

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ**  
**KHOA KINH TẾ & PHÁT TRIỂN**  
**BỘ MÔN KINH TẾ HỌC**



**Bài giảng**  
**KINH TẾ VI MÔ I**

**Giảng viên: Ths. Dư Anh Thơ**

**Huế, tháng 5 năm 2023**

## MỤC LỤC

Chương I. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ KINH TẾ HỌC .....	1
I. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ KINH TẾ HỌC .....	1
1. Kinh tế học và nền kinh tế .....	1
CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN.....	19
Chương II. LÝ THUYẾT CUNG CẦU.....	20
I. CẦU (DEMAND) .....	20
1. Khái niệm.....	20
6. Hàm cầu .....	31
II. CUNG (SUPPLY).....	31
1. Khái niệm.....	31
2. Tác động của giá tới lượng cung .....	31
3. Tác động của các yếu tố khác tới cung.....	32
4. Hàm cung .....	33
III. CÂN BẰNG CUNG CẦU .....	34
1. Trạng thái cân bằng.....	34
2. Sự điều chỉnh của thị trường.....	35
3. Thay đổi trạng thái cân bằng .....	36
4. Sự can thiệp của Chính phủ vào thị trường .....	38
CÂU HỎI ÔN TẬP.....	43
BÀI TẬP .....	44
CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN.....	48
Chương III. ĐỘ CO GIÃN .....	49
I. ĐỘ CO GIÃN CỦA CẦU.....	49
1. Co giãn của cầu theo giá cả hàng hóa.....	49
2. Co giãn của cầu theo thu nhập.....	54
3. Co giãn chéo của cầu theo giá hàng hóa liên quan.....	55
II. ĐỘ CO GIÃN CỦA CUNG THEO GIÁ.....	55
1. Khả năng thay thế của các yếu tố sản xuất .....	56
2. Khoảng thời gian cho quyết định cung cấp .....	56
BÀI TẬP .....	59
CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN.....	61
Chương IV. LÝ THUYẾT LỢI ÍCH .....	62

I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ TIÊU DÙNG.....	62
1. Tiêu dùng .....	62
2. Hộ gia đình ( <i>Household</i> ) .....	62
3. Mục tiêu của người tiêu dùng .....	62
4. Ràng buộc ngân sách ( <i>Budget Constraint</i> ).....	62
5. Lý thuyết tiêu dùng ( <i>Consumer theory</i> ) .....	63
II. LÝ THUYẾT LỢI ÍCH.....	63
1. Các giả thiết .....	63
2. Lợi ích, tổng lợi ích và lợi ích cận biên .....	64
3. Quy luật lợi ích cận biên giảm dần ( <i>Principle of diminishing marginal utility</i> ).....	64
4. Lợi ích cận biên và đường cầu.....	66
5. Thặng dư tiêu dùng ( <i>CS - Consumer Surplus</i> ) .....	66
III. LỰA CHỌN SẢN PHẨM VÀ TIÊU DÙNG TỐI ƯU.....	67
1. Cân bằng của người tiêu dùng ( <i>Consumer Equilibrium</i> ).....	67
2. Tối đa hóa lợi ích của người tiêu dùng.....	69
BÀI TẬP .....	72
CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN.....	74
Chương V. LÝ THUYẾT SẢN XUẤT - CHI PHÍ - LỢI NHUẬN.....	75
I. LÝ THUYẾT SẢN XUẤT.....	75
1. Các khái niệm .....	75
2. Sản xuất trong ngắn hạn .....	76
II. LÝ THUYẾT CHI PHÍ .....	80
1. Khái niệm chi phí.....	80
2. Chi phí ngắn hạn.....	81
III. LÝ THUYẾT LỢI NHUẬN .....	84
1. Khái niệm và công thức tính.....	84
2. Lợi nhuận kinh tế và lợi nhuận kế toán .....	84
BÀI TẬP .....	87
CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN.....	88
Chương VI. CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG .....	89
I. THỊ TRƯỜNG.....	89
1. Khái niệm.....	89

2. Phân loại .....	89
II. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH HOÀN HẢO.....	90
1. Đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo .....	90
2. Đặc điểm của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo .....	90
3. Sản lượng của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo .....	90
4. Đường cung của một doanh nghiệp và của thị trường cạnh tranh hoàn hảo.....	93
5. Thặng dư sản xuất.....	93
6. Ưu điểm và nhược điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo .....	94
III. THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN .....	95
1. Đặc điểm của thị trường độc quyền (chỉ nghiên cứu trường hợp độc quyền bán).....	95
2. Các nhân dẫn đến độc quyền .....	95
3. Đặc điểm của doanh nghiệp độc quyền.....	95
4. Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền .....	96
5. Phân biệt giá trong độc quyền .....	98
IV. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN.....	100
1. Đặc điểm của thị trường .....	100
2. Giá và sản lượng trong cạnh tranh độc quyền .....	100
3. So sánh cạnh tranh độc quyền với cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền .....	102
V. THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN TẬP ĐOÀN .....	102
1. Đặc điểm.....	102
2. Đường cầu gãy khúc trong độc quyền tập đoàn .....	102
3. Giá cả kèm linh hoạt và doanh thu cận biên.....	103
4. Giá cả của ngành - mục tiêu của độc quyền tập đoàn .....	103
BÀI TẬP .....	107
CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN.....	112
Chương VIII. THẤT BẠI CỦA THỊ TRƯỜNG.....	134
I. HOẠT ĐỘNG CỦA THỊ TRƯỜNG .....	134
II. CÁC THẤT BẠI CỦA THỊ TRƯỜNG.....	135
1. Ảnh hưởng ngoại ứng .....	135
2. Hàng hóa công cộng .....	137
3. Cạnh tranh không hoàn hảo .....	137

4. Phân phối thu nhập không công bằng.....	138
CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN.....	140
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	141

Tr  
ng  
i h C Kinh t Hu

# Chương I. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ KINH TẾ HỌC

## Mục tiêu của chương:

Chương 1 giới thiệu những vấn đề chung của kinh tế học với tư cách là một môn khoa học. Những vấn đề kinh tế cơ bản mà bất kì một Chính phủ, doanh nghiệp hay cá nhân nào đều giải quyết. Sau khi nghiên cứu chương này, người học có thể:

- Xác định những vấn đề cơ bản của mọi tổ chức kinh tế và cách thức giải quyết của

nền kinh tế.

- Giải thích được Kinh tế học là gì, phân biệt phạm vi phân tích kinh tế học vĩ mô và

kinh tế học vi mô.

- Phân tích chi phí cơ hội, vận dụng đường giới hạn năng lực sản xuất, các qui luật chi phí cơ hội tăng dần, vấn đề hiệu quả kinh tế đến sự lựa chọn kinh tế tối ưu của doanh nghiệp.

## I. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ KINH TẾ HỌC

### 1. Kinh tế học và nền kinh tế

Mục đích trực tiếp của các hoạt động kinh tế là thỏa mãn nhu cầu của con người về hàng hóa và dịch vụ. Vấn đề cần quan tâm là trong khi nhu cầu của con người về hàng hóa dịch vụ là vô hạn thì các nguồn lực hiện có để sản xuất ra chúng lại bị giới hạn. Nghĩa là các nguồn lực *khan hiếm* tương đối so với nhu cầu mà chúng cần thỏa mãn. Kinh tế học sẽ giúp chúng ta hiểu về cách giải quyết vấn đề khan hiếm này trong các cơ chế kinh tế khác nhau.

Các nhà kinh tế đã đưa ra nhiều định nghĩa khác nhau về kinh tế học, chúng ta có thể thống nhất với nhau một định nghĩa chung như sau: *Kinh tế học là một môn khoa học nghiên cứu cách xã hội sử dụng các nguồn lực khan hiếm để sản xuất ra các hàng hóa có giá trị và phân phối chúng cho các đối tượng khác nhau.*

Nghiên cứu kinh tế học giúp cho con người hiểu về cách thức vận hành của nền kinh tế nói chung và cách thức ứng xử của từng thành viên tham gia vào nền kinh tế nói riêng.

Nền kinh tế là một cơ chế phân bổ các nguồn lực khan hiếm cho các mục đích sử dụng khác nhau, nhằm giải quyết ba vấn đề kinh tế cơ bản của doanh nghiệp: *Sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào? và sản xuất cho ai?*

### 1.1. Ba vấn đề kinh tế cơ bản

Kinh tế học là một môn khoa học nghiên cứu giải quyết 3 vấn đề kinh tế cơ bản:

### **a. Sản xuất cái gì?**

Đây là câu hỏi của cầu, liên quan trực tiếp đến người tiêu dùng.

Căn cứ vào nhu cầu thị trường, xã hội và sự khan hiếm về nguồn lực của mình mà các tác nhân trong nền kinh tế lựa chọn và ra quyết định nên sản xuất kinh doanh hàng hóa và dịch vụ nào với số lượng bao nhiêu, chất lượng và mẫu mã như thế nào?

Như vậy, để lựa chọn và ra quyết định sản xuất cái gì? Người sản xuất phải căn cứ vào nhu cầu của thị trường. Điều này có nghĩa là: thị trường, xã hội cần cái gì thì các tác nhân trong nền kinh tế sẽ sản xuất những hàng hóa, dịch vụ đó để đáp ứng hay nói cách khác, chỉ sản xuất cái thị trường cần chứ không phải sản xuất cái mình có.

Có rất nhiều thay đổi trong tiêu dùng của mọi người trong thời gian qua. Nền kinh tế dường như có xu hướng tạo ra nhiều sản phẩm mới: điện thoại, tivi, máy bay...

Ngoài ra, một câu hỏi khác nữa được đặt ra là chúng ta nên sản xuất bao nhiêu?

Nếu chúng ta sản xuất thêm một loại hàng hóa này, nghĩa là chúng ta phải giảm đi hàng hóa khác. Ở nhiều nước, câu hỏi sản xuất cái gì với số lượng bao nhiêu thường được trả lời bởi sự tương tác giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng với sự quản lý của chính phủ.

### **b. Sản xuất hàng hóa như thế nào?**

Đây là câu hỏi của cung, liên quan trực tiếp đến người sản xuất.

Để sản xuất một loại hàng hóa dịch vụ sẽ có rất nhiều cách khác nhau, người sản xuất phải nghiên cứu và giải quyết đồng thời các vấn đề: sử dụng công nghệ kỹ thuật nào là phù hợp, kết hợp tối ưu các yếu tố đầu vào, quyết định sản lượng đầu ra ... nhằm tiết kiệm chi phí và tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp.

Ví dụ như có thể dệt vải thủ công hoặc có thể sử dụng máy móc và công nghệ hiện đại để cắt giảm chi phí sản xuất và tạo ra nhiều sản phẩm hơn. Nếu dệt vải bằng phương pháp thủ công sẽ không tốn nhiều chi phí máy móc thiết bị nhưng lại sử dụng nhiều công lao động. Mặc khác nếu dệt vải bằng máy móc thiết bị hiện đại sẽ giảm thiểu được nhiều công lao động tuy nhiên máy móc hiện đại hơn thì đắt hơn rất nhiều. Lựa chọn cách thức sản xuất từng loại sản phẩm một cách hiệu quả nhất là câu hỏi đặt ra cho các quốc gia trên thế giới.

Các doanh nghiệp muốn đứng vững và cạnh tranh với các doanh nghiệp trong và ngoài nước phải đi tắt, đón đầu trong việc đổi mới kỹ thuật và công nghệ, nâng cao

trình độ quản lý và lao động, tăng hàm lượng chất xám trong sản phẩm. Chất lượng sản phẩm là vấn đề sống còn trong cạnh tranh và chiếm lĩnh thị trường.

### **c. Sản xuất cho ai?**

Quyết định sản xuất cho ai đòi hỏi phải xác định rõ ai sẽ là người được hưởng lợi từ những hàng hóa dịch vụ do doanh nghiệp, Chính phủ ... tạo ra.

Nội dung của vấn đề kinh tế cơ bản này là những hàng hóa dịch vụ sản xuất sẽ được phân phối cho ai để có thể kích thích hành vi tiêu dùng, từ đó góp phần phát triển kinh tế đồng thời đảm bảo công bằng xã hội.

Những người có thu nhập cao hơn thường tiêu dùng nhiều hàng hóa hơn những người có thu nhập thấp. Một vấn đề đặt ra là tại sao mọi người lại có thu nhập và tiền lương không giống nhau. Cái gì quyết định đến thu nhập và tiền lương đó?

Thật khó để có thể trả lời một cách thỏa đáng câu hỏi đó. Thu nhập được quyết định chủ yếu bởi quan hệ cung cầu giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng, chính phủ đóng vai trò quan trọng thông qua các chính sách thuế, trợ cấp ... và chương trình phân phối lại thu nhập.

Để hiểu rõ được cơ chế hoạt động của nền kinh tế như thế nào, chúng ta sẽ xem xét mô hình nền kinh tế.

### **1.2. Hệ thống kinh tế**

Để hiểu được cơ chế hoạt động của nền kinh tế chúng ta sẽ trừu tượng hóa thực tế và xây dựng một mô hình đơn giản hóa về nền kinh tế.

Nền kinh tế bao gồm các bộ phận hợp thành (hộ gia đình, doanh nghiệp, chính phủ) và sự tương tác giữa chúng với nhau. Trong mô hình kinh tế này, các thành viên tương tác với nhau trên cả thị trường sản phẩm và thị trường các yếu tố sản xuất.

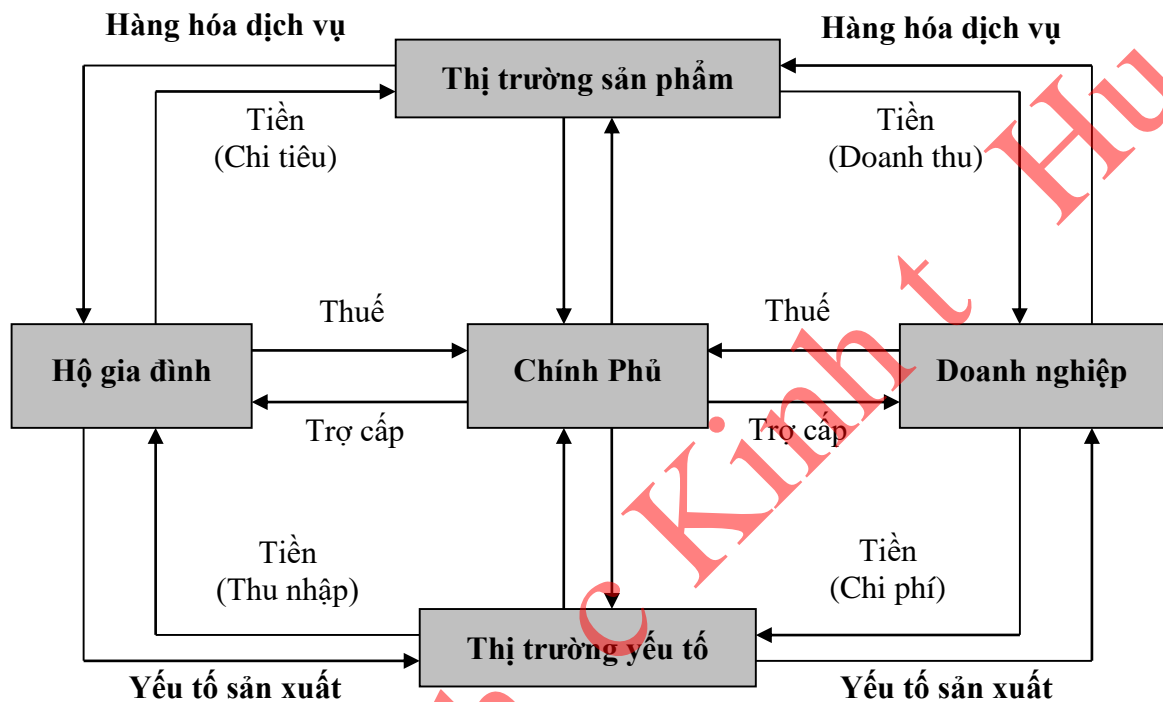
Thị trường các yếu tố sản xuất: là thị trường trong đó các yếu tố sản xuất như lao động, vốn, đất đai ... được mua bán và trao đổi.

Thị trường sản phẩm: là thị trường trong đó hàng hóa và dịch vụ được mua bán và trao đổi.

Đối với hộ gia đình tham gia vào thị trường sản phẩm, họ sử dụng thu nhập của mình để mua hàng hóa dịch vụ của các doanh nghiệp. Tham gia vào thị trường yếu tố sản xuất, các hộ gia đình cung cấp các nguồn lực như lao động, đất đai và vốn để đổi lấy thu nhập mà các doanh nghiệp chi trả cho họ. Đối với doanh nghiệp tham gia vào hai thị trường đó nhằm mục đích mua các yếu tố sản xuất cần thiết để tạo ra hàng hóa dịch vụ mà người tiêu dùng mong muốn. Còn chính phủ tham gia vào thị trường này để cung cấp các loại hàng hóa công cộng mà thị trường không sản xuất một cách có hiệu quả, điều tiết thu nhập thông qua thuế, trợ cấp, ...



Mỗi thành viên tham gia vào nền kinh tế đều có những mục tiêu và hạn chế riêng. Hộ gia đình mong muốn tối đa hóa lợi ích thông qua thu nhập của mình, doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận dựa trên ràng buộc về nguồn lực hiện có và chính phủ tối đa hóa phúc lợi xã hội dựa trên nguồn ngân sách mình có.



**Hình 1.1. Mô hình nền kinh tế**

Cơ chế phối hợp là cơ chế phối hợp sự lựa chọn của các thành viên kinh tế với nhau. Các loại cơ chế cơ bản là:

- Cơ chế mệnh lệnh
- Cơ chế thị trường
- Cơ chế hỗn hợp

Trong cơ chế mệnh lệnh (cơ chế kế hoạch hóa tập trung) ba vấn đề kinh tế cơ bản do chính phủ quyết định. Trong cơ chế thị trường, các vấn đề kinh tế cơ bản do cung cầu trên thị trường xác định. Còn trong cơ chế hỗn hợp, cả chính phủ và thị trường đều tham gia giải quyết các vấn đề này.

Hiện nay, hầu hết các nước đều áp dụng cơ chế hỗn hợp để giải quyết các vấn đề kinh tế cơ bản. Tuy nhiên, mức độ áp dụng cơ chế này khác nhau ở các nước.

### 1.3. Các mô hình kinh tế

Một câu hỏi đặt ra đối với các nhà kinh tế học đó là tại sao một số nước có điều kiện tương đối tương đồng nhau nhưng có nước lại có nền kinh tế phát triển, có nước lại

có nền kinh tế đang phát triển và lại có nước có nền kinh tế kém phát triển. Khi nghiên cứu vấn đề này, các nhà kinh tế học cho rằng: nước nào lựa chọn mô hình kinh tế phù hợp với từng thời kỳ thì nước đó phát triển và ngược lại.

### **1.3.1. Mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung (cơ chế chỉ huy, mệnh lệnh)**

Trong nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung (cơ chế chỉ huy, mệnh lệnh), Chính phủ là người quyết định hầu hết tất cả các vấn đề kinh tế cơ bản (sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai). Đây là mô hình kinh tế được sử dụng rộng rãi ở các nước xã hội chủ nghĩa trước những năm 90 của thế kỷ XX.

*Ưu điểm:* Tập trung được tất cả các nguồn lực kinh tế trong tay Chính phủ từ đó Chính phủ có đủ nguồn lực thực hiện các hoạt động trong các lĩnh vực trọng tâm (xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển ngành công nghiệp nặng, củng cố an ninh quốc phòng, hạn chế phân hóa giàu nghèo và đảm bảo công bằng xã hội).

*Nhược điểm:*

- Bộ máy quản lý cồng kềnh, quan liêu, bao cấp.
- Nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung bao gồm các hình thức kinh tế quốc doanh, hợp tác xã, ... mà không có các thành phần kinh tế tư nhân.
- Kìm hãm sự phát triển của nền kinh tế, người dân không có động lực để tham gia lao động sản xuất: người lao động được chấm công hằng ngày, lợi nhuận thu được từ hoạt động sản xuất thuộc về chính phủ.
- Khai thác và sử dụng nguồn lực khan hiếm kém hiệu quả.
- Kế hoạch sản xuất không sát với thực tế. Nền kinh tế hoạt động theo nguyên tắc: bán những cái mình có.
- Nền kinh tế của các nước hoạt động theo mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung thường kém phát triển và nếu các nước không lựa chọn các mô hình kinh tế khác phù hợp với từng thời kỳ thì thậm chí các nước đó sẽ tụt hậu về mặt kinh tế.

### **1.3.2. Mô hình kinh tế thị trường**

Ở một thái cực khác, nền kinh tế phụ thuộc chủ yếu vào sự trao đổi tự do giữa người sản xuất và người tiêu dùng (quan hệ cung – cầu) để trả lời ba vấn đề cơ bản của nền kinh tế là sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai. Người ta gọi đây là nền kinh tế thị trường.

*Ưu điểm:*

- Khắc phục được những nhược điểm của nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung.
- Tạo điều kiện thuận lợi cho thành phần kinh tế tư nhân phát triển.

- Khuyến khích các nhà sản xuất đổi mới công nghệ kỹ thuật, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.
- Hàng hóa dịch vụ phong phú và đa dạng về mẫu mã, thường xuyên được cải tiến nhằm đáp ứng một cách nhanh chóng và kịp thời nhu cầu của người tiêu dùng.
- Khai thác và sử dụng các nguồn lực một cách hiệu quả, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

*Nhược điểm:*

- Người sản xuất xem lợi nhuận và lợi ích kinh tế là trên hết nên trong quá trình sản xuất dễ gây ra hiện tượng ô nhiễm môi trường, tài nguyên thiên nhiên bị khai thác cạn kiệt.
- Chất lượng sản phẩm không được đảm bảo do không có sự kiểm tra, giám sát của các cơ quan chức năng.
- Khủng hoảng kinh tế, lạm phát và tỷ lệ thất nghiệp không được kiểm soát.
- Phân hóa giàu nghèo trong xã hội ngày một nghiêm trọng.
- Bất bình đẳng xã hội.
- Hàng hóa công cộng không được cung cấp đầy đủ.

### **1.3.3. Mô hình kinh tế hỗn hợp**

Mô hình kinh tế hỗn hợp là mô hình kết hợp hài hòa giữa mô hình kế hoạch hóa tập trung và mô hình kinh tế thị trường.

Mô hình này phát huy được những nhân tố khách quan (quy luật kinh tế thị trường) lại coi trọng các nhân tố chủ quan (vai trò của Chính phủ), nghĩa là các quyết định đưa ra không chỉ từ một phía Chính phủ mà còn từ phía thị trường. Do đó, mô hình này khai thác được những ưu điểm và khắc phục những nhược điểm của hai mô hình trên.

Hiện nay, mô hình kinh tế thị trường được xem là mô hình hiệu quả nhất và được áp dụng rộng rãi ở nhiều nước trên thế giới. Tuy nhiên, tùy vào điều kiện mỗi nước để vận dụng vai trò của Chính phủ và thị trường cho phù hợp. Nếu Chính phủ quá áp đặt ý muốn chủ quan của mình sẽ bóp méo quy luật thị trường, hạn chế tự do cạnh tranh, làm cho nền kinh tế đi chệch quỹ đạo phát triển. Ngược lại, nếu Chính phủ buông lỏng quản lý sẽ tạo cơ hội cho sự nảy sinh và phát triển các điểm yếu của nền kinh tế thị trường.

## **2. Thị trường và Chính phủ trong nền kinh tế hỗn hợp**

### **2.1. Thị trường**

Theo quan điểm kinh tế, thị trường được hiểu là tập hợp những người mua và người bán để trao đổi các hàng hóa hoặc dịch vụ. Ở đây, thị trường không nhất thiết phải là nơi diễn ra các hoạt động trao đổi như các chợ truyền thống, các nhà kinh tế hiểu thị trường theo nghĩa rộng hơn. Tất cả các hàng hóa không phải được bán trực tiếp từ người sản xuất đến tay người tiêu dùng mà có thể thông qua các nhà phân phối, đại lý rồi mới đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Tất cả các hoạt động mua bán đó bao hàm quan điểm thị trường.

## **2.2. Vai trò của chính phủ**

Thị trường trả lời các vấn đề kinh tế một cách có hiệu quả. Tuy nhiên, trong một số lĩnh vực xuất hiện nhiều nhược điểm như gây ô nhiễm môi trường, bất công bằng ... Mỗi khi thị trường vận hành không tốt thì cần có sự tham gia của chính phủ.

Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế ngày nay. Chính phủ ban hành các đạo luật cho doanh nghiệp và cá nhân. Nó buộc các doanh nghiệp phải quan tâm đến môi trường, không làm tổn hại đến lợi ích người tiêu dùng, ...

Chính phủ cung cấp một số sản phẩm công cộng mà các doanh nghiệp tư nhân không thể sản xuất được như quốc phòng an ninh, giáo dục đào tạo, y tế, xây dựng đường xá, cầu cống...

Chính phủ đóng vai trò là người điều tiết nền kinh tế thị trường thông qua các biện pháp, chính sách đối với người sản xuất và người tiêu dùng như thuế, trợ cấp, giá trần, giá sàn ... để bảo vệ quyền lợi của người sản xuất cũng như người tiêu dùng, đồng thời đạt mục tiêu phát triển kinh tế và đảm bảo công bằng xã hội.

## **3. Kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô**

Căn cứ vào phạm vi nghiên cứu, kinh tế học được chia thành kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô.

### **3.1. Kinh tế học vi mô**

Kinh tế học vi mô nghiên cứu một cách chi tiết hành vi của các thành viên kinh tế: Mục tiêu, giới hạn và cách thức ra quyết định của những chủ thể kinh tế để đạt được những mục tiêu đó.

Kinh tế học vi mô nghiên cứu các vấn đề kinh tế cơ bản của các tế bào trong nền kinh tế, tức là nghiên cứu hành vi và hoạt động từng cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp và Chính phủ. Cụ thể hơn, kinh tế học vi mô nghiên cứu về cung, cầu, cách thức người sản xuất lựa chọn các yếu tố đầu vào để sản xuất ra sản phẩm với chi phí thấp nhất hoặc lựa chọn mức sản lượng đầu ra để tối đa hóa lợi nhuận. Kinh tế học vi mô nghiên cứu cách thức người tiêu dùng đưa ra quyết định tối ưu khi tiêu dùng các hàng hóa, dịch vụ với một giới hạn ngân sách nhất định. Đồng thời, kinh tế học vi mô cũng

nghiên cứu sự tác động qua lại giữa người sản xuất và người tiêu dùng (cung – cầu) để xác định mức giá và sản lượng cân bằng trên thị trường.

### **3.2. Kinh tế học vĩ mô**

Kinh tế học vĩ mô xem xét các hành vi của tổng thể nền kinh tế. Các vấn đề mà kinh tế vĩ mô nghiên cứu là: tăng trưởng tổng thu nhập quốc nội (GDP), quan hệ giữa lạm phát và thất nghiệp, nghiên cứu tác động của các chính sách kinh tế nhằm ổn định và phát triển kinh tế, đảm bảo an sinh xã hội.

Nói một cách tổng quát, kinh tế học vĩ mô nghiên cứu việc giải quyết ba vấn đề kinh tế cơ bản nêu trên ở cấp độ tổng thể một nền kinh tế, một ngành kinh tế hay một quốc gia, trong khi đó kinh tế học vi mô nghiên cứu việc giải quyết ba vấn đề này ở cấp độ một doanh nghiệp, một cá nhân riêng lẻ hay chính phủ.

### **3.3. Mối quan hệ giữa kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô**

Kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô đều là những nội dung quan trọng của kinh tế học, chúng không thể tách biệt mà phải bổ sung cho nhau để tạo nên một hệ thống kiến thức của nền kinh tế thị trường có sự điều tiết và quản lý của Nhà nước.

Ranh giới giữa kinh tế học vi mô và kinh tế vĩ mô không thực sự rõ nét vì để hiểu rõ các hoạt động kinh tế ở phạm vi tổng thể ta cần phải nắm vững thái độ của các doanh nghiệp, người tiêu dùng. Điều này cho thấy kết quả của hoạt động kinh tế vĩ mô phụ thuộc vào hành vi kinh tế vi mô như hoạt động của các doanh nghiệp, người tiêu dùng. Ngược lại, hành vi của doanh nghiệp, người tiêu dùng bị chi phối bởi các chính sách kinh tế vĩ mô. Do vậy, chúng ta cần nắm vững cả hai ngành trong mối liên hệ tương tác với nhau để có thể nghiên cứu một cách thấu đáo các hiện tượng kinh tế.

## **4. Kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc**

### **4.1. Kinh tế học thực chứng**

Kinh tế học thực chứng nghiên cứu những vấn đề thực chứng liên quan đến những lý giải khoa học, các vấn đề mang tính nhân quả. Kinh tế học thực chứng xem thế giới hiện thực là chủ thể cần nghiên cứu và cố gắng giải thích các hiện tượng kinh tế xảy ra trong thực tế. Chẳng hạn, lý thuyết kinh tế học thực chứng sẽ giải thích tại sao nguồn tài nguyên được phân bổ như vậy cho các bộ phận của nền kinh tế hay khi giá thịt lợn tăng lên thì nhu cầu về thịt lợn của các hộ gia đình giảm xuống.

Kinh tế học thực chứng thường trả lời các câu hỏi:

- Đó là gì?
- Nó như thế nào?
- Tại sao lại như vậy?

### **4.2. Kinh tế học chuẩn tắc**

Kinh tế học chuẩn tắc là những đánh giá, nhận định mang tính chất chủ quan của các cá nhân. Kinh tế học chuẩn tắc đưa ra những nhận định, lập luận về những cái nên thực hiện.

Trong các phân tích chuẩn tắc các nhà kinh tế sẽ nghiên cứu như “nếu chính phủ muốn hạn chế nhập khẩu dầu lửa một cách ít tốn kém nhất đối với chính phủ và người tiêu dùng thì dùng biện pháp đánh thuế nhập khẩu dầu tốt hơn biện pháp cấp hạn ngạch”.

Kinh tế học chuẩn tắc thường trả lời các câu hỏi:

- Cần làm gì?
- Nên làm gì?
- Phải làm gì?

Ví dụ, một nhà kinh tế tiến hành các nghiên cứu thực chứng sẽ phân tích lý do và cách thức mà ngành công nghiệp của quốc gia sử dụng các nguồn lực như vốn, lao động và đất đai. Nhà kinh tế học thực chứng có thể sẽ đo lường chi phí và lợi ích của việc phân bổ thêm nguồn tài nguyên. Tuy nhiên, khi các nhà kinh tế đưa ra lập luận là có nên phân bổ thêm nguồn tài nguyên hay không thì đó là phân tích chuẩn tắc.

## 5. Lý thuyết lựa chọn

Lựa chọn là cách thức mà các tác nhân trong nền kinh tế đưa ra quyết định tối ưu nhằm sử dụng các nguồn lực khan hiếm.

*Tại sao phải lựa chọn?*

Khi nghiên cứu vấn đề này, các nhà kinh tế đều cho rằng có hai lý do dẫn đến phải lựa chọn: nhu cầu của con người và xã hội là vô hạn trong khi nguồn lực thì có hạn, khan hiếm. Sự khan hiếm về nguồn lực làm cho hầu hết các nhu cầu của con người không được thỏa mãn. Chúng ta không thể sản xuất mọi thứ theo khối lượng mà chúng ta mong muốn, điều đó đòi hỏi chúng ta phải đưa ra sự lựa chọn. Chẳng hạn, một trang trại có diện tích đất đai nhất định, nếu đã trồng cây này thì không còn cơ hội để trồng cây khác. Tương tự, một doanh nghiệp chỉ có một lượng vốn nhất định, nếu doanh nghiệp quyết định đầu tư sản xuất sản phẩm này thì không có vốn để đầu tư sản xuất sản phẩm khác.

Trong số nguồn lực có hạn, chúng ta phải lựa chọn để sản xuất hàng hóa dịch vụ này thì sẽ mất cơ hội để sản xuất các hàng hóa, dịch vụ khác. Do đó cần phải lựa chọn thế nào để đạt tới mức tối ưu trong sự cho phép về nguồn lực.

*Tại sao sự lựa chọn có thể thực hiện được?*

Mặc dù nguồn lực khan hiếm nhưng chúng ta có thể tiến hành lựa chọn bởi vì một nguồn lực có thể được sử dụng để tạo ra nhiều loại sản phẩm hoặc tạo ra cùng một

loại sản phẩm những có thể kết hợp nhiều nguồn lực khác nhau. Ví dụ, người tiêu dùng có thể tiêu dùng nhiều loại hàng hóa khác nhau với một mức thu nhập nhất định, người nông dân có thể trồng nhiều loại cây khác nhau trên diện tích đất hay một doanh nghiệp có thể sử dụng nhiều công nghệ, máy móc khác nhau để sản xuất ra sản phẩm.

*Bản chất của sự lựa chọn?*

Bản chất của sự lựa chọn là căn cứ vào nhu cầu vô hạn của con người, của xã hội và của thị trường để đề ra các quyết định tối ưu về sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai trong giới hạn cho phép của nguồn lực hiện có.

*Mục tiêu của sự lựa chọn?*

Sự lựa chọn được thực hiện nhằm đạt được những mục tiêu của các thành phần kinh tế. Các thành phần kinh tế khác nhau có những mục tiêu khác nhau.

Đối với người tiêu dùng, mục tiêu của họ là tối đa hóa lợi ích – sự hài lòng, thoãn mãn do việc tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ mang lại.

Đối với doanh nghiệp cũng có nhiều mục tiêu, tuy nhiên mục tiêu quan trọng nhất chính là tối đa hóa lợi nhuận. Doanh nghiệp sẽ lựa chọn kết hợp đầu vào tối ưu với ngân sách nhất định để tối đa hóa lợi nhuận. Chính phủ cũng phải đưa ra sự lựa chọn của mình để đạt được mục tiêu tối đa hóa phúc lợi xã hội.

*Căn cứ của sự lựa chọn?*

Muốn lựa chọn đúng và đạt được mục tiêu của mình, các tác nhân trong nền kinh tế thường dựa vào căn cứ: chi phí cơ hội.

## **6. Chi phí cơ hội**

### **6.1. Khái niệm**

Chi phí cơ hội của một phương án được lựa chọn là giá trị tốt nhất của phương án bị bỏ qua khi thực hiện sự lựa chọn đó.

Như vậy, khái niệm chi phí cơ hội cho chúng ta thấy khi đưa ra bất kỳ quyết định kinh tế nào, các tác nhân trong nền kinh tế đều phải cân nhắc kỹ lưỡng giữa cái được và cái mất của sự lựa chọn để quyết định phương án lựa chọn tối ưu.

### **6.2. Cách xác định chi phí cơ hội**

Chi phí cơ hội của việc sản xuất hàng hóa này là số lượng hàng hóa kia phải từ bỏ. Ví dụ: Một doanh nghiệp sản xuất hai loại hàng hóa là quần áo và lương thực. Tập hợp tất cả các phương án có thể sản xuất được của doanh nghiệp trong điều kiện nguồn lực về vốn và lao động hạn chế được tổng hợp ở bảng 1.1.



**Bảng 1.1: Các khả năng sản xuất của doanh nghiệp**

Phương án	Quần áo	Lương thực
A	0	30
B	1	27
C	2	22
D	3	15
E	4	0

Chi phí cơ hội để sản xuất đơn vị quần áo thứ nhất là số đơn vị lương thực phải từ bỏ:

$$30 - 27 = 3 \text{ (đơn vị lương thực)}$$

Chi phí cơ hội của việc sản xuất thêm một đơn vị quần áo thứ 2,3,4 lần lượt là:

$$27 - 22 = 5 \text{ (đơn vị lương thực)}$$

$$22 - 15 = 7 \text{ (đơn vị lương thực)}$$

$$15 - 0 = 15 \text{ (đơn vị lương thực)}$$

Qua ví dụ này chúng ta có thể thấy rằng, chi phí cơ hội để sản xuất đơn vị quần áo thứ 1 là 3 đơn vị lương thực, tương tự chi phí cơ hội của đơn vị quần áo thứ 2,3,4 lần lượt là 5,7 và 15 đơn vị lương thực. Như vậy, chi phí cơ hội có xu hướng tăng dần.

### **6.3. Quy luật chi phí cơ hội tăng dần**

Quy luật này cho thấy rằng để thu thêm được một số lượng hàng hóa bằng nhau, xã hội phải hy sinh ngày càng nhiều hàng hóa khác. Quy luật này giúp cho chúng ta tính toán và lựa chọn nên sản xuất cái gì, bao nhiêu để có lợi nhất. Quy luật chi phí cơ hội tăng dần thường được minh họa thông qua đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF) có dạng cong.

## **7. Đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF)**

### **7.1. Khái niệm**

Đường giới hạn khả năng sản xuất là đường biểu diễn các tập hợp (các mức phối hợp) tối đa giữa các loại hàng hóa dịch vụ mà nền kinh tế hoặc doanh nghiệp có thể sản xuất ra khi sử dụng tối đa các nguồn lực hiện có.

Một ví dụ thường được các nhà kinh tế sử dụng để minh họa cho trường hợp này là giả sử nền kinh tế chỉ sản xuất hai loại hàng hóa là lương thực và quần áo. Tập hợp các khả năng sản xuất được trình bày ở bảng sau:



**Bảng 1.2. Các khả năng sản xuất của một nền kinh tế**

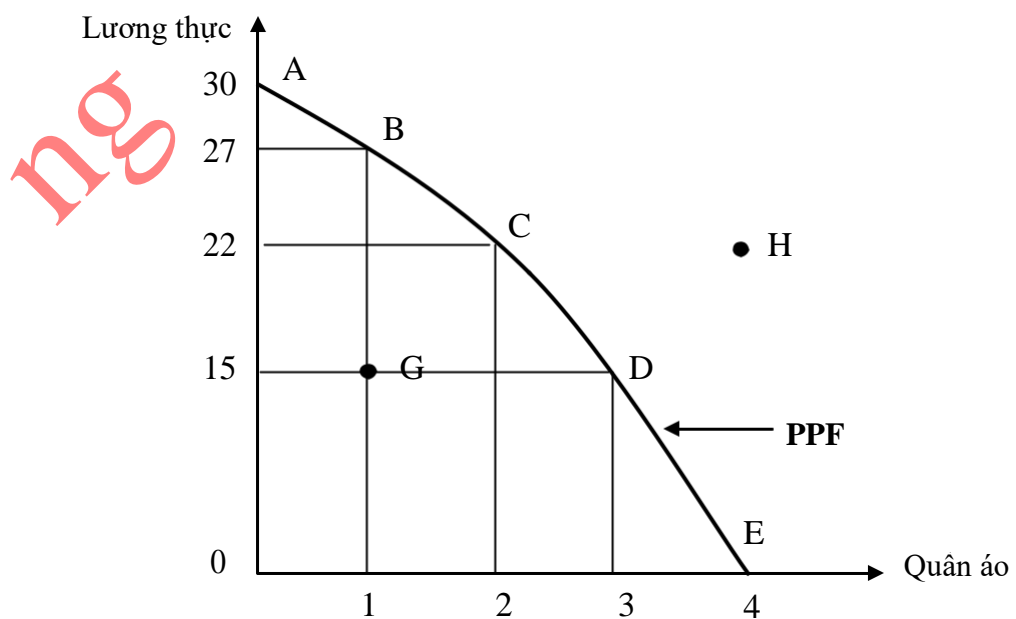
Phương án	Quần áo	Lương thực
A	0	30
B	1	27
C	2	22
D	3	15
E	4	0

Trong trường hợp lựa chọn các quyết định sản xuất, đường bao các tập hợp khả năng lựa chọn cho biết số lượng quần áo và lương thực tối đa có thể sản xuất ở mỗi phương án. Hình 1.1. mô tả đường bao đó gọi là đường giới hạn khả năng sản xuất.

Đường giới hạn khả năng sản xuất cho biết mối quan hệ đánh đổi giữa các hàng hóa dịch vụ với nhau, nếu sản xuất nhiều hàng hóa này thì phải giảm sản xuất hàng hóa kia (trong điều kiện nguồn lực bị giới hạn).

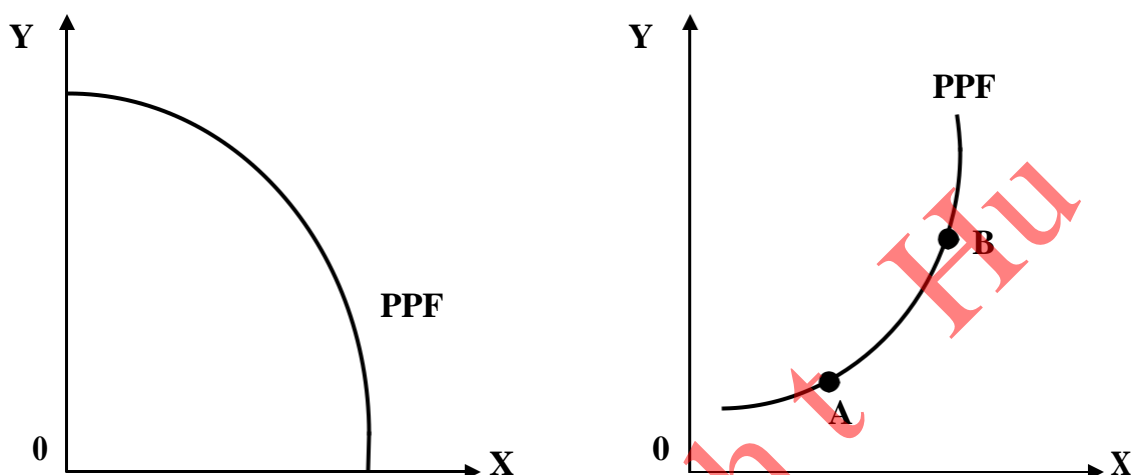
- Những điểm nằm bên trong đường giới hạn khả năng sản xuất (điểm G) cho thấy những kết hợp phi hiệu quả hay còn gọi là lãng phí nguồn lực. Bằng việc phân bổ lại nguồn lực ta có thể sản xuất thêm nhiều đơn vị quần áo mà vẫn giữ nguyên số đơn vị thực phẩm và ngược lại.

- Những điểm nằm ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất (điểm H) thì không thể đạt được với nguồn lực sẵn có. Tất cả những điểm nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất (điểm A, B, C và D) là những kết hợp hiệu quả.



**Hình 1.2: Đường giới hạn khả năng sản xuất**

## 7.2. Đặc điểm của đường giới hạn khả năng sản xuất



**Hình 1.3: Đường PPF là đường dốc xuống dưới**

Đường giới hạn khả năng sản xuất là một đường dốc xuống phản ánh quy luật khan hiếm. Nếu đường giới hạn khả năng sản xuất dốc lên với một giới hạn về nguồn lực, điểm B có nhiều đơn vị hàng hóa dịch vụ hơn điểm A nên nguồn lực của điểm B sẽ lớn hơn nguồn lực tại điểm A. Mặc khác, điểm A và điểm B cùng nằm trên cùng một đường PPF, điều này mâu thuẫn với quy luật khan hiếm.

Đường giới hạn khả năng sản xuất quay bẻ lõm so với góc O phản ánh quy luật chi phí cơ hội tăng dần. Cụ thể, trong điều kiện nguồn lực khan hiếm, để sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa dịch vụ này xã hội phải hy sinh ngày càng nhiều đơn vị hàng hóa dịch vụ khác.

## 8. Phân tích cận biên

Khi đưa ra các quyết định kinh tế, các thành viên kinh tế theo đuổi các mục tiêu khác nhau. Người tiêu dùng muốn tìm cách tối đa hóa lợi ích, doanh nghiệp theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận còn chính phủ lại theo đuổi mục tiêu tối đa hóa phúc lợi công cộng. Dù cho theo đuổi các mục tiêu khác nhau song các thành viên kinh tế đều có chung một giới hạn đó là ràng buộc về ngân sách.

Phương pháp phân tích cận biên sẽ giúp chúng ta hiểu được cách thức lựa chọn của các thành viên kinh tế. Bất kỳ sự lựa chọn kinh tế nào cũng liên quan đến hai vấn đề cơ bản là chi phí và lợi ích của sự lựa chọn.

Tổng lợi ích (TB): là tổng lợi ích thu được khi sản xuất hoặc tiêu dùng một lượng hàng hóa nhất định.

Lợi ích cận biên (MB): là sự thay đổi tổng lợi ích đạt được khi tiêu dùng hoặc sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa, dịch vụ nào đó trong một khoảng thời gian nhất định với lượng tiêu dùng hoặc sản xuất các hàng hóa khác không thay đổi.

Tổng chi phí (TC): là toàn bộ chi phí phát sinh khi sản xuất hoặc tiêu dùng một lượng hàng hóa nhất định.

Chi phí cận biên (MC): là sự thay đổi tổng chi phí để sản xuất hoặc tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa.

Khi đưa ra các quyết định lựa chọn nhà sản xuất so sánh giữa lợi ích thu được với chi phí bỏ ra để xác định mức sản lượng tối ưu nhằm thu được lợi nhuận tối đa.

Giả sử có hàm tổng lợi ích là  $TB = f(Q)$ , hàm tổng chi phí  $TC = g(Q)$ . Khi đó lợi ích ròng:

$$NSB = TB - TC = f(Q) - g(Q)$$

NSB đạt cực đại khi  $(NSB)'(Q) = 0$ . Ta có

$$(NSB)'(Q) = TB'(Q) - TC'(Q) = 0$$

$$(NSB)'(Q) = MB - MC = 0$$

$$MB = MC$$

Chúng ta có thể chứng minh bằng đại số như sau:

$$\text{Nếu } (NSB)'(Q) = MB - MC > 0 \text{ thì } MB > MC$$

=> Đây là hàm đồng biến: Khi Q tăng thì NSB cũng tăng. Vậy doanh nghiệp nên mở rộng quy mô.

$$\text{Nếu } (NSB)'(Q) = MB - MC < 0 \text{ thì } MB < MC$$

=> Đây là hàm nghịch biến: Khi Q tăng thì NSB cũng giảm. Vậy doanh nghiệp nên thu hẹp quy mô.

Nếu  $(NSB)'(Q) = MB - MC = 0$  thì  $MB = MC$  => NSB đạt cực đại tại mức sản lượng tối ưu:  $Q^*$ .

Vậy lợi ích ròng đạt giá trị cực đại khi  $MB = MC$ . Bản chất của phương pháp phân tích cận biên được hiểu như sau:

Nếu  $(NSB)'(Q) > 0$  =>  $MB > MC$ : Mở rộng quy mô hoạt động.

Nếu  $(NSB)'(Q) < 0$  =>  $MB < MC$ : Thu hẹp quy mô hoạt động.

Nếu  $(NSB)'(Q) = 0$  =>  $MB = MC$ : Quy mô hoạt động tối ưu.

## CÂU HỎI ÔN TẬP

**Câu 1:** Trình bày khái niệm kinh tế học, kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô? Cho ví dụ minh họa và nêu mối quan hệ giữa chúng?

**Câu 2:** Thế nào là kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc? Ví dụ minh họa? **Câu 3:** Phân tích cách thức giải quyết các vấn đề kinh tế cơ bản của các mô hình kinh tế khác nhau? Nêu ưu và nhược điểm của các mô hình kinh tế?

**Câu 4:** Bạn có giải quyết ba vấn đề cơ bản của kinh tế trong cuộc sống hàng ngày không? Cho ví dụ minh họa?

**Câu 5:** Trình bày vai trò của chính phủ trong nền kinh tế hỗn hợp?

**Câu 6:** Tại sao khi phân tích kinh tế, các nhà kinh tế thường đưa ra các giả định?

**Câu 7:** Phân tích tính ưu việt của mô hình kinh tế hỗn hợp? Cho ví dụ minh họa?

**Câu 8:** Câu nói sau đây đúng hay sai: “Một nền kinh tế có thất nghiệp không sản xuất ở mức sản lượng nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF)”.

**Câu 9:** Thế nào là chi phí cơ hội? Tại sao các nhà kinh tế học thường sử dụng chi phí cơ hội trong phân tích lựa chọn các quyết định kinh tế?

**Câu 10:** Sử dụng đường giới hạn khả năng sản xuất để giải thích quy luật chi phí cơ hội tăng dần?

## BÀI TẬP VẬN DỤNG

**Câu 1:** Những nhận định dưới đây thuộc phạm vi nghiên cứu của kinh tế học vi mô hay kinh tế học vĩ mô?

- Đánh thuế cao vào mặt hàng rượu bia sẽ hạn chế số lượng bia được sản xuất.
- Thất nghiệp trong lực lượng lao động đã tăng nhanh vào thập niên 2000.
- Thu nhập người tiêu dùng tăng sẽ làm cho người tiêu dùng chi tiêu nhiều hơn.
- Người công nhân nhận được lương cao hơn sẽ mua nhiều hàng xa xỉ hơn.
- Tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế năm nay cao hơn năm qua.
- Các doanh nghiệp sẽ đầu tư vào những ngành có tỷ suất lợi nhuận cao.

**Câu 2:** Kinh tế học đề cập đến ba vấn đề cơ bản của xã hội: sản xuất ra cái gì, như thế nào và cho ai. Những sự kiện sau đây liên quan đến vấn đề nào trong ba vấn đề trên?

- Các nhà khai khoáng mới phát hiện ra mỏ dầu có trữ lượng lớn.
- Chính phủ điều chỉnh thuế thu nhập sao cho người nghèo được phân phối nhiều hơn từ người giàu.
- Chính phủ cho phép tư nhân hóa một số ngành chủ yếu.
- Phát minh ra máy vi tính.

**Câu 3:** Những nhận định sau đây mang tính thực chứng hay chuẩn tắc?

- Giá dầu thế giới tăng cao trong những tháng cuối năm 2008.
- Những người có thu nhập cao hơn sẽ được phân phối nhiều hàng hoá hơn.
- Vào đầu những năm 90, tỷ lệ thất nghiệp ở nước ta tăng đột biến.
- Thu nhập quốc dân nước Mỹ chiếm gần 30% GDP thế giới.
- Chính phủ cần áp dụng những chính sách nào để giảm tình trạng thất nghiệp.
- Để cải thiện mức sống của người nghèo, chính phủ cần tăng trợ cấp cho họ.
- Hút thuốc lá có hại cho sức khỏe nên cần phải hạn chế và tiến tới bỏ thuốc lá.
- Chính phủ nên chọn giải pháp tăng lãi suất ngân hàng để kiềm chế lạm phát.

**Câu 4:** Những nhận định nào không đúng đối với nền kinh tế kế hoạch tập trung?

- Các doanh nghiệp tự do lựa chọn thuê mướn nhân công.
- Chính phủ kiểm soát phân phối thu nhập.
- Chính phủ quyết định cái gì nên sản xuất.
- Giá cả hàng hoá do cung - cầu trên thị trường quyết định.

**Câu 5:** Bằng sự hiểu biết của mình về chi phí cơ hội, anh (chị) cho biết yếu tố nào trong các yếu tố sau là chi phí cơ hội của việc đi học đại học của một sinh viên:

- Tiền lương mà sinh viên đó đi làm thêm nếu không đi học đại học.
- Tiền giáo trình, tài liệu học tập.
- Tiền học phí.
- Tiền chi cho ăn uống, đi lại.

**Câu 6:** Một nhà kinh tế và một sinh viên đi từ Huế vào Hồ Chí Minh bằng máy bay hoặc tàu hỏa. Biết rằng nếu bạn đi bằng máy bay sẽ mất 2 giờ và giá vé là 1,5 triệu đồng/vé. Nếu bạn đi tàu mất 36 giờ và giá vé là 1 triệu đồng/vé. Giả sử nhà kinh doanh có thể kiếm được 100 nghìn đồng/giờ và sinh viên có thể kiếm được 10 nghìn đồng/giờ. Anh (chị) hãy cho biết mỗi người nên lựa chọn phương tiện nào?

**Câu 7:** An, Bình và Nam dự kiến đi du lịch vào Đà Lạt. Nếu đi bằng tàu hỏa thì mất 5 giờ và nếu đi bằng máy bay thì mất 1 giờ. Giá vé máy bay là 1,5 triệu đồng và tàu hỏa là 900 nghìn đồng. Để thực hiện chuyến đi họ phải bỏ lỡ việc làm. An kiếm được 75 nghìn đồng/giờ, Bình kiếm được 150 nghìn đồng/giờ và Nam kiếm được 180 nghìn đồng/giờ. Hãy tính chi phí cơ hội của việc đi bằng máy bay và tàu hỏa của mỗi người. Giả sử cả 3 người đều có hành vi tối ưu, họ sẽ lựa chọn loại phương tiện nào?

**Câu 8:** Một nền kinh tế giản đơn có hai ngành sản xuất: lương thực và tivi. Giả sử nền kinh tế này sử dụng tối ưu các nguồn lực hiện có. Các khả năng sản xuất của nền kinh tế được cho ở bảng sau:

a. Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF)?

Khả năng sản xuất	Lương thực (triệu tấn)	Tivi (triệu chiếc)
A	50	0
B	40	8
C	30	14
D	15	18
E	0	20

b. Hãy nhận xét các kết hợp sau:

- 8 triệu tivi và 15 triệu tấn lương thực.
- 16 triệu tivi và 35 triệu tấn lương thực.

c. Xác định chi phí cơ hội của việc sản xuất lương thực và tivi?

**Câu 9:** Giả sử ta có phương trình đường giới hạn khả năng sản xuất của hai loại sản phẩm (X và Y) là như sau:

$$2X^2 + Y^2 = 225.$$

a. Hãy vẽ đường giới hạn năng lực sản xuất của nền kinh tế trên.

b. Tính chi phí cơ hội của việc sản xuất thêm 1 đơn vị sản phẩm X khi X = 5 và khi X = 10.

**Câu 10:** Một hoạt động sản xuất có hàm tổng lợi ích và hàm tổng chi phí như sau:

$$TB = 200Q - Q^2$$

$$TC = 200 + 20Q + 0,5Q^2$$

a. Xác định quy mô hoạt động tối đa hóa lợi ích và hóa lợi ích ròng.

b. Hoạt động đó cần phải điều tiết như thế nào khi  $Q = 50$  và  $Q = 100$ .

Tr  
ng  
i h C Kinh t Hu

## CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Sự khan hiếm	Scarcity
Lựa chọn	Choice
Kinh tế học	Economics
Kinh tế học vi mô	Microeconomics
Nền kinh tế	Economy
Cơ chế kinh tế	Economic Mechanism
Hộ gia đình	Household
Hãng, doanh nghiệp	Firm
Chính phủ	Government
Kinh tế học thực chứng	Positive Economics
Kinh tế học chuẩn tắc	Normative Economics
Lý thuyết kinh tế	Economic Theory
Chi phí cơ hội	Opportunity Cost
Quy luật chi phí cơ hội tăng dần	The law of increasing opportunity cost
Hiệu quả kinh tế	Economic Efficiency
Hiệu quả sản xuất	Production Efficiency
Đường giới hạn khả năng sản xuất	Production Possibility Frontier (PPF)
Tăng trưởng kinh tế	Economic Growth
Phân tích cận biên	Marginal Analysis



## Chương II. LÝ THUYẾT CUNG CẦU

### Mục tiêu của chương:

Trong nền kinh tế thị trường, ba vấn đề kinh tế cơ bản được giải quyết dựa trên nền tảng thị trường, thông qua các thể lực cung và cầu. Do đó, ở chương này chúng ta sẽ đi vào nghiên cứu lý thuyết cung cầu, các yếu tố làm dịch chuyển đường cầu và đường cung. Từ đó xác định được trạng thái cân bằng của thị trường cũng như các chính sách tác động vào thị trường của Chính phủ như thuế, trợ cấp, giá trần, giá sàn.

### I. CẦU (DEMAND)

#### 1. Khái niệm

*Cầu là số lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người tiêu dùng có khả năng mua và sẵn sàng mua tại các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định, với điều kiện các yếu tố khác không đổi (Ceteris paribus).*

Như vậy, khi nói đến cầu người ta phải hiểu hai yếu tố cơ bản là:

- Khả năng mua
- Ý muốn sẵn sàng mua.

**Cầu khác với nhu cầu:** Nhu cầu là những mong muốn, nguyện vọng vô hạn của con người, song sự giới hạn về nguồn lực đã làm cho hầu hết các nhu cầu không được thỏa mãn; cầu chính là nhu cầu có khả năng thanh toán.

Ví dụ: Khi bạn đến cửa hàng điện máy, bạn muốn mua tất cả hàng hóa trong cửa hàng (đó là nhu cầu). Nhưng trong thực tế bạn chỉ có thể mua một vài mặt hàng nhất định và đôi khi là không mặt hàng nào vì bạn không có đủ tiền hay nói cách khác bạn không có khả năng thanh toán (đó gọi là cầu).

Tương tự, bạn có sẵn tiền nhưng bạn không có ý định mua một chiếc điện thoại Nokia 1280 vì bạn không thích nó nghĩa là cầu của bạn về điện thoại đó bằng không.

Một khái niệm quan trọng nữa là lượng cầu. Chúng ta cần phải phân biệt giữa lượng cầu và cầu:

**Lượng cầu:** là một lượng hàng hóa hay dịch vụ cụ thể mà người mua có khả năng và sẵn sàng mua ở một mức giá nhất định (các yếu tố khác không thay đổi).

Lượng cầu là một con số cụ thể và chỉ có ý nghĩa trong mối quan hệ với một mức giá cụ thể. Cầu không phải là một con số cụ thể, nó chỉ là một khái niệm dùng để mô tả hành vi mua sắm hàng hóa dịch vụ của người tiêu dùng tại các mức giá khác nhau.

Ví dụ: Nếu giá gạo là 10.000 đồng/kg thì lượng cầu về gạo là 50 kg.

Dễ dàng nhận thấy là cầu biểu diễn toàn bộ mối quan hệ giữa lượng cầu hàng hóa, dịch vụ với giá của chúng (*ceteris paribus*). Trên đồ thị mối quan hệ này được minh họa bằng đường cầu, với trục tung biểu diễn giá, trục hoành biểu diễn lượng cầu. Các yếu tố khác ảnh hưởng đến cầu như thu nhập, giá cả hàng hóa liên quan,... được xem như không đổi.

Có hai khái niệm liên quan đến cầu là cầu cá nhân và cầu thị trường. Cầu cá nhân là cầu của từng người tiêu dùng cụ thể về hàng hóa dịch vụ, còn cầu thị trường là tổng hợp toàn bộ cầu cá nhân lại với nhau.

## 2. Biểu cầu

Biểu cầu là bảng tập hợp tất cả lượng cầu ở các mức giá khác nhau. Biểu cầu mô tả mối quan hệ giữa giá thị trường và lượng cầu của hàng hóa khi các yếu tố khác không thay đổi.

Ví dụ: Biểu cầu về kem Merino của cá nhân người tiêu dùng:

**Bảng 2.1: Biểu cầu cá nhân về kem Merino**

Giá (1000đ/cây)	Lượng cầu (cây)
0	10
1	8
2	6
3	4
4	2
5	0

## 3. Đường cầu

### 3.1. Đường cầu cá nhân

Để hiểu rõ hơn về hoạt động của thị trường, chúng ta nghiên cứu hành vi của từng cá nhân riêng lẻ. Giả sử bạn có nhu cầu về kem Merino, vậy bạn sẽ mua bao nhiêu cây kem và yếu tố nào tác động đến quyết định mua kem của bạn?

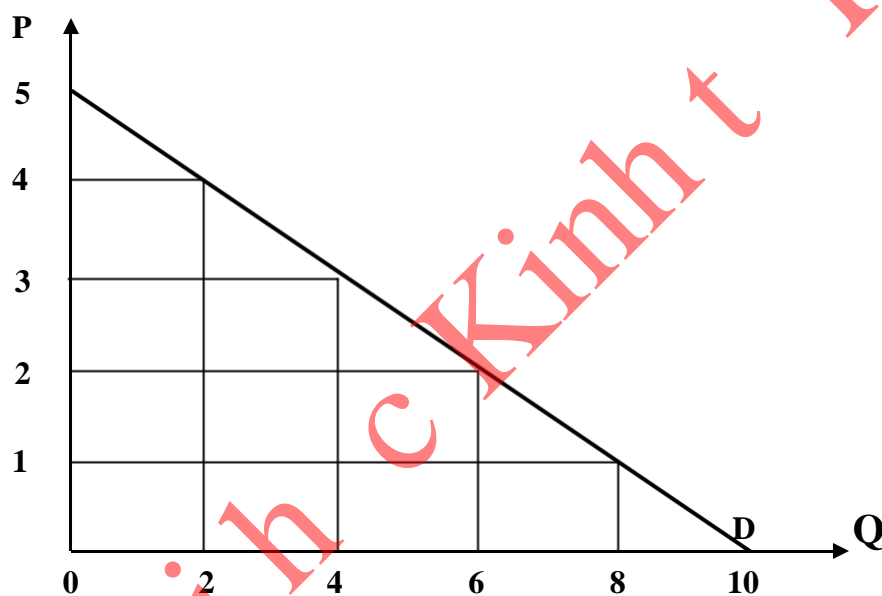
Tất nhiên sẽ có nhiều yếu tố tác động đến quyết định của bạn và chúng ta giả sử các yếu tố khác không thay đổi chỉ trừ yếu tố giá cả. Chúng ta xem xét khi giá thay đổi sẽ tác động như thế nào đến lượng kem Merino bạn mua?

Bảng 2.1 cho chúng ta thấy cách ứng xử của cá nhân sẽ khác nhau khi giá kem trên thị trường thay đổi. Nếu được phát miễn phí (giá bằng 0 đồng/cây) thì định mức tiêu dùng của bạn là 10 cây, nếu giá là 1000 đồng/cây thì bạn sẽ mua 8 cây. Khi giá

một cây kem là 5000 đồng/cây thì cá nhân người tiêu dùng sẽ không mua cây kem nào. Như vậy, với giá là 5000 đồng/cây thì lượng cầu kem Merino bằng 0.

Vậy, khi giá kem Merino ngày càng tăng thì lượng cầu về kem Merino ngày càng giảm và ngược lại khi giá kem Merino ngày càng giảm thì lượng cầu về kem Merino ngày càng tăng.

Chúng ta có thể minh họa trên đồ thị đường biểu diễn mối quan hệ lượng cầu về kem Merino ở các mức giá khác nhau. Theo quy ước, trục tung biểu diễn giá và trục hoành biểu diễn lượng cầu.



Hình 2.1: Đường cầu cá nhân về kem Merino

Đường nối tất cả các điểm đó lại với nhau chúng ta gọi là đường cầu. Như vậy, đường cầu là đường biểu diễn mối quan hệ giữa giá và lượng cầu. Nó cho biết lượng cầu của người tiêu dùng tại các mức giá khác nhau.

Mối quan hệ giữa lượng cầu và giá cả là mối quan hệ tỷ lệ nghịch: khi giá tăng thì lượng cầu giảm và ngược lại khi giá giảm thì lượng cầu tăng.

Một điểm chung của đường cầu là chúng nghiêng xuống dưới về phía phải. Điều này xuất phát từ mối quan hệ tỷ lệ nghịch giữa giá và lượng cầu, mối quan hệ này rất phổ biến nên các nhà kinh tế gọi đó là **Luật cầu**.

### 3.2. Đường cầu thị trường

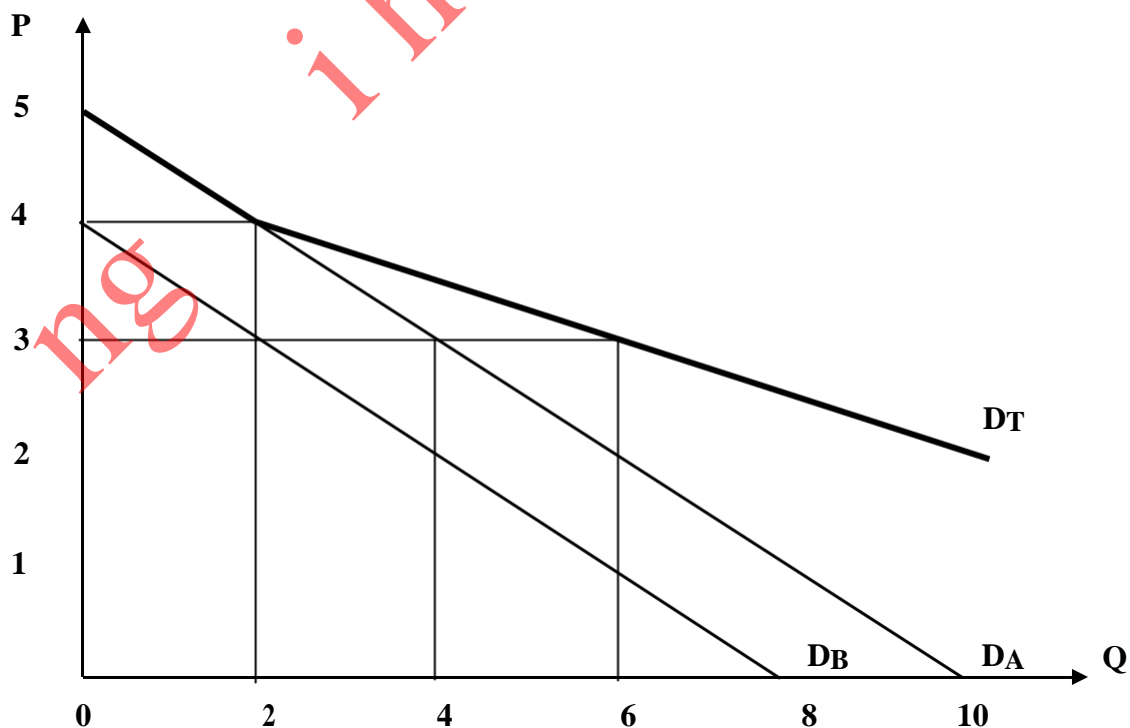
Chúng ta vừa nghiên cứu đường cầu của một cá nhân riêng rẽ. Để nghiên cứu thị trường hoạt động như thế nào, chúng ta cần phải nghiên cứu đường cầu thị trường.

Cầu thị trường được hình thành từ các cầu cá nhân trong thị trường đó nên cầu thị trường là tổng hợp các cầu cá nhân về hàng hóa và dịch vụ lại với nhau. Để xác định cầu thị trường chúng ta cộng theo phương pháp nằm ngang tất cả các lượng cầu các cá nhân tại mỗi mức giá.

Giả sử thị trường kem Merino ở thành phố Huế chỉ có hai người tiêu dùng là sinh viên A và sinh viên B. Cầu thị trường về kem Merino là tổng hợp cầu của sinh viên A và sinh viên B.

**Bảng 2.2: Biểu cầu thị trường kem Merino**

Giá (1000d/cây)	Sinh viên A (cây)	Sinh viên B (cây)	Lượng cầu thị trường (cây)
0	10	8	18
1	8	6	14
2	6	4	10
3	4	2	6
4	2	0	2
5	0	0	0



**Hình 2.2: Đường cầu thị trường**

Bảng 2.2 cho chúng ta thấy: tại mức giá là 3000đ/cây, lượng cầu kem của sinh viên A là 4 cây và lượng cầu của sinh viên B là 3 cây. Vậy tổng lượng cầu thị trường kem Merino tại mức giá 3000đ/cây là 7 cây.

Khi giá thị trường tăng lên thì lượng cầu của từng cá nhân trong thị trường đó sẽ giảm xuống kéo theo lượng cầu thị trường cũng giảm theo và ngược lại khi giá thị trường giảm xuống thì lượng cầu của từng cá nhân sẽ tăng lên kéo theo lượng cầu thị trường cũng tăng lên. Như vậy, đường cầu thị trường có hình dạng giống đường cầu cá nhân, đi từ trên xuống dưới và từ trái sang phải.

#### **4. Các yếu tố làm dịch chuyển đường cầu**

Gắn với mỗi đường cầu, trước đây ta giả định rằng tất cả các yếu tố khác không thay đổi. Khi thể hiện đường cầu, chúng ta chỉ mới quan tâm đến sự thay đổi của mức giá hàng hóa ảnh hưởng như thế nào đến lượng cầu hàng hóa đó. Thực ra, lượng hàng hóa mà người tiêu dùng có khả năng và sẵn sàng mua còn bị chi phối bởi nhiều yếu tố khác. Khi những yếu tố này thay đổi dẫn đến lượng cầu về hàng hóa dịch vụ ở mỗi mức giá cũng thay đổi theo. Đây chính là nguyên nhân làm đường cầu thị trường dịch chuyển.

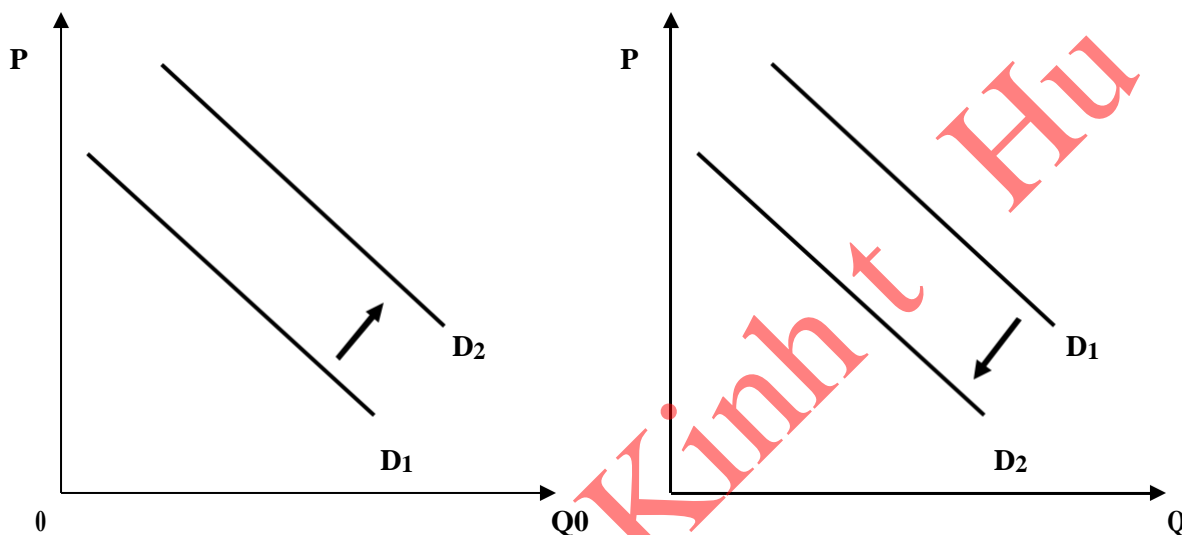
Đường cầu về một loại hàng hóa dịch chuyển khi lượng cầu tương ứng về hàng hóa ở từng mức giá thay đổi. Cầu về hàng hóa dịch chuyển tăng phản ánh lượng cầu hàng hóa ở mỗi mức giá tăng lên. Ngược lại, cầu về hàng hóa dịch chuyển giảm khi lượng cầu ở từng mức giá giảm xuống.

Những yếu tố chính làm dịch chuyển đường cầu: thu nhập của người tiêu dùng, giá của hàng hóa liên quan, thị hiếu, số lượng người mua, các kỳ vọng và thông tin ...

##### **a. Thu nhập của người tiêu dùng (I)**

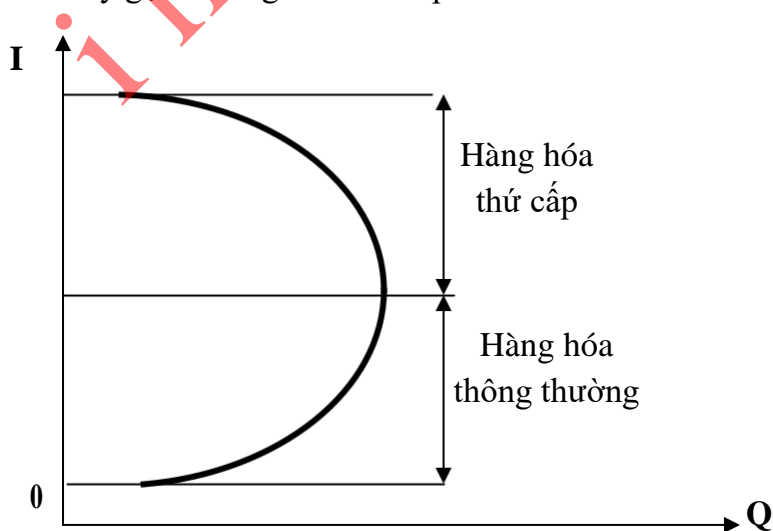
Thu nhập là một yếu tố quan trọng xác định cầu. Thu nhập ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng mua của người tiêu dùng. Tuy nhiên, ảnh hưởng của thu nhập đến cầu các hàng hóa, dịch vụ là khác nhau, tùy theo tính chất của hàng hóa mà ta xem xét.

Hầu hết các hàng hóa, dịch vụ thông thường (lương thực, xăng dầu, xe máy...), khi thu nhập tăng sẽ làm cầu tăng (các yếu tố khác không đổi), đường cầu dịch chuyển sang phải. Ngược lại, khi thu nhập giảm thì đường cầu dịch chuyển giảm sang trái.



**Hình 2.3: Dịch chuyển đường cầu khi thu nhập thay đổi**

Nếu cầu về một hàng hóa, dịch vụ tăng khi thu nhập giảm và ngược lại sẽ giảm khi thu nhập tăng thì hàng hóa này gọi là hàng hóa thứ cấp.



**Hình 2.4: Đường Engel**

Chẳng hạn như khi người dân còn nghèo, thu nhập thấp thì các hàng hóa như khoai, sắn được xem là những thực phẩm chính của hầu hết mọi gia đình Việt Nam. Tuy nhiên với mức sống và thu nhập cao hơn cầu về hàng hóa này giảm hẳn. Người ta không còn sử dụng khoai sắn như một loại lương thực chính của gia đình.

Khi thu nhập của người dân còn thấp thì cầu về khoai, sắn tương đối cao. Khi thu nhập tăng lên, cầu về hàng hóa này giảm xuống.

### ***b. Giá các hàng hóa liên quan***

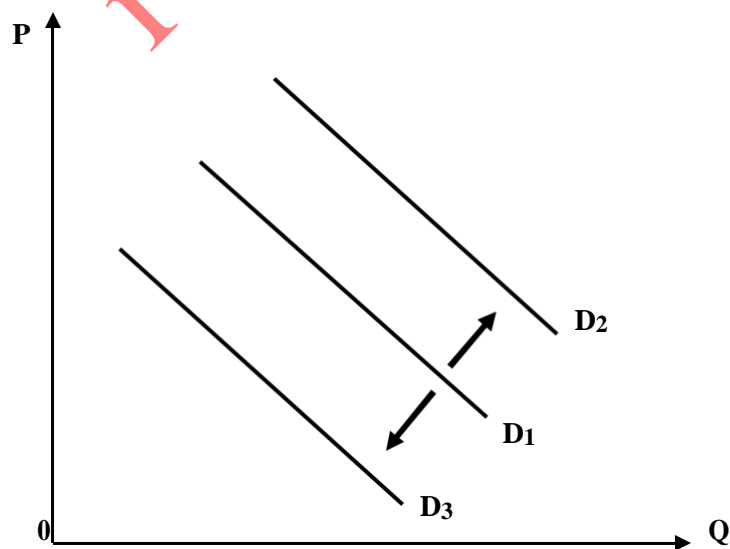
Cầu đối với hàng hóa, dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào giá của bản thân hàng hóa dịch vụ đó mà nó còn phụ thuộc vào giá của hàng hóa, dịch vụ liên quan. Các hàng hóa, dịch vụ liên quan được chia làm hai loại:

#### *Hàng hóa thay thế*

Hàng hóa B được xem là hàng hóa thay thế của hàng hóa A và ngược lại nếu như người ta có thể sử dụng hàng hóa này thay cho hàng hóa kia trong việc thỏa mãn nhu cầu của mình. Công dụng của B càng gần với công dụng của A thì việc thay thế B cho A càng dễ dàng thực hiện hơn. Vậy hàng hóa thay thế là những hàng hóa có thể sử dụng thay cho hàng hóa khác.

Nếu B là hàng hóa thay thế của A thì khi giá hàng hóa B thay đổi sẽ ảnh hưởng như thế nào đến cầu về hàng hóa A như thế nào?

Giả sử giá hàng hóa B tăng lên làm cho người tiêu dùng nhận thấy rằng B đang trở nên đắt đỏ một cách tương đối so với hàng hóa A. Người tiêu dùng sẽ có xu hướng tiêu dùng nhiều hàng hóa A để thay thế cho B. Lượng cầu về hàng hóa A tăng lên ở mỗi mức giá của A.



**Hình 2.5: Dịch chuyển đường cầu khi giá hàng hóa liên quan thay đổi**

Nói cách khác, khi giá hàng hóa thay thế tăng lên thì cầu đối với hàng hóa kia cũng tăng lên và ngược lại, khi giá hàng hóa thay thế giảm xuống thì cầu đối với hàng hóa kia cũng giảm xuống (thay đổi cùng chiều).

Ví dụ: Thịt lợn và thịt gà là hai loại hàng hóa thay thế. Trong trường hợp giá thịt lợn tăng lên thì cầu đối với thịt bò cũng tăng lên. Đường cầu thịt bò dịch chuyển tăng, lên trên, sang phải từ  $D_1$  thành  $D_2$  và ngược lại, khi giá thịt lợn giảm xuống thì cầu đối với thịt bò cũng giảm. Đường cầu thịt bò dịch chuyển giảm sang trái từ  $D_1$  thành  $D_3$ .

#### *Hàng hóa bổ sung*

Hàng hóa B được gọi là hàng hóa bổ sung cho A nếu như việc tiêu dùng A luôn kéo theo việc tiêu dùng B. Những cặp hàng hóa bổ sung như: xe máy và xăng, điện thoại và sim điện thoại ... Vậy hàng hóa bổ sung là hàng hóa được sử dụng đồng thời với hàng hóa khác.

Đối với hàng hóa bổ sung, khi giá của một hàng hóa tăng lên thì cầu đối với hàng hóa kia sẽ giảm xuống và ngược lại. Ví dụ trong trường hợp giá cước viễn thông tăng lên sẽ khiến cho lượng cầu về điện thoại di động giảm xuống. Đường cầu dịch chuyển giảm, sang trái từ  $D_1$  thành  $D_3$ .

#### **c. Thị hiếu**

Thị hiếu ảnh hưởng quan trọng đến cầu của người tiêu dùng. Thị hiếu là sở thích hay sự ưu tiên của người tiêu dùng đối với hàng hóa và dịch vụ. Đó đó, thị hiếu là yếu tố rõ ràng nhất quyết định đến cầu.

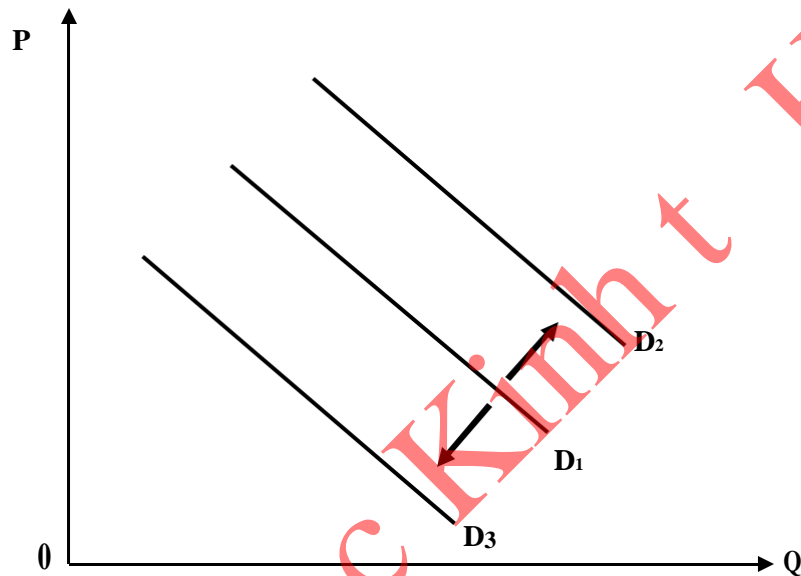
Mức độ yêu thích của người ta về một loại hàng hoá là rất khác nhau. Đứng trước cùng một loại hàng hoá, người này có thể thích, người kia có thể không thích với những mức độ đánh giá khác nhau. Khi xem xét một đường cầu về một loại hàng hoá chúng ta giả định sở thích của người tiêu dùng (dù xét cá nhân một người tiêu dùng hay tổng thể khối người tiêu dùng) là đã xác định.

Các nhà kinh tế không tìm cách lý giải thị hiếu của con người vì nó hình thành từ các yếu tố lịch sử và tâm lý nằm ngoài phạm vi của nhà kinh tế học. Tuy nhiên các nhà kinh tế chú ý phân tích xem điều gì xảy ra khi thị hiếu thay đổi.

Khi thị hiếu của người tiêu dùng thay đổi, lượng cầu của người tiêu dùng ở từng mức giá cũng thay đổi. Đường cầu trong trường hợp này sẽ dịch chuyển.



Khi một hàng hoá được người tiêu dùng ưa chuộng hơn trước, cầu của nó trên thị trường sẽ tăng lên và đường cầu lúc này sẽ dịch chuyển từ trái sang phải (từ  $D_1$  thành  $D_2$ ). Ngược lại, vì một lý do nào đó mà sự ưa thích của người tiêu dùng về một loại hàng hoá giảm xuống, cầu về hàng hoá này sẽ giảm. Tương ứng đường cầu về hàng hoá này sẽ dịch chuyển sang trái (từ  $D_1$  thành  $D_3$ ).



**Hình 2.6: Dịch chuyển đường cầu khi thị hiếu thay đổi**

#### ***d. Số lượng người tiêu dùng***

Những yếu tố ảnh hưởng đến cầu về một loại hàng hoá nói trên có thể sử dụng để phân tích đường cầu của một cá nhân cũng như của cả thị trường. Tuy nhiên, đường cầu thị trường được hình thành trên cơ sở tổng hợp các đường cầu cá nhân nên càng có nhiều người tiêu dùng cá nhân tham gia vào thị trường, khi các yếu tố khác là không thay đổi thì cầu thị trường về một loại hàng hoá càng cao.

Nói cách khác, một thị trường có mật độ dân số đông, số lượng người mua nhiều thì cầu đối với hàng hóa và dịch vụ sẽ lớn hơn so với thị trường ít dân cư, số lượng người mua ít.

Ví dụ cầu về các hàng hóa, dịch vụ công cộng như xe bus, nhà vệ sinh công cộng ở thành phố Hồ Chí Minh lớn hơn nhiều so với thành phố Huế.

#### ***e. Các kỳ vọng***

Cầu đối với hàng hóa và dịch vụ sẽ thay đổi phụ thuộc vào kỳ vọng (sự mong muốn) của người tiêu dùng. Nếu người tiêu dùng kỳ vọng rằng giá của hàng hóa nào đó sẽ giảm xuống trong tương lai thì cầu hiện tại đối với hàng hóa đó sẽ giảm xuống và ngược lại.

Chẳng hạn, trong những “con sốt” vàng hay “con sốt” đất, người ta quan sát thấy một hiện tượng tồn tại như là nghịch lý: khi giá vàng hay giá đất đang tăng nhanh, người ta lại đổ xô đi mua vàng hay mua đất. Phải chăng trong trường hợp này, quy luật cầu không còn phát huy tác dụng?

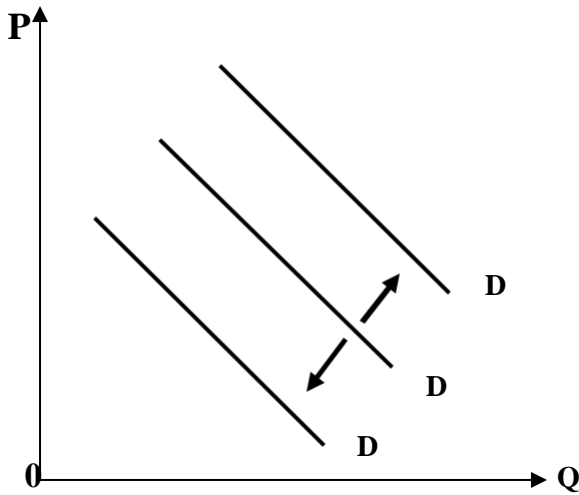
Sự thật thì không phải giá các hàng hoá này tăng lên là nguyên nhân làm cho mức cầu về chúng gia tăng. Khi các cơn sốt giá bùng phát, cái kích thích người tiêu dùng đổ xô đi mua hàng chính là giá cả kỳ vọng. Khi những người tiêu dùng kỳ vọng rằng giá hàng hoá sẽ còn gia tăng mạnh trong tương lai, họ sẽ cố gắng đi mua hàng ngay từ hôm nay nhằm có thể mua được nhiều hàng hoá hơn trong lúc giá của nó còn thấp. Điều này hoàn toàn phù hợp với lý thuyết cầu vì người tiêu dùng cố gắng mua khối lượng hàng hoá nhiều hơn khi giá của nó thấp và ngược lại.

#### **f. Thông tin**

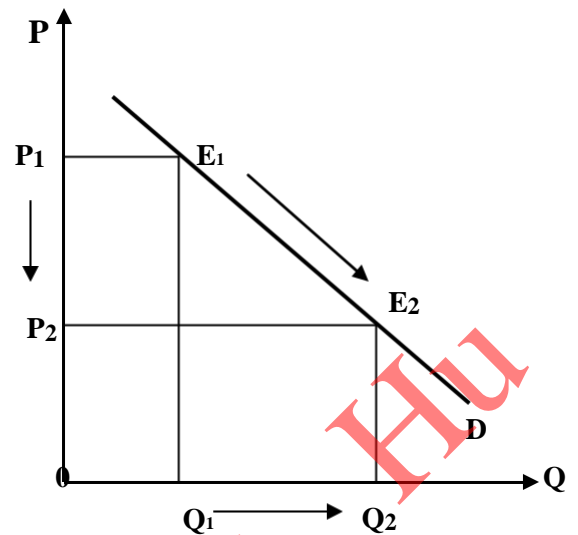
Ngoài các yếu tố trên thì thông tin cũng có ảnh hưởng mạnh mẽ đến cầu hàng hóa hay dịch vụ. Các thông tin được công bố rộng rãi về tác hại của rượu và thuốc lá đã làm giảm đáng kể cầu về những hàng hóa đó, thông tin tốt về hiệu quả sản xuất kinh doanh của một công ty sẽ làm cho cầu về cổ phiếu của công ty đó sẽ tăng lên.

### **5. Sự vận động dọc theo đường cầu và dịch chuyển đường cầu**

Phân biệt sự khác nhau giữa dịch chuyển đường cầu và vận động dọc theo đường cầu là rất cần thiết. Lượng cầu tại một điểm đã cho được biểu diễn bằng một điểm trên đường cầu. Còn toàn bộ đường cầu biểu diễn mối quan hệ giữa giá và lượng cầu đối với hàng hóa hay dịch vụ ở các mức giá khác nhau. Từ đó chúng ta có thể phân biệt rõ hai vấn đề cơ bản là:



Hình 2.6: Dịch chuyển đường cầu



Hình 2.7: Vận động dọc theo đường cầu

Sự thay đổi của cầu chính là sự dịch chuyển toàn bộ đường cầu sang trái (từ D1 thành D3) hay sang phải (từ D1 thành D2)

Sự vận động dọc theo đường cầu chính là sự thay đổi của lượng cầu khi giá thay đổi. Trong trường hợp này đường cầu không thay đổi.

**Bảng 2.3: Các nhân tố ảnh hưởng đến đường cầu**

STT	Nhân tố ảnh hưởng	Kết quả
1	Giá bản thân hàng hóa đó	Vận động dọc theo đường cầu
2	Thu nhập	Dịch chuyển đường cầu
3	Giá hàng hóa liên quan	Dịch chuyển đường cầu
4	Thị hiếu	Dịch chuyển đường cầu
5	Dân số	Dịch chuyển đường cầu
6	Kỳ vọng	Dịch chuyển đường cầu
7	Thông tin	Dịch chuyển đường cầu

Tóm lại, đường cầu cho chúng ta thấy điều gì xảy ra với lượng cầu về một hàng hóa khi giá của nó thay đổi trong điều kiện tất cả các yếu tố khác quyết định đến lượng cầu được giữ nguyên không đổi. Khi một trong số các yếu tố khác (ngoài giá) thay đổi thì đường cầu sẽ dịch chuyển.

## 6. Hàm cầu

Qua nghiên cứu các nhân tố tác động đến cầu, chúng ta có thể biểu diễn mối quan hệ giữa lượng cầu hàng hóa với các yếu tố ảnh hưởng dưới dạng hàm số tổng quát sau:

$$Q_{DX} = f(P_X, P_Y, I, N)$$

Trong đó:

$Q_{DX}$ : Lượng cầu đối với hàng hóa X

$P_X$ : Giá cả hàng hóa X

$P_Y$ : Giá cả hàng hóa Y

I: Thu nhập của người tiêu dùng

N: Số lượng người tiêu dùng

## II. CUNG (SUPPLY)

### 1. Khái niệm

Cung là số lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người sản xuất muốn bán và có khả năng bán ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định, với điều kiện các yếu tố khác không đổi (*Ceteris Paribus*).

Cũng giống như trong khái niệm về cầu, cung bao gồm hai yếu tố cơ bản là khả năng bán và ý muốn sẵn sàng bán của người sản xuất.

**Cung khác với lượng cung:** Lượng cung là số lượng hàng hóa hay dịch vụ mà các nhà sản xuất muốn bán tại một mức giá đã cho, *ceteris paribus*. Lượng cung là một con số cụ thể và chỉ có ý nghĩa trong mối quan hệ với một mức giá cụ thể. Cung không phải là một con số cụ thể mà chỉ là khái niệm dùng để mô tả hành vi của người sản xuất khi giá cả hàng hóa dịch vụ thay đổi.

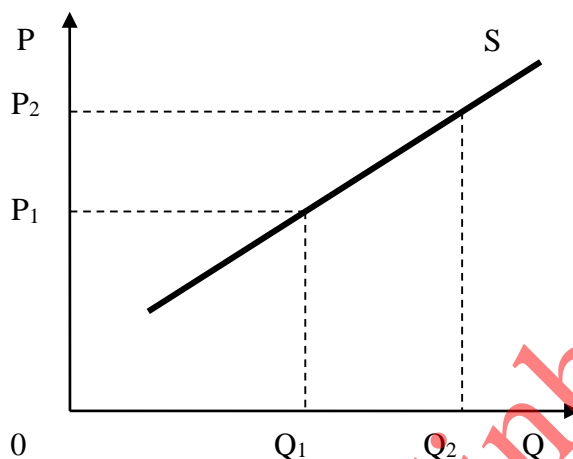
Như vậy, cung biểu diễn toàn bộ mối quan hệ giữa lượng cung và giá cả hàng hóa. Trên đồ thị mối quan hệ này được minh họa bằng đường cung, với trục tung biểu diễn giá, trục hoành biểu diễn lượng cung.

### 2. Tác động của giá tới lượng cung

Tác động của giá tới lượng cung được mô tả trên đồ thị đường cung hình 2.3. Giả sử giá hàng hóa ban đầu là  $P_1$  người sản xuất sẵn sàng cung ứng ra thị trường một lượng  $Q_1$ . Nếu giá tăng lên là  $P_2$  thì lượng cung tăng lên  $Q_2$ . Như vậy, sự thay đổi của giá cả hàng hóa đã gây ra **sự vận động dọc theo đường cung**.

Một điểm chung của các đường cung là chúng dốc lên trên theo chiều từ trái qua phải, nghĩa là khi giá tăng sẽ làm cho lượng cung tăng lên và ngược lại. Mối quan hệ thuận chiều này được các nhà kinh tế gọi là luật cung.

Các nhà kinh tế xem luật cung là một trong những phát minh quan trọng của kinh tế học.



Hình 2.3. Đường cung (S)

### 3. Tác động của các yếu tố khác tới cung

Cũng giống như đối với cầu, sự thay đổi của một yếu tố ngoài giá cả bản thân hàng hóa đó sẽ làm cho đường cung dịch chuyển. Một số yếu tố có thể tạo nên sự thay đổi cung là:

#### 3.1. Công nghệ sản xuất

Công nghệ là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao năng suất, giảm chi phí sản xuất trong quá trình chế tạo ra sản phẩm. Khi công nghệ sản xuất được cải tiến, nhà sản xuất sẽ cung ứng nhiều hàng hóa, dịch vụ hơn tại mỗi mức giá. Sự cải tiến về công nghệ làm cho đường cung dịch chuyển sang phải, nghĩa là cung tăng lên.

#### 3.2. Giá cả của các yếu tố đầu vào

Giá cả của các yếu tố đầu vào tác động trực tiếp đến chi phí sản xuất và do đó ảnh hưởng đến lượng hàng hóa mà các hãng muốn bán. Nếu giá cả của các yếu tố đầu vào giảm, chi phí sản xuất sẽ giảm; các hãng sẽ muốn cung nhiều hàng hóa hơn, đường cung sẽ dịch chuyển sang phải.

#### 3.3. Chính sách thuế

Đối với các doanh nghiệp thuế là chi phí do vậy một mức thuế thấp hay chính sách miễn giảm thuế, trợ cấp sẽ khuyến khích mở rộng sản xuất làm tăng cung. Ngược lại, thuế cao sẽ làm cho phần thu nhập còn lại ít đi, các doanh nghiệp sẽ thu hẹp quy mô sản xuất, cung giảm xuống.

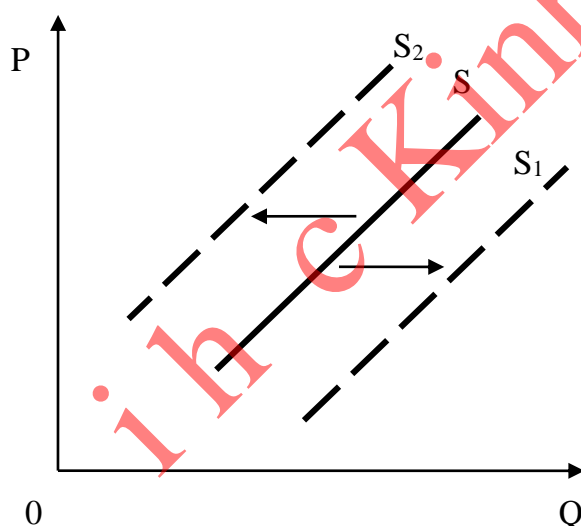
### 3.4. Số lượng người sản xuất

Số lượng người sản xuất có thể ảnh hưởng trực tiếp đến số lượng hàng hóa được bán ra trên thị trường. Số lượng người sản xuất càng nhiều thì lượng cung hàng hóa càng lớn.

### 3.5. Các kỳ vọng

Mọi mong đợi về sự thay đổi giá của hàng hóa, giá của các yếu tố sản xuất, chính sách thuế đều có ảnh hưởng đến cung hàng hóa. Nếu các kỳ vọng thuận lợi đối với sản xuất thì cung sẽ mở rộng và ngược lại.

Khi có sự thay đổi của bất kỳ yếu tố nào ngoài giá sẽ làm cho **đường cung dịch chuyển**. Nếu sự thay đổi nào đó làm tăng lượng cung tại mọi mức giá đường cung sẽ dịch chuyển sang phải ( $S \rightarrow S_1$ ), ngược lại bất kỳ sự thay đổi nào làm giảm lượng cung tại mọi mức giá sẽ làm đường cung dịch chuyển sang trái ( $S \rightarrow S_2$ ).



Hình 2.4. Sự dịch chuyển đường cung

Như vậy, sự vận động dọc theo đường cung là do giá cả bản thân hàng hóa đó thay đổi còn sự dịch chuyển đường cung là do các yếu tố ngoài giá cả hàng hóa thay đổi.

## 4. Hàm cung

Chúng ta có thể biểu diễn mối quan hệ giữa lượng cung và yếu tố khác dưới dạng tổng quát sau:

$$Q_{sx} = f(P_x, P_i, N_{sx} \dots)$$

Trong đó:

$Q_{sx}$ : Lượng cung hàng hóa X

$P_x$ : Giá của hàng hóa X

$P_i$ : Giá của yếu tố đầu vào

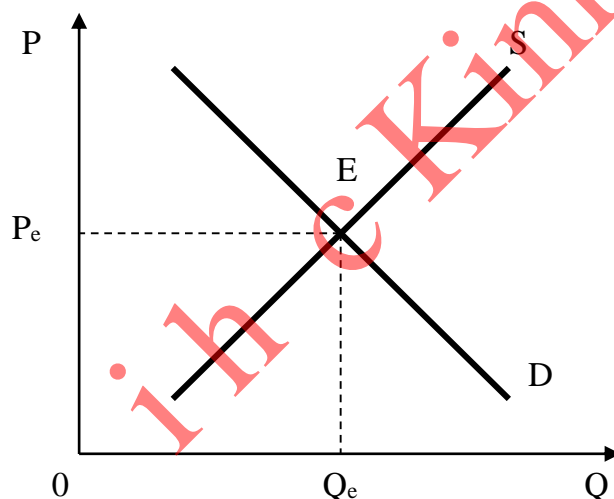
$N_{sx}$ : Số lượng người sản xuất

### III. CÂN BẰNG CUNG CẦU

#### 1. Trạng thái cân bằng

Tác động qua lại giữa cung và cầu xác định giá và sản lượng hàng hóa, dịch vụ được mua và bán trên thị trường. Đường cầu cho biết lượng hàng hóa mà người tiêu dùng muốn mua và đường cung cho biết số lượng hàng hóa mà người sản xuất muốn bán tại các mức giá khác nhau. Khi việc cung ứng một hàng hóa nào đó đủ để thỏa mãn cầu đối với nó thì chúng ta nói rằng thị trường đạt trạng thái cân bằng. Tại trạng thái cân bằng này chúng ta có giá cân bằng và sản lượng cân bằng. Có hai cách xác định trạng thái cân bằng cung cầu:

##### 1.1. Xác định trạng thái cân bằng bằng đồ thị



Hình 2.5. Cân bằng thị trường

Hình 2.5 minh họa đường cung và đường cầu về một loại hàng hóa. Hai đường này cắt nhau tại điểm E, đó là điểm cân bằng của thị trường với mức giá cân bằng  $P_e$  sản lượng cân bằng  $Q_e$ . Đây chính là lượng hàng mà người tiêu dùng muốn mua và người sản xuất muốn bán.

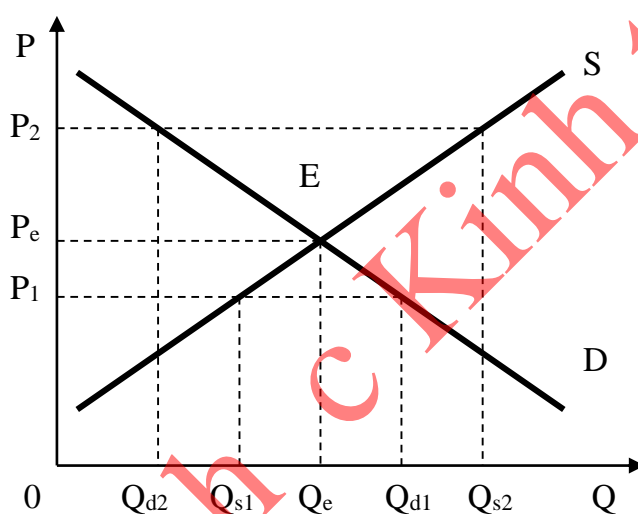
##### 1.2. Xác định cân bằng thị trường bằng toán học

Chúng ta cũng có thể xác định cân bằng thị trường bằng công cụ toán học. Giả sử phương trình đường cung là  $Q_s = f(P)$  và phương trình đường cầu là  $Q_d = g(P)$ . Giải phương trình  $Q_s = Q_d$  hay  $f(P) = g(P)$  ta sẽ thu được giá cân bằng và sản lượng cân bằng.

## 2. Sự điều chỉnh của thị trường

Trong thị trường cạnh tranh như thị trường nông sản hàng triệu người tiêu dùng và hàng ngàn người sản xuất kinh doanh đưa ra các quyết định mua và bán một cách độc lập. Vậy mà tất cả người sản xuất đều bán được và mọi người tiêu dùng đều mua được lượng hàng hóa mà họ mong muốn. Điều đó xảy ra nhờ các lực lượng thị trường tự phối hợp hành động với nhau để đạt được trạng thái cân bằng thị trường. Adam Smith đã gọi cơ chế xác định giá thị trường là *bàn tay vô hình*.

Vậy điều gì làm cho thị trường đạt được trạng thái cân bằng? Nếu giá khác với mức giá cân bằng thì hành vi của người sản xuất và người tiêu dùng sẽ thay đổi như thế nào? Sự điều chỉnh này được minh họa ở hình 2.6.



Hình 2.6. Điều chỉnh của thị trường

Giả sử giá hàng hóa ban đầu là  $P_1$  (thấp hơn giá cân bằng  $P_e$ ) người sản xuất chỉ muốn bán ở mức  $Q_{s1}$  trong khi người tiêu dùng lại muốn mua  $Q_{d1}$ . Tại mức giá này lượng cầu khác với lượng cung, thị trường ở trạng thái **mất cân bằng**. Trên thị trường có hiện tượng **cầu vượt** một lượng  $Q_{d1} - Q_{s1}$ , hay còn gọi là **thiếu hụt** hàng hóa.

Một số người tiêu dùng may mắn sẽ mua được hàng hóa với giá  $P_1$ . Nhiều người tiêu dùng khác không thể tìm được người bán với mức giá đó, họ sẽ làm gì? Một vài người trong số họ sẵn sàng trả mức giá cao hơn  $P_1$  để có được hàng hóa. Và một số người bán nhận ra những người tiêu dùng đó có thể sẽ nâng giá lên. Tất cả những hành vi như vậy của người mua và người bán sẽ làm cho giá thị trường tăng lên. Giá tăng làm cho lượng hàng mà người sản xuất muốn bán tăng lên và lượng hàng người tiêu dùng muốn mua sẽ giảm xuống. Sức ép tăng giá này sẽ tiếp tục cho tới khi đạt được mức giá cân bằng  $P_e$ , tại đó cả người mua và người bán đều không muốn thay đổi hành vi của họ.



Ngược lại, nếu ban đầu giá cao hơn mức cân bằng  $P_e$  thì người bán sẽ muốn bán nhiều hơn lượng hàng người mua muốn mua. Chẳng hạn khi mức giá là  $P_2$  thì người bán sẽ muốn bán  $Q_{s2}$  nhưng người mua chỉ muốn mua ở mức  $Q_{d2}$  (hình 2.6), gây nên tình trạng **cung vượt** hay **dư thừa** hàng hóa, thị trường ở trạng thái **mất cân bằng**. Tuy nhiên trong trường hợp này không phải tất cả những người sản xuất đều bán lượng hàng mà họ mong muốn. Họ phải chi thêm các khoản chi phí để bảo quản, cất giữ hàng hóa; chính điều này đã thôi thúc các nhà sản xuất giảm giá bán để thu hút thêm khách hàng. Giá sẽ giảm đến mức cân bằng  $P_e$ , tại đó không còn hiện tượng dư thừa và không còn sức ép giảm giá nữa.

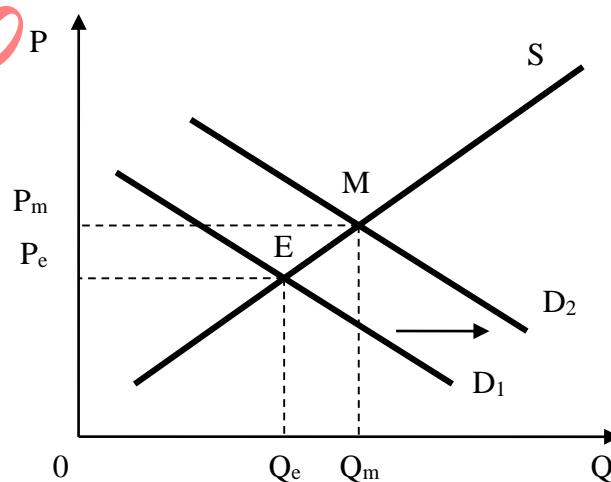
Như vậy, tại bất cứ mức giá nào khác mức giá cân bằng, hoặc người tiêu dùng hoặc người sản xuất không thể mua hoặc bán được một lượng hàng hóa mà họ mong muốn. Họ sẽ hành động để làm cho giá quay trở lại trạng thái cân bằng, tại đó không còn hiện tượng dư thừa hay thiếu hụt hàng hóa.

### 3. Thay đổi trạng thái cân bằng

Cân bằng thị trường không phải là một trạng thái vĩnh cửu mà nó có thể thay đổi khi các yếu tố của cung và cầu thay đổi. Các yếu tố đó thay đổi sẽ làm dịch chuyển đường cung và đường cầu, trạng thái cân bằng mới được thiết lập.

#### 3.1. Cầu thay đổi, cung cố định

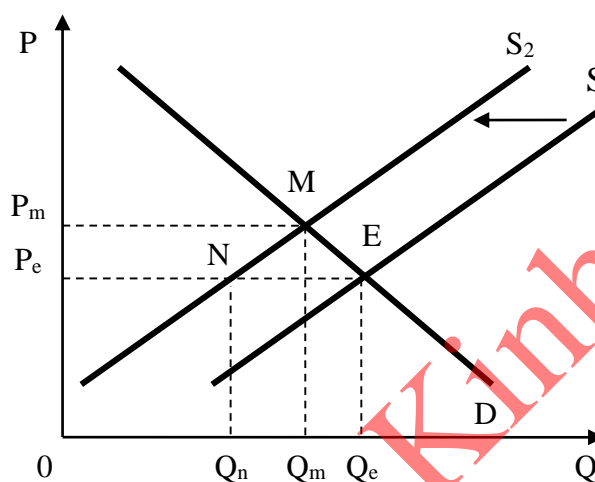
Giả sử giá thịt bò tăng lên, lúc này người tiêu dùng sẽ mua nhiều thịt lợn hơn vì thịt lợn là hàng hóa thay thế cho thịt bò. Kết quả là đường cầu đối với thịt lợn dịch chuyển sang phải từ  $D_1$  đến  $D_2$  (hình 2.7). Thị trường hình thành điểm cân bằng mới tại  $M$  ( $P_m, Q_m$ ) với giá cả và lượng cân bằng đều tăng. Ở đây, giá thịt bò tăng dẫn đến sự dịch chuyển của đường cầu và sự vận động dọc theo đường cung đối với thịt lợn. Tương tự trong trường hợp đường cầu về thịt lợn dịch chuyển sang trái còn đường cung cố định thì giá và sản lượng cân bằng mới đều giảm.



Hình 2.7. Tác động của sự dịch chuyển đường cầu

### 3.2. Cung thay đổi, cầu cố định

Giả sử chi phí cho chăn nuôi lợn tăng lên, đường cung thịt lợn dịch chuyển sang trái từ  $S_1$  đến  $S_2$  (hình 2.8). Tại mọi mức giá, những người nuôi lợn đều muốn cung ít hơn so với trước kia khi chi phí chưa tăng. Tại mức giá cân bằng ban đầu  $P_e$  người tiêu dùng muốn mua một lượng thịt là  $Q_e$ , nhưng khi chi phí tăng người nuôi lợn chỉ muốn bán một lượng  $Q_n$ . Vậy lượng cầu dư sẽ là  $(Q_e - Q_n)$ . Dưới sức ép thị trường đã làm thay đổi trạng thái cân bằng mới tại  $M (P_m, Q_m)$ .

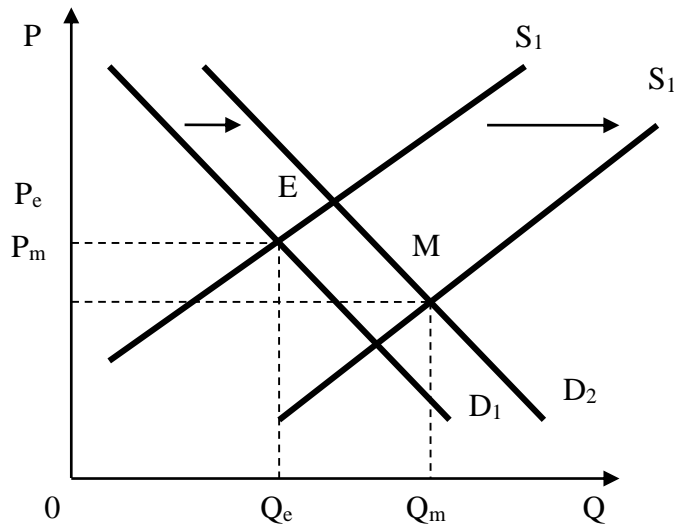


Hình 2.8. Tác động của sự dịch chuyển đường cung

Sự gia tăng giá cả đầu vào cho nuôi lợn đã làm tăng giá cân bằng nhưng làm giảm lượng cân bằng. Trong trường hợp đường cung dịch chuyển sang phải sẽ làm giá cân bằng giảm và lượng cân bằng tăng. Như vậy, đường cung dịch chuyển gây ra sự vận động dọc theo đường cầu.

### 3.3. Sự thay đổi cả cung và cầu

Trong thực tế các nhân tố của cả cung và cầu thay đều có thể thay đổi và do đó trạng thái cân bằng của thị trường cũng luôn thay đổi. Có thể cả cung và cầu hoặc cùng tăng hoặc cùng giảm, cung giảm cầu tăng, cầu giảm cung tăng. Ta xét một trường hợp cụ thể (hình 2.9): Trong những năm qua nhu cầu sử dụng máy vi tính tăng lên rất nhiều, điều đó được minh họa bằng sự dịch chuyển đường cầu từ  $D_1$  đến  $D_2$ . Tuy nhiên, do sự cải tiến về công nghệ sản xuất cùng với sự xuất hiện ngày nhiều hãng máy tính đã làm cho cung tăng nhanh, đường cung dịch chuyển từ  $S_1$  đến  $S_2$ . Kết quả là giá cân bằng của máy tính giảm ( $P_e$  đến  $P_m$ ) và lượng cân bằng tăng lên ( $Q_e$  đến  $Q_m$ ).



Hình 2.9. Tác động của sự dịch chuyển cả đường cung và đường cầu

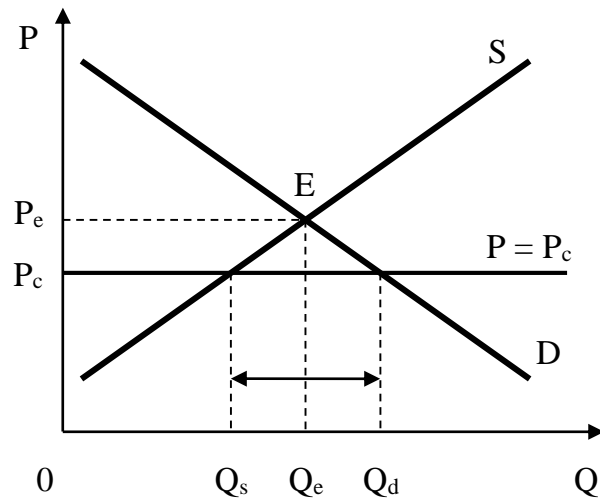
#### 4. Sự can thiệp của Chính phủ vào thị trường

##### 4.1. Các biện pháp trực tiếp

###### Giá trần (Price ceiling):

Giá trần là mức giá cao nhất mà chính phủ ấn định cho một mặt hàng cụ thể nhằm mục đích bảo vệ lợi ích người tiêu dùng. Giá trần thường thấp hơn giá cân bằng và người sản xuất không được đặt giá cao hơn mức giá trần đó. Chính phủ đặt ra giá trần vì trong một vài trường hợp nếu để thị trường tự do điều tiết sẽ gây bất lợi cho người tiêu dùng, ví dụ như giá thuê nhà cho sinh viên, người cô đơn, giá thuốc chữa bệnh, giá xăng dầu,...

Giả sử ban đầu thị trường một loại hàng hóa cân bằng tại điểm E ( $P_e, Q_e$ ). Để bảo vệ người tiêu dùng Chính phủ đặt giá trần là  $P_c < P_e$  (hình 2.10), với mức giá này người tiêu dùng muốn mua một lượng là  $Q_d$  nhưng người sản xuất chỉ muốn bán một lượng  $Q_s$ . Do vậy, tồn tại hiện tượng dư cầu hay thiếu hụt hàng hóa một lượng là  $Q_d - Q_s$ . Một số khách hàng may mắn có thể mua hàng với giá rẻ nhưng rất nhiều người khác không thể mua được hàng hóa. Trong trường hợp này người bán có thể chỉ bán cho bạn bè, người thân của họ hoặc người mua phải trả thêm ít tiền cho người bán, nhìn chung hiện tượng xếp hàng là phổ biến.



**Hình 2.10. Tác động của giá trần**

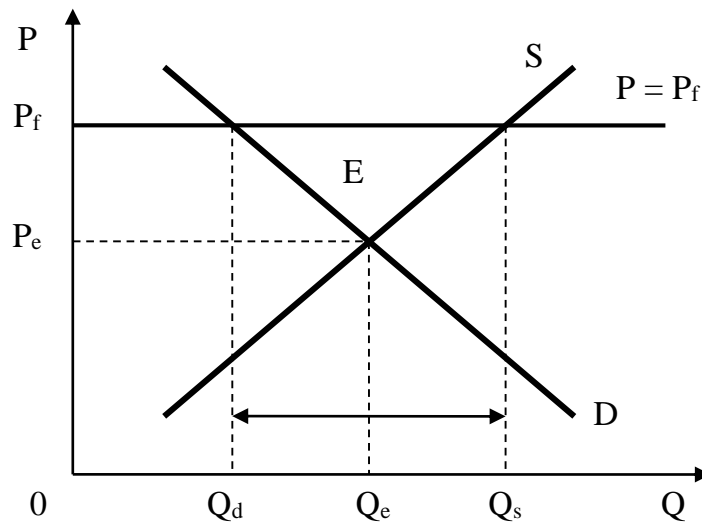
Mục đích của giá trần là để bảo vệ người tiêu dùng nhưng đôi khi nó còn tạo ra nhu cầu giả tạo và ảnh hưởng xấu đến chất lượng hàng hóa do người sản xuất mất động cơ kinh doanh. Như vậy, để chính sách giá trần mang lại hiệu quả Chính phủ cần biết cách kết hợp với các chính sách kèm theo như: Có lượng dự trữ hàng hóa đúng bằng lượng hàng hóa thiếu hụt khi đưa ra giá trần.

Trường hợp Chính phủ đặt mức giá trần là  $P_c > P_e$ , các lực lượng thị trường sẽ đẩy nền kinh tế về trạng thái cân bằng một cách tự nhiên và giá trần không gây ra ảnh hưởng gì.

#### **Giá sàn (Price Floor):**

Giá sàn là mức giá thấp nhất mà Chính phủ ấn định cho một loại hàng hóa cụ thể nhằm bảo vệ lợi ích của người sản xuất trong trường hợp giá thị trường quá thấp. Giá sàn thường cao hơn giá cân bằng và người sản xuất không được đặt mức giá thấp hơn giá sàn đó. Chính phủ thường đặt giá sàn trong thu mua nông sản, giá thuê lao động....

Ví dụ, để bảo vệ người sản xuất Chính phủ đặt giá sàn cho một loại hàng hóa là  $P_f$  (hình 2.11) cao hơn giá cân bằng ban đầu  $P_e$  ( $P_f > P_e$ ); khi đó người sản xuất muốn bán một lượng  $Q_s$  nhưng người tiêu dùng chỉ muốn mua một lượng  $Q_d$ , gây nên tình trạng dư cung ( $Q_s - Q_d$ ).



Hình 2.11. Tác động của giá sàn

Hoặc là để bảo vệ lợi ích người lao động Chính phủ quy định mức tiền lương tối thiểu, điều này lại gây ra sự dư thừa lao động làm cho số lao động thất nghiệp tăng lên. Như vậy, việc quy định mức tiền công tối thiểu một mặt mang lại lợi ích cho một số người lao động có việc làm nhưng mặt khác lại làm hại đến những người lao động bị thất nghiệp.

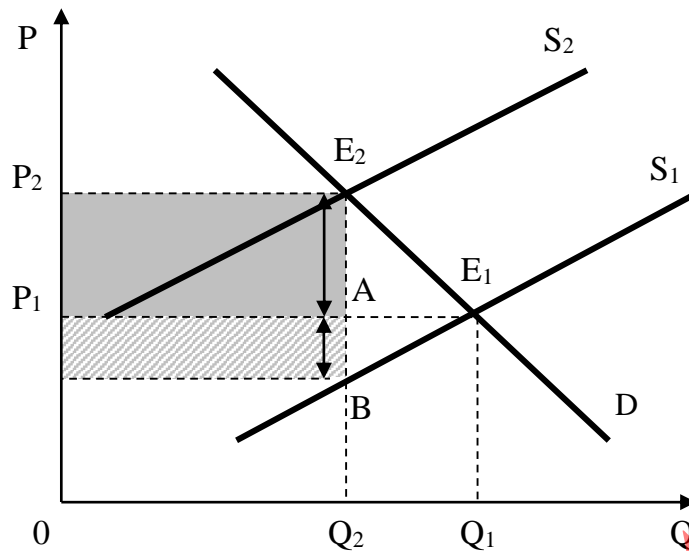
Khi Chính phủ thiết lập mức giá sàn thấp hơn giá cân bằng thị trường, các lực lượng thị trường sẽ đẩy nền kinh tế trở về trạng thái cân bằng tự nhiên và giá sàn không có tác dụng gì.

#### 4.2. Các biện pháp gián tiếp

##### **Thuế (Tax):**

Trong thực tế, đôi khi chính phủ xem việc đánh thuế như một hình thức phân phối lại thu nhập hay hạn chế việc sản xuất, tiêu dùng một loại hàng hóa dịch vụ nào đó.

Giả sử Chính phủ đánh thuế  $t$  đồng trên một đơn vị hàng hóa, phản ứng của người sản xuất là họ muốn đặt một mức giá cao hơn trước  $t$  đồng tại mọi lượng hàng được bán ra. Điều này có nghĩa là đường cung dịch chuyển song song lên trên một đoạn đúng bằng khoản thuế  $t$  (hình 2.12). Trên đồ thị giá cân bằng tăng từ  $P_1$  lên  $P_2$  và lượng cân bằng giảm từ  $Q_1$  xuống  $Q_2$ . Giá cân bằng cao hơn nghĩa là người sản xuất đã chuyển một phần gánh nặng thuế sang người tiêu dùng  $AE_2 = (P_2 - P_1)$  [phần in đậm]; nhưng người sản xuất cũng phải gánh chịu một phần thuế là  $t - AE_2$  [phần gạch chéo].



**Hình 2.12. Tác động thuế**

Có thể áp dụng cùng một cách phân tích như vậy với rất nhiều loại thuế khác nhau. Sử dụng công cụ này, chúng ta có thể biết được thuế thuộc là ảnh hưởng đến giá cả và tiêu dùng như thế nào; thuế quan hay thuế nhập khẩu ảnh hưởng đến ngoại thương ra sao; và làm cách nào thuế bất động sản, thuế bảo hiểm xã hội và thuế lợi nhuận doanh nghiệp tác động đến giá đất, tiền lương và lãi suất.

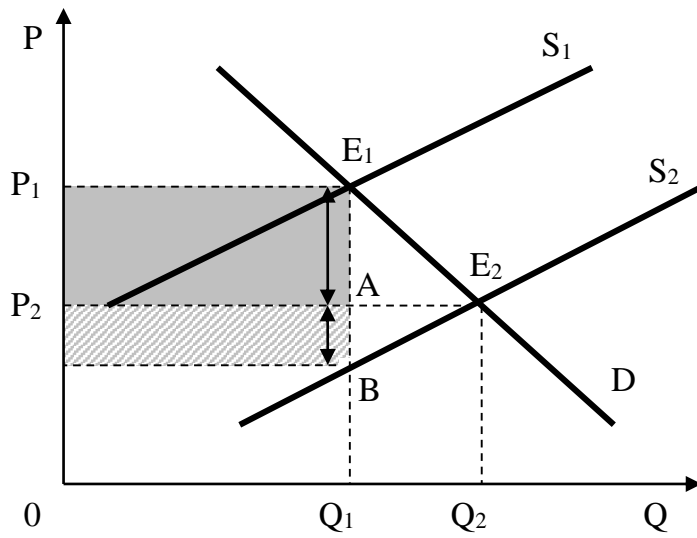
Dù thuế đánh vào đối tượng nào đi nữa thì cả người sản xuất và người tiêu dùng đều phải gánh chịu, cho nên nó đã gây ra cho xã hội những tổn thất không mong muốn.

### **Trợ giá (Price support)**

Ngược lại với đánh thuế Chính phủ có thể khuyến khích việc sản xuất hoặc tiêu dùng bằng việc trợ cấp một khoản tiền nào đó trên một đơn vị hàng hóa bán ra.

Giả sử Chính phủ trợ cấp  $s$  đồng trên mỗi đơn vị hàng hóa, người sản xuất có thể cung ứng mức sản lượng cao hơn trước ở mọi mức giá. Đường cung dịch chuyển sang phải hay xuống dưới một khoảng đúng bằng khoảng trợ cấp  $s$  (hình 2.13). Trên đồ thị giá cân bằng giảm từ  $P_1$  đến  $P_2$  và lượng cân bằng tăng từ  $Q_1$  lên  $Q_2$ . Giá cân bằng thấp hơn nghĩa là người tiêu dùng được hưởng lợi về giá một khoản là  $E_1A = P_1 - P_2$  và người sản xuất được hưởng lợi từ trợ cấp một khoản là  $AB = s - AE_1$ .

Mặc dù chính sách trợ cấp được đưa ra nhằm mục đích khuyến khích sản xuất và tiêu dùng nhưng nó lại làm tăng chi tiêu của Chính phủ, làm giảm động cơ sản xuất kinh doanh, giảm động cơ tìm kiếm việc làm.



Hình 2.13 Tác động của trợ cấp

Trợ cấp

Thị trường Kinh tế Hu

## CÂU HỎI ÔN TẬP

**Câu 1:** Trình bày khái niệm cầu? Tại sao đường cầu có độ dốc âm? Nêu các yếu tố làm dịch chuyển đường cầu? Cho ví dụ và minh họa bằng đồ thị?

**Câu 2:** Trình bày khái niệm cung? Tại sao đường cung có độ dốc dương? Nêu các yếu tố làm dịch chuyển đường cung? Cho ví dụ và minh họa bằng đồ thị?

**Câu 3:** Hãy dùng đồ thị về cung - cầu để mô tả tác động của từng sự kiện sau đây đến giá và số lượng xe gắn máy được mua bán trên thị trường:

- Giá xăng tăng lên.
- Hệ thống xe buýt phát triển tốt hơn.
- Mức thu nhập trung bình của người dân tăng lên.
- Chính phủ tăng thuế đối với sản xuất xe gắn máy.

**Câu 4:** Hãy dùng đồ thị về cung - cầu để giải thích tại sao khi được mùa, giá lúa thường có xu hướng giảm và ngược lại khi mất mùa giá lúa lại có xu hướng tăng?

**Câu 5:** Giả sử chính phủ ấn định mức giá trần cho thịt bò và gà dưới mức giá cân bằng. Hãy giải thích vì sao sẽ xảy ra tình trạng khan hiếm các hàng hóa này và những yếu tố nào sẽ ảnh hưởng đến quy mô của sự khan hiếm này? Nếu thịt bò là khan hiếm thì điều gì sẽ xảy ra đối với giá thịt heo?

**Câu 6:** Trong những tập hợp hàng hóa sau đây, tập hợp nào là hàng hóa thay thế và tập hợp nào là hàng hóa bổ sung?

- Lốp toán và lốp kinh tế
- Bóng và vợt để chơi quần vợt
- Thịt bò và tôm
- Chuyến đi bằng máy bay và bằng tàu hỏa đến cùng một địa điểm.

**Câu 7:** Những hàng hóa dưới đây bạn cho là “hàng thứ cấp” hay “hàng bình thường”?

- Ti-vi màu
- Cà phê
- Gạo
- Ti-vi đen trắng
- Lốp xe ép lại

**Câu 8:** Sự kiện nào dưới đây có thể là nguyên nhân làm tăng giá nhà?

- Việc xây nhà giảm đi
- Các tổ chức xây dựng nhà tăng việc cho thuê nhà
- Tăng tiền lãi thế chấp
- Các cơ quan chính quyền tăng việc bán nhà công cho những người muốn thuê.



## BÀI TẬP

**Bài 1.** Giả sử có các số liệu sau về lượng cung và cầu của đậu phộng rang trên thị trường

Giá P (đơn vị tiền)	Q <sub>D</sub> (triệu hộp/năm)	Q <sub>S</sub> (triệu hộp/năm)
8	70	10
16	60	30
24	50	50
32	40	70
40	30	90

- Vẽ đường cung, đường cầu đậu phộng rang và viết phương trình của chúng.
- Nếu giá được định ở mức 8 đơn vị tiền (đvt) thì thừa hay thiếu là bao nhiêu?
- Nếu giá được định ở mức 32 đvt thì thừa hay thiếu là bao nhiêu?
- Hãy tìm giá và sản lượng cân bằng.
- Giả sử, sau khi thu nhập của người tiêu dùng tăng, thì cầu tăng lên 15 triệu hộp/năm. Tìm giá và sản lượng cân bằng mới. Vẽ hình.

**Bài 2.** Giả sử có các số liệu sau về cung và cầu của hàng hóa X:

Giá (đơn vị tiền)	Q <sub>D</sub> (đơn vị/năm)	Q <sub>S</sub> (đơn vị/năm)
15	50	35
16	48	38
17	46	41
18	44	44
19	42	47
20	40	50

- Vẽ đồ thị của cung và cầu đối với hàng hóa này?
- Xác định giá và số lượng cân bằng?
- Giả sử chính phủ đánh thuế 5 đơn vị tiền trên mỗi đơn vị sản phẩm. Hãy vẽ lại đường cung sau khi đánh thuế. Xác định giá và số lượng cân bằng mới.

**Bài 3.** Hàm số cầu và cung của lương thực trên thị trường có dạng:

$$Q_D = 120 - 20P$$

$$Q_S = -30 + 40P$$

- Xác định giá và sản lượng cân bằng trên thị trường. Vẽ đồ thị minh họa điểm cân bằng của thị trường.

b. Giả sử nhà nước quy định mức giá là 4 đơn vị tiền thì lượng thừa hay thiếu lương thực trên thị trường là bao nhiêu?

c. Giả sử do dân số tăng nhanh làm cho cầu tăng thêm 20%. Tìm giá và sản lượng cân bằng mới.

**Bài 4.** Hàm số cầu và cung của một hàng hóa như sau:

$$Q_D = 80 - 10P \quad \text{và} \quad Q_S = -70 + 20P$$

a. Xác định giá và sản lượng cân bằng trên thị trường. Nếu giá được quy định là 3 đơn vị tiền thì trên thị trường sản phẩm sẽ dư thừa hay thiếu hụt? Bao nhiêu?

b. Giả sử chính phủ đánh thuế 3 đơn vị tiền trên 1 đơn vị hàng hóa bán ra. Tính giá và sản lượng cân bằng mới. Tính số thuế mà người mua và người bán phải chịu.

c. Giả sử do cải tiến công nghệ nên các nhà sản xuất cung ứng nhiều hơn. Dự đoán sự thay đổi của giá và sản lượng cân bằng. Vẽ đồ thị minh họa?

**Bài 5.** Hàm số cầu của lúa hàng năm có dạng:

$$Q_D = 600 - 0,1P$$

Trong đó: đơn vị tính của Q là tấn và P là đồng/kg

Sản lượng thu hoạch lúa năm nay  $Q_S = 500$ .

a. Xác định giá lúa trên thị trường, thu nhập của người nông dân. Vẽ đồ thị.

b. Để bảo hộ sản xuất chính phủ ấn định mức giá tối thiểu là 1500đ/kg và cam kết mua hết phần lúa dư. Vậy chính phủ phải mua bao nhiêu lúa và chi bao nhiêu tiền?

c. Trong trường hợp chính phủ không can thiệp vào thị trường mà trợ cấp cho nông dân 500đ/kg theo khối lượng bán ra. Tính số tiền mà chính phủ phải trợ cấp. Theo anh (chị) giải pháp nào có lợi cho Chính phủ, người nông dân, cho người tiêu dùng?

d. Bây giờ chính phủ bỏ chính sách khuyến nông, chuyển sang đánh thuế 100đ/kg. Tìm mức giá cân bằng mới? Ai là người phải chịu thuế? Giá thực tế mà người nông dân nhận được là bao nhiêu?

**Bài 6:** Hàm số cầu và hàm số cung của một sản phẩm được cho dưới đây:

$$\text{Cầu: } P = (-1/2) Q_D + 100 \quad \text{và} \quad \text{Cung: } P = Q_S + 10$$

(đơn vị của P là đồng, đơn vị của Q là kg)

1. Hãy tìm điểm cân bằng của thị trường

2. Hãy tính thặng dư sản xuất, thặng dư tiêu dùng, và thặng dư toàn xã hội. Giả sử Chính Phủ đánh thuế 5 đồng/đvsp. Tổn thất của Xã hội do thuế gây ra là bao nhiêu?

3. Nếu nhà nước áp đặt mức giá trần cho sản phẩm là 50 đồng, hãy tính khoản tổn thất (mất mát) vô ích của phúc lợi xã hội và hãy giải thích tại sao lại có khoản tổn thất này.

**Bài 7:** Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới. Hàm cầu về gạo của Việt Nam năm 2000 là:  $Q_D = 30 - 3P$

Trong đó, cầu tiêu dùng trong nước là:  $Q_{DN} = 20 - 2P$

Hàm cung về gạo trong nước là:  $Q_S = 18 + P$

(P tính bằng 1000đ/kg, Q tính bằng triệu tấn)

Giả sử cầu xuất khẩu giảm 50%

a. Giá gạo trên thị trường tự do thay đổi như thế nào? Nông dân có lí do gì để lo lắng không?

b. Giả sử Chính phủ muốn mua một lượng gạo hàng năm sao cho giá gạo tăng lên 2500đ/kg khi cầu xuất khẩu gạo giảm, thì Chính phủ sẽ mua bao nhiêu gạo và chi bao nhiêu tiền mỗi năm?

c. Nếu Chính phủ trợ cấp cho người nông dân 1050đ/kg, giá và sản lượng cân bằng thay đổi như thế nào? Người tiêu dùng và người nông dân được lợi bao nhiêu từ chương trình này? Giá mà họ thực sự nhận được là bao nhiêu?

Câu 8: Cầu về thuê phòng ở ký túc xá của một trường trường Đại học là:

$$Q_D = 600 - 0,5P$$

Cung về phòng cho thuê của trường là 300 phòng.

P tính bằng 1000đ/phòng/tháng

a. Giá cho thuê phòng ký túc xá là bao nhiêu?

b. Nếu Nhà nước quy định giá cho thuê là 400.000đ/phòng/tháng thì ai sẽ được lợi, ai chịu thiệt? Xác định khoản lợi ích hay thiệt hại này?

c. Để cho giá cho thuê phòng giảm xuống còn 300.000đ/phòng/tháng thì trường phải xây dựng thêm bao nhiêu phòng nữa?

**Câu 3:** Sản phẩm A có đường cầu là  $P = 25 - 9Q$  và đường cung là  $P = 4 + 3,5Q$

P tính bằng đồng/sản phẩm và Q tính bằng tỷ sản phẩm.

1. Xác định mức giá và sản lượng khi thị trường cân bằng.

2. Xác định thặng dư của người tiêu dùng khi thị trường cân bằng.

3. Để đảm bảo lợi ích cho người tiêu dùng, chính phủ dự định đưa ra hai giải pháp như sau:

Giải pháp 1: Ấn định giá bán tối đa trên thị trường là 8 đồng/sản phẩm và nhập khẩu lượng sản phẩm thiếu hụt trên thị trường với giá 11 đồng/sản phẩm.

Giải pháp 2: Trợ cấp cho người tiêu dùng 2 đồng/sản phẩm và không can thiệp vào giá thị trường.

Theo bạn thì giải pháp nào có lợi nhất:

a. Theo quan điểm của chính phủ

b. Theo quan điểm của người tiêu dùng.

4. Giả sử chính phủ áp dụng chính sách giá tối đa 8 đồng/đvsp đối với sản phẩm A thì lượng cầu sản phẩm B tăng từ 5 tỷ sản phẩm lên 7 tỷ sản phẩm. Hãy cho biết mối quan hệ giữa sản phẩm A và sản phẩm B?

5. Nếu bây giờ chính phủ không áp dụng hai giải pháp trên, mà chính phủ đánh thuế các nhà sản xuất 2 đồng/sản phẩm.

a. Xác định giá bán và sản lượng cân bằng trên thị trường?

b. Xác định giá bán thực tế mà nhà sản xuất nhận được?

c. Các nhà sản xuất hay người tiêu dùng gánh chịu thuế? Bao nhiêu?

d. Thặng dư của người sản xuất và người tiêu thay đổi như thế nào so với khi chưa bị đánh thuế

## CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Cầu - Cung	Demand - Supply
Lượng cầu - Lượng cung	Quantity demanded - Quantity supplied
Đường cầu - Đường cung	Demand curve - Supply curve
Giá và lượng cân bằng	Equilibrium price and quantity
Hàng hóa thay thế	Substitutes
Hàng hóa bổ sung	Complement
Hàng hóa thông thường	Normal goods
Hàng hóa thứ cấp	Inferior goods
Hàng hóa thiết yếu	Necessities
Hàng hóa xa xỉ	Luxury goods
Dư thừa - Thiếu hụt	Surplus - Shortage
Giá trần - Giá sàn	Ceiling Price - Floor Price
Trợ giá	Price support

Tr  
ng

## Chương III. ĐỘ CO GIÃN

### Mục tiêu của chương:

Chương 3 giúp sinh viên hiểu được các khái niệm về co giãn của cầu, các loại co giãn của cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến độ co giãn của cầu. Từ đó có thể phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến cầu một cách chính xác hơn.

### I. ĐỘ CO GIÃN CỦA CẦU

*Độ co giãn của cầu là thước đo phản ứng của lượng cầu khi các yếu tố tác động đến nó thay đổi.*

Nó là tỷ lệ phần trăm thay đổi của lượng cầu chia cho tỷ lệ phần trăm thay đổi của các yếu tố ảnh hưởng đến cầu, với điều kiện các yếu tố khác không đổi.

Tùy vào các yếu tố tác động đến cầu mà ta có các loại co giãn của cầu khác nhau. Ở đây chúng ta sẽ nghiên cứu 3 loại co giãn của cầu cơ bản sau:

1. Co giãn của cầu theo giá cả hàng hóa
2. Co giãn của cầu theo thu nhập
3. Co giãn chéo của cầu theo giá hàng hóa liên quan

#### 1. Co giãn của cầu theo giá cả hàng hóa

##### 1.1. Khái niệm

Co giãn của cầu theo giá cả hàng hóa là thước đo phản ứng của cầu khi giá cả bản thân hàng hóa đó thay đổi, với điều kiện các yếu tố khác không đổi.

##### Công thức

$$E_{DX} = \frac{\% \Delta Q_{DX}}{\% \Delta P_X}$$

Trong đó:  $E_{DX}$ : Độ co giãn của cầu theo giá hàng hóa X

$\% \Delta Q_{DX}$ : Phần trăm thay đổi của lượng cầu hàng hóa X

$\% \Delta P_X$ : Phần trăm thay đổi của giá hàng hóa X

\* Độ co giãn có giá trị âm vì lượng cầu và giá cả hàng hóa thay đổi ngược chiều nhau. Tuy nhiên trong tính toán người ta thường lấy giá trị tuyệt đối.

##### 1.2. Cách tính hệ số co giãn

Hệ số co giãn được trình bày ở trên có thể được tính theo hai trường hợp: Co giãn khoảng và co giãn điểm.

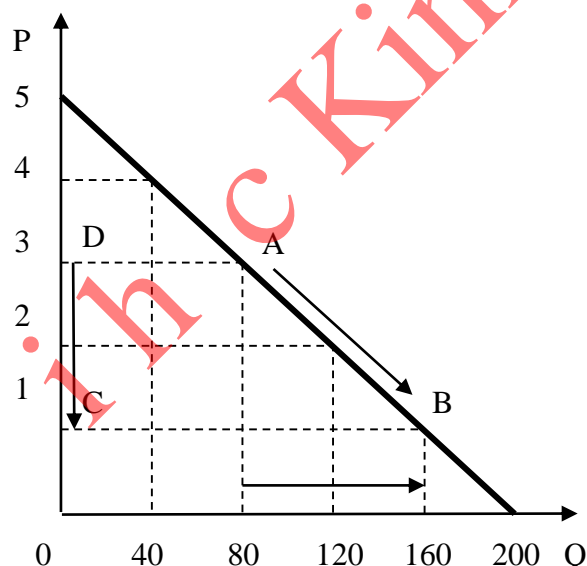
##### Co giãn khoảng

Co giãn khoảng là sự co giãn trên một khoảng hữu hạn nào đó của đường cầu (hay đường cung).

Ví dụ: Hãy xác định độ co giãn của cầu về thị trường kẹo sôcôla có biểu cầu và đường cầu như sau:

Giá (1000đ)	Lượng cầu (tr.thanh/năm)
0	200
1	160
2	120
3	80
4	40
5	0

Biểu cầu kẹo sôcôla



Hình 3.1. Đường cầu kẹo sôcôla

Chú ý: Khi tính hệ số co giãn có hai yêu cầu được đặt ra.

*Thứ nhất:* Mục đích tính toán ở đây là so sánh quan hệ giữa sự thay đổi của lượng cầu so với sự thay đổi của các yếu tố tác động đến cầu. Tuy nhiên, giữa chúng lại khác nhau về đơn vị đo, do vậy ta phải so sánh tỷ lệ thay đổi phần trăm chứ không phải so sánh sự thay đổi về giá trị tuyệt đối.

*Thứ hai:* Độ co giãn tính được phải đúng cho cả trường hợp vận động trên đường cầu từ điểm A đến điểm B cũng như từ điểm B đến điểm A. Muốn vậy, chúng ta phải tính co giãn của cầu ở trung điểm của AB.

Ta có các công thức tính độ co giãn của cầu theo giá như sau:

$$E_{DX} = \frac{\frac{\Delta Q_{DX}}{Q_{DX}}}{\frac{\Delta P_X}{P_X}} = \frac{\frac{Q_{2x} - Q_{1x}}{(Q_{2x} + Q_{1x})/2}}{\frac{P_{2x} - P_{1x}}{(P_{2x} + P_{1x})/2}} = \frac{Q_{2x} - Q_{1x}}{Q_{2x} + Q_{1x}} \cdot \frac{P_{2x} + P_{1x}}{P_{2x} - P_{1x}}$$

Ví dụ: Tính hệ số co giãn của cầu Sôcôla khi giá giảm từ 3000đ xuống 1000đ/thanh.

$$E_{DX} = \frac{\frac{160 - 80}{160 + 80}}{\frac{1 - 3}{1 + 3}} = -0,67\%$$

Con số - 0,67% nói lên rằng khi giá cả thay đổi 1% sẽ làm cho lượng cầu thay đổi 0,67%. Số âm của hệ số co giãn phản ánh quan hệ ngược chiều giữa lượng cầu và giá.

**Co giãn điểm:** Co giãn điểm là độ co giãn trên một điểm của đường cầu (hay đường cung).

Ta tính độ co giãn tại một điểm ( $P_0, Q_0$ ) trên đường cầu khi sự thay đổi của giá cả là rất nhỏ.

$$E_{DX} = \frac{\frac{\Delta Q_{DX}/Q_{DX}}{\Delta P_{DX}/P_{DX}}}{\Delta P_{DX}/P_{DX}} = \frac{\Delta Q_{DX}}{\Delta P_{DX}} \times \frac{P_0}{Q_0}$$

Trong trường hợp hàm cầu là tuyến tính, có dạng:  $Q_x = a.P_x + b$  ( $a < 0, b > 0$ ), tỷ số  $\Delta Q_{DX}/\Delta P_{DX}$  chính là hệ số góc ( $a$ ) của hàm cầu, nên độ co giãn của cầu theo giá tại ( $P_0, Q_0$ ) được xác định là  $E_{DX} = a.P_0/Q_0$ .

Trường hợp hàm cầu là phi tuyến tính (đường cầu là đường cong), để tính độ co giãn tại một điểm ( $P_0, Q_0$ ) trước hết ta kẻ tiếp tuyến với đường cầu tại điểm này để xác định độ dốc  $\Delta Q_{DX}/\Delta P_{DX}$ , sau đó áp dụng công thức:

$$E_{DX} = \frac{\frac{\Delta Q_{DX}/Q_{DX}}{\Delta P_{DX}/P_{DX}}}{\Delta P_{DX}/P_{DX}} = \frac{\Delta Q_{DX}}{\Delta P_{DX}} \times \frac{P_0}{Q_0}$$

Ví dụ: Qua khảo sát thị trường, một doanh nghiệp xác định được phương trình đường cầu thị bò như sau:  $Q = 200 - 2P$ .



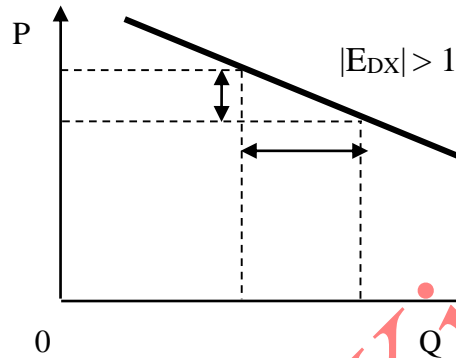
Độ co giãn của cầu tại điểm  $P = 50, Q = 100$  là:

$$E_{DX} = \frac{-2}{1} \times \frac{50}{100} = -1$$

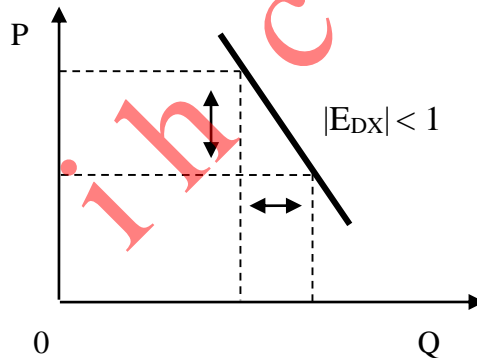
### 1.3. Phân loại co giãn

Kết quả tính toán có thể xảy ra các trường hợp sau:

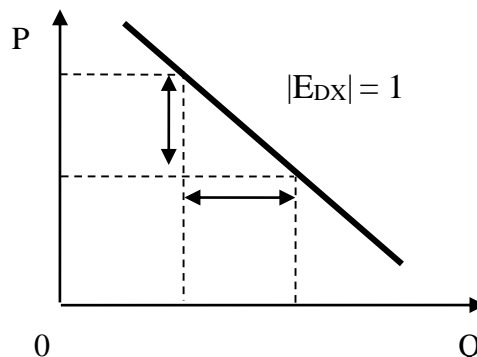
- Nếu  $\% \Delta Q_{DX} > \% \Delta P_X, |E_{DX}| > 1$ , cầu co giãn tương đối.



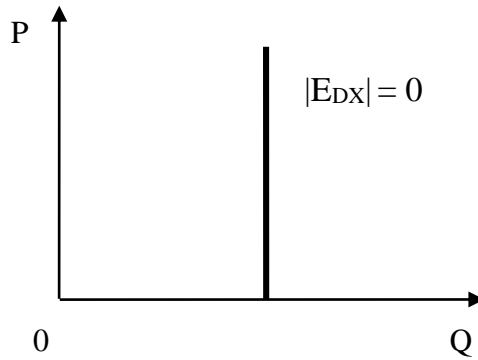
- Nếu  $\% \Delta Q_{DX} < \% \Delta P_X, |E_{DX}| < 1$ , cầu không co giãn tương đối.



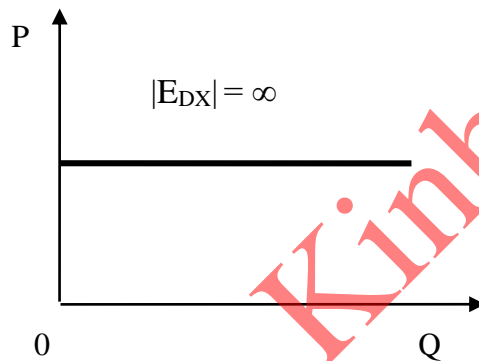
- Nếu  $\% \Delta Q_{DX} = \% \Delta P_X, |E_{DX}| = 1$ , cầu co giãn đơn vị.



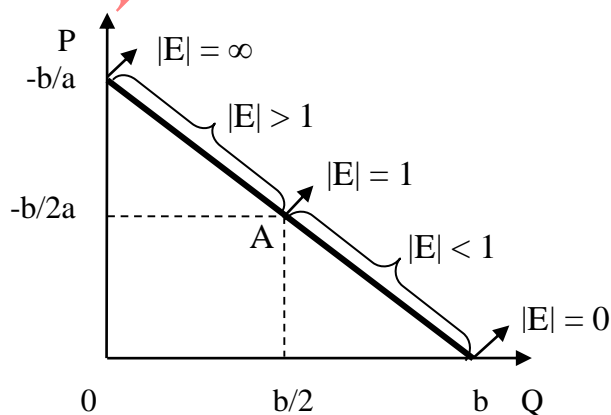
- Nếu  $\% \Delta Q_{DX}$  rất nhỏ hoặc không đổi so với  $\% \Delta P_X, |E_{DX}| = 0$ , cầu hoàn toàn không co giãn.



- Nếu  $\% \Delta Q_{DX}$  vô hạn khi  $\% \Delta P_X$  rất nhỏ hoặc bằng 0,  $|E_{DX}| = \infty$ , cầu có giãn hoàn toàn.



Theo công thức tính độ co giãn điểm của cầu, độ co giãn của cầu theo giá bằng sự thay đổi của lượng cầu theo giá ( $\Delta Q/\Delta P$ ) nhân với ( $P/Q$ ). Nếu đường cầu là tuyến tính ( $Q = a.P + b$ ,  $a < 0$ ,  $b > 0$ ) thì ( $\Delta Q/\Delta P$ ) không đổi và bằng  $a$ ; nhưng  $P/Q$  luôn thay đổi nên độ co giãn của cầu thay đổi tại mỗi điểm dọc theo đường cầu.



#### 1.4. Các nhân tố tác động đến độ co giãn của cầu theo giá

##### a. Giá cả

Khi nghiên cứu nhân tố này chúng ta cần xem xét ý nghĩa của sự thay đổi giá cả đối với thu nhập của người tiêu dùng. Nếu giá cả rất cao so với thu nhập thì sự thay đổi

của nó rất quan trọng, ảnh hưởng đến ngân sách tiêu dùng dù chỉ thay đổi một tỷ lệ nhỏ.

*b. Tính thay thế của sản phẩm*

Một sản phẩm có nhiều sản phẩm thay thế cho nó thì độ co giãn của cầu theo giá càng lớn.

*c. Thời gian*

Cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến độ co giãn của cầu theo giá. Thông thường độ co giãn của cầu trong ngắn hạn nhỏ hơn độ co giãn trong dài hạn. Bởi vì, trong ngắn hạn người ta không dễ dàng thay thế sản phẩm đang quen dùng.

**1.5. Độ co giãn, tổng doanh thu và chi tiêu**

<b>Độ co giãn</b>	<b>P tăng</b>	<b>P giảm</b>
<b><math> E  &gt; 1</math></b>	TR giảm	TR tăng
<b><math> E  &lt; 1</math></b>	TR tăng	TR giảm
<b><math> E  = 1</math></b>	TR không đổi	TR không đổi

Tổng doanh thu của doanh nghiệp ( $TR = P \times Q$ ) cũng chính tổng chi tiêu của người tiêu dùng. Như vậy, độ co giãn của cầu theo giá tác động đến tổng doanh thu của các doanh nghiệp và tổng chi tiêu của người tiêu dùng.

- Khi cầu co giãn ( $|E| > 1$ ),  $\% \Delta Q > \% \Delta P$ , P và TR là nghịch biến, do đó TR sẽ tăng khi P giảm và TR sẽ giảm khi tăng P.
- Khi cầu không co giãn ( $|E| < 1$ ),  $\% \Delta Q < \% \Delta P$ , P và TR là đồng biến, do đó TR sẽ tăng khi P tăng và TR sẽ giảm khi P giảm.
- Khi cầu co giãn đơn vị, ( $|E| = 1$ ),  $\% \Delta Q = \% \Delta P$ , P và TR là độc lập với nhau, do đó TR sẽ không đổi khi P thay đổi và  $TR_{max}$ .

**2. Co giãn của cầu theo thu nhập**

Co giãn của cầu theo thu nhập là thước đo phản ứng của cầu đối với thu nhập, với điều kiện các yếu tố khác ( $P_x, P_y, \dots$ ) không đổi.

**Công thức**

$$E_{DX/I} = \frac{\% \Delta Q_{DX}}{\% \Delta I}$$

Chúng ta thấy rằng vì thu nhập có tác dụng khác nhau đến cầu đối với hàng hóa dịch vụ, phụ thuộc vào bản chất của hàng hóa nên hệ số co giãn của cầu theo thu nhập có thể có giá trị dương hoặc giá trị âm. Cụ thể là:

+ Nếu X là hàng hóa thứ cấp (Inferior goods) thì  $E_{DX/I} < 0$ .

+ Nếu X là hàng hóa thiết yếu (Necessities) thì  $0 < E_{DX/I} < 1$ .

+ Nếu X là hàng hóa xa xỉ (Luxury goods) thì  $E_{DX/I} > 1$ .

### 3. Co giãn chéo của cầu theo giá hàng hóa liên quan

Co giãn chéo của cầu theo giá hàng hóa liên quan là thước đo phản ứng của cầu một hàng hóa khi giá của hàng hóa khác thay đổi, với điều kiện các yếu tố khác ( $P_X, I, \dots$ ) không đổi.

#### Công thức

$$E_{DX/Y} = \frac{\% \Delta Q_{DX}}{\% \Delta P_Y}$$

+ Nếu hai hàng hóa là thay thế cho nhau thì  $E_{DX/Y} > 0$ .

+ Nếu hai hàng hóa là bổ sung cho nhau thì  $E_{DX/Y} < 0$ .

+ Nếu hai hàng hóa là độc lập với nhau thì  $E_{DX/Y} = 0$ .

## II. ĐỘ CO GIÃN CỦA CUNG THEO GIÁ

Cũng giống như đường cầu các đường cung có độ dốc khác nhau, phản ánh sự nhạy cảm của lượng cung. Do vậy, về nguyên tắc hệ số co giãn của cung giống như hệ số co giãn của cầu.

*Khái niệm: Độ co giãn của cung theo giá là thước đo phản ứng của lượng cung khi giá cả hàng hóa thay đổi.*

Nó là tỷ lệ phần trăm thay đổi của lượng cung chia cho tỷ lệ phần trăm thay đổi của giá, với điều kiện các yếu tố khác không đổi.

Độ co giãn của cung theo giá được tính theo công thức sau:

#### Công thức

$$E_{SX} = \frac{\% \Delta Q_{SX}}{\% \Delta P_X}$$

Trong đó:  $E_{SX}$ : Độ co giãn của cung theo giá hàng hóa X

$\% \Delta Q_{SX}$ : Phần trăm thay đổi của lượng cung hàng hóa X

$\% \Delta P_X$ : Phần trăm thay đổi của giá hàng hóa X

\* Hệ số co giãn của cung theo giá có giá trị không âm vì lượng cung và giá cả hàng hóa thay đổi cùng chiều với nhau.

\* Kết quả tính toán có thể xảy ra các trường hợp sau:

- Nếu  $E_{SX} > 1$ , cung co giãn tương đối.

- Nếu  $E_{SX} < 1$ , cung không co giãn tương đối.

- Nếu  $E_{SX} = 1$ , cung co giãn đơn vị.

- Nếu  $E_{SX} = 0$ , cung hoàn toàn không co giãn, đường cung là một đường thẳng đứng.

- Nếu  $E_{SX} = \infty$ , cung co giãn hoàn toàn, đường cung nằm ngang và song song với trục sản lượng.

Độ co giãn của cung phụ thuộc vào 2 yếu tố:

- Khả năng thay thế của các yếu tố sản xuất;

- Khoảng thời gian cho quyết định cung cấp.

### 1. Khả năng thay thế của các yếu tố sản xuất

Một vài hàng hóa và dịch vụ sản xuất bằng cách sử dụng các yếu tố sản xuất duy nhất hoặc hiếm. Những mặt hàng này có độ co giãn cung thấp và thậm chí bằng 0. Các hàng hóa và dịch vụ khác được sản xuất bằng dùng các yếu tố sản xuất phổ biến hơn và có thể phân bổ vào nhiều loại công việc khác nhau. Những mặt hàng này có độ co giãn cung cao.

Các bức vẽ của Van Gogh do loại lao động duy nhất tạo ra - của Van Gogh. Không yếu tố sản xuất nào khác có thể thay thế cho loại lao động này. Trong mỗi bức vẽ, yếu tố này chỉ có một nên đường cung là thẳng đứng và độ co giãn cung là bằng 0. Trong một thái cực khác, lúa mì có thể được trồng trên đất mà cũng tốt cho trồng ngô, và chi phí cơ hội của lúa mì theo ngô thường không đổi. Kết quả là đường cung lúa mì thường nằm ngang và độ co giãn của cung rất lớn. Tương tự, khi một hàng hóa được sản xuất ở nhiều nước, cung hàng hóa này co giãn cao.

Cung của hầu hết hàng hóa và dịch vụ nằm giữa hai thái cực này. Đối với những hàng hóa và dịch vụ co cung tăng khi giá bán tăng thì độ co giãn của cung nằm giữa 0 và vô cực.

### 2. Khoảng thời gian cho quyết định cung cấp

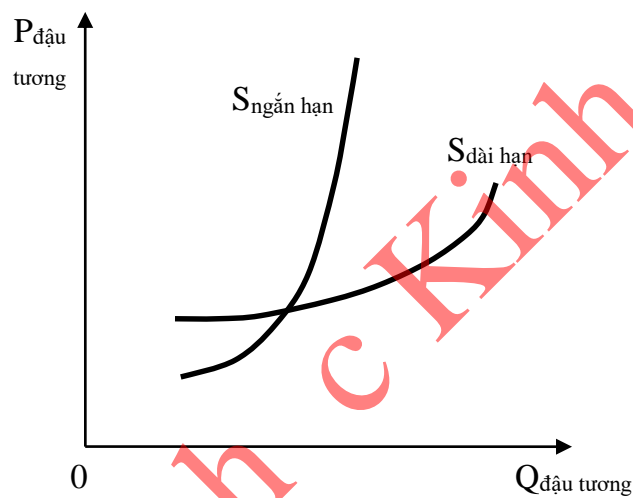
Các nhà kinh tế cũng phân biệt phản ứng của cung đối với giá trong ngắn hạn.

#### Cung ngắn hạn

Đường cung ngắn hạn minh họa lượng cung phản ứng với sự thay đổi của giá như thế nào trong điều kiện năng lực sản xuất và máy móc thiết bị và nhà xưởng là cố định. Để tăng sản lượng trong ngắn hạn khi giá tăng lên, các hãng phải tăng cường độ lao động hoặc thuê thêm công nhân. Để giảm bớt sản lượng của mình trong ngắn hạn, các hãng cho công nhân nghỉ việc hay giảm giờ làm của họ. Do đó, cung ngắn hạn thường ít co giãn.

### Cung dài hạn

Đường cung dài hạn cho biết phản ứng của cung với sự thay đổi của giá sau khi tất cả các điều kiện sản xuất có thể được điều chỉnh và thậm chí có thể thay đổi công nghệ sản xuất. Do vậy, cung dài hạn co giãn nhiều hơn.



**Hình 3.2. Độ co giãn của cung theo thời gian**

Nông sản là một ví dụ điển hình về sự khác nhau về độ co giãn của cung ngắn hạn và dài hạn. Trong ngắn hạn, cung ít co giãn vì sau khi gieo trồng xong, người nông dân sẽ thu được một lượng nhất định nào đó vào mùa thu hoạch. Nếu giá có cao lên, họ cũng không làm gì được vì tính mùa vụ và nếu giá có giảm xuống thì họ cũng không điều chỉnh sản lượng được. Trong dài hạn, đường cung nông sản sẽ thoải hơn (co giãn hơn). Một sự gia tăng của giá sẽ dẫn đến sự gia tăng đáng kể của lượng cung. Ví dụ, nếu giá đậu tương tăng lên tương đối so với giá ngô, nông dân sẽ chuyển phần đất trồng ngô sang trồng đậu tương. Kết quả là đậu tương tăng đáng kể.

Hình 3.2 minh họa đường cung đậu tương ngắn hạn và dài hạn trong đó đường cung ngắn hạn dốc hơn (ít co giãn) và đường cung dài hạn thoải hơn (co giãn nhiều hơn).

## CÂU HỎI ÔN TẬP

**Câu 1:** Trình bày khái niệm, phân loại về độ co giãn của cầu?

**Câu 2:** Trình bày phương pháp tính độ co giãn của cầu theo giá hàng hóa đó?

**Câu 3:** Sử dụng lý thuyết cung – cầu và độ co giãn của cầu theo giá để giải thích: Đôi khi được mùa mà người nông dân lại không vui?

**Câu 4:** Trong những cặp hàng hóa dưới đây, mặt hàng nào có độ co giãn cao hơn? Tại sao?

Nước hoa và muối.

Thuốc kháng sinh và kem ăn.

Xe gắn máy và vỏ xe gắn máy.

Sữa Vinamilk và sữa “Cô gái Hà Lan”.

**Câu 5:** Hai người tiêu dùng A và B đều mua trái cây. Trước khi hỏi người bán hàng về

giá, hai người nêu ra yêu cầu. Người A nói: “bán cho tôi 3kg trái cây” trong khi người B nói: “bán cho tôi 50 nghìn trái cây”. Theo anh (chị) độ co giãn của cầu trái cây theo giá của mỗi người như thế nào?

**Câu 6:** Giả sử bạn được giao quản lý một quán cà phê và bạn muốn tăng doanh thu của quán mình trong thời gian tới. Bạn nên tăng giá hay giảm giá? Hãy giải thích vì sao?

**Câu 7:** Hãy giải thích tại sao độ co giãn của cầu trong dài hạn khác với trong ngắn hạn? Hãy xem xét hai hàng hóa: khăn tay giấy và ti vi. Mô tả sự thay đổi của độ co giãn trong dài hạn của hai hàng hóa này?

**Câu 8:** Chứng minh rằng nếu đường cung đi qua gốc tọa độ thì độ co giãn của cung theo giá luôn bằng 1?

## BÀI TẬP

**Bài 1.** Hàm số cầu của một hàng hóa trên thị trường là:  $Q_D = 1000 - 4P$ . Hãy tính hệ số co giãn điểm của cầu theo giá khi giá là 250 đvt và khi là 200 đvt. Doanh thu của người bán sẽ tăng hay giảm khi giá giảm như trên?

**Bài 2.** Do chính phủ ngưng trợ cấp cho ngành xe buýt công cộng ở thành phố, công ty vận tải đã tăng giá vé xe buýt thêm 75%. Sau năm đầu tiên, công ty vận tải báo cáo doanh thu tăng thêm 52%.

a. Hãy sử dụng những số liệu này để ước lượng phần trăm sút giảm của lượng hành khách do giá vé tăng.

b. Hãy ước lượng hệ số co giãn của cầu theo giá.

**Bài 3:** Hàm cầu một hàng hóa A được biểu diễn như sau:  $Q = 10I + 100$ , trong đó, I là thu nhập tính bằng triệu đồng, Q tính bằng chiếc.

a. Tính  $E_{DI}$  tại mức thu nhập 10 triệu đồng

b.  $E_{DI}$  bằng bao nhiêu khi thu nhập tăng thêm 5 triệu đồng.

c. A là hàng hóa gì?

**Bài 4:** Một công ty xác định được hàm cầu đối với sản phẩm của mình như sau:

$$Q_x = 1000 - 0,6P_y$$

Trong đó  $Q_x$  là lượng cầu hàng hóa X của công ty,  $P_y$  là giá hàng hóa Y có liên quan với X.

a. Hàng hóa X và Y có mối quan hệ gì? Tại sao?

b. Tính độ co giãn của cầu hàng hóa X khi giá hàng hóa Y là  $P_y = 40$ ,  $P_y = 80$ .

c. Tính độ co giãn của chéo của cầu khi  $P_y$  thay đổi trong khoảng (100 - 80).

**Bài 5:** Hàm cầu của sản phẩm A như sau:  $Q = 100 - P$

a. Tại mức giá nào độ co giãn bằng -1?

b. Tại mức giá nào độ co giãn bằng -2?

**Bài 6:** Chứng minh rằng nếu đường cung đi qua gốc tọa độ thì độ co giãn của cung theo giá luôn bằng 1.

**Bài 7:** Tại trạng thái cân bằng  $P = 40$ ,  $Q = 20$  độ co giãn của cung và cầu theo giá lần lượt là  $E_{SP} = 2$  và  $E_{DP} = -2/3$ .

a. Viết phương trình cung cầu.

b. Vẽ đồ thị minh họa.



**Bài 8:** Một công ty ước lượng được độ co giãn của cầu theo giá đối với sản phẩm của mình là  $-0,5$ . Năm trước công ty bán được 1000 sản phẩm. Năm nay công ty đặt giá bán cao hơn năm trước 10% (*ceteris paribus*). Hỏi năm nay công ty bán được bao nhiêu sản phẩm?

**Bài 9:** Hệ số co giãn của cầu theo thu nhập đối với hàng hóa X là 1,2. năm ngoái sản lượng tiêu thụ hàng hóa X là 1500 chiếc. Nếu thu nhập tăng lên 8% (*ceteris paribus*) thì năm nay sản lượng tiêu thụ sẽ là bao nhiêu?

**Bài 10:** Hệ số co giãn chéo của thép và nhôm là 1,3. Công ty thép năm ngoái tiêu thụ được 2 triệu tấn. Năm nay, giá nhôm giảm đi 10% (*ceteris paribus*). Hỏi lượng thép mà công ty bán được là bao nhiêu.

**Bài 11:** Cung và cầu về căn hộ cho thuê ở một thành phố là:

$$Q_S = 50 + 5P, Q_D = - 5P + 100; (P: \text{trăm ngàn đồng/tháng}; Q: \text{chục ngàn căn hộ})$$

a. Giá thị trường tự do của việc thuê căn hộ là bao nhiêu?

b. Dân số thành phố đổi ra sao nếu Chính phủ đặt giá thuê trung bình hàng tháng ở mức tối đa là 100 ngàn, biết rằng mỗi căn hộ ở được 1 gia đình 3 người và tất cả những ai không tìm được căn hộ đều rời khỏi thành phố.

b. Giả sử giá thuê nhà được chính phủ ấn định là 900 ngàn mỗi tháng. Nếu 50% số căn hộ trong dài hạn là do xây dựng mới thì bao nhiêu căn hộ được xây dựng?

## CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Co giãn của cầu (cung) theo giá	Price elasticity of demand (supply)
Co giãn của cầu theo thu nhập	Income elasticity of demand
Co giãn chéo của cầu	Cross elasticity of demand
Cầu co giãn đơn vị	Unitary elastic demand
Cầu co giãn tương đối	Relatively elastic demand
Cầu không co giãn tương đối	Relatively inelastic demand
Cầu hoàn toàn co giãn	Perfectly elastic demand
Cầu hoàn toàn không co giãn	Perfectly inelastic demand
Tổng doanh thu	Total Revenue (TR)

Tr  
ng

ih C Kinh t Hu

## Chương IV. LÝ THUYẾT LỢI ÍCH

### Mục tiêu của chương:

Ở chương này, chúng ta sẽ phân tích hành vi của người tiêu dùng tối đa hóa lợi ích. Dựa trên lý thuyết lợi ích và một số công cụ khác, chúng ta sẽ giải thích quyết định tối ưu của người tiêu dùng dưới ảnh hưởng của nhân tố chủ quan là sở thích và các yếu tố khách quan như giá hàng hóa, thu nhập..., từ đó rút ra cơ sở khoa học về sự dốc xuống của đường cầu.

### I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ TIÊU DÙNG

#### 1. Tiêu dùng

Tiêu dùng là hành vi của một cá nhân hoặc một hộ gia đình nhằm thỏa mãn những nguyện vọng, trí tưởng tượng riêng và những nhu cầu về tình cảm, vật chất thông qua việc mua sắm và sử dụng sản phẩm nào đó. Tuy nhiên, hành vi của tiêu dùng của từng cá nhân lại khác nhau phụ thuộc vào nhu cầu và sở thích của họ.

#### 2. Hộ gia đình (*Household*)

Hộ gia đình với tư cách một đơn vị ra quyết định trong nền kinh tế, được hiểu là một nhóm người có chung một quyết định tiêu dùng. Trong thị trường hàng hóa, hộ gia đình đóng vai trò là người tiêu dùng. Việc họ quyết định mua bao nhiêu hàng hóa mỗi loại tùy thuộc vào giá thị trường và khả năng thanh toán.

#### 3. Mục tiêu của người tiêu dùng

Người ta giả định rằng tất cả hàng hóa đều mang lại lợi ích hay sự thỏa mãn cho các cá nhân khi tiêu dùng và tất cả người tiêu dùng đều mong muốn tối đa hóa lợi ích của mình trong điều kiện ràng buộc về thu nhập.

#### 4. Ràng buộc ngân sách (*Budget Constraint*)

Nhu cầu của người tiêu dùng là vô hạn nhưng rõ ràng sự lựa chọn tiêu dùng lại bị giới hạn bởi ngân sách và sở thích của họ hay nói cách khác người tiêu dùng bị hạn chế bởi thu nhập và giá hàng hóa trên thị trường. Công cụ để biểu diễn sự hạn chế ngân sách là đường ngân sách. Đường ngân sách là tập hợp tất cả các kết hợp mà người tiêu dùng có thể mua được với thu nhập và mức giá hiện hành.

Ví dụ: Một người có 55 nghìn đồng dùng để chi tiêu cho 2 hàng hóa X và Y. Giá hàng hóa X là 10 nghìn đồng/đơn vị, giá hàng hóa Y là 5 nghìn đồng/đơn vị. Như vậy, việc tiêu dùng 2 hàng hóa này nằm trong ràng buộc ngân sách thỏa mãn phương trình:

$$10.000X + 5.000Y = 55.000$$

Người tiêu dùng sẽ phải lựa chọn một trong các “giỏ hàng” (*Market basket*) sau:

Giỏ hàng	1	2	3	4	5	6
Hàng hóa X	0	1	2	3	4	5
Hàng hóa Y	11	9	7	5	3	1

### 5. Lý thuyết tiêu dùng (*Consumer theory*)

Lý thuyết tiêu dùng nghiên cứu cách người tiêu dùng lựa chọn kết hợp hàng hóa dịch vụ được ưa thích nhất mà họ có thể mua. Lý thuyết này phân tích quá trình ra quyết định hợp lý, cho phép người tiêu dùng tối đa hóa lợi ích trên cơ sở nguồn lực họ có. Mục tiêu của lý thuyết là xây dựng một mô hình đơn giản về hành vi người tiêu dùng cho phép dự đoán phản ứng của người tiêu dùng trước những thay đổi về cơ hội và hạn chế ngân sách của họ.

## II. LÝ THUYẾT LỢI ÍCH

### 1. Các giả thiết

- Tính hợp lý: Mục tiêu của người tiêu dùng là tối đa hóa lợi ích bằng cách sử dụng một lượng hàng hóa nhất định nào đó với điều kiện giới hạn về thu nhập và giá cả của hàng hóa.

- Lợi ích có thể đo được: Giả thiết này đã được trường phái giá trị cận biên cuối thế kỷ XIX (*Menger, Jevons, Walras*) cũng như *Alfred Marshall, Edgeworth* và *Ivring Fisher* đưa ra. Theo giả thiết này, người tiêu dùng có thể *so sánh, xếp hạng* các hàng hóa theo sự ưa thích của bản thân hay mức hữu dụng mà chúng đem lại, tức là có thể gán cho mỗi hàng hóa hay mỗi kết hợp hàng hóa một con số đo độ lớn của lợi ích tương ứng. Tuy nhiên, người ta đã phê phán rất nhiều cách đo lợi ích bằng số lượng cũng như tính phi thực tế của của các giả thiết trên; chẳng hạn như người tiêu dùng không thể xác định được đơn vị đo lợi ích mặc dù họ có thể xếp hạng mức độ thỏa dụng từ những kết hợp tiêu dùng khác nhau.

- Thị hiếu có tính "**bắc cầu**". Nếu một người nào đó thích hàng hóa A hơn hàng hóa B, và thích hàng hóa B hơn hàng hóa C, thì người này cũng thích hàng hóa A hơn hàng hóa C.

- Trong một chừng mực nhất định, tổng lợi ích phụ thuộc vào số lượng hàng hóa mỗi loại mà người tiêu dùng sử dụng. Tất nhiên đây phải là những hàng hóa được mong muốn, chứ không phải những hàng hóa không mong muốn như ô nhiễm không khí, rác rưởi, bệnh tật, v.v.

## 2. Lợi ích, tổng lợi ích và lợi ích cận biên

- **Lợi ích** (*Utility - U*) được hiểu là sự thỏa mãn, sự hài lòng do tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ mang lại.

- **Tổng lợi ích** (*Total utility - TU*) là toàn bộ lượng lợi ích từ việc tiêu dùng một số lượng nhất định hàng hóa.

Trong định nghĩa lợi ích và tổng lợi ích, sự thỏa mãn hay hài lòng của người tiêu dùng bao hàm sự đánh giá có tính cá nhân và chủ quan, nghĩa là cùng một lượng hàng hóa có thể mang lại lợi ích khác nhau cho những người tiêu dùng khác nhau.

- **Lợi ích cận biên** (*Marginal Utility - MU*) của một hàng hóa là sự thay đổi của tổng lợi ích do tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa đó với điều kiện giữ nguyên mức tiêu dùng các hàng hóa khác, tức là mức độ thỏa mãn và hài lòng do tiêu dùng một đơn vị sau cùng của hàng hóa đó.

$$\text{Lợi ích cận biên} = \frac{\text{Thay đổi trong tổng lợi ích}}{\text{Thay đổi về lượng hàng hóa}}$$

Về ý nghĩa toán học thì lợi ích cận biên của hàng hóa chính là đạo hàm bậc nhất của hàm tổng lợi ích TU.

$$MU = \Delta TU / \Delta Q = \partial TU / \partial Q$$

Nếu mỗi lần tiêu dùng một đơn vị hàng hóa rời rạc hay  $\Delta Q = 1$  thì ta có công thức đơn giản để tính lợi ích cận biên bằng cách lấy tổng lợi ích trước khi tăng mức tiêu dùng trừ đi tổng lợi ích sau khi tăng mức tiêu dùng.

## 3. Quy luật lợi ích cận biên giảm dần (*Principle of diminishing marginal utility*)

Sự hài lòng hay thích thú của bạn đối với một mặt hàng càng giảm khi tiêu dùng thêm hàng hóa đó. Ly nước cam thứ nhất có thể mang lại cho bạn sự hài lòng rất lớn bởi vị ngon mát của nó. Ly thứ hai vẫn làm bạn hài lòng nhưng ít hơn và cứ như vậy, những ly nước cam tiếp theo mặc dù có cùng chất lượng song cảm giác thích thú của bạn đã mất dần đi, thay vào đó là cảm giác đầy bụng và khó chịu. Các nhà kinh tế đã khái quát hiện tượng này thành quy luật lợi ích cận biên giảm dần được phát biểu như sau:

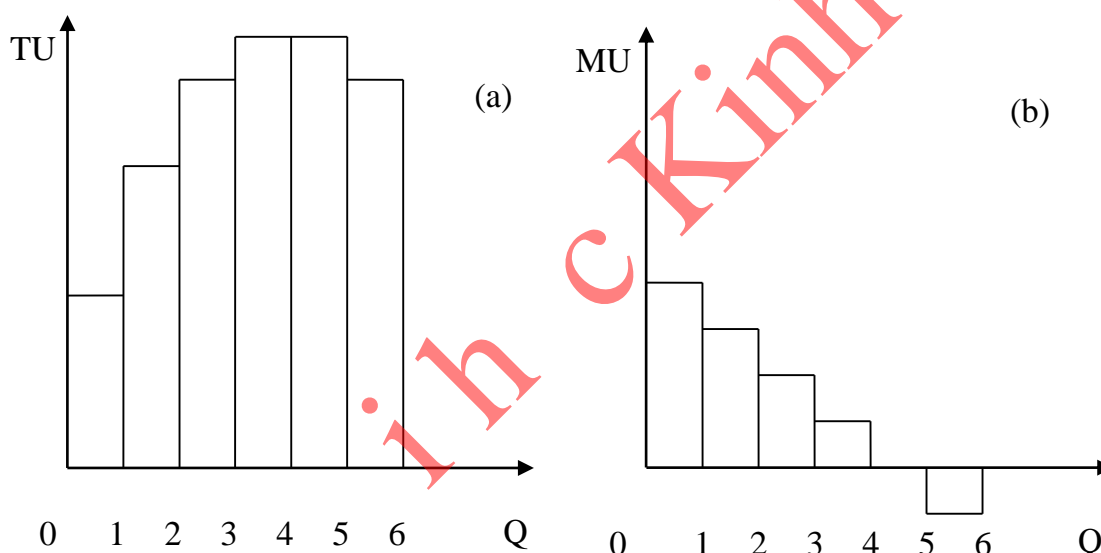
*Lợi ích cận biên của một hàng hóa có xu hướng giảm xuống ở một điểm nào đó khi hàng hóa đó được tiêu dùng nhiều hơn trong một thời gian nhất định với điều kiện giữ nguyên mức tiêu dùng các hàng hóa khác.*

Ví dụ về tiêu dùng nước cam của một cá nhân được thể hiện ở bảng 4.1 sau:

Q	TU	MU	Kết luận
0	0	-	
1	8	8	MU > 0; tăng tiêu dùng Q thì TU tăng
2	14	6	
3	18	4	
4	20	2	
5	20	0	MU = 0; tại mức tiêu dùng Q thì TU <sub>max</sub>
6	18	-2	MU < 0; tăng tiêu dùng Q thì TU giảm

**Bảng 4.1. Tổng lợi ích và lợi ích cận biên khi tiêu dùng nước cam**

Như vậy, khi tiêu dùng ngày càng nhiều hơn một hàng hóa nào đó thì tổng lợi ích sẽ tăng nhưng với tốc độ chậm dần. Quy luật lợi ích cận biên giảm dần được minh họa bằng hình 4.1.



**Hình 4.1. Tổng lợi ích và lợi ích cận biên**

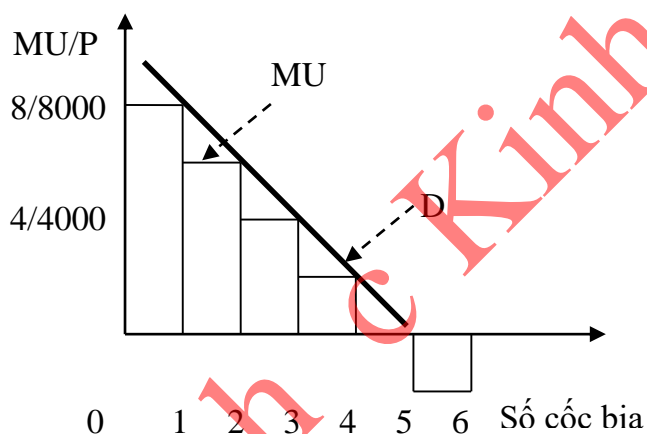
Hình 4.1a thể hiện mối quan hệ giữa tổng lợi ích với mức tiêu dùng. Lợi ích liên tục tăng lên khi tiêu dùng năm ly nước cam đầu tiên nhưng mức tăng ngày càng nhỏ. Chiều cao của mỗi bước tăng của đường tổng lợi ích đại diện cho lợi ích cận biên (hình 4.1b). Khi lợi ích cận biên âm thì tổng lợi ích giảm xuống.

Trong tiêu dùng người ta thừa nhận có quy luật lợi ích cận biên giảm dần nhưng đó chỉ là cảm nhận định tính vì sự hài lòng rất khó đo lường, đơn vị đo lợi ích chỉ là giá định. Ngoài ra, thời gian cũng là yếu tố quan trọng đối với quy luật này, nó chỉ thích hợp trong thời gian ngắn.

#### 4. Lợi ích cận biên và đường cầu

Cùng với khái niệm lợi ích và lợi ích cận biên, chúng ta sẽ vận dụng quy luật lợi ích cận biên giảm dần để giải thích tại sao đường cầu lại dốc xuống dưới về phía phải.

Đồ thị hình 4.2 cho ta thấy giữa lợi ích cận biên và giá cả hàng hóa có mối quan hệ qua lại với nhau: Lợi ích cận biên của hàng hóa tiêu dùng càng cao thì người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao hơn, còn lợi ích cận biên giảm thì sẵn sàng chi trả giảm đi. Như vậy, có thể dùng giá để đo lợi ích cận biên của việc tiêu dùng một hàng hóa nào đó. Chúng ta nhận thấy có sự tương tự nhau về dạng của đường cầu và đường lợi ích cận biên và chính quy luật lợi ích cận biên giảm dần đã làm đường cầu nghiêng xuống dưới về phía phải.



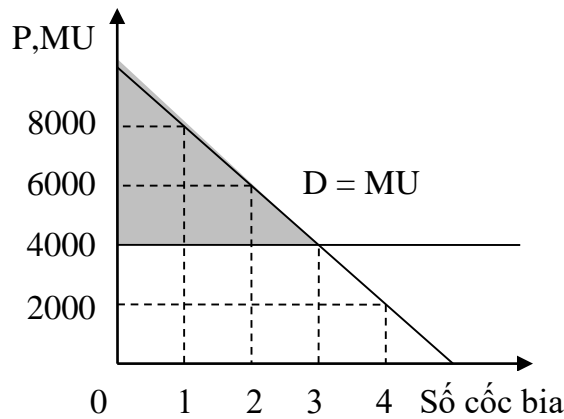
Hình 4.2. Đường cầu và đường lợi ích cận biên

Lợi ích cận biên của các đơn vị hàng hóa có thể là số dương, bằng không hoặc số âm. Do đó, khi lợi ích cận biên được đo bằng giá thì đường cầu giống như phần dương của đường lợi ích cận biên.

#### 5. Thặng dư tiêu dùng (CS - Consumer Surplus)

Thặng dư tiêu dùng (CS) là sự chênh lệch giữa lợi ích cận biên (MU) của người tiêu dùng một đơn vị hàng hóa, dịch vụ nào đó với chi phí tăng thêm (giá hàng hóa) để thu được lợi ích đó, tức là khoản chênh lệch giữa giá mà người tiêu dùng sẵn sàng trả với giá thực tế phải trả khi mua hàng hóa đó.

Người tiêu dùng đạt trạng thái cân bằng bằng cách gia tăng mua hàng hóa cho đến khi lợi ích mà họ gán cho hàng hóa cuối cùng bằng với giá của nó. Giả sử, giá một ly nước cam trên thị trường là 4000đ.



**Hình 4.3. Thặng dư tiêu dùng của thị trường**

Trong trạng thái rất khát và mệt, một người tiêu dùng sẵn sàng trả 8000đ cho ly nước cam thứ nhất, nhưng thực tế họ chỉ phải trả 4000đ, tức là người tiêu dùng sẽ được một khoản thặng dư 4000đ (= 8000 - 4000). Ở ly nước cam thứ 2, thặng dư của người tiêu dùng sẽ chỉ là 2000đ (= 6000 - 4000). Người tiêu dùng sẽ uống đến ly nước cam thứ 3, vì ở đó lợi ích cận biên của ly nước cam cuối cùng bằng chi phí cận biên của nó (giá thị trường). Anh ta không mua đến ly nước cam thứ 4 vì đối với anh ta nó chỉ đáng giá 2000đ.

Như vậy, giá của ly nước cam bằng lợi ích cận biên của ly nước cam cuối cùng mà một người tiêu dùng mua. Do quy luật lợi ích cận biên giảm dần, người tiêu dùng sẽ được hưởng thặng dư tiêu dùng của các ly nước cam trước đó, được thể hiện bằng phần diện tích nằm dưới đường cầu và phía trên đường giá (*in đậm*). Tổng hợp thặng dư tiêu dùng của từng cá nhân là thặng dư của thị trường

### III. LỰA CHỌN SẢN PHẨM VÀ TIÊU DÙNG TỐI ƯU

#### 1. Cân bằng của người tiêu dùng (Consumer Equilibrium)

Chúng ta xét trường hợp đơn giản nhất là người tiêu dùng mua một loại hàng hóa tại các mức giá khác nhau. Người tiêu dùng phải lựa chọn giữa việc cất tiền và mua hàng hóa đó.

Người tiêu dùng sẽ tiếp tục mua thêm hàng để gia tăng mức độ thỏa mãn nếu lợi ích tăng thêm lớn hơn chi phí tăng thêm ( $MU > P$ ), tổng lợi ích tăng lên. Ngược lại, nếu  $MU < P$ , tổng lợi ích giảm, việc mua thêm hàng là kém khôn ngoan. Để mua một lượng hàng hóa  $Q$  với giá  $P$ , người tiêu dùng phải chi một khoản  $TC = P.Q$ . Người tiêu dùng tối đa hóa lợi ích ( $TU - TC \rightarrow \max$ ) khi  $(TU - P.Q)' = 0 \rightarrow MU = P$ . Người ta gọi đây là điểm cân bằng của người tiêu dùng.

Tuy nhiên trên thực tế người tiêu dùng sẽ phải lựa chọn việc mua các loại hàng hóa khác nhau tại các mức giá chấp nhận được. Điều kiện cân bằng của người tiêu dùng là tỷ số giữa lợi ích cận biên và giá của các hàng hóa phải bằng nhau  $MU_x/P_x = MU_y/P_y$ . Ở cách tiếp cận này hạn chế cơ bản vẫn là dựa trên giả định lợi ích đo được.

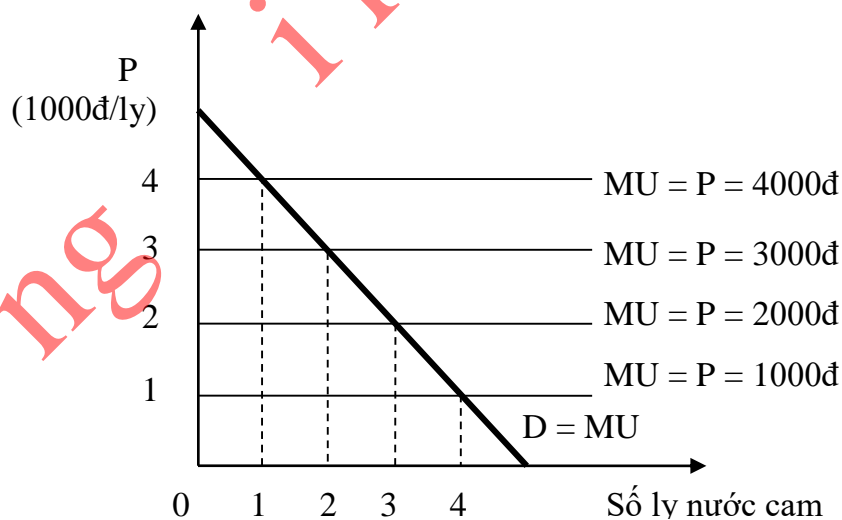


Trở lại ví dụ về việc tiêu dùng nước cam được biểu diễn trên đường lợi ích cận biên (hình 4.2). Người tiêu dùng tối đa hóa lợi ích sẽ mua một lượng nước cam thỏa mãn điều kiện  $MU = P$ , với  $P$  không đổi thì giá chính là chi phí tăng thêm. Nếu ta gán một đơn vị tiền tệ nào đó (1 đồng, 1000 đồng hay 1 USD,...) cho một “đơn vị” lợi ích, thì đường biểu diễn lợi ích cận biên mang tính chủ quan dễ dàng quy đổi thành đường cầu mang tính khách quan.

Giá P (1000đ)	Lượng cầu Q (ly)
1	4
2	3
3	2
4	1
5	0
6	0

**Bảng 4.2. Biểu cầu**

Chúng ta hãy thay đổi giá nước cam và quan sát cách ứng xử của người tiêu dùng qua đường biểu diễn lợi ích cận biên (hình 4.4). Nếu giá nước cam là 4000 đồng, anh ta sẽ mua 1 ly, vì tại đó  $MU = P$  (Chúng ta đã quy đổi 4000đ thành 4 “đơn vị” 1000đ). Nếu giá giảm xuống 3000 đồng, anh ta sẽ uống 2 ly, ở mức giá 2000 đồng anh ta sẽ mua 3 ly nước cam và cuối cùng ở giá 1000 đồng người tiêu dùng này sẽ mua 4 ly.



**Hình 4.4. Đường cầu của người tiêu dùng**

Như vậy, chúng ta đã tìm ra mối quan hệ giữa giá và lượng cầu, tức là xây dựng được một đường cầu bằng cách suy diễn ra từ đường biểu diễn lợi ích cận biên (MU). Đường cầu của người tiêu dùng ở hình 4.4 tương ứng với biểu cầu ở bảng 4.2.

## 2. Tối đa hóa lợi ích của người tiêu dùng

Mục tiêu của người tiêu dùng là tối đa hóa lợi ích trong khả năng thu nhập cho phép. Việc quyết định mua một hàng hóa nào đó buộc họ phải chấp nhận một chi phí cơ hội và phải lựa chọn. Sự lựa chọn này bị ràng buộc bởi nhân tố chủ quan là thị hiếu, sở thích của họ và nhân tố khách quan nguồn thu nhập (ngân sách) và giá cả hàng hóa.

Cơ sở để giải thích sự lựa chọn tiêu dùng là *lý thuyết lợi ích* và *quy luật cầu*. Theo lý thuyết lợi ích, người tiêu dùng sẽ ưu tiên việc lựa chọn hàng hóa có lợi ích lớn hơn. Theo quy luật cầu, sự lựa chọn phải căn cứ vào giá thị trường của hàng hóa họ cần mua. Như vậy, người tiêu dùng phải so sánh lợi ích với chi phí và sự lựa chọn phải phù hợp với khả năng thu nhập hiện có. Ta có công thức tổng quát tối đa hóa lợi ích tiêu dùng như sau:

$$\begin{aligned} MU_x/P_x &= MU_y/P_y \\ X \cdot P_x + Y \cdot P_y &= I \end{aligned}$$

Trong đó:  $P_x, P_y$ : Giá cả của hàng hóa X, Y  
 $MU_x, MU_y$ : Lợi ích cận biên của hàng hóa X, Y  
 $X, Y$ : Số lượng hàng hóa X, Y  
 $I$ : Ngân sách cho tiêu dùng

Ví dụ: Một người có thu nhập 55 ngàn đồng để chơi game (X) và uống nước cam (Y). Giá chơi game là  $P_x = 10$  ngàn đồng/giờ và giá nước cam  $P_y = 5$  ngàn đồng/ly. Lợi ích thu được từ việc tiêu dùng 2 hàng hóa này lần lượt là  $TU_x$  và  $TU_y$  (bảng 4.3).

X	$TU_x$	$MU_x$	$MU_x/P_x$	Y	$TU_y$	$MU_y$	$MU_y/P_y$
1	60	60	6	1	20	20	<u>4</u>
2	110	50	5	2	38	18	3,6
3	150	40	<u>4</u>	3	53	15	<u>3</u>
4	180	30	<u>3</u>	4	64	11	2,2
5	200	20	2	5	70	6	1,2
6	206	6	0,6	6	75	5	1
7	211	5	0,5	7	79	4	0,8

**Bảng 4.3. Tổng lợi ích, lợi ích cận biên trên một ngàn đồng chi mua hàng hóa**

Nếu chỉ xét đến lợi ích thì hiển nhiên sự lựa chọn tiêu dùng bắt đầu từ chơi game vì lợi ích của giờ chơi game đầu tiên là lớn nhất ( $MU_x = 60$ ), tiếp theo vẫn là chơi game với  $MU_x = 50, \dots$ . Tuy nhiên, sự lựa chọn còn phải chú ý đến giá của mỗi loại hàng hóa và thu nhập nữa. Muốn tối đa hóa lợi ích, người tiêu dùng phải lựa chọn hàng hóa sao cho lợi ích cận biên trên một đơn vị chi phí hàng hóa đó là lớn nhất ( $MU/P \rightarrow \max$ ).

Áp dụng nguyên tắc ( $MU/P \rightarrow \max$ ) với thu nhập hiện có là  $I = 55$  ngàn đồng,  $P_x = 10$ ,  $P_y = 5$ , ta có:

+ Lần mua thứ nhất người tiêu dùng chọn chơi game do  $MU_x/P_x = 6 > MU_y/P_y = 4$ , mất 10 ngàn đồng. Tương tự cho các lần lựa chọn sau sẽ là:

+ Lần mua thứ hai người tiêu dùng vẫn chọn chơi game và tổng chi tiêu cộng dồn là 20 ngàn đồng.

+ Lần mua thứ ba người tiêu dùng đồng thời chọn chơi game và uống nước cam  $MU_x/P_x = MU_y/P_y = 4$  và tổng chi tiêu cộng dồn là 35 ngàn đồng.

+ Lần thứ tư người tiêu dùng chọn uống nước cam và tổng chi tiêu cộng dồn là 40 ngàn đồng.

+ Lần mua thứ năm người tiêu dùng chọn cả chơi game và uống nước cam với tổng số tiền chi tiêu cộng dồn là 55 ngàn đồng, 55 ngàn đồng đã sử dụng hết. Như vậy, theo cách phân tích trên, người tiêu dùng sẽ tối đa hóa lợi ích với 4 giờ chơi game và 3 ly nước cam thỏa mãn điều kiện:

$MU_x/P_x = MU_y/P_y = 3$  và  $I = X.P_x + Y.P_y = 55$  ngàn đồng.

Tổng lợi ích lớn nhất thu được là:  $TU_{\max} = 180 + 53 = 233$  hơn bất cứ tập hợp tiêu dùng khả thi nào khác.

Tr  
ng

## CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Trình bày khái niệm về lợi ích, tổng lợi ích và lợi ích cận biên?
2. Giải thích quy luật lợi ích cận biên giảm dần? Lấy ví dụ minh họa?
3. Giải thích nguyên tắc lựa chọn tiêu dùng tối ưu đối với nhiều loại hàng hóa?
4. Thế nào là đường bàng quan, đường ngân sách? Sử dụng đồ thị để chỉ ra điểm tiêu dùng tối ưu của người tiêu dùng đối với hai loại hàng hóa X và Y?
5. Phân tích ảnh hưởng của sự thay đổi thu nhập đến quyết định của người tiêu dùng nhằm tối đa hóa lợi ích? Cho ví dụ và vẽ đồ thị minh họa?
6. Phân tích nội dung quy luật năng suất cận biên giảm dần? Cho ví dụ minh họa và nêu ý nghĩa thực tiễn của nó đối với người sản xuất?

Tr  
ng

ih C Kinh t H

## BÀI TẬP

**Bài 1:** Thịt lợn ( $l$ ) và thịt gà ( $g$ ) là hai loại thịt mà gia đình chị Hoa thường ăn. Hàm lợi ích của nhà chị Hoa có dạng  $U(l, g) = l \cdot g$ , còn ngân sách chi tiêu cho hai loại thực phẩm này của gia đình chị là 120 đồng; giá thị trường của thịt lợn và thịt gà lần lượt là  $p_l = 3$  đồng và  $p_g = 4$  đồng.

- Xác định điểm tiêu dùng tối ưu ( $l^*, g^*$ ) của gia đình chị Hoa.
- Hiện tại, các nhà nghiên cứu lai tạo được giống gà thịt năng suất cao làm giá thịt gà giảm xuống còn 2 đồng. Giả sử ngân sách tiêu dùng, giá của thịt lợn không đổi. Hãy xác định điểm tiêu dùng tối ưu mới ( $l^*_1, g^*_1$ ) của gia đình chị Hoa. Vẽ đường cầu cá nhân về thịt gà?

**Bài 2.** Cá nhân A thỏa mãn nhu cầu nào đó của bản thân qua việc sử dụng 3 hàng hóa  $M, V$ , và  $C$ . Hàm số hữu dụng của cá nhân này là như sau:

$$U = U(M, V, C) = M + 2V + 3C$$

- Nếu  $M = 10$ , hãy xác định hàm số hữu dụng cho cá nhân này theo  $V$  và  $C$  trong trường hợp  $U = 40$  và  $U = 70$ . Vẽ đồ thị.
- Hãy chứng tỏ tỷ lệ thay thế biên giữa  $V$  và  $C$  là cố định trong hai trường hợp trên.
- Nếu như  $U = 20$ , kết quả câu a và b là như thế nào? Giải thích trực quan?

**Bài 3.** Giả sử hàm số hữu dụng có dạng như sau:

$$U = U(X, Y) = \sqrt{XY}$$

- Vẽ đường biểu thị hàm số hữu dụng này khi  $U = 10$ .
- Nếu như  $X = 5$ ,  $Y$  sẽ là bao nhiêu nếu  $U = 10$ ? Hãy xây dựng công thức tính cho tỷ lệ thay thế biên trong trường hợp này? Công thức này có ý nghĩa gì khi cần tìm hiểu tỷ lệ thay thế theo từng mức sản lượng  $X$  và  $Y$  khác nhau?

**Bài 4.** Học sinh  $P$  thường dùng bữa trưa tại trường học với hai loại hàng hóa  $T$  và  $S$  và nhận được mức hữu dụng:

$$U = U(T, S) = \sqrt{T \cdot S}$$

- Nếu giá của hàng hóa  $T$  là 0.1 đơn vị tiền và  $S$  là 0.25 đơn vị tiền. Em  $P$  nên tiêu dùng 1 đơn vị tiền của mình như thế nào để tối đa hóa hữu dụng?
- Do nhà trường không khuyến khích học sinh sử dụng  $T$  nên gia tăng giá của loại thức ăn này lên 0.4 đơn vị tiền. Như thế học sinh  $P$  phải có thêm bao nhiêu tiền để có được mức hữu dụng như cũ? Số lượng  $T$  và  $S$  là bao nhiêu?

**Câu 3:** Hàm tổng lợi ích của một người tiêu dùng 2 hàng hóa  $X, Y$  có dạng:

$TU = 2XY$  và giá 2 hàng hóa là  $P_x = 5.000đ$  và  $P_y = 1.000đ$ .

Để đạt mức lợi ích  $TU = 1.000$  thì kết hợp tiêu dùng tối ưu là bao nhiêu? Tính số tiền chi tiêu cho hai hàng hóa này?

Giả sử người tiêu dùng này có thu nhập là 1 triệu đồng, anh ta sẽ kết hợp tiêu dùng như thế nào để đạt lợi ích cao nhất.

Tr  
ng  
i h C Kinh t Hu

## CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Lợi ích	Utility
Tổng lợi ích	Total Utility (TU)
Lợi ích cận biên	Marginal Utility (MU)
Đơn vị đo lợi ích	Utils
Lý thuyết lợi ích đo được	Cardinal Utility Theory
Giỏ hàng hóa	Market Basket
Quy luật lợi ích cận biên giảm dần	Principle of diminishing marginal utility
Sự lựa chọn của người tiêu dùng	Consumer choice
Cân bằng tiêu dùng	Consumer Equilibrium
Thặng dư tiêu dùng	Consumer Surplus (CS)
Lý thuyết tiêu dùng	Consumer Theory
Điều kiện cân bằng biên	Marginal Equilibrium Condition
Ràng buộc ngân sách	Budget Constraint

Tr  
ng

## Chương V. LÝ THUYẾT SẢN XUẤT - CHI PHÍ - LỢI NHUẬN

### Mục tiêu của chương”

Ở các chương trước, chúng ta đã nghiên cứu hành vi người tiêu dùng thông qua sở thích, giới hạn ngân sách và lựa chọn tiêu dùng tối ưu. Trong chương này, chúng ta sẽ khảo sát hàm sản xuất, chi phí và tối đa hóa lợi nhuận để nghiên cứu hành vi của doanh nghiệp trong việc đưa ra quyết định sản xuất cái gì, sản xuất bao nhiêu và làm thế nào để đạt mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận.

### I. LÝ THUYẾT SẢN XUẤT

#### 1. Các khái niệm

##### 1.1. Sản xuất

**Sản xuất** là việc sử dụng các loại hàng hóa, dịch vụ khác nhau, gọi là các **đầu vào** (*input*) hay các **yếu tố sản xuất** để tạo ra hàng hóa, dịch vụ mới, gọi là **đầu ra** (*output*) hay **sản phẩm**.

Nói cách khác, sản xuất là việc chuyển hóa các đầu vào là các tài nguyên thành các đầu ra là hàng hóa, dịch vụ.

Người ta thường chia các yếu tố sản xuất thành 3 nhóm: Lao động, vốn và đất đai (hoặc tài nguyên thiên nhiên). Tuy nhiên, để thuận tiện cho việc tính toán khi xây dựng mô hình hành vi người sản xuất, chúng ta giả định chỉ có hai đầu vào là vốn và lao động.

Ngoài ra, để xây dựng mô hình này cần có hai giả định đơn giản hóa:

+ *Thứ nhất*: Tất cả lao động đều cung cấp những dịch vụ lao động giống nhau, không phân biệt lao động chân tay hay trí óc, lao động phức tạp hay giản đơn,... Như vậy mới có thể cộng được công việc của họ lại với nhau. Giả định tương tự đối với đầu tư vào tư bản.

+ *Thứ hai*: Mục tiêu của tất cả các doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận trong nền kinh tế thị trường.

##### 1.2. Công nghệ và hàm sản xuất

**Công nghệ** là các cách thức hay phương pháp (*các kỹ thuật*) kết hợp các đầu vào để tạo ra đầu ra.

**Hàm sản xuất** là mối quan hệ kỹ thuật biểu hiện lượng hàng hóa tối đa mà doanh nghiệp có thể sản xuất được từ những kết hợp khác nhau của các yếu tố đầu vào (lao động, vốn...) với một trình độ công nghệ nhất định.

Như vậy, khi xây dựng lý thuyết sản xuất và chi phí, công nghệ được coi là một tham số cho trước (không đổi).



Hàm sản xuất tổng quát có dạng:  $Q = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$

Trong đó:  $Q$  là sản lượng (đầu ra);

$x_1, x_2, \dots, x_n$  là các yếu tố sản xuất (đầu vào).

Trường hợp doanh nghiệp chỉ sử dụng 2 đầu vào cơ bản là lao động ( $L$ ) và vốn ( $K$ ) thì hàm sản xuất phổ biến là hàm Cobb-Douglas:

$$Q = f(K, L) = a \cdot K^\alpha \cdot L^\beta$$

Trong đó:  $a$  là hằng số tùy thuộc vào đơn vị đo lường đầu vào và đầu ra

$\alpha, \beta$  là những hệ số cho biết tầm quan trọng tương đối của  $K, L$

### 1.3. Hãng

**Hãng** hay **doanh nghiệp** là tổ chức kinh tế thuê, mua các yếu tố đầu vào sản xuất ra các hàng hóa, dịch vụ (đầu ra) để bán nhằm mục đích sinh lời. Các hãng - doanh nghiệp có hình thức và quy mô sản xuất khác nhau. Một doanh nghiệp có thể sản xuất một hoặc nhiều loại sản phẩm; sản phẩm của doanh nghiệp có thể là sản phẩm trung gian hoặc sản phẩm cuối cùng.

### 1.4. Ngắn hạn và dài hạn

Ngắn hạn (*SR - Short Run*) là khoảng thời gian trong đó có ít nhất một yếu tố sản xuất không đổi về số lượng sử dụng trong quá trình sản xuất của doanh nghiệp.

Dài hạn (*LR - Long Run*) là khoảng thời gian đủ dài để doanh nghiệp có thể thay đổi tất cả các yếu tố sản xuất.

## 2. Sản xuất trong ngắn hạn

Để đơn giản chúng ta lấy ví dụ về một doanh nghiệp may quần áo trong ngắn hạn, nghĩa là có ít nhất một yếu tố sản xuất không đổi. Để đơn giản ta chỉ xét hai yếu tố đầu vào là: Lao động và máy khâu.

Số máy khâu không đổi  $K = 2$ , khi số lao động  $L$  thay đổi thì sản lượng quần áo  $Q$  cũng thay đổi theo và được thể hiện ở bảng 5.1.

Số lao động ( $L$ )	Số bộ quần áo ( $Q$ )
0	0
1	20
2	50
3	63
4	72
5	80
6	84
7	77

Bảng 5.1. Hàm sản xuất ngắn hạn

Với giả định  $L$  biến đổi,  $K$  cố định ta có hàm sản xuất là hàm một biến theo  $L$  được biểu thị như sau:

$$Q = f(\underline{K}, L).$$

Với một yếu tố sản xuất biến đổi trong khi các yếu tố khác được giữ nguyên thì sản lượng, năng suất bình quân, năng suất cận biên sẽ thay đổi như thế nào?

### 2.1. Năng suất bình quân

Năng suất bình quân hay sản phẩm bình quân ( $AP$  - Average Product) của một đầu vào biến đổi là số đầu ra (sản phẩm) tính theo một đơn vị đầu vào đó.

Nó được xác định bằng cách lấy tổng sản lượng chia cho số lượng các đầu vào biến đổi được sử dụng.

$$\text{Năng suất bình quân (AP}_x\text{)} = \frac{\text{Số lượng sản phẩm đầu ra (Q)}}{\text{Số lượng đầu vào (X)}}$$

### 2.2. Năng suất cận biên

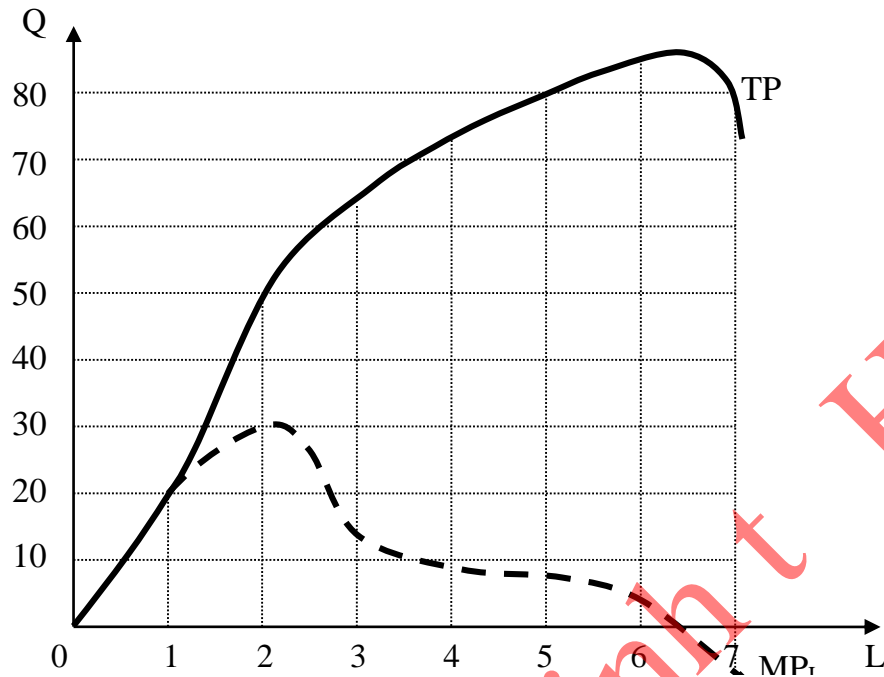
Năng suất cận biên hay sản phẩm cận biên ( $MP$  - Marginal Product) của một đầu vào biến đổi là phần thay đổi trong tổng sản lượng khi bổ sung thêm một đơn vị đầu vào biến đổi đó (trong khi các đầu vào khác được giữ nguyên).

$$\text{Năng suất cận biên (MP}_x\text{)} = \frac{\text{Thay đổi của tổng sản lượng } (\Delta Q)}{\text{Thay đổi của đầu vào } (\Delta X)}$$

Ở ví dụ trên (bảng 5.1), với lượng tư bản không đổi  $\underline{K} = 2$ , thì năng suất bình quân và năng suất cận biên của lao động được tính theo bảng 5.2 sau:

L	Q	$AP_L = Q/L$	$MP_L = \Delta Q/\Delta L$
0	0	-	-
1	20	20	20
2	50	25	30
3	63	21	13
4	72	18	9
5	80	16	8
6	84	14	4
7	77	11	-7

**Bảng 5.2. Năng suất bình quân và năng suất cận biên của lao động**



**Hình 5.1. Sản phẩm cận biên của lao động**

Từ bảng 5.2 chúng ta có thể vẽ đường biểu diễn tổng đầu ra và sản phẩm cận biên trên hình 5.1. Ta thấy sản phẩm cận biên của lao động thứ 2 là 30 lớn hơn sản phẩm cận biên của lao động thứ 1. Nguyên nhân là do có sự phân công lao động trong quá trình sản xuất. Trong trường hợp chỉ có 1 lao động anh ta phải đảm trách tất cả các công việc như đo cắt, may, ủi,... Khi có thêm một người lao động thì xuất hiện phân công và chuyên môn hóa làm tăng năng suất lên. Tuy nhiên, nếu cứ gia tăng mãi lao động đến một lúc nào đó sản phẩm cận biên của lao động sẽ giảm dần.

### **2.3. Quy luật năng suất cận biên giảm dần**

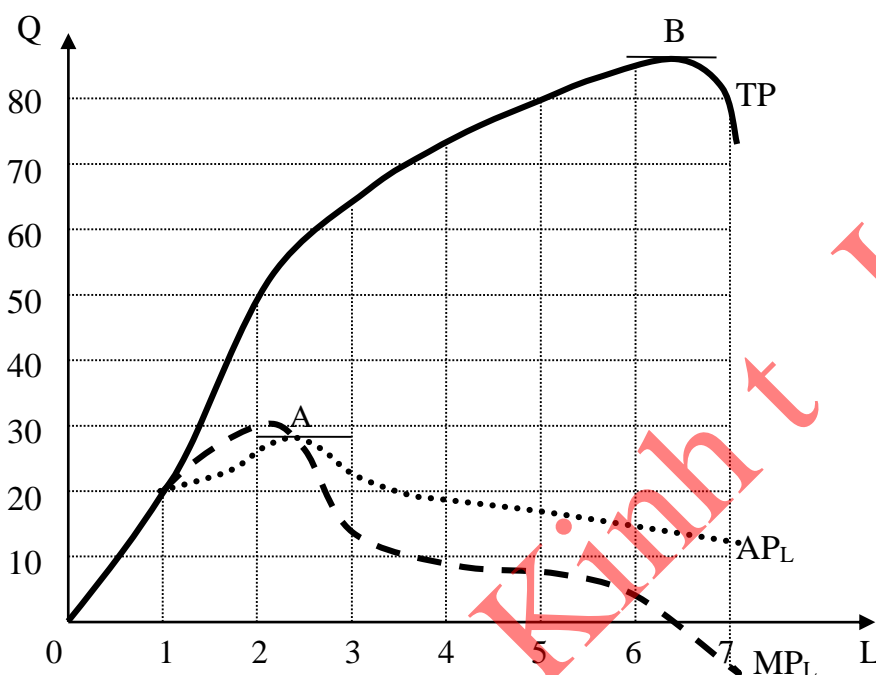
*Năng suất cận biên của một đầu vào biến đổi sẽ giảm dần khi sử dụng ngày càng nhiều hơn đầu vào đó trong quá trình sản xuất (với điều kiện giữ nguyên lượng sử dụng các đầu vào cố định khác).*

Nguyên nhân là vì khi càng nhiều đơn vị đầu vào biến đổi như lao động được sử dụng thì tỷ lệ các yếu tố cố định như vốn, đất đai, nhà xưởng,... để kết hợp với lao động giảm xuống; thời gian “chết” sẽ nhiều hơn và do đó sản phẩm cận biên của lao động sẽ giảm xuống.

Đồ thị hình 5.1 cho thấy, năng suất cận biên của lao động lúc đầu tăng từ 20 lên 30 sản phẩm nhưng bắt từ lao động thứ 3 năng suất cận biên giảm dần. Trên đồ thị năng suất cận biên tại một điểm biểu diễn độ dốc của đường tổng sản phẩm tại điểm đó.

### **2.4. Quan hệ giữa tổng sản lượng, năng suất bình quân và năng suất cận biên**

Đồ thị hình 5.2 mô tả đường tổng sản lượng (TP) cũng như mối quan hệ giữa năng suất bình quân ( $AP_L$ ) và năng suất cận biên ( $MP_L$ ) của lao động ở doanh nghiệp may quần áo.



Hình 5.2. Mối quan hệ giữa năng suất bình quân và năng

Đường TP mô tả sự thay đổi của đầu ra khi lượng đầu vào khả biến ( $L$ ) được sử dụng tăng lên; TP có dạng hình chuông do tính đơn điệu tăng của hàm sản xuất, TP dịch chuyển lên trên khi có sự cải tiến về công nghệ sản xuất (lượng đầu vào khả biến không đổi).

Mối quan hệ giữa năng suất bình quân và năng suất cận biên được biểu hiện như sau:

Khi năng suất cận biên lớn hơn năng suất bình quân thì nó đẩy năng suất bình quân lên.

Khi năng suất cận biên nhỏ hơn năng suất bình quân thì kéo năng suất bình quân xuống.

Khi năng suất cận biên bằng năng suất bình quân thì năng suất bình quân đạt giá trị cực đại (tại giao điểm của  $MP_L$  và  $AP_L$ ).

Chúng ta cũng có thể chứng minh mối quan hệ này bằng phương pháp đại số:

$$AP_L \rightarrow \max \text{ khi } (AP)'_L = (TC/L)' = 0 \rightarrow (TC'.L - TC.L')/L^2 = 0$$

$$\rightarrow (MP_L - AP_L)/L = 0$$

Khi  $MP_L > AP_L$ ,  $AP_L' > 0$  thì  $AP_L$  tăng dần.

Khi  $MP_L < AP_L$ ,  $AP_L' < 0$  thì  $AP_L$  giảm dần.

Khi  $MP_L = AP_L$ ,  $AP_L' = 0$  thì  $AP_L$  đạt giá trị cực đại (trên hình 4.2,  $MP_L$  và  $AP_L$  cắt nhau tại điểm A).

### **Mối quan hệ giữa năng suất cận biên và tổng sản lượng (TP):**

Đường biểu diễn năng suất cận biên ( $MP_L$ ) có độ dốc của đường tổng sản lượng (TP).

Khi  $MP_L > 0$  thì sản lượng tăng, đường TP dốc lên trên.

Khi  $MP_L < 0$  thì sản lượng giảm, đường TP dốc xuống dưới.

Khi  $MP_L = 0$ , sản lượng đạt giá trị cực đại (tại điểm B).

## **II. LÝ THUYẾT CHI PHÍ**

Trong nền sản xuất hàng hóa các doanh nghiệp luôn phải đối mặt với cạnh tranh, do vậy việc xác định mức sản xuất và tiêu thụ sao cho tối thiểu hóa chi phí sản xuất có ý nghĩa hết sức quan trọng. Chi phí sản xuất được thể hiện dưới 2 dạng là chi phí hiện vật và chi phí bằng tiền.

### **1. Khái niệm chi phí**

Chi phí bao gồm các loại phí tổn mà người sản xuất phải bỏ ra dưới dạng hiện vật hay giá trị, vô hình hay hữu hình để đạt được một kết quả nào đó. Có nhiều cách gọi khác nhau về chi phí và có thể gây nhầm lẫn nếu chúng ta không phân biệt chính xác. Chúng ta sẽ đi làm rõ từng khái niệm của chi phí:

**Chi phí hiện vật:** Để sản xuất ra một hàng hóa, dịch vụ nào đó nhất thiết phải tiêu tốn một lượng các yếu tố tài nguyên, được gọi là chi phí tài nguyên hay chi phí hiện vật. Ví dụ, để sản xuất ra quần áo doanh nghiệp phải sử dụng một tập hợp các yếu tố như nhà xưởng, máy khâu, vải, lao động,...

#### **Chi phí hiện và chi phí ẩn:**

Chi phí hiện (còn gọi là chi phí kế toán, chi phí tài chính) là chi phí bằng tiền mà doanh nghiệp chi ra để mua các yếu tố sản xuất trong quá trình sản xuất kinh doanh. Chi phí tính toán mang tính chất minh nhiên (*explicit*) và được ghi chép trong sổ sách kế toán.

Chi phí ẩn (*implicit*) là những chi phí không được ghi chép trong sổ sách kế toán và không phát sinh những giao dịch thanh toán tiền mặt. Ví dụ, tiền lương cho chủ kinh doanh gia đình, chủ doanh nghiệp nhỏ hay doanh nghiệp tư nhân hoặc những tài sản thuộc sở hữu của bản thân doanh nghiệp.

#### **Chi phí kinh tế và chi phí tính toán:**

Chi phí kinh tế là tổng của chi phí tính toán cộng với chi phí ẩn.

#### **Chi phí cơ hội, chi phí kinh tế và chi phí ẩn:**

Chi phí cơ hội về bản chất là chi phí kinh tế vì nó phản ánh quan điểm của nhà kinh tế khi xem xét lựa chọn và ra quyết định về phương án tối ưu. Chi phí ẩn là chi phí cơ hội của cá nhân hay doanh nghiệp do họ sử dụng nguồn lực của mình để sản xuất hàng hóa, dịch vụ mà không sử dụng để bán hoặc cho thuê.

**Chi phí chìm** (*sunk cost*):

Các khoản chi để mua hàng hóa lâu bền hay những đầu vào chuyên dụng và không thể sử dụng cho mục đích khác hay bán đi. Chi phí chìm không ảnh hưởng đến chi phí tăng thêm và các quyết định sản lượng trong ngắn hạn.

## 2. Chi phí ngắn hạn

**Chi phí ngắn hạn:** là những chi phí của thời kỳ mà trong đó số lượng và chất lượng của một vài đầu vào không đổi, do đó quy mô sản xuất của doanh nghiệp không đổi.

### 2.1. Tổng chi phí, chi phí cố định, chi phí biến đổi

#### Tổng chi phí sản xuất

Tổng chi phí sản xuất của một loại sản phẩm bao gồm giá trị thị trường của toàn bộ các tài nguyên được sử dụng để xuất ra sản phẩm đó.

Ví dụ: Để sản xuất ra 15 bộ quần áo mỗi ngày, một doanh nghiệp cần sử dụng một máy khâu, một lao động và 75m vải. Nhà máy được thuê theo hợp đồng.

Chi phí các yếu tố sản xuất theo giá thị trường được xác định như sau:

Các yếu tố sản xuất	Giá (1000đ)
- Thuê nhà máy	100
- Khấu hao máy khâu	20
- Lao động	10
- Vải	115
Tổng chi phí	245

Như vậy, để sản xuất ra 15 bộ quần áo mỗi ngày, doanh nghiệp phải chi ra 245 nghìn đồng. Tuy nhiên, chi phí này sẽ thay đổi khi mà mức sản lượng thay đổi.

Tổng chi phí bao gồm 2 bộ phận: Chi phí cố định và chi phí biến đổi.

$$TC = FC + VC$$

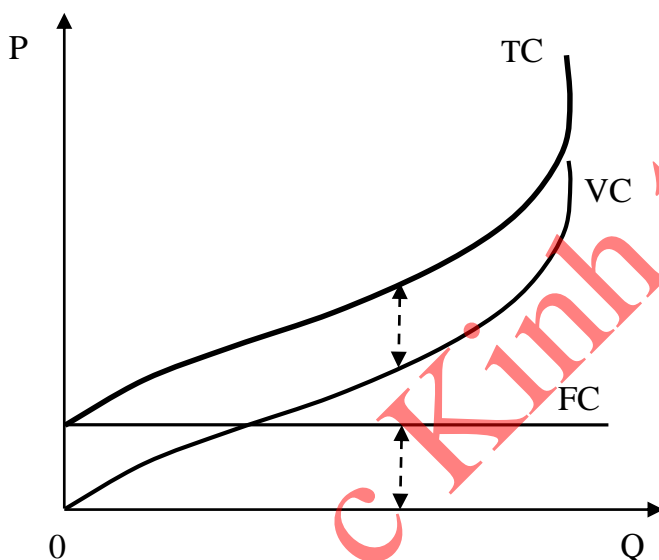
#### Chi phí cố định

Chi phí cố định là những chi phí không thay đổi khi sản lượng thay đổi. Bao gồm tiền thuê nhà xưởng, chi phí khấu hao máy móc, thiết bị, tiền lương cho cán bộ quản lý,...

## Chi phí biến đổi

Chi phí biến đổi là những chi phí tăng lên hay giảm xuống khi sản lượng thay đổi. Nó bao gồm chi phí mua nguyên nhiên vật liệu, tiền lương công nhân,...

Như vậy, tổng chi phí tăng lên hay giảm xuống phụ thuộc vào chi phí biến đổi. Ta có thể thấy rõ điều này qua đồ thị hình 5.3. Ta xác định được đường tổng chi phí TC bằng cách cộng theo chiều dọc chi phí cố định FC và chi phí biến đổi VC tại mỗi mức sản lượng.



Hình 5.3. Mối quan hệ giữa tổng chi phí với chi phí cố định và chi phí biến

## 2.2. Chi phí bình quân (AC – Average Cost)

**Chi phí bình quân:** là chi phí sản xuất cho một đơn vị sản phẩm.

Chi phí bình quân được xác định bằng cách lấy tổng chi phí chia cho sản lượng.

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

hoặc là:  $AC = AFC + AVC$

AFC: chi phí cố định bình quân ( $AFC = FC/Q$ )

AVC: chi phí biến đổi bình quân ( $AVC = VC/Q$ )

Chi phí cố định bình quân ngày càng giảm khi sản lượng tăng lên. Còn chi phí biến đổi bình quân giảm dần trong giai đoạn đầu, sau đó có xu hướng tăng lên vì năng suất cận biên ngày càng giảm (Hình 5.4).

## 2.3. Chi phí cận biên (MC – Marginal Cost)

**Chi phí cận biên:** là chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.

Nó là sự thay đổi trong tổng chi phí hay chi phí biến đổi khi sản lượng thay đổi một đơn vị.

$$MC = \Delta TC / \Delta Q = \Delta VC / \Delta Q$$

Khi tổng chi phí hay chi phí biến đổi là hàm số thì chi phí cận biên được xác định bằng các lấy đạo hàm bậc nhất của hàm tổng chi phí hay chi phí biến đổi.

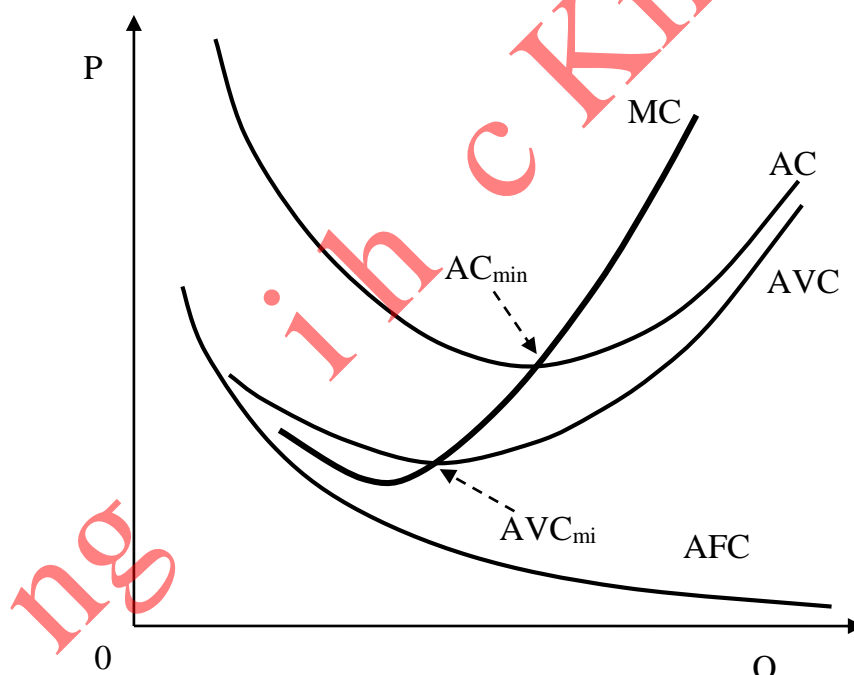
$$MC = dTC/dQ = dVC/dQ$$

Mối quan hệ giữa chi phí cận biên và chi phí bình quân được thể hiện như sau (hình 5.4):

Khi chi phí cận biên (MC) thấp hơn chi phí bình quân (AC, AVC) thì nó kéo AC, AVC xuống.

Khi chi phí cận biên (MC) bằng chi phí bình quân (AC, AVC) thì chi phí bình quân (AC, AVC) đạt giá trị cực tiểu.

Khi chi phí cận biên (MC) cao hơn chi phí bình quân (AC, AVC) thì nó đẩy chi phí bình quân (AC, AVC) lên.



Hình 5.4. Mối quan hệ giữa chi phí cận biên và các loại chi phí bình quân

Chúng ta có thể chứng minh mối quan hệ này bằng phương pháp đại số:

$$AC = TC/Q \text{ đạt giá trị cực tiểu khi } (AC)'_Q = (TC/Q)' = 0$$

$$\rightarrow (TC'_Q \cdot Q - TC \cdot Q')/Q^2 = 0 \quad \rightarrow (MC \cdot Q - TC)/Q^2 = 0$$

$$\rightarrow (AC)'_Q = (MC - AC)/Q = 0$$

Nếu  $MC < AC$  thì  $(AC)'_Q < 0$  do đó Q tăng làm AC giảm.



Nếu  $MC = AC$  thì  $(AC)'_Q = 0$ ,  $AC$  đạt giá trị cực tiểu.

Nếu  $MC > AC$  thì  $(AC)'_Q > 0$  do đó  $Q$  tăng làm  $AC$  tăng.

Tương tự, ta cũng chứng minh được mối quan hệ giữa  $MC$  và  $AVC$

### III. LÝ THUYẾT LỢI NHUẬN

#### 1. Khái niệm và công thức tính

Khái niệm: *Lợi nhuận là phần chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí trong một khoảng thời gian xác định.*

Có 2 công thức tính lợi nhuận:

Lợi nhuận là hiệu số giữa tổng doanh thu và tổng chi phí để sản xuất ra sản phẩm:

$$\pi = TR - TC$$

Trong đó:

$\pi$  (Profit): Lợi nhuận

$TR$  (Total Revenue): Tổng doanh thu

$TC$  (Total Cost): Tổng chi phí

Lợi nhuận bằng lợi nhuận trên một đơn vị sản phẩm nhân với tổng sản lượng:

$$\text{Lợi nhuận } (\pi) = \text{Lợi nhuận đơn vị} \times \text{Lượng bán } (Q)$$

Trong đó: Lợi nhuận đơn vị = Giá bán ( $P$ ) – Chi phí bình quân ( $AC$ )

Vậy: 
$$\pi = (P - AC) \cdot Q$$

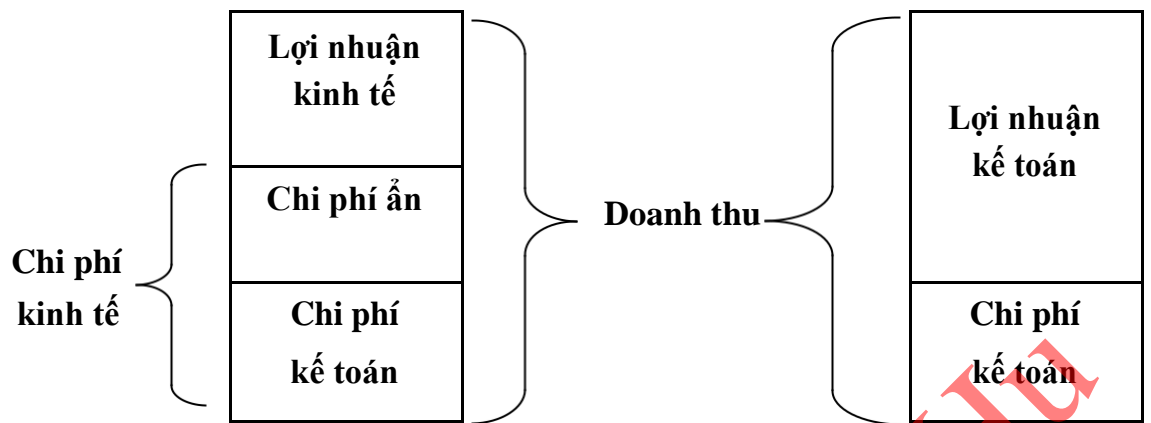
#### 2. Lợi nhuận kinh tế và lợi nhuận kế toán

Tương tự như khái niệm chi phí, lợi nhuận cũng được phân biệt thành 2 khái niệm: Lợi nhuận kinh tế và lợi nhuận kế toán (lợi nhuận tính toán).

**Lợi nhuận kinh tế = Tổng doanh thu – Chi phí kinh tế**

**Lợi nhuận tính toán = Tổng doanh thu – Chi phí tính toán**

Trong phần chi phí sản xuất, ta thấy chi phí kinh tế thường lớn hơn chi phí tính toán, do đó lợi nhuận kinh tế thường nhỏ hơn lợi nhuận tính toán. Như vậy, lợi nhuận kinh tế là phần còn lại của lợi nhuận tính toán sau khi đã trừ đi chi phí ẩn của việc sử dụng đầu vào.



Hình 5.4. Chi phí kinh tế và chi phí kế toán

### 3. Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận

Để xác định mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận chúng ta so sánh mối quan hệ giữa doanh thu biên ( $MR - Marginal Revenue$ ) và chi phí biên ( $MC$ ). Trong đó doanh thu biên là doanh thu tăng thêm khi tiêu thụ thêm một đơn vị sản phẩm:  $MR = \Delta TR / \Delta Q$  hoặc  $MR = (TR)'_Q$

Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận được xác định như sau:

Nếu  $MR > MC$  khi doanh nghiệp tăng  $Q$  sẽ làm tăng lợi nhuận.

Nếu  $MR = MC$  doanh nghiệp đạt lợi nhuận tối đa tại  $Q^*$ .

Nếu  $MR < MC$  khi doanh nghiệp tăng  $Q$  sẽ làm giảm lợi nhuận.

Ta có thể chứng minh mối quan hệ này bằng phương pháp đại số:

$$\pi_Q = TR - TC \rightarrow \max \text{ khi } (\pi)'_Q = (TR - TC)' = 0 \rightarrow MR - MC = 0$$

$$\rightarrow MR = MC$$

Đây chính là nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận được chứng minh theo phương pháp phân tích cận biên quen thuộc. Doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng mà tại đó doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên (khoảng cách giữa 2 đường  $TR$  và  $TC$  là lớn nhất).

## CÂU HỎI ÔN TẬP

**Câu 1:** Phân biệt năng suất bình quân và năng suất cận biên của đầu vào biến đổi? **Câu 2:** Trình bày mối quan hệ giữa năng suất cận biên và năng suất bình quân của đầu vào biến đổi?

**Câu 3:** Trình bày quy luật năng suất lao động cận biên giảm dần? Cho ví dụ minh họa?

**Câu 4:** Anh (chị) giải thích tại sao: Trong ngắn hạn, năng suất lao động cận biên của đầu vào biến đổi lao động lúc đầu tăng sau đó giảm sút khi yếu tố đầu vào lao động ngày càng được sử dụng nhiều hơn trong quá trình sản xuất?

**Câu 5:** Phân biệt chi phí kế toán và chi phí kinh tế? Trong phân tích kinh tế, doanh nghiệp nên căn cứ vào chi phí nào để đánh giá hiệu quả của doanh nghiệp? **Câu 6:** Phân biệt lợi nhuận kinh tế và lợi nhuận kế toán?

**Câu 7:** Anh (chị) chứng minh đường chi phí cận biên (MC) có dạng chữ U?

**Câu 8:** Anh (chị) chứng minh đường chi phí biến đổi bình quân (AVC) và đường tổng chi phí bình quân (ATC) có dạng chữ U?

**Câu 9:** Anh (chị) chứng minh đường chi phí cận biên (MC) luôn đi qua điểm cực tiểu của hai đường chi phí biến đổi bình quân (AVC) và đường tổng chi phí bình quân (ATC)?

**Câu 10:** Giải thích mối quan hệ giữa các đường chi phí cận biên, đường tổng chi phí bình quân và đường chi phí biến đổi bình quân?

**Câu 11:** Thế nào là đường đồng lượng, đường đồng phí? Nêu đặc điểm của đường đồng lượng, đường đồng phí?

**Câu 12:** Giải thích nguyên tắc lựa chọn đầu vào tối ưu của các doanh nghiệp?

**Câu 13:** Trình bày nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp?

## BÀI TẬP

1. Chứng minh rằng: Chi phí bình quân tại 1 điểm trên đường tổng chi phí (A) được xác định bằng hệ số góc của đường thẳng xuất phát từ gốc tọa độ đến điểm đó (A).
2. Một hãng biết được hàm cầu về sản phẩm của mình là  $P = 100 - 0,01Q$ . Hàm tổng chi phí của hãng là  $TC = 50Q + 30000$ .
  - a. Viết phương trình biểu diễn tổng doanh thu, doanh thu cận biên và chi phí cận biên.
  - b. Xác định sản lượng tối đa hóa lợi nhuận.
  - c. Khi nào thì doanh thu của hãng là tối đa?
3. Một hãng có chi phí biến đổi bình quân là  $AVC = Q + 4$ . Chi phí cố định của hãng là 50
  - a. Viết phương trình biểu thị các đường VC, TC, MC, ATC, AFC?
  - b. Xác định chi phí bình quân tối thiểu
4. Một hãng sản xuất với chi phí bình quân (\$)  $AC = 300 + 97500/Q$  và có đường cầu  $P = 1100 - Q$ , P tính bằng \$, Q là số sản phẩm.
  - a. Quyết định của hãng để tối đa hóa lợi nhuận? Tính lợi nhuận đó?
  - b. Hãng đặt mức giá nào để tối đa hóa doanh thu
  - c. Hãng đặt mức giá nào để bán được nhiều sản phẩm nhất mà không bị lỗ

## CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Hàm sản xuất	Production function
Ngắn hạn	Short-run (SR)
Dài hạn	Long-run (LR)
Năng suất bình quân	Average Product (AP)
Năng suất cận biên	Marginal Product (MP)
Quy luật năng suất cận biên giảm dần	The law of Diminishing Returns
Chi phí tường minh	Explicit Cost
Chi phí ẩn	Implicit Cost
Chi phí cố định	Fixed Cost (FC)
Chi phí biến đổi	Variable Cost (VC)
Tổng chi phí	Total Cost (TC)
Chi phí cố định bình quân	Average Fixed Cost (AFC)
Chi phí biến đổi bình quân	Average Variable Cost (AVC)
Chi phí bình quân	Average Cost (AC)
Chi phí cận biên	Marginal Cost (MC)
Doanh thu cận biên	Marginal Revenue (MR)
Lợi nhuận	Profit ( $\pi$ )
Lợi nhuận tính toán	Accounting Profit
Lợi nhuận kinh tế	Economic Profit
Thặng dư sản xuất	Producer Surplus
Tối đa hóa lợi nhuận	Profit Maximization
Tối thiểu hóa chi phí	Loss Minimization

## Chương VI. CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG

### Mục tiêu của chương:

Các doanh nghiệp có mục tiêu cơ bản là tối đa hóa lợi nhuận và đạt được mục tiêu đó bằng cách sản xuất tại mức sản lượng có doanh thu biên bằng chi phí biên. Tuy nhiên, doanh thu cận biên lại phụ thuộc vào cầu của thị trường. Do đó, ở chương này chúng ta sẽ nghiên cứu từng loại thị trường cụ thể và xem xét việc ra quyết định sản xuất của từng doanh nghiệp trong các thị trường đó.

### I. THỊ TRƯỜNG

#### 1. Khái niệm

Có nhiều khái niệm khác nhau về thị trường:

- Thị trường là sự biểu hiện của sự phân công lao động xã hội và sản xuất hàng hóa và do đó có thể phát triển vô cùng tận.
- Thị trường là nơi diễn ra các hoạt động mua và bán hàng hóa, dịch vụ.
- Thị trường là nơi gặp nhau của cung và cầu hàng hóa, dịch vụ (bao gồm cả đối tượng và hoạt động lưu thông hàng hóa và dịch vụ).
- Thị trường là tổng hợp các quan hệ kinh tế hình thành trong hoạt động mua và bán.

Mục tiêu của các thành viên tham gia vào thị trường là tối đa hóa lợi ích kinh tế của mình. Chính sự tác động qua lại giữa người mua và người bán sẽ xác định giá cả và sản lượng cân bằng của hàng hóa trên thị trường. Đây là nguyên tắc hoạt động của cơ chế thị trường.

#### 2. Phân loại

Khi xem xét trên góc độ cạnh tranh hay độc quyền, tức là xem xét hành vi của thị trường các nhà kinh tế thường phân thị trường ra thành:

- Thị trường cạnh tranh hoàn hảo (*Perfect Competition*).
- Thị trường độc quyền (*Monopoly*).
- Thị trường cạnh tranh độc quyền (*Monopolistic Competition*).
- Thị trường độc quyền tập đoàn (*Oligopoly*).

Khi phân loại thị trường các nhà kinh tế thường sử dụng các tiêu thức sau:

- Số lượng người mua và người bán.
- Chủng loại sản phẩm.
- Sức mạnh thị trường của người mua và người bán (Market Power).
- Các trở ngại khi xâm nhập thị trường.

- Hình thức cạnh tranh phi giá cả.

## II. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH HOÀN HẢO

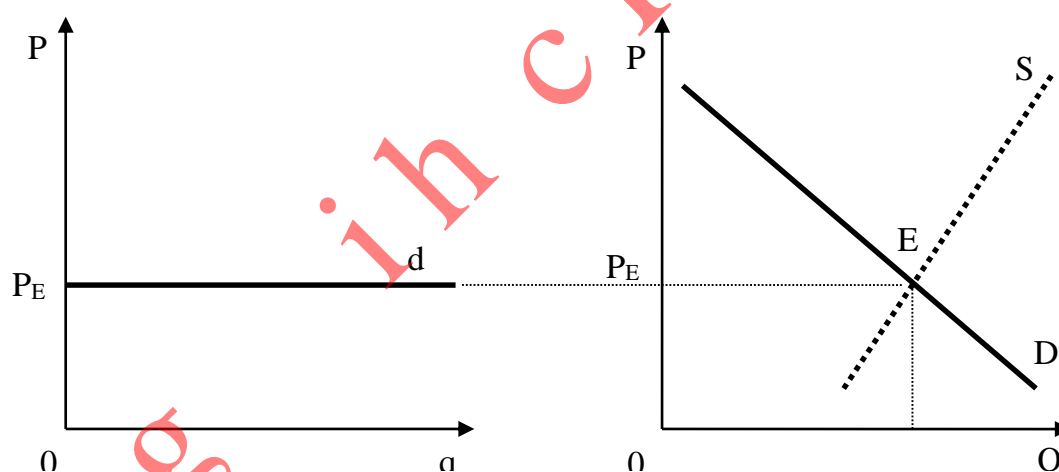
### 1. Đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo có 4 đặc điểm cơ bản sau:

- Có nhiều người mua và nhiều người bán độc lập với nhau. Lượng cung của mỗi nhà sản xuất rất nhỏ so với dung lượng của thị trường, do đó họ chỉ là những người “chấp nhận giá”.
- Sản phẩm trao đổi phải đồng nhất với nhau.
- Người tiêu dùng có đầy đủ thông tin về sản phẩm.
- Việc gia nhập và rút khỏi thị trường được thực hiện một cách dễ dàng.

### 2. Đặc điểm của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có thể bán tất cả sản lượng của mình ở mức giá thị trường đang thịnh hành. Nếu đặt giá cao hơn doanh nghiệp sẽ không bán được sản phẩm nào cả.



Hình 6.1. Đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo và của thị trường

Như vậy, đặc điểm của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là không có sức mạnh thị trường, tức là không có khả năng kiểm soát giá đối với sản phẩm của mình. Do đó, đường cầu của doanh nghiệp là một đường thẳng nằm ngang đối với trục sản lượng. Trong khi đó đường cầu thị trường lại tuân theo quy luật cầu, dốc xuống dưới theo chiều từ trái qua phải. Giá bán sản phẩm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo được xác định tại điểm cân bằng cung cầu của thị trường.

### 3. Sản lượng của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

#### 3.1. Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận

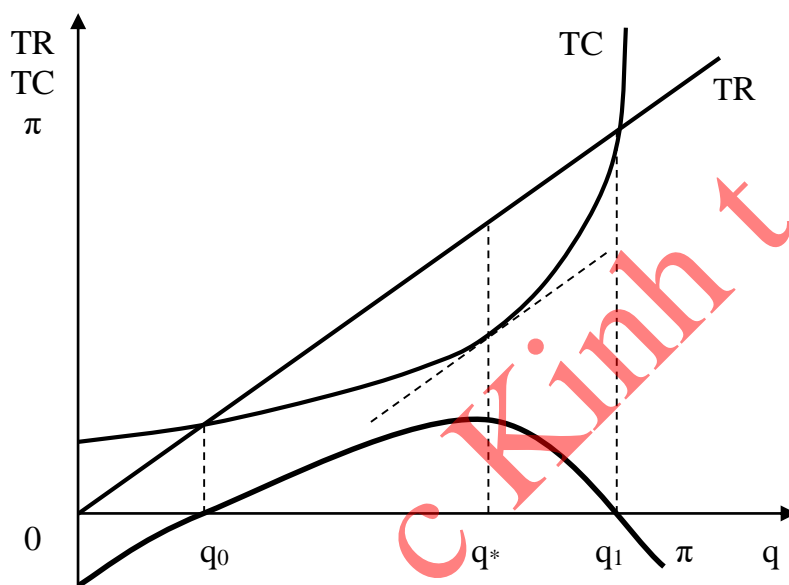
Có hai cách xác định sản lượng tối đa hóa lợi nhuận:

*Cách 1: Tối đa hóa khoản chênh lệch giữa doanh thu và chi phí*

Ta có:  $\pi = TR - TC$

Do đó để tối đa hóa lợi nhuận các doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng sao cho chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí là lớn nhất.

*Cách 2: Phân tích cận biên*



**Hình 6.2. Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận**

Độ dốc của đường tổng doanh thu là doanh thu biên và độ dốc của đường tổng chi phí là chi phí biên, cho biết doanh thu và chi phí sẽ thay đổi như thế nào khi sản lượng tăng một đơn vị.

Ở mức sản lượng thấp hơn  $q_0$  lợi nhuận âm vì doanh thu không bù đắp được chi phí. Khi doanh thu biên lớn hơn chi phí biên, thì tăng sản lượng sẽ làm tăng lợi nhuận. Tại  $q^*$  doanh thu biên bằng chi phí biên,  $q^*$  là sản lượng tối đa hóa lợi nhuận. Sau mức  $q^*$ , doanh thu biên nhỏ hơn chi phí biên làm cho lợi nhuận giảm xuống.

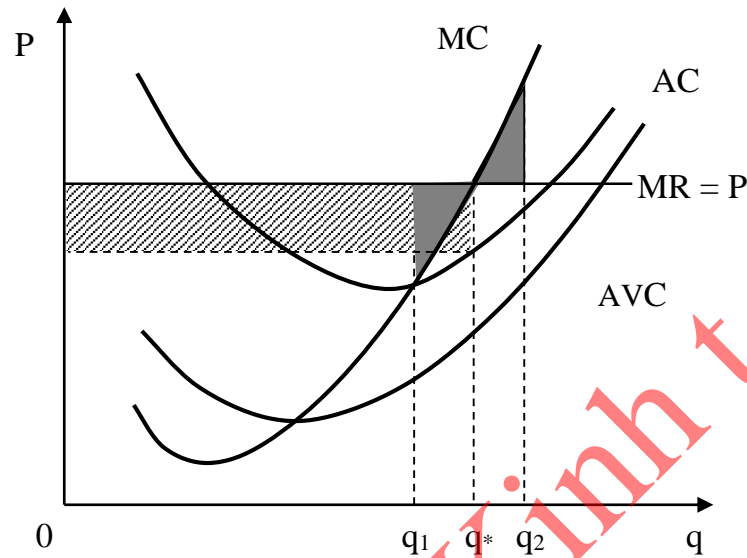
### **Lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn**

Giả sử đường cầu D của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo cắt các đường AC, AVC và MC. Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận là  $MC = MR$ , nhưng trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo  $MR = P$ , nên quy tắc tối đa hóa lợi nhuận là  $MC = P$ .

Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo tối đa hóa lợi nhuận tại  $q^*$ , vì tại đây  $MC = P$ . Và diện tích hình chữ nhật gạch chéo chính là phần lợi nhuận của doanh nghiệp.



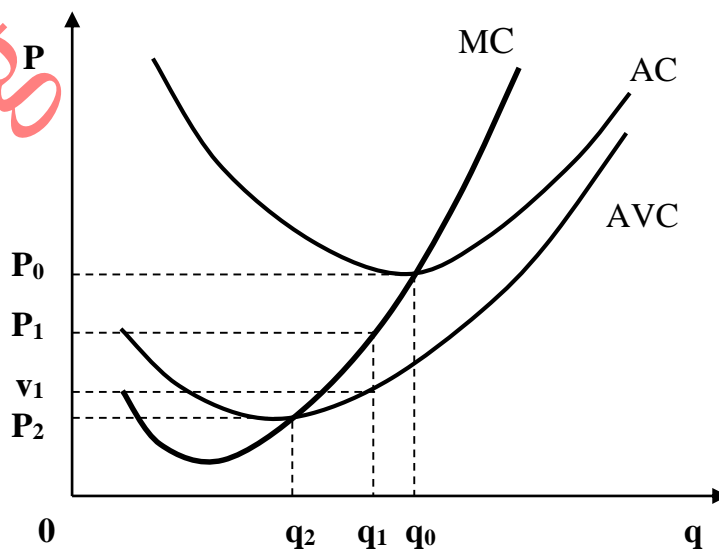
Ở mức sản lượng nhỏ hơn  $q^*$ , như  $q_1$  doanh nghiệp có thể tăng lợi nhuận bằng cách tăng sản lượng. Ở mức sản lượng  $q_2$ , chi phí biên lớn hơn giá nên giảm sản lượng sẽ làm tăng lợi nhuận.



**Hình 6.3. Lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn**

### 3.2. Sản lượng tối thiểu hóa thua lỗ

Trong ngắn hạn, không phải lúc nào doanh nghiệp cũng đạt được lợi nhuận. Trong trường hợp giá sản phẩm nhỏ hơn chi phí bình quân các doanh nghiệp sẽ phải chịu lỗ. Lúc này doanh nghiệp sẽ có 2 sự lựa chọn trong ngắn hạn: Tiếp tục sản xuất hoặc đóng cửa.

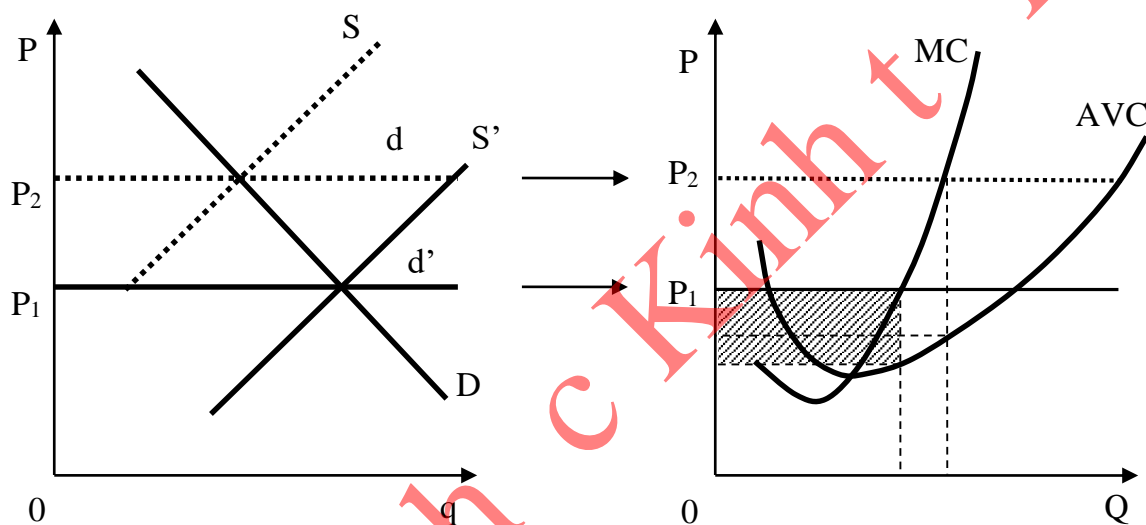


**Hình 6.4. Sản lượng tối thiểu hóa thua lỗ**

Khi giá bán trên thị trường lớn hơn chi phí biến đổi bình quân tối thiểu ( $P < AVC_{\min}$ ) thì doanh nghiệp nên tiếp tục sản xuất với hy vọng trong tương lai giá hàng hóa sẽ tăng lên hoặc chi phí sản xuất giảm xuống. Nếu giá thị trường nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân tối thiểu thì doanh nghiệp nên đóng cửa và chịu lỗ tổng chi phí cố định

#### 4. Đường cung của một doanh nghiệp và của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

Lợi nhuận là nhân tố lôi kéo nhiều người sản xuất tham gia vào thị trường và làm cho cung thị trường tăng mạnh ( $S \rightarrow S'$ ). Vì lượng cung tăng nên giá giảm xuống, kéo theo sự giảm sút về lợi nhuận của doanh nghiệp. Đây là mức sản lượng và mức giá cân bằng trong ngắn hạn của doanh nghiệp.



**Hình 6.5. Cân bằng mới của thị trường và của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo**

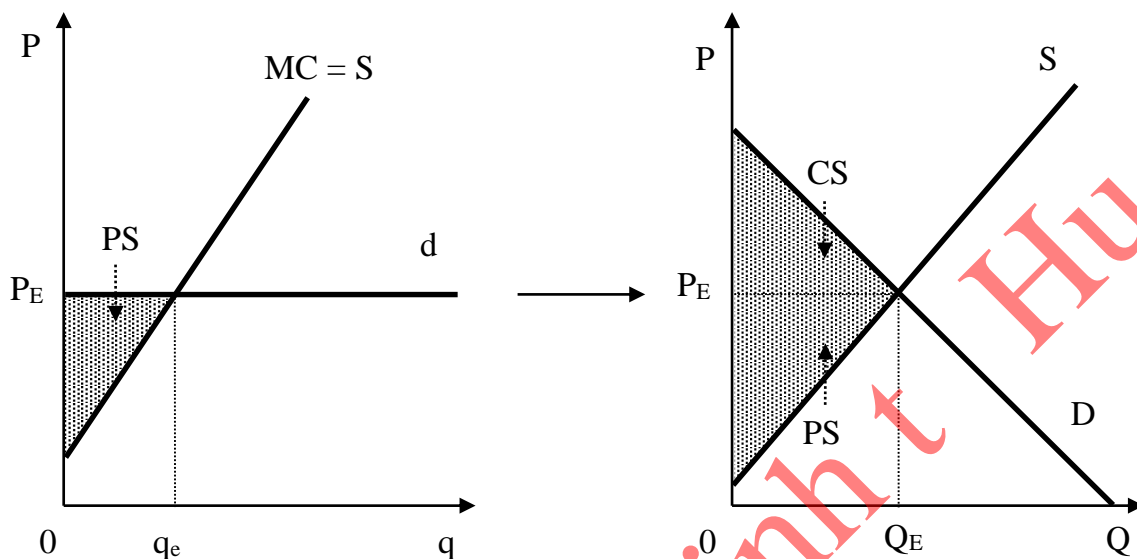
Khi giá giảm xuống bằng chi phí biến đổi bình quân tối thiểu ( $AVC_{\min}$ ) lợi nhuận của doanh nghiệp bằng không. Đây là trạng thái biểu hiện cân bằng dài hạn của doanh nghiệp và toàn ngành sản xuất. Trạng thái này được duy trì cho đến khi nhu cầu thị trường thay đổi hoặc tiến bộ công nghệ làm giảm chi phí sản xuất.

Như vậy, doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sẽ tối đa hóa lợi nhuận tại mức sản lượng có giá thị trường bằng chi phí cận biên ( $P = MC$ ). Do đó, đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là đường chi phí cận biên (MC) nằm trên điểm chi phí biến đổi bình quân tối thiểu  $AVC_{\min}$  (Hình 6.5). Còn đường cung thị trường là tổng hợp các đường cung cá nhân của các nhà sản xuất.

#### 5. Thặng dư sản xuất

Thặng dư sản xuất là khái niệm minh họa lợi ích của người sản xuất từ việc bán sản phẩm. Nó chính là hiệu số giữa giá bán sản phẩm với chi phí cận biên (MC) để sản xuất ra sản phẩm đó. Đối với doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo đường chi phí cận

biên chính là đường cung của doanh nghiệp. Có thể biểu diễn thặng dư sản xuất là diện tích phần nằm trên đường chi phí cận biên (đường cung) và dưới đường giá (đường cầu).



Hình 6.6. Thặng dư sản xuất của doanh nghiệp cạnh tranh và của thị trường

## 6. Ưu điểm và nhược điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

### 6.1. Ưu điểm

- Thị trường cạnh tranh hoàn hảo gây sức ép buộc các doanh nghiệp muốn tồn tại phải tiếp thu kỹ thuật và công nghệ mới, phối hợp các đầu vào ở mức chi phí thấp nhất.
- Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, các doanh nghiệp không thể thu được lợi nhuận siêu ngạch (trừ trong ngắn hạn).
- Việc các doanh nghiệp có thể gia nhập vào thị trường một cách dễ dàng làm cho sự phân bổ nguồn tài nguyên có hiệu quả.
- Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sản xuất tại mức sản lượng mà  $MR = MC$ , đây là một kết quả lý tưởng. Vì mục đích của hoạt động kinh tế là tối đa hóa lợi ích người tiêu dùng trên cả 2 mặt: mua được khối lượng sản phẩm lớn với mức giá thấp.

### 6.2. Nhược điểm

- Thị trường cạnh tranh hoàn hảo cũng gây những tổn thất cho một số doanh nghiệp trong nền kinh tế. Đó là những doanh nghiệp không có khả năng hạ thấp chi phí sản xuất dẫn đến tình trạng đóng cửa sản xuất, phải rời khỏi thị trường.
- Giá cả là tín hiệu của thị trường cạnh tranh hoàn hảo, song nếu người sản xuất hiểu sai tín hiệu đó thì điều gì sẽ xảy ra? Trong sản xuất nông nghiệp, chu kỳ sản xuất dài có thể dẫn đến sự giao động chu kỳ về giá, gọi là chu kỳ mạng nhện làm cho năm

này giá cao thì năm sau giá hạ, năm tiếp giá lại cao. Người nhận thức được quy luật này sẽ tiến hành đầu cơ nhằm kiếm lợi nhuận do bán giá cao. Khắc phục tình trạng này, Nhà nước phải đứng ra làm vai trò của một nhà đầu cơ tích cực để ổn định giá cả.

### III. THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN

#### 1. Đặc điểm của thị trường độc quyền (chỉ nghiên cứu trường hợp độc quyền bán)

*Độc quyền là trạng thái một doanh nghiệp sản xuất toàn bộ hàng hóa và dịch vụ cụ thể để cung cấp cho một thị trường nhất định.*

Thị trường độc quyền có những đặc điểm sau:

- Thị trường độc quyền chỉ có duy nhất một doanh nghiệp sản xuất một loại hàng hóa hoặc dịch vụ cụ thể nào đó và có rất nhiều người tiêu dùng.
- Thị trường độc quyền sản xuất ra một loại sản phẩm riêng biệt và không có sản phẩm thay thế gần gũi.
- Việc tham gia vào thị trường độc quyền của doanh nghiệp là rất khó khăn.

Trạng thái độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo là những tình huống ít gặp trong thực tế nhưng việc nghiên cứu chúng là rất cần thiết để tiến tới nghiên cứu thực tiễn nền kinh tế.

#### 2. Các nhân dẫn đến độc quyền

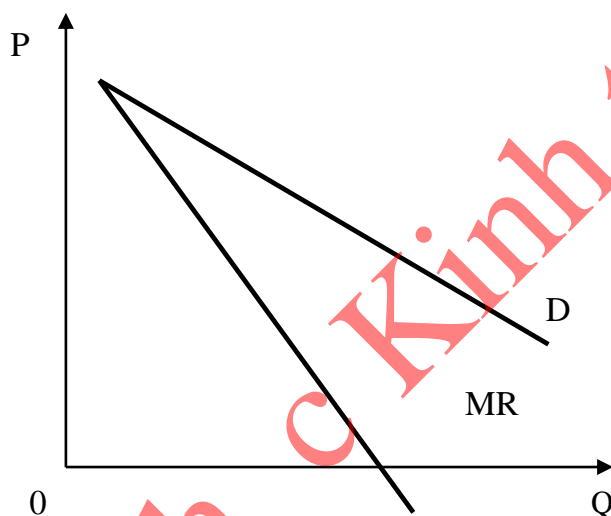
- **Bằng sáng chế (bản quyền):** Một doanh nghiệp có thể trở thành độc quyền nếu có được bản quyền sản phẩm hoặc quy trình công nghệ nhất định.
- **Kiểm soát các yếu tố đầu vào:** Một doanh nghiệp có thể thu được vị trí độc quyền nhờ kiểm soát được toàn bộ nguồn nguyên liệu để tạo ra sản phẩm nào đó.
- **Quy định của Chính phủ:** Chính phủ có thể cấp giấy phép cho một doanh nghiệp sản xuất kinh doanh một loại sản phẩm nào đó, doanh nghiệp trở thành độc quyền hợp pháp.
- **Độc quyền tự nhiên:** Khi quy mô sản xuất của một doanh nghiệp tăng lên thì chi phí bình quân sẽ giảm xuống. Điều này cho phép doanh nghiệp có lợi thế hơn các doanh nghiệp nhỏ.

#### 3. Đặc điểm của doanh nghiệp độc quyền

Trong khi doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là người “chấp nhận giá” thì doanh nghiệp độc quyền là người “định giá”, tức là có khả năng kiểm soát giá đối với sản phẩm của mình.

Đường cầu của doanh nghiệp độc quyền cũng chính là đường cầu của thị trường vì nó là đơn vị duy nhất cung ứng sản phẩm cho thị trường. Do đó, họ có thể bán nhiều sản phẩm làm cho giá cả giảm xuống và ngược lại cũng có thể giảm lượng cung để nâng giá bán lên.

Vì lượng hàng hóa được bán thêm chỉ khi giá hạ nên doanh thu cận biên luôn nhỏ hơn giá bán tại mọi mức sản lượng (hình 6.7). Trên đồ thị đường doanh thu cận biên nằm dưới đường cầu (giá bán). Chú ý rằng khác với giá bán luôn là số dương, doanh thu cận biên có thể có giá trị âm, dương hoặc bằng không.

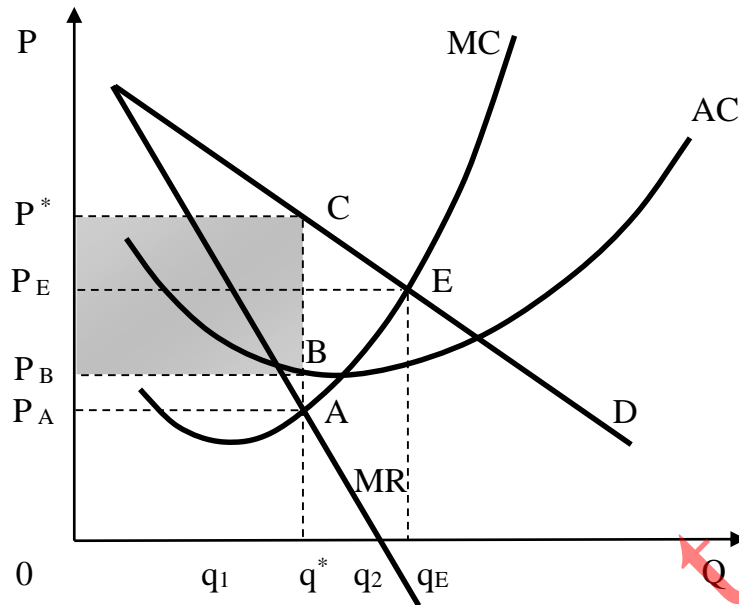


**Hình 6.7. Đường cầu và doanh thu cận**

#### **4. Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền**

Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của các doanh nghiệp là xác định mức sản lượng sao cho doanh thu biên bằng chi phí biên. Khác với doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, đường doanh thu cận biên trong độc quyền luôn nằm dưới đường cầu (giá) nên sản lượng của nhà độc quyền nhỏ hơn nhiều so với trong cạnh tranh và mức giá lại cao hơn.

Hình 6.8 biểu diễn mối quan hệ giữa chi phí cận biên (MC) với doanh thu cận biên (MR) và đường cầu (D). Ta có đường MR cắt đường MC tại A ứng với mức sản lượng  $q^*$  và xác định mức giá  $P^*$  tại giao điểm với đường cầu; chúng ta hãy xem xét quyết định của doanh nghiệp độc quyền trong các trường hợp sau:



**Hình 6.8. Lợi nhuận độc quyền**

- Giả sử doanh nghiệp sản xuất tại mức sản lượng  $q_1 < q^*$ , khi đó  $MR > MC$  (doanh thu tăng nhanh hơn chi phí), do đó tăng sản lượng sẽ làm tăng lợi nhuận.
- Nếu doanh nghiệp sản xuất tại mức sản lượng  $q_2 > q^*$ , khi đó  $MR < MC$  (doanh thu tăng chậm hơn chi phí), do đó giảm sản lượng sẽ làm tăng lợi nhuận.
- Còn khi doanh nghiệp điều chỉnh mức sản lượng đạt mức  $q^*$ , thì  $MR = MC$ , lợi nhuận sẽ đạt giá trị cực đại; được xác định bằng diện tích hình chữ nhật in đậm.

Như vậy, có thể thấy mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận trong độc quyền nhỏ hơn so với trong cạnh tranh hoàn hảo ( $q^* < q_E$ ), mức giá lại cao hơn ( $P^* > P_E$ ), do đó, lợi nhuận đơn vị trong độc quyền cao hơn lợi nhuận đơn vị trong cạnh tranh hoàn hảo. Lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền là diện tích hình chữ nhật  $ABP_BP^*$

Sự khác biệt cơ bản giữa thị trường độc quyền so với thị trường cạnh tranh hoàn hảo là ở chỗ thị trường độc quyền có sức mạnh thị trường. Nhà độc quyền ra quyết định sản xuất tại mức sản lượng  $q^*$  và đặt giá bán là  $P^*$ . So với trong thị trường cạnh tranh, sản xuất tại mức sản lượng  $q_E$  và bán với giá  $P_E$  nhà độc quyền đã gây ra tổn thất cho xã hội một lượng mất không là diện tích  $AEC$  (hình 6.8). Sức mạnh của nhà độc quyền được xác định bằng chỉ số Lerner (do Abba Lerner đưa ra năm 1934).

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

Ta có:  $0 < L < 1$ . Khi  $L$  càng tiến dần đến giá trị 1 thì sức mạnh thị trường càng lớn.

Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo  $P = MC$ ,  $L = 0$  thể hiện doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo không có sức mạnh thị trường.

## 5. Phân biệt giá trong độc quyền

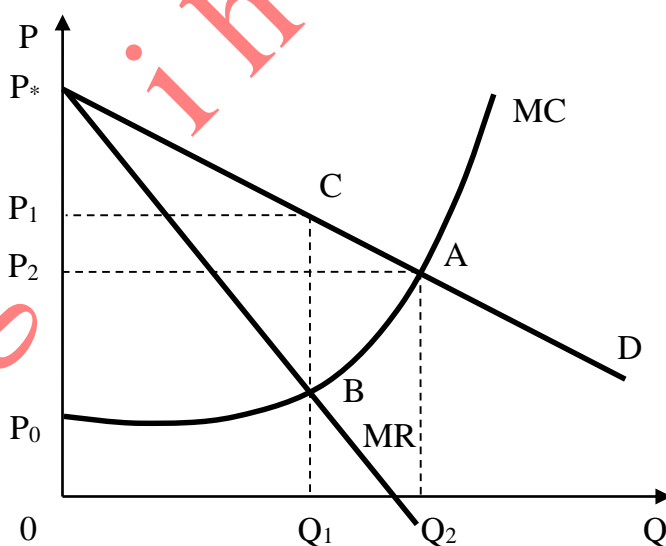
Để gia tăng lợi nhuận của mình các doanh nghiệp độc quyền áp dụng chính sách giá cả phân biệt đối với các nhóm khách hàng khác nhau. Có các dạng phân biệt giá cơ bản sau:

### 5.1. Phân biệt giá cấp một

Doanh nghiệp độc quyền sẽ định giá khác nhau cho mỗi khách hàng đúng bằng giá tối đa mà người tiêu dùng sẵn sàng trả cho mỗi sản phẩm.

- *Khi áp dụng một mức giá:* Để tối đa hóa lợi nhuận doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng  $Q_1$  tại đó  $MR = MC$ , giá bán là  $P_1$ . Thặng dư sản xuất là diện tích  $P_0BCP_1$ , thặng dư tiêu dùng là diện tích  $P^*CP_1$ , tổn thất xã hội là diện tích  $ABC$ .

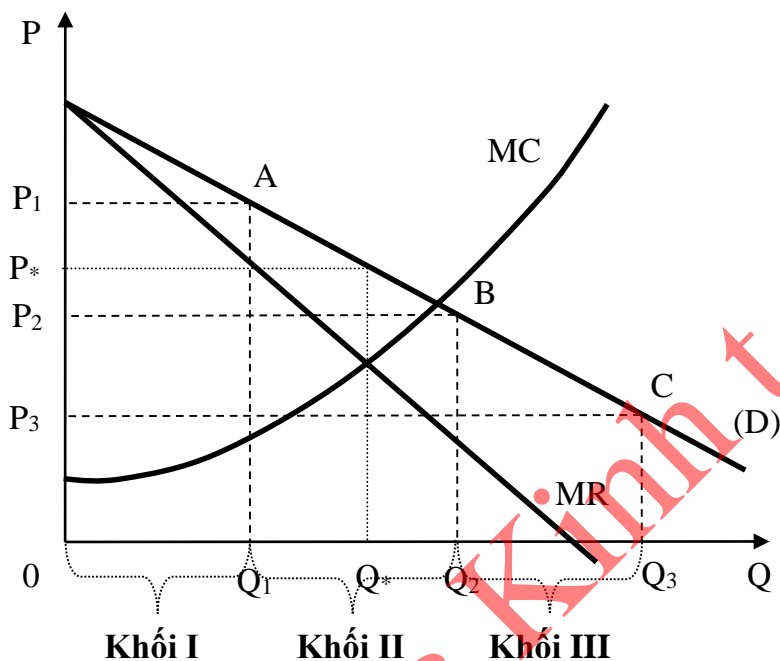
- *Khi áp dụng phân biệt giá cấp một:* Mỗi khách hàng phải trả đúng bằng giá tối đa cho từng sản phẩm, thì doanh thu biên đúng bằng giá tối đa cho từng sản phẩm, nên đường doanh thu biên (MR) trùng với đường cầu (D). Để tối đa hóa lợi nhuận doanh nghiệp tăng sản lượng sản xuất lên  $Q_2$ , tại đó  $MR = MC = D$ . Thặng dư của người sản xuất là diện tích  $P_0AP^*$ , thặng dư tiêu dùng bằng không.



Như vậy, khi áp dụng phân biệt giá cấp một doanh nghiệp sẽ thu được lợi nhuận cao hơn khi áp dụng một mức giá vì toàn bộ thặng dư của người tiêu dùng trở thành lợi nhuận tăng thêm của doanh nghiệp.

### 5.2. Phân biệt giá cấp hai

Đối với mỗi mặt hàng như điện, nước, điện thoại,... mỗi khách hàng thường mua nhiều đơn vị sản phẩm trong một khoảng thời gian nhất định. Trường hợp này, doanh nghiệp độc quyền sẽ áp dụng các mức giá khác nhau cho những khối lượng sản phẩm khác nhau.



- Khi áp dụng một mức giá: Doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng  $Q^*$ , tại đó  $MR = MC$ , định giá bán là  $P^*$ .

- Khi áp dụng phân biệt giá cấp hai:

+ Với lượng sản phẩm khối I: định giá là  $P_1$

+ Với lượng sản phẩm khối II: định giá là  $P_2$

+ Với lượng sản phẩm khối III: định giá là  $P_3$

Phân biệt giá cấp hai làm tăng lợi nhuận của doanh nghiệp, tăng thặng dư người tiêu dùng và do đó giá tăng đầu ra với chi phí bình quân ngày càng giảm.

### 5.3. Phân biệt giá cấp ba

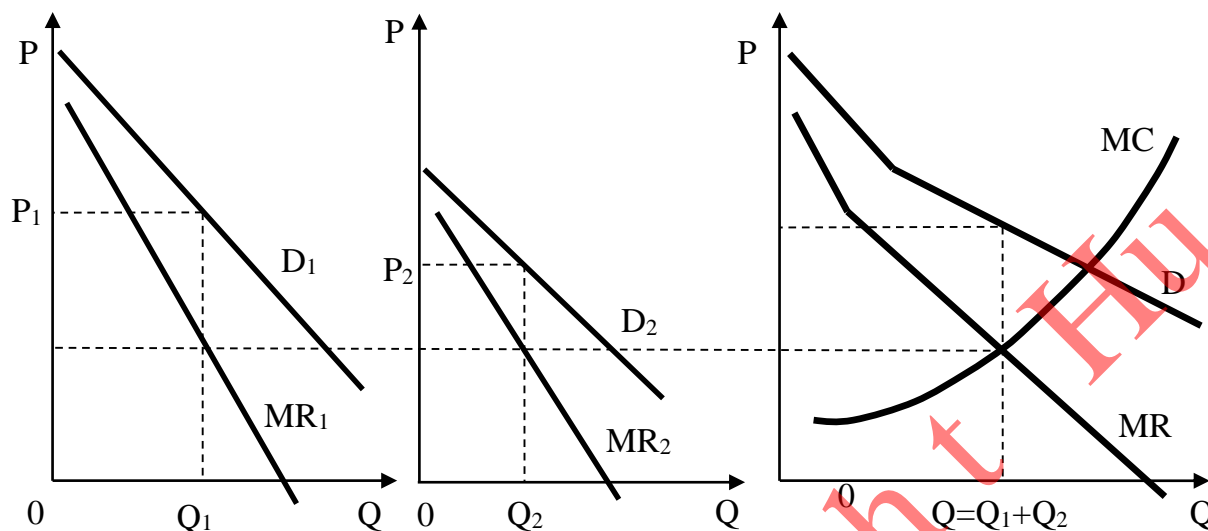
Doanh nghiệp sẽ phân chia thị trường thành những phân đoạn thị trường theo thu nhập, giới tính, tuổi tác,... rồi định giá khác nhau cho các phân đoạn thị trường đó, sao cho doanh thu biên của các phân đoạn thị trường phải bằng nhau và bằng doanh thu biên chung.

$$MR_1 = MR_2 = \dots = MR_n = MR$$

Hình thức này thường áp dụng trong giá vé máy bay, rượu, đồ ăn sẵn,... Để tối đa hóa lợi nhuận doanh nghiệp độc quyền sẽ sản xuất  $Q$ , tại đó  $MR = MC$  và  $Q = Q_1 +$



Q<sub>2</sub>. Doanh nghiệp sẽ bán Q<sub>1</sub> sản phẩm trên thị trường I, và Q<sub>2</sub> sản phẩm trên thị trường II.



#### IV. THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN

##### 1. Đặc điểm của thị trường

Cạnh tranh độc quyền là thị trường trong đó có nhiều người sản xuất ra các hàng hóa và dịch vụ, nhưng mỗi cá nhân chỉ có khả năng kiểm soát một cách độc lập đối với giá cả của họ.

Thị trường cạnh tranh độc quyền có một số đặc điểm sau:

**Một là**, có sự phân biệt về sản phẩm giữa các doanh nghiệp thông qua nhãn hiệu, kiểu dáng, đóng gói, chất lượng, quảng cáo,...

Chính sự khác biệt sản phẩm này đã hình thành 2 nhóm khách hàng khác nhau:

+ *Nhóm khách hàng trung thành với sản phẩm*: Sẵn sàng mua một loại sản phẩm nào đó mà họ ưa thích cho dù giá có tăng lên.

+ *Nhóm khách hàng trung lập (không trung thành) với sản phẩm*: Coi các sản phẩm là tương tự nhau và sẽ chuyển sang tiêu dùng sản phẩm khác nếu giá sản phẩm này tăng lên.

**Hai là**, số lượng người sản xuất phải tương đối lớn. Do đó, mỗi nhà sản xuất sẽ có ảnh hưởng tương đối đến cá quyết định về sản xuất, giá cả của riêng mình.

**Ba là**, việc xâm nhập vào thị trường tương đối dễ dàng. Do đó, không có sự thông đồng giữa các doanh nghiệp về việc cố định giá hay phân chia thị trường cho nhau.

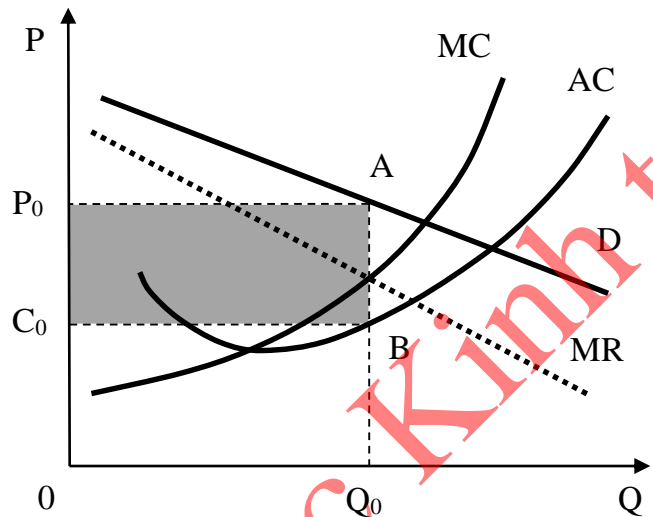
##### 2. Giá và sản lượng trong cạnh tranh độc quyền

Trong cạnh tranh độc quyền mỗi doanh nghiệp chỉ sản xuất sản phẩm mang nhãn hiệu của riêng mình nên mỗi doanh nghiệp có một chút thế lực độc quyền. Đường

cầu về sản phẩm của doanh nghiệp dốc xuống dưới về phía phải, cầu co dần nhiều nhưng không co dần hoàn toàn. Do đó, doanh thu biên nhỏ hơn mức giá ( $MR < P$ ).

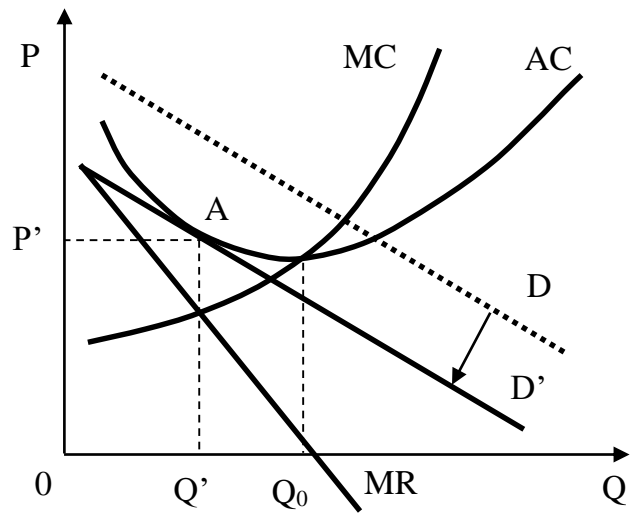
Theo quy tắc tối đa hóa lợi nhuận, mỗi doanh nghiệp sẽ sản xuất tại mức sản lượng mà tại đó doanh thu biên bằng chi phí biên ( $MR = MC$ ).

Đồ thị hình 6.9 cho thấy để tối đa hóa lợi nhuận doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng  $Q_0$ , tại đó  $MR = MC$ , giá bán sản phẩm là  $P_0$  và lợi nhuận đơn vị là  $P_0C_0$ . Tổng lợi nhuận của doanh nghiệp được xác định bằng diện tích hình chữ nhật  $ABC_0P_0$ .



**Hình 6.9. Cân bằng ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền**

Trong cạnh tranh độc quyền, việc xâm nhập vào thị trường tương đối dễ dàng; do đó, trong dài hạn nhiều doanh nghiệp mới sẽ xâm nhập vào thị trường làm giá sản phẩm giảm xuống, lợi nhuận tiến đến không (hình 6.10).



**Hình 6.10. Cân bằng dài hạn của doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền**

Khi nhiều doanh nghiệp gia nhập vào thị trường, thị phần của từng doanh nghiệp sẽ giảm xuống, đường cầu về sản phẩm dịch chuyển sang trái ( $D \rightarrow D'$ ). Doanh nghiệp sẽ sản xuất tại mức  $Q'$  và xác định giá  $P' = AC$ , lợi nhuận kinh tế bằng không. Đồ thị minh họa tình trạng công suất dư thừa của doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền vì doanh nghiệp sản xuất tại mức  $Q'$  thấp hơn  $Q_0$  và ứng với  $AC_{min}$ .

### 3. So sánh cạnh tranh độc quyền với cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền

- Một doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền sẽ sản xuất ít hơn và đặt giá cao hơn trong cạnh tranh hoàn hảo. Bởi vì đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền dốc xuống dưới nên doanh thu biên phải nhỏ hơn giá bán.
- Doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền sẽ sản xuất ở mức sản lượng cao hơn, giá bán thấp hơn và thu được lợi nhuận nhỏ hơn so với doanh nghiệp độc quyền.
- Các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền đưa ra thị trường nhiều loại nhãn hiệu, kiểu dáng, đóng gói, chất lượng, quảng cáo hơn so với doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo.
- Doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền không thực sự sản xuất có hiệu quả vì nó hoạt động với năng lực sản xuất thừa.

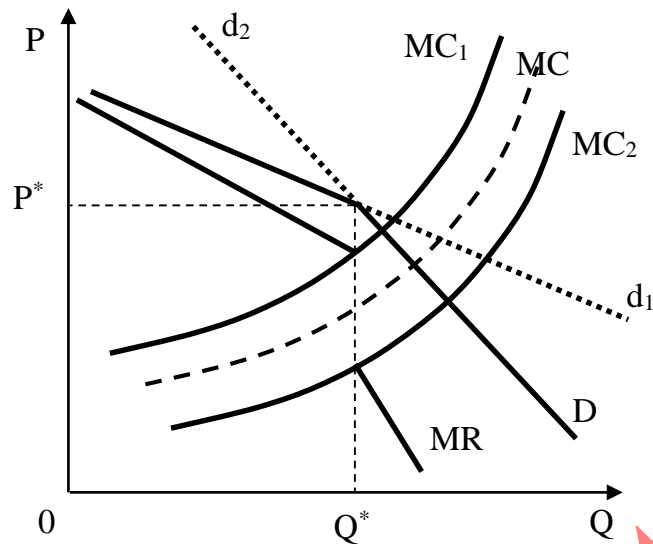
## V. THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN TẬP ĐOÀN

### 1. Đặc điểm

- Thị trường độc quyền tập đoàn chỉ có một vài hãng sản xuất toàn bộ hay phần lớn lượng cung của thị trường về một sản phẩm hay dịch vụ nào đó.
- Trên thị trường độc quyền tập đoàn, sản phẩm có thể là đồng nhất (xi măng, nhôm, sắt thép,...) thì gọi là **độc quyền tập đoàn thuần túy**; hay sản phẩm là phân biệt (ô tô, thiết bị, máy tính,...) thì gọi là **độc quyền tập đoàn phân biệt**; hay sản phẩm có khả năng thay thế cho nhau.
- Thị phần của mỗi hãng tham gia vào thị trường là khá lớn và có sự phụ thuộc lẫn nhau. Do đó, khi một hãng có chính sách thay đổi về giá, sản lượng thì lập tức các đối thủ sẽ phản ứng đối phó lại nhằm bảo vệ thị phần của mình.
- Việc gia nhập và rút khỏi thị trường độc quyền tập đoàn có một sự cản trở tương đối lớn, thông qua các rào cản như: bằng sáng chế, quy trình công nghệ, vốn,...

### 2. Đường cầu gãy khúc trong độc quyền tập đoàn

Trong thị trường cạnh tranh độc quyền, mục tiêu của các hãng là tăng thị phần về hàng hóa và dịch vụ của mình để tối đa hóa lợi nhuận. Để tăng lượng bán các hãng có thể thực hiện chiến lược cạnh tranh về Marketing hoặc cạnh tranh về giá bán. Chính điều này đã dẫn đến sự gãy khúc của đường cầu tại mức giá hiện hành  $P^*$ .



**Hình 6.11. Đường cầu gãy khúc trong độc quyền tập đoàn**

Nếu hãng tăng giá, các đối thủ sẽ không phản ứng gì, khách hàng sẽ chuyển sang sử dụng hàng của đối thủ làm lượng bán của hãng giảm xuống, đường cầu co giãn nhiều. Trong trường hợp hãng hạ giá xuống thấp hơn  $P^*$  làm lượng bán tăng lên, lượng bán của đối thủ giảm xuống lập tức các đối thủ cũng giảm giá theo để giữ thị phần. Lượng bán của hãng sẽ chỉ tăng đến phạm vi lượng cầu thị trường tăng do giá giảm, đường cầu của hãng ít co giãn. Do vậy, đường cầu của hãng sẽ gãy khúc tại mức giá hiện hành  $P^*$ .

Nhược điểm của mô hình này là không giải thích được sự hình thành của mức giá  $P^*$ .

### 3. Giá cả kém linh hoạt và doanh thu cận biên

Đường cầu gãy khúc (D) là sự kết hợp của hai đường cầu  $d_1$ ,  $d_2$ , trong đó,  $d_1$  là đường cầu của hãng khi không phản ứng tăng giá,  $d_2$  là giả định đường cầu của hãng khi phản giảm giá. Hai đường doanh thu biên tương ứng  $MR_1$ ,  $MR_2$  gồm hai phần riêng biệt, có khoảng gián đoạn. Sự gián đoạn này giải thích cho sự kém linh hoạt trong giá cả của hãng độc quyền tập đoàn.

Trên đồ thị hình 6.11, ta thấy  $Q^*$  là sản lượng tối ưu không chỉ với mức chi phí  $MC_1$  mà cả  $MC_2$  hoặc bất cứ giá trị  $MC$  nào nằm trong đoạn này của doanh thu cận biên. Tức là mỗi khi giá được thiết lập thì nó có xu hướng ổn định ngay cả khi chi phí thay đổi. Một hãng không thể hạ thấp giá bán mà không bị trả đũa và cũng không thể nâng giá mà không bị tổn thất về sản lượng bán ra.

### 4. Giá cả của ngành - mục tiêu của độc quyền tập đoàn

Trong thị trường độc quyền, việc xác định giá làm cho lợi nhuận thu được là lớn nhất. Do đó, nhiệm vụ của các hãng độc quyền tập đoàn là phải phối với nhau để đạt được mức giá chung đó cho toàn ngành.

Các hãng có thể phối hợp với nhau dưới hai hình thức: hợp tác ngầm và công khai.

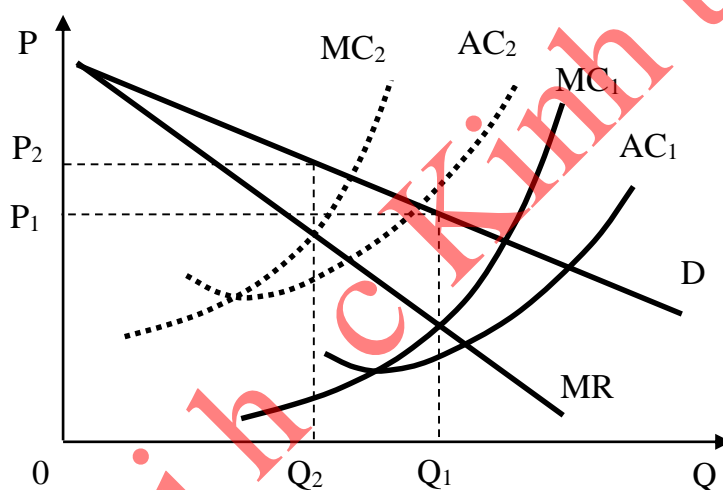
#### 4.1. Hợp tác ngầm: Mô hình chỉ đạo giá

##### a. Chỉ đạo giá do có ưu thế về chi phí sản xuất thấp

Đồ thị 6.12 mô tả trường hợp 2 xí nghiệp độc quyền tập đoàn, xí nghiệp 1 có chi phí sản xuất thấp hơn xí nghiệp 2.

- Xí nghiệp 1 sẽ tối đa hóa lợi nhuận tại mức sản lượng  $Q_1$  và ấn định giá bán là  $P_1$ .
- Xí nghiệp 2 sẽ tối đa hóa lợi nhuận tại mức sản lượng  $Q_2$  và ấn định giá bán là  $P_2$ , cao hơn  $P_1$ .

Để bảo vệ thị phần của mình buộc xí nghiệp 2 phải bán theo giá của xí nghiệp 1 là  $P_1$ . Như vậy, xí nghiệp 1 có chi phí sản xuất thấp trở thành người chỉ đạo giá.

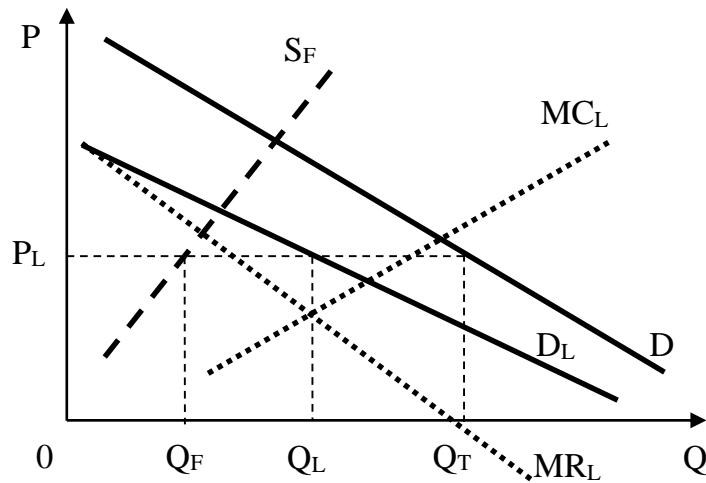


Hình 6.12. Chỉ đạo giá do có ưu thế về chi phí sản xuất

##### b. Chỉ đạo giá do có ưu thế về quy mô sản xuất lớn

Trên thị trường, xí nghiệp có ưu thế về quy mô sản xuất sẽ trở thành người định giá cho sản phẩm, các xí nghiệp còn lại sẽ là người chấp nhận giá.

Giả sử đường cầu về thị trường sản phẩm là  $D$ , đường cầu của xí nghiệp chỉ đạo giá là  $D_L$ , đường cung của các xí nghiệp chấp nhận giá là  $S_F$ . Để tối đa hóa lợi nhuận, xí nghiệp chỉ đạo giá sản xuất tại mức sản lượng  $Q_L$ , tại đó  $MR_L = MC_L$ , ấn định giá bán là  $P_L$ . Ở mức giá  $P_L$ , các xí nghiệp chấp nhận giá sẽ bán với mức sản lượng  $Q_F$  (giao điểm của  $P_L$  và  $S_F$ ), do đó tại mức giá  $P_L$  sản lượng bán ra trên thị trường là  $Q_T = Q_L + Q_F$ .



Hình 6.13. Chỉ đạo giá do có ưu thế về quy mô sản xuất lớn

#### 4.2. Hợp tác công khai: Cartel

Khi các doanh nghiệp liên kết với nhau, công khai thỏa thuận về sản lượng và giá bán, được gọi là Cartel, thị trường lúc này trở thành độc quyền hoàn toàn. Để tối đa hóa lợi nhuận chung, Cartel sẽ ấn định sản lượng và giá bán theo nguyên tắc  $MR = MC$ . Sau đó sẽ phân chia sản lượng cho từng thành viên căn cứ vào vị thế của họ. Mục tiêu của Cartel là giảm lượng cung để nâng giá bán lên, thu được lợi nhuận cao. Tuy nhiên, để đạt được sự thỏa thuận này không phải là điều dễ dàng, bởi:

- Các đạo luật chống độc quyền nghiêm cấm sự thỏa thuận công khai giữa các nhà độc quyền nhóm.
- Sự tranh cãi giữa các thành viên Cartel trong việc xác định thị phần, xác định mức sản lượng trên thị trường.
- Và ngay cả khi đã đạt được sự thỏa thuận thì vẫn tồn tại sự gian lận giữa các thành viên Cartel. Do theo đuổi lợi ích cá nhân, một số thành viên sẽ có xu hướng tăng sản lượng để có thị phần lớn hơn, sản lượng tăng làm giá giảm.

Một Cartel thành công trong việc nâng cao mức giá bán phải thỏa mãn 3 điều kiện:

- Cầu thị trường ít co giãn, khó có sản phẩm thay thế.
- Lượng cung của các doanh nghiệp không gia nhập Cartel là rất hạn chế, hay cung co giãn rất ít.
- Sản lượng của Cartel chiếm tỷ trọng lớn và có chi phí sản xuất thấp trong ngành, đồng thời các thành viên phải trung thực với quy định của Cartel.

Như vậy, sự hợp tác công khai giữa các doanh nghiệp độc quyền tập đoàn là rất khó thực hiện và luôn chứa đựng nguy cơ đổ vỡ.

## CÂU HỎI ÔN TẬP

**Câu 1:** Thế nào là thị trường? Các tiêu thức phân loại thị trường?

**Câu 2:** Thị trường cạnh tranh hoàn hảo có những đặc điểm gì? Các đặc điểm đó có tầm quan trọng như thế nào đối với hoạt động của các doanh nghiệp hoạt động trong thị trường này?

**Câu 3:** Tại sao đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo nằm ngang song song với trục hoành?

**Câu 4:** Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là đường nào?

Giải thích?

**Câu 5:** Giải thích nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo?

**Câu 6:** Tại sao doanh nghiệp có thể chịu lỗ mà vẫn tiếp tục sản xuất chứ không đóng cửa?

**Câu 7:** Trình bày những đặc trưng cơ bản của thị trường cạnh tranh hoàn hảo?

**Câu 8:** Trình bày những đặc trưng cơ bản của thị trường cạnh tranh độc quyền?

**Câu 9:** Trình bày những đặc trưng cơ bản của thị trường độc quyền bán?

**Câu 10:** Trình bày những đặc trưng cơ bản của thị trường độc quyền tập đoàn?

**Câu 11:** Tại sao lại tồn tại chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền?

**Câu 12:** Tại sao doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền có lợi nhuận kinh tế trong dài hạn bằng không?

**Câu 13:** Phân tích các nguyên nhân dẫn đến độc quyền? Cho ví dụ?

**Câu 14:** Tại sao nhà độc quyền có thể định giá cao hơn chi phí cận biên?

**Câu 15:** Tại sao không có đường cung trong độc quyền?

## BÀI TẬP

1. Hàm tổng chi phí của một hãng CTHH là

$$TC = q^2 + q + 100, q \text{ (sản phẩm) chi phí (\$)}$$

- Nếu giá thị trường là 27\$ thì hãng tối đa hóa lợi nhuận tại mức sản lượng nào? Tính lợi nhuận tối đa đó?
- Xác định giá và sản lượng hòa vốn. Khi giá thị trường là 9\$ thì hãng nên đóng cửa hay tiếp tục sản xuất? Vì sao?
- Xác định đường cung của hãng (phương trình và đồ thị)

2. Một hãng cạnh tranh hoàn hảo có hàm chi phí biến đổi bình quân là:

$$AVC = 2Q + 6 (\$)$$

- Viết phương trình biểu diễn hàm MC và tìm mức giá mà hãng đóng cửa sản xuất, viết pt đường cung.
- Khi giá bán một sản phẩm là 20\$ thì hãng bị lỗ 100\$. Tìm mức giá và sản lượng hoà vốn của hãng
- Hãng sản xuất bao nhiêu sản phẩm nếu giá bán trên thị trường là 80\$? Tính lợi nhuận cực đại đó
- Minh họa các kết quả trên đồ thị.

3. Giả sử một nhà độc quyền có thể sản xuất với chi phí biên cố định là 6 đơn vị tiền, giả sử  $FC = 0$ . Đường cầu của thị trường độc quyền là:

$$Q = 53 - P$$

- Hãy xác định số lượng sản phẩm để lợi nhuận của nhà độc quyền là tối đa? Khi đó, lợi nhuận tối đa là bao nhiêu?
- Hỏi số lượng sản phẩm sẽ là bao nhiêu nếu thị trường nói trên là thị trường cạnh tranh hoàn toàn? (Giả sử : giá = chi phí biên).
- Hãy tính toán thặng dư người tiêu dùng trong trường hợp câu b? Hãy chứng tỏ là thặng dư người tiêu dùng trong trường hợp này lớn hơn lợi nhuận của nhà độc quyền cộng với thặng dư người tiêu dùng trong trường hợp độc quyền?

4. Giả sử đường cầu của một nhà độc quyền là như sau:  $Q = 70 - P$

- Nếu như nhà độc quyền có  $AC = MC = 6$  đơn vị tiền, nhà độc quyền sẽ chọn số lượng sản phẩm là bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận? Khi đó, giá cả là bao nhiêu và lợi nhuận của nhà độc quyền là bao nhiêu?



b. Giả sử nhà độc quyền có hàm tổng chi phí như sau:  $TC = 0,25Q^2 - 5Q + 300$

Với hàm số cầu như trên, nhà độc quyền sẽ chọn số lượng sản phẩm là bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận? Khi đó, lợi nhuận là bao nhiêu?

c. Nếu hàm số chi phí của nhà độc quyền là:  $TC = 0,0133Q^3 - 5Q + 250$

Khi đó sản lượng để tối đa hóa lợi nhuận là bao nhiêu và lợi nhuận là bao nhiêu?

5. Giả sử một nhà độc quyền có:  $MC = AC = 10$ . Hàm số cầu của thị trường là:  $Q = 60 - P$

a. Hãy xác định sản lượng làm tối đa hóa lợi nhuận của nhà độc quyền và lợi nhuận tối đa?

b. Trả lời câu hỏi a với điều kiện là hàm số cầu của thị trường là như sau:

$$Q = 45 - 0,5P$$

c. Trả lời câu hỏi a nếu hàm số cầu thị trường là:  $Q = 100 - 2P$

6. Giả sử ta có hai thị trường riêng biệt có hàm số cầu lần lượt là:

$$Q_1 = 24 - P_1 \text{ và } Q_2 = 24 - P_2$$

Giả sử ta có một nhà độc quyền kinh doanh trên cả hai thị trường này. Chi phí biên của nhà độc quyền này là cố định và bằng 6 đơn vị tiền.

a. Hỏi nhà độc quyền chọn số lượng sản phẩm cho từng thị trường là bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận?

b. Khi đó, lợi nhuận của nhà độc quyền là bao nhiêu?

7. Giả sử một nhà độc quyền có  $MC = AC = 5$ . Nhà độc quyền này kinh doanh trên hai thị trường riêng biệt với hàm số cầu lần lượt là:

$$Q_1 = 55 - P_1 \text{ và } Q_2 = 70 - 2P_2$$

a. Giả sử nhà độc quyền có thể duy trì sự riêng biệt của hai thị trường thì nhà độc quyền sẽ chọn số lượng sản phẩm trên từng thị trường là bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận? Lợi nhuận của nhà độc quyền trên từng thị trường là bao nhiêu?

b. Nếu người mua chỉ tốn 5 đvt để vận chuyển hàng hóa giữa hai thị trường thì câu hỏi a sẽ cho ra kết quả như thế nào?

c. Nếu chi phí vận chuyển trên là 0 và doanh nghiệp bị bắt buộc dùng chính sách một giá thì câu trả lời ở câu trên sẽ như thế nào?

8. Giả sử một ngành cạnh tranh hoàn toàn có thể sản xuất chổi với chi phí biên cố định là 10\$ một sản phẩm. Trong khi đó, chi phí biên của nhà độc quyền là 12\$ vì

phải tốn thêm 2\$ để vận động bảo vệ thể độc quyền. Giả sử hàm cầu thị trường của chổi là:

$$Q_D = 1000 - 50P$$

- Tính sản lượng và giá của ngành cạnh tranh và độc quyền.
- Tính phân thặng dư tiêu dùng mất đi do sự độc quyền.
- Vẽ đồ thị.

**9.** Một nhà độc quyền bán hàng trên hai thị trường riêng biệt. Đường cầu của hai thị trường là:

$$P_1 = 200 - Q_1 \text{ và } P_2 = 190 - 3Q_2$$

Hàm chi phí của nhà độc quyền là  $TC = 500 + 40Q$ , với  $Q = Q_1 + Q_2$

- Xác định sản lượng tối đa hóa lợi nhuận và giá trên từng thị trường. Tính lợi nhuận của nhà độc quyền.
- Giả sử người tiêu dùng biết được sự phân biệt giá này và yêu cầu nhà độc quyền chấm dứt sự phân biệt giá. Vậy nhà độc quyền sẽ sản xuất sản lượng và định giá là bao nhiêu?

**10.** Cho hàm số cầu của một doanh nghiệp độc quyền là:  $P = 100 - 0,01Q$ .

Hàm tổng chi phí là:  $TC = 50Q + 30000$

- Hãy tìm sản lượng tối ưu và lợi nhuận của doanh nghiệp.
- Giả sử chính phủ thu một khoản thuế 10đvt/sp. Sản lượng, giá và lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ là bao nhiêu?
- Giả sử chính phủ thu một khoản thuế cố định là 10000 đvt thì giá, sản lượng và lợi nhuận là bao nhiêu?

**11.** Một doanh nghiệp có chi phí cố định  $FC = 4000$  và chi phí biến đổi như sau:

$Q$	50	70	90	110	130	150	170	190	210	230
$VC$	2625	4225	6025	8025	10225	12625	15225	18025	21025	24225

Hàm số cầu của doanh nghiệp như sau:

$P$	180	160	140	120	100	80	60
$Q$	40	80	120	160	200	240	280

Doanh nghiệp là người bán duy nhất trên thị trường.

- a. Xác định  $TC$ ,  $AVC$ ,  $AFC$ ,  $AC$  và  $MC$
- b. Xác định doanh thu trung bình ( $AR$ ) và  $MR$ .
- c. Doanh nghiệp sẽ sản xuất sản lượng nào? Giá và lợi nhuận ra sao?

**12.** DD là nhà độc quyền trong ngành ngăn cửa.

Chi phí của nó là  $TC = 100 - 5Q + Q^2$  và cầu là  $P = 55 - 2Q$ .

- a. Giá và sản lượng trên thị trường là bao nhiêu nếu DD muốn tối đa hóa lợi nhuận? Thặng dư tiêu dùng là bao nhiêu?
- b. Sản lượng sẽ là bao nhiêu nếu DD hoạt động như một nhà cạnh tranh? Lợi nhuận và thặng dư tiêu dùng?
- c. Phân thiệt hại do sức mạnh độc quyền ở câu a là bao nhiêu?
- d. Giả sử chính phủ định mức giá trần là 27 USD. Điều đó ảnh hưởng như thế nào đến giá, sản lượng,  $CS$  và lợi nhuận của DD? Phần mất không là bao nhiêu?
- e. Nếu giá trần là 12. Điều đó ảnh hưởng như thế nào đến giá, sản lượng,  $CS$  và lợi nhuận của DD? Phần mất không là bao nhiêu?

**13.** Có 10 hộ gia đình ở KTX, mỗi hộ có cầu về điện là  $Q=50-P$ . Công ty điện ABC có chi phí sản xuất là  $TC=500+Q$ .

- a. Nếu các nhà quản lý ABC muốn đảm bảo rằng không có phần mất không trên thị trường, họ sẽ buộc ABC định giá là bao nhiêu? Sản lượng là bao nhiêu? Tính  $CS$  và lợi nhuận của ABC.
- c. Nếu muốn đảm bảo ABC không bị lỗ, mức giá thấp nhất mà nó cần áp đặt là bao nhiêu? Tính sản lượng,  $CS$  và lợi nhuận trong trường hợp này? Có khoản mất không nào không?

**14.** Chỉ có hai công ty điện thoại di động ở bang Los Angeles (độc quyền đôi). Giả sử người tiêu dùng có thay thế dễ dàng giữa sản phẩm của hai công ty. Hàm số cầu thị trường là  $P = 60 - Q$  và chi phí biên là 0.

- a. Đường cầu của công ty 1 sẽ như thế nào?
- b. Mỗi công ty sẽ cung ứng bao nhiêu và giá là bao nhiêu?
- c. Nếu mỗi công ty có chi phí cố định là 50, lợi nhuận của các công ty là bao nhiêu?
- d. Nếu hai công ty sáp nhập lại, giá cân bằng là bao nhiêu? Nếu bạn là nhà kinh tế làm việc cho Ủy ban Thương mại Liên bang, bạn có ủng hộ sự sáp nhập này không?

**Câu 4:** Một nhà độc quyền sản xuất với chi phí là  $TC = 100 - 5Q + Q^2$

Và hàm cầu của hãng:  $P = 55 - 2Q$

a. Hãng xác định giá bán và sản lượng bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận? Tính lợi nhuận của hãng và thặng dư tiêu dùng.

b. Nếu hãng hành động như người chấp nhận giá và đặt  $P = MC$  thì giá bán và sản lượng là bao nhiêu? Lúc đó lợi nhuận và thặng dư tiêu dùng sẽ được tạo ra là bao nhiêu? Tính khoản mất không của xã hội do nhà độc quyền gây ra ở câu a.

Tr  
ng  
i h C Kinh t Hu

## CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Cạnh tranh hoàn hảo	Perfect Competition
Độc quyền bán	Monopoly
Độc quyền mua	Monopsony
Độc quyền tự nhiên	Natural monopoly
Cạnh tranh độc quyền	Monopolistic Competition
Độc quyền tập đoàn	Oligopoly
Điểm hòa vốn	Break-even Point
Điểm đóng cửa	Shut-down Point
Sức mạnh của thị trường	Market Power
Người đặt giá	Price Maker
Người chấp nhận giá	Price Taker
Sản phẩm đồng nhất	Homogeneous Product
Khác biệt sản phẩm	Product Differentiation
Phân biệt giá	Price discrimination
Hàng rào gia nhập	• Entry Barriers
Công suất thừa	Excess Capacity
Mô hình đường cầu gãy khúc	Kinked Demand Curve Model

Tr  
ng

## CHƯƠNG VII: THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG

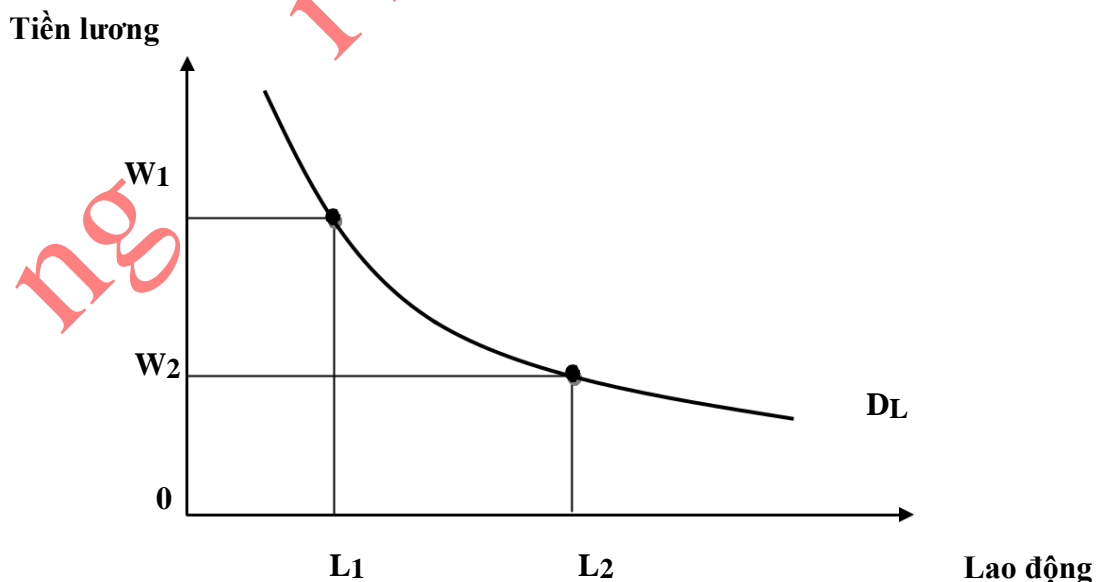
### Mục tiêu của chương:

Trong các chương trước, chúng ta đã tìm hiểu về thị trường hàng hóa, dịch vụ mà trong đó doanh nghiệp đóng vai trò là người bán và hộ gia đình đóng vai trò là người mua. Để có hàng hóa cung ứng trên thị trường, các doanh nghiệp phải sử dụng các yếu tố đầu vào như vốn, lao động, đất đai, ... Trong chương này, chúng ta sẽ tìm hiểu về thị trường lao động, trong đó doanh nghiệp đóng vai trò là người mua (thuê) và các cá nhân, hộ gia đình là người cung cấp (người bán).

### I. Cầu lao động

Cầu lao động là số lượng lao động mà doanh nghiệp muốn thuê và có khả năng thuê tại các mức tiền lương khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định với điều kiện các yếu tố khác không thay đổi.

Tương tự như cầu về hàng hóa dịch vụ, cầu lao động phản ánh mối quan hệ giữa lượng cầu lao động và đơn giá tiền lương của lao động. Lượng cầu lao động phụ thuộc vào giá của lao động tức là tiền lương (tiền công) mà doanh nghiệp có khả năng và sẵn sàng trả cho người lao động. Khi tiền lương càng cao thì lượng lao động mà doanh nghiệp có khả năng và sẵn sàng thuê càng giảm và ngược lại. Do đó, cầu lao động cũng tuân theo quy luật chung về cầu của hàng hóa dịch vụ.



**Hình 7.1: Đường cầu lao động của doanh nghiệp**

Khi tiền lương  $W_1$  thì lượng cầu về lao động của doanh nghiệp là  $L_1$  nhưng khi tiền lương giảm xuống đến  $W_2$  (các yếu tố khác không thay đổi) doanh nghiệp

có khả năng và sẵn sàng thuê đến  $L_2$  đơn vị lao động. Đường cầu lao động của doanh nghiệp vì thế có xu hướng dốc xuống từ trái sang phải.

Cầu lao động khá tương đồng với cầu về hàng hóa dịch vụ nhưng giữa chúng có điểm khác biệt quan trọng: Cầu lao động là *cầu thứ phát* nghĩa là cầu về lao động phụ thuộc vào cầu đối với hàng hóa dịch vụ trên thị trường hàng hóa. Quyết định thuê lao động của doanh nghiệp xuất phát từ quyết định sản xuất hàng hóa dịch vụ của doanh nghiệp. Cầu đối với hàng hóa dịch vụ càng lớn thì doanh nghiệp càng sản xuất nhiều sản phẩm hơn và do đó sẽ thuê thêm nhiều lao động hơn và ngược lại.

### 1.1. Nguyên tắc thuê lao động

Vấn đề đặt ra ở đây là điều gì quyết định mức tiền lương (tiền công) mà doanh nghiệp muốn trả cho lao động và bao nhiêu lao động sẽ được thuê tại mỗi mức tiền lương?

#### 1.1.1. Sản phẩm hiện vật cận biên của lao động

Về mặt hiện vật, phần đóng góp của mỗi người lao động cho doanh nghiệp chính là sản phẩm hiện vật cận biên của lao động.

Sản phẩm hiện vật cận biên của lao động chính là phần sản lượng đầu ra tăng thêm do doanh nghiệp sử dụng thêm một lao động.

Công thức tính sản phẩm hiện vật cận biên của lao động:

$$MPPL = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

Trong đó:

MPPL: Sản phẩm hiện vật cận biên của lao động.

$\Delta Q$ : Thay đổi tổng sản lượng.

$\Delta L$ : Thay đổi lượng lao động.

#### 1.1.2. Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động

Người lao động thường không muốn được trả công bằng hiện vật mà họ muốn nhận bằng tiền. Bất kì một doanh nghiệp nào cũng đều quan tâm đến lợi nhuận bằng tiền mà lao động mang lại cho họ hơn là lượng sản phẩm mà lao động tạo ra.

Để quyết định nên thuê thêm lao động hay không, doanh nghiệp sẽ so sánh giữa chi phí bằng tiền phải trả cho một lao động và khoản đóng góp bằng tiền của

lao động đó cho doanh nghiệp. Phần đóng góp bằng tiền đó được gọi là sản phẩm doanh thu cận biên của lao động (MRP<sub>L</sub>).

Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động được xác định bằng tích giữa sản phẩm hiện vật cận biên của lao động với giá thị trường của sản phẩm đầu ra.

$$\text{MRP}_L = \text{MPP}_L * P$$

Trong đó:

MRP<sub>L</sub>: Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động.

MPP<sub>L</sub>: Sản phẩm hiện vật cận biên của lao động.

P: Giá bán một đơn vị sản phẩm trên thị trường.

### 1.1.3. Xác định lượng cầu lao động

Để xác định lượng lao động được doanh nghiệp thuê là bao nhiêu ở mỗi mức tiền lương, chúng ta có các giả định sau:

Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo trên cả thị trường hàng hóa dịch vụ và thị trường lao động. Nghĩa là doanh nghiệp là người chấp nhận giá đối với hàng hóa dịch vụ và tiền lương lao động do thị trường quyết định. Doanh nghiệp chỉ có quyền xác định mức sản lượng hàng hóa bán ra và số lượng lao động cần thuê.

Doanh nghiệp theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Các quyết định về lượng cầu lao động được thuê ở các mức tiền lương khác nhau cũng theo đuổi mục tiêu này.

**Bảng 7.1: Sản lượng, sản phẩm hiện vật cận biên, sản phẩm doanh thu cận biên**

L (người)	Q (kg)	MPP <sub>L</sub> (kg)	P (nghìn đồng)	TR (nghìn đồng)	MRP <sub>L</sub> (nghìn đồng)
1	5	5	20	100	100
2	10	5	20	200	100
3	14	4	20	280	80
4	17	3	20	340	60
5	19	2	20	380	40
6	20	1	20	400	20
7	20	0	20	400	0
8	18	-2	20	360	-40



Để xác định lượng lao động cần thuê, doanh nghiệp phải xem xét quy mô lao động mà doanh nghiệp sử dụng có ảnh hưởng như thế nào đến sản lượng của doanh nghiệp. Mối quan hệ giữa quy mô lao động và sản lượng của doanh nghiệp được phản ánh ở bảng 7.1.

Chúng ta giả định rằng sản lượng đầu ra của doanh nghiệp chỉ phụ thuộc vào lượng lao động mà doanh nghiệp thuê, các yếu tố sản xuất khác như diện tích đất, máy móc thiết bị, ... đều không thay đổi.

Trong thị trường lao động cạnh tranh, mọi lao động đều được trả một mức lương như nhau và bằng mức lương thị trường. Vậy, chi phí tăng thêm khi thuê thêm một lao động chính bằng mức tiền lương thị trường ( $w$ ).

Khi quyết định thuê bất kì người lao động nào, điều mà doanh nghiệp quan tâm là liệu người lao động đó có góp phần làm tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp hay không? Để biết được điều này, doanh nghiệp sẽ so sánh giữa lợi ích mà mỗi lao động mang lại cho doanh nghiệp và chi phí bỏ ra để thuê lao động đó.

Giả sử mức lương trên thị trường lao động  $w = 60$  (nghìn đồng/ngày công), chủ doanh nghiệp sẽ tiến hành so sánh giữa lợi ích lao động mang lại ( $MRP_L$ ) và chi phí bỏ ra để thuê lao động đó ( $w$ ).

L	$MRP_L$	w	So sánh	Lựa chọn	Lợi nhuận ( $\pi$ )
1	100	60	$MRP_L > W$	Thuê	40
2	100	60	$MRP_L > W$	Thuê	40
3	80	60	$MRP_L > W$	Thuê	20
4	60	60	$MRP_L = W$	Số lao động tối đa	0
5	40	60	$MRP_L < W$	Không thuê	-20
6	20	60	$MRP_L < W$	Không thuê	-40
7	0	60	$MRP_L < W$	Không thuê	-60
8	-40	60	$MRP_L < W$	Không thuê	-100

$L = 1$ : doanh nghiệp sẽ sẵn sàng thuê đơn vị lao động thứ nhất vì đơn vị lao động này đem lại 80 nghìn đồng lợi nhuận ( $MRP_L - w$ ) cho doanh nghiệp.

$L = 2$ : doanh nghiệp sẽ sẵn sàng thuê đơn vị lao động thứ hai vì đơn vị lao động này đem lại 80 nghìn đồng lợi nhuận ( $MRP_L - w$ ) cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, do quy luật năng suất lao động cận biên giảm dần nên sản phẩm doanh thu cận biên của lao động có xu hướng giảm dần khi thuê thêm nhiều lao động (các yếu tố khác không thay đổi). Đến một lúc nào đó, việc thuê thêm lao động sẽ không có lợi:

$L = 5$ : doanh nghiệp sẽ không thuê đơn vị lao động thứ 5 bởi vì đơn vị lao

động này đem lại -20 nghìn đồng lợi nhuận ( $MRP_L - w$ ) cho doanh nghiệp.

Theo nguyên tắc này, doanh nghiệp không muốn thuê những lao động có  $MRP_L$  càng thấp hơn tiền công ( $w$ ). Doanh nghiệp chỉ tiếp tục thuê thêm lao động khi  $MRP_L$  lớn hơn hoặc bằng tiền công của thị trường. Ta có:

Nếu  $MRP_L > w$ : Doanh nghiệp thuê thêm lao động.

Nếu  $MRP_L = w$ : Số lượng lao động đạt tối đa hóa lợi nhuận.

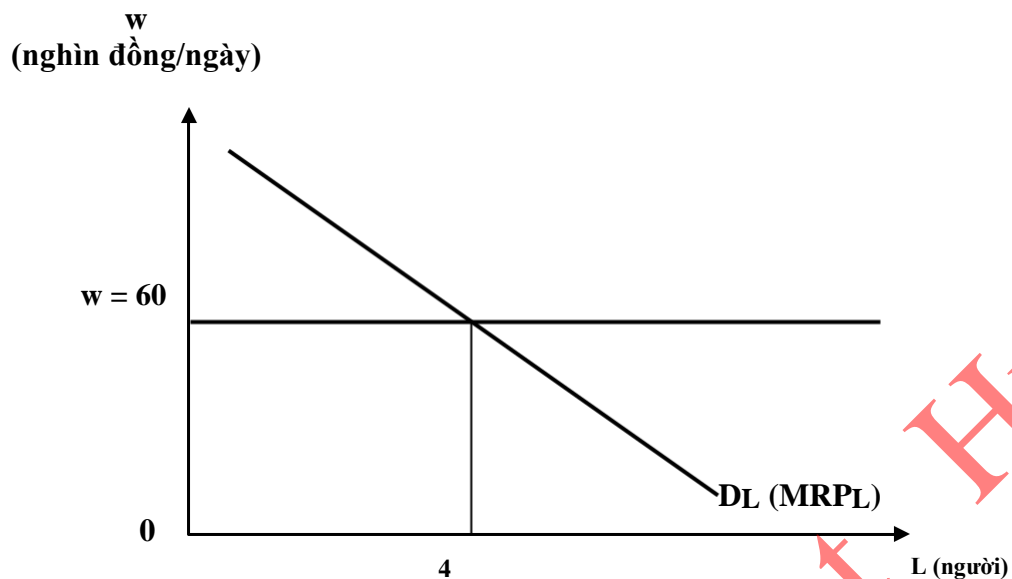
Nếu  $MRP_L < w$ : Doanh nghiệp cắt giảm số lượng lao động thuê.

## 1.2. Đường cầu lao động của doanh nghiệp (hãng)

Bây giờ chúng ta xem xét quyết định của doanh nghiệp dưới dạng đồ thị.

Đường sản phẩm doanh thu cận biên của lao động là một đường dốc xuống dưới từ trái sang phải vì tuân theo quy luật năng suất lao động cận biên giảm dần.

Thị trường lao động là thị trường cạnh tranh hoàn hảo nên tại mức lương thị trường, doanh nghiệp muốn thuê bao nhiêu lao động cũng được. Do đó, đường cung lao động mà doanh nghiệp đối mặt là một đường thẳng nằm ngang tại mức tiền lương của thị trường. Nếu doanh nghiệp trả lương thấp hơn mức lương của thị trường thì toàn bộ lao động sẽ chuyển sang làm việc cho các doanh nghiệp khác, doanh nghiệp sẽ không thuê được lao động.



**Hình 7.2: Đường MRPL của doanh nghiệp và đường cung lao động**

Để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp thuê lao động cho tới khi đường cung lao động cắt đường sản phẩm doanh thu cận biên của doanh nghiệp. Tại điểm đó, tiền lương thị trường bằng sản phẩm doanh thu cận biên của lao động cuối cùng.

Dựa vào đồ thị ta có:

Với số lao động được thuê  $L = 4$ :  $MRP_L = w = 60$  nghìn đồng/ngày công. Khi đó doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận

Với số lượng lao động được thuê  $L < 4$ :  $MRP_L > w$  nên doanh nghiệp nên thuê thêm lao động để tăng lợi nhuận.

Với số lượng lao động được thuê  $L > 4$ :  $MRP_L < w$ , nếu doanh nghiệp thuê thêm lao động sẽ làm giảm lợi nhuận, doanh nghiệp nên cắt giảm số lượng lao động.

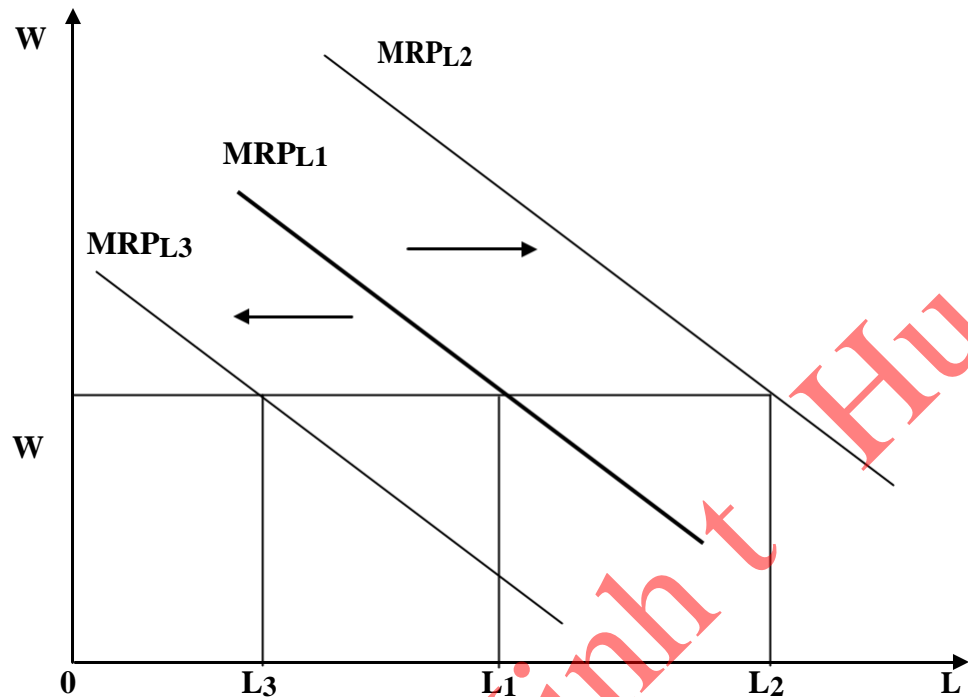
Như vậy, chúng ta có thể thấy rằng doanh nghiệp dựa vào đường sản phẩm doanh thu cận biên của lao động để quyết định số lượng lao động thuê tại mỗi mức tiền

lương. Vậy, đường sản phẩm doanh thu cận biên của lao động chính là đường cầu lao động của doanh nghiệp ( $D_L \equiv MRP_L$ ).

### 1.3. Các nhân tố làm dịch chuyển đường cầu lao động

Để tìm hiểu những nguyên nhân làm dịch chuyển đường cầu lao động, chúng ta cần khẳng định rằng đường cầu lao động chính là sự phản ánh sản phẩm doanh thu cận biên của lao động. Do đó bất kì yếu tố nào làm thay đổi sản phẩm doanh thu cận biên của lao động đều làm thay đổi đường cầu lao động.

*Sự thay đổi giá hàng hóa, dịch vụ*



**Hình 7.3: Sự dịch chuyển đường cầu lao động**

Giá thành sản phẩm thay đổi sẽ làm thay đổi sản phẩm doanh thu cận biên của lao động do vậy làm thay đổi cầu về lao động.

Nếu giá thành sản phẩm tăng sẽ làm tăng sản phẩm doanh thu cận biên của lao động. Khi đó, đường cầu lao động dịch chuyển sang phải.

Nếu giá thành sản phẩm giảm sẽ làm giảm sản phẩm doanh thu cận biên của lao động. Khi đó, đường cầu lao động dịch chuyển sang trái.

### ***Sự thay đổi công nghệ***

Tiến bộ công nghệ là tăng sản phẩm hiện vật cận biên của lao động. Nếu giá bán sản phẩm không thay đổi, điều này là tăng sản phẩm doanh thu cận biên của lao động dẫn đến tăng cầu về lao động. Đường cầu về lao động sẽ dịch chuyển sang phải từ  $MRPL_1$  thành  $MRPL_2$ .

### ***Giá các yếu tố sản xuất***

Như chúng ta đã biết, các doanh nghiệp sử dụng đồng thời các yếu tố đầu vào khác nhau như vốn, lao động, đất đai ... để sản xuất hàng hóa dịch vụ. Để tối đa hóa lợi nhuận, các doanh nghiệp phải cân nhắc nhằm lựa chọn phương án kết hợp các yếu tố đầu vào để tối thiểu hóa chi phí và tối đa hóa lợi nhuận.

Khi cung của một trong số các yếu tố sản xuất mà doanh nghiệp sử dụng thay đổi sẽ làm thay đổi sản phẩm doanh thu cận biên và kéo theo thay đổi giá cả của yếu tố

sản xuất đó. Khi đó, doanh nghiệp phải lựa chọn lại cách thức kết hợp các yếu tố đầu vào khác nhau để vẫn thu được lợi nhuận lớn nhất.

Khi cung của một yếu tố sản xuất thay đổi, nó không chỉ ảnh hưởng đến năng suất và giá cả của yếu tố đầu vào đó mà còn ảnh hưởng đến sản phẩm doanh thu cận biên và cầu về những yếu tố khác.

Ví dụ: Khi lượng cung về vải may áo quần giảm thì sản phẩm cận biên của người thợ may giảm xuống do người thợ may không có đầy đủ nguyên liệu để làm việc. Kết quả làm cho sản phẩm doanh thu cận biên của lao động giảm xuống, các doanh nghiệp có xu hướng cắt giảm số lao động được thuê. Đường cầu về lao động may quần áo dịch chuyển sang trái từ  $MRP_{L1}$  thành  $MRP_{L3}$ .

#### 1.4. Cầu lao động của thị trường

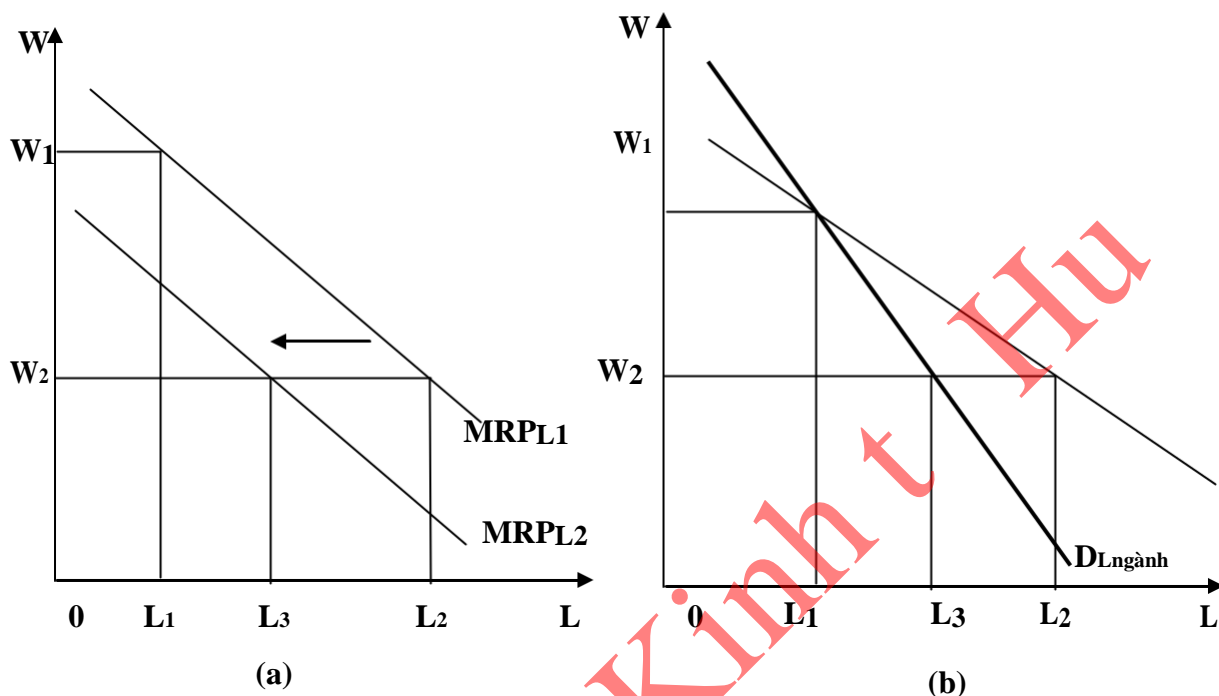
Khi xem xét cầu thị trường về hàng hóa dịch vụ trong chương 2, chúng ta kết luận rằng đường cầu thị trường là tổng theo chiều ngang đường cầu của các cá nhân ở mỗi mức giá. Tuy nhiên, trên thị trường lao động có nhiều ngành khác nhau cần một nguồn lao động như nhau nên để xác định cầu lao động của thị trường trước hết chúng ta phải tìm hiểu cầu lao động của các ngành. Sau đó tổng hợp các đường cầu lao động của các ngành sẽ được đường cầu thị trường.

Hình 7.4a minh họa đường cầu về lao động của một doanh nghiệp riêng lẻ trong một ngành cạnh tranh. Ban đầu đường cầu lao động của doanh nghiệp này là  $MRP_{L1}$ . Khi tiền lương thị trường  $w_1$  thì doanh nghiệp thuê  $L_1$  đơn vị lao động.

Bây giờ, giả sử tiền lương lao động giảm xuống  $w_2$ . Nếu chỉ có một doanh nghiệp trong ngành có thể thuê ở mức tiền lương đó thì doanh nghiệp sẽ thuê  $L_2$  đơn vị lao động. Nhưng nếu khi tiền lương giảm xuống mà tất cả các doanh nghiệp đều có thể thuê thêm nhiều lao động hơn, điều này làm cho sản lượng đầu ra của doanh nghiệp tăng lên, đường cung hàng hóa dịch vụ dịch chuyển sang phải. Kết quả làm giá hàng hóa giảm xuống. Khi giá hàng hóa giảm xuống làm đường  $MRP_L$  dịch chuyển giảm sang trái từ  $MRP_{L1}$  sang  $MRP_{L2}$ . Tại mức tiền lương  $w_2$  lúc này lượng cầu về lao động của doanh nghiệp giảm xuống  $L_3$ .

Như vậy, khi tiền lương giảm từ  $w_1$  xuống  $w_2$ , doanh nghiệp thuê một lượng lao động nhiều hơn lượng lao động ban đầu tuy nhiên lại ít hơn mức gia tăng dự kiến. Điều này cũng xảy ra tương tự đối với tất cả các doanh nghiệp trong ngành. Do đó,

lượng cầu về lao động của ngành cũng thấp hơn trường hợp chỉ có duy nhất một doanh nghiệp có thể thuê lao động ở mức tiền lương thấp hơn.



**Hình 7.4: Đường cầu lao động của ngành**

Hình 7.4b đường nét mảnh biểu thị tổng theo chiều ngang cầu lao động của các ngành trong trường hợp không tính đến sự giảm giá của sản phẩm. Đường nét đậm là đường cầu lao động của ngành có tính đến sự thay đổi trong giá đầu ra khi tiền lương thay đổi. Khi tiền lương  $w_1$  thì lượng cầu lao động của ngành là  $L_1$ , khi tiền lương  $w_2$  thì lượng cầu lao động của ngành là  $L_3$  nhỏ hơn  $L_2$  là lượng cầu lao động của ngành nếu như giá đầu vào không thay đổi. Như vậy, so với đường cầu của từng doanh nghiệp, đường cầu lao động của ngành thường dốc hơn (kém co giãn hơn).

Sau khi xác định được đường cầu lao động của ngành, chúng ta chỉ việc tổng hợp đường cầu lao động của tất cả các ngành theo chiều ngang ở các mức tiền lương khác nhau để được đường cầu lao động của thị trường.

## 2. Cung lao động

### 2.1. Cung lao động cá nhân

Cung lao động là lượng thời gian mà người lao động có khả năng và sẵn sàng làm việc tại các mức tiền công khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định với điều kiện các yếu tố khác không thay đổi.

Lượng cung lao động cũng như lượng cung hàng hóa dịch vụ đều phụ thuộc vào giá cả. Thông thường, số giờ mà người lao động sẵn sàng làm việc sẽ tăng lên khi tiền lương tăng lên. Tuy nhiên, mỗi cá nhân ai cũng chỉ có đúng 24 giờ trong một ngày và rõ ràng không ai có thể làm việc cả 24 mỗi ngày.

Để xác định lượng cung lao động, chúng ta có thể chia một ngày thành những giờ lao động và những giờ nghỉ ngơi. Khi phân tích quyết định phân bổ thời gian của một người vào nghỉ ngơi và làm việc, các nhà kinh tế sử dụng phân tích bàng quan trong lý thuyết tiêu dùng. Nghỉ ngơi được xem là cái mà người ta thích còn làm việc làm đem lại lợi ích cho người lao động thông qua thu nhập nhận được. Nếu càng dành nhiều thời gian để làm việc thì người lao động càng có ít thời gian để nghỉ ngơi và ngược lại.

Lao động cũng như tất cả các hoạt động khác đều bao gồm chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội của lao động là tổng thời gian nghỉ ngơi bị bỏ qua để thực hiện lao động. Lợi ích cận biên của một giờ nghỉ ngơi phụ thuộc vào số giờ nghỉ ngơi mà người lao động đã có.

Khi người lao động có số giờ nghỉ ngơi ít có nghĩa là lợi ích cận biên của một giờ nghỉ ngơi sẽ rất cao. Xét về phương diện lao động thì khi số giờ lao động tăng lên, lợi ích cận biên của một giờ làm việc đến một lúc nào đó sẽ không còn vượt qua lợi ích cận biên của một giờ nghỉ ngơi. Đây là điểm lựa chọn số giờ làm việc tối ưu của mỗi người. Khi đó, lợi ích của mỗi người lao động đã đạt tối đa với các ham muốn và các mức tiền lương xác định. Việc lựa chọn số giờ làm việc tối ưu tại điểm lợi ích cận biên của lao động bằng lợi ích cận biên của nghỉ ngơi. Khi đó không có động lực thay thế lao động cho nghỉ ngơi và ngược lại.

## **2.2. Đường cung lao động**

Trong thực tế, việc cung ứng lao động phụ thuộc rất lớn vào mức tiền lương. Mức tiền lương là giá trị thu nhập trả cho một đơn vị thời gian lao động. Mức tiền lương càng cao chứng tỏ có càng nhiều hàng hóa dịch vụ được sản xuất tương ứng với mỗi giờ làm việc. Do vậy, khi tiền lương tăng, lợi ích cận biên của lao động tăng lên và lượng thời gian lao động cung ứng có xu hướng tăng lên theo.

Mặt khác, đơn giá tiền lương biểu thị giá mà người lao động đặt cho một đơn vị thời gian nghỉ ngơi vì tiền lương bằng chi phí cơ hội mà người lao động từ bỏ thời gian nghỉ ngơi để lao động. Khi mục tiêu của người lao động là tối đa hóa lợi ích chứ không phải là tối đa hóa lợi nhuận thì đơn giá tiền lương tăng lên đồng nghĩa giá của nghỉ ngơi tăng lên, người ta sẽ dành ít thời gian để nghỉ ngơi và dành ít thời gian để lao động.

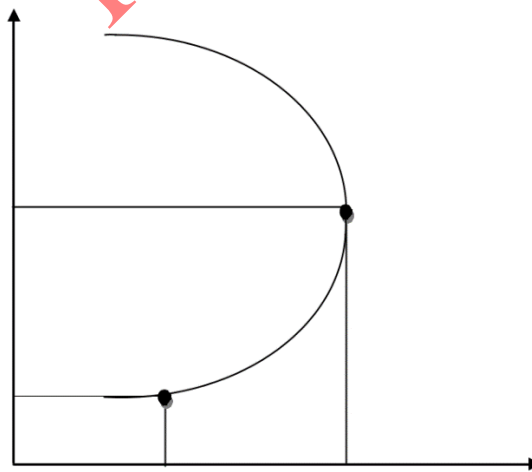
Lao động

### Hình 7.5: Đường cung lao động

Dựa vào đồ thị chúng ta có thể thấy rằng: khi tiền lương thực tế tăng lên từ  $w_1$  lên  $w_2$  sẽ làm cho mọi người muốn làm việc nhiều hơn (lượng cung lao động tăng từ  $L_1$  lên  $L_2$ ). Vì thế đường cung lao động có xu hướng dốc lên giống như đường cung về một loại hàng hóa dịch vụ.

Tuy nhiên khi tiền lương tăng lên đến những mức rất cao, người lao động chỉ cần làm ít việc nhưng vẫn có thu nhập cao. Nếu tiền lương tiếp tục tăng lên, người lao động sẽ có xu hướng tiêu dùng nhiều hàng hóa dịch vụ hơn trong đó có cả “hàng hóa” nghỉ ngơi tức là người lao động sẽ giảm thời gian làm việc và tăng số lượng thời gian nghỉ ngơi. Do đó, đường cung về lao động của mỗi cá nhân sẽ có xu hướng vòng về phía sau ở những mức tiền lương rất cao.

Để thấy rõ hơn tại sao đường cung lao động có thể vòng về phía sau, chúng



ta chia ảnh hưởng sự thay đổi tiền lương đối với mức cung ứng thời gian lao động của cá nhân thành hai loại là ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập:

Ảnh hưởng thay thế (SE): Khi đơn giá tiền lương tăng cao dẫn đến thu nhập tăng cao, khuyến khích người lao động thay thế làm việc cho nghỉ ngơi, số giờ nghỉ ngơi tăng lên và số giờ lao động giảm xuống.



Ảnh hưởng thu nhập (IE): Khi đơn giá tiền lương tăng cao dẫn đến thu nhập tăng cao, người lao động có thể mua nhiều hàng hóa hơn, một trong những hàng hóa đó là nghỉ ngơi. Nếu mua nhiều nghỉ ngơi hơn thì ảnh hưởng thu nhập khuyến khích người lao động làm việc ít giờ hơn.

Nếu  $SE > IE$ : Đường cung lao động dốc lên.

Nếu  $SE < IE$ : Đường cung lao động vòng về phía sau.

### 2.3. Đường cung lao động thị trường

Cung lao động trên thị trường là tổng số lượng thời gian lao động mà mọi người lao động sẵn sàng và có khả năng cung ứng theo các mức tiền lương khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định.

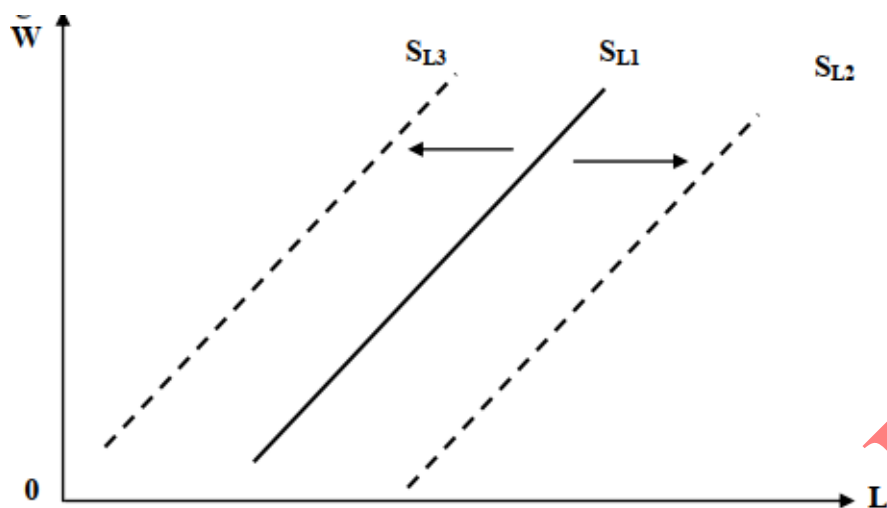
Đường cung lao động thị trường được hình thành bằng cách cộng theo chiều ngang các đường cung lao động của các cá nhân. Do đó, theo lý thuyết, đường cung lao động của thị trường có hình dạng giống như đường cung lao động của các cá nhân, là đường dốc lên và vòng về phía sau. Nhưng thực tế, đường cung lao động của thị trường là một đường dốc lên vì không phải tất cả các cá nhân đều có đường cung vòng về phía sau và với những người có đường cung vòng về phía sau thì các điểm vòng đó cũng xuất hiện ở những mức tiền lương khác nhau.

### 2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến đường cung lao động

Đường cung lao động dịch chuyển khi người lao động thay đổi lượng thời gian cung ứng lao động ở tất cả các mức tiền lương khác nhau.

*Mức lương và môi trường làm việc của thị trường lao động khác.*

Cung lao động trong một ngành nào đó phụ thuộc vào cơ hội việc làm trong những ngành khác. Nếu các ngành sử dụng lao động có tay nghề tương đương nhau nhưng trả lương khác nhau, người lao động sẽ có nhiều cơ hội để lựa chọn. Người lao động có xu hướng rời bỏ những ngành có tiền thấp để chuyển sang một ngành khác có tiền lương cao hơn.



**Hình 7.6: Sự dịch chuyển đường cung lao động**

Giả sử tiền lương của lao động hái nhãn là 100 nghìn đồng/ngày trong khi đó tiền công của lao động hái nho là 150 nghìn đồng/ngày thì sẽ nhiều lao động chuyển từ việc hái cam sang việc hái nho là cho đường cung lao động hái nhãn dịch chuyển giảm sang trái từ  $SL_1$  sang  $SL_3$  và đường cung lao động hái nho dịch chuyển tăng sang phải từ  $SL_1$  sang  $SL_2$ .

*Sự thay đổi trong quy mô dân số*

Sự thay đổi số lượng người trong độ tuổi lao động cũng là nguyên nhân rõ ràng làm cho đường cung lao động dịch chuyển. Khi số người trong độ tuổi lao động tăng lên nếu các yếu tố khác không thay đổi sẽ có thêm nhiều người tham gia vào lực lượng lao động của nhiều ngành nghề khác nhau là tăng tổng thời gian lao động sẵn sàng và có khả năng cung ứng ở những mức tiền lương khác nhau. Khi đó đường cung lao động của ngành sẽ dịch chuyển tăng sang phải từ  $SL_1$  sang  $SL_2$  và ngược lại.

*Làn sóng di cư của lực lượng lao động.*

Lao động có xu hướng chuyển dịch từ ngành này sang ngành khác, từ vùng này sang vùng khác cũng làm thay đổi cung lao động. Ở Việt Nam trong những năm gần đây, quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa kết hợp với đô thị hóa, chúng ta có thể nhận thấy nguồn lao động đang có xu hướng dịch chuyển từ các ngành Nông lâm ngư nghiệp sang các ngành Công nghiệp và dịch vụ, một lượng lớn lao động từ nông thôn ra thành phố để tìm kiếm cơ hội việc làm .. từ đó làm đường

cung lao động trong các ngành nông lâm ngư nghiệp dịch chuyển giảm sang trái và đường cung lao động ngành công nghiệp dịch vụ dịch chuyển tăng sang phải.

*Sự thay đổi mức sống của người dân.*

Khi một người trở nên giàu có, họ sẽ có xu hướng dành nhiều thời gian để nghỉ ngơi và giảm thời gian làm việc và ngược lại. Khi một người có thu nhập thấp, họ sẽ có xu hướng dành nhiều thời gian để lao động và cắt giảm lượng thời gian nghỉ ngơi.

Nếu người lao động có nhiều của cải hơn hay giàu có hơn thì đường cung lao động có xu hướng dịch chuyển giảm sang trái.

Nếu người lao động nghèo khó hơn, người ta có xu hướng làm việc nhiều hơn để tăng thu nhập trang trải cho các nhu cầu của cuộc sống. Khi đó, đường cung lao động có xu hướng dịch chuyển tăng sang phải.

*Sự thay đổi thị hiếu hay quan điểm của xã hội.*

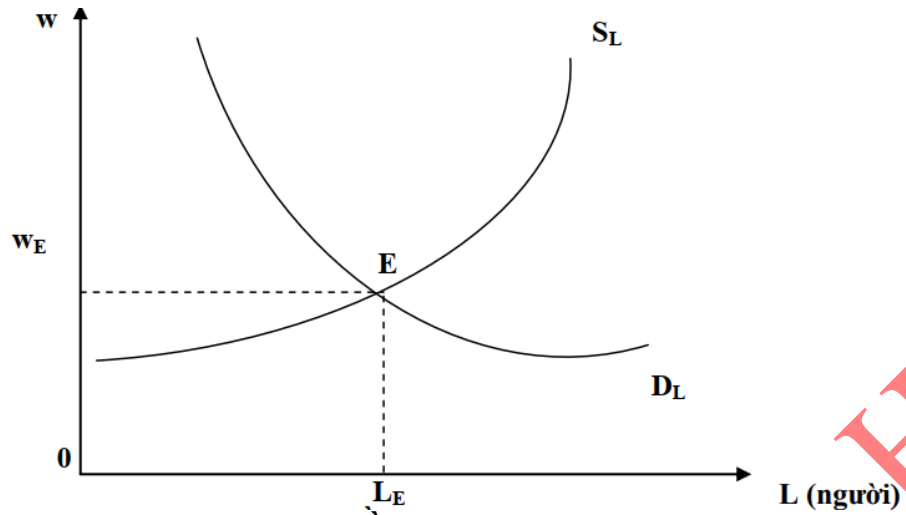
Khi thị hiếu và quan điểm xã hội thay đổi cũng có thể làm thay đổi đường cung lao động. Một quan điểm phổ biến trong xã hội truyền thống là phụ nữ nên ở nhà để làm việc nội trợ thay vì ra ngoài xã hội tham gia các công việc khác. Ngày nay, quan niệm này không còn được ủng hộ và chúng ta thấy rằng hầu hết các công việc ngay nay đều có sự tham gia của cả đàn ông và phụ nữ, người phụ nữ được tham gia làm việc trong nhiều lĩnh vực khác nhau.

Như vậy, sự thay đổi quan niệm xã hội trong trường hợp này làm tăng số lượng lao động trong thị trường điều này dẫn đến đường cung lao động thị trường dịch chuyển tăng sang phải từ  $SL_1$  sang  $SL_2$ .

**Cân bằng trên thị trường lao động**

**Cân bằng trên thị trường lao động**

Cũng như thị trường hàng hóa, thị trường lao động đạt trạng thái cân bằng tại một mức tiền lương mà tại đó lượng cung lao động đúng bằng lượng cầu về lao động.

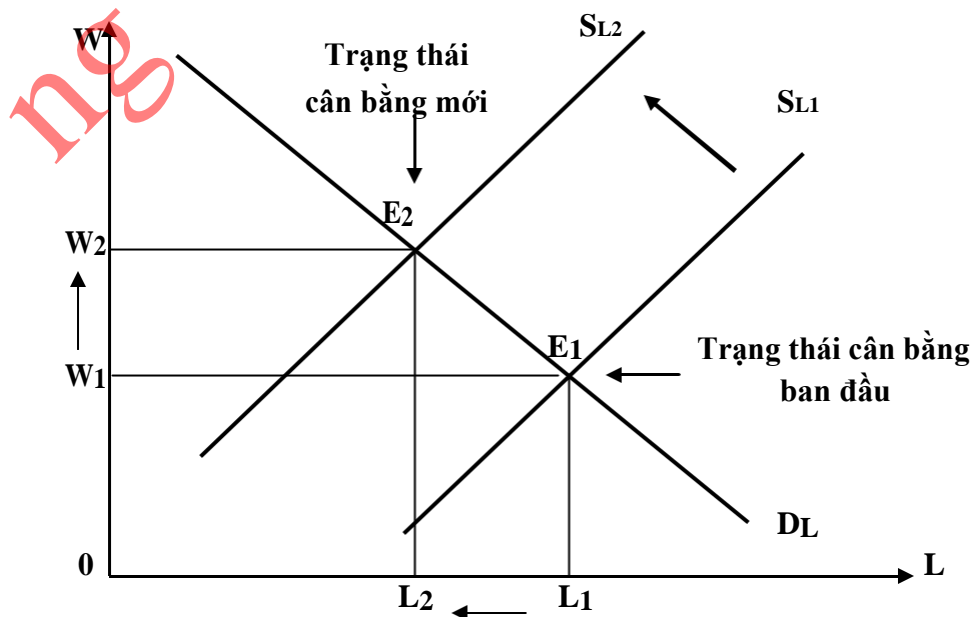


Hình 7.7: Cân bằng trên thị trường lao động

Đường cầu lao động là đường dốc xuống  $D_L$  và cắt đường cung về lao động về lao động dốc lên  $S_L$  tại điểm  $E$ . Tại điểm  $E$ , lượng cung lao động được thuê là  $L_E$  và mức tiền công là  $w_E$ .

Khi thị trường đạt trạng thái cân bằng, doanh nghiệp thuê tất cả những lao động mà họ cho rằng sẽ đem lại lợi nhuận tại mức tiền lương cân bằng. Nghĩa là các doanh nghiệp tuân theo quy tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp, doanh nghiệp sẽ thuê lao động cho tới khi sản phẩm doanh thu cận biên của lao động lớn hơn hoặc bằng tiền lương ( $MRPL \geq w$ ). Như vậy, tại trạng thái cân bằng thị trường, tiền lương phải bằng sản phẩm doanh thu cận biên của lao động (tại điểm  $E$ :  $w_E = MRPL$ ).

### 3.2. Thay đổi trạng thái cân bằng trên thị trường lao động



### Hình 7.8: Trạng thái cân bằng mới do tác động của cung lao động

Trạng thái cân bằng trên thị trường lao động được xác lập bởi đường cung và đường cầu về lao động, do đó bất kì yếu tố nào thay đổi làm thay đổi ít nhất một trong hai yếu tố cung hoặc cầu lao động đều dẫn đến thay đổi trạng thái cân bằng trên thị trường lao động. Đó là các tình huống sau:

Thay đổi cân bằng từ phía cung lao động.

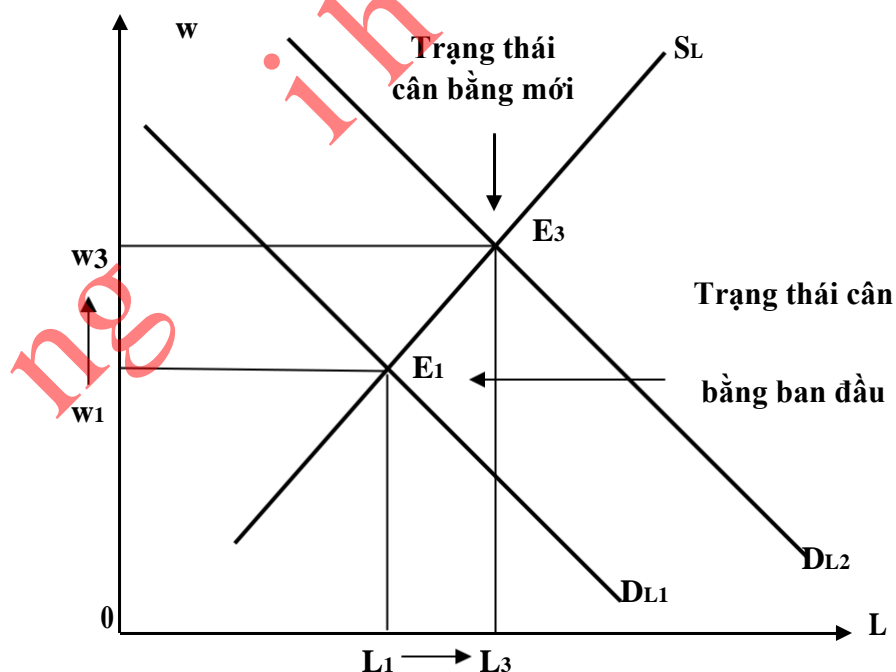
Thay đổi cân bằng từ phía cầu lao động.

Thay đổi cân bằng từ phía cung và cầu lao động.

Trong những năm gần đây, sự di cư ồ ạt của lao động phổ thông từ nông thôn lên thành thị làm giảm cung lao động trong ngành nông nghiệp, cầu về lao động trong ngành nông nghiệp vẫn không thay đổi.

+ Đường cầu lao động không thay đổi.

Trên hình 7.8, ta thấy đường cung dịch chuyển giảm từ  $S_{L1}$  thành  $S_{L2}$  làm thay đổi trạng thái cân bằng từ  $E_1$  thành  $E_2$  và làm tiền lương cũng như số lượng lao động được thuê thay đổi. Tiền lương tăng từ  $w_1$  thành  $w_2$  và số lượng lao động được thuê giảm  $L_1$  về  $L_2$ . Như vậy, khi đường cung lao động dịch chuyển dẫn đến làm thay đổi trạng thái cân bằng của thị trường lao động.



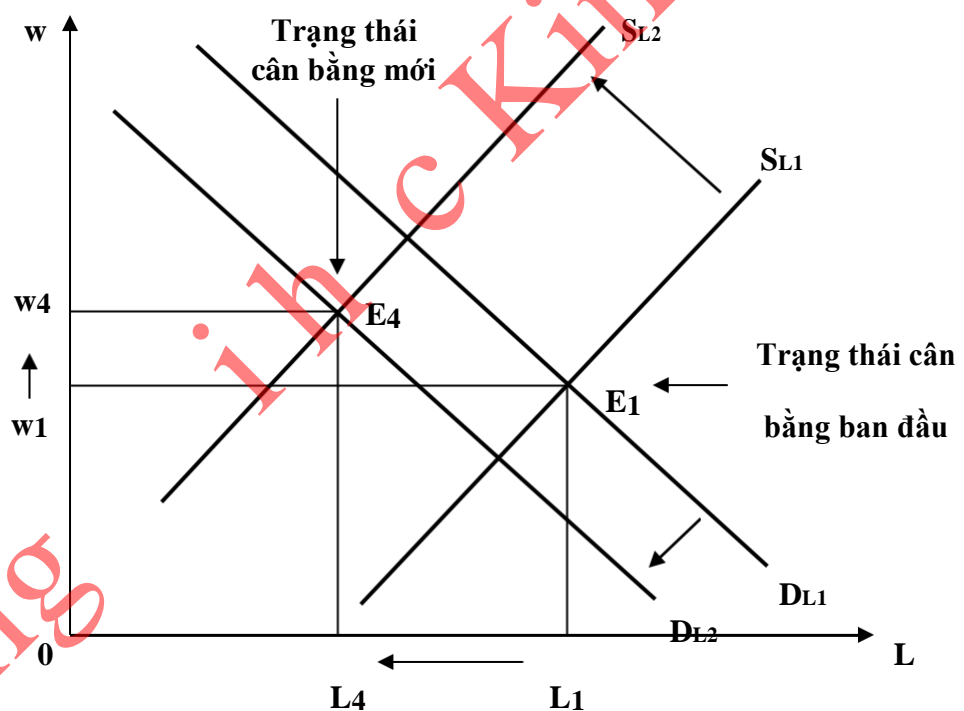
Hình 7.9: Trạng thái cân bằng mới do tác động của cầu lao động

Trên hình 7.9, nếu không có sự thay đổi về cung và cầu lao động thì trạng thái cân bằng của thị trường là  $E_1$ .

Giả sử khi mùa thu hoạch nhỏ chuẩn bị bắt đầu (các yếu tố khác không thay đổi) làm đường cầu lao động thu hoạch nhỏ dịch chuyển tăng từ  $DL_1$  thành  $DL_2$ . Khi đó  $E_3$  là điểm cân bằng mới với tiền lương cân bằng mới trên thị trường là  $w_3$  và số lao động được thuê là  $L_3$ .

Trên thực tế, cung và cầu về lao động có thể thay đổi đồng thời với nhau. Khi đó, việc dự báo về tiền lương và lao động cân bằng sẽ phức tạp hơn.

Giả sử đồng thời với việc bắt đầu mùa thu hoạch nhỏ thì mùa thu hoạch nhãn cũng chuẩn bị kết thúc. Điều này thu hút lao động lao động từ ngành thu hoạch nhãn sang ngành thu hoạch nhỏ, đường cung về lao động trong ngành thu hoạch nhãn dịch chuyển giảm sang trái từ  $SL_1$  sang  $SL_2$ . Đồng thời trong ngành thu hoạch nhãn, nhu cầu thuê lao động tại mỗi mức tiền lương như cũ có xu hướng giảm xuống, đường cầu lao động dịch chuyển giảm từ  $DL_1$  sang  $DL_2$ .



**Hình 7.10: Trạng thái cân bằng mới do tác động của cung và cầu lao động**

Vậy, khi cả cầu và cung lao động đều giảm thì trạng thái cân bằng thay đổi từ  $E_1$  thành  $E_4$  với tiền lương lao động trên thị trường tăng từ  $w_1$  lên  $w_4$  và số lượng lao động được thuê giảm từ  $L_1$  xuống  $L_4$ .

Khi bàn về sự di chuyển lao động giữa các ngành, không nhất thiết ta chỉ giới hạn sự phân tích cho các lao động thuộc cùng một nghề giống nhau, nhưng làm việc ở các ngành khác nhau. Việc lấy ví dụ về lao động thuộc cùng một loại

nghe nghiệp chỉ nhằm nhân mạnh khả năng dễ di chuyển của lao động. Về nguyên tắc, khi lao động càng dễ dàng di chuyển từ ngành, nghề này sang một ngành, nghề khác, tiền lương giữa chúng càng ít khác biệt. Tuy nhiên, trên thực tế có nhiều yếu tố ngăn cản sự di chuyển lao động. Vì thế, sự chênh lệch về lương giữa các ngành, nghề vẫn tồn tại.

Tr  
ng  
h  
C Kinh t  
Hu

## CÂU HỎI ÔN TẬP

**Câu 1:** Cầu lao động của doanh nghiệp là gì?

**Câu 2:** Tại sao nói cầu lao động là cầu thứ phát?

**Câu 3:** Trình bày mối quan hệ giữa sản phẩm doanh thu cận biên của lao động và cầu lao động?

**Câu 4:** Trình bày các tác nhân ảnh hưởng đến đường cầu lao động? Ví dụ?

**Câu 5:** Thế nào là cung lao động?

**Câu 6:** So sánh giữa đường cung lao động và đường cầu lao động?

**Câu 7:** Trình bày các tác nhân ảnh hưởng đến đường cung lao động? Ví dụ?

**Câu 8:** Phân tích nguyên tắc xác định trạng thái cân bằng trên thị trường lao động?

Tr  
ng

th C Kinh t Hu



## BÀI TẬP VẬN DỤNG

**Câu 1:** Hãy chỉ ra ảnh hưởng của các sự kiện đối với thị trường lao động?

- Chính phủ nới lỏng quy định về kinh doanh ngân hàng/
- Nhiều sinh viên theo học ngành tài chính ngân hàng.
- Nhiều ngân hàng mở thêm nhiều chi nhánh mới.

**Câu 2:** Hàm sản xuất của một doanh nghiệp có dạng

$$Q=20L-L^2$$

Trong đó:

L là lượng đầu vào lao động,

Q là sản lượng một tuần.

Hãy cho biết đường cầu lao động của doanh nghiệp nếu sản phẩm được bán ở mức giá 10\$ trên thị trường cạnh tranh? Minh họa bằng đồ thị?

Doanh nghiệp sẽ sử dụng bao nhiêu lao động một tuần khi mức tiền công là 60\$ một tuần?

**Câu 3:** Cung và cầu về lao động được cho như sau:

**SL:**  $L = -50 + 30w$

**DL:**  $L = 500 - 25w$

- Xác định kết hợp cân bằng của L và w trên đồ thị?
- Xác định lượng lao động thất nghiệp khi mức tiền lương tối thiểu được ấn định là  $w = 4\$/\text{giờ}$ ?

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS.TS (Nhà giáo ưu tú) Ngô Đình Giao, 1997. *Kinh tế học Vi Mô*, Nhà xuất bản Giáo Dục.
2. Ngô Trần Ái, Nguyễn Quý Thao, 2007. *Kinh tế học Vi Mô*, Nhà xuất bản Giáo Dục.
3. TS. Nguyễn Phúc Thọ, 2010, Bài giảng Nguyên lý kinh tế, Nhà xuất bản tài chính.
4. TS. Trần Văn Hòa, ThS. Nguyễn Lê Hiệp, ThS. Phan Thị Nữ, 2012. *Giáo trình Kinh tế học vi mô*, Nhà xuất bản Đại học Huế.

Tr  
ng

ih C Kinh t

## Chương VIII. THẤT BẠI CỦA THỊ TRƯỜNG

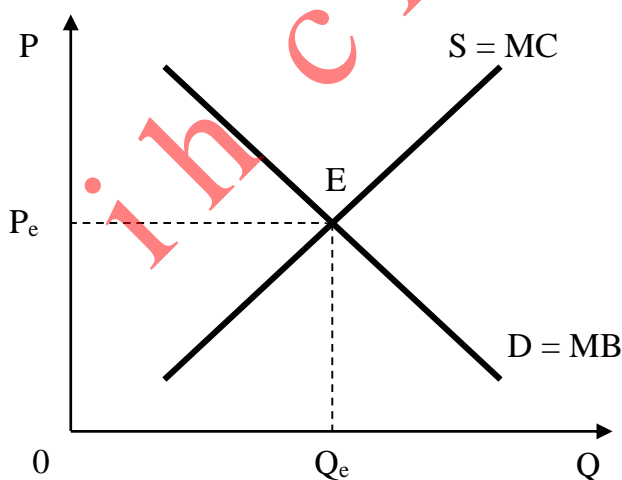
### Mục tiêu của chương:

Trong các chương trước chúng ta đã nghiên cứu các vấn đề cơ bản của nền kinh tế thị trường, tính hiệu quả của thị trường. Tuy nhiên, có một số vấn đề mà thị trường không thể đưa ra các tín hiệu chính xác, không giải quyết được mà cần có sự can thiệp của chính phủ. Ở chương này chúng ta sẽ nghiên cứu các vấn đề đó.

### I. HOẠT ĐỘNG CỦA THỊ TRƯỜNG

Trong nền kinh tế thị trường, người tiêu dùng theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi ích còn người sản xuất lại theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Sự tương tác giữa họ trong việc trao đổi hàng hóa, dịch vụ hình thành nên giá và sản lượng cân bằng. Như vậy, nền kinh tế thị trường hoạt động một cách có hiệu quả thông qua sự tương tác giữa các lực lượng cung và cầu, nhằm xác định ba vấn đề kinh tế cơ bản.

Trên đồ thị hình 7.1, đường cung biểu diễn chi phí cận biên của người sản xuất và đường cầu biểu diễn lợi ích cận biên của người tiêu dùng. Tại điểm cân bằng E, giá của hàng hóa là  $P_e$  và lượng hàng hóa là  $Q_e$ , tại đây cả người sản xuất và người tiêu dùng cùng đạt được mục tiêu của họ.



Hình 7.1. Cân bằng thị trường

Tuy nhiên, không phải lúc nào hoạt động của thị trường cũng mang lại hiệu quả tối ưu cho xã hội. Khi thị trường tự do tạo ra các kết quả mà xã hội không mong muốn, chúng ta gọi đó là thất bại của thị trường.

Tiêu chuẩn để đánh giá hiệu quả là sự phân bổ có hiệu quả các nguồn tài nguyên khan hiếm của xã hội, được gọi là *hiệu quả Pareto*. Hiệu quả Pareto đạt được trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo khi chi phí cận biên bằng lợi ích cận biên.

Khi thị trường không đạt được trạng thái cân bằng mang tính hiệu quả Pareto thì ta nói đây là thất bại của thị trường.

Các nguyên nhân dẫn đến thất bại của thị trường gồm có:

- Ảnh hưởng ngoại ứng
- Hàng hóa công cộng
- Cạnh tranh không hoàn hảo
- Phân phối thu nhập không công bằng

## II. CÁC THẤT BẠI CỦA THỊ TRƯỜNG

### 1. Ảnh hưởng ngoại ứng

*Ngoại ứng là hiện tượng khi hoạt động sản xuất hoặc tiêu dùng của một bên gây ảnh hưởng trực tiếp tới việc sản xuất hoặc tiêu dùng của bên khác mà ảnh hưởng đó không được phản ánh trong giá cả thị trường.*

Có hai loại ngoại ứng: Ngoại ứng tích cực và ngoại ứng tiêu cực.

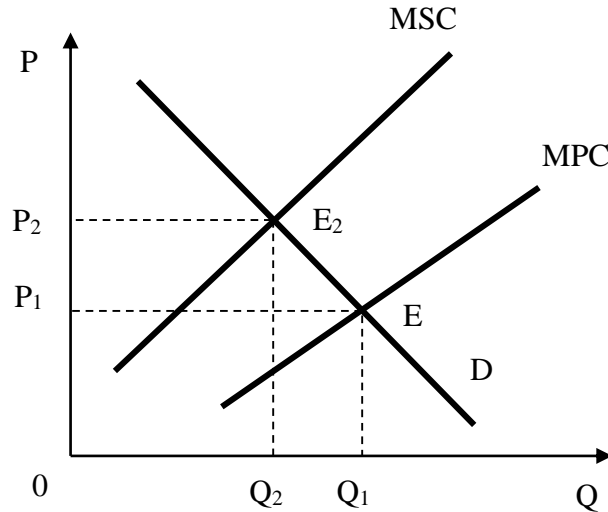
Ngoại ứng tích cực mang lại lợi ích cho bên khác mà bên này không phải trả khoản chi phí nào cả. Còn ngoại ứng tiêu cực gây ra chi phí cho bên khác mà bên này không nhận được sự thanh toán.

Ví dụ, việc xây dựng tàu điện ngầm ở thành phố lớn không chỉ mang lại lợi ích cho người sử dụng chúng mà còn góp phần giải quyết tình trạng tắc nghẽn giao thông cho người dân xung quanh.

Hay việc sản xuất hóa chất gây ô nhiễm dòng sông làm cá chết, ảnh hưởng đến hoạt động đánh bắt của các ngư dân, hay ảnh hưởng đến những người đi bơi.

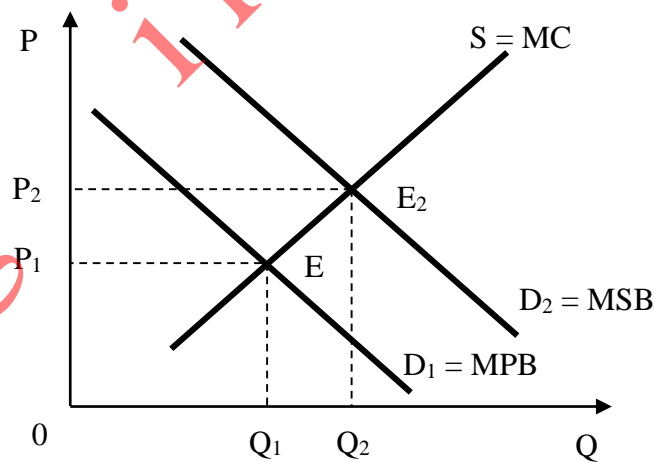
Việc tiêu dùng các dịch vụ giáo dục ở trường không chỉ mang lại kiến thức cho người học mà đối với xã hội, nó còn góp phần hạn chế các tệ nạn, tiêu cực.

Hoặc là, khi một người hút thuốc lá gây khó chịu và ảnh hưởng đến sức khỏe đến người ngửi khói thuốc.



**Hình 7.2. Ngoại ứng tiêu cực do sản xuất hóa chất**

Hình 7.2, cho thấy MPC là chi phí biên cá nhân của doanh nghiệp sản xuất hóa chất. Tuy nhiên việc sản xuất hóa chất làm ô nhiễm dòng sông, gây ra chi phí cho xã hội. Nếu tính đầy đủ các chi phí này cho doanh nghiệp thì chi phí cận biên xã hội là MSC, cao hơn MPC. Doanh nghiệp sản xuất hóa chất tại mức sản lượng  $Q_1$ , tại đây chi phí cận biên cá nhân bằng giá. Tuy nhiên, tại đây chi phí cận biên của xã hội cao hơn lợi ích cận biên. Do đó, mức sản lượng xã hội mong muốn là tại  $Q_2$ , tại đó chi phí cận biên xã hội bằng lợi ích cận biên. Thị trường tự do không đạt được mức sản lượng mà xã hội mong muốn, gây ra thất bại thị trường.



**Hình 7.3. Ngoại ứng tích cực do giáo dục tạo ra**

Hình 7.3 minh họa ngoại ứng tích cực do dịch vụ giáo dục tạo ra. Lợi ích của trực tiếp hưởng dịch vụ giáo dục được xác định tại điểm  $E_1 (P_1, Q_1)$ , do tác động của cung cầu. Tuy nhiên, lợi ích còn có ý nghĩa đối với xã hội, đó là việc giảm các tiêu cực, tệ nạn do giáo dục tạo ra. Vậy, lợi ích của giáo dục đối với xã hội sẽ lớn hơn lợi ích của bản thân những người đi học, được minh họa bằng đường  $D_2 = MSB$ . Trạng thái cân bằng mà xã hội mong muốn là  $E_2 (P_2, Q_2)$ .

Tóm lại, sự chênh lệch giữa chi phí (lợi ích) cận biên xã hội và cá nhân dẫn đến khối lượng hàng hóa thực tế sản xuất khác với khối lượng sản xuất tối ưu về mặt xã hội, gây ra thất bại thị trường.

## 2. Hàng hóa công cộng

Hàng hóa công cộng là những hàng hóa và dịch vụ mà khi chúng được sản xuất ra thì mọi người đều có khả năng tiêu dùng.

Hàng hóa công cộng có hai đặc tính cơ bản: tính không cạnh tranh trong tiêu dùng và tính không loại trừ trong tiêu dùng. Tính không cạnh tranh trong tiêu dùng là việc tiêu dùng của người này làm giảm lượng tiêu dùng của người khác. Tính không loại trừ trong tiêu dùng nghĩa là không có bất kỳ sự cản trở nào đối với việc tiêu dùng hàng hóa công cộng. Những người tiêu dùng này trở thành những “*kẻ ăn không*”, tiêu dùng mà không cần phải trả tiền.

Một số ví dụ về hàng hóa công cộng là an ninh quốc phòng, hệ thống pháp luật, bảo vệ môi trường, không khí trong sạch, truyền hình, chiếu sáng đô thị,... Khi có hệ thống chiếu sáng đô thị thì không có nghĩa là một người nào đó được hưởng lợi ít hơn những người khác. Và cũng không ai có thể ngăn cản họ được hưởng lợi từ ánh sáng cho dù họ có trả tiền hay không.

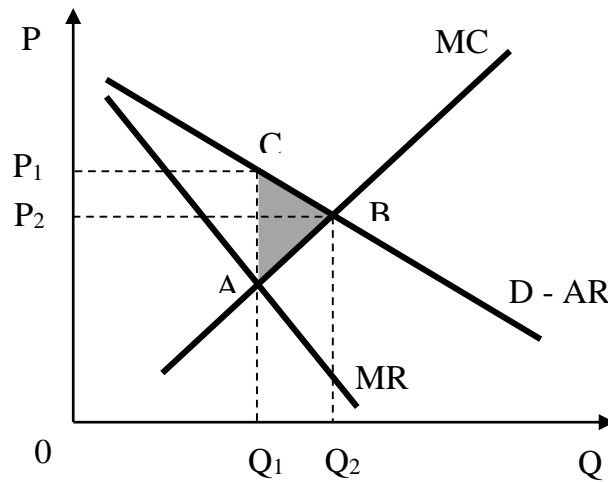
Nếu bạn mua một lượng hàng hóa công cộng thì những người khác sẽ được lợi. Lợi ích cận biên của tư nhân thấp hơn lợi ích cận biên của xã hội nên thị trường tư nhân không sản xuất ra lượng hàng có hiệu quả về mặt xã hội. Nói cách khác, thị trường hoàn toàn thất bại vì sự tiêu dùng tự do. Vì vậy, cần có sự can thiệp của chính phủ để bảo đảm chi phí biên của xã hội bằng lợi ích biên của xã hội.

Tuy nhiên, tư nhân cũng có thể cung cấp hàng hóa công cộng, như việc quét dọn đường phố do tư nhân thầu còn chính quyền địa phương sử dụng thuế để chi trả cho họ. Ngược lại, chính phủ cũng có thể cung cấp hàng hóa cá nhân, như các dịch vụ chăm sóc, cứu chữa của bệnh viện.

## 3. Cạnh tranh không hoàn hảo

Khi một hãng hoạt động trong thị trường cạnh tranh không hoàn hảo, ta nói rằng hãng đó được hưởng một sức mạnh độc quyền nhất định. Các loại thị trường cạnh tranh không hoàn hảo đó là: độc quyền, độc quyền tập đoàn, cạnh tranh độc quyền.

Bằng sức mạnh thị trường, các hãng cạnh tranh không hoàn hảo hạn chế lượng cung xuống dưới mức tối ưu và nâng giá bán cao hơn chi phí cận biên nhằm thu được lợi nhuận lớn. Điều này gây ra phần mất không cho nền kinh tế, đây chính là thất bại của thị trường.



Hình 7.4. Phần mất không do cạnh tranh không hoàn hảo gây ra

Đồ thị hình 7.4 cho thấy, hãng cạnh tranh không hoàn hảo sản xuất tại mức sản lượng  $Q_1$ , tại đó  $MR = MC$ . Mức sản lượng này thấp hơn mức sản lượng  $Q_2$  mà tại đó chi phí cận biên  $MC$  bằng giá (doanh thu bình quân -  $AR$ ). Phần mất không của nền kinh tế được giới hạn bằng diện tích tam giác  $ABC$ .

#### 4. Phân phối thu nhập không công bằng

Nền kinh tế thị trường phân bổ các nguồn lực khan hiếm một cách có hiệu quả và tạo ra sự phân phối thu nhập cho các cá nhân sở hữu các yếu tố sản xuất. Tuy nhiên, liệu sự phân phối thu nhập đó có đảm bảo mang lại cho những người có nhu cầu nhất và xứng đáng nhất hay không? Câu trả lời là không. Phân phối thu nhập và tiêu dùng trong thị trường cạnh tranh phản ánh nguồn của cải ban đầu và tài năng được thừa hưởng.

Như chúng ta đã biết, các hộ gia đình cung cấp dịch vụ các yếu tố sản xuất - lao động, vốn, đất đai - mà họ sở hữu để đổi lấy thu nhập. Có thể minh họa thu nhập của hộ gia đình qua biểu thức sau:

$$I = wL + iK + rD$$

Trong đó:  $L, K, D$  là số lượng các yếu tố sản xuất của hộ gia đình.

$w, i, r$  là tiền công, lãi suất, tiền thuê đất (giá các yếu tố sản xuất) tính trên một đơn vị yếu tố sản xuất.

Qua biểu thức cho thấy, do sự sẵn có của các yếu tố sản xuất mà các hộ gia đình sở hữu là khác nhau đã tạo ra sự khác biệt trong thu nhập giữa họ. Mỗi cá nhân có thể sở hữu các yếu tố sản xuất khác nhau vì họ có điều kiện và hoàn cảnh hoàn toàn khác nhau. Ví dụ, một người có thể nhận được thu nhập cao do anh ta được thừa kế một tài sản lớn, hay do anh ta may mắn trúng xổ số,... Hơn nữa, thu nhập của các hộ

gia đình còn phụ thuộc vào khả năng cung cấp dịch vụ, các yếu tố sản xuất khác nhau giữa họ, phụ thuộc vào yêu cầu của từng doanh nghiệp trong việc thuê các yếu tố đó.

Như vậy, bên cạnh những ưu điểm về phân bổ nguồn lực thì nền kinh tế thị trường cũng có những thất bại mà thị trường tự do không giải quyết được. Sự can thiệp của chính phủ thông qua các công cụ và nguồn lực chính là điều kiện cần thiết để khắc phục những thất bại đó.

Tr  
ng  
Thị C  
Kinh t  
Hư



## CÁC THUẬT NGỮ CƠ BẢN

Thất bại thị trường	Market failure
Ngoại ứng	Externalities
Ô nhiễm	Polution
Chi phí cận biên cá nhân	Marginal Private Cost
Chi phí cận biên xã hội	Marginal Social Cost
Lợi ích cận biên cá nhân	Marginal Private Benefit
Lợi ích cận biên xã hội	Marginal Social Benefit
Hàng hóa công cộng	Public Goods
Phân phối thu nhập	Income distribution

Tr  
ng

ih C Kinh t Hu

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Giáo trình Kinh tế vi mô* - trường Đại học Kinh tế Quốc dân - Nhà xuất bản Giáo dục, 1999.
2. *Giáo trình Nguyên lý Kinh tế học vi mô*, TS. Vũ Kim Dũng - trường Đại học Kinh tế Quốc dân - Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, 2006.
3. *Từ điển Kinh tế học*, Nguyễn Văn Ngọc, - trường Đại học Kinh tế Quốc dân - Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, 2006.
4. *Kinh tế học*, David Begg, Stanley Fisher & Rudiger Dornbusch - Nhà xuất bản thống kê - Hà Nội, 2007.
5. *Kinh tế học vi mô*, Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld - Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật, 2000.

Ngoài ra, sinh viên có thể tham khảo bất kỳ cuốn sách “Kinh tế vi mô” nào và sử dụng thêm các phương tiện hỗ trợ khác như Internet, truyền thanh, truyền hình.