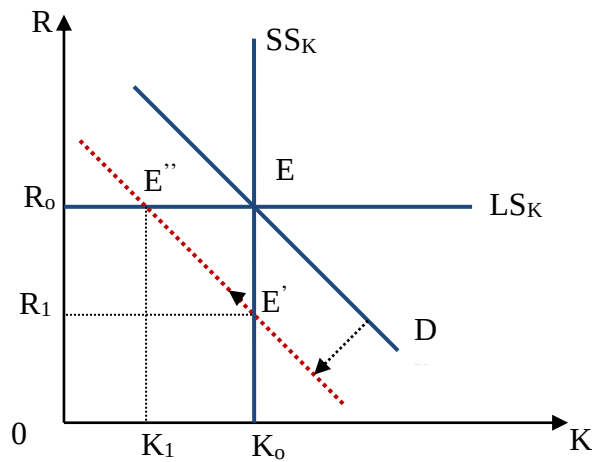
Hình 6.6. Cân bằng trên thị trường vốn

Đây là đồ thị cân bằng thị trường dịch vụ vốn đối với một ngành mà đường cung về vốn nằm ngang cắt đường cầu về vốn tại điểm cân bằng E .

Sự điều chỉnh vốn trong ngắn và dài hạn

Trong quá trình kinh doanh, tùy thuộc vào cầu trên thị trường hàng hóa dịch vụ, mọi doanh nghiệp đều phải điều chỉnh lượng cầu đối với dịch vụ vốn. Xét trong dài hạn, toàn bộ yếu tố sản xuất đều có thể thay đổi; chẳng hạn khi mức tiền công cho yếu tố lao động cao, các doanh nghiệp giảm lượng cầu về lao động, chuyển sang sử dụng kỹ thuật nhiều vốn và ít lao động để tiết kiệm lao động, điều đó sẽ làm tăng lượng cầu về vốn ở bất cứ giá thuê nào. Tuy nhiên, việc tăng tổng chi phí cận biên đã xuất hiện xu hướng giảm lượng cầu về tất cả những yếu tố sản xuất của ngành. Quá trình dịch

chuyển đó sẽ vận động cho đến khi hình thành sự cân bằng mới. Cả trong dài hạn và ngắn hạn, các doanh nghiệp và ngành đều phải điều chỉnh vốn của mình theo sự gia tăng của tiền công.



Hình 6.7. Sự điều chỉnh vốn trong ngắn và dài hạn

Trên hình vẽ, lúc đầu thị trường cân bằng tại điểm $E(K_0, R_0)$. Khi tiền công tăng lên, nhu cầu về dịch vụ vốn giảm xuống, đường cầu về vốn dịch chuyển từ D đến D' . Do trong ngắn hạn cung về vốn là cố định, khi nhu cầu về vốn giảm xuống, doanh nghiệp không kịp thời cắt giảm đầu vào vốn, thị trường cân bằng tại $E'(K_0, R_1)$. Ở mức giá cho thuê R_1 không đảm bảo tỷ lệ suất lợi tức cần có, các chủ doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vốn không mua mới tài sản mà chỉ cung ứng số lượng dịch vụ vốn hiện có. Cung dịch vụ vốn giảm xuống K_1 để đảm bảo mức thuê hiện hành là R_0 nhằm duy trì sự cung ứng dài hạn của ngành theo đường cung dài hạn S . Thị trường cân bằng tại điểm $E''(K_1, R_0)$.

Các mũi tên trên đồ thị cho thấy sự vận động của ngành để tự điều chỉnh vốn. Lúc đầu, cầu về vốn giảm xuống, tiền thuê vốn giảm đột ngột trong khi những người cung cấp vốn tài sản trong ngắn hạn không đổi. Dự trữ vốn của người sử dụng giảm vì họ không thuê thêm tài sản mới, trong khi người cung cấp hàng tư liệu vẫn cố định. Lượng dịch vụ vốn đã được điều chỉnh bằng cách không tăng thêm số lượng mới mà để cho hàng tư liệu khấu hao đến điểm mà tiền thuê dịch vụ vốn có thể bù đắp được theo giá hiện hành của đường cung dài hạn về dịch vụ vốn R_0 . Quá trình đó gọi là sự tự điều chỉnh vốn trong ngắn hạn và dài hạn của ngành để đảm bảo sự cân bằng trên thị trường vốn.

6.3. Thị trường đất đai

6.3.1. Địa tô là lợi tức của các yếu tố cố định

Đất đai là một loại yếu tố sản xuất có thể phục vụ lâu dài cho nhiều quá trình sản xuất khác nhau. Cũng giống như vốn hiện vật, nó là một loại tài sản lâu bền mà người sở hữu nó có thể khai thác được các dòng lợi ích nhất định trong những khoảng thời gian nhất định.

Thị trường đất đai bao gồm: thị trường dịch vụ đất đai và thị trường tài sản đất đai. Thị trường dịch vụ đất đai là thị trường thuê và cho thuê đất đai. Thị trường tài sản đất đai là thị trường trên đó đối tượng giao dịch là bản thân đất đai với tư cách là một tài sản.

Đất đai có thể được sử dụng vào nhiều mục đích khác nhau: trồng trọt, làm nhà,... giá của đất đai và tiền sử dụng đất sẽ chi phối việc phân bổ tổng mức cung cố định của đất đai cho các mục đích sử dụng khác nhau. Vấn đề cơ bản ở đây là giá thuê đất và tiền sử dụng đất được hình thành như thế nào?

Chúng ta cần khẳng định giá trị của đất đai hoàn toàn bắt nguồn từ giá trị của sản phẩm. Tiền sử dụng đất cao hay thấp là do đất đó được sử dụng vào mục đích gì và giá trị mang lại của việc sử dụng đất đó để tạo ra sản phẩm mới cao hay thấp. Chẳng hạn tiền thuê đất nông nghiệp sẽ thấp hơn tiền thuê đất công nghiệp do giá trị sản phẩm công nghiệp thường cao giá trị sản phẩm nông nghiệp.

Đất đai là do thiên nhiên ban tặng nên chi phí ban đầu của nó gần như bằng không. Vì vậy, mức giá (địa tô) của mỗi đơn vị đất là thặng dư đối với người chủ đất. Các nhà kinh tế gọi đó là “Tô kinh tế”, đó là khoản thặng dư. Thặng dư là khoản lợi mà người cung ứng yếu tố sản xuất nhận được với giá cao hơn giá người đó sẵn sàng bán. Nói cách khác, đó là khoản chênh lệch giữa giá cân bằng và phi phí tối thiểu cần thiết của yếu tố sản xuất đó. Tô kinh tế là một khái niệm tương tự như thu nhập thuần túy, cả hai cùng thể hiện một nội dung về cái gọi là thặng dư tiêu dùng. Điểm khác nhau ở đây là thặng dư nhận bởi các yếu tố đất đai gọi là tô kinh tế, còn thặng dư tạo ra do các hoạt động tổng hợp của hoạt động doanh nghiệp mang lại thì gọi là thu nhập thuần túy. Khi cầu về đất đai tăng hoặc giảm thì tô kinh tế cũng tăng hoặc giảm theo sự dịch chuyển của đường cầu.

Trong dài hạn, tổng cung về đất cố định nhưng mức phân bổ đất giữa các ngành là không cố định. Quá trình chuyển đất từ ngành này sang ngành khác là do giá thuê

đất trong các ngành sử dụng đất không giống nhau. Trong dài hạn giá thuê đất của các ngành phải bằng nhau và tổng lượng cung về đất bằng tổng lượng cầu về dịch vụ đất.

6.3.2. Cân bằng cung cầu về đất đai

Cung về đất đai cho thuê (S_{La}): cũng như nhiều tài nguyên thiên nhiên khác là những sản vật của tự nhiên mà con người được ban tặng chứ không phải do con người tạo ra.

Nguồn cung đất đai tương đối cố định hay gần như không co giãn theo giá thuê được coi như là đặc điểm nổi bật của thị trường dịch vụ đất đai khi xét chung trên phạm vi cả nền kinh tế. Nói một cách khác, có thể coi đường cung về đất đai cho thuê là một đường thẳng đứng

Cầu về thuê đất đai (D_{La})

Những người cần đất đai như một yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất sẽ là những người muốn thuê đất.

Cầu về dịch vụ đất đai thay đổi khi có sự thay đổi trong: 1) khối lượng các yếu tố sản xuất khác phối hợp với đất đai, 2) trình độ công nghệ. 3) giá cả hay doanh thu biên sản phẩm đầu ra.

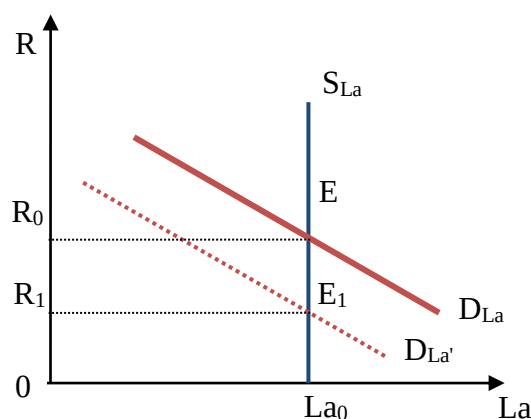
Với chi phí để sở hữu tài sản đất là giá mua tài sản này, đường cầu về tài sản đất là một đường dốc xuống.

Tiền thuê đất do cung – cầu xác định (R)

Vì nguồn cung là cố định nên tiền thuê đất thực chất chỉ do cầu quyết định và vì thế nó là loại tiền thuê kinh tế. Khi nhu cầu thuê đất tăng cao, giá thuê đất sẽ tăng nhanh và ngược lại.

Giá cả đất đai với tư cách là một tài sản được quyết định trên thị trường tài sản đất. Cầu về đất đai xuất phát từ những người muốn trở thành những người sở hữu tài sản đất đai

Cân bằng thị trường đối với tài sản đất chính là giá trị hiện tại của nó, được xác định trên cơ sở đánh giá chung của thị trường chứ không phải của một người riêng lẻ về mức tiền thuê.



Hình 6.8. Sự điều chỉnh vốn trong ngắn và dài hạn
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 6

I. Câu hỏi tự luận

Câu 1. Nêu khái niệm sản phẩm hiện vật cận biên và doanh thu cận biên của lao động.

Câu 2. Hãy giải thích nguyên tắc lựa chọn mức lao động tối ưu trên thị trường lao động

Câu 3. Hãy nêu công thức tính giá cho thuê vốn tối thiểu và giải thích?

II. Nhận định đúng hay sai và giải thích

Câu 1. Thị trường lao động đảm bảo rằng một ca sĩ nổi tiếng được trả mức tiền công tương tự như anh ta có thể được trả ở bất kỳ ngành nào khác mà anh ta được thuê.

Câu 2. Khi giá lao động tăng, một doanh nghiệp sẽ sử dụng nhiều đầu vào vốn hơn.

Câu 3. Khi thị trường lao động và thị trường hàng hóa là cạnh tranh hoàn hảo, doanh nghiệp sẽ đạt lợi nhuận tối đa nếu sử dụng lao động ở mức mà năng suất cận biên của lao động bằng mức tiền công thực tế.

Câu 4. Đường cung lao động của một cá nhân luôn là một đường dốc lên từ trái sang phải.

Câu 5. Vốn hiện vật bao gồm đất đai, máy móc, nhà xưởng, xe cộ và trái phiếu của chính phủ.

Câu 6. Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, nếu tiền lương lớn hơn doanh thu cận biên của lao động thì doanh nghiệp sẽ thuê thêm lao động để tối đa hóa lợi nhuận.

III. Lựa chọn câu trả lời đúng nhất

Câu 1. Đường cung lao động của một cá nhân:

- a) Là đường có độ dốc dương.
- b) Là đường có độ dốc âm.

- c) Là đường có độ dốc âm hoặc dương tùy thuộc vào độ lớn của ảnh hưởng thu nhập và ảnh hưởng thay thế.
- d) Là đường thẳng đứng vì ảnh hưởng thu nhập triệt tiêu ảnh hưởng thay thế.
- e) Không câu nào đúng.

Câu 2. Doanh thu cận biên của lao động bằng:

- a) Doanh thu mà doanh nghiệp thu được đối với đơn vị sản phẩm cuối cùng.
- b) Doanh thu mà doanh nghiệp thu được từ việc tham gia thị trường.
- c) Sản phẩm cận biên của lao động nhân với đơn giá của lao động.
- d) Sản phẩm cận biên của lao động nhân với mức giá của sản phẩm.
- e) Không câu nào đúng.

Câu 3. Nếu một doanh nghiệp thuê các nguồn lực trên một thị trường cạnh tranh không hoàn hảo. Để tối đa hóa lợi nhuận, doanh thu cận biên của từng nguồn lực phải bằng:

- a) Giá của nguồn lực đó.
- b) Sản phẩm cận biên của nguồn lực đó.
- c) Chi phí cận biên của nguồn lực đó.
- d) 1.
- e) 0.

Câu 4. Cho thông tin ở bảng sau:

Số lượng công nhân	Tổng sản phẩm
0	0
1	16
2	26
3	34
4	40
5	44

Giả sử giá sản phẩm trên thị trường là 6đồng/sp. Với mức tiền lương 24đồng/người, doanh nghiệp sẽ chọn thuê:

- a) 2 công nhân
- b) 3 công nhân
- c) 4 công nhân
- d) 5 công nhân

e) Không câu nào đúng

Câu 5. Cho số liệu ở bảng sau:

Mức tiền lương (\$)	Lượng lao động được cung ứng (Người)	Doanh thu cận biên của lao động (\$)
20	0	-
21	100	27
22	200	26
23	300	25
24	400	24
25	500	23
26	600	22

Nếu thị trường lao động là cạnh tranh thì doanh nghiệp sẽ thuê ở mức tiền lương và số lượng lao động tương ứng là:

- a) 24\$ và 300
- b) 23\$ và 400
- c) 24\$ và 400
- d) 23\$ và 300
- e) 25\$ và 400

Câu 6. Năng suất lao động cận biên là :

- a) Sự thay đổi của tổng sản phẩm khi sử dụng thêm 1 đơn vị lao động
- b) Sự thay đổi tổng doanh thu khi sử dụng thêm 1 đơn vị lao động.
- c) Sự thay đổi của tổng doanh thu khi sản lượng tăng thêm 1 đơn vị
- d) Sự thay đổi của tổng chi phí khi sản lượng tăng thêm 1 đơn vị lao động

Câu 7. Những yếu tố ảnh hưởng đến cầu về lao động là :

- a) Mức tiền công, tiền lương
- b) Giá cả lao động
- c) Năng suất lao động
- d) Tất cả đều đúng

Câu 8. Những yếu tố ảnh hưởng đến cung về lao động là :

- a) Mức tiền công, tiền lương
- b) Thái độ của người lao động đối với công việc
- c) Cả a, b đúng

d) Cả a,b sai

Câu 9. Các yếu tố làm dịch chuyển về vốn:

- a) Sự tăng giá đối với sản phẩm của doanh nghiệp
- b) Sự tăng mức độ sử dụng các yếu tố sản xuất khác kết hợp với vốn.
- c) Việc áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật làm tăng hiệu suất sử dụng của vốn hiện vật.
- d) Cả a,b,c đều đúng

Câu 10. Cung về đất đai trong ngắn hạn sẽ:

- a) Tăng
- b) Giảm
- c) Không thay đổi
- d) Tất cả đều sai

Câu 11. Cung về đất đai trong dài hạn sẽ:

- a) Tăng
- b) Giảm
- c) Không thay đổi
- d) Tất cả đều sai

Câu 12. Cầu về vốn của doanh nghiệp phụ thuộc vào:

- a) Cầu về hàng hoá của người tiêu dùng
- b) Năng suất công việc
- c) Cả a, b đúng
- d) Cả a, b sai

Câu 13. Năng suất biên của vốn là:

- a) Sản lượng thay đổi khi nguồn vốn thay đổi
- b) Sản lượng giảm khi nguồn vốn giảm
- c) Sản lượng tăng khi nguồn vốn tăng
- d) Tất cả đều đúng.

Câu 14. Sản phẩm giá trị cận biên của vốn là:

- a) Mức doanh thu tăng khi nguồn vốn tăng thêm 1 đơn vị vốn
- b) Mức sản lượng tăng thêm khi nguồn vốn tăng thêm 1 đơn vị vốn
- c) Mức sản lượng giảm khi nguồn vốn giảm 1 đơn vị vốn.
- d) Mức doanh thu tăng khi nguồn vốn giảm đi 1 đơn vị lao động

IV. Bài tập

Bài 1. Giả sử hàm sản xuất của một hãng được cho bởi: $Q = 12L - L^2$ (với $L = 0 \div 6$), trong đó L là đầu vào lao động một ngày và Q là sản lượng một ngày.

Yêu cầu:

- 1) Hãy xác định và vẽ đường cầu lao động của hãng nếu sản phẩm được bán ở mức giá là 10 USD/ sp trong thị trường cạnh tranh.
- 2) Hãng sẽ thuê bao nhiêu công nhân một ngày khi mức lương là 30 USD/ ngày và 60 USD/ ngày?

Bài 2. Cho cung và cầu về lao động không có tay nghề như sau:

$$L = -50 + 30w \text{ và } L = 500 - 25w$$

Yêu cầu:

- 1) Xác định kết hợp cân bằng của L và w trên đồ thị.
- 2) Xác định lượng thất nghiệp khi mức lương tối thiểu được đặt ra là 4 USD/ giờ và 14 USD/ giờ.
- 3) Điều gì sẽ xảy ra với tổng thu nhập của các công nhân không có tay nghề khi mức lương tối thiểu là 14USD/giờ?

Bài 3. Bảng dưới đây cho biết cung và cầu lao động cao su cho các nông trường cao su ở một vùng cao nguyên. Giả định thị trường lao động này là cạnh tranh hoàn hảo.

Đơn giá tiền lương (nghìn đồng/1 ngày)	15	25	35	45	55	65
Lượng cung lao động (nghìn công nhân)	1	2	3	4	5	6
Lượng cầu lao động (nghìn công nhân)	5,5	5	4,5	4	3,5	3

Yêu cầu:

- 1) Xác định phương trình đường cung và đường cầu về lao động trên thị trường này. Tính đơn giá tiền lương và lượng lao động cân bằng của thị trường.
- 2) Nếu chính phủ quy định đơn giá tiền lương tối thiểu là 50.000 đồng/ 1 ngày, hãy tính số lao động không có việc làm trong vùng. Tổng thu nhập từ lao động sẽ thay đổi như thế nào?

Chương 7: CHÍNH PHỦ TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

Mục tiêu: Học xong chương này, người học có thể:

- Giải thích được những hạn chế của nền kinh tế thị trường;
- Phân tích được vai trò của chính phủ trong nền kinh tế thị trường.

7.1. Những khuyết tật của thị trường

Phân bố nguồn lực có hiệu quả là yêu cầu sống còn của mọi nền kinh tế. Sự phân bố khả thi phụ thuộc vào công nghệ và nguồn lực mà nền kinh tế sẵn có. Giá trị cuối cùng của bất kỳ sự phân bố nào cũng phụ thuộc vào sở thích của người tiêu dùng. Những người khác nhau sẽ có những đánh giá khác nhau về giá trị hiệu quả và bình đẳng. Chuẩn mực chung là hiệu quả Pareto. Hiệu quả Pareto được hiểu là khi gia tăng sản xuất số lượng hàng hóa này thì phải cắt giảm sản xuất số lượng hàng hóa khác trong giới hạn nguồn lực đã cho.

Mọi sự phân bố đạt hiệu quả Pareto đối với một tập hợp nhất định, các sở thích của người tiêu dùng, các nguồn lực và công nghệ; nếu không có khả năng dịch chuyển tới một sự phân bố khác có thể làm cho một số người giàu lên mà không có ai nghèo đi.

Trong điều kiện tất cả các thị trường trong nền kinh tế là cạnh tranh hoàn hảo thì điểm cân bằng của nền kinh tế sẽ đạt hiệu quả Pareto. Bởi lẽ ở đó đảm bảo chi phí biên cho việc sản xuất mọi mặt hàng đúng bằng lợi ích biên của nó đối với người tiêu dùng. Nhưng cần nhấn mạnh rằng nền kinh tế thị trường không phải là nền kinh tế hoàn toàn tối ưu; chính trong lòng nó cũng có những mặt trái, những thất bại và những trục trặc mà con người không mong muốn, phải hạn chế tác hại của nó, phát huy tính ưu việt của nó cao hơn.

Sự hạn chế (trục trặc) của thị trường là thuật ngữ để chỉ các tình huống trong đó điểm cân bằng trên các thị trường tự do cạnh tranh không đạt được sự phân bố hiệu quả. Các nguồn phát sinh dẫn tới sự trục trặc vốn có của kinh tế thị trường cần được hạn chế bao gồm:

7.1. 1. Hàng hóa công cộng

Hàng hóa công cộng là những hàng hóa mà xét theo tính chất tiêu dùng, người ta có thể và cần phải tiêu dùng chung.

Những hàng hóa công cộng không phải hàng hóa loại trừ hay cạnh tranh.

Một hàng hóa công cộng thuần túy có hai đặc tính:

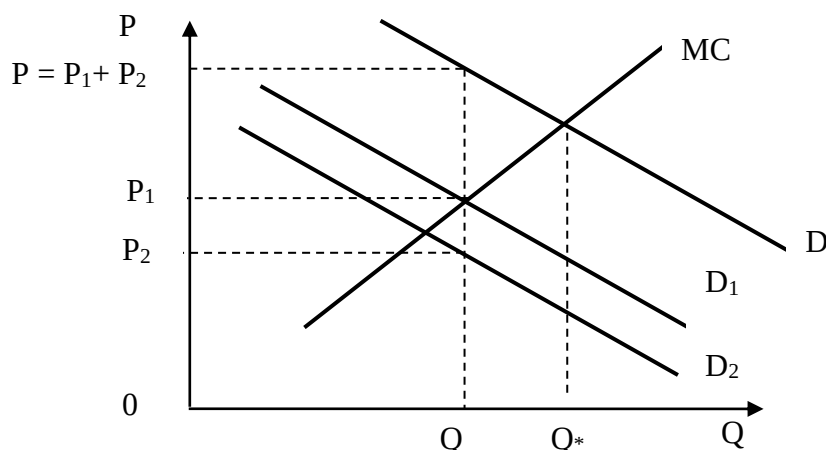
Thứ nhất, tính không cạnh tranh về phương diện tiêu dùng. Khi hàng hóa có tính chất này, lợi ích giữa những người tiêu dùng không cạnh tranh hay xung đột với nhau. Nếu một người đã sử dụng hay tiêu dùng hàng hóa thì sự kiện này không ảnh hưởng đến khả năng hay thực tế tiêu dùng hàng hóa của người khác.

Thứ hai, tính không thể loại trừ về mặt tiêu dùng, tức người sở hữu hàng hóa, ngay cả khi muốn, cũng không có khả năng ngăn cản loại trừ một người nào đó sử dụng hay tiêu dùng hàng hóa.

Việc cung cấp nó một cách có hiệu quả thông qua thị trường tư nhân có thể không thực hiện được.

Giả định một hàng hóa công cộng A, và có hai người tiêu dùng. Đường cầu của người thứ nhất là D_1 . Mỗi điểm trên đường này cho thấy cá nhân đó phải trả bao nhiêu cho đơn vị cuối cùng của loại hàng A. Điều này cho biết lợi ích biên đối với cá nhân đó khi sử dụng hàng hóa A. Đường cầu D_2 cho thấy lợi ích biên của người thứ hai khi sử dụng hàng hóa A.

Đường D cho thấy lợi ích biên của xã hội do có hàng công cộng A. Ở một mức sản lượng của hàng công cộng A, ta cộng theo chiều thẳng đứng của lợi ích cận biên của các cá nhân để được lợi ích cận biên của xã hội. Tại mức sản lượng Q, lợi ích cận biên của xã hội là $P = P_1 + P_2$ (cộng theo chiều thẳng đứng tại một lượng nhất định; bởi vì theo định nghĩa mọi người đều tiêu dùng một lượng hàng công cộng A).



Hình 7.1. Sự tiêu dùng hàng hóa công cộng

Hình vẽ trên cũng cho thấy chi phí biên của việc sản xuất hàng công cộng A. Nếu hàng hóa A được giao cho tư nhân sản xuất và tiêu thụ, người tiêu dùng số 1 có thể trả giá P_1 để có sản lượng Q do một doanh nghiệp cung ứng có sức cạnh tranh sản

xuất và định giá ở mức chi phí biên. Người tiêu dùng số 1 chọn điểm $(Q; P_1)$ ở đó chi phí biên P_1 bằng lợi ích biên cá nhân của người đó thu nhận được từ đơn vị cuối cùng của mặt hàng công cộng đó. Người tiêu dùng số 2 có chịu trả tiền để có số lượng lớn Q không? Câu trả lời sẽ là không. Bởi vì với giá P_2 thấp hơn giá P_1 họ vẫn được hưởng Q (theo định nghĩa). Do vậy, người tiêu dùng số 2 trở thành “người ăn không” hưởng mức sản lượng Q như người thứ nhất (phần ăn không của người tiêu dùng 2 là phần nằm dưới đường cầu D_2).

Cuối cùng, tổng sản lượng do tư nhân sản xuất và tiêu thụ trên thị trường tự do cạnh tranh luôn nhỏ hơn lượng Q^* , là mức sản lượng có hiệu quả về mặt xã hội. Để có sản lượng Q^* (điều mà thị trường tự do cạnh tranh không làm được) chỉ có con đường Nhà nước phải cung ứng hàng hóa công cộng và buộc mọi người phải tài trợ cho việc tạo ra hàng hóa công cộng thông qua việc nộp thuế.

Cần lưu ý rằng Nhà nước cung ứng không có nghĩa là Nhà nước phải trực tiếp sản xuất ra hàng hóa công cộng. Ở nhiều nước, hàng hóa công cộng có thể giao cho tư nhân sản xuất.

7.1.2. Các nhân tố ngoại ứng

Ngoại ứng xuất hiện khi một quá trình sản xuất hay tiêu dùng hàng hóa hay dịch vụ nào đó tác động (gây thiệt hại hay mang lại ích lợi) đến cả những người không trực tiếp tham gia vào các giao dịch thị trường.

Ngoại ứng tích cực và ngoại ứng tiêu cực

Ngoại ứng tiêu cực xảy ra trong trường hợp một hoạt động sản xuất hay tiêu dùng nào đó tác động tiêu cực (tạo ra một tổn hại hay chi phí) cho người khác song người gây ra tác động lại không bị trừng phạt bởi những gì mà anh ta gây ra.

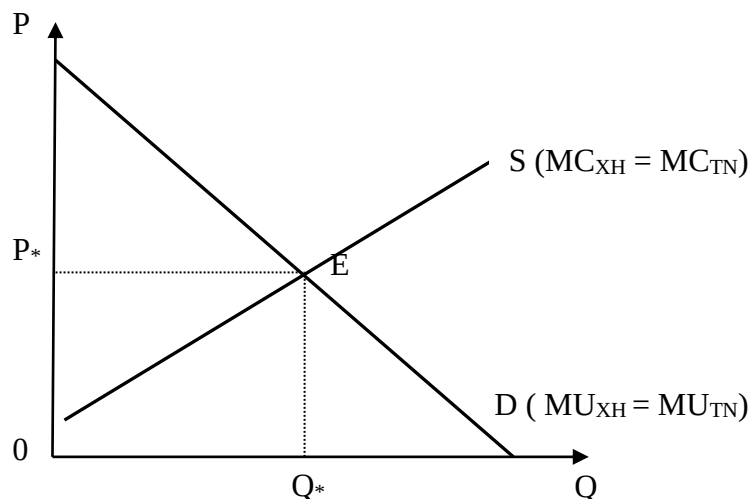
Một hoạt động sản xuất hay tiêu dùng nhất định có thể gây ra ngoại ứng tích cực nếu như nó đem lại lợi ích cho một người nào đó mà người này không phải trả tiền.

Các ngoại ứng dẫn đến sự chênh lệch giữa chi phí hoặc lợi ích cá nhân và xã hội

Thị trường tự do cạnh tranh không tính đến những lợi ích do tác động ngoại ứng, dẫn đến tình trạng sản xuất ở mức giá cao.

Khi không có ngoại ứng, lợi ích hay chi phí xã hội trong việc sản xuất hay tiêu dùng một khối lượng hàng hóa nào đó được thể hiện chính bằng lợi ích hay chi phí mà

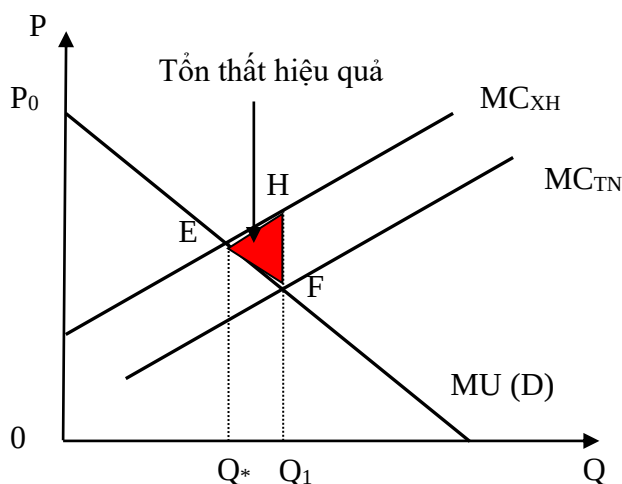
chính những cá nhân trực tiếp tham gia vào các giao dịch thị trường có liên quan được thụ hưởng hay bị gánh chịu. Nói một cách quy ước, trong trường hợp này, lợi ích hay chi phí xã hội cũng chính là lợi ích hay chi phí tư nhân. Ví dụ, khi việc sản xuất 1 tấn bánh trung thu của doanh nghiệp A không gây ra một ngoại ứng nào (tức sự kiện này không gây ra một tổn hại – chi phí nào, cũng như không đem lại thêm một lợi ích nào cho những người không tham gia vào việc mua bán bánh) thì chi phí (về nguồn lực) của xã hội để tạo ra tấn bánh trên được đo chính bằng chi phí kinh tế để sản xuất ra tấn bánh đó của doanh nghiệp A. Nếu việc cá nhân B tiêu dùng bánh (ăn một cái bánh chẳng hạn) không gây ra ngoại ứng gì (không đem lại lợi ích cũng như không làm thiệt hại gì đến người khác) thì lợi ích xã hội của việc tiêu dùng chiếc bánh trên sẽ được biểu hiện chính bằng độ thỏa dụng (sự hài lòng) mà cá nhân B có được do ăn chiếc bánh trên.



Hình 7.2. Thị trường không có ngoại ứng

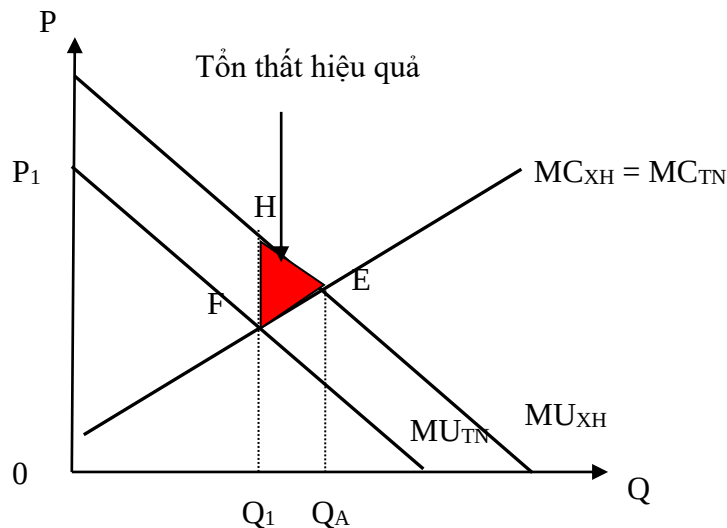
Trái lại, khi ngoại ứng xuất hiện, lợi ích hay chi phí xã hội trong việc sản xuất hay tiêu dùng một khối lượng hàng hóa nào đó sẽ không trùng khớp với lợi ích hay chi phí của các cá nhân (ta gọi là lợi ích hay chi phí tư nhân). Chẳng hạn, nếu việc sản xuất hàng hóa của một doanh nghiệp gây ra ô nhiễm đối với môi trường và những người dân sinh sống xung quanh không được doanh nghiệp đền bù gì, thì chi phí xã hội của việc sản xuất một khối lượng hàng hóa nhất định bao gồm những chi phí kinh tế mà doanh nghiệp phải bỏ ra hay hy sinh và những tổn hại về môi trường mà người dân phải gánh chịu do có việc sản xuất trên. Trong trường hợp ngoại ứng tiêu cực này, chi phí xã hội của việc sản xuất một khối lượng hàng hóa nhất định rõ ràng lớn hơn chi phí tư nhân của các nhà sản xuất.

Trên thị trường khi tham gia vào các giao dịch mua bán hàng hóa, những người sản xuất hay tiêu dùng chỉ quan tâm đến những chi phí và lợi ích trực tiếp mà chính họ phải bỏ ra hay được thụ hưởng. Vì thế, giá cả thị trường, phản ánh quá trình mặc cả của những người này, trên thực tế chỉ phản ánh các chi phí và lợi ích tư nhân của những ai trực tiếp tham gia giao dịch. Khi ngoại ứng xuất hiện, giá cả thị trường không thể hiện và phản ánh đầy đủ chi phí hay lợi ích đứng trên quan điểm xã hội. Do vậy, trong trường hợp này, sản lượng cân bằng thị trường không còn là sản lượng hiệu quả xã hội, cho dù thị trường là thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Ví dụ, khi quá trình sản xuất hàng hóa gây ra ngoại ứng tiêu cực, đường chi phí biên xã hội nằm cao hơn đường chi phí biên tư nhân của những người sản xuất. Kết quả là sản lượng thị trường có xu hướng cân bằng tương ứng với giao điểm của đường chi phí biên tư nhân và đường thỏa dụng biên tư nhân ở mức cao hơn mức sản lượng hiệu quả xã hội (tương ứng với giao điểm của đường chi phí biên xã hội và đường thỏa dụng biên xã hội). Ngược lại, nếu ngoại ứng tích cực xuất hiện, sản lượng cân bằng thị trường lại thấp hơn sản lượng hiệu quả xã hội. Ta có thể thấy những điều đó qua các hình minh họa 7.3 và 7.4 dưới đây.



Hình 7.3. Ngoại ứng tiêu cực

Sản lượng cân bằng thị trường là Q_1 tương ứng với trạng thái cân bằng F. Nếu đứng trên quan điểm xã hội, đường chi phí biên phải là đường MC_{XH} , cao hơn đường chi phí biên tư nhân MC_{TN} . Sản lượng hiệu quả vì vậy phải là Q^* , thấp hơn sản lượng thị trường Q_1 .



Hình 7.4. Ngoại ứng tích cực

Khi ngoại ứng tích cực xuất hiện, lợi ích hay độ thỏa dụng biên xã hội cao hơn lợi ích hay độ thỏa dụng biên tư nhân của các cá nhân trực tiếp tham gia vào các giao dịch thị trường. Sản lượng hiệu quả (Q^*) cao hơn sản lượng thị trường (Q_1).

Để khắc phục tình trạng này, chính phủ có thể "nội hóa" ảnh hưởng của các ngoại ứng bằng cách đánh thuế vào những hàng hóa gây ra ngoại ứng tiêu cực. Trong thực tế, chính phủ thực hiện đánh thuế cao nhất vào những đồ uống có cồn, thuốc lá...

7.1. 3. Thông tin không hoàn hảo

Như chúng ta đã biết, một trong những điều kiện để tồn tại thị trường cạnh tranh hoàn hảo là những người mua hay người bán phải có đủ thông tin về thị trường. Khi tham gia vào các giao dịch thị trường, họ phải có được những thông tin cần thiết về chất lượng hàng hóa, tính năng, tác dụng của nó, các điều kiện giao dịch hay mua bán, giá cả hàng hóa, những dịch vụ sau bán hàng kèm theo... Chỉ trong điều kiện đó, những người sản xuất hay tiêu dùng, người mua hay bán hàng hóa mới có khả năng ra quyết định chính xác, hiệu quả, phù hợp với tình hình thị trường.

Tuy nhiên, việc thu thập thông tin về thị trường không phải lúc nào cũng dễ dàng và không tốn kém. Sự thiếu hụt thông tin ở người sản xuất hay tiêu dùng hay cả hai là điều thường xảy ra. Giữa những người sản xuất và những người tiêu dùng thường tồn tại hiện tượng thông tin bất cân xứng – một bên nào đó có ít thông tin về thị trường hơn bên kia. Trong những trường hợp này, những người sản xuất hay tiêu dùng sẽ không đánh giá được chính xác chi phí và lợi ích liên quan đến hàng hóa mà họ tham gia trao đổi. Quyết định của họ phù hợp với trạng thái thông tin mà họ có sẽ trở nên không hiệu quả. Sản lượng cân bằng thị trường, vì thế trở nên hoặc cao hơn

hoặc thấp hơn sản lượng hiệu quả. Chẳng hạn, một hàng hóa nào đó như máy tính, ô tô, thuốc chữa bệnh, các dịch vụ y tế hay giáo dục... người tiêu dùng thật không dễ dàng đánh giá chất lượng của các hàng hóa trước khi thật sự tiêu dùng chúng. Nếu nhận định của họ về chất lượng hàng hóa cao hơn so với chất lượng thực tế của hàng hóa đó, thì đường cầu của những người tiêu dùng về loại hàng hóa này trên thị trường sẽ cao hơn đường cầu phản ánh chất lượng thực của hàng hóa. Trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, giá cả và sản lượng cân bằng thị trường sẽ cao hơn giá cả và sản lượng hiệu quả. Nói cách khác, thị trường sẽ giao dịch ở mức không hiệu quả. Ở đây chính sự ngộ nhận về chất lượng hàng hóa khiến cho nó được sản xuất và tiêu dùng quá mức cần thiết. Ngược lại, khi người tiêu dùng không nhận biết và do đó bỏ qua một số đặc tính tốt của một loại hàng hóa nào đó (ví dụ hoa quả, rau xanh ...), họ có thể tiêu dùng nó dưới mức hiệu quả.

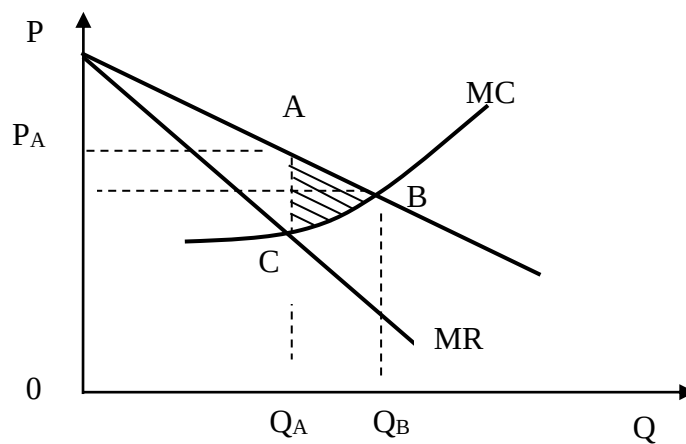
Sự thiếu hụt hay bất cân xứng về thông tin có thể làm cho các giao dịch thị trường không xảy ra được. Chẳng hạn, trên thị trường vốn, so với người cho vay, người đi vay dường như nắm giữ chính xác hơn những thông tin về dự án mà anh ta cần vay vốn. Anh ta thường biết rõ thực chất của việc đi vay vốn: nó thực sự xuất phát từ một ý tưởng kinh doanh táo bạo, song nghiêm túc hay chỉ là một hành vi “lừa đảo” - người đi vay cần tiền để trang trải cho các nhu cầu khác nào đó nằm ngoài dự án. Không đánh giá đúng giá trị của một ý tưởng hay một phát minh, không phân biệt được tính khả thi cao hay thấp, độ rủi ro nhiều hay ít của các dự án kinh doanh, một ngân hàng có thể từ chối việc cho vay vốn đối với người có ý tưởng hay phát minh tốt, có dự án kinh doanh khả thi, cho dù nếu thực sự được vay vốn, cả người đi vay lẫn cho vay đều có lợi.

7.1. 4. Độc quyền và sức mạnh của thị trường

Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, quyết định sản xuất của các doanh nghiệp hướng theo tiêu chuẩn chi phí cận biên bằng giá cả ($P = MC$) và do vậy cũng bằng lợi ích cận biên đối với người tiêu dùng. Tuy nhiên có nhiều nguyên nhân khiến cho trên thực tế các thị trường cạnh tranh hoàn hảo khó xuất hiện. Các thị trường nói chung là thị trường cạnh tranh không hoàn hảo. Các doanh nghiệp trong trường hợp này ít nhiều là các tổ chức có quyền lực thị trường; do đó chúng có khả năng định giá vượt quá mức chi phí biên của đơn vị sản lượng cuối cùng. Khi đó, điều kiện đảm bảo hiệu quả Pareto bị vi phạm. Sản lượng thị trường không phải là sản lượng hiệu quả.

Trong các ngành cạnh tranh không hoàn hảo, đặc biệt là thị trường độc quyền; để tối đa hóa lợi nhuận, các nhà sản xuất sẽ lựa chọn sản lượng sao cho tại đơn vị sản lượng cuối cùng, chi phí biên MC bằng doanh thu biên MR ($MR = MC$). Trong khi người tiêu dùng lại cân bằng giá cả với những lợi ích biên thu được từ đơn vị cuối cùng. Vì vậy, lợi ích cận biên sẽ vượt quá chi phí cận biên. Các ngành này có xu hướng thu hẹp sản xuất, bán sản phẩm với giá cao và sản lượng thấp hơn sản lượng hiệu quả Pareto. Trong trường hợp này xã hội phải gánh chịu một tổn thất hiệu quả nhất định do các nhà sản xuất gây ra. Cạnh tranh không hoàn hảo là nguyên nhân sinh ra các trục trặc của thị trường.

Một ngành cạnh tranh hoàn hảo sẽ sản xuất tại B với sản lượng Q_B , nhưng nhà độc quyền chọn $MR = MC$ sản xuất sản lượng Q_A bán theo giá độc quyền P_A . Trong khoảng Q_A đến Q_B lợi ích cận biên của xã hội lớn hơn chi phí cận biên của xã hội, xã hội sẽ có lợi ích khi tăng sản lượng đến Q_B . Diện tích hình ABC cho biết mức lợi ích mà xã hội nhận được khi tăng sản lượng đến Q_B . Hay nói cách khác sự xuất hiện của ngành cạnh tranh không hoàn hảo làm xã hội tổn thất một phần lợi ích được minh họa bằng diện tích hình tam giác ABC.



Hình 7.5. Sự kém hiệu quả do độc quyền

7.1.5. Những rủi ro khiếm khuyết khác

Phân phối thu nhập không công bằng

Sự mất ổn định kinh tế vĩ mô

7.2. Vai trò của Chính phủ trong việc khắc phục những khuyết tật của thị trường

7.2.1. Các chức năng kinh tế của Chính phủ

Mục tiêu tổng quát mà nhà nước theo đuổi trong việc can thiệp vào nền kinh tế thị trường là nhằm sửa chữa các thất bại thị trường để sao cho nó có thể hoạt động hiệu

quả hơn, công bằng hơn, ổn định hơn. Để khắc phục những hạn chế của kinh tế thị trường, Chính phủ thực hiện các chức năng kinh tế chủ yếu sau:

Xây dựng pháp luật, các quy định và quy chế điều tiết

Nhà nước đề ra hệ thống pháp luật, trên cơ sở đó đặt ra những điều luật cơ bản về quyền sở hữu tài sản và hoạt động của thị trường. Chính phủ, cũng như chính quyền các cấp còn lập nên một hệ thống quy định chi tiết, các quy chế điều tiết ... nhằm tạo nên một môi trường thuận lợi và hành lang an toàn cho sự phát triển có hiệu quả của các hoạt động kinh tế.

Để nền kinh tế có thể vận hành một cách bình thường, Nhà nước cần tạo ra một môi trường pháp lý nhất định, trong đó các quy tắc ứng xử phù hợp với nguyên tắc thị trường được thiết lập. Nền tảng của các quan hệ thị trường là quan hệ mua bán trên cơ sở tự nguyện. Vậy các hành vi có tính chất cưỡng bức, bạo lực giữa các cá nhân nhằm chiếm đoạt của cải hay hàng hóa của nhau là không thể chấp nhận được. Trong trường hợp này, hệ thống luật pháp cần bảo vệ quyền sở hữu cá nhân về các tài sản để cho các cá nhân có động lực kinh doanh, tích lũy tài sản, làm giàu cho chính mình và cho xã hội. Chẳng hạn việc ban hành Luật doanh nghiệp nhằm tạo hành lang pháp lý cho các tổ chức kinh doanh tiến hành các hoạt động kinh tế trong khuôn khổ của pháp luật nhằm bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp.

Khi hệ thống luật pháp đã tồn tại, nhà nước có thể sử dụng nó để tác động vào nền kinh tế nhằm sửa chữa một loại thất bại thị trường cụ thể nào đó. Chẳng hạn, khi nhà nước đưa ra những luật lệ nhằm cấm các hành vi săn bắn, vận chuyển, mua bán những động vật quý hiếm, cấm khai thác rừng một cách bừa bãi, cấm dùng mìn đánh cá trên sông, trên biển ... thì trong trường hợp này, nhà nước muốn tác động vào các hành vi thị trường do xuất hiện các ngoại ứng tiêu cực. Bằng việc cấm đoán nói trên, nhà nước muốn bảo vệ môi trường sinh thái chung cho xã hội trước sự xâm hại bởi những hành vi tư lợi, ích kỷ của các cá nhân.

Ổn định và cải thiện các hoạt động trong nền kinh tế

Chính phủ thông qua các chính sách kinh tế vĩ mô như: kiểm soát thuế, kiểm soát số lượng tiền có trong nền kinh tế, nhằm giảm bớt sự dao động của các chu kỳ kinh tế, hạn chế thất nghiệp và lạm phát, tạo điều kiện cho nền kinh tế phát triển một cách vững chắc. Ví dụ trong năm 2014 Chính phủ đã sử dụng biện pháp giảm thuế thu

nhập để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp duy trì và mở rộng đầu tư sản xuất trong tình trạng suy thoái kinh tế toàn cầu.

Tác động đến việc phân bổ nguồn lực

Chính phủ có thể tác động đến sự phân bổ và phân bổ lại nguồn lực bằng cách trực tiếp tác động đến sản xuất “cái gì” qua sự lựa chọn của chính phủ, qua hệ thống pháp luật; tác động đến khâu phân phối “cho ai” qua thuế và qua các khoản chuyển nhượng. Chính phủ cũng có thể tác động đến sự phân bổ nguồn lực một cách gián tiếp thông qua thuế, trợ cấp để điều chỉnh giá cả, sản lượng và thu nhập trong nền kinh tế.

Quy hoạch và tổ chức thu hút các nguồn đầu tư về kết cấu hạ tầng

Các yếu tố kết cấu hạ tầng kinh tế, xã hội là điều kiện quan trọng để phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Tầm quan trọng và quy mô của nó đòi hỏi Nhà nước phải là người đứng ra chăm lo từ khâu quy hoạch, đến tổ chức phối hợp đầu tư xây dựng và quản lý sử dụng.

Xây dựng các chính sách, các chương trình tác động đến khâu phân phối lại thu nhập nhằm bảo đảm công bằng xã hội; thông thường đó các chương trình kinh tế - xã hội, chính sách thuế, trợ cấp, đầu tư cho các công trình phúc lợi.

7.2.2. Các công cụ chủ yếu của Chính phủ tác động đến kinh tế

Chi tiêu của Chính phủ

Chính phủ có thể thực hiện các khoản chi tiêu của mình thông qua việc mua sắm hàng hóa, dịch vụ hay chi trợ cấp. Trong trường hợp thứ nhất, chi tiêu của chính phủ là một bộ phận trong tổng chi tiêu mua sắm hàng hóa hay dịch vụ của xã hội. Nó thường chiếm một tỷ trọng lớn. Vì vậy, mọi sự thay đổi trong chính sách chi tiêu mua sắm của Chính phủ đều có ảnh hưởng vĩ mô quan trọng. Chẳng hạn, khi cần kích thích nền kinh tế tăng trưởng cao hơn, Chính phủ thường áp dụng chính sách kích cầu bằng cách tăng chi tiêu mua sắm hàng hóa, dịch vụ của chính phủ. Tác động kinh tế vĩ mô không phải là tác động duy nhất của công cụ chi tiêu của chính phủ. Bằng các chính sách chi tiêu khác nhau, chính phủ có thể ảnh hưởng đến các kết cục trên các thị trường cụ thể. Ví dụ, chi tiêu của chính phủ chủ yếu được dùng vào việc cung cấp các hàng hóa công cộng như quốc phòng, hệ thống luật pháp, an ninh, trật tự xã hội, đề điều, đường xá, bầu không khí trong lành, giáo dục, y tế ... Những hạn chế trên các thị trường y tế, giáo dục cũng được nhà nước sửa chữa một phần thông qua việc chi tiêu vào hệ thống y tế hay giáo dục công cộng. Chính phủ cũng dành những nguồn lực nhất

định để cung cấp thông tin hoặc như một hàng hóa công cộng hoặc như một hành vi trợ giúp thị trường nhằm làm cho nó có thể hoạt động hiệu quả hơn.

Chi tiêu của chính phủ dưới dạng các khoản trợ cấp cho những người sản xuất hay tiêu dùng không trực tiếp là một bộ phận của tổng cầu (tổng chi tiêu) của xã hội. Tuy nhiên, sau khi được chuyển khoản từ ngân sách của nhà nước đến tay những người nhận trợ cấp, những khoản tiền này lại có thể đi vào vòng chu chuyển của nền kinh tế như là một khoản chi tiêu của các doanh nghiệp (nhà sản xuất) hay các hộ gia đình (người tiêu dùng). Điều quan trọng là có thể hiểu trợ cấp như một khoản thuế âm, do vậy nó có tác dụng điều chỉnh hành vi của người được nhận trợ cấp theo hướng ngược lại với thuế. Đây là cơ sở để nhà nước có thể sử dụng trợ cấp như một công cụ can thiệp vào nền kinh tế. Với những hàng hóa mà nhà nước cần khuyến khích sản xuất và tiêu dùng, với những hành vi tạo ra các ngoại ứng tích cực ... những khoản trợ cấp của nhà nước có thể tạo ra những khuyến khích để thị trường cung cấp một sản lượng hàng hóa lớn hơn.

Kiểm soát lượng tiền trong lưu thông

Ngân hàng nhà nước là nơi kiểm soát lượng tiền, có thể tăng nhanh lượng tiền hơn nữa trong cơn suy thoái, để thúc đẩy nền kinh tế vượt qua suy thoái. Khi lạm phát cao, ngân hàng Nhà nước có thể hạn chế phát hành và giảm bớt lượng tiền lưu thông để giảm tỷ lệ lạm phát.

Ngân hàng thông qua việc điều chỉnh lãi suất tiền gửi, tiền cho vay đầu tư mà tác động vào tổng cung, tổng cầu và cân bằng cung cầu của nền kinh tế quốc dân.

Thuế

Thuế là những khoản thu bắt buộc mà Nhà nước áp đặt đối với các tổ chức hoặc cá nhân trong xã hội theo những quy tắc nhất định. Khi nộp thuế một doanh nghiệp hay một cá nhân phải gánh chịu thêm một khoản chi phí do những hành vi của mình. Ví dụ, khi chưa bị đánh thuế, tại một điểm sản lượng nào đó, chi phí để doanh nghiệp sản xuất thêm một bao thuốc lá giả sử là 5.000 đồng. Nếu mỗi bao thuốc bị đánh một khoản thuế là 2.000 đồng, thì chi phí để sản xuất thêm một bao thuốc nói trên tăng lên thành 7.000 đồng. Phản ứng lại điều đó, người nộp thuế sẽ cân nhắc và điều chỉnh lại hành vi của mình. Họ có thể sẽ không sản xuất hàng hóa ở mức sản lượng như cũ. Họ cũng có thể không đi làm nhiều như trước đây khi thu nhập của họ bị đánh thuế với thuế suất quá cao. Khi hàng hóa nhập khẩu ít bị đánh thuế hoặc được giảm thuế so với

trước, dòng hàng hóa từ nước ngoài sẽ dễ dàng xâm nhập vào thị trường trong nước hơn. Những nhà nhập khẩu lẫn những nhà sản xuất hàng hóa cạnh tranh với hàng nhập khẩu ở trong nước đều sẽ phải thay đổi hành vi của mình trước sự thay đổi trong chính sách thuế của Nhà nước.

Khi điều chỉnh hành vi của người sản xuất hay tiêu dùng, về nguyên tắc, Nhà nước có thể dùng thuế để sửa chữa một số thất bại thị trường nào đó. Chẳng hạn, khi đánh thuế tài nguyên, nhà nước buộc những người sử dụng tài nguyên công cộng phải trả tiền khi khai thác nguồn lực chung của nền kinh tế. Nhờ đó, sự khai thác môi trường quá mức có thể được hạn chế. Về phương diện kinh tế vĩ mô, khi nền kinh tế rơi vào thời kỳ suy thoái, để kích thích nền kinh tế tăng trưởng trở lại, nhà nước có thể áp dụng chính sách tài khóa mở rộng, trong đó giảm thuế là một phương án bên cạnh việc gia tăng chi tiêu của chính phủ.

Tổ chức và sử dụng hệ thống kinh tế nhà nước

Sự can thiệp của nhà nước có thể tồn tại dưới nhiều hình thức. Trong đó việc kiểm soát trực tiếp một số ngành thông qua sở hữu nhà nước. Hệ thống kinh tế nhà nước là một công cụ đắc lực để định hướng phát triển kinh tế; khắc phục các khuyết tật, trục trặc của nền kinh tế thị trường, đồng thời giải quyết công việc làm, tăng thu cho ngân sách...

Sự hình thành và tồn tại của hệ thống kinh tế nhà nước là một tất yếu khách quan. Tuy nhiên, vấn đề cần đặt ra là quy mô cần thiết và cơ cấu ngành nghề của hệ thống doanh nghiệp nhà nước. Hay nói cách khác, là ranh giới của quy mô khu vực nhà nước và khu vực kinh tế tư nhân cần được vạch ra một cách hợp lý.

Chính phủ có thể đảm nhận sản xuất các mặt hàng và dịch vụ công cộng như quốc phòng, y tế, giáo dục và một số ngành nghề tạo ra hàng hoá, dịch vụ cá nhân. Tuy nhiên, cần phải giải quyết một cách dứt khoát với hiện tượng độc quyền để bảo đảm hiệu quả kinh tế - xã hội cao. Các hoạt động kinh tế của nhà nước phải đảm bảo chi phí biên của xã hội bằng với lợi ích biên của xã hội, nhằm tối đa hoá phúc lợi cho xã hội.

7.2.3. Các phương pháp điều tiết

Điều tiết giá cả

Phương pháp này thường được áp dụng đối với doanh nghiệp độc quyền. Khi độc quyền tồn tại, sản lượng thị trường thường thấp hơn sản lượng hiệu quả, trong lúc

mức giá lại thường bị ấn định cao (so với mức giá tương ứng trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo). Vì vậy, để lấy lại hiệu quả do độc quyền làm tổn thất, nhà nước phải tìm cách để buộc nhà độc quyền phải tăng sản lượng đến mức sản lượng hiệu quả. Nhà nước có thể thực hiện nhiều biện pháp khác nhau.

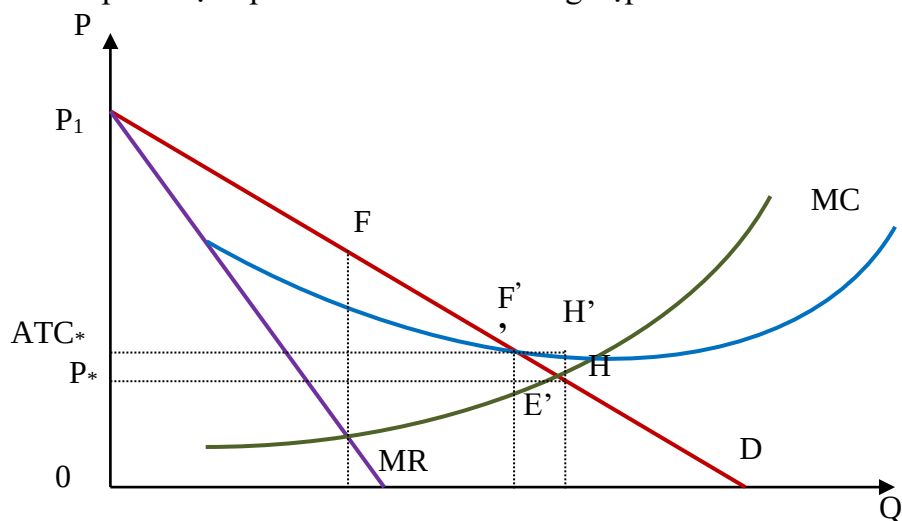
Thứ nhất, bằng cách cấm hoặc hạn chế các tư nhân kinh doanh trên một thị trường độc quyền thuần túy hoặc quốc hữu hóa các cơ sở sản xuất độc quyền tư nhân, Nhà nước trực tiếp trở thành người sở hữu các doanh nghiệp độc quyền. Khi doanh nghiệp độc quyền là một doanh nghiệp nhà nước nó không được phép chỉ chạy theo mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Về lý thuyết, hoạt động của nó phải phục vụ mục tiêu tối đa hóa lợi ích ròng của xã hội; do đó, sản lượng mà nó (tức doanh nghiệp nhà nước) lựa chọn cũng phải là sản lượng hiệu quả. Trên thực tế, độc quyền nhà nước cũng như độc quyền tư nhân đều chứa đựng những yếu tố gây mất hiệu quả. Do vị thế độc quyền, không hoạt động trong môi trường cạnh tranh, doanh nghiệp không chịu áp lực trực tiếp để buộc phải đổi mới hệ thống quản lý, đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, hạ thấp chi phí, và giá thành hàng hóa... Do thiếu sự cạnh tranh, việc nhà nước buộc doanh nghiệp phải hoạt động ở mức sản lượng hiệu quả Pareto có thể không đạt được mục tiêu. Không có doanh nghiệp đối thủ để Nhà nước so sánh chi phí, doanh nghiệp có thể cung cấp hàng hóa ở mức sản lượng mà Nhà nước yêu cầu với phí tổn xã hội cao. Trong trường hợp thua lỗ, doanh nghiệp có thể buộc Nhà nước phải trợ cấp, bù lỗ. Khi bị Nhà nước khống chế giá, doanh nghiệp có thể đối phó bằng cách hạ thấp chất lượng sản phẩm... Nói chung, việc duy trì các doanh nghiệp công cộng trong các ngành độc quyền không đưa lại những hiệu quả mà xã hội mong muốn.

Thứ hai, kiểm soát giá đối với các doanh nghiệp độc quyền là phương án thay thế mà Nhà nước thường sử dụng để điều tiết độc quyền. Trong trường hợp này, doanh nghiệp độc quyền tư nhân vẫn được chấp nhận. Tuy nhiên, nó không còn được tự do định giá mà trái lại, bị Nhà nước kiểm soát giá. Quá trình định giá của doanh nghiệp bị Nhà nước kiểm soát chặt chẽ và khống chế theo những quy tắc phê duyệt giá nhất định.

Có hai phương pháp kiểm soát giá là: kiểm soát giá trên cơ sở chi phí biên ($P = MC$) và kiểm soát giá trên cơ sở chi phí trung bình ($P = ATC$).

Khi áp dụng phương pháp kiểm soát giá trên cơ sở chi phí biên, doanh nghiệp buộc phải sản xuất ở mức sản lượng sao cho ở đơn vị sản phẩm cuối cùng, mức giá phải bằng chi phí biên. Theo quy tắc định giá đó, trong điều kiện sản lượng mà doanh nghiệp cung ứng ra vừa khớp với mức cầu trên thị trường để không có hiện tượng dư cung hay dư cầu, sản lượng của doanh nghiệp sẽ chính là sản lượng hiệu quả. Về mặt lý thuyết, mục tiêu của hoạt động điều tiết độc quyền đã đạt được.

Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, việc buộc doanh nghiệp phải định giá theo chi phí biên có thể làm cho nó thua lỗ. Đối với độc quyền tự nhiên, do chi phí cố định quá lớn mà phần nhiều doanh nghiệp hoạt động trong miền đường chi phí trung bình đang dốc xuống. Trong trường hợp này, do đường MC đang còn nằm dưới đường ATC nên nếu định giá $P = MC$, sản lượng mà doanh nghiệp phải lựa chọn tuy là mức sản lượng tối ưu đối với xã hội song lại dẫn doanh nghiệp tới thua lỗ. Tại mức sản lượng này, $P < ATC$, do đó $TR < TC$, doanh nghiệp chỉ có mức lợi nhuận kinh tế âm. Doanh nghiệp sẽ không chấp nhận hoạt động một cách dài hạn trong điều kiện như vậy và nó sẽ rút lui khỏi ngành. Muốn duy trì hoạt động của doanh nghiệp và giữ nó lại trong ngành, nhà nước phải trợ cấp để bù lỗ cho doanh nghiệp.



Hình 7.6. Kiểm soát giá đối với độc quyền tự nhiên

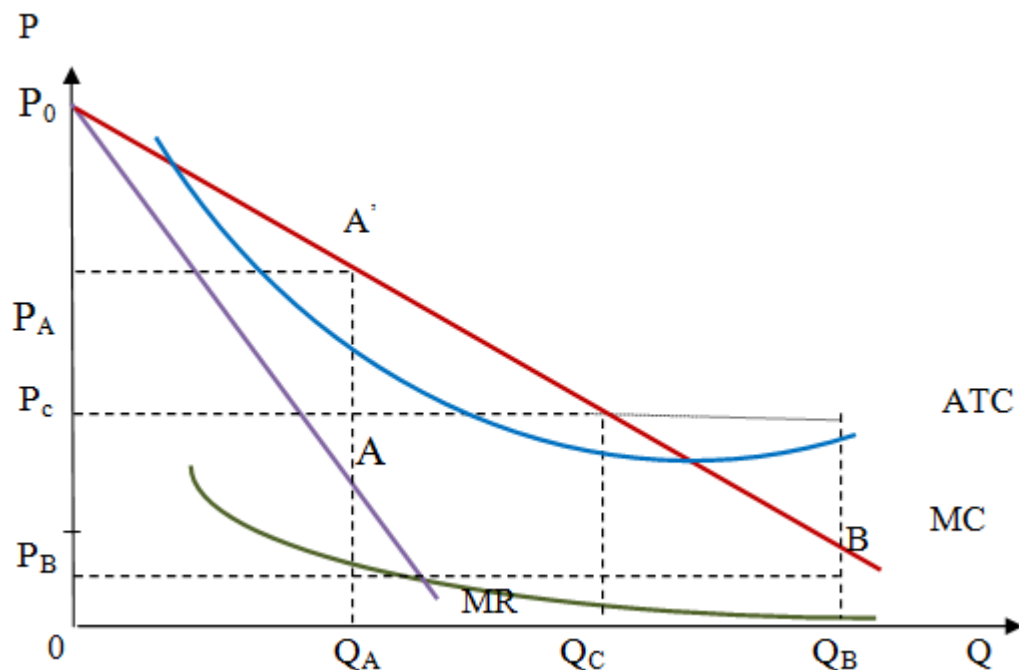
Với hình trên, khi không bị điều tiết, nhà độc quyền sẽ lựa chọn sản lượng Q_m cho phép doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận. Tổn thất hiệu quả lúc này được biểu thị bằng diện tích tam giác EFH. Nếu định giá bằng chi phí biên, nhà độc quyền sẽ sản xuất ở mức hiệu quả Q^* . Tuy nhiên, tại Q^* , doanh nghiệp có thể bị thua lỗ, do mức giá P^* thấp hơn chi phí trung bình ATC^* . Nếu bị kiểm soát giá trên cơ sở chi phí trung bình

($P = ATC$), doanh nghiệp sẽ lựa chọn sản lượng Q_1 . Tổn thất hiệu quả vẫn còn (đo bằng diện tích tam giác $E'F'H$) song đã giảm đi nhiều.

Do những hạn hẹp về khả năng ngân sách, không phải lúc nào Nhà nước cũng dễ dàng lựa chọn phương án trợ cấp cho doanh nghiệp. Một lựa chọn phổ biến hơn là Nhà nước kiểm soát giá để điều tiết hành vi và tác động vào sự lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp, buộc nó phải hoạt động ở mức có hiệu quả hơn đối với xã hội, song sự kiểm soát này phải đảm bảo sao cho doanh nghiệp vẫn có động cơ ở lại trong ngành lâu dài. Như điểm cân bằng dài hạn trong ngành cạnh tranh hoàn hảo đã chỉ ra doanh nghiệp có thể duy trì hoạt động của mình một cách dài hạn khi lợi nhuận kinh tế của nó bằng không. Vì thế, người ta đưa ra phương pháp kiểm soát giá trên cơ sở chi phí trung bình. Theo cách này, doanh nghiệp phải lựa chọn sản lượng sao cho tại đơn vị sản phẩm cuối cùng, mức giá P đúng bằng chi phí trung bình ATC . Như ở trên hình 7.6, lúc này doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng Q_1 thay cho mức sản lượng Q_m trước đây. Tại mức sản lượng Q_1 đó doanh nghiệp hòa vốn (lợi nhuận kinh tế bằng không). Tuy Q_1 chưa phải là mức sản lượng hiệu quả Pareto (tức Q^*), song so với mức sản lượng độc quyền trước khi bị điều tiết Q_m , mức sản lượng này lớn hơn rõ rệt. Nhờ đó, tổn thất hiệu quả giảm xuống một cách đáng kể. Trong trường hợp này, Nhà nước không cần phải bù lỗ, song vẫn giữ được doanh nghiệp ở lại ngành một cách lâu dài.

Điều tiết sản lượng

Bên cạnh điều tiết về giá, một phương pháp nữa được Chính phủ lựa chọn để điều tiết các doanh nghiệp độc quyền và độc quyền tự nhiên là điều chỉnh sản lượng trực tiếp. Theo cách này, Chính phủ có thể buộc các doanh nghiệp phải sản xuất ở một mức sản lượng tối thiểu nào đó và cầu của người tiêu dùng sẽ xác định mức giá tương ứng với mức sản lượng đó. Mức sản lượng điều chỉnh tối thiểu là Q_B như trong hình vẽ 7.7. Tại Q_B người tiêu dùng có $Q_B > Q_A$ và $P_B < P_A$. Nhà độc quyền có lợi nhuận thấp thua lợi nhuận ở A ($Q_A; P_A$)



Hình 7.7. Mức sản lượng Nhà nước điều tiết

Xử lý ngoại ứng

Khi ngoại ứng xuất hiện, sản lượng thị trường thường lớn hơn hay nhỏ hơn mức sản lượng hiệu quả và điều đó gây ra tổn thất hiệu quả. Can thiệp của nhà nước trong trường hợp này không phải nhằm xóa bỏ hoàn toàn hiện tượng gây ra ngoại ứng mà là làm thế nào để quyết định của các bên có liên quan vẫn đem lại hiệu quả đứng trên quan điểm xã hội. Nói cách khác, chính sách xử lý ngoại ứng của nhà nước chỉ có hiệu quả khi nó được thiết kế sao cho các chi phí hay lợi ích xã hội vốn bị bỏ qua do sự xuất hiện của ngoại ứng lại được mọi người tính đến khi ra quyết định.

Cung cấp thông tin: Có hai hướng để nhà nước khắc phục sự thiếu hụt thông tin trên thị trường: 1) cung cấp thông tin bổ sung cho thị trường; 2) đưa ra những quy chế về cung cấp thông tin để điều tiết các giao dịch trên thị trường tư nhân.

Và các phương pháp điều tiết kinh tế vĩ mô khác.

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 7

I. Câu hỏi tự luận

Câu 1. Phân tích những hạn chế của nền kinh tế thị trường? Lấy ví dụ thực tế chứng minh.

Câu 2. Trong trường hợp thông tin không hoàn hảo, Chính phủ cần can thiệp như thế nào? Giải thích.

Câu 3. Vì sao để điều tiết độc quyền tự nhiên, Chính phủ thường đặt giá trần bằng chi phí bình quân?

Câu 4. Để hạn chế những khuyết tật của nền kinh tế thị trường, Chính phủ cần có những vai trò gì? Phân tích và lấy ví dụ minh họa.

II. Nhận định đúng hay sai và giải thích

Câu 1. Khi không có sự can thiệp của chính phủ, thị trường luôn tạo ra sự phân bổ có hiệu quả.

Câu 2. Thị trường luôn luôn cung ứng quá nhiều hàng hóa có tác động ngoại ứng tích cực.

Câu 3. Hàng hóa công cộng phải do Chính phủ sản xuất ra.

Câu 4. Nếu một hàng hóa có ngoại ứng tích cực thì Chính phủ nên đánh thuế vào hàng hóa đó.

Câu 5. Hàng hóa công cộng luôn có ngoại ứng tích cực.

Câu 6. Trong nền kinh tế thị trường, thông tin thị trường luôn được kiểm soát tốt.

III. Lựa chọn câu trả lời đúng nhất

Câu 1. Tiêm chủng đối với bệnh lây lan tạo ra:

- a) Ngoại ứng tiêu cực.
- b) Ngoại ứng tích cực.
- c) Không tạo ra ngoại ứng.
- d) Chi phí ngoại ứng cho các cá nhân không tiêm chủng.

Câu 2. Vai trò của Nhà nước trong nền kinh tế gồm:

- a) Tạo ra môi trường pháp luật cho các mối quan hệ kinh tế.
- b) Xác định mức giá và mức tiền lương.
- c) Can thiệp khi thị trường không tạo ra các kết quả hiệu quả.
- d) Câu a và câu c.
- e) Không có câu nào đúng.

Câu 3. Để điều tiết độc quyền tự nhiên, chính phủ thường đặt giá bằng:

- a) Doanh thu cận biên.
- b) Chi phí cận biên.
- c) Chi phí bình quân.
- d) Chi phí biến đổi bình quân.
- e) Chi phí cố định bình quân.

Câu 4. Trên thị trường sẽ thừa hàng khi:

- a) Thông tin chính xác gây bất lợi cho sản phẩm
- b) Thông tin chính xác gây ảnh hưởng tốt đến sản phẩm
- c) Không liên quan đến các thông tin
- d) Do giá cả của hàng hoá đó giảm

Câu 5. Trên thị trường sẽ thiếu hàng khi:

- a) Thông tin chính xác gây bất lợi cho sản phẩm

- b) Thông tin chính xác gây ảnh hưởng tốt đến sản phẩm
- c) Không liên quan đến các thông tin
- d) Chính phủ hỗ trợ về giá là cho giá sản phẩm tăng lên.

Câu 6. Công cụ chủ yếu của chính phủ tác động đến nền kinh tế:

- a) Hệ thống kinh tế nhà nước
- b) Các công cụ tài chính tiền tệ
- c) Cả a. b đúng
- d) cả a, b sai

Câu 7. Các phương pháp điều tiết của chính phủ:

- a) Điều tiết giá cả trong thị trường độc quyền
- b) Khi nền kinh tế đang bị lạm phát thì phát hành thêm tiền vào lưu thông
- c) a, b đúng
- d) a, b sai

Câu 8. Những phương thức đổi mới trong doanh nghiệp nhà nước Việt nam là:

- a) Đổi mới cơ cấu hệ thống các doanh nghiệp nhà nước
- b) Đổi mới chế độ sở hữu
- c) Đổi mới cơ chế quản lý
- d) Tất cả đều đúng.

Câu 9. Những hạn chế của kinh tế thị trường

- a) Thông tin không hoàn hảo
- b) Sức mạnh của độc quyền và sức mạnh của thị trường cạnh tranh hoàn hảo
- c) Các nhân tố ngoại ứng

d) Tất cả đều đúng

Câu 10. Để giảm chất thải gây ô nhiễm chính phủ có thể

- a) Đánh thuế việc giảm bớt ô nhiễm
- b) Trợ cấp cho việc giảm ô nhiễm
- c) Xác định lại quyền tài sản cho những người gây ô nhiễm
- d) Tịch thu những thiết bị sản xuất gây ô nhiễm của của hàng

Câu 11. Các đợt tiêm phòng để chống lại các bệnh lây lan tạo ra

- a) Cung cấp hàng hóa công cộng
- b) Ngoại ứng tích cực
- c) Thất bại thị trường
- d) Ngoại ứng tiêu cực

Câu 12. Nếu chính phủ muốn giá lúa giảm chính phủ có thể làm điều nào dưới đây:

- a) Giảm diện tích trồng lúa
- b) Tăng thuế từ phân bón
- c) Giảm thuế từ phân bón
- d) Mua lúa của nông dân cho quỹ dự trữ lúa gạo quốc gia

Câu 13. Chính phủ có thể khắc phục mất cân bằng trong phân phối thu nhập thông qua

- a) Đánh thuế thu nhập
- b) Quy định mức lương như nhau cho tất cả mọi người dân
- c) Tịch thu tài sản
- d) Thay đổi luật thừa kế

Câu 14. Chính phủ giải quyết vấn đề ngoại ứng bằng cách

- a) Tổ chức một cuộc cấm vận sản phẩm có giới hạn
- b) Thực hiện bồi thường tổn thất
- c) Đánh thuế vào ngoại ứng tiêu cực và trợ cấp cho ngoại ứng tích cực
- d) Đánh thuế vào ngoại ứng tích cực và trợ cấp cho ngoại ứng tiêu cực

Câu 15. Mục đích của việc sử dụng thuế bảo vệ môi trường là:

- a) Nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường của mọi tầng lớp nhân dân

b) Hạn chế sản xuất sản phẩm gây ô nhiễm môi trường

c) Hạn chế sử dụng sản phẩm gây ô nhiễm môi trường

d) Cả 3 ý trên đều đúng

Câu 16. Thuế bảo vệ môi trường thu trên đơn vị sản phẩm X bán ra thị trường sẽ làm giá sản phẩm X:

a) Giá bán sản phẩm tăng

b) Giá bán sản phẩm giảm

c) Giá bán sản phẩm không thay đổi

d) Tất cả đều sai

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Giáo dục và Đào tạo (2011), *Giáo trình Kinh tế học vi mô*, NXB Giáo dục.
- [2] Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh (2005), *Kinh tế học vi mô*, NXB Thống kê.
- [3] Vũ Kim Dũng (2009), *Hướng dẫn thực hành Kinh tế học vi mô*, NXB Giáo dục.
- [4] Cao Thúy Xiêm (2008), *Kinh tế học vi mô phần 1 và 2*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [5] Lê Thế Giới (2009), *Kinh tế vi mô*, NXB Tài chính.
- [6] Vũ Kim Dũng (2007), *Giáo trình Nguyên lý Kinh tế học vi mô*, NXB Lao động – Xã hội.
- [7] Phạm Thế Công và Ninh Thị Hoàng Lan (2011), *Bài tập và hướng dẫn phương pháp giải Kinh tế học vi mô 1*, NXB Thống kê
- [8] Nguyễn Như Ý (2005), *Câu hỏi – Bài tập – Trắc nghiệm Kinh tế vi mô*, NXB Thống kê.
- [9] Robert S. Pindyck and Daniel L. Rubinfeld (2000), *Kinh tế học vi mô*, NXB Khoa học và Kỹ Thuật.