

TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHẠM VĂN ĐỒNG
KHOA KINH TẾ



BÀI GIẢNG

MÔN: KINH TẾ VI MÔ

(Dùng cho đào tạo tín chỉ)

Lưu hành nội bộ - Năm 2014

CHƯƠNG 1: KINH TẾ VI MÔ VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP

1.1 Đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu kinh tế vi mô

1.1.1 Kinh tế vi mô, mối quan hệ của kinh tế vi mô với kinh tế vĩ mô

1.1.1.1 Kinh tế học

Kinh tế học là môn khoa học nghiên cứu những lựa chọn của cá nhân và xã hội về cách thức sử dụng nguồn tài nguyên có hạn.

Những lựa chọn của cá nhân và xã hội được biểu hiện thành những hiện tượng và hoạt động kinh tế. Các hiện tượng này được kinh tế học nghiên cứu dưới hai góc độ, một là góc độ bộ phận hình thành nên môn kinh tế vi mô, hai là góc độ toàn bộ nền kinh tế hình thành nên môn kinh tế vĩ mô.

Kinh tế học chỉ cho chúng ta cách thức suy nghĩ về các vấn đề phân bổ nguồn lực chứ không đảm bảo cho chúng ta các “câu trả lời đúng”.

1.1.1.2 Kinh tế vĩ mô

- Kinh tế vĩ mô là một môn khoa học quan tâm đến việc nghiên cứu, phân tích, lựa chọn các vấn đề kinh tế tổng thể của toàn bộ nền kinh tế.

Ví dụ: GDP, GNP, lạm phát, thất nghiệp...

- Kinh tế vĩ mô nghiên cứu đến những tác động lẫn nhau giữa các khía cạnh này của nền kinh tế.

VD: Nghiên cứu tác động giữa đầu tư và thất nghiệp.

Kinh tế vĩ mô tìm hiểu để cải thiện kết quả hoạt động của toàn bộ nền kinh tế.

1.1.1.3 Kinh tế vi mô

Là môn khoa học nghiên cứu, phân tích, lựa chọn các vấn đề kinh tế cụ thể của các tế bào kinh tế, từng cá nhân, từng doanh nghiệp trong nền kinh tế đó và sự tương tác giữa chúng với nhau.

VD: Nghiên cứu mối quan hệ giữa cung cầu hàng hoá và sự tương tác của chúng trong việc hình thành nên giá cả thị trường.

1.1.1.4 Mối quan hệ giữa kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô

Kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô tuy đối tượng nghiên cứu khác nhau nhưng có mối quan hệ gắn bó, tác động lẫn nhau, cụ thể:

- Kết quả kinh tế vĩ mô phụ thuộc vào hành vi của kinh tế vi mô, kinh tế quốc dân phụ thuộc vào sự phát triển của doanh nghiệp, của tế bào kinh tế trong sự tác động ảnh hưởng của kinh tế vĩ mô, của nền kinh tế.

- Kinh tế vĩ mô tạo hành lang, tạo môi trường, tạo điều kiện cho kinh tế vi mô phát triển.

1.1.2 Đối tượng và nội dung của kinh tế vi mô

1.1.2.1 Đối tượng

- Là một môn khoa học cung cấp những kiến thức cho các nhà quản lý Doanh nghiệp để giải quyết 3 vấn đề cơ bản: sản xuất cái gì? bằng cách nào? cho ai?

- Nghiên cứu tính qui luật, xu thế vận động tất yếu của các hoạt động kinh tế vi mô, những khuyết tật của kinh tế thị trường và vai trò của sự điều tiết.

1.1.2.2 Nội dung

Có thể giới thiệu một cách tổng quát nội dung của của kinh tế học vi mô theo các nội dung chủ yếu sau đây:

1. Tổng quan về kinh tế học vi mô sẽ đề cập đến đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu kinh tế học vi mô, lựa chọn kinh tế tối ưu, ảnh hưởng của quy luật khan hiếm, lợi suất giảm dần, quy luật chi phí cơ hội tăng dần và hiệu quả kinh tế.

2. Cung cầu nghiên cứu nội dung của cung và cầu, các nhân tố ảnh hưởng đến cung và cầu, cơ chế hình thành giá và sự thay đổi của giá do cung cầu thay đổi và các hình thức điều tiết giá.

3. Co giãn sẽ nghiên cứu tác động của các nhân tố tới lượng cầu và lượng cung về mặt lượng thông qua xem xét các loại hệ số co giãn và ý nghĩa của các loại co giãn đó.

4. Lý thuyết lợi ích nghiên cứu các vấn đề về tiêu dùng như quy luật lợi ích cận biên giảm dần trong tiêu dùng, sự lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng.

5. Sản xuất - Chi phí - Lợi nhuận nghiên cứu các quy luật trong sản xuất, chi phí và lợi nhuận.

6. Cấu trúc thị trường nghiên cứu các mô hình về thị trường đó là thị trường cạnh tranh hoàn hảo, thị trường độc quyền, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo bao gồm cạnh tranh độc quyền và độc quyền tập đoàn. Trong mỗi một cơ cấu thị trường, các đặc điểm được trình bày và qua đó là hành vi tối đa hoá lợi nhuận của doanh nghiệp trong thị trường đó được xem xét thông qua việc xác định mức sản lượng, giá bán nhằm tối đa hoá lợi nhuận cho doanh nghiệp.

7. Thị trường lao động nghiên cứu các vấn đề về cung cầu lao động đối với doanh nghiệp trong điều kiện thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

8. Những thất bại của kinh tế thị trường nghiên cứu khuyết tật của kinh tế thị trường và vai trò của Chính phủ.

1.1.3. Phương pháp nghiên cứu vi mô

Kinh tế vi mô là một bộ phận của kinh tế học. Do đó phương pháp nghiên cứu của kinh tế vi mô cũng chính là phương pháp nghiên cứu của kinh tế học. Kinh tế học là một môn khoa học nên phương pháp nghiên cứu kinh tế học cũng tương tự các môn khoa học tự nhiên như sinh học, hoá học hay vật lý. Tuy nhiên vì kinh tế học nghiên cứu hành vi kinh tế của con người, nên phương pháp nghiên cứu kinh tế học cũng có nhiều điểm khác với các môn khoa học tự nhiên khác. Những phương pháp đặc thù của kinh tế học là:

- Phương pháp mô hình hoá

Để nghiên cứu kinh tế học, các giả thiết kinh tế được thành lập và được kiểm chứng bằng thực nghiệm. Nếu các phép thử được thực hiện lặp đi lặp lại nhiều lần đều cho kết quả thực nghiệm đúng như giả thiết thì giả thiết kinh tế được coi là lý thuyết kinh tế. Một vài giả thiết và lý thuyết kinh tế được công nhận một cách rộng rãi thì được gọi là qui luật kinh tế.

- Phương pháp so sánh tĩnh

Giả định các yếu tố khác không thay đổi. Các giả thuyết kinh tế về mối quan hệ giữa các biến luôn phải đi kèm với giả định Ceteris Paribus trong mô hình. Ceteris Paribus là một thuật ngữ Latinh được sử dụng thường xuyên trong kinh tế học có nghĩa là các yếu tố khác không thay đổi.

- Quan hệ nhân quả

Các giả thuyết kinh tế thường mô tả mối quan hệ giữa các biến số mà sự thay đổi của biến số này là nguyên nhân khiến một (hoặc) các biến khác thay đổi theo. Biến chịu sự tác động được gọi là biến phụ thuộc còn biến thay đổi tác động đến các biến khác được gọi là biến độc lập. Biến độc lập ảnh hưởng đến biến phụ thuộc nhưng bản thân thì chịu sự tác động của các biến số khác ngoài mô hình.

Một lỗi thường gặp trong phân tích số liệu là kết luận sai lầm về việc quan hệ nhân quả: sự thay đổi của một biến số này là nguyên nhân sự thay đổi của biến số kia chỉ bởi vì chúng có xu hướng xảy ra đồng thời. Vì sự nguy hiểm khi đưa ra kết luận về mối quan hệ nhân quả nên các nhà kinh tế học thường sử dụng các phép thử thống kê để xác định xem liệu sự thay đổi của một biến có thực sự là nguyên nhân gây ra sự thay đổi quan sát được ở biến khác hay không. Tuy nhiên, bên cạnh nguyên nhân khó có thể có những thực nghiệm hoàn hảo như trong phòng thí nghiệm, những phép thử thống kê không phải lúc nào cũng đủ sức thuyết phục các nhà kinh tế học vào mối quan hệ nhân quả thực sự.

1.2 Doanh nghiệp và những vấn đề kinh tế cơ bản của doanh nghiệp

1.2.1 Doanh nghiệp

1.2.1.1 Khái niệm

Doanh nghiệp là đơn vị kinh doanh hàng hóa, dịch vụ theo nhu cầu thị trường và xã hội để đạt lợi nhuận tối đa và hiệu quả kinh tế xã hội cao nhất.

1.2.1.2 Mục tiêu của doanh nghiệp

Mục tiêu của doanh nghiệp không chỉ có một mà bao gồm cả một hệ thống mục tiêu bao gồm: tối đa hoá lợi nhuận, tối đa hóa doanh thu, mở rộng thị trường, nâng cao uy tín trên thị trường, an toàn trong kinh doanh... Trong đó mục tiêu cơ bản, chi phối các mục tiêu khác và quan trọng nhất là tối đa hoá lợi nhuận.

1.2.1.3 Quá trình kinh doanh của doanh nghiệp

- Đối với các doanh nghiệp sản xuất bao gồm các giai đoạn sau:
- + Nghiên cứu nhu cầu thị trường về hàng hoá, dịch vụ để lựa chọn và quyết định sản xuất cái gì.

+ Chuẩn bị đồng bộ các yếu tố đầu vào để thực hiện quyết định sản xuất như: lao động, đất đai, thiết bị máy móc, vật tư, công nghệ...

+ Tổ chức tốt quá trình kết hợp chặt chẽ, khéo léo các yếu tố đầu vào để tạo ra hàng hoá, dịch vụ.

+ Tổ chức tốt quá trình tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ và thu tiền về.

- Đối với các doanh nghiệp thương mại - dịch vụ bao gồm các giai đoạn sau:

+ Nghiên cứu nhu cầu thị trường về hàng hóa, dịch vụ để lựa chọn và quyết định lượng hàng hóa cần mua để bán cho khách hàng.

+ Tổ chức việc mua các hàng hóa, dịch vụ theo nhu cầu thị trường.

+ Tổ chức việc bao gói, chế biến để chuẩn bị bán ra.

+ Tổ chức việc bán hàng hóa và thu tiền về.

1.2.1.4 Chu kỳ kinh doanh của doanh nghiệp

Chu kỳ kinh doanh của doanh nghiệp là khoảng thời gian từ lúc bắt đầu khảo sát nghiên cứu nhu cầu thị trường về hàng hoá đến lúc bán xong hàng hoá và thu tiền về.

Chu kỳ kinh doanh bao gồm các khoảng thời gian chủ yếu sau:

- Thời gian nghiên cứu nhu cầu thị trường để quyết định sản xuất cái gì?

- Thời gian chuẩn bị các yếu tố đầu vào, mua hàng hoá, dịch vụ nào để chuẩn bị quá trình sản xuất kinh doanh.

- Thời gian tổ chức quá trình sản xuất hoặc bao gói, chế biến

- Thời gian tổ chức quá trình tiêu thụ hàng hoá

Việc rút ngắn chu kỳ kinh doanh có ý nghĩa quan trọng trong việc tăng nhanh kết quả kinh doanh và giảm chi phí kinh doanh. Rút ngắn chu kỳ kinh doanh của doanh nghiệp đặc biệt có ý nghĩa trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

1.2.2 Những vấn đề cơ bản của doanh nghiệp

1.2.2.1 Sản xuất cái gì?

Quá trình sản xuất cái gì đòi hỏi phải làm rõ nên sản xuất hàng hoá gì? sản lượng bao nhiêu? khi nào sản xuất?

Để trả lời câu hỏi này doanh nghiệp phải căn cứ vào nhu cầu thị trường, khả năng sản xuất của doanh nghiệp, chi phí sản xuất.

Đây cũng là vấn đề quan trọng quyết định thành bại của doanh nghiệp

1.2.2.2 Sản xuất như thế nào?

Phải lựa chọn và quyết định:

Do ai sản xuất? sử dụng loại tài nguyên nào? sử dụng công nghệ nào? sử dụng phương pháp sản xuất nào để với chi phí nhất định nào đó, doanh nghiệp sản xuất được nhiều sản phẩm nhất.

1.2.2.3 Sản xuất cho ai?

Nghĩa là sản phẩm này được bán ở đâu? thị trường nào? ai là người tiêu thụ chúng?

Chìa khoá quyết định ai sẽ là người sử dụng những sản phẩm hàng hoá dịch vụ của doanh nghiệp chính là giá cả của hàng hoá và thu nhập của người tiêu dùng.

1.3 Lý thuyết lựa chọn

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

- Định nghĩa

Là lý thuyết tìm cách lý giải cách thức mà mỗi doanh nghiệp đưa ra quyết định của mình để giải quyết 3 vấn đề kinh tế cơ bản nói trên và nó cố gắng giải thích tại sao họ lựa chọn như vậy.

- Tại sao phải lựa chọn?

+ Vì nhu cầu của con người thì vô hạn mà nguồn lực để thoả mãn nhu cầu đó thì có hạn.

+ Vì một nguồn lực được sử dụng vào mục đích này thì không thể sử dụng vào mục đích khác.

- Mục đích của lựa chọn

+ Đối với nhà sản xuất: đạt được lợi nhuận tối đa trong giới hạn nguồn lực hiện có

+ Đối với người tiêu dùng: đạt được lợi ích tiêu dùng cao nhất trong giới hạn của nguồn thu nhập

- Căn cứ để lựa chọn

Chủ yếu dựa vào chi phí cơ hội

Chi phí cơ hội là giá trị của cơ hội tốt nhất bị bỏ qua khi đưa ra 1 sự lựa chọn kinh tế.

Xét ví dụ sau: Ông A có một số tiền là 200 triệu đồng, khi quyết định đầu tư vào kinh doanh thu được lợi nhuận là 3 triệu đồng/tháng. Nếu gửi số tiền trên vào ngân hàng sẽ thu được số tiền lãi là 1 triệu đồng/tháng.

Như vậy, quyết định đầu tư đã làm cho chủ đầu tư mất đi 1 tr đồng mỗi tháng. Số tiền này chính là chi phí cơ hội của quyết định đầu tư trên.

1.3.2. Phương pháp lựa chọn tối ưu

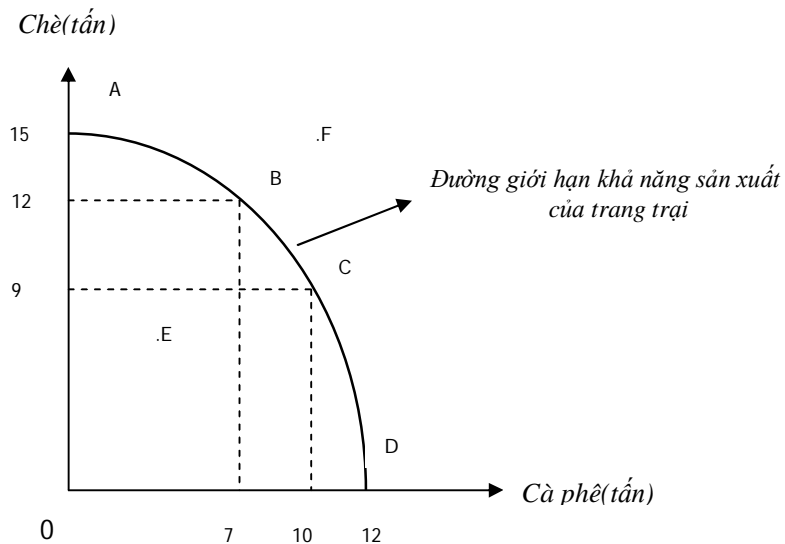
Có thể dựa vào đường giới hạn khả năng sản xuất.

- Việc lựa chọn để sản xuất cái gì? bao nhiêu? trong một khoảng thời gian nào đó luôn luôn có 1 giới hạn nhất định của nguồn lực cho phép, giới hạn này được biểu diễn bằng đường giới hạn khả năng sản xuất.

Ví dụ: Một trang trại có thể sử dụng đất của mình để trồng chè hoặc trồng cà phê. Giả định rằng chủ trang trại luôn sử dụng diện tích đất một cách tối ưu. Các khả năng có thể đạt được của trang trại được thể hiện trong bảng sau:

Các khả năng	Sản lượng chè (tấn)	Sản lượng cà phê (tấn)
A	15	0
B	12	7
C	9	10
D	0	12

Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất.



Hình 1.1: Đường giới hạn khả năng sản xuất

Nhận xét:

- Điểm hiệu quả nhất phải nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất và thoã mãn tối đa các nhu cầu của xã hội và con người

+ Những điểm nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất là những điểm hiệu quả.(A,B,C,D)

+ Điểm F nằm ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất là điểm không thể đạt được.

+ Điểm E nằm bên trong đường giới hạn khả năng sản xuất là điểm không có hiệu quả vì không tận dụng hết được nguồn lực mình có.

- Đường giới hạn khả năng sản xuất thể hiện quy luật chi phí cơ hội tăng dần.

+ Từ A =>B:

Chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm 7 tấn cà phê là 3 tấn chè.

Chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm 1 tấn cà phê là $\frac{3}{7}$ tấn chè.

+ Từ B =>C:

Chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm 3 tấn cà phê là 3 tấn chè.

Chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm 1 tấn cà phê là 1 tấn chè.

+ Từ C =>D:

Chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm 2 tấn cà phê là 9 tấn chè.

Chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm 1 tấn cà phê là 4.5 tấn chè.

=>Chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm một tấn cà phê ngày càng tăng.

1.4 Ảnh hưởng của qui luật khan hiếm, lợi suất giảm dần, chi phí cơ hội ngày càng tăng, hiệu quả kinh tế đến việc lựa chọn kinh tế tối ưu

1.4.1 Ảnh hưởng của qui luật khan hiếm

- Mọi nguồn lực đều có giới hạn
- Mọi nguồn tài nguyên đều khan hiếm và ngày càng cạn kiệt
- Hàng hoá sản xuất ra ngày càng khan hiếm

Để giải quyết mâu thuẫn giữa sự vô hạn của những nhu cầu, mong muốn của người tiêu dùng và sự hạn chế của nguồn lực dùng để thoả mãn nhu cầu có, con người phải lựa chọn làm sao để với một người nhất định, họ đạt được lợi ích cao nhất.

1.4.2 Ảnh hưởng của qui luật lợi suất giảm dần

Qui luật này nói lên mối tương quan giữa đầu vào của quá trình sản xuất và đầu ra mà nó góp phần sản xuất.

Ví dụ: Năng suất bắp khi nhiều nhân công trồng tía trên một diện tích cố định.

Nhân công	Sản lượng (tấn)	Sản lượng gia tăng (tấn)
0	0	0
1	2	2
2	3	1
3	3,5	0,5
4	3,8	0,3
5	3,9	0,1

Qui luật: Nếu gia tăng liên tiếp thêm nhiều đơn vị bằng nhau của một số yếu tố đầu vào vào một đầu vào thì sản lượng tuy có tăng thêm nhưng tăng thêm ngày càng giảm.

1.4.3 Ảnh hưởng của qui luật chi phí cơ hội ngày càng tăng

Khi muốn có thêm một lượng bằng nhau của một loại hàng hoá này mà phải hy sinh một lượng lớn của một loại hàng hoá khác thì chi phí cơ hội ngày càng tăng.

1.4.4 Ảnh hưởng của hiệu quả kinh tế

Hiệu quả nghĩa là không lãng phí, là tiêu chuẩn cao nhất của sự lựa chọn. Như vậy theo quan điểm của kinh tế học vi mô:

+ Những quyết định sản xuất cái gì nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất là có hiệu quả vì nó tận dụng hết nguồn lực.

+ Số lượng hàng hoá đạt trên đường giới hạn của năng lực sản xuất càng lớn càng có hiệu quả cao.

+ Sự thoả mãn tối đa mặt hàng, chất lượng, số lượng hàng hoá theo nhu cầu thị trường trong giới hạn của đường năng lực sản xuất cho ta đạt được hiệu quả kinh tế cao nhất.

+ Chi phí trên một đơn vị sản phẩm càng nhỏ thì hiệu quả kinh tế càng cao.

PHẦN ÔN TẬP

CÂU HỎI ĐÚNG SAI:

1. Kinh tế học là môn khoa học giúp cho chúng ta hiểu về nền kinh tế và các thành viên của nền kinh tế vì vậy kinh tế học giúp chúng ta trả lời đúng tất cả các câu hỏi.

2. Khi chi phí cơ hội của 1 hoạt động tăng lên, người ta sẽ thay thế hoạt động đó bởi các hoạt động khác

3. Điểm nằm ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất là điểm không thể đạt được

4. Nếu đường giới hạn khả năng sản xuất là 1 đường thẳng thì chi phí cơ hội sẽ không đổi

5. Vấn đề khan hiếm chỉ tồn tại trong nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung.

Giả định một nền kinh tế giản đơn chỉ có 2 ngành sản xuất xe đạp và xe máy. Bảng sau thể hiện các khả năng có thể đạt được của nền kinh tế khi các nguồn lực được sử dụng một cách tối ưu nhất:

Bài tập

Bài 1.1

Các khả năng	Sản lượng xe đạp (vạn chiếc)	Sản lượng xe máy (vạn chiếc)
A	40	0
B	35	4
C	30	6
D	20	8
E	0	10

Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất của nền kinh tế này.

Nền kinh tế có khả năng sản xuất 27 vạn chiếc xe đạp và 8 vạn chiếc xe máy hay không?

Bạn có nhận xét gì nếu nền kinh tế sản xuất tại điểm G (25 vạn xe đạp và 6 vạn xe máy).

Hãy tính chi phí cơ hội của việc sản xuất xe đạp và xe máy

Bài 1.2

Bảng sau mô tả những khả năng sản xuất khác nhau của một nền kinh tế trong một tuần nếu các nguồn lực được sử dụng có hiệu quả.

Các khả năng	Đàn ghita (chiếc)	Đĩa nhạc (trăm chiếc)
A	10	0
B	9	1
C	7	2
D	4	3
E	0	4

a) Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất của nền kinh tế.

b) Hãy tính chi phí cơ hội và minh họa trên đồ thị của việc sản xuất một trăm đĩa nhạc mỗi tuần.

c) Có phải tất cả các khả năng trên đều có hiệu quả kinh tế như nhau không.

Vì sao?

d) Điều gì sẽ xảy ra nếu các nguồn lực sử dụng trong sản xuất được bổ sung thêm. Hãy minh họa trên đồ thị

CHƯƠNG 2: CUNG CẦU HÀNG HOÁ

2.1 Cầu hàng hóa

2.1.1 Khái niệm cầu

- Lượng cầu: Là số lượng hàng hoá, dịch vụ mà người mua có khả năng mua và sẵn sàng mua ở mức giá đã cho trong một khoảng thời gian nhất định.
- Cầu hàng hoá là toàn bộ mối quan hệ giữa lượng cầu và giá trong một khoảng thời gian nhất định.
- Phân biệt giữa nhu cầu và cầu:
 - + Nhu cầu: Là những mong muốn, nguyện vọng vô hạn của con người.
 - ☞ Cầu là nhu cầu có khả năng thanh toán.

2.1.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu

Gồm các yếu tố cơ bản sau:

- **Giá của hàng hóa đó (P):** có quan hệ tỷ lệ nghịch với lượng cầu
- **Thu nhập được sử dụng của người tiêu dùng (Y)**

Thu nhập thay đổi sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thanh toán của người tiêu dùng, do đó ảnh hưởng đến cầu. Ảnh hưởng của thu nhập đối với cầu sẽ khác nhau với những loại hàng hoá khác nhau.

+ Đối với các hàng hoá thông thường (thiết yếu, xa xỉ) khi thu nhập tăng thì cầu tăng.

+ Đối với các hàng hoá thứ cấp khi thu nhập tăng thì cầu giảm.

- **Giá cả của loại hàng hoá liên quan (Pr)**

Các loại hàng hoá liên quan được chia ra hai loại: Hàng hoá thay thế và hàng hoá bổ sung

+ Hàng hoá thay thế: Là loại hàng hoá có thể sử dụng thay thế cho một hoặc một vài hàng hoá khác.

Đối với hàng hoá thay thế, khi giá của hàng hoá này tăng lên thì cầu đối với hàng hoá kia sẽ tăng lên.

Ví dụ: P thịt tăng => Q thịt giảm => Q cá tăng

+ Hàng hoá bổ sung: Là những hàng hoá được sử dụng đồng thời với nhau. Đối với hàng hoá bổ sung, khi giá của hàng hoá này tăng lên thì cầu về hàng hoá kia giảm xuống.

Ví dụ: P xăng tăng => Q xe máy giảm.

- Dân số (N)

Dân số ảnh hưởng đến quy mô thị trường tiêu dùng, do đó ảnh hưởng đến lượng người mua => ảnh hưởng mạnh mẽ đến cầu hàng hoá.

- Thị hiếu của người tiêu dùng (T)

Thị hiếu, thói quen tiêu dùng là những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng.

- Kỳ vọng (E)

Kỳ vọng là sự mong đợi vào điều gì đó đối với hàng hoá, dịch vụ hay các yếu tố ảnh hưởng đến cầu hàng hoá của người tiêu dùng. Các kỳ vọng có thể là kỳ vọng về hàng hoá, về thu nhập, thị hiếu... đều tác động đến cầu hàng hoá.

Ngoài ra, cầu hàng hoá còn chịu ảnh hưởng của các yếu tố khác như lãi suất, mức quảng cáo của các sản phẩm khác, sự sẵn có của tín dụng...

2.1.3. Hàm số cầu

Chúng ta có thể biểu diễn mối quan hệ giữa cầu và các yếu tố ảnh hưởng dưới dạng phương trình sau:

$$Q_x^D = f(P_{x,t}, Y_t, P_{r,t}, N, T, E)$$

Trong đó:

Q_x^D : Lượng cầu đối với hàng hoá x trong thời gian t

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

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

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

N : Dân số

T : Thị hiếu của người tiêu dùng

E : Các kỳ vọng

Hoặc ở dạng tuyến tính, ta có hàm số cầu đơn giản như sau:

$$Q_x^D = aP_{x,t} + b \quad \text{với } a < 0$$

Ý nghĩa của hệ số a : các yếu tố khác không đổi, khi giá hàng hoá x tăng (giảm) 1 đơn vị thì lượng cầu hàng hoá x cũng giảm (tăng) /a/ đơn vị.

2.1.4 Biểu cầu

Là một bảng biểu thị lượng cầu về hàng hoá, dịch vụ ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định.

Ví dụ:

Giá P (1000đ/kg)	Lượng cầu (Q_d) (kg)	Lượng cung (Q_s) (kg)
30	85	25
50	75	75
70	65	125
90	55	175

2.1.5 Đường cầu

Khi người ta biểu diễn biểu cầu bằng đồ thị thì đường biểu diễn đó gọi là đường cầu.

Đường cầu là đường biểu diễn mối quan hệ giữa lượng cầu và giá.

Một điểm chung của các đường cầu là chúng nghiêng xuống dưới về phía phải.

2.1.6 Luật cầu

Lượng cầu hàng hoá, dịch vụ trong một khoảng thời gian nhất định sẽ tăng lên khi giá của hàng hoá đó giảm xuống và ngược lại.

Tại sao giá cao hơn lại dẫn đến lượng cầu giảm? đó là do:

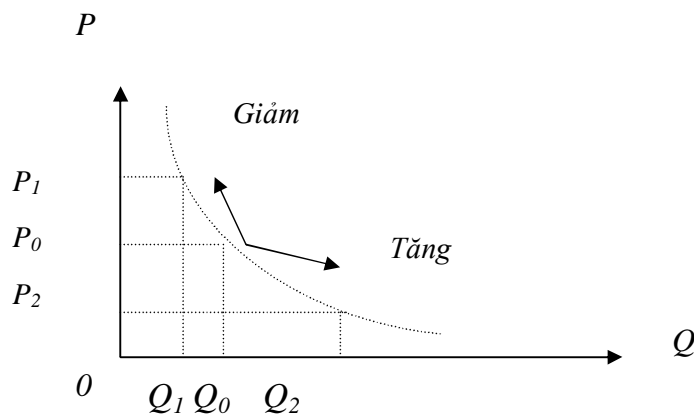
- Ảnh hưởng thay thế: Khi giá cao, người tiêu dùng sẽ chuyển sang sử dụng hàng hoá thay thế.

- Ảnh hưởng thu nhập: Thu nhập của người tiêu dùng không thay đổi, khi giá cao thì người tiêu dùng mua được ít hàng hoá hơn.

2.1.7 Sự vận động dọc theo đường cầu và sự dịch chuyển của đường cầu

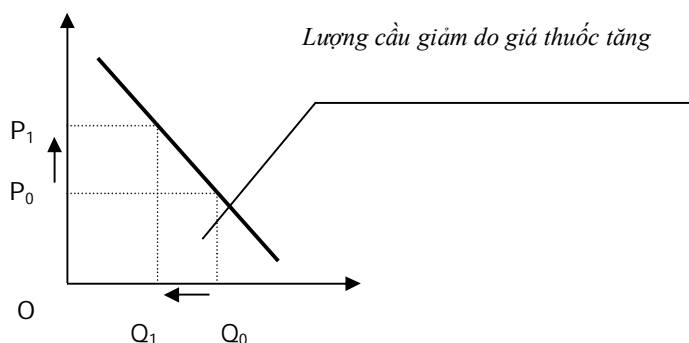
2.1.7.1 Sự vận động dọc theo đường cầu

Khi giá cả của hàng hoá thay đổi thì lượng cầu thay đổi lúc đó ta vận động dọc theo đường cầu (hay là sự trượt dọc trên đường cầu).



Hình 2.1: Sự vận động dọc theo đường cầu

VD: Thuê làm tăng giá thuốc, lúc này P tăng thì người tiêu dùng có xu hướng tiêu dùng ít hơn, có sự di chuyển trên đường cầu.

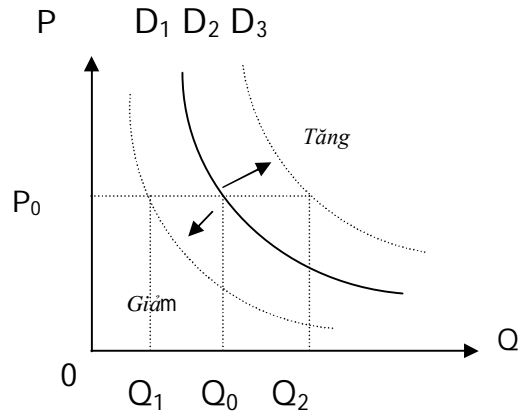


2.1.7.2 Sự dịch chuyển của đường cầu

Sự dịch chuyển của đường cầu xảy ra khi bất cứ một yếu tố nào khác ngoài giá cả của bản thân hàng hoá đó thay đổi.

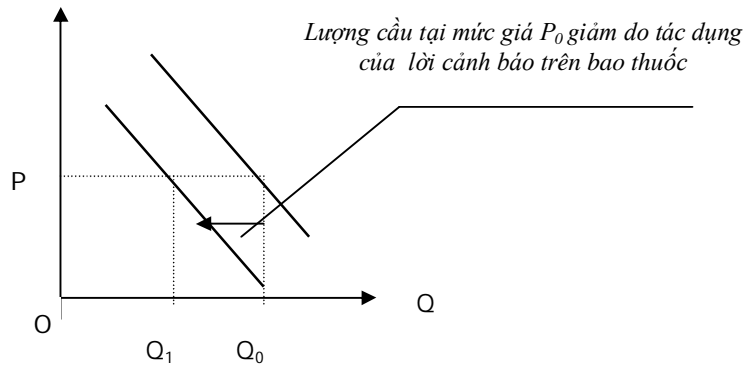
Nói cách khác, bất kỳ sự thay đổi nào làm tăng lượng hàng mà người mua muốn mua tại mọi mức giá nhất định cũng làm dịch chuyển đường cầu sang phải và ngược lại.

- + Khi cầu tăng đường cầu sẽ dịch chuyển sang phải
- + Khi cầu giảm đường cầu sẽ dịch chuyển sang trái.



Hình 2.2: Sự dịch chuyển của đường cầu

VD: Cảnh báo trên bao thuốc nhằm tác động đến tâm lý, thói quen tiêu dùng, nếu phát huy tác dụng sẽ làm giảm lượng cầu tại mọi mức giá, lúc này đường cầu sẽ dịch chuyển sang trái.



Tóm lại, đường cầu cho thấy điều gì sẽ xảy ra với lượng cầu về một hàng hoá khi giá cả của nó hay đổi và tất cả các yếu tố quyết định đường cầu khác không thay đổi. Khi một trong những yếu tố này thay đổi thì đường cầu sẽ dịch chuyển.

2.2 Cung hàng hóa

2.2.1 Khái niệm cung

Lượng cung là lượng hàng hoá, dịch vụ mà người bán có khả năng bán ở một mức giá đã cho trong một thời gian nhất định.

Cung là toàn bộ mối quan hệ giữa lượng cung và giá.

Hay cung là số lượng hàng hoá, dịch vụ mà người bán có khả năng bán và sẵn sàng bán ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định.

2.2.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến cung

- **Giá cả của hàng hoá đó (P):** Khi giá cả tăng lên, vì mục tiêu lợi nhuận, người bán muốn bán một số lượng hàng hoá nhiều hơn và ngược lại.

- **Công nghệ sản xuất (T):** Công nghệ sản xuất có ảnh hưởng quyết định tới năng suất, chi phí của doanh nghiệp và do đó ảnh hưởng đến đường cung.

Vd: Phát minh của khoa học làm tăng năng suất lúa, lúc này đường cung sẽ dịch chuyển sang phải.

- **Giá của các yếu tố đầu vào (P_i):** giá của các yếu tố đầu vào ảnh hưởng đến giá thành sản xuất sản phẩm. Khi giá của các yếu tố đầu vào giảm, doanh nghiệp sẽ sản xuất nhiều lên, đường cung dịch chuyển về phía phải và ngược lại.

- **Chính sách thuế (T_a):** Thuế sẽ ảnh hưởng đến giá bán ra của hàng hoá nên ảnh hưởng đến đường cung của doanh nghiệp mà doanh nghiệp phải chịu, khi thuế đánh vào hàng hoá thì đường cung dịch chuyển sang bên trái.

- **Số lượng người sản xuất (N_s):** Quy mô cung cấp sản phẩm hàng hoá của mỗi nhà sản xuất sẽ ảnh hưởng đến đường cung.

- **Các kì vọng (E_p):** dự đoán của nhà sản xuất đối với các hàng hoá của họ nếu có thuận lợi thì cung sẽ được mở rộng và ngược lại.

2.2.3 Hàm số cung

Các nhân tố ảnh hưởng đến cung có thể tóm tắt dưới dạng phương trình sau:

$$Q_x^s = f(P_{x,t}, T, P_i, T_a, N_s, E)$$

Trong đó :

$P_{x,t}$: Lượng cung đối với hàng hoá x trong thời gian t

T : Công nghệ

P_i : Giá của các yếu tố đầu vào

T_a : Thuế

N_s : Số người sản xuất

2.2.4 Biểu cung

Là một bảng miêu tả số lượng hàng hoá, dịch vụ mà người bán sẵn sàng bán và có khả năng bán ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định.

2.2.5 Đường cung

Là đồ thị miêu tả biểu cung.

Đường cung có độ nghiêng lên trên về phía phải phản ánh qui luật cung.

2.2.6 Luật cung

Mối quan hệ giữa giá cả và lượng cung được gọi là luật cung. Cung của hàng hóa, dịch vụ trong 1 khoảng thời gian nhất định sẽ tăng khi giá của nó tăng và ngược lại trong khi các yếu tố khác ảnh hưởng đến cung không thay đổi.

2.2.7 Sự vận động dọc theo đường cung và sự dịch chuyển của đường cung

2.2.7.1 Sự vận động dọc theo đường cung

Giá cả của thị trường thay đổi làm lượng cung vận động dọc theo đường cung.

2.2.7.2 Sự dịch chuyển của đường cung

Các yếu tố khác ngoài giá cả thay đổi sẽ làm đường cung dịch chuyển sang phải hoặc sang trái.

- Nếu cung tăng, đường cung dịch chuyển về bên phải

- Nếu cung giảm, đường cung dịch chuyển về bên trái.

Tóm lại, đường cung cho thấy điều gì sẽ xảy ra với lượng cung về một hàng hoá khi giá cả của nó hay đổi và tất cả các yếu tố quyết định đường cung khác không thay đổi. Khi một trong những yếu tố này thay đổi thì đường cung sẽ dịch chuyển.

2.3 Cân bằng cung cầu

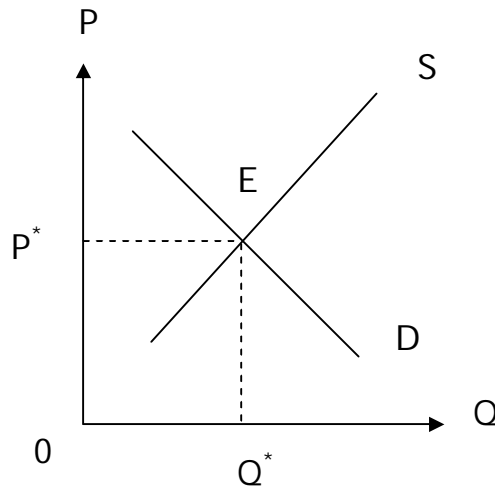
2.3.1 Trạng thái cân bằng cung cầu

Khi cầu của 1 loại hàng hóa nào đó xuất hiện trên thị trường cũng xuất hiện một lượng cung để đáp ứng mức cầu đó.

Đường cầu thể hiện sản lượng mà người mua muốn mua ở mỗi mức giá.

Đường cung thể hiện sản lượng mà người bán muốn bán ở mỗi mức giá.

Giao điểm đường cung và đường cầu là điểm mà ở đó thể hiện mức giá mà cả người mua và người bán đều chấp nhận. Mức giá đó gọi là mức giá cân bằng và tương ứng là sản lượng cân bằng.



Hình 2.3: Trạng thái cân bằng trên thị trường

2.3.2 Trạng thái dư thừa và thiếu hụt

* Trạng thái dư thừa (thặng dư cung)

- Tại một mức giá nào đó mà lượng cung lớn hơn lượng cầu thì dư thừa hàng hoá.

- Lượng dư thừa hàng hoá: $\Delta Q_{dt} = Q_S - Q_D$

* Trạng thái thiếu hụt (thặng dư cầu)

- Khi giá bán trên thị trường nhỏ hơn giá cân bằng thì người mua nhiều, người bán ít nên lượng cầu lớn hơn lượng cung, thị trường thiếu hụt hàng hoá.

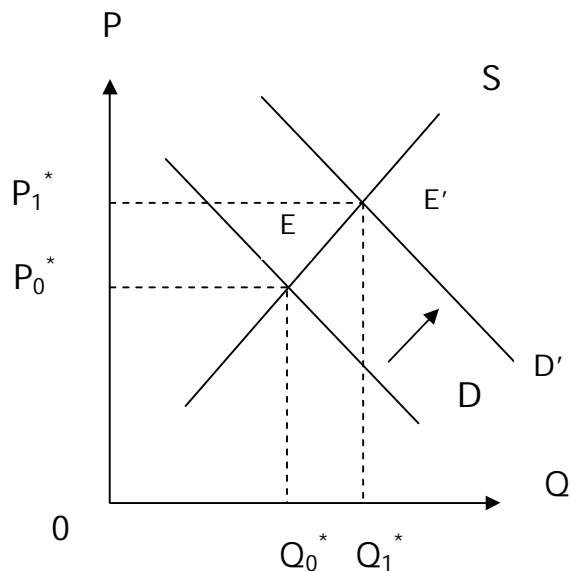
Lượng thiếu hụt hàng hoá: $\Delta Q_{th} = Q_D - Q_S$.

Nhận xét: Cả hai trường hợp giá cả có xu hướng quay trở về trạng thái cân bằng và lượng giao dịch trên thị trường đều nhỏ hơn lượng cân bằng

2.3.3 Sự thay đổi trạng thái cân bằng

Quan hệ cung cầu trên thị trường sẽ hình thành nên giá cân bằng và sản lượng cân bằng cho các loại hàng hóa. Tuy nhiên mức giá cân bằng này không

phải là vĩnh cửu, nếu đường cầu hay đường cung thay đổi hoặc cả hai đều thay đổi thì giá cân bằng sẽ thay đổi.



Hình 2.4: Trường hợp điểm bằng thay đổi khi đường cầu dịch chuyển.

2.3.4 Kiểm soát giá

2.3.4.1 Giá trần

Giá trần là mức giá cao nhất có thể bán trên thị trường nhưng nhỏ hơn giá cân bằng thị trường.

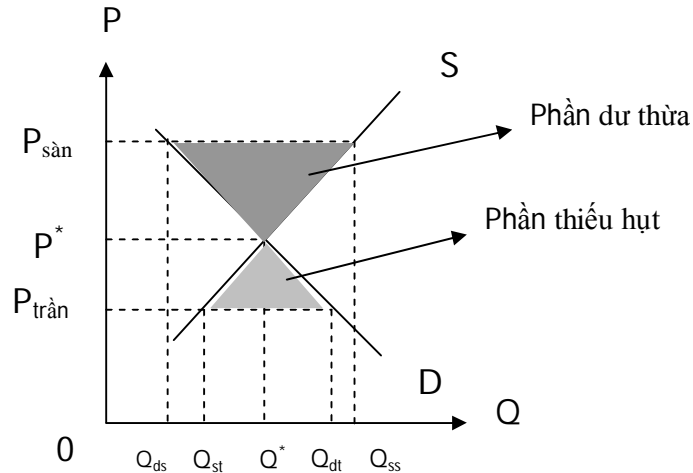
VD: giá trần cho xăng dầu

Chính phủ quy định giá trần nhằm bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng.

Khi chính phủ quy định giá trần thì trên thị trường sẽ xảy ra tình trạng thiếu hụt.

Lượng thiếu hụt:

$$\Delta Q_{\text{thiếu hụt}} = Q_{\text{dt}} - Q_{\text{st}}$$



Hình 2.5: Tác động của giá trần, giá sàn

2.3.4.2 Giá sàn

Giá sàn là mức giá thấp nhất mà người mua có thể mua trên thị trường nhưng cao hơn giá cân bằng thị trường.

VD: giá sàn cho lúa.

Chính phủ quy định giá sàn nhằm bảo vệ lợi ích của người sản xuất.

Khi chính phủ quy định giá trần thì trên thị trường sẽ xảy ra tình trạng dư thừa hàng hoá.

Lượng dư thừa:

$$\Delta Q_{\text{dư thừa}} = Q_{ss} - Q_{ds}$$

2.4 Sự co giãn của cầu

2.4.1 Sự co giãn của cầu theo giá

2.4.1.1 Định nghĩa

Độ co giãn của cầu theo giá là phần trăm thay đổi của lượng cầu so với 1% thay đổi của giá cả.

2.4.1.2 Phương pháp tính độ co giãn của lượng cầu theo giá

- Co giãn khoảng

Là tính độ co giãn trong một khoảng giá nào đó.

+ Ứng với mức giá P_1 có lượng cầu Q_1

+ Ứng với mức giá P_2 có lượng cầu Q_2

Công thức tính như sau:

$$E_D^P = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \times \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1}$$

Trong đó:

E_D^P : Hệ số co giãn của cầu theo giá

Theo luật cầu khi giá hàng hóa tăng thì lượng cầu giảm và ngược lại.

Nên E_D^P luôn là một số âm.

Ví dụ:

Tính hệ số co giãn của cầu đối với giá cả của tủ lạnh, biết rằng tủ lạnh có giá ban đầu là 5 triệu đồng/cái thì bán được 1000 cái, khi hạ giá 4,5 triệu đồng/cái thì bán thêm được 300 cái

Giải:

Áp dụng công thức:

$$\begin{aligned} E_D^P &= \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \times \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1} \\ &= \frac{300}{2300} \times \frac{9,5}{-0,5} = -2,478 \end{aligned}$$

$|E_D^P| = 2,478$: nghĩa là khi giá giảm 1% thì lượng tủ lạnh bán thêm được 2%.

- Co giãn điểm

Co giãn điểm là độ co giãn của cầu theo giá của hàng hóa, dịch vụ tại một điểm trên đường cầu (hoặc đường cung).

Nếu phương trình đường cầu là: $P = f(Q)$ thì độ co giãn được tính như sau:

$$E_D^P = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{Q} \times \frac{P}{\Delta P} = \frac{1}{\frac{\Delta P}{\Delta Q}} \times \frac{P}{Q}$$

$\frac{\Delta P}{\Delta Q}$: Đạo hàm của hàm số $P = f(Q)$

Kí hiệu: $P' = \frac{\Delta P}{\Delta Q}$

$$\text{Vậy } E_D^P = \frac{1}{P'} \times \frac{P}{Q}$$

Trong đó: P' Là đạo hàm bậc nhất của hàm số $P = f(Q)$

Theo luật cầu: giá và sản lượng nghịch biến nên ta phải lấy giá trị tuyệt đối của E_D^P

Ví dụ:

Hãy xác định hệ số co giãn của hàm cầu: $P = 10 - Q$

Tại điểm $P = 3$.

Giải:

Tại điểm $P = 3 \Rightarrow Q = 7$

Áp dụng công thức:

$$\begin{aligned} E_D^P &= \frac{1}{P'} \times \frac{P}{Q} \\ &= -\frac{1}{1} \times \frac{3}{7} = -0,43 \end{aligned}$$

Vậy: $E_D^P = 0,43$: nghĩa là tại điểm $P = 3$, nếu giá cả thay đổi 10% thì lượng cầu thay đổi 4,3%.

2.4.1.2 Ý nghĩa

Độ co giãn của cầu theo giá cho biết phản ứng của người tiêu dùng đối với sự thay đổi của giá cả.

- Nếu $|E_D^P| > 1$: Cầu co giãn nhiều, khi giá cả thay đổi 1% thì lượng cầu thay đổi lớn hơn 1%. Đó là những mặt hàng không thiết yếu cho đời sống, có tính chất vui chơi giải trí.

- Nếu $|E_D^P| < 1$: Cầu co giãn ít, khi giá cả thay đổi 1% thì lượng cầu thay đổi nhỏ hơn 1%. Đó là những mặt hàng thiết yếu cho đời sống như: lương thực, thuốc chữa bệnh...

***Mối quan hệ giữa độ co giãn, giá cả và doanh thu**

Độ co giãn	P tăng	P giảm
$E_D^P > 1$	TR giảm	TR tăng
$0 < E_D^P < 1$	TR tăng	TR giảm
$E_D^P = 1$	TR không đổi	TR không đổi

2.4.2 Sự co giãn của cầu theo giá cả hàng hóa liên quan

2.4.2.1 Định nghĩa

Độ co giãn của cầu theo giá cả hàng hóa liên quan là tỷ lệ % thay đổi về lượng cầu của mặt hàng này khi giá của mặt hàng kia thay đổi 1%.

2.4.2.2 Phương pháp tính

- Ứng với mức giá của hàng y là P_{1Y} thì lượng cầu của x là Q_{1X} .
- Ứng với mức giá của hàng y là P_{2Y} thì lượng cầu của x là Q_{2X} .

Công thức tính:

$$E_{D_x}^{P_y} = \frac{Q_{2X} - Q_{1X}}{Q_{2X} + Q_{1X}} \times \frac{P_{2Y} + P_{1Y}}{P_{2Y} - P_{1Y}}$$

Trong đó:

$E_{D_x}^{P_y}$: độ co giãn của lượng cầu hàng hóa x đối với giá của hàng hóa y

2.4.2.3 Ý nghĩa

Dấu của $E_{D_x}^{P_y}$ cho biết đặc trưng của 2 loại hàng hóa mà ta đang xét:

- Nếu $E_{D_x}^{P_y} > 0$: khi đó x và y là hai loại hàng hóa thay thế.
- Nếu $E_{D_x}^{P_y} < 0$: khi đó x và y là hai loại hàng hóa bổ sung.
- Nếu $E_{D_x}^{P_y} = 0$: khi đó x và y là hai loại hàng hóa không liên quan.

Ví dụ:

Có biểu cầu về giá thịt lợn (P_Y) và lượng cầu về cá (Q_X) ở một thị trường như sau:

P_Y (đ/kg)	Q_X (tấn/ngày)
60.000	40
65.000	50

Áp dụng công thức trên ta có:

$$E_{D_x}^{P_y} = \frac{50 - 40}{90} \times \frac{60000 + 65000}{5000} \\ = 2,78$$

$E_{D_x}^{P_y} = 2,78 > 0$: Chứng tỏ đây là loại hàng hoá thay thế.

2.4.3 Sự co giãn của cầu theo thu nhập

2.4.3.1. Định nghĩa

Độ co giãn của cầu theo thu nhập là % thay đổi của lượng cầu so sánh với 1% thay đổi của thu nhập.

2.4.3.2. Phương pháp tính

- Ứng với mức thu nhập I_1 thì lượng cầu là Q_1
- Ứng với mức thu nhập I_2 thì lượng cầu là Q_2

Công thức:

$$E_D^I = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \times \frac{I_2 + I_1}{I_2 - I_1}$$

$$E_D^I = Q_1^* \frac{I}{Q}$$

Trong đó: E_D^I : Hệ số co giãn của cầu theo thu nhập.

2.4.3.3. Ý nghĩa

E_D^I cho biết mối liên quan giữa thu nhập và lượng cầu đối với từng loại hàng hoá.

- Nếu $E_D^I > 1$: Thu nhập tăng 1% thì lượng cầu tăng lớn hơn 1%. Đó là những mặt hàng thuộc về hàng tiêu dùng cấp cao như đồ trang sức...

- Nếu $E_D^I < 1$: Thu nhập thay đổi 1% thì lượng cầu thay đổi nhỏ hơn 1%. Đó là những mặt hàng tiêu dùng thông thường, thiết yếu hàng ngày của người tiêu dùng.

- Nếu $E_D^I < 0$: Thu nhập tăng làm cho cầu hàng hóa giảm xuống và ngược lại. Đó là những mặt hàng thứ cấp rẻ tiền.

PHẦN ÔN TẬP

CÂU HỎI ĐÚNG SAI

1. Cầu và lượng cầu là hai khái niệm giống nhau
2. Khi thu nhập tăng, đường cầu luôn dịch sang phải
3. Nếu giá hàng hoá cao hơn mức cân bằng sẽ có hiện tượng dư thừa hàng hoá
4. Khi đặt giá trần, lượng cung hàng hoá sẽ tăng lên
5. Khi chính phủ trợ cấp cho từng đơn vị sản phẩm, giá cân bằng sẽ giảm
6. Thuế đánh vào hàng hoá làm dịch chuyển đường cung sang bên trái
7. Để tăng tổng doanh thu, người bán nên giảm giá vì có thể bán được nhiều hàng hoá hơn.
8. Khi cung co giãn hơn cầu thì người tiêu dùng sẽ chịu nhiều thuế hơn so với người sản xuất

BÀI TẬP

Bài 2.1

Có tài liệu về cung cầu của hàng hoá A như sau:

Giá P (1000đ/sp)	Lượng cầu (Qd) (tấn sp/tháng)	Lượng cung (Qs) (tấn sp/tháng)
300	260	60
400	180	180
500	100	300
600	20	420

- a. Xác định giá và sản lượng cân bằng. Tính EDP tại điểm cân bằng. Cho biết đặc trưng của hàng hóa A.
- b. Tính NBS xã hội đạt được tại điểm cân bằng.
- c. Nếu chính phủ đánh thuế $t = 100.000$ đồng/sản phẩm thì gánh nặng thuế được chia sẽ như thế nào?
- d. Do tiến bộ khoa học kỹ thuật thay đổi làm tăng lượng cung tại mọi mức giá thêm 200 tấn/tháng. Giả sử cầu không đổi, tính giá và sản lượng cân bằng mới. Theo bạn, sự thay đổi này của người sản xuất có đem lại lợi ích cho người tiêu dùng không?

e. Minh họa các kết quả bằng đồ thị.

Bài 2.2

Thị trường sản phẩm A được coi là cạnh tranh và có đường cung $P=10+Q$, và cầu $P=100-Q$. Trong đó P tính bằng ngàn đồng và Q tính bằng triệu sản phẩm.

a. Tính giá và sản lượng cân bằng. Vẽ minh họa.

b. Nếu chính phủ đặt giá là 60 ngàn đồng một sản phẩm thì điều gì sẽ xảy ra?

c. Nếu chính phủ ấn định giá là 50 ngàn đồng thì điều gì xảy ra?

d. Đánh thuế 10 ngàn đồng một sản phẩm bán ra, cân bằng mới sẽ như thế nào? Vẽ minh họa.

e. Nếu chính phủ trợ cấp 5 ngàn đồng cho mỗi đơn vị sản phẩm bán ra, tính giá và sản lượng cân bằng mới?

Bài 2.3

Cho biểu cầu về hàng hóa X như sau:

Giá (nghìn đồng/kg)	Lượng cầu (triệu tấn)
2	3
4	2
6	1
8	0

a. Viết phương trình biểu diễn tổng doanh thu

b. Mức giá nào làm cho tổng doanh thu đạt giá trị cực đại

c. Với các mức giá $P=2$; $P=4$; $P=8$ muốn tăng tổng doanh thu nên tăng hay giảm giá? Tại sao?

Bài 2.4

Có biểu cầu về giá thịt bò (P_y) và lượng cầu về thịt lợn (Q_{dx}) như sau:

Giá thịt bò (1000đ/kg)	Lượng cầu về thịt lợn (kg/ngày)
180	500
200	600

Tính $ED \times P_y$ tại mức giá thịt bò 180 ngàn đồng/kg. Tại mức giá này, nếu giá thịt bò tăng 8%, bạn hãy dự đoán lượng cầu về thịt lợn thay đổi như thế nào?

Cho biết mối quan hệ giữa 02 hàng hoá.

Bài 2.5

Giả sử thu nhập hàng tháng của hộ gia đình tăng từ 6 triệu đồng lên thành 8 triệu đồng, trong khi tiêu dùng hàng tháng về sản phẩm X của họ tăng từ 14 lên 18 đơn vị.

- a. Hãy tính độ co giãn của cầu theo thu nhập
- b. X là hàng hóa thông thường hay hàng hóa thứ cấp? Giải thích.

CHƯƠNG 3: LÝ THUYẾT NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.1 Lý thuyết về hành vi người tiêu dùng

3.1.1 Mục tiêu và tác phong ứng xử của người tiêu dùng

Mục tiêu của người tiêu dùng là nhằm đạt được lợi ích tối đa.

Nhưng ngân sách để tiêu dùng, mua sắm lại có giới hạn nên người tiêu dùng phải lựa chọn: mua hàng hóa nào? số lượng bao nhiêu? vào thời gian nào?

3.1.2 Lý thuyết lợi ích

3.1.2.1 Lợi ích, tổng lợi ích, lợi ích cận biên

- Lợi ích (U): là sự như ý, sự hài lòng do người tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ mang lại.

- Tổng lợi ích (TU): là tổng thể sự hài lòng do toàn bộ sự tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ mang lại.

- Lợi ích cận biên (MU): là phần lợi ích tăng thêm do tiêu dùng thêm 1 đơn vị hàng hóa, dịch vụ cuối cùng mang lại.

Công thức tính lợi ích cận biên như sau:

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{TU_i - TU_{i-1}}{Q_i - Q_{i-1}} = TU'_Q$$

Trong đó:

MU : Lợi ích cận biên

ΔTU : Lợi ích tăng thêm

ΔQ : Số sản phẩm tăng thêm

TU_i : Tổng lợi ích tính đến sản phẩm thứ i

Q_i : Số lượng sản phẩm thứ i

i : Thứ, số sản phẩm ($i = \overline{1, n}$)

*Quy luật lợi ích cận biên giảm dần: Lợi ích cận biên của một hàng hóa có xu hướng giảm dần khi hàng hóa đó được tiêu dùng nhiều hơn trong một thời kỳ nhất định.

3.1.2.2 Nguyên tắc cân bằng tiêu dùng

Cân bằng tiêu dùng là trạng thái khi người tiêu dùng đạt được lợi ích tối đa từ việc lựa chọn tiêu dùng các loại hàng hóa, dịch vụ trong giới hạn của ngân sách tiêu dùng.

- Để tối đa hoá lợi ích, người tiêu dùng ưu tiên chọn hàng hóa, dịch vụ nào có lợi ích cận biên tính trên một đồng giá cả là lớn nhất.

- Cân bằng tiêu dùng đạt được khi sự lựa chọn kết hợp tiêu dùng nhiều loại hàng hóa khác nhau trong sự ràng buộc của ngân sách tiêu dùng mà tại đó tỷ số giữa lợi ích cận biên tính trên một đồng giá cả của các loại hàng hóa, dịch vụ là như nhau. Tức là:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \frac{MU_z}{P_z} = \dots$$

Trong đó: MU_x, MU_y, MU_z, \dots : Lợi ích cận biên của hàng hóa X, Y, Z

P_x, P_y, P_z, \dots : Giá cả của hàng hóa X, Y, Z

X, Y, Z...: Là các hàng hóa khác nhau

3.2. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu

3.2.1 Lựa chọn tiêu dùng tối ưu khi biết U, TU, MU

Nguyên tắc cân bằng tiêu dùng:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots$$

Ví dụ: Một người tiêu dùng sử dụng hết số tiền $I = 40.000$ đồng để mua 2 hàng hoá X và Y với giá $P_X = 5000$ đồng và $P_Y = 10.000$. Tổng lợi ích thu được khi tiêu dùng độc lập các hàng hoá cho ở bảng sau:

Hàng hoá X và Y (đơn vị)	1	2	3	4	5	6	7
TU_x	50	95	135	170	200	225	245
TU_y	80	150	210	260	300	330	350

Người tiêu dùng sẽ phân phối số tiền hiện cho việc chi mua hàng hoá X và Y như thế nào để tối đa hoá lợi ích?

3.2.2 Lựa chọn tiêu dùng tối ưu bằng cách kết hợp đường ngân sách và đường bàng quan

3.2.2.1 Đường ngân sách tiêu dùng

Đường ngân sách là đường tập hợp những điểm mà ở đó những phối hợp tiêu dùng hai hay nhiều loại hàng hóa đều phí tổn một ngân sách tiêu dùng như nhau trong điều kiện giá cả của các hàng hóa đó đã được xác định.

Giả sử người tiêu dùng chỉ mua hai loại hàng hóa X và Y

Với số lượng tương ứng là x và y

Giá của X và Y được xác định là P_X và P_Y

Ngân sách tiêu dùng là B.

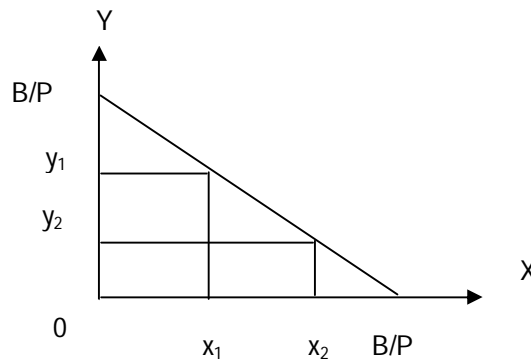
Ta có: $B = X \cdot P_X + Y \cdot P_Y$

$$Y \cdot P_Y = B - X \cdot P_X$$

$$Y = -\frac{P_X}{P_Y} X + \frac{B}{P_Y}$$

Đây là phương trình đường ngân sách.

Đường ngân sách tiêu dùng là đường thẳng trên hệ trục tọa độ vuông góc như sau:



Hình 3.1: Đường ngân sách

Độ dốc của đường ngân sách là $-\frac{P_X}{P_Y}$ cho biết: Với một ngân sách tiêu dùng cho trước, nếu muốn tăng tiêu dùng thêm 1 đơn vị hàng hóa X thì phải giảm tiêu dùng $\frac{P_X}{P_Y}$ đơn vị hàng hóa Y, ngược lại nếu muốn tăng tiêu dùng 1 đơn vị hàng hóa Y thì phải giảm tiêu dùng $\frac{P_Y}{P_X}$ đơn vị hàng hóa X.

Nhận xét:

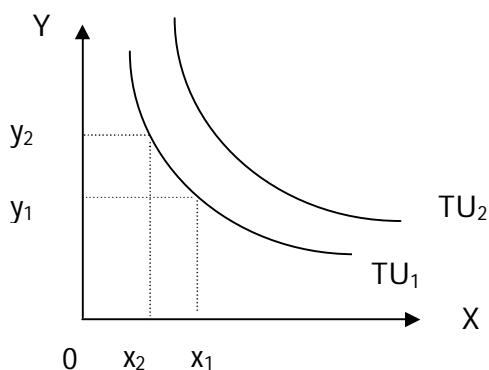
Đường ngân sách chia không gian lựa chọn thành 2 miền tập hợp có thể đạt được và tập hợp không thể đạt được:

- Tại những điểm nằm trên đường ngân sách, người tiêu dùng chi tiêu hết ngân sách của mình.
- Tại những điểm nằm phía trong đường ngân sách, người tiêu dùng chưa chi tiêu hết ngân sách hiện có.
- Ở những điểm bên ngoài đường ngân sách thì vượt quá ngân sách hiện có.

3.2.2.2 Đường bàng quan (Đường cong đồng ích)

Là đường cong tập hợp những điểm mà ở đó sự phối hợp lựa chọn tiêu dùng giữa hai hay nhiều hàng hóa đều mang lại một tổng lợi ích là như nhau. Do vậy người tiêu dùng bàng quan trong việc lựa chọn tiêu dùng.

Ta có đường cong đồng ích TU tổng quát như sau:



Hình 3.2: Đường bàng quan

Trên đường cong đồng ích:

- Lợi ích tăng thêm khi tăng tiêu dùng ΔX hàng hóa X là: $\Delta TU_X = \Delta X \cdot MU_X$.
- Lợi ích bị giảm khi giảm tiêu dùng ΔY hàng hóa Y là: $\Delta TU_Y = \Delta Y \cdot MU_Y$.

Tổng lợi ích: $\Delta TU_X + \Delta TU_Y = 0$

$$\Delta X \cdot MU_X + \Delta Y \cdot MU_Y = 0$$

$$\leftrightarrow \Delta X \cdot MU_X = -\Delta Y \cdot MU_Y$$

$$\frac{\Delta Y}{\Delta X} = -\frac{MU_x}{MU_y}$$

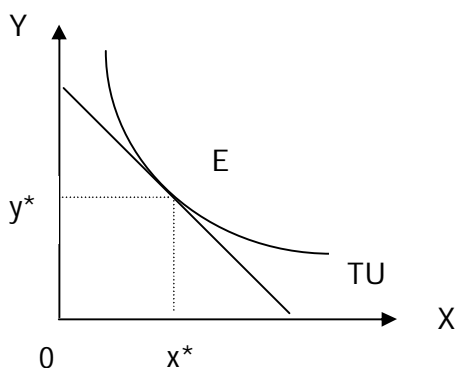
Tỷ lệ thay thế cận biên hàng hoá y lấy hàng hoá x (MRS_{x/y})

3.2.2.3 Lựa chọn tiêu dùng tối ưu

Người tiêu dùng sẽ đạt lợi ích tối đa bằng cách chọn điểm tiêu dùng mà ở đó tổng lợi ích có thể đạt cao nhất được trong điều kiện ngân sách hiện có.

Điều đó được thực hiện khi đường ngân sách tiếp xúc với đường bàng quan.

Tại điểm tiếp xúc ta xác định được một kết hợp tiêu dùng giữa hai loại hàng hoá x và y, đem lại lợi ích tối đa cho người tiêu dùng với một ngân sách tiêu dùng cho trước.



Hình 3.3: Kết hợp tiêu dùng tối ưu

Trên đồ thị: Điểm cân bằng tiêu dùng chính là điểm E(x*, y*), tiếp điểm giữa đường bàng quan TU và đường ngân sách tiêu dùng.

- Tất cả các điểm khác nằm trên đường cong bàng quan TU, trừ điểm E sẽ đạt tổng lợi ích là TU nhưng phải tốn một ngân sách tiêu dùng lớn hơn.

- Tất cả các điểm nằm trên đường ngân sách mà không phải E đều phí tổn một ngân sách như nhau là B nhưng tổng lợi ích đạt được sẽ nhỏ hơn TU.

Tại điểm E, độ dốc của đường ngân sách = độ dốc của đường bàng quan.

Ta có:
$$-\frac{P_x}{P_y} = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = -\frac{MU_x}{MU_y}$$

→
$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

Đây chính là nguyên tắc cân bằng tiêu dùng đã được nghiên cứu ở phần I.

PHẦN ÔN TẬP

CÂU HỎI ĐÚNG SAI

1. Khi tổng lợi ích tăng lên thì lợi ích cận biên tăng lên
2. Để tối đa hoá lợi ích, người tiêu dùng phải lựa chọn hàng hoá có giá rẻ để được tiêu dùng nhiều nhất
3. Khi thu nhập thay đổi, còn các yếu tố khác giữ nguyên thì đường ngân sách sẽ dịch chuyển
4. Người tiêu dùng tối đa hoá lợi ích tại điểm mà đường bàng quan cắt đường ngân sách
5. Độ dốc của đường ngân sách biểu thị sự đánh đổi giữa 2 hàng hoá

BÀI TẬP

Bài 3.1

Một người tiêu dùng dành khoản thu nhập mỗi năm là 20 triệu đồng để chi tiêu cho việc đi du lịch (X) và mua sắm quần áo (Y). Chi phí trung bình của mỗi chuyến du lịch là 8 triệu đồng, mỗi bộ quần áo là 1 triệu đồng.

Hàm tổng lợi ích khi tiêu dùng 2 hàng hoá này là $TU = 50XY$

- a. Viết phương trình đường ngân sách và minh hoạ đường ngân sách trên đồ thị.
- b. Chọn kết hợp tiêu dùng tối ưu để người tiêu dùng tối đa hoá lợi ích. Tính lợi ích tối đa đó.

Bài 3.2

Một người có khoản thu nhập là 360.000 đồng để mua đồ ăn sáng (X) và giải khát (Y). Giá của một lần ăn sáng là 6000 đồng, giá của một lần giải khát là 2000 đồng. Hàm tổng lợi ích của người tiêu dùng được cho bởi $TU = \frac{1}{4}X^2Y^2$

- a. Tìm các hàm lợi ích cận biên của việc tiêu dùng X, Y ở người tiêu dùng này.
- b. Viết phương trình đường ngân sách của người tiêu dùng.
- c. Lựa chọn lượng hàng hóa X, Y mà người tiêu dùng sẽ mua để tối đa hóa lợi ích tiêu dùng.

d. Nếu thu nhập dành cho 02 hàng hóa này tăng thêm 24.000 đồng thì lượng mua hàng hóa X, Y sẽ thay đổi như thế nào để tối đa hóa lợi ích?

Tại điểm kết hợp tiêu dùng tối ưu giữa X, Y này, khi người tiêu dùng muốn sử dụng thêm một đơn vị lần ăn sáng thì lượng tiêu dùng giải khát phải thay đổi như thế nào để tổng lợi ích tiêu dùng vẫn giữ nguyên?

Bài 3.3

Một người tiêu dùng hàng tháng dành số tiền là 800 nghìn đồng để chi tiêu cho 02 hàng hoá: sách tham khảo (X) và card điện thoại (Y), giá trung bình mỗi cuốn sách là 100.000 đồng, người này nạp card điện thoại mệnh giá 50.000 đồng.

Hàm tổng lợi ích của việc tiêu dùng 02 hàng hoá này có dạng $TU = X^2 Y^2$

- a. Viết phương trình đường ngân sách, minh hoạ trên đồ thị.
- b. Chọn kết hợp tiêu dùng tối ưu để đạt lợi ích tối đa. Tính lợi ích tối đa đó.
- c. Nếu người tiêu dùng này chuyển sang nạp card mệnh giá 100.000 đồng thì kết hợp tối ưu mới thay đổi như thế nào? Tại mức kết hợp này, nếu người tiêu dùng muốn mua thêm 01 quyển sách thì lượng card nạp phải thay đổi như thế nào để ngân sách tiêu dùng không đổi?

CHƯƠNG 4: LÝ THUYẾT VỀ DOANH NGHIỆP

4.1 Lý thuyết sản xuất

4.1.1 Hàm sản xuất

Trong quá trình sản xuất, các hãng biến đổi các đầu vào còn gọi là các yếu tố sản xuất, thành các đầu ra gọi là sản phẩm. Sản phẩm có thể là hàng hoá cuối cùng hoặc hàng hoá trung gian. Quan hệ giữa các đầu vào của quá trình sản xuất và sản phẩm đầu ra được mô tả bằng hàm sản xuất.

Hàm sản xuất chỉ mối quan hệ giữa sản lượng tối đa có thể đạt được từ các tập hợp khác nhau của các yếu tố đầu vào với một trình độ công nghệ nhất định.

-Hàm sản xuất sử dụng nhiều đầu vào có dạng:

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

Trong đó:

Q: sản lượng đầu ra.

f: quan hệ ràng buộc.

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

- Các yếu tố sản xuất đầu vào bao gồm:

+ Vốn (K): vốn bằng tiền, công cụ lao động...

+ Lao động (L): người quản lý, người lao động trực tiếp...

- Hàm sản xuất của Doanh nghiệp sử dụng 2 yếu tố sản xuất đầu vào biến đổi là vốn và lao động sẽ là:

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

4.1.2 Hàm sản xuất với một yếu tố đầu vào biến đổi

Trường hợp này nghiên cứu sản xuất trong ngắn hạn, trong đó chỉ có một đầu vào biến đổi còn các đầu vào khác cố định, chẳng hạn như lượng vốn K là cố định, còn số lao động có thể biến đổi. Lúc này, hàm sản xuất ngắn hạn là hàm 1 biến

$$Q = f(L)$$

Để mô tả đóng góp của yếu tố đầu vào biến đổi là lao động, người ta sử dụng 2 khái niệm là năng suất bình quân và năng suất cận biên của lao động.

4.1.2.1 Năng suất bình quân

Năng suất bình quân của lao động là số đầu ra tính bình quân cho 1 đơn vị đầu vào là lao động.

$$AP_L = \frac{Q}{L}$$

Trong đó:

AP_L : Năng suất bình quân của lao động.

Q: Số đầu ra (sản lượng).

L: Số lao động đầu vào.

4.1.2.2 Năng suất cận biên

Năng suất cận biên của lao động là số đầu ra được sản xuất thêm khi số lao động đầu vào tăng thêm 1 đơn vị.

$$MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

MP_L : Năng suất cận biên của lao động

ΔQ : Số thay đổi đầu vào

ΔL : Số thay đổi của đơn vị

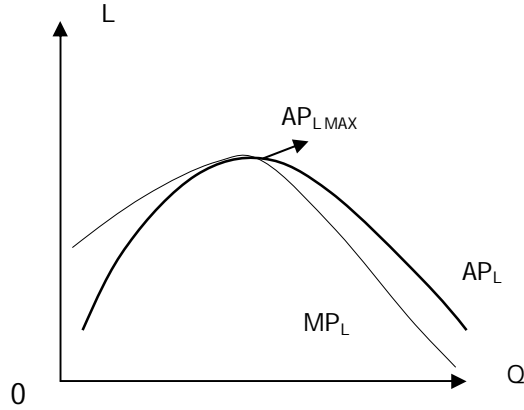
Ví dụ:

L	K	Q	AP_L	MP_L
1	10	20	20	20
2	10	42	21	22
3	10	60	20	18
4	10	72	18	12
5	10	80	16	8

Nhận xét:

Đường năng suất bình quân và năng suất cận biên có liên quan chặt chẽ với nhau:

- Khi $MP_L > AP_L$ thì AP tăng dần.
- Khi $MP_L < AP_L$ thì AP giảm dần.
- Khi $MP_L = AP_L$ thì AP đạt tối đa.



Hình 4.1: Mối quan hệ giữa AP_L và MP_L

Như vậy, sự kết hợp các yếu tố sản xuất đầu vào có hiệu quả chính là mức sản lượng đầu ra tại điểm mà năng suất bình quân (AP) bằng năng suất cận biên (MP) và tại đó năng suất bình quân của yếu tố đầu vào đạt cao nhất.

4.1.2.3 Quy luật năng suất cận biên giảm dần

Năng suất cận biên của bất cứ yếu tố đầu vào nào cũng có xu hướng giảm dần khi yếu tố đầu vào đó được sử dụng càng nhiều hơn trong quá trình sản xuất đã có, với điều kiện các yếu tố đầu vào khác không thay đổi.

4.1.3 Sản xuất với hai yếu tố đầu vào biến đổi

4.1.3.1 Đường đồng lượng

Hàm sản xuất có dạng $Q = f(K, L)$ có nghĩa là sản lượng Q sẽ tùy thuộc vào 2 yếu tố là K và L , 2 yếu tố nào có thể thay thế được cho nhau bằng cách tăng K thì giảm L hoặc ngược lại mà sản lượng vẫn giữ nguyên như cũ.

Trong dài hạn, sản xuất với 2 đầu vào biến đổi thì lại có liên quan đến các đường đồng sản lượng.

Đường đồng sản lượng là đường biểu thị tất cả những sự kết hợp các yếu tố đầu vào khác nhau để có cùng một đầu ra nhất định.

Ví dụ: Một doanh nghiệp sản xuất với 2 đầu vào biến đổi (K & L) như sau:

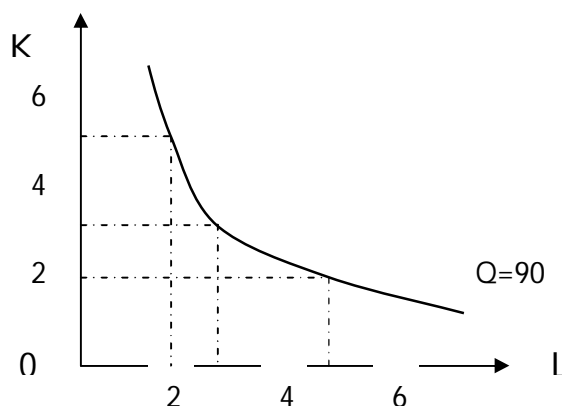
Vốn (K)	Lao động (L)				
	1	2	3	4	5
1	20	40	55	65	75
2	40	60	75	85	90

3	55	75	90	100	105
4	65	85	100	110	115
5	75	90	105	115	120

Ta thấy để tạo ra mức sản lượng 90 đơn vị ta có các kết hợp sau:

- 2 đơn vị vốn và 5 đơn vị lao động.
- 3 đơn vị vốn và 3 đơn vị lao động.
- 5 đơn vị vốn và 2 đơn vị lao động.

Có thể trình bày bằng đường đồng lượng sau:



Hình 4.2: Đường đồng lượng Q=90

*** Sự thay thế các đầu vào – Tỷ suất kỹ thuật thay thế cận biên (MRTS)**

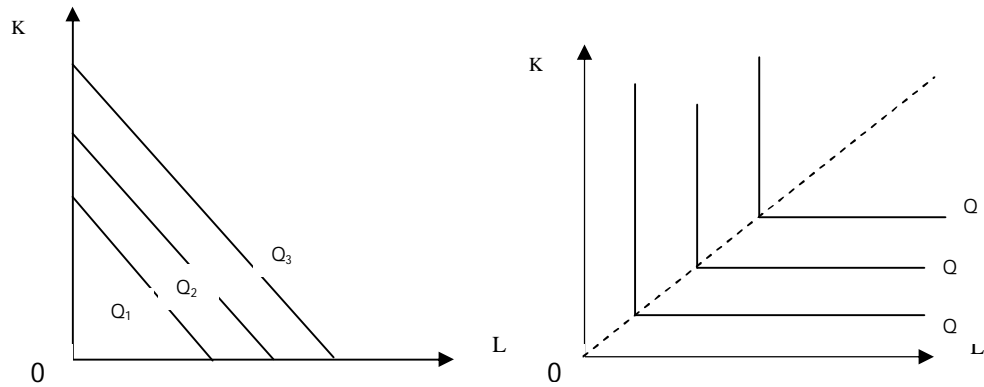
Tỷ suất kỹ thuật thay thế cận biên yếu tố L bằng yếu tố K (MRTS)_{L/K} là số đơn vị yếu tố K cần tăng khi giảm đi 1 đơn vị yếu tố L để vẫn đạt được mức sản lượng đã cho.

Công thức:

$$MRTS_{L/K} = \frac{MP_L}{MP_K} = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$$

*** Các trường hợp đặc biệt của đường đồng lượng**

- **T/hợp 1:** Hàm sản xuất khi các đầu vào có thể hoàn toàn thay thế nhau (thay thế hoàn hảo). Trong trường hợp này các đường đồng lượng là đường thẳng và MRTS là một hằng số, có nghĩa là tỷ lệ thay thế cận biên giữa vốn và lao động là như nhau tại mọi điểm trên mỗi đường đồng lượng.



Hình 4.3: Hai trường hợp đặc biệt của đường đồng lượng

- **T/hợp 2:** Hàm sản xuất theo những tỷ lệ cố định (bổ sung hoàn hảo). Trong trường hợp này các đường đồng lượng có hình chữ “L” và chỉ có 1 tổ hợp lao động và vốn có hiệu quả được sử dụng để sản xuất 1 đầu ra nhất định. Việc dùng thêm lao động và vẫn giữ cố định vốn hay cố định lao động và sử dụng thêm vốn đều không làm thay đổi mức đầu ra.

*** Hiệu suất của quy mô**

Khái niệm hiệu suất của quy mô đề cập tới sự thay đổi của sản lượng đầu ra khi tất cả các yếu tố đầu vào có thể tăng theo 1 tỷ lệ trong dài hạn.

Với hàm sản xuất $Q=f(K,L)$, nếu nhân cả K và L với h và sản lượng tăng lên 1 tỷ lệ là λ thì $\lambda Q=f(hK,hL)$ thì ta gọi quá trình sản xuất có hiệu suất không đổi, tăng hoặc giảm theo quy mô nếu $\lambda =h$, $\lambda >h$, $\lambda <h$

Đối với hàm sản xuất Cobb-Douglas $Q= aK^\alpha L^\beta$ thì tổng của $\alpha + \beta$ cho biết quá trình sản xuất có hiệu suất không đổi, tăng hoặc giảm theo quy mô nếu $\alpha + \beta =1$, $\alpha + \beta >1$, $\alpha + \beta <1$.

4.1.3.2 Đường đồng phí

Đường đồng phí là đường tập hợp những điểm mà ở đó những phối hợp khác nhau giữa các yếu tố sản xuất đầu vào đều phí tổn một mức tổng chi phí là như nhau trong điều kiện giá cả của chúng ta đã được xác định.

Đơn giá của vốn là P_K , đơn giá của lao động là P_L .

Gọi TC là tổng chi phí.

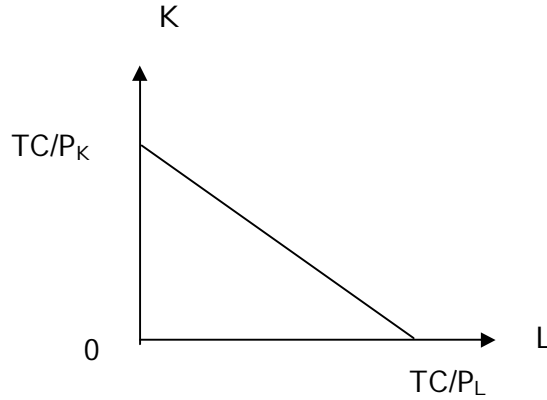
Ta có phương trình:

$$TC = k.P_K + l.P_L$$

$$k.P_K = TC - l.P_L$$

$$k = -\frac{P_L}{P_K}l + \frac{TC}{P_K} : \text{phương trình đường đồng phí.}$$

Đường đồng phí đối với hai yếu tố đầu vào là đường thẳng được mô tả trên đồ thị như sau:



Hình 4.4: Đường đồng phí

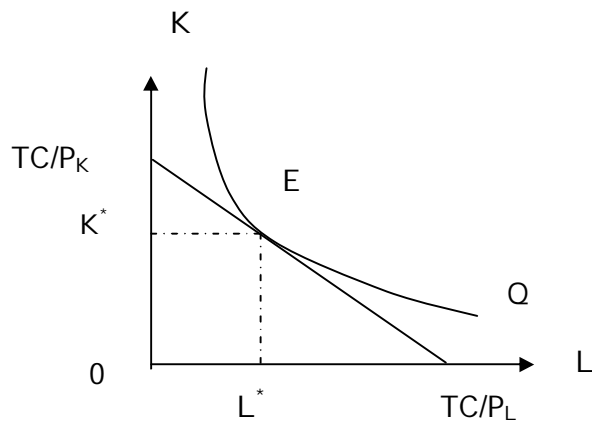
Độ dốc của đường đồng phí là: $-\frac{P_L}{P_K}$ cho biết: Nếu sử dụng tăng thêm một

đơn vị lao động, cần phải giảm $\frac{P_L}{P_K}$ đơn vị vốn và ngược lại để tổng chi phí không thay đổi trong điều kiện đơn giá của vốn và lao động được xác định.

4.1.3.3 Sự lựa chọn phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất

Điểm phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất là điểm phối hợp các yếu tố đầu vào với một mức sản lượng cho trước sẽ phí tổn một mức chi phí tối thiểu.

Hoặc là với một tổng chi phí cho trước sẽ tạo nên một sản lượng tối đa.



Hình 4.5: Lựa chọn phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất

Về mặt toán học, điểm phối hợp tối ưu giữa vốn và lao động chính là điểm tiếp xúc giữa đường đồng lượng và đường đồng phí.

Tại điểm phối hợp tối ưu giữa vốn và lao động, ta có độ dốc đường đồng lượng bằng độ dốc đường đồng phí.

Nghĩa là:

$$-\frac{P_L}{P_K} = \frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{MP_L}{MP_K} \Rightarrow \frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K}$$

4.2 Lý thuyết chi phí sản xuất

4.2.1 Khái niệm về chi phí kế toán, chi phí cơ hội, chi phí kinh tế

- Chi phí kế toán: Là những chi phí về vật tư, nguyên, nhiên vật liệu, tiền lương, ... đã phát sinh trong quá trình sản xuất kinh doanh.

- Chi phí cơ hội: Là những hy sinh về thu nhập của công việc khác do phải làm công việc này.

- Chi phí kinh tế: Là tổng cộng của chi phí kế toán và chi phí cơ hội.

Ví dụ: Một người thợ may mỗi ngày chi phí về vải là 200.000đ, trả tiền công 100.000đ, các chi phí khác 70.000đ. Vậy chi phí kế toán là:

$$200.000đ + 100.000đ + 70.000đ = 370.000đ$$

Và do bận công việc của mình nên người thợ may không thể đi làm cho nhà nước để được trả lương 100.000đ/ngày. Vậy chi phí kinh tế của người thợ may là: 370.000đ + 100.000đ = 470.000đ.

4.2.2 Chi phí sản xuất trong ngắn hạn

Ngắn hạn là khoảng thời gian trong đó có ít nhất 1 đầu vào cố định.

4.2.2.1 Tổng chi phí, chi phí cố định, chi phí biến đổi

- Tổng chi phí (TC): Là những phí tổn Doanh nghiệp phải chịu khi sản xuất ra hàng hoá, dịch vụ trong một khoảng thời gian nhất định.

- Chi phí cố định (FC): Là những chi phí không thay đổi khi sản lượng thay đổi, thậm chí khi $Q = 0$ vẫn có chi phí thì chi phí đó là chi phí cố định.

Ví dụ: Tiền thuê nhà, thuê đất, tiền lương của bộ máy quản lý.

- Chi phí biến đổi (VC): Là những chi phí thay đổi khi sản lượng thay đổi.

Ví dụ: Nguyên nhiên vật liệu, tiền lương công nhân.

4.2.2.2 Chi phí bình quân

Là chi phí sản xuất cho 1 đơn vị sản phẩm.

Bao gồm:

ATC: Tổng chi phí bình quân.

AFC: Chi phí cố định bình quân.

AVC: Chi phí biến đổi bình quân.

4.2.2.3 Chi phí cận biên

Là mức chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm 1 đơn vị sản phẩm.

Công thức:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

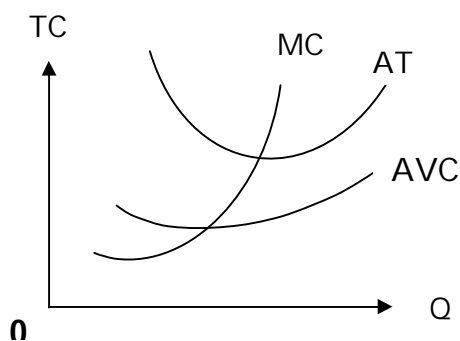
Trong đó:

MC : Chi phí cận biên.

ΔTC : Tổng chi phí tăng thêm.

ΔQ : Số lượng sản phẩm tăng thêm.

* Mối quan hệ giữa MC, ATC và AVC



Hình 4.6: Mối quan hệ giữa MC, ATC và AVC

Qua hình vẽ ta thấy:

- Khi $MC < ATC$, doanh nghiệp tăng sản lượng làm cho ATC giảm dần.

- Khi $MC > ATC$, doanh nghiệp tăng sản lượng làm cho ATC tăng dần

- Khi $MC = ATC$, tại mức sản lượng này có ATC nhỏ nhất. Mức sản lượng

này được xác định khi đường MC cắt đường ATC (tại A).

Như vậy, đường MC luôn đi qua điểm cực tiểu của đường ATC và AVC

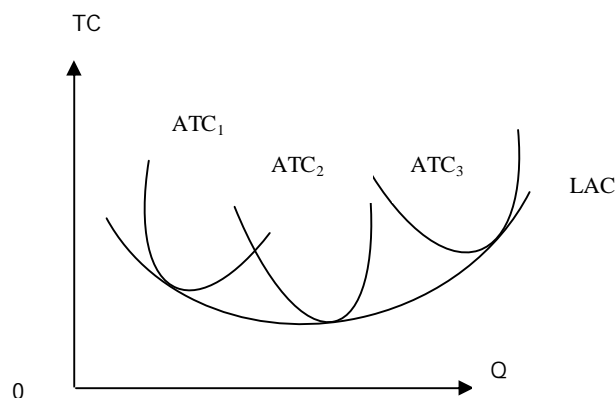
4.2.3 Chi phí sản xuất dài hạn

Dài hạn là khoảng thời gian mà doanh nghiệp có thể thay đổi tất cả các yếu tố sản xuất đầu vào. Đồng thời dài hạn là một chuỗi các ngắn hạn liên tiếp nhau. Đặc trưng cơ bản của dài hạn là không có chi phí cố định.

Mỗi một ngắn hạn sẽ thiết lập 1 đường chi phí trung bình ngắn hạn tương ứng và ứng với mỗi đường ngắn hạn ta sẽ có một mức sản lượng tối ưu mà tại đó có chi phí trung bình thấp nhất.

Chính vì thế mà đường chi phí trung bình ngắn hạn là đường cong bao trùm tất cả các đường ATC trong ngắn hạn.

Để đơn giản trong nghiên cứu, LAC được thiết lập là đường cong đi qua các điểm cực tiểu.



Hình 4.7 : Đường chi phí trung bình dài hạn

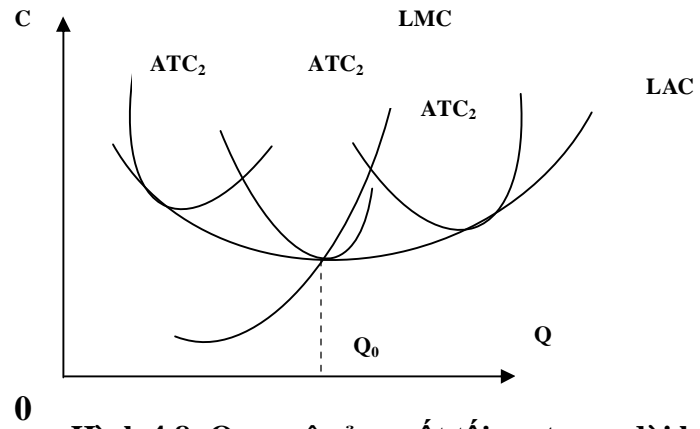
4.2.4 Qui mô sản xuất tối ưu trong dài hạn

- Qui mô sản xuất tối ưu trong dài hạn là qui mô sản xuất có mức sản lượng mà tại đó chi phí trung bình ngắn hạn tối thiểu = chi phí trung bình dài hạn tối thiểu.

- Qui mô sản xuất tối ưu trong dài hạn là qui mô sản xuất có hiệu quả nhất, tại đó chi phí trung bình dài hạn đi qua điểm cực tiểu của ATC và LAC.

Hình 4.8 cho ta thấy tại sản lượng Q_0 có:

$ATC_{2 \min} = LAC_{\min}$ và đường LMC đi qua điểm cực tiểu của ATC và LAC nên Q_0 là qui mô sản xuất tối ưu trong dài hạn.



0 Hình 4.8: Quy mô sản xuất tối ưu trong dài hạn

PHẦN ÔN TẬP

CÂU HỎI ĐÚNG SAI

1. Khi tổng sản lượng đầu ra tăng thì năng suất cận biên cũng tăng theo.
2. Mức sản lượng có AVC cực tiểu nhỏ hơn mức sản lượng có ATC cực tiểu
3. Trong dài hạn, các đường tổng chi phí và chi phí biến đổi là như nhau
4. Khi $MC > AVC$, AVC tăng dần
5. Doanh nghiệp nên sử dụng lao động tại mức $MP_L > AP_L$

BÀI TẬP

Bài 4.1

Một xí nghiệp kết hợp hai yếu tố sản xuất : vốn (K) và lao động (L) để sản xuất sản phẩm X. Giá mỗi đơn vị yếu tố sản xuất là :

$$P_K = 300 \text{ nghìn đồng/đơn vị}$$

$$P_L = 150 \text{ nghìn đồng/đơn vị}$$

Hàm sản xuất của Xí Nghiệp có dạng : $Q = 6KL - 3K$

- a) Viết phương trình các hàm năng suất cận biên của lao động và vốn.
- b) Tìm phối hợp tối ưu giữa hai yếu tố sản xuất K và L để Xí Nghiệp sản xuất được 30.000 sản phẩm với chi phí thấp nhất có thể. Tính lượng chi phí đó.

Bài 4.2

Một xí nghiệp nhỏ kết hợp hai yếu tố sản xuất: vốn (K) và lao động (L) để sản xuất sản phẩm X. Giá mỗi đơn vị yếu tố sản xuất là :

$$P_K = 200.000 \text{ đồng/đơn vị}$$

$$P_L = 100.000 \text{ đồng/đơn vị}$$

Hàm sản xuất của Xí Nghiệp có dạng : $Q = KL - 2K$

- a) Viết phương trình các hàm năng suất cận biên của vốn và lao động.
- b) Nếu tổng chi phí Xí nghiệp dành cho việc sản xuất sản phẩm X là 19.800.000 đồng thì số lượng sản phẩm tối đa Xí nghiệp có thể sản xuất được là bao nhiêu?
- c) Tại kết hợp tối ưu ở câu b, nếu xí nghiệp chỉ tuyển được 90 lao động, theo bạn xí nghiệp phải thay đổi lượng vốn như thế nào để đảm bảo điều kiện về chi phí như câu b.

Bài 4.3

Một hãng có hàm tổng chi phí như sau:

$$TC = Q^2 + 20Q + 144$$

- a. Viết phương trình các hàm chi phí ngắn hạn FC, VC, ATC, AFC, AVC, MC của hãng.
- b. Tại mức sản lượng nào thì ATC nhỏ nhất? Tính ATCmin?
- c. Tính giá trị AVCmin?

CHƯƠNG 5: CẠNH TRANH VÀ ĐỘC QUYỀN

5.1. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo

5.1.1 Khái niệm cạnh tranh hoàn hảo

Thị trường: là thuật ngữ chỉ sự giao dịch, mua bán không gắn với không gian và thời gian. Căn cứ vào hành vi của người mua và người bán có thể chia ra các cấu trúc thị trường sau: cạnh tranh hoàn hảo, độc quyền thuần túy, cạnh tranh độc quyền và độc quyền tập đoàn.

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo là thị trường trong đó có rất nhiều người bán và rất nhiều người mua một loại hàng hoá giống hệt nhau, họ không có khả năng làm thay đổi giá cả của hàng hoá đó và chấp nhận bán theo giá thịnh hành trên thị trường.

5.1.2 Đặc điểm cạnh tranh hoàn hảo

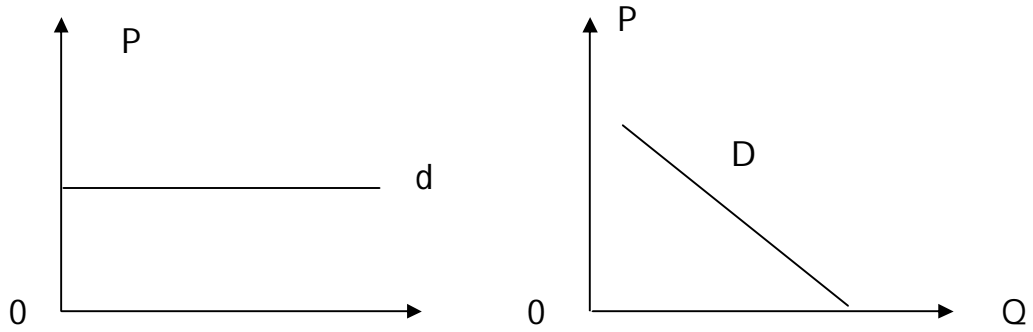
Thị trường cạnh tranh hoàn hảo có các đặc điểm chủ yếu sau:

- Tham gia thị trường có nhiều người mua và người bán độc lập với nhau, đều là người chấp nhận giá thị trường.
- Sản phẩm đồng nhất.
- Tất cả các người mua và người bán đều có thể biết đầy đủ các thông tin liên quan đến việc trao đổi.
- Sự cản trở việc gia nhập và rút khỏi thị trường bằng không.

5.1.3 Đường cầu và doanh thu cận biên của doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo

5.1.3.1 Đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Đối với các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo do phải chấp nhận giá cả thị trường cho nên nếu bán đến bao nhiêu sản phẩm thì giá 1 đơn vị sản phẩm vẫn không thay đổi cho nên doanh nghiệp đứng trước một đường cầu nằm ngang, cắt trục giá tại mức giá thị trường.



Hình 5.1: Đường cầu DN trong CTHH Đường cầu TT trong CTHH

5.1.3.2 Doanh thu cận biên của Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Doanh thu cận biên (MR) là mức thay đổi tổng doanh thu do tiêu thụ thêm 1 đơn vị sản lượng.

Công thức:
$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = TR'_Q$$

Trong đó:

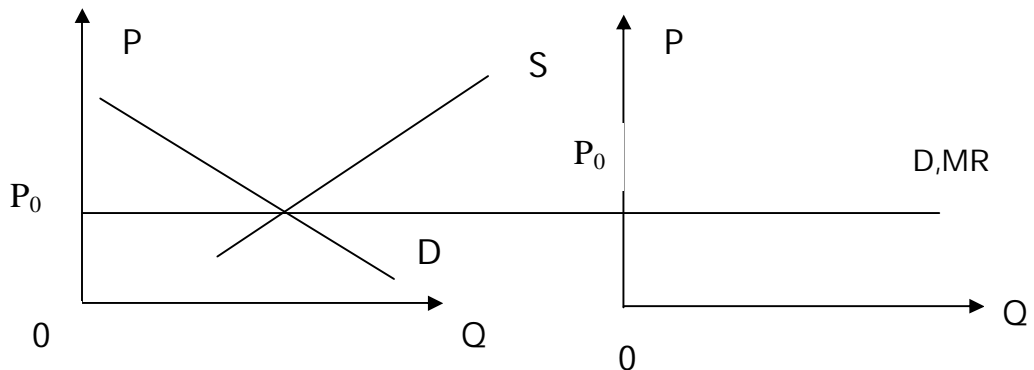
MR : Doanh thu cận biên

ΔTR : Doanh thu tăng thêm

ΔQ : Số sản phẩm tăng thêm

$$TR = P \times Q$$

Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo đứng trước một đường cầu nằm ngang. Để bán thêm được 1 sản phẩm họ không cần hạ giá, cho nên doanh thu tăng thêm của 1 đơn vị sản phẩm bằng giá cả của 1 đơn vị sản phẩm đó. Nên đường doanh thu cận biên song song với trục sản lượng và cắt trục giá tại điểm P_0 bằng giá đơn vị sản phẩm.



Hình 5.2: Đường doanh thu cận biên của DN CTHH

Mà đường cầu cũng song song với trục sản lượng cắt trục giá tại P_0 bằng giá 1 đơn vị sản phẩm nên đường cầu và doanh thu cận biên trùng nhau.

Trong khi đó đường cầu thị trường vẫn là đường dốc xuống (D).

5.1.4 Tối đa hóa lợi nhuận Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

5.1.4.1 Định nghĩa

Lợi nhuận là số chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí.

$$\Pi = TR - TC$$

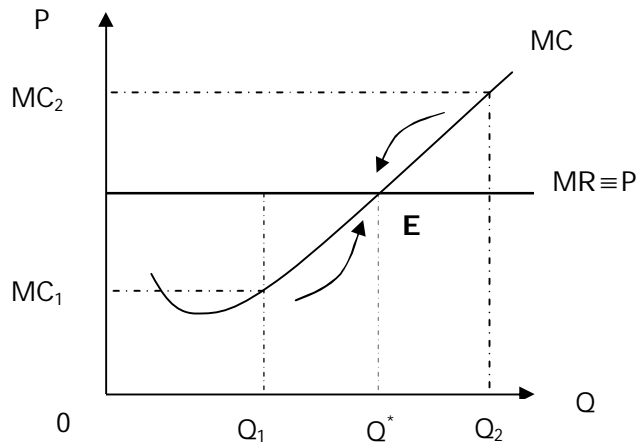
Trong đó:

TP : Tổng lợi nhuận

TR: Tổng doanh thu

TC: Tổng chi phí

5.1.4.2. Quyết định sản lượng tối ưu



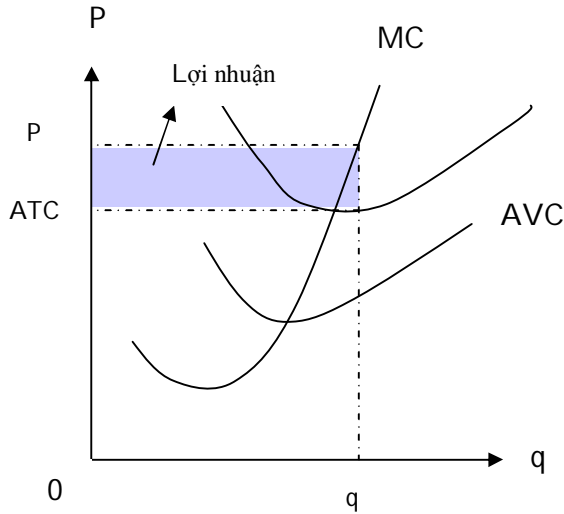
Hình 5.3: Mức sản lượng sản xuất tối ưu của DN CTHH

Tại những mức sản lượng Q_1 (nằm bên trái điểm E), ta thấy $MC_1 < MR$. Do đó, để tăng lợi nhuận, DN có xu hướng tăng sản lượng.

Tại mức sản lượng Q_2 (nằm bên phải điểm E), ta thấy $MC_2 > MR$. Do đó, để tăng lợi nhuận, DN có xu hướng giảm sản lượng.

Quyết định sản lượng tối ưu sẽ nằm tại điểm E. Lúc này, DN sẽ sản xuất Q^* sản phẩm và bán chúng với mức giá P của thị trường.

5.1.4.3 Lợi nhuận với các mức sản lượng

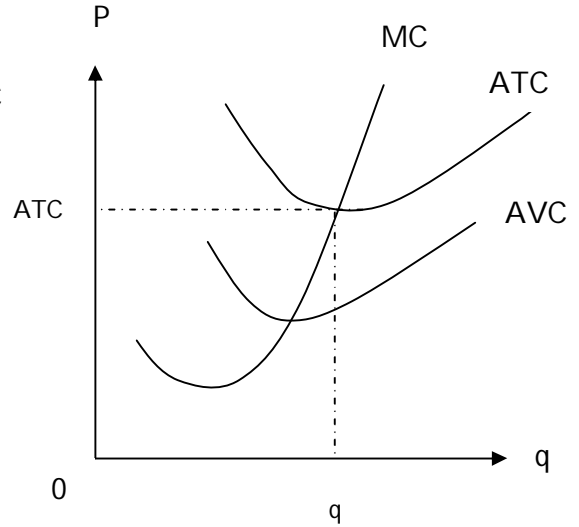


- Khi $P > ATC_{\min}$

Lợi nhuận:

$$\Pi = (P - ATC_{\min}) * q > 0$$

↳ DN có lãi.

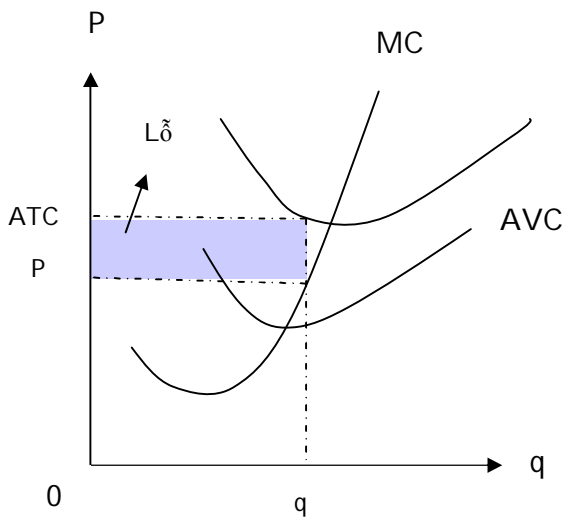


- Khi $P = ATC_{\min}$

Lợi nhuận:

$$\Pi = (P - ATC_{\min}) * q = 0$$

↳ DN hoà vốn.

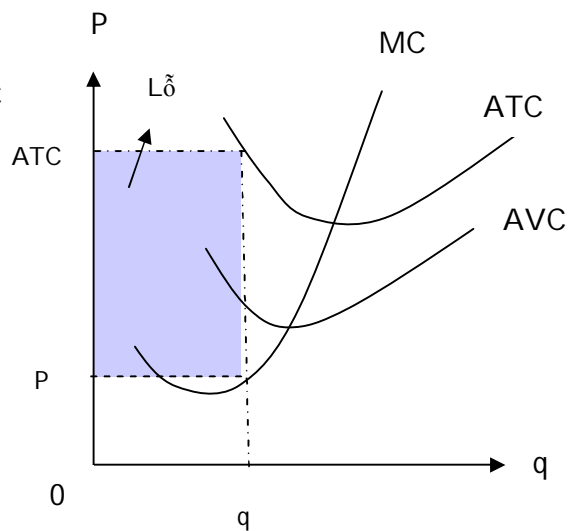


- Khi $AVC_{\min} \leq P < ATC_{\min}$

Lợi nhuận:

$$\Pi = (P - ATC_{\min}) * q < 0$$

↳ DN lỗ nhưng vẫn tiếp tục sản xuất vì vẫn bù được 1 phần chi phí FC



- Khi $P < AVC_{\min}$

Lợi nhuận:

$$\Pi = (P - ATC_{\min}) * q < 0$$

↳ DN lỗ, ngừng sản xuất

Hình 5.4: Lợi nhuận tại các mức sản lượng khác nhau

5.2. Thị trường độc quyền hoàn toàn

5.2.1 Khái niệm

Thị trường độc quyền hoàn toàn là thị trường trong đó có nhiều người mua nhưng chỉ có một người bán duy nhất một loại sản phẩm khác hẳn với các sản phẩm khác trên thị trường nhưng cũng không có sản phẩm nào khác trên thị trường có thể thay thế một cách trọn vẹn.

5.2.2 Đặc điểm thị trường độc quyền hoàn toàn

- Thị trường trong đó chỉ có một người bán nhưng có nhiều người mua.
- Sản phẩm là độc nhất, không có hàng thay thế gần gũi.
- Có sức mạnh thị trường là quyền định giá và sản lượng bán.
- Việc gia nhập thị trường là cực kỳ khó khăn, có trở ngại rất lớn.

5.2.3 Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền

- Nhà nước ban hành luật để bảo vệ quyền sở hữu các phát minh sáng chế.
- Nhà nước chỉ định cho một doanh nghiệp nào đó độc quyền sản xuất kinh doanh những mặt hàng chiến lược vì mục tiêu kinh tế, chính trị, an ninh quốc gia.
- Quá trình cạnh tranh diễn ra trong thời gian dài tất yếu sẽ dẫn đến độc quyền gọi là độc quyền hoàn toàn.
- Một doanh nghiệp có thể trở thành độc quyền nhờ sở hữu một loại yếu tố sản xuất.

5.2.4 Đường cầu và doanh thu cận biên của doanh nghiệp trong thị trường độc quyền

5.2.4.1 Đường cầu

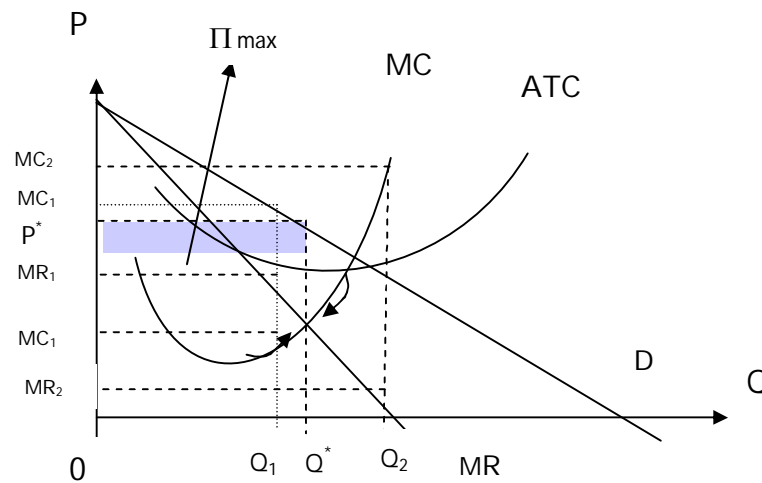
Đối với doanh nghiệp độc quyền vì là người duy nhất bán một hàng hóa, dịch vụ cụ thể trên thị trường nên có thể khống chế số lượng sản phẩm đưa ra thị trường, nếu doanh nghiệp giảm giá bán cầu thị trường sẽ tăng và ngược lại nếu tăng giá bán thì cầu thị trường sẽ giảm. Người mua phải chấp nhận mức giá của doanh nghiệp độc quyền hoàn toàn. Vì vậy, đường cầu của doanh nghiệp độc quyền hoàn toàn cũng là đường cầu của thị trường về hàng hóa đó nghiêng xuống dưới về phía phải.

5.2.4.2 Đường doanh thu cận biên

Doanh thu cận biên luôn nhỏ hơn giá bán và đường doanh thu cận biên luôn nằm dưới đường cầu trừ điểm đầu tiên vì muốn bán thêm sản phẩm doanh nghiệp phải hạ giá.

5.2.5 Tối đa hóa lợi nhuận của hãng độc quyền

Một doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận phải sản xuất ở mức sản lượng sao cho doanh thu cận biên bằng chi phí cận (MR = MC) ở sản lượng Q^* và giá tương ứng là P^* . Làm thế nào để biết được Q^* là sản lượng tối đa hóa lợi nhuận?



Hình 5.5: Mức sản lượng tối ưu của DN Độc quyền

Tại mức sản lượng Q_1 : $MR_1 > MC_1$ nên để tăng lợi nhuận, DN sẽ có xu hướng tăng sản lượng.

Tại mức sản lượng Q_2 : $MR_2 < MC_2$ nên để tăng lợi nhuận, DN sẽ có xu hướng giảm sản lượng.

Để tối đa hóa lợi nhuận Doanh nghiệp độc quyền hoàn toàn phải bán ở mức sản lượng Q^* , có $MR = MC$ và giá bán là P^* .

$$\begin{aligned} LN_{\max} &= TR - TC \\ &= P^* \times Q^* - ATC^* \times Q^* \\ &= Q^* \times (P^* - ATC^*). \end{aligned}$$

5.2.6 Một số kỹ thuật hình thành giá công ty độc quyền

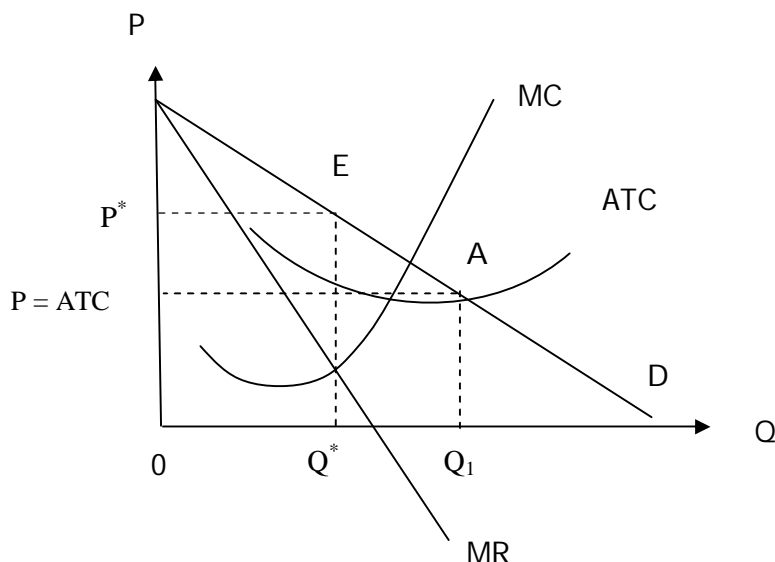
5.2.6.1. Định giá bán để đạt doanh thu tối đa

Để đạt doanh thu tối đa, doanh nghiệp độc quyền hoàn toàn chọn mức sản lượng sao cho tại đó doanh thu cận biên bằng 0 ($MR = 0$).

5.2.6.2 Định giá bán để sản lượng tiêu thụ tối đa mà không bị lỗ

Ngoài mục tiêu lợi nhuận tối đa, trong những thời kỳ nhất định nào doanh nghiệp xác định mục tiêu chính là quảng bá sản phẩm, đẩy mạnh quảng cáo thông qua việc hạ giá bán, mở rộng thị trường. Để thực hiện mục tiêu này doanh nghiệp sẽ bán sản lượng ở mức tối đa có thể được nhưng không bị lỗ.

Mức sản lượng tối đa đó có tổng doanh thu bằng tổng chi phí trung bình ($P = ATC$).



Hình 5.6: Quyết định giá để bán nhiều sản phẩm mà không bị lỗ

Tại Q^* : Doanh nghiệp đạt lợi nhuận tối đa.

Tại Q_1 có $P = ATC$: Điểm hòa vốn của Doanh nghiệp.

Nếu Doanh nghiệp tiếp tục tăng sản lượng lớn hơn Q_1 thì $P < ATC$, Doanh nghiệp sẽ bị lỗ.

Nếu Doanh nghiệp cung ứng mức sản lượng Q' : $Q^* < Q' < Q_1$ thì $P < ATC$ nên doanh vẫn có lãi.

5.2.6.3. Định giá bán đảm bảo tỷ suất lợi nhuận cho trước

Gọi π là lợi nhuận của một sản phẩm

Ta có : $\pi = P - ATC$.

π' là tỷ suất lợi nhuận tính trên chi phí sản xuất.

Ta có:

$$\pi' = \frac{LN}{TC} = \frac{\pi}{ATC} = \frac{P - ATC}{ATC}$$

$$\rightarrow P = ATC(1 + \pi')$$

5.3 Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo

Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo là loại thị trường vừa mang tính cạnh tranh, vừa mang tính độc quyền.

Tùy theo mức độ cạnh tranh hay độc quyền được chia ra 2 loại thị trường:

- Thị trường cạnh tranh mang tính độc quyền.
- Thị trường thiếu số độc quyền.

5.3.1 Cạnh tranh độc quyền

5.3.1.1 Đặc điểm

- Cạnh tranh độc quyền là thị trường trong đó có nhiều người mua và nhiều người bán cùng bán một loại hàng hoá, dịch vụ nào đó nhưng mỗi người bán có khả năng kiểm soát một cách độc lập về giá cả hàng hoá của mình.

- Đặc điểm:

+ Có nhiều người bán và nhiều người mua (nhưng số lượng người bán có thể ít hơn thị trường cạnh tranh hoàn hảo).

+ Việc tham gia hay rút khỏi thị trường của các doanh nghiệp cũng tương đối dễ dàng.

+ Các doanh nghiệp cạnh với nhau bằng những sản phẩm riêng biệt, các sản phẩm này có thể thay thế cho nhau ở mức độ cao nhưng không phải là thay thế hoàn hảo, nói cách khác độ co giãn của cầu theo giá là cao nhưng không phải là vô cùng.

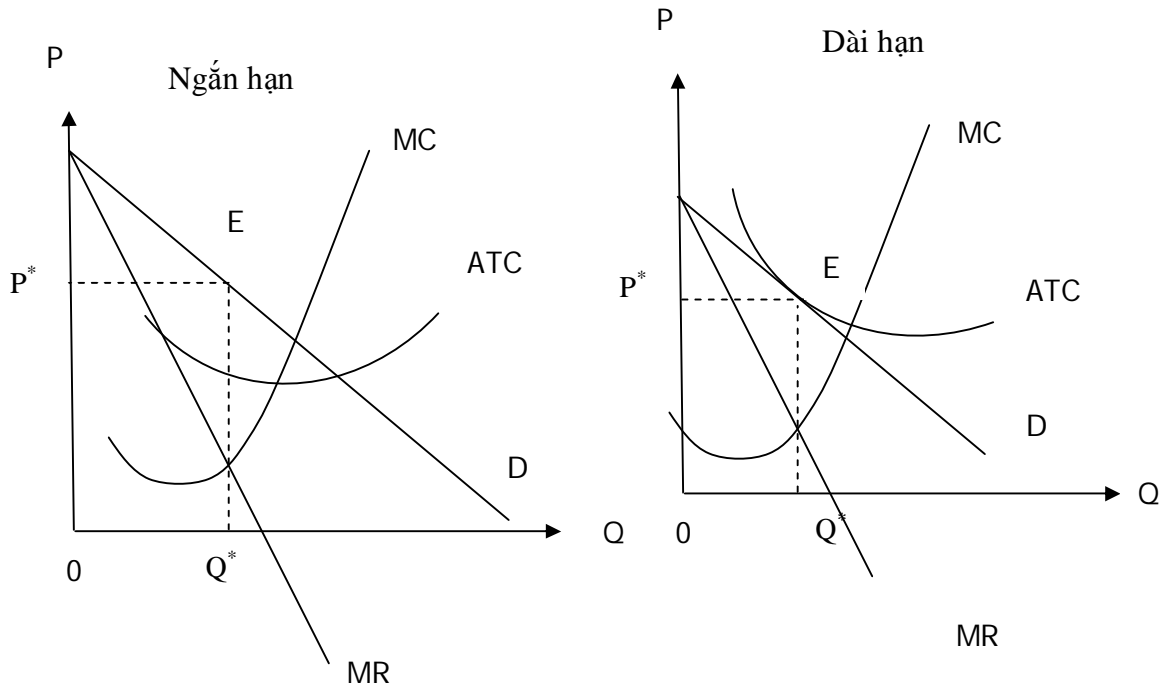
+ Hình thức cạnh tranh chủ yếu thông qua nhãn hiệu, đóng gói, bao bì, màu sắc hay một vài tính năng riêng biệt nào đó.

+ Do sản phẩm có công dụng như nhau nên khi doanh nghiệp này tăng hay hạ giá sẽ ảnh hưởng đến doanh nghiệp khác.

+ Đường cầu của mỗi doanh nghiệp nghiêng xuống dưới về phía bên phải nhưng không phải là đường cầu của thị trường.

5.3.1.2 Cân bằng thị trường ngắn hạn, dài hạn

- **Ngắn hạn:** Cân bằng ngắn hạn là tính toán mức sản lượng để đạt lợi nhuận tối đa tức là tại mức sản lượng có $MR = MC$.



Hình 5.7: Cân bằng thị trường cạnh tranh độc quyền trong ngắn hạn, dài hạn

Trong ngắn hạn, đường cầu của mỗi doanh nghiệp là D_0 và đường doanh thu cận biên là MR_0 . Mỗi doanh nghiệp đạt lợi nhuận tối đa ở mức sản lượng Q_0 có $MR_0 = MC$ và giá bán là P_0 .

Điểm cân bằng của thị trường trong ngắn hạn là điểm E_0 trên đường cầu.

- **Dài hạn:** Vì việc gia nhập thị trường cạnh tranh tương đối dễ nên khi các hãng đang ở trong ngành thu được lợi nhuận thì các hãng mới sẽ gia nhập thị trường với các sản phẩm mới riêng của mình làm cho cầu về sản phẩm các hãng đang ở trong ngành giảm xuống, giá giảm, lợi nhuận giảm cho đến 0 ($P=ATC$) thì không còn các hãng mới gia nhập thêm, ngành đạt trạng thái cân bằng.

Điểm cân bằng dài hạn xảy ra khi đường chi phí trung bình tiếp xúc với đường cầu. Đây là định lý công suất thừa vì ở mức sản lượng đó hãng chưa khai

thác hết tính kinh tế của quy mô, điều này gây lãng phí cho xã hội. Tuy nhiên cạnh tranh độc quyền đem lại lợi ích lớn cho xã hội từ sự đa dạng của sản phẩm, vì vậy không nên điều tiết thị trường này.

5.3.2 Độc quyền tập đoàn

5.3.2.1 Đặc điểm

- Độc quyền tập đoàn là một thị trường trong đó có một số nhỏ người bán cạnh tranh với nhau.

- Có 2 loại độc quyền tập đoàn: độc quyền tập đoàn thuần túy và độc quyền tập đoàn phân biệt. Độc quyền tập đoàn thuần túy khi các hãng bán sản phẩm giống nhau. Độc quyền tập đoàn phân biệt xảy ra khi các hãng bán sản phẩm khác nhau. Số lượng sản phẩm một hãng bán ra phụ thuộc vào giá của nó và giá cũng như số lượng của các hãng khác.

- Đặc điểm:

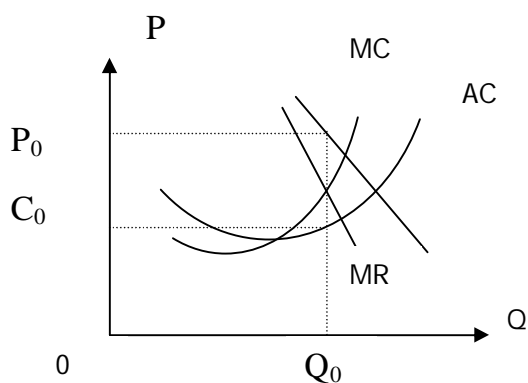
+ Sản phẩm có thể giống nhau hoàn toàn hay khác nhau nhưng tính thay thế của chúng rất cao.

+ Các doanh nghiệp không chỉ có sức mạnh thị trường đối với giá cả và sản lượng của mình mà còn có những ảnh hưởng qua lại với nhau.

+ Số lượng các doanh nghiệp ít nhưng qui mô của mỗi doanh nghiệp lớn.

5.3.2.2 Giá cả và sản lượng của các doanh nghiệp trong thị trường thiếu số độc quyền có hợp tác

Nếu có hợp tác thì các doanh nghiệp sẽ định ra một mức giá cho mỗi doanh nghiệp gần như nhau và sẽ không có sự tùy ý nâng giá và hạ giá. Có sự thỏa thuận ngầm hay công khai về giá cả.



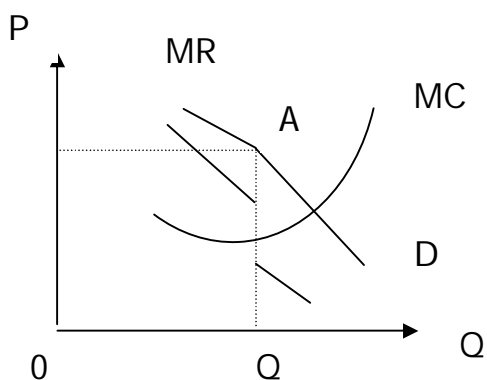
Hình 5.8: Quyết định sản xuất của nhà độc quyền tập đoàn

Giả sử chi phí trung bình, chi phí cận biên và đường cầu của mỗi doanh nghiệp là như nhau.

Mỗi doanh nghiệp cung ứng mức sản lượng đều như nhau là Q_0 có $MR = MC$ và bán với giá là P_0 và sẽ thu được lợi nhuận tối đa bằng nhau.

5.3.2.3 Giá cả và sản lượng của các doanh nghiệp trong thị trường độc quyền tập đoàn không có hợp tác

Do không có hợp tác nên sẽ có một số doanh nghiệp thực hiện chiến lược cạnh tranh về giá cả. Nếu một doanh nghiệp giảm giá, các doanh nghiệp khác sẽ phải giảm giá để giữ thị phần. Nếu tăng giá thì các doanh nghiệp khác vẫn giữ nguyên giá cũ để có thể tăng thị phần. Chính cách cư xử này dẫn đến các doanh nghiệp trong độc quyền tập đoàn không hợp tác đứng trước một đường cầu gãy khúc và đường doanh thu cận biên bị gián đoạn.



Hình 5.9: Mô hình đường cầu gãy

Điểm gãy của đường cầu xảy ra ở mức giá hiện hành. Ở những mức giá cao hơn giá hiện hành, cầu co giãn tương đối. Ở những mức giá thấp hơn giá hiện hành, đường cầu ít co giãn vì nếu giảm giá các hãng khác cũng giảm giá theo nên lượng cầu tăng ít.

Đường cầu gãy tạo ra đường doanh thu cận biên bị gián đoạn. Để tối đa hoá lợi nhuận, hãng phải sản xuất ở mức sản lượng có doanh thu cận biên bằng với chi phí cận biên, nhưng ở mức sản lượng hiện hành đường chi phí cận biên đi qua khoảng gián đoạn của đường doanh thu cận biên. Như vậy, khi chi phí cận biên dao động trong khoảng gián đoạn của đường doanh thu cận biên, hãng không thay đổi giá hoặc sản lượng.

PHẦN ÔN TẬP

CÂU HỎI ĐÚNG SAI

1. Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo chỉ tiếp tục sản xuất khi có lãi.
2. Nhà độc quyền bán luôn có đường cung dốc lên
3. Tại mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận, hãng độc quyền có chi phí cận biên thấp hơn giá bán.
4. So với cạnh tranh hoàn hảo, nhà độc quyền sản xuất nhiều hơn nhưng đặt giá cao hơn
5. Đánh thuế cố định 1 lần không làm thay đổi giá cả và sản lượng của nhà độc quyền bán

BÀI TẬP

Bài 5.1

Một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sản xuất hàng hoá X có hàm tổng chi phí: $TC = q^2 + 6q + 144$

- a. Xác định các hàm chi phí: FC, VC, ATC, AVC, MC của doanh nghiệp.
- b. Nếu giá của hàng hoá X trên thị trường là 46 đơn vị thì lợi nhuận tối đa doanh nghiệp có thể đạt được là bao nhiêu?
- c. Xác định sản lượng hoà vốn của doanh nghiệp.
- d. Nếu giá trên thị trường là 5 đơn vị thì quyết định của doanh nghiệp như thế nào?

Bài 5.2

Một doanh nghiệp độc quyền có đường cầu là $Q = 30 - 2,5P$ và các chi phí sau: $MC = 1,2Q + 4$; $FC = 5$

- a. Xác định sản lượng, giá bán và lợi nhuận khi doanh nghiệp theo đuổi mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận và tối đa hoá doanh thu?
- b. Tính thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất tại mức sản lượng đạt được tối đa hoá lợi nhuận.
- c. Nếu đánh thuế 1\$/sản phẩm thì quyết định sản xuất sẽ thay đổi như thế nào?

d. Khi nhà độc quyền thực hiện phân biệt giá hoàn hảo, lợi nhuận thu thêm được là bao nhiêu?

e. Minh họa các kết quả trên đồ thị.

Bài 5.3

Giả sử một nhà độc quyền có chi phí biên cố định là 5 nghìn đồng/đvsp. Hàm số cầu của thị trường độc quyền này là : $Q = 53 - P$.

a. Hãy xác định sản lượng để lợi nhuận của nhà độc quyền là tối đa. Khi đó, lợi nhuận tối đa là bao nhiêu ?

b. Sản lượng sẽ là bao nhiêu nếu thị trường nói trên là thị trường cạnh tranh hoàn hảo ? Hãy cho nhận xét về sản lượng và giá trong trường hợp này so với trường hợp độc quyền.

c. Hãy xác định thặng dư tiêu dùng trong Câu b. Hãy chứng tỏ rằng thặng dư tiêu dùng trong trường hợp này lớn hơn lợi nhuận của nhà độc quyền cộng với thặng dư tiêu dùng trong trường hợp độc quyền.

CHƯƠNG 6: THỊ TRƯỜNG YẾU TỐ SẢN XUẤT

6.1 Cung – cầu về lao động

6.1.1 Cầu về lao động

- **Khái niệm:** Cầu về lao động là số công nhân hay số giờ công mà doanh nghiệp có khả năng và sẵn sàng thuê ở các mức đơn giá tiền lương khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định.

- **Các nhân tố ảnh hưởng:**

+ Cầu đối với hàng hóa, dịch vụ trên thị trường hàng hóa:

Nếu người tiêu dùng cần nhiều hàng hóa, dịch vụ hơn thì doanh nghiệp sẽ thuê thêm nhiều lao động để tạo ra số lượng hàng hóa, dịch vụ đó.

+ Đơn giá tiền lương

Khi đơn giá tiền lương cao thì lượng cầu đối với lao động của doanh nghiệp thấp.

- **Đường cầu của lao động của doanh nghiệp**

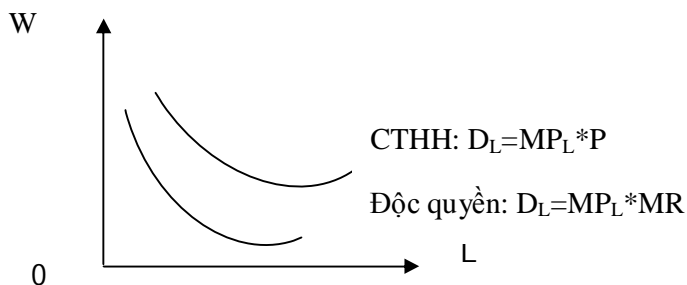
Theo quy tắc tối đa hoá lợi nhuận, doanh nghiệp sẽ sản xuất tại mức sản lượng có $MR=MC$.

Hàm sản xuất của doanh nghiệp là $Q=f(K,L)$

Ta thấy $MC=w/MP_L \Leftrightarrow MR=w/MP_L$

$$\Rightarrow \boxed{w=MR*MP_L}$$

Đây chính là đường cầu của lao động.



Hình 6.1: Đường cầu lao động của DN CTHH và Độc quyền

Trong đó $MRP_L = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = MR * MP_L$: sản phẩm doanh thu cận biên của lao

động. Vậy đường cầu lao động trong ngắn hạn của doanh nghiệp là đường sản phẩm doanh thu cận biên của lao động

- **Ảnh hưởng sự thay đổi về mức lương:**

Khi mức tiền công giảm xuống thì người chủ sẽ di chuyển dọc theo đường cầu về lao động xuống tới điểm tương ứng với mức tiền công mới, lượng lao động thuê sẽ lớn hơn trước. Đường cầu về lao động tuân theo qui luật cầu.

- **Ảnh hưởng của sự thay đổi về năng suất:**

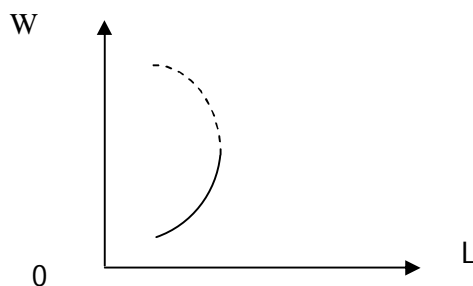
Khi tăng năng suất làm cho đường cầu dịch chuyển sang phải làm cho lượng cầu về lao động tăng lên.

6.1.2 Cung về lao động

- **Khái niệm:** Cung lao động là lượng thời gian mà một cá nhân có khả năng và sẵn sàng làm việc ở các mức đơn giá tiền lương khác nhau trong một khoảng thời gian xác định.

- Đường cung lao động của cá nhân

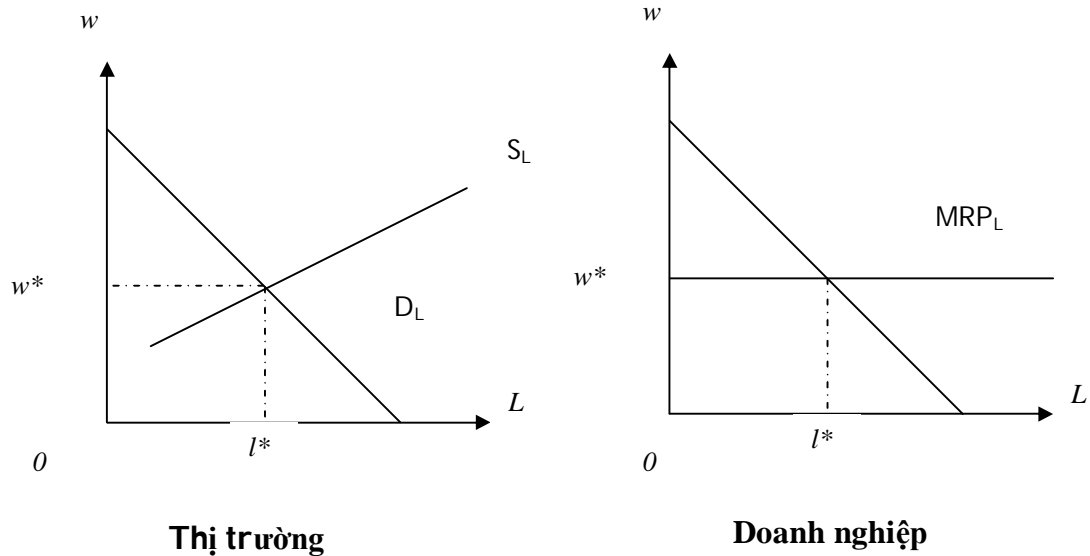
Đường cung lao động của cá nhân là một đường vòng cung, cho thấy phản ứng của người lao động trước sự lựa chọn giữa làm việc và nghỉ ngơi, xem nghỉ ngơi là hàng hoá cấp thấp hay hàng hoá thông thường. Theo qui luật chung thì khi được trả lương cao sẽ làm cho mọi người muốn làm việc nhiều hơn nhưng khi sự tăng lên của các mức tiền lương cao hơn thể hiện có nhiều vật phẩm, dịch vụ hơn. Do đó khuyến khích con người thay thế lao động bằng sự nghỉ ngơi, trường hợp này đường cung lao động vòng về phía sau.



Hình 6.2: Đường cầu lao động của cá nhân

- **Đường cung lao động của thị trường:** là tổng các đường cung lao động cá nhân.

6.1.3 Cân bằng thị trường lao động



Hình 6.3: Cân bằng trên thị trường lao động

6.2 Cung – cầu về vốn

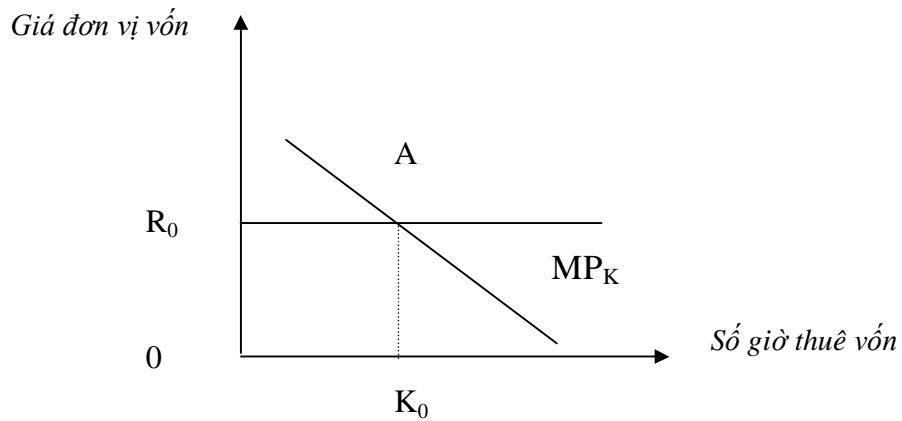
6.2.1 Cầu về vốn

- Nhu cầu về vốn đối với dịch vụ của một ngành giống như nhu cầu lao động. Tiền thuê vốn đóng vai trò tiền công theo giờ, mỗi mức giá thuê thể hiện chi phí sử dụng vốn.

- Tài sản tham gia vào quá trình kinh doanh cũng giống như yếu tố lao động, doanh nghiệp phải xem xét 1 giờ thêm của dịch vụ vốn sẽ mang thêm vào giá trị sản lượng của doanh nghiệp là bao nhiêu.

- Giá trị cận biên của vốn (MP_K): là khi sử dụng thêm 1 đơn vị dịch vụ vốn thì nó sẽ làm tăng giá trị sản lượng của doanh nghiệp lên bao nhiêu lần.

Giá trị cận biên của vốn cũng tuân theo qui luật lợi tức giảm dần có nghĩa là càng gia tăng lượng vốn thì giá trị tăng thêm sẽ giảm dần.



Hình 6.4: Đường giá trị cận biên của vốn

Trên đồ thị ta thấy:

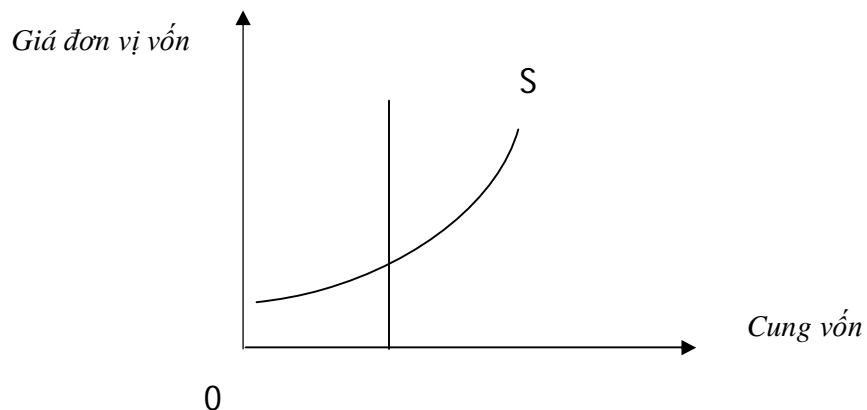
Ở mức giá thuê của các đơn vị vốn là R_0 thì doanh nghiệp có lượng cầu là K_0 đơn vị vốn. Đường MP_K thể hiện cầu về vốn của doanh nghiệp.

Đường sản phẩm giá trị biên của vốn có thể dịch chuyển lên trên khi có các yếu tố làm tăng sản phẩm hiện vật của vốn như các yếu tố sau:

- Sản phẩm của hãng được tăng giá.
- Sự tăng mức độ sử dụng của các yếu tố kết hợp với vốn như lao động.
- Tiến bộ kỹ thuật làm tăng năng suất.

6.2.2 Cung về vốn

- Trong ngắn hạn, tổng cung các tài sản như máy móc, nhà cửa, xe cộ là cố định vì không thể trong thời gian ngắn có thể tạo ra được các máy mới. Bởi vậy đường cung của các dịch vụ vốn trong ngắn hạn là đường thẳng đứng.

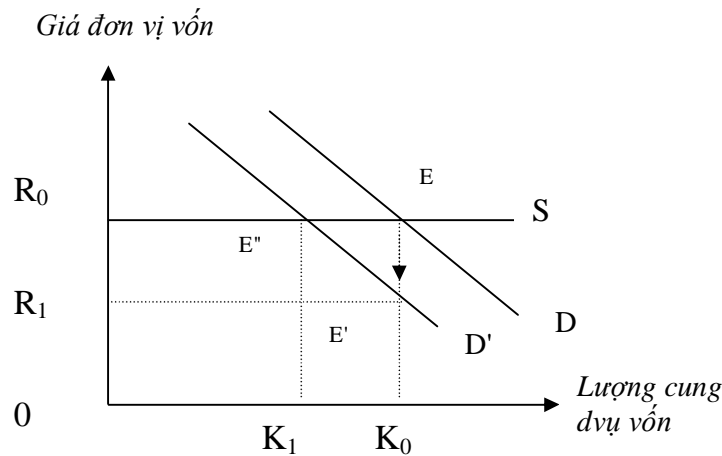


Hình 6.5: Đường cung về vốn

- Trong dài hạn tổng lượng vốn của nền kinh tế có thể thay đổi, nhiều thiết bị và nhà máy mới có thể được xây dựng. Việc cung ứng của thị trường vốn phụ thuộc vào giá cho thuê nên đường cung về vốn là một đường nằm nghiêng tuân theo luật cung.

6.2.3 Cân bằng thị trường vốn

Để đơn giản khi nghiên cứu sự cân bằng về vốn chúng ta sẽ phân tích trường hợp một ngành nhỏ, có đường cung về dịch vụ vốn nằm ngang tại giá thuê hiện hành của một đơn vị vốn.



Hình 6.6: Cân bằng trên thị trường vốn

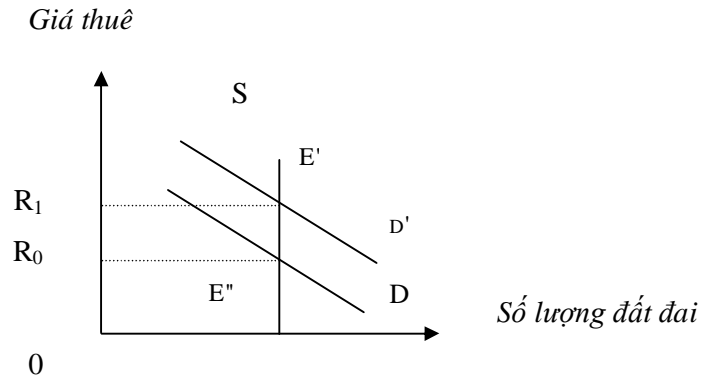
- Trên đồ thị ta thấy:

Mức cân bằng giữa đường cung dài hạn (S) và đường cầu của ngành theo giá thuê hiện hành cho dịch vụ vốn (D) xuất hiện tại điểm E tương ứng với lượng dịch vụ vốn là K_0 , giá thuê mỗi đơn vị vốn là R_0 .

- Khi tăng tiền công làm dịch chuyển đường cầu đối với dịch vụ vốn đến (D'), doanh nghiệp không thể kịp thời cắt giảm đầu vào về dịch vụ vốn. Cung ngắn hạn vẫn giữ nguyên, mức cân bằng mới xuất hiện tại E' và giá thuê vốn giảm từ R_0 đến R_1 . Ở đây, giá thuê R_1 không đảm bảo tỷ suất lợi tức cần có nên các chủ tài sản cắt giảm lượng vốn cho thuê từ K_0 đến K_1 để đảm bảo mức thuê hiện hành R_0 . Cân bằng mới xuất hiện tại E", các mũi tên trong đồ thị cho thấy sự vận động của ngành để tự điều chỉnh vốn.

6.3 Cung cầu về đất đai

- Đất đai là yếu tố đặc biệt, tổng mức cung dài hạn của nó là cố định nên đường tổng cung đất đai thẳng đứng song song với trục tung biểu thị giá thuê đất.



Hình 6.7: Cân bằng thị trường đất đai

- Đường cầu đất đai đối với các doanh nghiệp có hướng dốc xuống theo quan hệ cung cầu.

Giao điểm cung và cầu tại E xác định giá thuê đất là R_0 . Khi đường cầu (D) đến (D') điểm cân bằng mới là (E') tương ứng với giá thuê đất là R_1 .

- Đất đai là tài sản giống như tài sản khác nhưng có khác là nó do thiên nhiên ban bố nên giá thuê đất luôn là thặng dư đối với người chủ đất. Vì thế người chủ sẵn sàng cung ứng một số lượng đất nào đó tùy theo đường cầu gặp đường cung chỗ nào (thậm chí xuống đến mức số 0). Các nhà kinh tế học gọi đó là tô kinh tế.

PHẦN ÔN TẬP

CÂU HỎI ĐÚNG SAI

1. Đường cầu của lao động là đường sản phẩm cận biên của lao động.
2. Khi năng suất lao động tăng lên, hãng sẽ thuê nhiều nhân công hơn.
3. Đường cung lao động cá nhân là một đường dốc lên
4. Việc tăng giá sản phẩm của doanh nghiệp có thể làm dịch chuyển đường sản phẩm giá trị cận biên của vốn
5. Nếu đơn giá thuê lao động giảm xuống thì đường sản phẩm doanh thu cận biên của lao động sẽ dịch chuyển ra phía ngoài.

BÀI TẬP

Bài số 6.1

Một doanh nghiệp sản xuất sản phẩm X có hàm sản xuất ngắn hạn được thể hiện trong bảng dưới đây

Lao động (công nhân)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Số lượng SP (chiếc)	13	33	56	76	93	106	116	123	128	131	133	134

Giả sử thị trường sản phẩm X là cạnh tranh hoàn hảo đang cân bằng ở mức giá 10 nghìn đồng/ chiếc.

- a. Hãy xác định đường cầu lao động của doanh nghiệp này.
- b. Nếu thị trường lao động là cạnh tranh hoàn hảo và tiền lương cân bằng là 100 nghìn đồng/ ngày. Hãy xác định số lượng lao động mà doanh nghiệp sử dụng.
- c. Nếu giá sản phẩm X tăng lên thành 20 nghìn đồng/ chiếc, doanh nghiệp sẽ sử dụng bao nhiêu đơn vị lao động với mức tiền lương như trên?

Bài 6.2

Công ty A&D sản xuất cá hộp có tình hình sử dụng lao động được cho trong bảng dưới đây

Số lao động	Số hộp cá sản xuất/ngày
1	20
2	50
3	90

4	120
5	145
6	165
7	180
8	190

Giả sử thị trường cá hộp là cạnh tranh hoàn hảo và đang cân bằng với mức giá 5000 đồng/hộp

a. Hãy minh họa đường cầu về lao động của công ty A&D lên đồ thị.

b. Nếu tất cả các công ty và cơ sở sản xuất cá hộp khác đều trả lương cho công nhân với giá 75000 đồng một ngày. Hãy xác định số lượng công nhân mà công ty A&D sẽ sử dụng.

c. Nếu giá cá hộp trên thị trường giảm xuống còn 3000 đồng/hộp thì công ty sẽ thay đổi số lượng lao động sử dụng như thế nào?

Bài 6.3

Một doanh nghiệp sản xuất sản phẩm X trong điều kiện thị trường cạnh tranh hoàn hảo và giá của sản phẩm trên thị trường đang là 10 nghìn đồng/đơn vị. Thị trường cho công nhân sản xuất sản phẩm X được cho trong bảng sau

Tiền lương/ngày (nghìn đồng)	Lượng cầu lao động	Lượng cung lao động
100	6.000	12.000
80	7.000	10.000
60	8.000	8.000
40	9.000	6.000
20	10.000	4.000

a. Hãy xác định mức tiền lương cân bằng trên thị trường

b. Nếu chính phủ quy định mức tiền lương tối thiểu là 80 nghìn đồng trên ngày, hãy xác định số lượng lao động thất nghiệp.

Bài 6.4

Cho hàm sản xuất của một doanh nghiệp là $Q = 12L - L^2$ (trong đó Q là số lượng sản phẩm/ngày, L là số lượng lao động sử dụng/ ngày và nhận giá trị trong khoảng 0 đến 6)

a. Xác định đường cầu lao động của doanh nghiệp nếu sản phẩm của doanh nghiệp được bán trên một thị trường cạnh tranh hoàn hảo với giá 10 nghìn đồng/1 đơn vị.

b. Doanh nghiệp sẽ sử dụng bao nhiêu đơn vị lao động mỗi ngày với các mức tiền lương tương ứng là 30 nghìn đồng/ ngày và 60 nghìn đồng/ ngày?

CHƯƠNG 7: NHỮNG HẠN CHẾ CỦA KINH TẾ THỊ TRƯỜNG VÀ SỰ CẦN THIẾT CỦA CHÍNH PHỦ

7.1. Những hạn chế của kinh tế thị trường

7.1.1 Hàng hóa công cộng

- Hàng hóa công cộng là những hàng hóa mà ngay cả khi một người đã dùng thì người khác vẫn có thể dùng được như: an ninh quốc phòng, phòng chống thiên tai, bảo vệ môi trường, hệ thống giao thông...

- Đặc điểm cơ bản của hàng hóa công cộng là không mang tính cạnh tranh, không mang tính loại trừ. Việc sử dụng của người này không ảnh hưởng đến việc sử dụng của người khác nên người tiêu dùng không có động cơ mua hàng, họ sẵn sàng hưởng lợi ích nhưng không sẵn sàng chịu trả những phí tổn. Chính vì thế mà các doanh nghiệp không quan tâm đến việc sản xuất và cung ứng hàng hóa công cộng mặc dù nó rất cần thiết cho xã hội.

7.1.2 Các nhân tố ngoại ứng

- Một ngoại ứng xuất hiện khi nào quyết định sản xuất hay tiêu dùng của cá nhân lại ảnh hưởng trực tiếp đến việc sản xuất và tiêu dùng của người khác mà không thông qua giá cả thị trường.

+ Các ngoại ứng gây ra ảnh hưởng xấu (ngoại ứng tiêu cực):

Ví dụ: Một doanh nghiệp sản xuất thải nước bẩn gây ô nhiễm môi trường, xã hội phải chịu hậu quả còn doanh nghiệp không quan tâm đến.

+ Ngược lại ngoại ứng này gọi là ngoại ứng tích cực: Sản phẩm công cộng chính là trường hợp mà ta có tác động ngoại ứng mạnh hoàn toàn là lợi ích.

Ví dụ: Quốc phòng, an ninh, hải quân tuần phòng bờ biển đem lại bầu không khí an ninh của đất nước, mọi người được hưởng và không gây ảnh hưởng lẫn nhau.

Một người phòng bệnh lao: lợi ích không chỉ ở bản thân người đó mà những người xung quanh cũng được hưởng vì không bị lây bệnh.

- Trong nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp chạy theo mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận nên thường không quan tâm hay chưa quan tâm đúng mức đến tác động của ngoại ứng.

7.1.3 Thông tin không hoàn hảo

Thông tin không đối xứng là một đặc tính của nhiều tình huống kinh doanh.

Do thông tin không đầy đủ, nhà sản xuất có thể sản xuất quá nhiều hàng hóa này quá ít hàng hóa khác, do đó không tạo được hiệu quả.

7.1.4 Độc quyền và sức mạnh của thị trường

Trong nền kinh tế thị trường, sẽ có những doanh nghiệp độc quyền, các doanh nghiệp này có xu hướng thu hẹp để tăng giá, gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Do đó, Chính phủ phải can thiệp để tránh sự lũng đoạn của doanh nghiệp độc quyền.

7.1.5 Những rủi ro và khiếm khuyết khác

- Rủi ro là một trong những đặc trưng gắn liền với kinh tế thị trường khi có sự biến động lớn về giá cả, sản lượng của một hay một số hàng hóa nào đó.

- Kinh tế thị trường chấp nhận cạnh tranh nên các doanh nghiệp phải luôn đối mặt với những rủi ro: kinh tế suy thoái, lạm phát, thất nghiệp gia tăng...và những rủi ro khác khó lường trước được.

7.2 Chức năng, công cụ và phương pháp can thiệp của chính phủ

7.2.1 Chức năng kinh tế của chính phủ

- Xây dựng pháp luật, các qui định và qui chế điều tiết.
- Ổn định và cải thiện các hoạt động nền kinh tế như: kiểm soát tiền trong lưu thông, hạn chế thất nghiệp, lạm phát, phá vỡ sự trì trệ.
- Tác động đến việc phân bổ nguồn lực: chính phủ có thể tác động đến sự phân bổ nguồn lực bằng cách trực tiếp tác động đến sản xuất "cái gì", qua sự lựa chọn của Chính phủ, tác động đến khâu phân phối "cho ai" qua thuế, các khoản chuyển nhượng, trợ cấp đối giá cả và mức sản lượng sản xuất.

7.2.2 Các công cụ chủ yếu của Chính phủ tác động vào kinh tế

- Hệ thống pháp luật và bộ máy thực thi pháp luật
- Các công cụ tài chính tiền tệ:
 - + Chi tiêu của Chính phủ: chi tiêu của Nhà nước kích thích cầu, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phá vỡ trì trệ đảm bảo và tăng cường khả năng gia tăng lượng cung.

+ Kiểm soát lượng lưu thông: ngân hàng là nơi kiểm soát lượng tiền lưu thông, có thể tăng nhanh lượng tiền hơn nữa trong cơn suy thoái, để thúc đẩy nền kinh tế vượt qua khó khăn suy thoái. Khi lạm phát cao, ngân hàng Nhà nước có thể hạn chế phát hành và giảm bớt lượng tiền lưu thông để giảm tỷ lệ lạm phát.

+ Thuế: thuế là một công cụ tài chính rất quan trọng. Có thể phân chia làm 2 loại thuế:

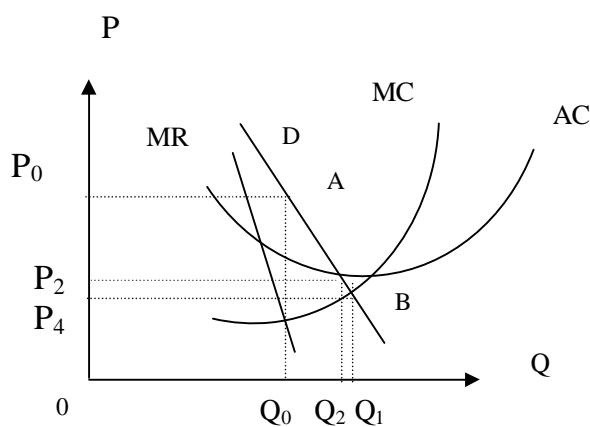
☞ Thuế trực tiếp: là loại thuế mà từng cá nhân nộp thuế thu nhập về khoản tiền kiếm được do sức lao động, tiền cho thuê, cổ tức và lãi suất.

☞ Thuế gián tiếp: là những loại thuế đánh vào việc tiêu thụ hàng hoá dịch vụ.

+ Tổ chức và sử dụng hệ thống kinh tế Nhà nước: chính phủ có thể đảm nhận sản xuất các mặt hàng và dịch vụ công cộng như: quốc phòng, y tế, giáo dục và một số ngành nghề tạo ra hàng hóa cá nhân.

7.2.3 Các phương pháp điều tiết của Chính phủ

* Điều tiết giá cả



Để đạt lợi nhuận tối đa, doanh nghiệp độc quyền hoàn toàn sẽ cung ứng sản lượng là Q_0 có $MR = MC$, mức giá bán là P_0 .

Giá bán độc quyền cao sẽ đem lại lợi nhuận độc quyền cao, làm thặng dư của người tiêu dùng giảm xuống: đòi hỏi Chính phủ can thiệp.

- Chính phủ điều tiết theo nguyên tắc cạnh tranh: qui định $P = MC$

Tại B: mức sản lượng cung ứng là Q_1 và bán với giá $P_1 = MC$: mức giá Chính phủ qui định.

Với mức giá P_1 doanh nghiệp sẽ bị lỗ và ngừng sản xuất (vì $P_1 < AC$)

Muốn duy trì sản xuất thì Chính phủ phải bù lỗ cho doanh nghiệp, khoản bù lỗ tối thiểu cho mỗi sản phẩm là đoạn BC.

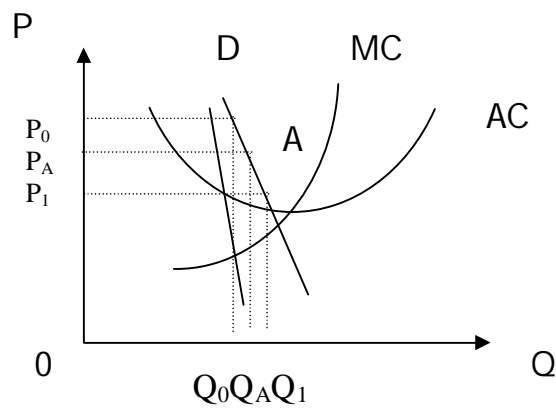
- Nếu Chính phủ can thiệp với mức giá $P = AC$

Tại C: mức sản lượng cung ứng là Q_2 và giá bán P_2

Theo cách này, lợi nhuận từ doanh nghiệp sang cho người tiêu dùng.

* Điều tiết sản lượng

Chính phủ qui định mức sản lượng tối thiểu doanh nghiệp buộc phải cung ứng. Từ đó đảm bảo giá bán tương ứng đảm bảo lợi nhuận cho nhà sản xuất và lợi ích của người tiêu dùng.



- $Q_{LN_{MAX}} < Q_{TT} < Q_{HV}$, khi đó doanh nghiệp sẽ cung ứng mức sản lượng Qui luật chi phí cơ hội tăng dần

Mức sản lượng tối thiểu mà Chính phủ qui định là Q_A , giá bán P_A .

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ngô Trần Ái, Giáo trình kinh tế học vi mô, NXB Giáo dục 2001
- [2] PGS.TS Vũ Kim Dũng, Hướng dẫn thực hành Kinh tế vi mô, NXB Thời Đại, 2011
- [3] PGS.TS Vũ Kim Dũng, Hướng dẫn thực hành Kinh tế vi mô II, NXB Thời Đại, 2011
- [4] GS TS Ngô Đình Giao, Hướng dẫn thực hành kinh tế vi mô, năm 2000
- [5] PGS.TS Lê Thế Giới, Kinh tế vi mô, NXB Tài chính, 2006
- [6] Sở Giáo dục Đào tạo Hà nội, ThS.Trần Thuý Lan, Giáo trình kinh tế vi mô, năm 2005
- [7] TS. Cao Thuý Xiêm, Tình huống và bài tập Kinh tế học vi mô, NXB Lao động – Xã hội, 2005

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: KINH TẾ VI MÔ VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP	1
1.1 Đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu kinh tế vi mô.....	1
1.1.1 Kinh tế vi mô, mối quan hệ của kinh tế vi mô với kinh tế vĩ mô.....	1
1.1.1.1 Kinh tế học.....	1
1.1.1.2 Kinh tế vĩ mô.....	1
1.1.1.3 Kinh tế vi mô.....	1
1.1.1.4 Mối quan hệ giữa kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô.....	1
1.1.2 Đối tượng và nội dung của kinh tế vi mô.....	2
1.1.2.1 Đối tượng.....	2
1.1.2.2 Nội dung	2
1.1.3. Phương pháp nghiên cứu vi mô	3
1.2.1 Doanh nghiệp.....	4
1.2.1.1 Khái niệm.....	4
1.2.1.2 Mục tiêu của doanh nghiệp	4
1.2.1.3 Quá trình kinh doanh của doanh nghiệp.....	4
1.2.1.4 Chu kỳ kinh doanh của doanh nghiệp.....	5
1.2.2 Những vấn đề cơ bản của doanh nghiệp	5
1.2.2.1 Sản xuất cái gì?.....	5
1.2.2.2 Sản xuất như thế nào?.....	6
1.2.2.3 Sản xuất cho ai?.....	6
1.3 Lý thuyết lựa chọn.....	6
1.3.1. Những vấn đề cơ bản của lý thuyết lựa chọn	6
1.3.2. Phương pháp lựa chọn tối ưu.....	7
1.4 Ảnh hưởng của qui luật khan hiếm, lợi suất giảm dần, chi phí cơ hội ngày càng tăng, hiệu quả kinh tế đến việc lựa chọn kinh tế tối ưu	9
1.4.1 Ảnh hưởng của qui luật khan hiếm	9
1.4.2 Ảnh hưởng của qui luật lợi suất giảm dần	9
1.4.3 Ảnh hưởng của qui luật chi phí cơ hội ngày càng tăng	10

1.4.4 Ảnh hưởng của hiệu quả kinh tế.....	10
CHƯƠNG 2: CUNG CẦU HÀNG HOÁ.....	13
2.1 Cầu hàng hóa.....	13
2.1.1 Khái niệm cầu.....	13
2.1.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu	13
2.1.3. Hàm số cầu.....	14
2.1.4 Biểu cầu.....	15
2.1.5 Đường cầu.....	15
2.1.6 Luật cầu	15
2.1.7 Sự vận động dọc theo đường cầu và sự dịch chuyển của đường cầu	16
2.1.7.1 Sự vận động dọc theo đường cầu.....	16
2.1.7.2 Sự dịch chuyển của đường cầu	16
2.2 Cung hàng hóa.....	18
2.2.1 Khái niệm cung.....	18
2.2.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến cung.....	18
2.2.3 Hàm số cung	18
2.2.4 Biểu cung	19
2.2.5 Đường cung.....	19
2.2.6 Luật cung.....	19
2.2.7 Sự vận động dọc theo đường cung và sự dịch chuyển của đường cung.....	19
2.2.7.1 Sự vận động dọc theo đường cung.....	19
2.2.7.2 Sự dịch chuyển của đường cung.....	19
2.3 Cân bằng cung cầu	19
2.3.1 Trạng thái cân bằng cung cầu	19
2.3.2 Trạng thái dư thừa và thiếu hụt	20
2.3.3 Sự thay đổi trạng thái cân bằng.....	20
2.3.4 Kiểm soát giá	21
2.3.4.1 Giá trần.....	21

2.3.4.2	<i>Giá sàn</i>	22
2.4	Sự co giãn của cầu	22
2.4.1	Sự co giãn của cầu theo giá	22
2.4.1.1	<i>Định nghĩa</i>	22
2.4.1.2	<i>Phương pháp tính độ co giãn của lượng cầu theo giá</i>	22
2.4.2	Sự co giãn của cầu theo giá cả hàng hóa liên quan	25
2.4.2.1	<i>Định nghĩa</i>	25
2.4.2.2	<i>Phương pháp tính</i>	25
2.4.2.3	<i>Ý nghĩa</i>	25
2.4.3	Sự co giãn của cầu theo thu nhập	26
2.4.3.1.	<i>Định nghĩa</i>	26
2.4.3.2.	<i>Phương pháp tính</i>	26
2.4.3.3.	<i>Ý nghĩa</i>	26
CHƯƠNG 3:	LÝ THUYẾT NGƯỜI TIÊU DÙNG	30
3.1	Lý thuyết về hành vi người tiêu dùng	30
3.1.1	Mục tiêu và tác phong ứng xử của người tiêu dùng	30
3.1.2	Lý thuyết lợi ích	30
3.1.2.1	<i>Lợi ích, tổng lợi ích, lợi ích cận biên</i>	30
3.1.2.2	<i>Nguyên tắc cân bằng tiêu dùng</i>	30
3.2.	Lựa chọn tiêu dùng tối ưu	31
3.2.1	Lựa chọn tiêu dùng tối ưu khi biết U, TU, MU	31
3.2.2	Lựa chọn tiêu dùng tối ưu bằng cách kết hợp đường ngân sách và đường bàng quan	32
3.2.2.1	<i>Đường ngân sách tiêu dùng</i>	32
3.2.2.2	<i>Đường bàng quan (Đường cong đồng ích)</i>	33
3.2.2.3	<i>Lựa chọn tiêu dùng tối ưu</i>	34
CHƯƠNG 4:	LÝ THUYẾT VỀ DOANH NGHIỆP	37
4.1	Lý thuyết sản xuất	37
4.1.1	Hàm sản xuất	37
4.1.2	Hàm sản xuất với một yếu tố đầu vào biến đổi	37

4.1.2.1	Năng suất bình quân	38
4.1.2.2	Năng suất cận biên.....	38
4.1.2.3	Qui luật năng suất cận biên giảm dần	39
4.1.3	Sản xuất với hai yếu tố đầu vào biến đổi.....	39
4.1.3.1	Đường đồng lượng	39
4.1.3.2	Đường đồng phí	41
4.1.3.3	Sự lựa chọn phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất.....	42
4.2	Lý thuyết chi phí sản xuất.....	43
4.2.1	Khái niệm về chi phí kế toán, chi phí cơ hội, chi phí kinh tế.....	43
4.2.2	Chi phí sản xuất trong ngắn hạn	43
4.2.2.1	Tổng chi phí, chi phí cố định, chi phí biến đổi.....	43
4.2.2.2	Chi phí bình quân.....	44
4.2.3	Chi phí sản xuất dài hạn	45
4.2.4	Qui mô sản xuất tối ưu trong dài hạn.....	45
CHƯƠNG 5: CẠNH TRANH VÀ ĐỘC QUYỀN.....		49
5.1. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo		49
5.1.1 Khái niệm cạnh tranh hoàn hảo		49
5.1.2 Đặc điểm cạnh tranh hoàn hảo		49
5.1.3 Đường cầu và doanh thu cận biên của doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo		49
5.1.3.1	Đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo	49
5.1.3.2	Doanh thu cận biên của Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo	50
5.1.4 Tối đa hóa lợi nhuận Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo		51
5.1.4.1	Định nghĩa	51
5.1.4.2	Quyết định sản lượng tối ưu	51
5.1.4.3	Lợi nhuận với các mức sản lượng.....	52
5.2. Thị trường độc quyền hoàn toàn		53
5.2.1 Khái niệm.....		53
5.2.2 Đặc điểm thị trường độc quyền hoàn toàn.....		53
5.2.3 Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền		53

5.2.4 Đường cầu và doanh thu cận biên của doanh nghiệp trong thị trường độc quyền	53
5.2.4.1 Đường cầu	53
5.2.4.2 Đường doanh thu cận biên	54
5.2.5 Tối đa hóa lợi nhuận của hãng độc quyền.....	54
5.2.6 Một số kỹ thuật hình thành giá công ty độc quyền.....	55
5.2.6.1. Định giá bán để đạt doanh thu tối đa	55
5.2.6.2 Định giá bán để sản lượng tiêu thụ tối đa mà không bị lỗ.....	55
5.2.6.3. Định giá bán đảm bảo tỷ suất lợi nhuận cho trước	55
5.3 Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo	56
5.3.1 Cạnh tranh độc quyền.....	56
5.3.1.1 Đặc điểm.....	56
5.3.1.2 Cân bằng thị trường ngắn hạn, dài hạn.....	57
5.3.2 Độc quyền tập đoàn.....	58
5.3.2.1 Đặc điểm.....	58
5.3.2.2 Giá cả và sản lượng của các doanh nghiệp trong thị trường thiếu số độc quyền có hợp tác	58
5.3.2.3 Giá cả và sản lượng của các doanh nghiệp trong thị trường độc quyền tập đoàn không có hợp tác	59
CHƯƠNG 6: THỊ TRƯỜNG YẾU TỐ SẢN XUẤT	63
6.1 Cung – cầu về lao động.....	63
6.1.1 Cầu về lao động	63
6.1.2 Cung về lao động	64
6.1.3 Cân bằng thị trường lao động.....	65
6.2 Cung – cầu về vốn.....	65
6.2.1 Cầu về vốn	65
6.2.2 Cung về vốn	66
6.2.3 Cân bằng thị trường vốn.....	67
6.3 Cung cầu về đất đai.....	68

CHƯƠNG 7: NHỮNG HẠN CHẾ CỦA KINH TẾ THỊ TRƯỜNG VÀ SỰ CAN THIỆP CỦA CHÍNH PHỦ	72
7.1. Những hạn chế của kinh tế thị trường.....	72
7.1.1 Hàng hóa công cộng	72
7.1.2 Các nhân tố ngoại ứng	72
7.1.3 Thông tin không hoàn hảo	73
7.1.4 Độc quyền và sức mạnh của thị trường.....	73
7.1.5 Những rủi ro và khiếm khuyết khác.....	73
7.2 Chức năng, công cụ và phương pháp can thiệp của chính phủ.....	73
7.2.1 Chức năng kinh tế của chính phủ.....	73
7.2.2 Các công cụ chủ yếu của Chính phủ tác động vào kinh tế	73
7.2.3 Các phương pháp điều tiết của Chính phủ	74
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	76
MỤC LỤC.....	77