

economics

8th Edition

David Begg
Stanley Fischer
Rudiger Dornbusch

Kinh tế học



Education

www.mcgraw-hill.co.uk



NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

www.nxbthongke.com.vn

Kinh tế học

© Sách được McGraw-Hill ủy quyền cho
Nhà xuất bản Thống kê độc quyền dịch,
xuất bản tại Việt Nam.

David Begg
Stanley Fischer
Rudiger Dornbusch

Kinh tế học

Biên dịch: Nhóm giảng viên Khoa Kinh tế học
Đại học Kinh tế quốc dân

Hiệu đính: Trần Phú Thuyết



NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ
Hà Nội, tháng 3/2007

Economics Eighth Edition
David Begg, Stanley Fischer and Rudiger Dornbusch
ISBN-13:978-007710775-8
ISBN-10:0-07-7107756



Published by McGraw-Hill Education
Shoppenhangers Road
Maidenhead
Berkshire
SL6 2QL
Telephone: 44 (0) 1628 502 500
Fax: 44 (0) 1628 770 224
Website: www.mcgraw-hill.co.uk

Original edition copyright 2005 McGraw-Hill International
UK Limited. All rights reserved.

KINH TẾ HỌC by Begg, Fischer and Dornbusch 8th edition
copyright 2007 by Statistical Publishing House. All rights
reserved.



LỜI NHÀ XUẤT BẢN

Việt Nam đã trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Sự hội nhập này hứa hẹn mang lại nhiều cơ hội cho chúng ta phát triển, song cũng mang lại cho chúng ta không ít thách thức phải vượt qua. Hành trang hội nhập vào nền kinh tế thế giới đòi hỏi chúng ta cần phải có kiến thức về kinh tế học hiện đại. Đáp ứng yêu cầu nghiên cứu, học tập của sinh viên, nghiên cứu sinh, giảng viên trong các trường đại học và đặc biệt là các nhà quản lý doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách Nhà xuất bản Thống kê tổ chức biên dịch và xuất bản bộ sách **KINH TẾ HỌC** của David Begg, phiên bản thứ 8.

Lần xuất bản này, so với những lần trước, nội dung sách đã được sửa đổi, bổ sung nhiều, phù hợp với thực tế phát triển của nền kinh tế thế giới. Trong mỗi chương, các vấn đề cơ bản được trình bày một cách có hệ thống, ngắn gọn và dễ hiểu, các định nghĩa chuẩn xác, có nhiều ví dụ thực tế minh họa cho phân lý thuyết, sách còn cập nhật nhiều số liệu thống kê về tình hình phát triển kinh tế thế giới. Cuối mỗi chương có phần tóm tắt nội dung và một số bài tập để bạn đọc kiểm tra kiến thức thu nhận được của mình.

Cuốn sách là một công trình lớn của tác giả nổi tiếng: David Begg - Giáo sư kinh tế học trường Tổng hợp London, Anh; Stanley Fischer - Giáo sư kinh tế học, Thống đốc Ngân hàng trung ương Israel và Rudiger Dornbusch - Giáo sư kinh tế học Học viện Công nghệ Massachusetts, Mỹ. Tại Việt Nam, năm 1992 bộ sách Kinh tế học (phiên bản thứ 3) lần đầu tiên đã được Nhà xuất bản Thống kê phối hợp với trường Đại học Kinh tế quốc dân Hà Nội dịch, xuất bản và phát hành. Sau 15 năm vắng bóng, cùng với sự ủy quyền của McGraw-Hill, Nhà xuất bản Thống kê lại tổ chức dịch, xuất bản bộ sách (phiên bản thứ 8).

Cùng với việc xuất bản cuốn sách **KINH TẾ HỌC** trên, chúng tôi còn tiến hành biên dịch và xuất bản cuốn sách kèm theo: **BÀI TẬP KINH TẾ HỌC** của tác giả Damian Ward và David Begg. Sách cung cấp các bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải)... hỗ trợ cho lý thuyết, giúp người đọc rèn luyện kỹ năng và kiểm tra sự hiểu biết của mình trong quá trình học tập và nghiên cứu.

Cuốn sách được nhóm giảng viên đang giảng dạy tại khoa Kinh tế học trường Đại học Kinh tế quốc dân biên dịch: PGS. TS Vũ Kim Dũng; PGS. TS Phạm Văn Minh; PGS. TS Nguyễn Văn Công; Th.S Hồ Đình Bảo; PGS. TS Cao Thúy Xiêm; Th.S Nguyễn Việt Hưng; Th.S Hoàng Thúy Nga; Th.S Trần Hương Giang. Hiệu đính là ông Trần Phú Thuyết, người đã dịch và hiệu đính lần xuất bản trước.

Trong quá trình biên dịch cuốn sách do thời gian có hạn nên khó tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi mong nhận được sự đóng góp ý kiến của bạn đọc để lần xuất bản sau cuốn sách được hoàn thiện hơn. Thư góp ý xin gửi về Phòng sách Tin học và Giáo trình - Nhà xuất bản Thống kê. Địa chỉ: số 86 - 98 Thụy Khuê - Tây Hồ - Hà Nội; E-mail: nxbthongke-chi@fpt.vn.

Xin chân thành cảm ơn!

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

Mục lục tóm tắt

<i>Lời nhà xuất bản</i>	v
<i>Mục lục chi tiết</i>	ix
<i>Khung chương trình gợi ý cho một khoá học ngắn hạn</i>	xviii
<i>Lời mở đầu</i>	xx
<i>Quy trình đọc</i>	xxiii

Phần một Giới thiệu 1

1. Kinh tế học và nền kinh tế	3
2. Các công cụ phân tích kinh tế	17
3. Cầu, cung và thị trường	33

Phần hai Kinh tế học vi mô thực chứng 47

4. Độ co giãn của cung và cầu	49
5. Lựa chọn của người tiêu dùng và quyết định cầu	66
6. Các quyết định cung ứng	88
7. Cung và chi phí	105
8. Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy	124
9. Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo	148
10. Thị trường lao động	170
11. Các loại lao động	195
12. Các thị trường yếu tố và phân phối thu nhập	212
13. Rủi ro và thông tin	234
14. Nền kinh tế thông tin	255

Phần ba Kinh tế học phúc lợi 273

15. Kinh tế học phúc lợi	275
16. Thu và chi của chính phủ	297
17. Chính sách ngành và chính sách cạnh tranh	317
18. Độc quyền tự nhiên: công cộng hay tư nhân?	336

Phần bốn Kinh tế học vĩ mô 355

19. Giới thiệu về kinh tế học vĩ mô	357
20. Sản lượng và tổng cầu	377

21. Chính sách tài khóa và ngoại thương	393
22. Tiền tệ và hoạt động ngân hàng	411
23. Lãi suất và cơ chế lan truyền tiền tệ	429
24. Chính sách tiền tệ và tài khóa	447
25. Tổng cung, giá cả và sự điều chỉnh đối với những cú sốc	460
26. Lạm phát, kỳ vọng và độ tin cậy	478
27. Thất nghiệp	503
28. Tỷ giá hối đoái và cân cân thanh toán	520
29. Kinh tế học vĩ mô cho nền kinh tế mở	537
30. Tăng trưởng kinh tế	555
31. Chu kỳ kinh doanh	575
32. Kinh tế học vĩ mô: Tổng kết	590

Phần năm Kinh tế thế giới

607

33. Thương mại quốc tế	609
34. Các chế độ tỷ giá hối đoái	632
35. Hội nhập châu Âu	648
36. Các nước kém phát triển	665
<i>Phụ lục: Đáp án</i>	681
<i>Thuật ngữ</i>	690

Mục lục chi tiết

	<i>Lời nhà xuất bản</i>	v
	<i>Mục lục tóm tắt</i>	vii
	<i>Khung chương trình gợi ý cho một khoá học ngắn hạn</i>	xviii
	<i>Lời mở đầu</i>	xx
	<i>Quy trình đọc</i>	xxiii
Phần một	Giới thiệu	1
Chương 1	Kinh tế học và nền kinh tế	3
	1.1 Các vấn đề kinh tế	4
	1.2 Khan hiếm và các mục đích sử dụng các nguồn lực khác nhau	7
	1.3 Vai trò của thị trường	9
	1.4 Thực chứng và chuẩn tắc	12
	1.5 Vi mô và vĩ mô	13
	Tóm tắt	14
	Câu hỏi ôn tập	15
Chương 2	Các công cụ phân tích kinh tế	17
	2.1 Số liệu kinh tế	18
	2.2 Các chỉ số	19
	2.3 Các biến thực tế và biến danh nghĩa	21
	2.4 Đo lường sự thay đổi của các biến số kinh tế	22
	2.5 Các mô hình kinh tế	23
	2.6 Mô hình và số liệu	24
	2.7 Các đồ thị điểm, đường và phương trình	25
	2.8 Cách tiếp cận khác đối với “các yếu tố khác không đổi”	27
	2.9 Các lý thuyết và minh chứng	28
	2.10 Những phê phán phổ biến về kinh tế học và các nhà kinh tế	28
	Tóm tắt	30
	Câu hỏi ôn tập	31
Chương 3	Cầu, cung và thị trường	33
	3.1 Thị trường	33
	3.2 Cầu, cung và sự cân bằng	34
	3.3 Đường cầu và đường cung	35
	3.4 Đẳng sau đường cầu	36
	3.5 Sự dịch chuyển của đường cầu	38
	3.6 Đẳng sau đường cung	39
	3.7 Sự dịch chuyển đường cung	41
	3.8 Thị trường tự do và sự kiểm soát giá	42
	3.9 Sản xuất cái gì, như thế nào và cho ai	44
	Tóm tắt	45
	Câu hỏi ôn tập	46

Phần hai	Kinh tế học vi mô thực chứng	47
Chương 4	Độ co giãn của cung và cầu	49
	4.1 Phản ứng của cầu đối với giá	49
	4.2 Giá, lượng cầu và tổng chi tiêu	54
	4.3 Các ứng dụng khác của độ co giãn của cầu	55
	4.4 Ngắn hạn và dài hạn	57
	4.5 Độ co giãn chéo của cầu	57
	4.6 Ảnh hưởng của thu nhập đến cầu	58
	4.7 Lạm phát và cầu	60
	4.8 Độ co giãn của cung	61
	4.9 Ai thực sự là người chịu thuế?	62
	Tóm tắt	63
	Câu hỏi ôn tập	64
Chương 5	Lựa chọn của người tiêu dùng và quyết định cầu	66
	5.1 Cầu cá nhân	66
	5.2 Sự điều chỉnh đối với thay đổi thu nhập	74
	5.3 Điều chỉnh đối với thay đổi giá	75
	5.4 Đường cầu thị trường	81
	5.5 Hàng hoá bổ sung và hàng hoá thay thế	82
	5.6 Trợ cấp bằng hiện vật	82
	Tóm tắt	83
	Câu hỏi ôn tập	84
	Phụ lục: lựa chọn tiêu dùng với lợi ích có thể đo lường	85
Chương 6	Các quyết định cung ứng	88
	6.1 Tổ chức doanh nghiệp	89
	6.2 Tài khoản của một hãng	89
	6.3 Các hãng và tối đa hoá lợi nhuận	94
	6.4 Tài chính công ty và kiểm soát công ty	94
	6.5 Quyết định cung của hãng	96
	6.6 Chi phí cận biên và doanh thu cận biên	97
	6.7 Đường chi phí cận biên và đường doanh thu cận biên	101
	Tóm tắt	102
	Câu hỏi ôn tập	103
Chương 7	Cung và chi phí	105
	7.1 Đầu vào và đầu ra	105
	7.2 Chi phí và lựa chọn công nghệ	107
	7.3 Tổng chi phí, chi phí trung bình, chi phí cận biên trong dài hạn	108
	7.4 Hiệu suất theo quy mô	109
	7.5 Chi phí trung bình và chi phí cận biên	113
	7.6 Quyết định sản lượng trong dài hạn	114
	7.7 Chi phí ngắn hạn và quy luật năng suất cận biên giảm dần	114
	7.8 Quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn	119
	7.9 Chi phí ngắn hạn và dài hạn	121
	Tóm tắt	121
	Câu hỏi ôn tập	123

Chương 8	Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy	124
8.1	Cạnh tranh hoàn hảo	125
8.2	Quyết định sản lượng của một hãng cạnh tranh hoàn hảo	126
8.3	Đường cung của ngành	129
8.4	So sánh tính trong một ngành cạnh tranh hoàn hảo	132
8.5	Cạnh tranh toàn cầu	134
8.6	Độc quyền thuần túy: trường hợp đối lập với cạnh tranh hoàn hảo	136
8.7	Sản lượng tối đa hoá lợi nhuận của một hãng độc quyền	137
8.8	Giá, sản lượng trong độc quyền và cạnh tranh	139
8.9	Độc quyền không có đường cung	141
8.10	Độc quyền và sự thay đổi công nghệ	144
	Tóm tắt	145
	Câu hỏi ôn tập	146
Chương 9	Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo	148
9.1	Tại sao các cấu trúc thị trường lại khác nhau	149
9.2	Cạnh tranh độc quyền	153
9.3	Độc quyền tập đoàn và sự phụ thuộc lẫn nhau	154
9.4	Lý thuyết trò chơi và các quyết định phụ thuộc lẫn nhau	157
9.5	Hàm phản ứng	159
9.6	Sự gia nhập mới và cạnh tranh tiềm năng	163
9.7	Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược	165
9.8	Kết luận	167
	Tóm tắt	168
	Câu hỏi ôn tập	169
Chương 10	Thị trường lao động	170
10.1	Câu về yếu tố của một hãng trong dài hạn	171
10.2	Câu về lao động của một hãng trong ngắn hạn	173
10.3	Đường cầu lao động của ngành	177
10.4	Cung lao động	178
10.5	Cân bằng thị trường lao động của ngành	183
10.6	Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế	184
10.7	Thị trường lao động có thanh toán hết không?	185
10.8	Tiền lương và việc làm ở Liên hiệp Anh	188
	Tóm tắt	189
	Câu hỏi ôn tập	190
	Phụ lục: Đường đồng lượng và sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất	191
Chương 11	Các loại lao động	195
11.1	Sự khác biệt về năng suất lao động	196
11.2	Phân biệt đối xử	202
11.3	Nghiệp đoàn	205
	Tóm tắt	210
	Câu hỏi ôn tập	211

Chương 12	Các thị trường yếu tố và phân phối thu nhập	212
	12.1 Vốn vật chất	213
	12.2 Tiền thuê, lãi suất và giá của tài sản	214
	12.3 Tiết kiệm, đầu tư và lãi suất thực tế	219
	12.4 Nhu cầu về dịch vụ vốn	220
	12.5 Cung ứng các dịch vụ vốn	221
	12.6 Cân bằng và điều chỉnh trên thị trường dịch vụ vốn	223
	12.7 Giá của tài sản vốn	225
	12.8 Đất đai và tiền thuê đất	226
	12.9 Phân bổ cung đất đai cố định cho các mục đích sử dụng cạnh tranh	227
	12.10 Các số liệu thực tế	228
	12.11 Phân phối thu nhập ở Liên hiệp Anh	229
	Tóm tắt	231
	Câu hỏi ôn tập	232
	Phụ lục: Phép đại số đơn giản cho giá trị hiện tại và chiết khấu	233
Chương 13	Rủi ro và thông tin	234
	13.1 Thái độ của cá nhân đối với rủi ro	234
	13.2 Bảo hiểm và rủi ro	236
	13.3 Sự không chắc chắn và lợi tức tài sản	240
	13.4 Lựa chọn danh mục đầu tư	242
	13.5 Các thị trường tài sản có hiệu quả	247
	13.6 Bàn thêm về rủi ro	250
	Tóm tắt	252
	Câu hỏi ôn tập	253
Chương 14	Nền kinh tế thông tin	255
	14.1 Các sản phẩm thông tin	255
	14.2 Tiêu dùng thông tin	256
	14.3 Các nhà phân phối thông tin	261
	14.4 Thiết lập các tiêu chuẩn	266
	14.5 Tóm tắt lại	267
	14.6 Bùng nổ và phá sản của các công ty dot.com	267
	Tóm tắt	270
	Câu hỏi ôn tập	271
Phần ba	Kinh tế học phúc lợi	273
Chương 15	Kinh tế học phúc lợi	275
	15.1 Công bằng và hiệu quả	276
	15.2 Cạnh tranh hoàn hảo và hiệu quả Pareto	277
	15.3 Sự méo mó và điều tốt thứ nhì	280
	15.4 Thất bại của thị trường	282
	15.5 Ảnh hưởng hướng ngoại	284
	15.6 Các vấn đề môi trường	287
	15.7 Các thị trường không tồn tại: thời gian và rủi ro	291
	15.8 Chất lượng, y tế và an toàn	291
	Tóm tắt	293
	Câu hỏi ôn tập	295

Chương 16	Thu và chi của chính phủ	297
	16.1 Đánh thuế và chi tiêu của chính phủ	299
	16.2 Chính phủ trong nền kinh tế thị trường	300
	16.3 Các nguyên tắc đánh thuế	303
	16.4 Đánh thuế và kinh tế học hướng cung	307
	16.5 Chính quyền địa phương	308
	16.6 Chủ quyền kinh tế	309
	16.7 Kinh tế chính trị: các chính phủ quyết định như thế nào	311
	Tóm tắt	314
	Câu hỏi ôn tập	315
Chương 17	Chính sách ngành và chính sách cạnh tranh	317
	17.1 Chính sách ngành	318
	17.2 Địa lý kinh tế	321
	17.3 Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền	323
	17.4 Chính sách cạnh tranh	328
	17.5 Sáp nhập	331
	Tóm tắt	333
	Câu hỏi ôn tập	334
Chương 18	Độc quyền tự nhiên: công cộng hay tư nhân?	336
	18.1 Độc quyền tự nhiên	337
	18.2 Các ngành quốc hữu hoá	338
	18.3 Công cộng và tư nhân	343
	18.4 Tư nhân hoá trong thực tế	345
	18.5 Điều tiết độc quyền tư nhân	347
	18.6 Sáng kiến tài chính tư nhân	349
	Tóm tắt	351
	Câu hỏi ôn tập	352
Phần bốn	Kinh tế học vĩ mô	355
Chương 19	Giới thiệu về kinh tế học vĩ mô	357
	19.1 Những vấn đề lớn	358
	19.2 Thực tế	358
	19.3 Tổng quan	359
	19.4 Hạch toán thu nhập quốc dân	361
	19.5 GNP đo lường gì	371
	Tóm tắt	374
	Câu hỏi ôn tập	375
Chương 20	Sản lượng và tổng cầu	377
	20.1 Các thành tố của tổng cầu	379
	20.2 Tổng cầu	382
	20.3 Sản lượng cân bằng	382
	20.4 Một cách tiếp cận khác: Tiết kiệm theo kế hoạch bảng đầu tư theo kế hoạch	384
	20.5 Giảm tổng cầu	386

	20.6	Số nhân	387
	20.7	Nghịch lý của tiết kiệm	389
		Tóm tắt	390
		Câu hỏi ôn tập	391
Chương 21		Chính sách tài khóa và ngoại thương	393
	21.1	Chính phủ và dòng luân chuyển	394
	21.2	Chính phủ và tổng cầu	395
	21.3	Ngân sách chính phủ	399
	21.4	Thâm hụt và tình hình tài khóa	400
	21.5	Các công cụ tự ổn định và chính sách tài khóa chủ động	402
	21.6	Nợ quốc gia và thâm hụt	403
	21.7	Ngoại thương và xác định thu nhập	405
		Tóm tắt	408
		Câu hỏi ôn tập	410
Chương 22		Tiền tệ và hoạt động ngân hàng	411
	22.1	Tiền và các chức năng của tiền	411
	22.2	Ngân hàng hiện đại	414
	22.3	Các ngân hàng tạo tiền như thế nào	416
	22.4	Cơ sở tiền và số nhân tiền	418
	22.5	Các thước đo tiền	420
	22.6	Cạnh tranh giữa các ngân hàng	422
	22.7	Cầu tiền	422
		Tóm tắt	427
		Câu hỏi ôn tập	428
Chương 23		Lãi suất và cơ chế lan truyền tiền tệ	429
	23.1	Ngân hàng Anh	429
	23.2	Ngân hàng trung ương và cung ứng tiền tệ	430
	23.3	Người cho vay cứu viện cuối cùng	432
	23.4	Sự cân bằng trên các thị trường tài chính	433
	23.5	Kiểm soát tiền tệ	436
	23.6	Các mục tiêu và công cụ của chính sách tiền tệ	438
	23.7	Cơ chế lan truyền	438
		Tóm tắt	445
		Câu hỏi ôn tập	446
Chương 24		Chính sách tiền tệ và tài khóa	447
	24.1	Các quy tắc của chính sách tiền tệ	448
	24.2	Mô hình IS-LM	449
	24.3	Mô hình IS-LM trong thực tiễn	451
	24.4	Các cú sốc đối với cầu tiền	453
	24.5	Sự phối hợp chính sách	453
	24.6	Tác động của thuế trong tương lai	455
	24.7	Lại bàn về quản lý nhu cầu	457
		Tóm tắt	458
		Câu hỏi ôn tập	459

Chương 25	Tổng cung, giá cả và sự điều chỉnh đối với những cú sốc	460
	25.1 Lạm phát và tổng cầu	461
	25.2 Tổng cung	463
	25.3 Lạm phát cân bằng	464
	25.4 Thị trường lao động và hành vi tiền lương	467
	25.5 Tổng cung trong ngắn hạn	469
	25.6 Quá trình điều chỉnh	470
	25.7 Sự điều chỉnh chậm chạp đối với các cú sốc	472
	25.8 Sự đánh đổi trong các mục tiêu tiền tệ	474
	Tóm tắt	475
	Câu hỏi ôn tập	476
Chương 26	Lạm phát, kỳ vọng và độ tin cậy	478
	26.1 Tiền tệ và lạm phát	479
	26.2 Lạm phát và lãi suất	481
	26.3 Lạm phát, tiền tệ và thâm hụt	483
	26.4 Lạm phát, thất nghiệp và sản lượng	485
	26.5 Chi phí của lạm phát	491
	26.6 Chống lạm phát	495
	26.7 Ủy ban Chính sách tiền tệ	498
	Tóm tắt	500
	Câu hỏi ôn tập	501
Chương 27	Thất nghiệp	503
	27.1 Thị trường lao động	504
	27.2 Phân tích thất nghiệp	505
	27.3 Giải thích những thay đổi trong tỷ lệ thất nghiệp	509
	27.4 Biến động thất nghiệp theo chu kỳ	514
	27.5 Chi phí do thất nghiệp	515
	Tóm tắt	518
	Câu hỏi ôn tập	519
Chương 28	Tỷ giá hối đoái và cán cân thanh toán	520
	28.1 Thị trường ngoại hối	520
	28.2 Các chế độ tỷ giá	523
	28.3 Cán cân thanh toán	524
	28.4 Tỷ giá thực tế	526
	28.5 Những nhân tố quyết định tài khoản vãng lai	528
	28.6 Tài khoản tài chính	529
	28.7 Cân bằng bên trong và cân bằng bên ngoài	531
	28.8 Tỷ giá thực tế cân bằng dài hạn	532
	Tóm tắt	535
	Câu hỏi ôn tập	536
Chương 29	Kinh tế học vĩ mô cho nền kinh tế mở	537
	29.1 Chế độ tỷ giá cố định	537
	29.2 Chính sách kinh tế vĩ mô trong chế độ tỷ giá cố định	541

	29.3	Phá giá	542
	29.4	Chế độ tỷ giá thả nổi	545
	29.5	Chính sách tiền tệ và tài khóa trong chế độ tỷ giá thả nổi	549
	29.6	Đồng bảng từ năm 1980	551
		Tóm tắt	552
		Câu hỏi ôn tập	553
Chương 30		Tăng trưởng kinh tế	555
	30.1	Tăng trưởng kinh tế	556
	30.2	Tổng quan về tăng trưởng	558
	30.3	Tri thức công nghệ	560
	30.4	Tăng trưởng và tích lũy	562
	30.5	Tăng trưởng thông qua tiến bộ công nghệ	565
	30.6	Tăng trưởng ở các nước thuộc OECD	566
	30.7	Tăng trưởng nội sinh	570
	30.8	Chi phí cho tăng trưởng	572
		Tóm tắt	573
		Câu hỏi ôn tập	574
Chương 31		Chu kỳ kinh doanh	575
	31.1	Xu thế và chu kỳ: thống kê hay kinh tế học?	576
	31.2	Các lý thuyết về chu kỳ kinh doanh	578
	31.3	Các chu kỳ kinh doanh thực tế	581
	31.4	Một chu kỳ kinh doanh quốc tế	585
	31.5	Phục hồi kinh tế của Liên hiệp Anh sau năm 1992	586
	31.6	Cuộc phiêu lưu mới sau năm 2001	587
		Tóm tắt	588
		Câu hỏi ôn tập	588
Chương 32		Kinh tế học vĩ mô: Tổng kết	590
	32.1	Các lĩnh vực bất đồng	591
	32.2	Kinh tế học vĩ mô cổ điển mới	595
	32.3	Những người theo thuyết trọng tiền tuần tiến	598
	32.4	Những người theo thuyết Keynes ôn hoà	599
	32.5	Những người theo thuyết Keynes cực đoan	601
	32.6	Tổng kết	602
		Tóm tắt	603
		Câu hỏi ôn tập	604
Phần năm		Kinh tế thế giới	607
Chương 33		Thương mại quốc tế	609
	33.1	Các xu hướng thương mại	610
	33.2	Lợi thế so sánh	612
	33.3	Thương mại nội ngành	617
	33.4	Những người được lợi và những người bị thiệt	619
	33.5	Kinh tế học về thuế quan	620
	33.6	Các lập luận tốt và xấu về thuế quan	622

	33.7	Các mức thuế quan: không quá tối?	627
	33.8	Các chính sách thương mại khác	628
		Tóm tắt	629
		Câu hỏi ôn tập	630
Chương 34		Các chế độ tỷ giá hối đoái	632
	34.1	Bản vị vàng	633
	34.2	Kiểm soát có điều chỉnh	635
	34.3	Tỷ giá hối đoái thả nổi	636
	34.4	Các cuộc tấn công đầu cơ vào tỷ giá hối đoái kiểm chế	637
	34.5	Cố định và thả nổi	639
	34.6	Sự phối hợp chính sách quốc tế	641
	34.7	Hệ thống tiền tệ châu Âu	642
		Tóm tắt	646
		Câu hỏi ôn tập	647
Chương 35		Hội nhập châu Âu	648
	35.1	Thị trường thống nhất	648
	35.2	Lợi ích của thị trường chung	649
	35.3	Từ EMS đến EMU	651
	35.4	Kinh tế học về EMU	653
	35.5	Trung và Đông Âu	657
		Tóm tắt	663
		Câu hỏi ôn tập	664
Chương 36		Các nước kém phát triển	665
	36.1	Phân phối thu nhập của thế giới	665
	36.2	Các trở ngại đối với sự phát triển	666
	36.3	Phát triển thông qua trao đổi thương mại các sản phẩm thô	668
	36.4	Công nghiệp hoá	672
	36.5	Vay để tăng trưởng	674
	36.6	Phát triển thông qua điều chỉnh cơ cấu	677
	36.7	Viện trợ	677
		Tóm tắt	679
		Câu hỏi ôn tập	680
Phụ lục: Đáp án			681
Thuật ngữ			690

Khung chương trình gợi ý cho một khoá học ngắn hạn

Nếu một giảng viên sử dụng cuốn sách này phục vụ cho việc giảng dạy một khoá kinh tế học, bạn có thể không có điều kiện để sử dụng toàn bộ cuốn sách này. Dưới đây là một số gợi ý cách thức sử dụng nó cho một khoá học ngắn hạn, hay sử dụng như một tài liệu đối với các khoá kinh tế vi mô hoặc kinh tế vĩ mô.

Phương án 1

Giới thiệu kinh tế học một cách tóm lược

- 1 Kinh tế học và nền kinh tế
- 2 Các công cụ phân tích kinh tế
- 3 Cầu, cung và thị trường
- 4 Độ co giãn của cung và cầu
- 6 Các quyết định cung ứng
- 7 Cung và chi phí
- 8 Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy
- 9 Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo
- 10 Thị trường lao động
- 12 Các thị trường yếu tố và phân phối thu nhập
- 15 Kinh tế học phúc lợi
- 19 Giới thiệu về kinh tế học vi mô
- 20 Sản lượng và tổng cầu
- 21 Chính sách tài khóa và ngoại thương
- 22 Tiền tệ và hoạt động ngân hàng
- 23 Lãi suất và cơ chế lan truyền tiền tệ
- 24 Chính sách tiền tệ và tài khóa
- 32 Kinh tế học vi mô: Tổng kết
- 33 Thương mại quốc tế

Phương án 2

Giới thiệu về kinh tế học vi mô

- 1 Kinh tế học và nền kinh tế
- 2 Các công cụ phân tích kinh tế
- 3 Cầu, cung và thị trường
- 4 Độ co giãn của cung và cầu
- 5 Lựa chọn của người tiêu dùng và quyết định cầu
- 6 Các quyết định cung ứng
- 7 Cung và chi phí
- 8 Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy
- 9 Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo
- 10 Thị trường lao động
- 12 Các thị trường yếu tố và phân phối thu nhập
- 15 Kinh tế học phúc lợi

- 16 Thu và chi của chính phủ
- 17 Chính sách ngành và chính sách cạnh tranh
- 18 Độc quyền tự nhiên: công cộng hay tư nhân?
- 33 Thương mại quốc tế

Phương án 3

Giới thiệu kinh tế vĩ mô

- 1 Kinh tế học và nền kinh tế
- 2 Các công cụ phân tích kinh tế
- 3 Cầu, cung và thị trường
- 19 Giới thiệu về kinh tế học vĩ mô
- 20 Sản lượng và tổng cầu
- 21 Chính sách tài khóa và ngoại thương
- 22 Tiền tệ và hoạt động ngân hàng
- 23 Lãi suất và cơ chế lan truyền tiền tệ
- 24 Chính sách tiền tệ và tài khóa
- 25 Tổng cung, giá cả và sự điều chỉnh đối với những cú sốc
- 26 Lạm phát, kỳ vọng và độ tin cậy
- 27 Thất nghiệp
- 28 Tỷ giá hối đoái và cân cân thanh toán
- 29 Kinh tế học vĩ mô cho nền kinh tế mở
- 30 Tăng trưởng kinh tế
- 31 Chu kỳ kinh doanh
- 32 Kinh tế học vĩ mô: Tổng kết
- 34 Các chế độ tỷ giá hối đoái

Lời mở đầu

Kinh tế học là một lĩnh vực rất thú vị mà không chỉ dành riêng cho các nhà kinh tế chuyên nghiệp. Nó ảnh hưởng đến tất cả mọi hoạt động, không chỉ trong công việc hay trong các cửa hàng mua bán mà ngay cả ở nhà và nơi bỏ phiếu bầu. Nó ảnh hưởng đến việc chúng ta bảo vệ hành tinh của mình, chăm sóc cho tương lai của con cái chúng ta tốt như thế nào, nó ảnh hưởng đến mức độ mà chúng ta có thể quan tâm đến những người nghèo và những người bị thiệt thòi, quan tâm đến những tài nguyên mà chúng ta sử dụng.

Những vấn đề này được đề cập hàng ngày trong các quán bar, xe bus cũng như các cuộc họp nội các hay các phòng điều hành. Nghiên cứu chính thống về kinh tế học rất hấp dẫn vì nó giới thiệu một phương pháp cho phép chúng ta hiểu các vấn đề một cách tốt hơn. Tất cả mọi người đều hiểu rằng động cơ thải khói là một dấu hiệu không tốt, nhưng đôi khi chỉ một thợ cơ khí được đào tạo mới có thể đưa ra lời khuyên đúng về việc khắc phục nó như thế nào.

Cuốn sách này được thiết kế để giúp bạn công cụ đó và giúp bạn thực hành trong việc sử dụng nó. Không một ai mang một hộp đồ lớn đi quá xa. Các công cụ hữu dụng là đủ nhỏ để có thể mang theo nhưng hàm chứa đầy đủ các công cụ đã được kiểm chứng để đối phó với những vấn đề thường nhật và những tình huống không được dự đoán trước. Cùng với việc thực hành bạn sẽ thấy ngạc nhiên về việc phân tích này có thể chiếu sáng cuộc sống thường nhật đến mức như thế nào. Cuốn sách này được thiết kế để làm cho kinh tế học tỏ ra là hữu dụng trong thực tế.

Các nhà kinh tế bất đồng đến mức nào?

Có một sự phân nân từ rất lâu về việc các nhà kinh tế không bao giờ thống nhất về bất cứ một điều gì. Điều này là sai. Các phóng viên, những người lái xe taxi và các nhà chính trị thích nói về những chủ đề có sự bất đồng; sẽ là một buổi truyền hình tẻ nhạt nếu tất cả các thành viên tham gia trong buổi thảo luận có cùng quan điểm. Nhưng kinh tế học không phải là một môn mà luôn có một câu trả lời thống nhất cho tất cả mọi thứ, nó có nhiều câu trả lời cho rất nhiều câu hỏi. Chúng ta sẽ chỉ ra các nhà kinh tế thống nhất ở đâu, đối với cái gì và vì lý do gì, và vì sao đôi khi họ không thống nhất.

Kinh tế học trong thế kỷ 21

Mục tiêu của chúng ta là làm cho các sinh viên hiểu được môi trường kinh tế hiện nay. Điều này đòi hỏi nắm vững lý thuyết và thực hành những áp dụng của nó. Giống như các lý thuyết về gen hay công nghệ thông tin phát triển thì lý thuyết kinh tế cũng liên tục thay đổi, đôi khi rất nhanh và theo những cách thức thú vị.

Chúng tôi tin tưởng vào cách thức giới thiệu cho sinh viên những kiến thức mới nhất trong kinh tế học. Nếu có thể chuyển giao kiến thức đó một cách đơn giản, tại sao phải bắt sinh viên sử dụng những phương pháp cũ ít tác dụng hơn? Hai diễn biến gần đây trong kinh tế học sẽ nhấn mạnh việc mà chúng tôi làm. Một là vai trò thông tin và hai là quá trình toàn cầu hoá.

Việc thông tin được truyền tải và xử lý như thế nào là trọng tâm đối với nhiều vấn đề về các động lực và sự cạnh tranh, bao gồm sự bùng nổ gần đây trong lĩnh vực thương mại điện tử. Sự đơn giản trong việc tiếp cận thông tin cộng với chi phí vận tải thấp cũng giải thích các xu hướng đối với toàn cầu hoá, và sự giám sát liên đới về chủ quyền quốc

gia đặc biệt là đối với các nước nhỏ. Kinh tế học hiện đại giúp chúng ta hiểu được thế giới đang thay đổi, suy đoán về xu hướng sắp tới và đánh giá những lựa chọn mà chúng ta thường gặp phải.

Học tập thông qua thực hành

Ít ai luyện tập để thi bằng lái chỉ bằng việc đọc một cuốn sách. Ngay cả khi bạn cho rằng bạn hiểu được cách thức để điều khiển xe lên dốc, nó cũng đòi hỏi phải luyện tập rất nhiều để thuần thục những điểm cốt yếu. Cũng cách thức như vậy, chúng tôi đưa ra cho bạn rất nhiều ví dụ và các ứng dụng trong thực tế không chỉ để nhấn mạnh sự hiện diện của kinh tế học mà còn để giúp bạn nắm bắt được nó. Chúng tôi bắt đầu bằng việc giới thiệu và dẫn dắt bạn qua các công cụ phân tích lý thuyết và cách thức áp dụng chúng. Chúng tôi không sử dụng số học và có rất ít phương trình trong cuốn sách này. Các ý tưởng tốt nhất là đơn giản và luôn có thể được giải thích một cách khá dễ dàng.

Nghiên cứu như thế nào

Không nên chỉ đọc về kinh tế học mà hãy thử làm nó! Khi trong sách nói “rõ ràng” hãy tự hỏi bản thân mình tại sao nói nó rõ ràng? Thử xem xem bạn có thể xây dựng một đồ thị trước khi bạn đọc nó. Ngay khi bạn không thể theo tiếp một điều gì đó hãy quay lại và đọc lại nó. Cố gắng tìm kiếm những ví dụ khác mà trong đó lý thuyết có thể áp dụng. Cách thức duy nhất để kiểm tra xem bạn đã thực sự nắm được các vấn đề chưa là thử các câu hỏi ôn tập và kiểm tra lại xem bạn có trả lời đúng không. Lần xuất bản thứ 8 này có đáp án cho các câu hỏi mà bạn có thể tìm thấy ở trang 681 - 689. Bạn cũng có thể khai thác các tài liệu trên mạng đi liền với cuốn sách này như các tài liệu phụ trợ, hay cũng có thể tìm hiểu cuốn bài tập phục vụ cho cuốn sách này.

Để hỗ trợ bạn trong quá trình học, chúng tôi có xây dựng một số ký hiệu nghiên cứu nổi bật. Để làm quen với các ký hiệu này mời bạn mở trang quy trình đọc (trang xxiii - xxiv).

Những thay đổi trong lần xuất bản thứ 8

Lần xuất bản thứ 8 đã được tu chỉnh cẩn thận, mặc dù chúng tôi vẫn duy trì cấu trúc quen thuộc để đảm bảo cuốn sách có được những ý tưởng mới nhất về thế giới đang phát triển và cách thức mà kinh tế học có thể phân tích nó.

Những thay đổi cụ thể trong lần xuất bản mới này bao gồm:

- Đổi mới hoàn toàn trong việc bàn về chính sách cạnh tranh ở Liên hiệp Anh, phản ánh những thay đổi trong thực tế điều chỉnh và luật pháp, bản thân chúng phản ứng đối với sự thay đổi những điều kiện thị trường mà chúng ta giải thích.
- Bàn luận một cách thực tế về chính sách tiền tệ hiện đại sử dụng cách đặt mục tiêu lạm phát. Các phân tích truyền thống mà dựa vào mô hình IS-LM với cung tiền cố định đã lỗi thời hơn bao giờ hết, và trọng tâm của Phần 4 kết hợp chính sách tiền tệ mới với những thảo luận truyền thống về tổng cung và đường Phillips.
- Lần xuất bản thứ 8 đưa ra thảo luận về chính sách tiền tệ mới một cách kỹ lưỡng hơn, lần đầu tiên được giới thiệu trong lần xuất bản thứ 7, để cập đến những cơ sở của nó để làm cho người lần đầu tiên nghiên cứu kinh tế học có thể tiếp cận được.
- Cập nhật tất cả các số liệu đến 2003/2004 trong các hình vẽ và các bảng biểu, và rất nhiều các hộp được sử dụng để minh họa những ý tưởng cơ bản, thích hợp cho việc học tập và nghiên cứu.

- Trình bày được đổi mới trong đó bố trí các thuật ngữ cơ bản ra bên ngoài lề sách để thuận tiện cho việc tham khảo và làm cho các nội dung dễ dàng nắm bắt và sử dụng hơn.
- Cung cấp nhiều tài liệu hơn cho người dạy.

Các tài liệu bổ trợ

Kinh tế học lần xuất bản thứ 8 đưa ra hàng loạt các tài liệu cho việc giảng dạy và học tập kinh tế học. Các tài liệu được đưa ra trong lần xuất bản mới này với mục đích đáp ứng những phản hồi của các độc giả để cung cấp cho người dạy hàng loạt những tài liệu phục vụ cho công tác giảng dạy và đánh giá. Các sinh viên cũng được cung cấp thêm tài liệu để hỗ trợ trong việc học tập, tu chỉnh lại và áp dụng các nguyên lý kinh tế học.

Quy trình đọc

Phần hai

Kinh tế học vi mô thực chứng

Kinh tế học vi mô thực chứng là một nhánh của kinh tế học nghiên cứu hành vi của cá nhân và tổ chức trong đời sống hàng ngày. Nó tập trung vào việc kiểm tra các lý thuyết kinh tế bằng cách sử dụng dữ liệu thực tế và các phương pháp thống kê để phân tích hành vi của con người. Mục tiêu của kinh tế học vi mô thực chứng là để hiểu rõ hơn về cách mà các cá nhân và tổ chức đưa ra quyết định và hành động trong các tình huống khác nhau. Điều này giúp các nhà kinh tế học đưa ra các dự đoán chính xác hơn về hành vi của con người và đưa ra các chính sách kinh tế hiệu quả hơn.

Liên quan

- 1. Các bài tập trong phần này
- 2. Các bài tập trong phần này
- 3. Các bài tập trong phần này

Phần mở đầu

Có 5 phần mở đầu trong đó giới thiệu chủ đề và thuật ngữ trong toàn bộ nội dung của 5 phần.

Những khái niệm quan trọng

Những khái niệm này được làm rõ trong từng chương và đưa ra những điểm cốt yếu cho việc tham khảo được dễ dàng. Phần thuật ngữ ở cuối cuốn sách biên soạn các thuật ngữ cơ bản cho tài liệu tham khảo cầm tay.

Mục tiêu nghiên cứu

Mỗi chương được mở đầu với một loạt các mục tiêu nghiên cứu, giới thiệu những vấn đề sẽ được đề cập trong chương đó và đưa ra một sự chỉ dẫn cho các sinh viên trong việc học tập.

Các hình và bảng

Mỗi chương đưa ra một số hình và bảng để giúp bạn hình dung về các mô hình kinh tế khác nhau và để minh họa, tổng kết các khái niệm quan trọng. Các lời chú thích đưa ra những giải thích về các hình vẽ quan trọng.

Chương 9

Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo

Mục tiêu nghiên cứu

Hiểu được cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo.

- 1. Phân biệt các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 2. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 3. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 4. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 5. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 6. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 7. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 8. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 9. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.
- 10. Phân tích hành vi của các doanh nghiệp trong các cấu trúc thị trường khác nhau.

Bảng 9.1. Các cấu trúc thị trường

Cấu trúc thị trường	Đặc điểm	Loại hình cạnh tranh	Mức độ cạnh tranh
Thị trường cạnh tranh hoàn hảo	Nhiều người bán, nhiều người mua, hàng hóa đồng nhất, thông tin đầy đủ.	Cạnh tranh hoàn hảo	Cao
Thị trường độc quyền	Chỉ một người bán, nhiều người mua, hàng hóa độc nhất, thông tin không đầy đủ.	Độc quyền	Thấp
Thị trường độc quyền bán	Nhiều người bán, nhiều người mua, hàng hóa khác biệt, thông tin không đầy đủ.	Độc quyền bán	Thấp
Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo	Nhiều người bán, nhiều người mua, hàng hóa khác biệt, thông tin không đầy đủ.	Cạnh tranh không hoàn hảo	Thấp

9.1. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo

Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, có rất nhiều người bán và người mua, mỗi người chỉ đóng góp một phần nhỏ vào tổng cung và cầu. Các doanh nghiệp trong thị trường này là những doanh nghiệp nhỏ, không có sức ảnh hưởng đến giá cả thị trường. Họ bán những hàng hóa đồng nhất, và thông tin về giá cả và chất lượng hàng hóa là đầy đủ.

Chương 10

Thị trường công nhân và thị trường vốn

Mục tiêu nghiên cứu

Hiểu được thị trường công nhân và thị trường vốn.

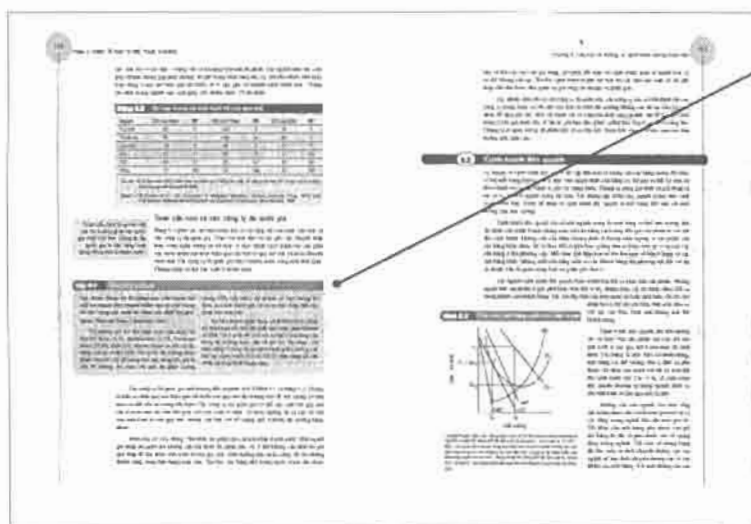
- 1. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 2. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 3. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 4. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 5. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 6. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 7. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 8. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 9. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.
- 10. Phân tích thị trường công nhân và thị trường vốn.

10.1. Thị trường công nhân

Thị trường công nhân là thị trường mua và bán lao động. Nó là một thị trường cạnh tranh không hoàn hảo, trong đó các doanh nghiệp mua lao động từ các cá nhân. Các doanh nghiệp trong thị trường này có sức ảnh hưởng đến giá cả thị trường. Họ mua những lao động khác biệt, và thông tin về giá cả và chất lượng lao động là không đầy đủ.

10.2. Thị trường vốn

Thị trường vốn là thị trường mua và bán vốn. Nó là một thị trường cạnh tranh hoàn hảo, trong đó các doanh nghiệp mua và bán vốn từ các cá nhân. Các doanh nghiệp trong thị trường này không có sức ảnh hưởng đến giá cả thị trường. Họ mua và bán những vốn đồng nhất, và thông tin về giá cả và chất lượng vốn là đầy đủ.



Các hộp

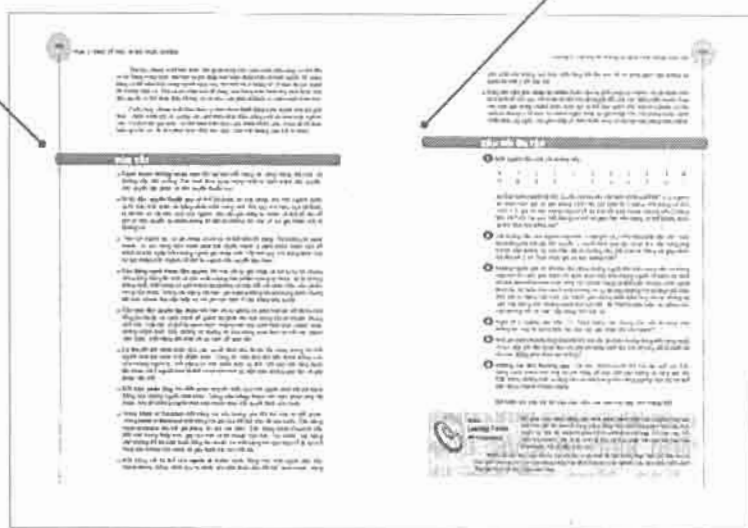
Các ví dụ trong toàn bộ các chương đưa kinh tế học vào cuộc sống và minh họa ứng dụng của các lý thuyết và khái niệm vào các vấn đề đương đại.

Câu hỏi ôn tập

Những câu hỏi này giúp bạn ôn tập lại và áp dụng những kiến thức mà bạn đạt được trong mỗi chương và có thể được sử dụng để kiểm tra kiến thức của bạn hoặc làm trọng tâm cho việc thảo luận ở trên lớp. Các sinh viên có thể kiểm tra bằng việc xem đáp án ở cuối sách.

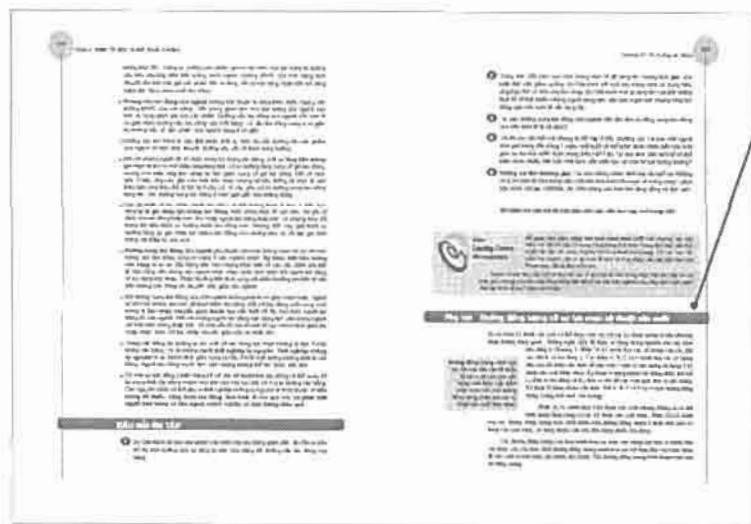
Tóm tắt cuối chương

Tóm tắt này nhắc lại và nhấn mạnh một cách ngắn gọn những chủ đề chính được đề cập trong từng chương, nó cũng là một công cụ quan trọng để kiểm tra lại kiến thức về những khái niệm quan trọng nhất đã được đề cập.



Các phụ lục chương

Những mục này ở cuối chương cung cấp những giải thích sâu hơn về các mô hình kinh tế cho những người có ý định sử dụng chúng. Nó không nhất thiết cho việc hiểu nội dung kinh tế học của cuốn sách này mà nó dành cho những người quan tâm đến việc mở rộng kiến thức của mình.



Phần một

Giới thiệu

Kinh tế học ở ngay xung quanh ta. Nó cho biết xã hội giải quyết vấn đề khan hiếm như thế nào. Chúng ta không thể có tất cả những gì mình muốn, cho dù đó là kỳ nghỉ kéo dài hoặc không khí hoàn toàn trong sạch. Chúng ta phải thực hiện sự lựa chọn. Kinh tế học là sự nghiên cứu cách thức xã hội đưa ra các lựa chọn. Kinh tế học không chỉ nghiên cứu về thu nhập, giá cả và tiền tệ. Đôi khi việc sử dụng thị trường là hợp lý, đôi khi chúng ta cần những cách giải quyết khác. Phương pháp phân tích kinh tế giúp chúng ta quyết định khi nào nên để việc lựa chọn cho thị trường giải quyết, khi nào bỏ qua thị trường.

Chương 1 giới thiệu những vấn đề cơ bản về sự khan hiếm và lựa chọn, và mức độ can thiệp của chính phủ trong những quyết định đó. Chương 2 giới thiệu những lập luận kinh tế, xem xét cách thức kết hợp giữa lý thuyết và thực tế để nâng cao những hiểu biết của chúng ta. Chương 3 minh họa sự hoạt động của thị trường.

Nội dung:

- | | | |
|----------|-------------------------------|----|
| 1 | Kinh tế học và nền kinh tế | 3 |
| 2 | Các công cụ phân tích kinh tế | 17 |
| 3 | Cầu, cung và thị trường | 33 |

Chương 1

Kinh tế học và nền kinh tế

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Kinh tế học là việc nghiên cứu xem xã hội giải quyết vấn đề khan hiếm như thế nào.
- 2 Các cách thức xã hội quyết định các vấn đề sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai.
- 3 Khái niệm chi phí cơ hội.
- 4 Kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc.
- 5 Kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô.

Tất cả các nhóm người đều phải giải quyết ba vấn đề cơ bản của cuộc sống hàng ngày: Sản xuất hàng hoá, dịch vụ gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai.

Kinh tế học là việc nghiên cứu xem xã hội quyết định các vấn đề sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai.

Hàng hoá là những sản phẩm vật chất như thép hay quả dâu tây. Dịch vụ là những hoạt động như massage hay các buổi hoà nhạc trên sân khấu, được tiêu dùng hay thưởng thức ngay khi chúng được tạo ra. Hiếm khi các vấn đề sản xuất cái gì, như thế nào và sản xuất cho ai được giải quyết sẵn. Thông thường xã hội phải giải đáp cả 3 vấn đề trên.

Bằng việc nhấn mạnh đến vai trò của xã hội, định nghĩa của chúng ta đặt kinh tế học trong các môn khoa học xã hội. chuyên nghiên cứu và giải thích hành vi con người. Kinh tế học nghiên cứu hành vi trong sản xuất, trao đổi và sử dụng hàng hoá, dịch vụ. Vấn đề kinh tế cốt yếu đối với xã hội là dung hoà mâu thuẫn giữa mong muốn vô hạn của con người đối với hàng hoá, dịch vụ, và sự khan hiếm của các nguồn lực (lao động, máy móc thiết bị và nguyên vật liệu) để sản xuất các hàng hoá, dịch vụ này.

Trong việc giải quyết các vấn đề sản xuất cái gì, như thế nào và sản xuất cho ai, kinh tế học giải thích các nguồn lực khan hiếm được phân bổ như thế nào cho các mục đích sử dụng khác nhau.

Mặc dù kinh tế học nghiên cứu hành vi con người, nhưng chúng ta mô tả nó như một môn khoa học. Điều này phản ánh phương pháp phân tích, chứ không phải

chủ đề của kinh tế học. Kinh tế học phát triển các lý thuyết về hành vi con người và kiểm chứng với thực tế. Chương 2 sẽ xem xét các công cụ mà các nhà kinh tế học sử dụng và giải thích ý nghĩa khoa học của phương pháp này. Điều này không có nghĩa là kinh tế học bỏ qua con người như các cá nhân. Hơn nữa, kinh tế học còn mang yếu tố nghệ thuật. Chỉ khi có được cảm giác về việc con người thực tế hành động như thế nào, các nhà kinh tế mới có thể tập trung sự phân tích của mình vào các vấn đề cốt yếu.

Hộp 1-1 Phần lớn sản lượng là dịch vụ

Vào đầu thế kỷ 21, ở các nước phát triển, sản lượng nông nghiệp chiếm khoảng 1% tổng sản phẩm quốc dân và công nghiệp là dưới 30%. Phần còn lại trong tổng sản phẩm là dịch vụ, bao gồm: ngân hàng, vận tải, giải trí, viễn thông, du lịch và dịch vụ công cộng (quốc phòng, an ninh, giáo dục, y tế).

Dịch vụ là thành phần phát triển nhanh nhất trong tổng sản phẩm và trong kim ngạch xuất khẩu. Sự thành công trong việc xuất khẩu dịch vụ ngân hàng, thời trang và giải trí đã đưa Liên hiệp Anh thành nước xuất khẩu dịch vụ lớn thứ 2 thế giới.

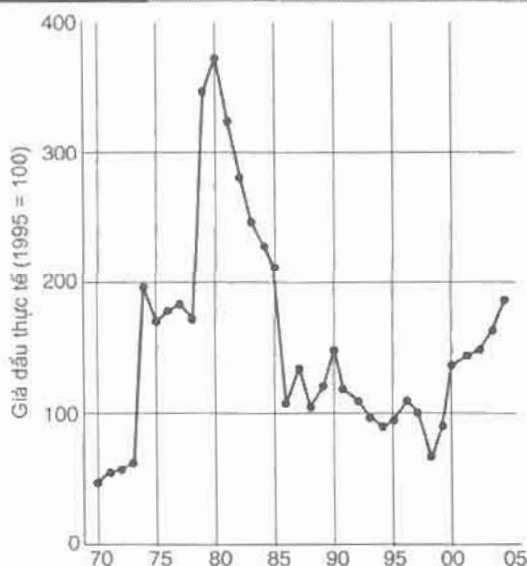
% tổng sản phẩm quốc dân	Anh	Mỹ	Pháp	Nhật
Nông nghiệp	1	2	3	2
Công nghiệp	27	25	26	33
Dịch vụ	72	73	71	66

Nguồn: World Bank, World Development Report.

1.1 Các vấn đề kinh tế

Việc cố gắng hiểu kinh tế học là gì thông qua nghiên cứu các khái niệm cũng giống như học bơi thông qua đọc sách hướng dẫn. Phân tích chính thống chỉ có ý nghĩa khi bạn có kinh nghiệm thực hành. Trong mục này, chúng ta sẽ bàn đến 2 ví dụ về việc xã hội phân bổ các nguồn lực khan hiếm như thế nào cho các mục đích sử dụng khác nhau. Trong từng ví dụ chúng ta sẽ thấy được tầm quan trọng của các vấn đề sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, và sản xuất cho ai?

Hình 1.1 Giá dầu thực tế, 1970 - 2004



Nguồn: IMF, International Financial Statistics.

Các cú sốc giá dầu

Dầu mỏ cung cấp nhiên liệu để sưởi ấm, vận tải và vận hành động cơ, là đầu vào của các sản phẩm hoá dầu và các sản phẩm dân dụng từ đĩa nhựa cho đến quần áo polyeste.

Trước năm 1973 nhu cầu sử dụng dầu mỏ tăng lên một cách ổn định. Dầu trước đây vốn rẻ và dồi dào. Năm 1973, OPEC - Tổ chức các nước xuất khẩu dầu (www.opec.org) - thực hiện việc cắt giảm sản lượng, dẫn đến dầu trở nên khan hiếm và giá của nó tăng gấp 3 lần. Những người sử dụng không thể ngay lập tức dừng việc sử dụng dầu. Làm cho dầu trở nên khan hiếm là điều rất có lợi cho các nước thành viên OPEC.

Hình 1.1 minh họa giá dầu thực tế (đã điều chỉnh theo lạm phát) từ năm 1970 đến năm 2004. Giá tăng gấp 3 lần vào năm 1973 - 1974 và gấp 2 lần vào năm 1979 - 1980. Hình 1.1 cũng cho thấy rằng các thị trường đã tìm kiếm cách thức vượt qua sự thiếu hụt dầu do OPEC tạo ra. Giá dầu cao không tiếp diễn mãi mãi. Ở một thời điểm nhất định, giá

cao sẽ làm cho người tiêu dùng sử dụng ít dầu hơn và những nhà sản xuất ngoài OPEC bán được nhiều hơn. Những phản ứng này được chi phối bởi giá cả và là một phần trong cách thức mà rất nhiều xã hội xác định sản xuất cái gì, như thế nào và sản xuất cho ai?

Trước hết ta xem xét việc các hàng hoá được sản xuất như thế nào. Khi giá dầu tăng cao, các hãng cắt giảm việc sử dụng các sản phẩm phụ thuộc vào dầu của mình. Các hãng hoá chất phát triển các đầu vào nhân tạo thay cho các đầu vào từ dầu, các hãng hàng không đặt hàng nhiều hơn đối với các máy bay tiết kiệm nhiên liệu, và điện được sản xuất từ các máy phát đốt khí nhiều hơn. Giá dầu cao hơn làm cho nền kinh tế sản xuất theo hướng sử dụng ít dầu hơn.

Thế còn vấn đề sản xuất cái gì? Các hộ gia đình chuyển sang sử dụng lò sưởi khí đốt tập trung và sử dụng xe ô tô nhỏ hơn. Những người đi làm luân phiên cùng đi ô tô của nhau hoặc đi bộ đến trung tâm thành phố. Giá cao làm giảm mạnh cầu đối với các hàng hoá liên quan đến dầu, khuyến khích người tiêu dùng mua sắm các hàng hoá thay thế. Cầu cao hơn đối với các hàng hoá này sẽ làm tăng giá của chúng và khuyến khích hoạt động sản xuất. Những người thiết kế sản xuất ô tô cỡ nhỏ hơn, kiến trúc sư sử dụng năng lượng mặt trời và các phòng nghiên cứu tạo ra những sản phẩm thay thế cho dầu trong công nghiệp hoá chất.

Vấn đề sản xuất cho ai trong ví dụ này có một câu trả lời rõ ràng. Doanh thu từ dầu của OPEC tăng nhanh sau năm 1973. Phần nhiều trong phần doanh thu tăng lên đó được chi tiêu cho những hàng hoá được sản xuất ở các nước công nghiệp phương Tây. Ngược lại, các nước nhập khẩu dầu phải từ bỏ nhiều hơn sản phẩm của mình để trao đổi cho việc nhập khẩu dầu. Trên phương diện hàng hoá, giá dầu tăng làm tăng sức mua của OPEC và làm giảm sức mua của các nước nhập khẩu dầu như Đức, Nhật Bản. Nền kinh tế thế giới sản xuất nhiều hơn cho OPEC và ít hơn cho Đức và Nhật Bản.

Hình 1.1 cũng chỉ ra rằng giá dầu tiếp tục dao động. Sau năm 1982 sức mạnh của OPEC suy giảm dần vì những nhà cung cấp dầu khác tham gia và người sử dụng đã dùng các hàng hoá thay thế thích hợp. Tuy nhiên, OPEC hành động một lần nữa vào năm 1999, cắt giảm sản lượng, đẩy giá dầu tăng cao và gây ra một cuộc khủng hoảng nhiên liệu khác vào năm 2000. Năm 2004, Mỹ và EU thúc ép OPEC tăng sản lượng cung cấp để chống lại việc giá dầu tăng cao trong thời gian có những bất ổn ở Iraq và Trung Đông.

Các cú sốc giá dầu minh hoạ xã hội phân bổ các nguồn lực khan hiếm như thế nào cho các mục đích sử dụng khác nhau. Giá dầu cao hơn phản ánh sự khan hiếm nhiều hơn của nó khi OPEC cắt giảm mức sản xuất.

Phân phối thu nhập

Bạn và gia đình có một lượng thu nhập hàng năm để mua sắm các hàng hoá, dịch vụ và sinh sống ở một địa điểm nhất định. Mức sống của bạn bao gồm những hàng hoá thiết yếu cho cuộc sống như: thức ăn, nơi ở, y tế, giáo dục, giải trí... Thu nhập của bạn thấp hơn một số người nhưng cao hơn một số người khác.

Các quốc gia có các mức thu nhập khác nhau. Thu nhập của một quốc gia hay thu nhập quốc dân là tổng thu nhập của tất cả các công dân của quốc gia đó. Thu nhập thế giới là tổng thu nhập của tất cả các quốc gia, như vậy là tổng thu nhập kiếm được của tất cả mọi người sống trên thế giới.

Phân phối thu nhập có mối quan hệ chặt chẽ với 3 vấn đề kinh tế là sản xuất cái gì, như thế nào và sản xuất cho ai. Bảng 1.1 minh hoạ tỷ lệ phân trăm dân số thế giới sống ở các nhóm quốc gia khác nhau. 41% dân số thế giới sống ở các nước nghèo, trong

Một nguồn lực là khan hiếm nếu cầu tại mức giá bằng không vượt quá cung sẵn có.

Phân phối thu nhập (trong 1 quốc gia, hay trên thế giới) cho biết tổng thu nhập được phân chia như thế nào cho các nhóm hay các cá nhân khác nhau.

đó 3 quốc gia lớn nhất là Ấn Độ, Trung Quốc và Indonesia. 44% sống ở các quốc gia có thu nhập trung bình, bao gồm các quốc gia như: Thailand, Brazil, Mexico và Hungary. Các nước giàu, bao gồm Mỹ, Tây Âu, Canada và Nhật Bản chỉ chiếm 15% dân số thế giới.

Thu nhập trên đầu người chỉ ra mức sống trung bình. Bảng 1.1 cho thấy ở các nước nghèo thu nhập bình quân đầu người là 285£/ năm. Ở các nước công nghiệp giàu có thu nhập hàng năm là 17162£/ đầu người, gấp gần 60 lần. Đây là những chênh lệch thu nhập rất lớn.

Bảng 1.1 Dân số và thu nhập thế giới

	Nhóm các nước		
	Nghèo	Trung bình	Giàu
Thu nhập trên đầu người (bảng)	285	1275	17162
% dân số thế giới	41	44	15
% thu nhập thế giới	4	15	81

Nguồn: World Bank, World Development Report 2003.

Bảng 1.1 cũng cho thấy rằng các nước nghèo chiếm 2/5 dân số thế giới nhưng chỉ chiếm 4% thu nhập thế giới. Các nước giàu chiếm 15% dân số thế giới nhưng chiếm 81% thu nhập thế giới.

Như vậy, nền kinh tế thế giới sản xuất cho ai? Chủ yếu là sản xuất cho 15% dân số thế giới sống ở các nước công nghiệp giàu có. Câu trả lời này cũng giúp chúng ta giải đáp cho câu hỏi sản xuất cái gì. Sản lượng thế giới chủ yếu hướng tới những hàng hoá, dịch vụ được tiêu dùng

ở các nước giàu. Những điều bất công bằng này chính là một phần những gì mà những người đấu tranh chống chủ nghĩa tư bản muốn nhấn mạnh.

Hộp 1-2 Người giàu nhất nước Anh

Phân phối thu nhập đã trở nên bình đẳng hơn rất nhiều trong mấy thế kỷ gần đây. Ngày nay các chính phủ tái phân phối thu nhập và của cải cho những người nghèo. Dưới chế độ phong kiến, vua chúa và tầng lớp quý tộc vơ vét hầu hết của cải của quốc gia cho bản thân.

Để chỉ ra sự bất bình đẳng đã diễn ra như thế nào, bảng dưới đây minh hoạ sự phân chia thu nhập quốc dân cho từng cá nhân, nhưng biểu thị chúng theo % thu nhập thực tế của Anh năm 2003. Kết quả là gì? Người giàu nhất nước Anh là một quý tộc người Noóc Măng, người đã chiến đấu trong trận Hastings năm 1066 và được ban thưởng vùng đất mà ngày nay

nó trị giá 57 tỷ bảng. Tuy nhiên, William nhà Warenne, bá tước xứ Surrey, không sống lâu để tận hưởng điều này: ông ấy bị giết bởi một mũi tên trong một trận đánh khác hai năm sau đó.

William nhà Warenne, bá tước xứ Surrey	65 tỷ bảng
Richard Fitzalan, bá tước xứ Arundel	54 tỷ bảng
Robert, bá tước xứ Mortain	52 tỷ bảng
Odo of Bayeux, bá tước xứ Kent	49 tỷ bảng
John nhà Gaunt, công tước xứ Lancaster	49 tỷ bảng
Edward, hoàng tử	32 tỷ bảng

Nguồn: www.SundayTimes.co.uk

Tại sao xảy ra sự bất bình đẳng lớn như vậy? Nó phản ánh việc hàng hoá được sản xuất như thế nào. Các quốc gia nghèo có ít máy móc và ít lao động được đào tạo chuyên nghiệp và kỹ thuật. Một công nhân Mỹ sử dụng máy đào đất chạy bằng động cơ hoàn thành được một công việc thì tại châu Phi phải cần nhiều công nhân sử dụng xẻng. Công nhân tại các quốc gia nghèo có năng suất lao động kém hơn vì họ làm việc trong những điều kiện bất lợi.

Thu nhập được phân phối bất bình đẳng trong nội bộ một quốc gia cũng như giữa các quốc gia. Tại Brazil, 10% dân số giàu nhất chiếm 48% thu nhập quốc dân, nhưng tại Anh 10% dân số giàu nhất chỉ chiếm 27% thu nhập quốc dân và tại Đan Mạch, chỉ là 20%.

Sự chênh lệch đó phần nào phản ánh điều mà chúng ta đã xem xét. Ví dụ, giáo dục của nhà nước tăng cơ hội giáo dục và đào tạo. Tuy nhiên, khi xem xét phân phối thu nhập quốc dân trong một nước chúng ta phải bổ sung hai điều mà thường ít quan trọng hơn khi bàn về chênh lệch thu nhập tính theo đầu người giữa các quốc gia.

Thứ nhất, thu nhập cá nhân có được không chỉ nhờ làm việc mà còn nhờ sở hữu tài sản (đất đai, nhà cửa, cổ phần công ty) thu được tiền thuê, lợi tức hoặc cổ tức. Tại Brazil, quyền sở hữu đất đai và nhà xưởng tập trung trong tay một nhóm nhỏ; tại Đan Mạch thì không.

Thứ hai, xã hội có thể quyết định xem có thay đổi sự phân phối thu nhập hay không. Một nền kinh tế xã hội chủ nghĩa thuần tuý có mục tiêu đạt được sự công bằng về thu nhập và tài sản. Ngược lại, trong một nền kinh tế sở hữu tư nhân, tài sản và quyền lực tập trung vào tay của một số ít người. Giữa hai thái cực này, chính phủ có thể thực hiện đánh thuế để điều chỉnh phân phối thu nhập. Một lý do tại sao Đan Mạch có phân phối thu nhập công bằng hơn so với Brazil là Đan Mạch đánh thuế cao vào những người có thu nhập cao để làm giảm sức mua của những người giàu và đánh thuế cao vào tài sản thừa kế để làm giảm sự tập trung tài sản vào tay của một số ít gia đình.

Mức độ của sự phân phối thu nhập không công bằng trong một quốc gia không chỉ ảnh hưởng đến việc hàng hoá, dịch vụ được sản xuất cho ai mà còn ảnh hưởng đến việc hàng hoá, dịch vụ gì được sản xuất ra. Ở Brazil, thu nhập phân phối không công bằng, người giàu sử dụng người nghèo làm người giúp việc, đầu bếp và làm tài xế. Ở Đan Mạch, vấn đề công bằng tốt hơn, có ít người có khả năng thuê người giúp việc.

1.2 Khan hiếm và các mục đích sử dụng các nguồn lực khác nhau

Xem xét một nền kinh tế có 4 lao động, có thể sản xuất lương thực hoặc film. Bảng 1.2 cho thấy số lượng mỗi hàng hoá được sản xuất. Câu trả lời phụ thuộc vào việc bao nhiêu lao động được phân bổ trong 2 ngành sản xuất. Trong mỗi ngành, nhiều lao động hơn hàm ý sản lượng hàng hoá đó nhiều hơn.

Quy luật hiệu suất giảm dần phát biểu rằng mỗi đơn vị lao động tăng thêm sẽ bổ sung ít hơn vào tổng sản phẩm so với đơn vị lao động trước.

Quy luật hiệu suất giảm dần được áp dụng khi một yếu tố sản xuất thay đổi (ví dụ lao động) còn các yếu tố khác (ví dụ như máy móc thiết bị, đất đai) được giữ cố định. Giả sử những người lao động trong ngành sản xuất film có thể sử dụng một số lượng cố định máy quay và phòng quay phim. Người lao động đầu tiên được độc quyền sử dụng các phương tiện này. Với số lượng lao động nhiều hơn, những phương tiện này bị chia sẻ cho mọi người. Việc tăng thêm số lượng lao động sẽ làm giảm khả năng sử dụng các thiết bị trên một đơn vị lao động. Số lượng

sản phẩm trên mỗi lao động sản xuất film giảm xuống khi số lượng lao động tăng thêm. Hiện tượng tương tự xảy ra đối với ngành sản xuất lương thực. Mỗi ngành sản xuất đều gặp phải hiện tượng hiệu suất giảm dần khi số lượng lao động gia tăng.

Bảng 1.2 Các khả năng sản xuất

Lương thực		Film	
Lao động	Sản lượng	Lao động	Sản lượng
4	25	0	0
3	22	1	9
2	17	2	17
1	10	3	24
0	0	4	30

Bảng 1.2 minh hoạ các kết hợp giữa lương thực và film được sản xuất nếu cả 4 lao động đều được sử dụng. Bảng việc chuyển đổi lao động từ ngành này sang ngành khác, nền kinh tế có thể sản xuất nhiều hơn một hàng hoá nhưng ít hơn hàng hoá khác. Có sự đánh đổi giữa sản lượng lương thực và sản lượng film.

Hình 1.2 minh hoạ các kết hợp tối đa có thể có của lương thực và film mà nền kinh tế có thể làm ra. Điểm A thể hiện dòng đầu tiên trong Bảng 1.2, tại đó sản lượng lương thực là 25 và sản lượng film là

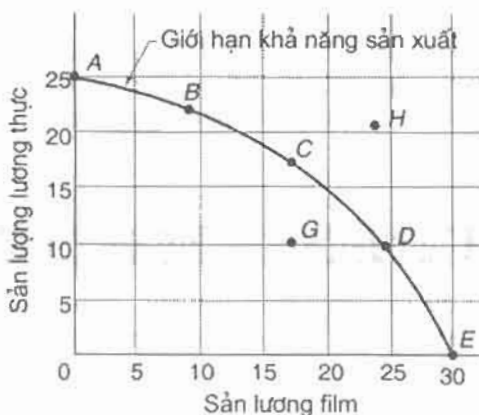
0. Điểm B, C, D và E tương ứng với các dòng tiếp theo trong Bảng 1.2. Đường cong nối các điểm từ A đến E trong Hình 1.2 được gọi là “đường giới hạn khả năng sản xuất” hay PPF.

Phần 1: GIỚI THIỆU

Đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF) minh họa số lượng tối đa của một hàng hóa có thể sản xuất với mỗi mức sản lượng của hàng hóa khác.

Chi phí cơ hội của một hàng hóa là số lượng hàng hóa khác phải hy sinh để có thêm một đơn vị hàng hóa đó.

Hình 1.2 Đường giới hạn khả năng sản xuất



Đường giới hạn khả năng sản xuất minh họa các kết hợp tối đa của các hàng hóa mà nền kinh tế có thể sản xuất với tất cả nguồn lực sẵn có. Đường giới hạn khả năng sản xuất mô tả sự đánh đổi: nhiều hơn hàng hóa này hàm ý sản xuất được ít hơn hàng hóa khác. Các điểm nằm bên ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất đòi hỏi nhiều nguồn lực hơn số lượng sẵn có của nền kinh tế. Các điểm nằm phía bên trong đường giới hạn khả năng sản xuất là những điểm không có hiệu quả. Bằng việc sử dụng toàn bộ nguồn lực sẵn có nền kinh tế có thể sản xuất ở những điểm nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất.

Đường giới hạn khả năng sản xuất này lõm so với góc toạ độ (sản lượng của 2 hàng hoá bằng 0). Điều này phản ánh quy luật hiệu suất giảm dần. Những sự vận động từ A sang B sang C thể hiện sự chuyển dịch lao động từ ngành sản xuất lương thực sang ngành sản xuất film. Mỗi sự chuyển dịch đó làm giảm số lượng sản xuất trên mỗi lao động trong ngành film nhưng làm tăng số lượng sản xuất trên mỗi lao động trong ngành lương thực. Mỗi sự chuyển dịch đó thể hiện số lượng film tăng lên ngày càng giảm nhưng số lượng lương thực phải hy sinh ngày càng tăng.

Trong Hình 1.2 giả sử chúng ta bắt đầu ở điểm A với 25 đơn vị lương thực và không sản xuất film. Thay đổi từ A sang B, chúng ta có thêm 9 film nhưng mất đi 3 đơn vị lương thực. Như vậy, 3 đơn vị lương thực là chi phí cơ hội của việc sản xuất 9 film đầu tiên. Độ dốc của đường PPF cho chúng ta biết chi phí cơ hội của một hàng hóa: số lượng một hàng hóa khác phải hy sinh để sản xuất thêm hàng hóa khác.

Để hiểu tại sao đường PPF là “đường biên”, chúng ta xem xét điểm G trong Hình 1.2. Xã hội sản xuất 10 đơn vị lương thực và 17 cuốn film. Điểm này là trong khả năng sản xuất của xã hội. Từ Bảng 1.2 ta thấy cần 1 lao động trong ngành lương thực và 2 lao động trong ngành film. Xã hội thừa nguồn lực. Lao động thứ tư không được sử dụng. G không phải là điểm nằm trên đường PPF vì chúng ta có thể sản xuất thêm 1 hàng hóa mà không phải hy sinh sản lượng của hàng hóa khác. Việc sử dụng thêm một lao động trong ngành lương thực sẽ đưa chúng ta đạt điểm C có thêm 7 đơn vị lương thực và số lượng film được sản xuất như cũ. Việc sử dụng thêm một lao động trong ngành film sẽ đưa chúng ta đạt điểm D có thêm 7 cuốn film và số lượng lương thực như cũ.

Hộp 1-3 Sự khan hiếm về số lượng giường bệnh

Chúng ta chi tiêu nhiều hơn cho y tế, hay các bệnh viện xuống cấp? Chi tiêu thực tế của chính phủ Anh (đã điều chỉnh lạm phát) cho y tế tăng lên 50% so với năm 1990. Vậy tại sao người ta cho rằng dịch vụ y tế bị cắt giảm? Thứ nhất, tuổi thọ của người dân tăng lên. Trong toàn dân số Anh, số người có độ tuổi trên 65 sẽ tăng từ 23% năm 1980 lên 31% vào năm 2030. Những người lớn tuổi hơn cần nhiều sự chăm sóc y tế hơn. Tổng số tiền chi ra không đổi, thì mức chuẩn trên đầu người giảm xuống. Thứ hai, những tiến bộ trong lĩnh vực y học tạo ra những phương pháp điều trị có hiệu quả nhưng đòi hỏi chi phí điều trị cao.

Chi tiêu cho y tế tăng nhanh hơn chút ít so với tổng sản phẩm quốc dân. Tuy nhiên, với một dân số đang già đi, chi tiêu cho y tế phải tăng nhanh hơn để giữ được mức chuẩn tính theo đầu người. Để tiếp cận được những cách điều trị mới (thường có chi phí cao) thì chi tiêu cho y tế cần tăng *nhANH HƠN* rất nhiều.

Vấn đề thực tế là sự khan hiếm, chúng ta chi tiêu các nguồn lực hạn chế của chúng ta cho những hoạt động nào? Chúng ta có ít giáo viên và truyền hình hơn để chuyển nhiều nguồn lực hơn cho y tế? Nếu không chúng ta phải hạn chế chăm sóc y tế. Việc hạn chế có thể thực hiện thông qua thị trường (đặt giá cho chăm sóc y tế dẫn đến người dân sẽ đi khám ít hơn) hay thông qua các quy định (hạn chế việc tiếp cận điều trị). Quyết định của xã hội ảnh hưởng đến vấn đề sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và đặc biệt trong ví dụ này là sản xuất cho ai.

Dịch vụ y tế tốt hơn không phải là miễn phí. Chi phí cơ hội của việc có nhiều y tá và bác sĩ hơn là khối lượng giáo dục, giải trí và các hàng hóa khác phải hy sinh để chuyển các nguồn lực khan hiếm nhiều hơn cho chăm sóc y tế.

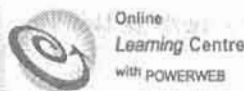
Đường PPF minh họa các điểm sản xuất hiệu quả của xã hội. Các điểm như điểm G nằm bên trong đường này là không có hiệu quả vì xã hội lãng phí nguồn lực. Sản xuất nhiều hơn một hàng hóa này không đòi hỏi sản xuất ít hơn hàng hóa khác. Như vậy, không có chi phí cơ hội cho việc sản xuất thêm một hàng hóa.

Các điểm nằm phía bên ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất, ví dụ như điểm H trong Hình 1.2, là những điểm không thể đạt được. Với ràng buộc nguồn lực sẵn có, nền kinh tế không thể làm ra được kết hợp sản lượng này. Nguồn lực khan hiếm, xã hội phải lựa chọn những điểm nằm phía bên trong hoặc nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất. Xã hội phải chọn lựa việc phân bổ các nguồn lực khan hiếm như thế nào cho các mục đích sử dụng khác nhau.

Vì con người thích film ảnh và lương thực, xã hội nên sản xuất một cách có hiệu quả. Các điểm nằm bên trong đường PPF hy sinh sản lượng một cách không cần thiết. Xã hội lựa chọn giữa các điểm nằm trên đường PPF. Để làm được điều đó, xã hội không chỉ quyết định sản xuất hàng hoá gì mà còn phải quyết định sản xuất như thế nào. Bảng 1.2 minh họa số lượng lao động phân bổ cho mỗi ngành để làm ra một kết hợp sản lượng nhất định. Tuy nhiên, ví dụ của chúng ta quá đơn giản để chỉ ra xã hội sản xuất cho ai.

Hiệu quả sản xuất có nghĩa là việc sản xuất nhiều hơn một hàng hóa này chỉ có thể đạt được bằng việc hy sinh sản lượng của hàng hóa khác.

Xã hội quyết định như thế nào, sản xuất ở điểm nào trên đường giới hạn khả năng sản xuất? Chính phủ có thể quyết định điều này. Tuy nhiên ở các nền kinh tế phương Tây, quá trình quan trọng nhất xác định sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai là do sự hoạt động của thị trường.



Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

1.3

Vai trò của thị trường

Thị trường đưa người mua và người bán các hàng hoá, dịch vụ lại gần nhau. Trong một số trường hợp, ví dụ như quầy bán hoa quả ở một vùng, người mua và người bán trực tiếp gặp nhau. Trong các trường hợp khác, ví dụ như thị trường cổ phiếu; giao dịch có thể được thực hiện bằng máy tính.

Giá của hàng hoá và nguồn lực (lao động, máy móc, đất đai và năng lượng) điều chỉnh để đảm bảo rằng các nguồn lực khan hiếm được sử dụng để sản xuất các hàng hoá, dịch vụ mà xã hội mong muốn. Bạn mua một chiếc bánh hamburger cho bữa trưa vì nó nhanh, rẻ và tiện lợi. Bạn thích bít tết hơn nhưng nó có giá đắt hơn. Giá của bít tết khá cao để đảm bảo rằng xã hội trả lời câu hỏi sản xuất cho ai về bữa ăn trưa bằng bít tết cho một số người khác là có lợi.

Thị trường là một quá trình mà qua đó tất cả các quyết định của hộ gia đình về tiêu dùng các hàng hoá khác nhau, các quyết định của doanh nghiệp về sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và các quyết định của người lao động về làm việc cho ai, làm việc bao nhiêu được cân bằng thông qua sự điều chỉnh của giá cả.

McDonald hoạt động kinh doanh vì ở một mức giá nhất định của thịt làm hamburger, tiền thuê cửa hàng và tiền lương trả cho nhân viên, họ vẫn có thể bán hamburger có lãi. Nếu tiền thuê mặt bằng tăng lên, họ có thể sẽ phải chuyển sang bán hamburger ở những khu vực khác có tiền thuê rẻ hơn hoặc chuyển sang phục vụ các bữa ăn trưa cao cấp cho những giám đốc điều hành giàu có. Sinh viên làm việc bán thời gian trong các quầy hàng vì công việc giúp họ chi trả học phí. Nếu tiền lương giảm xuống, họ sẽ không làm việc. Ngược lại, công việc này không đòi hỏi kỹ năng và có quá nhiều sinh viên tìm kiếm các công việc như vậy, do đó McDonald không phải trả tiền lương cao hơn.

Giá cả chi phối quyết định mua một chiếc hamburger của bạn, quyết định bán hamburger của McDonald và quyết định làm việc của sinh viên. Xã hội phân bổ các nguồn lực - thịt, cửa hàng và lao động - vào việc sản xuất hamburger thông qua hệ thống giá. Nếu người tiêu dùng không thích hamburger, doanh thu sẽ không đủ để bù đắp chi phí. Xã hội sẽ không phân bổ các nguồn lực vào sản xuất hamburger. Sở thích của người tiêu dùng đối với hamburger chi phối sự phân bổ các nguồn lực vào việc sản xuất hamburger.

Tuy nhiên khi gia súc mắc BSE, người tiêu dùng từ bỏ hamburger và chuyển sang sandwich kẹp thịt hun khói và giá của BLT tăng lên. Khi ngành sản xuất thức ăn nhanh chuyển sang sử dụng thịt lợn, giá thịt lợn tăng lên và giá thịt bò giảm xuống. Những điều chỉnh trong giá khuyến khích xã hội tái phân bổ đất đai từ nuôi bò sang nuôi lợn. Cao độ của khủng hoảng thịt bò ở Anh là vào những năm 1990, khủng hoảng này là do sự lo sợ về bệnh bò điên, giá thịt lợn tăng 25% trong khi giá thịt bò giảm xuống. Đây là một động lực mạnh để tái cơ cấu.

Nền kinh tế mệnh lệnh

Trong một nền kinh tế mệnh lệnh, một cơ quan kế hoạch hoá nhà nước quyết định sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai. Các chỉ dẫn cụ thể được đưa đến các hộ gia đình, doanh nghiệp và người lao động.

Các nguồn lực sẽ được phân bổ như thế nào nếu các thị trường không tồn tại? Một quá trình kế hoạch hoá như vậy là rất phức tạp. Không có một nền kinh tế mệnh lệnh tuyệt đối mà tất cả các quyết định phân bổ đều được thực hiện theo cách đó. Tuy nhiên, ở nhiều quốc gia, ví dụ như Trung Quốc, Cuba và Liên Xô cũ, đã có kế hoạch hoá và chỉ đạo tập trung trên quy mô lớn. Nhà nước sở hữu các nhà máy, đất đai và đưa ra các quyết định quan trọng nhất về việc người dân tiêu dùng hàng hoá gì, các hàng hoá được sản xuất như thế nào và người ta làm việc như thế nào.

Hộp 1-4

Chủ nghĩa Marx cho những nhà hoạch định kế hoạch tập trung

Trong suốt thời kỳ chiến tranh lạnh, các nhà kinh tế thường tranh cãi về những giá trị tương đối của chủ nghĩa tư bản và chủ nghĩa cộng sản. Tuy nhiên, Liên Xô từ bỏ kế hoạch hoá tập trung theo chủ nghĩa Mác sau năm 1990 và bắt đầu quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường. Năm 2003 các cổ động viên của câu lạc bộ bóng đá Chelsea chào đón ông chủ mới Roman Abramovitch người đi lên trong kinh tế thị trường, bắt đầu là một nhà buôn bán dầu mỏ và sau đó là chủ tịch của một trong những công ty dầu mỏ hàng đầu ở Nga.

Bức tường Berlin sụp đổ vì Liên Xô đã tự hậu xa so với các nền kinh tế thị trường ở phương Tây. Những khó khăn cốt yếu này sinh ra:

- **Động lực kém:** Việc đảm bảo việc làm tuyệt đối làm giảm động cơ làm việc. Những người quản lý các nhà máy đặt hàng nguyên vật liệu vượt quá số lượng cần thiết để đảm bảo nguyên vật liệu cho năm kế tiếp. Vì những nhà hoạch định kế hoạch có thể điều hành số lượng dễ dàng hơn so với chất lượng nên các doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu mục tiêu số lượng bằng cách bỏ qua yêu cầu chất lượng. Thiếu những tiêu chuẩn về môi trường, các doanh nghiệp gây ô nhiễm nghiêm trọng. Kế hoạch hoá tập trung dẫn đến hàng hoá chất lượng thấp và làm hại cho môi trường.
- **Cạnh tranh phi hiệu quả:** Các nhà hoạch định kế hoạch tin tưởng rằng to lớn là tốt đẹp. Nhưng quy mô lớn làm cho các nhà hoạch định kế hoạch mất thông tin từ các hãng cạnh tranh, nên rất khó đánh giá hiệu quả. Thiếu sự cạnh tranh để chọn lựa thì không thể tránh được những sai lầm kinh tế.
- **Quá tải thông tin:** Các nhà hoạch định kế hoạch không thể theo kịp những chi tiết của hoạt động kinh tế. Máy móc thiết bị bị gỉ sét vì không có người lắp đặt sau khi giao hàng, mùa màng thu hoạch bị thối rữa vì lưu kho và phân phối không phối hợp được.

Đây là một nhiệm vụ rất lớn. Hãy tưởng tượng bạn phải điều hành thành phố hay thị trấn mà bạn đang sống bằng mệnh lệnh. Nghĩ đến các quyết định phân bổ lương thực, quần áo, nhà ở mà bạn phải đưa ra. Bạn sẽ quyết định ai được hưởng cái gì và quá trình mà các hàng hoá, dịch vụ được sản xuất như thế nào? Các quyết định này được thực hiện hàng ngày chủ yếu bằng cơ chế phân bổ của thị trường và giá cả.

“Bàn tay vô hình”

Thị trường mà các chính phủ không can thiệp vào được gọi là **thị trường tự do**.

“**Bàn tay vô hình**” là sự khẳng định rằng cá nhân mưu cầu lợi ích riêng của mình trong thị trường tự do có thể phân bổ các nguồn lực một cách có hiệu quả theo quan điểm của xã hội.

Các cá nhân trong thị trường tự do mưu cầu lợi ích của bản thân họ không thông qua sự can thiệp hay chỉ đạo của chính phủ. Ý tưởng về một hệ thống có thể giải quyết các vấn đề sản xuất cái gì, như thế nào và cho ai là một trong những chủ đề cổ điển nhất trong kinh tế học, bắt nguồn từ nhà kinh tế người Scotland, Adam Smith, tác giả của cuốn sách “Của cải của các dân tộc” (1776). Smith cho rằng các cá nhân mưu cầu lợi ích của bản thân mình sẽ được dẫn dắt bằng “bàn tay vô hình” để làm những việc vì lợi ích của toàn xã hội.

Giả sử bạn mong muốn trở thành một triệu phú. Bạn trân trọng với những ý tưởng mới và phát minh ra một thứ gì đó, ví dụ DVD. Mặc dù được thúc đẩy bằng động cơ cá nhân, bạn làm cho xã hội tốt hơn bằng việc tạo ra những cơ hội và việc làm mới. Bạn làm cho đường giới hạn khả năng sản xuất của xã hội dịch chuyển ra phía bên ngoài - cũng số lượng nguồn lực ấy, nhưng làm ra nhiều hàng hoá hơn và tốt hơn - và trở thành một triệu phú trong cùng quá trình đó. Smith cho rằng mưu cầu lợi ích cá nhân không có bất kỳ sự lãnh đạo tập trung nào có thể tạo ra một xã hội cổ kết mà có thể đưa ra các quyết định phân bổ khôn ngoan.

Phát kiến đáng giá này đã được nghiên cứu trong một thời gian dài bởi các nhà kinh tế hiện đại. Trong các chương sau, chúng ta sẽ giải thích khi nào bàn tay vô hình hoạt động tốt, khi nào hoạt động thất bại. Lúc đó sự can thiệp phần nào của chính phủ là cần thiết.

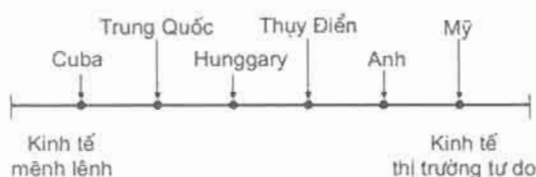
Trong một **nền kinh tế hỗn hợp** khu vực chính phủ và khu vực tư nhân cùng tham gia giải quyết các vấn đề kinh tế. Chính phủ can thiệp vào các quyết định thông qua đánh thuế, trợ cấp và cung cấp các dịch vụ miễn phí như quốc phòng và an ninh. Chính phủ cũng thực hiện điều tiết mức độ mà các cá nhân có thể mưu cầu lợi ích.

Nền kinh tế hỗn hợp

Thị trường tự do cho phép các cá nhân mưu cầu lợi ích riêng của mình mà không có những hạn chế của chính phủ. Nền kinh tế mệnh lệnh dung nhượng phạm vi hạn hẹp đối với tự do kinh tế của cá nhân. Các quyết định do chính phủ đưa ra từ trên xuống. Nằm giữa hai thái cực này là nền kinh tế hỗn hợp.

Phần lớn các nước có nền kinh tế hỗn hợp, mặc dù một số gần với kinh tế mệnh lệnh hơn và một số khác gần với nền kinh tế thị trường tự do hơn. Hình 1.3 minh hoạ điều này. Ngay cả Cuba cũng cho phép người tiêu dùng một số lựa chọn đối với hàng hoá mà họ mua sắm. Ngược lại, các quốc gia như Mỹ, chấp nhận phương thức thị trường tự do rộng rãi hơn, cũng có những mức độ nhất định về hoạt động của chính phủ trong việc cung cấp hàng hoá, dịch vụ công cộng, phân phối lại thu nhập thông qua thuế và thanh toán chuyển nhượng, và đồng thời điều tiết thị trường.

Hình 1.3 Định hướng thị trường



Vai trò của thị trường trong phân bổ nguồn lực là rất khác nhau giữa các quốc gia. Trong kinh tế mệnh lệnh các nguồn lực được phân bổ bằng kế hoạch hóa tập trung của chính phủ. Trong kinh tế thị trường tự do không có sự điều tiết của chính phủ đối với tiêu dùng, sản xuất và trao đổi hàng hóa. Nằm giữa hai hình thức này là kinh tế hỗn hợp, các lực lượng thị trường đóng vai trò rất lớn nhưng đồng thời cũng có sự can thiệp của chính phủ.

1.4 Thực chứng và chuẩn tắc

Kinh tế học thực chứng nghiên cứu mục đích hay những lý giải khoa học về cách vận hành của nền kinh tế.

Trong nghiên cứu kinh tế học cần phân biệt giữa “kinh tế học chuẩn tắc” và “kinh tế học thực chứng”. Mục tiêu của kinh tế học thực chứng là phân tích xem xã hội ra quyết định như thế nào về tiêu dùng, sản xuất và trao đổi hàng hoá. Nó vừa có mục đích giải thích nguyên nhân hoạt động của nền kinh tế vừa cho phép dự báo về cách phản ứng của nền kinh tế trước những biến động. Trong kinh tế học thực chứng, chúng ta hành động như những nhà khoa học khách quan. Bất kể quan điểm chính trị hay giá trị văn hoá của chúng ta là gì, chúng ta xem xét thế giới thực sự hoạt động như thế nào. Ở giai đoạn này, không có chỗ cho những nhận định mang giá trị cá nhân. Chúng ta xem xét những luận điểm dưới dạng: nếu điều này thay đổi thì điều kia sẽ xảy ra. Về mặt này, kinh tế học thực chứng giống như những môn khoa học tự nhiên (Vật lý, địa chất học hay thiên văn học).

Các nhà kinh tế học với các quan điểm chính trị hoàn toàn khác nhau đều đồng ý rằng khi chính phủ áp đặt thuế đối với một hàng hoá, giá của hàng hoá đó sẽ tăng lên. Câu hỏi chuẩn tắc liên quan đến việc giá cả tăng lên có tốt hay không là một vấn đề hoàn toàn khác.

Cũng giống như bất kỳ một môn khoa học nào khác, nó cũng có những câu hỏi chưa giải đáp được, còn có nhiều bất đồng. Những bất đồng này chính là những thách thức đặt ra cho kinh tế học thực chứng. Quá trình nghiên cứu sẽ giải đáp một số các vấn đề này nhưng những vấn đề mới lại phát sinh, cung cấp hướng cho các nghiên cứu mới.

Kinh tế học chuẩn tắc đưa ra những khuyến nghị dựa trên những nhận định mang giá trị cá nhân.

Việc nghiên cứu toàn diện, sâu sắc về nguyên tắc có thể giải đáp nhiều vấn đề còn tồn tại trong kinh tế học thực chứng. Không thể có những nghiên cứu đó về giải pháp cho những vấn đề trong kinh tế học chuẩn tắc. Kinh tế học chuẩn tắc dựa trên những nhận định mang tính giá trị chủ quan chứ không dựa trên nghiên cứu về sự thực khách quan. Phát biểu sau đây kết hợp kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc: “Những người cao tuổi có chi phí chăm sóc y tế rất cao và chính phủ nên trợ cấp cho họ”. Phần thứ nhất của luận điểm trên là nhận định trong kinh tế học thực chứng. Nó là một nhận định về sự vận động của thế giới thực. Chúng ta có thể hình dung được một chương trình nghiên cứu để xác định nhận định đó có chính xác không.

Hộp 1-5 Mảng xanh

Hành tinh chúng ta đang mất dần đi những cánh rừng và những hồ cá. Tại sao chúng ta quản lý môi trường tồi như vậy? Phản ứng của một nhà kinh tế là “vì chúng ta không đặt giá cho nó giống như các hàng hoá khác”. Thị trường đã giải quyết vấn đề khan hiếm khi OPEC hạn chế nguồn cung dầu mỏ. Giá cao hơn làm tăng cung và giảm cầu. Tại sao không đặt giá cho môi trường, khuyến khích con người chăm sóc nó?

Cho đến nay, lý do đặt ra là công nghệ. Bất kỳ người nào cũng có thể đi trên đồng, chôn rác sau khi trời tối, bơm hoá chất ra sông hay vút rác ra đường phố công cộng. Tuy nhiên dần dần việc kiểm soát bằng điện tử trở nên dễ dàng hơn và chi phí thấp hơn. Lúc đó có thể coi môi trường giống như một hàng hoá có thể được thực hiện thông qua thị trường. Điều này

thúc đẩy sự tranh cãi mạnh mẽ về các vấn đề sản xuất cái gì, như thế nào và sản xuất cho ai.

Chúng ta biết phải thu phí đối với ô tô khi sử dụng một đường phố nhất định tại một thời điểm nhất định. Một thẻ thông minh trong xe sẽ thu được tín hiệu khi nó đi qua mỗi điểm thu phí. Người lái xe nhận được hoá đơn hàng tháng giống như hoá đơn của thẻ tín dụng. Đi lại vào giờ cao điểm phải trả phí cao hơn. Vấn đề sản xuất cho ai cũng có thể được giải quyết. Các cư dân có thể thanh toán với tỷ lệ đều hàng năm thay cho việc hỗ trợ cho đường sá. Định giá cho môi trường có một lợi thế rất lớn. Nó đưa ra cơ chế phản hồi. Khi xã hội đưa ra quyết định sai lầm lập tức chuông báo động tự động rung lên. Giá cả của những hàng hoá khan hiếm tăng lên.

Phần thứ hai của luận điểm này - đề xuất về việc chính phủ nên làm gì - không thể chứng minh được là đúng hay sai bằng bất cứ điều tra nghiên cứu khoa học nào. Nó là một nhận định mang giá trị chủ quan dựa trên cảm giác của người đưa ra nhận định đó. Nhiều người có thể cũng có cùng nhận định chủ quan này. Những người khác có thể phản đối một cách hợp lý. Bạn có thể cho rằng tốt hơn là chuyển nguồn lực khan hiếm của xã hội sang việc cải thiện môi trường hơn là để chăm sóc sức khỏe của người đã có tuổi.

Kinh tế học không thể chỉ ra nhận định này của kinh tế học chuẩn tắc là đúng và nhận định kia là sai. Nó hoàn toàn phụ thuộc vào sở thích hay các ưu tiên của cá nhân hay xã hội đưa ra sự lựa chọn. Nhưng chúng ta có thể sử dụng kinh tế học thực chứng để chỉ rõ một danh mục các lựa chọn mà từ đó xã hội phải đưa ra sự lựa chọn chuẩn tắc của mình.

Hầu hết các nhà kinh tế đều có quan điểm chuẩn tắc. Một số nhà kinh tế nổi tiếng về những khuyến nghị chuẩn tắc nhất định. Tuy nhiên, vai trò ủng hộ này về việc xã hội nên làm gì cần phải được phân biệt rõ ràng với vai trò của nhà kinh tế là một chuyên gia về các kết cục của việc thực hiện một hành động. Trong vai trò sau, nhà kinh tế chuyên nghiệp đưa ra lời khuyên chuyên môn dựa trên kinh tế học thực chứng. Các nhà kinh tế thận trọng thường phân biệt rạch ròi giữa vai trò là một nhà tư vấn chuyên môn trên phương diện kinh tế thực chứng với việc họ là một công dân đang ủng hộ cho những lựa chọn chuẩn tắc nhất định.

1.5

Vi mô và vĩ mô

Nhiều nhà kinh tế chuyên nghiên cứu một bộ môn nhất định của kinh tế học. Kinh tế học lao động xem xét tiền lương và việc làm. Kinh tế học đô thị xem xét việc sử dụng đất đai, vận tải, ùn tắc giao thông và nhà ở. Tuy nhiên, chúng ta không cần thiết phải phân chia rõ ràng các bộ môn của kinh tế học theo các chủ đề của kinh tế học. Chúng ta cũng có thể phân loại các bộ môn kinh tế học theo cách tiếp cận được sử dụng. Việc phân chia các cách thức tiếp cận thành kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô đã xuyên suốt các chủ đề trên.

Ví dụ, chúng ta có thể nghiên cứu tại sao các cá nhân ưa thích ô tô hơn xe đạp và những nhà sản xuất quyết định việc sản xuất ô tô hay xe đạp như thế nào. Sau đó, chúng ta có thể tổng hợp hành vi của tất cả các hộ gia đình và tất cả các doanh nghiệp để xem xét tổng số lượng tiêu dùng và sản xuất ô tô. Chúng ta có thể xem xét thị trường ô tô. So sánh thị trường này với thị trường xe đạp, chúng ta có thể giải thích giá tương đối của ô tô, xe đạp và sản lượng tương đối của hai mặt hàng này. Một nhánh nghiên cứu phức tạp của kinh tế vi mô là lý thuyết cân bằng tổng thể mở rộng cách tiếp cận này để đưa ra kết luận lô gíc của mình. Nó nghiên cứu đồng thời tất cả các thị trường đối với tất cả các hàng hoá. Từ đó hy vọng có thể nắm bắt được toàn bộ xu hướng tiêu dùng, sản xuất và trao đổi của toàn bộ nền kinh tế tại một thời điểm.

Nhưng điều này là rất phức tạp. Nó dễ dẫn đến việc mất sự tập trung vào hiện tượng mà chúng ta quan tâm. Một cách thức thú vị, là một phần của nghệ thuật trong khoa học kinh tế, là đặt ra những đơn giản hoá khôn ngoan để duy trì phân tích có thể không chế mà không làm sai lệch thực tế quá nhiều. Ở đây các nhà kinh tế vi mô và các nhà kinh tế vĩ mô sử dụng những cách thức khác nhau.

Các nhà kinh tế vi mô có xu hướng đưa ra cách phân tích chi tiết về một khía cạnh của hành vi kinh tế nhưng bỏ qua sự tác động qua lại với phần còn lại của nền kinh tế để duy trì sự đơn giản của phân tích. Một phân tích kinh tế vi mô về tiền lương của các cầu thủ bóng đá sẽ nhấn mạnh đến đặc điểm của các cầu thủ bóng đá và khả năng chi trả của câu lạc bộ. Nó bỏ qua những ảnh hưởng gián tiếp mà sự tăng lương của cầu thủ

Kinh tế học vi mô đưa ra phân tích chi tiết về các quyết định cá nhân đối với các hàng hoá cụ thể.

Kinh tế học vĩ mô nhấn mạnh sự tác động qua lại trong toàn bộ nền kinh tế. Nó cố ý đơn giản hoá các cấu phần riêng lẻ trong phân tích để phân tích toàn bộ tác động qua lại của nền kinh tế.

bóng đá có thể ảnh hưởng đến (ví dụ như giá nhà cao cấp tăng lên, làm tăng mạnh xây dựng bể bơi). Khi phân tích, kinh tế vĩ mô bỏ qua những ảnh hưởng xảy ra một cách gián tiếp, nó là phân tích “bộ phận” chứ không phải là phân tích “tổng thể”.

Trong một số trường hợp, ảnh hưởng gián tiếp có thể là không quan trọng và việc bỏ qua chúng để xem xét các ngành hay các hoạt động nhất định một cách chi tiết là có ý nghĩa. Khi các ảnh hưởng gián tiếp rất quan trọng, thì cần phải có một sự đơn giản hoá khác.

Các nhà kinh tế vĩ mô không quan tâm đến phân chia hàng hoá tiêu dùng thành ô tô, xe đạp và video. Ngược lại, họ coi chúng là một giỏ hàng hoá chung được gọi là “hàng hoá tiêu dùng” bởi vì họ muốn nghiên cứu sự tác động qua lại giữa hoạt động mua sắm của hộ gia đình đối với hàng hoá tiêu dùng và quyết định mua sắm của các doanh nghiệp đối với máy móc thiết bị và nhà xưởng.

Bởi vì các khái niệm kinh tế vĩ mô liên quan đến toàn bộ nền kinh tế, nên chúng phổ biến hơn so với các khái niệm kinh tế vi mô (chủ yếu là mối quan tâm của một nhóm người nhất định). Dưới đây là 3 khái niệm kinh tế vĩ mô mà bạn thường gặp.

Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) là giá trị tổng sản phẩm của một nền kinh tế trong vòng 1 năm.

Tổng sản phẩm quốc nội (GDP)

Sau cuộc tấn công khủng bố ngày 11/9, người ta lo sợ rằng nền kinh tế thế giới có thể rơi vào suy thoái. Trong thời kỳ suy thoái, GDP giảm xuống hoặc tăng lên nhưng rất chậm.

Mức giá chung đo lường giá cả trung bình của các hàng hoá, dịch vụ.

Mức giá chung

Giá cả của các hàng hoá khác nhau biến động khác nhau. Mức giá chung cho chúng ta biết điều gì xảy ra đối với giá cả trung bình. Khi mức giá này tăng lên, chúng ta nói có lạm phát.

Tỷ lệ thất nghiệp là phần trăm của lực lượng lao động không có việc làm nhưng đang tìm kiếm công việc.

Tỷ lệ thất nghiệp

Lực lượng lao động là số người ở độ tuổi lao động có hoặc muốn có việc làm. Một số người giàu có, người lười biếng và những người ốm yếu cũng ở độ tuổi lao động nhưng không tìm kiếm công việc. Họ không nằm trong lực lượng lao động và cũng không được tính là thất nghiệp.

Người ta không thích cả lạm phát lẫn thất nghiệp. Vào những năm 1970, giá dầu tăng mạnh và in tiền vượt mức dẫn đến lạm phát cao. Sau đó lạm phát giảm xuống nhưng thất nghiệp tăng lên. Năm 2000 cả lạm phát và thất nghiệp cùng giảm xuống mức thấp. Năm 2001 một cuộc suy thoái toàn cầu mới xảy ra. Các nhà kinh tế vĩ mô muốn lý giải điều gì gây ra những sự dao động này.

TÓM TẮT

- **Kinh tế học** phân tích việc xã hội sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai. Vấn đề kinh tế cơ bản là dung hoà mâu thuẫn giữa nhu cầu hầu như vô hạn của con người và khả năng hạn chế của xã hội để sản xuất hàng hoá, dịch vụ nhằm đáp ứng những nhu cầu đó.
- **Đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF)** minh hoạ khối lượng tối đa một hàng hóa có thể sản xuất khi cho trước sản lượng của hàng hóa khác. Nó minh hoạ sự đánh đổi hay danh mục các lựa chọn đối với xã hội trong việc quyết định sản xuất

cái gì. Các nguồn lực là khan hiếm và các điểm nằm ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất là không thể đạt được. Các điểm nằm bên trong đường giới hạn khả năng sản xuất là những điểm không có hiệu quả.

- **Chi phí cơ hội** của một hàng hóa là số lượng các hàng hoá khác phải hy sinh để có thêm 1 đơn vị hàng hóa đó. Nó chính là độ dốc của đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF).
- Các nước công nghiệp chủ yếu dựa vào **thị trường** để phân phối nguồn lực. Thị trường giải quyết các quyết định sản xuất và tiêu dùng thông qua điều chỉnh giá.
- Trong một nền **kinh tế mệnh lệnh**, các quyết định sản xuất cái gì, như thế nào và sản xuất cho ai được đưa ra bởi một cơ quan kế hoạch hoá tập trung. Không có nền kinh tế nào hoàn toàn dựa vào cơ chế mệnh lệnh.
- Một nền **kinh tế thị trường tự do** không có sự can thiệp của chính phủ. Các nguồn lực được phân bổ hoàn toàn thông qua thị trường trong đó các cá nhân mưu cầu lợi ích của bản thân. Adam Smith cho rằng một "bàn tay vô hình" có thể phân bổ các nguồn lực một cách hiệu quả.
- Các nền **kinh tế hiện đại** là hỗn hợp, chủ yếu dựa vào thị trường nhưng có sự can thiệp rộng rãi của chính phủ. Mức can thiệp tối ưu của chính phủ là một chủ đề được tranh cãi sôi nổi.
- **Kinh tế học thực chứng** nghiên cứu xem nền kinh tế trên thực tế hoạt động như thế nào. Kinh tế học chuẩn tắc đưa ra khuyến nghị nên làm cái gì. Hai bộ môn này là tách biệt nhau. Với sự nghiên cứu thoả đáng, các nhà kinh tế có thể thống nhất đối với những vấn đề trong kinh tế học thực chứng. Kinh tế học chuẩn tắc liên quan đến những nhận định mang giá trị chủ quan. Không có lý do gì để mọi người phải thống nhất về những nhận định chuẩn tắc.
- **Kinh tế học vi mô** đưa ra một phân tích chi tiết về các hành vi nhất định trong nền kinh tế. Để đơn giản, nó có thể bỏ qua một số tác động qua lại với phần còn lại của nền kinh tế.
- **Kinh tế học vĩ mô** nhấn mạnh những tác động qua lại này bằng việc bỏ qua những cấu phần riêng lẻ.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Một nền kinh tế có 5 lao động. Mỗi lao động có thể sản xuất 4 chiếc bánh và 3 chiếc áo, tuy nhiên nhiều lao động khác có thể làm việc trong cùng một ngành. (a) Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất? (b) Xã hội có thể sản xuất bao nhiêu chiếc bánh nếu không sản xuất áo? (c) Những điểm nào trên đồ thị là những điểm không có hiệu quả? (d) Chi phí cơ hội của việc sản xuất một chiếc áo là gì? (e) Quy luật hiệu suất giảm dần có hiệu lực trong nền kinh tế này?
- 2 Nước Nga thời cộng sản sử dụng giá để phân bổ sản phẩm giữa những người tiêu dùng khác nhau. Các nhà hoạch định kế hoạch tập trung thiết lập các mục tiêu sản xuất nhưng sau đó bày hàng hoá trong các cửa hàng, cố định giá bán và đưa tiền cho người lao động để chi tiêu. Tại sao không lập kế hoạch phân bổ các hàng hoá cụ thể cho từng người nhất định?

- 3 Xã hội từ bỏ giáo dục ở cấp đại học. Các sinh viên phải ngay lập tức đi tìm việc làm. Nếu không có sẵn việc làm, tiền lương và giá cả sẽ điều chỉnh như thế nào để những người muốn có việc làm có thể tìm được?
- 4 Nhận định nào sau đây là thực chứng và nhận định nào là chuẩn tắc? (a) Lạm phát hàng năm dưới 2%. (b) Vì lạm phát thấp, chính phủ nên giảm thuế. (c) Thu nhập ở Anh cao hơn so với ở Ba Lan. (d) Người Anh hạnh phúc hơn người Ba Lan.
- 5 Nhận định nào sau đây thuộc về kinh tế học vi mô, nhận định nào thuộc về kinh tế học vĩ mô? (a) Lạm phát thấp hơn so với những năm 1980. (b) Giá lương thực tháng này giảm. (c) Thời tiết tốt có nghĩa sản lượng thu hoạch tốt. (d) Thất nghiệp ở London thấp hơn so với mức trung bình toàn nước Anh.
- 6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định này là sai? (a) Một số nhà kinh tế thuộc Đảng bảo thủ, một số khác thuộc Công đảng, do đó kinh tế học có thể biện minh cho bất kỳ điều gì. (b) Không có điều gì kiểu như một bữa ăn trưa miễn phí. Để có nhiều hơn một hàng hoá bạn phải hy sinh hàng hoá khác. (c) Kinh tế học để cập đến con người và như vậy không thể là một môn khoa học.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 681.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

Chương 2

Các công cụ phân tích kinh tế

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Tại sao các lý thuyết đơn giản hoá thực tế.
- 2 Số liệu theo dãy số thời gian và số liệu chéo.
- 3 Làm sao để xây dựng các chỉ số.
- 4 Các biến thực tế và các biến danh nghĩa.
- 5 Xây dựng một mô hình lý thuyết đơn giản như thế nào.
- 6 Xây dựng và phân tích các đồ thị điểm.
- 7 Sử dụng giả định "các yếu tố khác không đổi" như thế nào.

Thực sự sáng khoái khi chơi tennis nếu bạn biết chơi như thế nào và đón cây dễ dàng nếu sử dụng cửa máy! Tất cả các hoạt động hay các môn khoa học đều có một hệ thống các công cụ cơ bản. Các công cụ này có thể là hữu hình như dụng cụ của nha sĩ hay vô hình như khả năng chơi tennis. Chương này sẽ đề cập đến các công cụ của thương mại, trao đổi. Để phân tích các vấn đề kinh tế chúng ta sử dụng cả các mô hình và số liệu.

Một mô hình hay một lý thuyết đưa ra những giả định để từ đó nhận định về việc con người hành xử như thế nào. Nó là sự đơn giản hoá thực tế.

Số liệu là hàng loạt các bảng chứng về hành vi kinh tế.

Các mô hình hay các lý thuyết - chúng ta sử dụng các thuật ngữ này một cách đồng nghĩa - là các cơ sở phân tích để tổ chức cách thức xem xét một vấn đề. Chúng đơn giản hoá bằng cách bỏ qua một số các chi tiết của thế giới thực để tập trung vào các vấn đề cốt yếu. Từ bức tranh có thể thao túng được này của thực tế chúng ta phát triển phân tích về việc nền kinh tế hoạt động như thế nào.

Một nhà kinh tế sử dụng một mô hình giống như một người khách du lịch sử dụng bản đồ. Bản đồ Glasgow bỏ qua nhiều chi tiết thực tế - đèn giao thông, bùng binh, đường hạn chế tốc độ - nhưng với nghiên cứu kỹ càng bạn có được những hiểu biết tốt về sự vận hành của các luồng giao thông và con đường tốt nhất để đi. Bức tranh được đơn giản hoá là để dàng xem xét nhưng có thể giúp bạn hiểu được hành vi thực tế khi bạn phải đi trong thành phố vào giờ cao điểm.

Số liệu và các dữ kiện tác động qua lại với mô hình theo hai cách: Thứ nhất, số liệu giúp chúng ta lượng hoá các quan hệ mà các mô hình lý thuyết đang xét đến. Sẽ là không đủ nếu biết rằng tất cả những cây cầu bắc qua Clyde là hầu như bị tắc. Để chọn con đường tốt nhất chúng ta cần biết độ dài xếp hàng chờ ở mỗi cây cầu. Chúng ta cần một số dữ kiện. Mô hình là hữu dụng bởi vì nó cho ta biết dữ kiện nào là quan trọng nhất.

Thứ hai, số liệu giúp chúng ta kiểm nghiệm các mô hình. Giống như tất cả các nhà khoa học thận trọng, các nhà kinh tế phải kiểm nghiệm xem các lý thuyết của họ có phù hợp với thực tế không. Ví dụ số người chết vì bệnh kiết lỵ ở Scotland có quan hệ mật thiết với tỉ lệ lạm phát ở Liên hiệp Anh. Đây là một thực tế trùng hợp hay là nhân tố cốt yếu đối với lý thuyết lạm phát? Các dữ kiện cảnh báo chúng ta phải cân nhắc về câu hỏi này nhưng chúng ta có thể quyết định chỉ bằng suy đoán logic.

Trong ví dụ này chúng ta không tìm thấy mối liên hệ lý thuyết nào. Do đó chúng ta có thể khẳng định mối quan hệ chặt chẽ về mặt số liệu giữa số người chết vì bệnh kiết lỵ ở Scotland và tỉ lệ lạm phát ở Liên hiệp Anh là một sự trùng hợp và cần phải được bỏ qua. Nếu thiếu các nhận định logic thì các mối liên hệ thực nghiệm sớm muộn cũng sẽ đổ vỡ. Việc chú ý đến mối quan hệ kỳ cục về số liệu sẽ không nâng cao hiểu biết của chúng ta về nền kinh tế cũng như khả năng dự báo cho tương lai.

Sự kết hợp giữa mô hình và số liệu là rất tinh tế. Số liệu cảnh báo chúng ta về những mối quan hệ logic mà chúng ta đã bỏ qua. Và bất kỳ lý thuyết nào mà chúng ta mong muốn duy trì chắc chắn cần phải được kiểm nghiệm so với dữ liệu thực tế. Nhưng chỉ những suy luận lý thuyết mới có thể đưa ra những đánh giá khôn ngoan về mối liên hệ hợp lý.

Khi một lý thuyết có ý nghĩa tồn tại trong một thời gian dài đối với các số liệu kinh tế phù hợp thì chúng ta coi đó là một quy luật, ví dụ như quy luật hiệu suất giảm dần.

Một quy luật hành vi là một mối quan hệ lý thuyết không bị bác bỏ bởi các bằng chứng thực tế trong một thời gian dài.

Kế tiếp, chúng ta chuyển sang việc minh hoạ các số liệu kinh tế. Sau đó chúng ta chỉ ra cách thức một nhà kinh tế có thể phát triển một mô hình lý thuyết về một mối quan hệ kinh tế. Cuối cùng chúng ta sẽ thảo luận về việc số liệu thực tế có thể được sử dụng để kiểm nghiệm một lý thuyết đã được xây dựng như thế nào.

2.1 Số liệu kinh tế

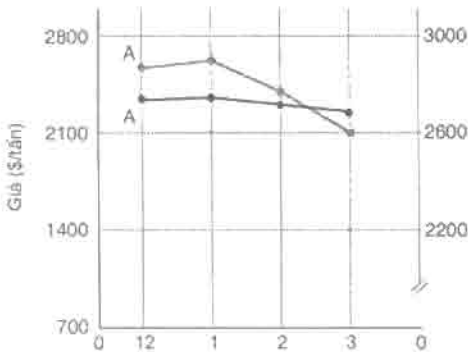
Chúng ta có thể biểu diễn số liệu như thế nào để từ đó xem xét một vấn đề kinh tế.

Số liệu dãy số thời gian

Một dãy số thời gian là một chuỗi số liệu đo lường về cùng một biến ở các thời điểm khác nhau.

Hai cột đầu tiên trong Bảng 2.1 cho biết dãy số thời gian của giá đồng theo tháng. Nó chỉ ra giá đồng thay đổi như thế nào qua thời gian. Thông tin này có thể được minh hoạ dưới dạng bảng hoặc hình.

Hình 2.1 biểu diễn các số liệu bằng đồ thị. Mỗi điểm trên đồ thị tương ứng với một số liệu trong bảng. Điểm A chỉ ra rằng giá đồng vào tháng 12 năm 2003 là 2200 \$/tấn. Một chuỗi các điểm ở Hình 2.1 trong đồ thị đường phẳng hay đường gập khúc đều chứa đựng thông tin giống như trong hai cột đầu tiên của Bảng 2.1.

Hình 2.1 Giá đồng hàng tháng, năm 2003 - 2004

Đồ thị đường thẳng sử dụng tỷ lệ xích bên trái, minh họa bằng 2.1. Đồ thị đường gãy khúc sử dụng tỷ lệ xích bên phải. Hình như bây giờ giá cả biến động nhiều hơn.

Nguồn: IMF, International Financial Statistics.

Bảng 2.1 Giá đồng 2003 - 2004 (USD/tấn)

	Tháng	Giá	Quý	Giá	
2003	Tháng 12	2200	2003	IV	2057
2004	Tháng 1	2422			
	Tháng 2	2758			
	Tháng 3	2800	2004	I	2660

Nguồn: London Metal Exchange, www.lme.co.uk

Các đồ thị hay hình vẽ phải được phân tích một cách cẩn trọng. Mất thường dễ dàng bỏ qua những thay đổi nhỏ trong số liệu. Trong Hình 2.1 đường thẳng tương ứng với tỷ lệ xích bên trái, đường gãy khúc tương ứng với tỷ lệ xích rộng hơn ở bên phải. Cả hai đường minh họa cùng một số liệu nhưng đường gãy khúc dường như biến động nhiều hơn. Các đồ thị được sắp xếp theo cách có tính chất gợi ý, một điểm dễ hiểu trong quảng cáo và chính trị. Số liệu theo ngày luôn luôn chứa đựng quá nhiều chi tiết. Hãy tưởng tượng việc nghiên cứu giá thường ngày qua mười hay hai mươi năm! Trung bình theo tháng, theo quý, hay theo năm là cách tốt nhất để biểu diễn số liệu. Hai cột cuối cùng của Bảng 2.1 minh họa trung bình theo quý của giá đồng trong năm 2003 - 2004. Bốn quý của một năm là các giai đoạn từ tháng 1 đến tháng 3, từ tháng 4 đến tháng 6, từ tháng 7 đến tháng 9, từ tháng 10 đến 12. Trong quý đầu tiên của năm 2004 số liệu trong cột thứ hai và thứ tư có trùng lặp từng phần. Trung bình quý là 2660 đối với quý 1 năm 2004 là tổng của các số theo tháng từ tháng 1 đến tháng 3 chia đều.

Số liệu chéo ghi chép tại một thời điểm một biến kinh tế khác như thế nào so với các cá nhân hay các nhóm khác nhau.

Số liệu chéo

Đây số thời gian ghi chép lại một biến cụ thể thay đổi như thế nào theo thời gian. Các nhà kinh tế còn sử dụng số liệu chéo. Bảng 2.2 minh họa số liệu chéo về tỷ lệ thất nghiệp năm 2003.

Bảng 2.2 Tỷ lệ thất nghiệp của các quốc gia 2003 (% của lực lượng lao động)

Mỹ	Nhật Bản	Đức	Pháp	Anh
6,0	5,3	9,3	9,4	4,8

Nguồn: OECD, *Economic Outlook*.

2.2 Các chỉ số

Chỉ số thể hiện số liệu tương đối so với giá trị gốc cho trước.

Để so sánh các số mà không chú trọng đến đơn vị đo lường chúng ta sử dụng các chỉ số.

Bảng 2.3 chỉ ra các giá trị trung bình hàng năm đối với giá nhôm và giá đồng. Chúng ta có thể chọn năm 2001 làm năm gốc và ấn định giá trị 100 cho cả chỉ số giá nhôm và giá đồng cho năm gốc này.

Năm 2004 giá nhôm là 1700\$/tấn gấp 1,13 lần giá năm 2001, Nếu giá nhôm là 100 vào năm 2001 thì chỉ số này là 113 vào năm 2004. Để có giá trị năm 1998 chúng ta chia

Bảng 2.3 Giá nhôm và đồng (USD/tấn)

	1998	2001	2004
Giá nhôm	1400	1500	1700
Giá đồng	1810	1700	3000
Chỉ số nhôm (2001 = 100)	93	100	113
Chỉ số đồng (2001 = 100)	106	100	176
Chỉ số kim loại (2001 = 100)	104	100	164

Nguồn: London Metal Exchange, www.lme.co.uk

giá trung bình của nhôm là 1000\$/tấn và trung bình của đồng là 2880. Hãy xác định chỉ số giá đồng và nhôm? (trả lời: 67 và 134).

Chỉ số trung bình

Bây giờ chúng ta xem xét giá kim loại. Giá của các kim loại khác nhau là khác nhau. Để hình thành một chỉ số đo lường giá kim loại chung chúng ta lấy trung bình các giá kim loại khác nhau.

Giá sử nhôm và đồng là hai kim loại duy nhất. Một chỉ số giá kim loại hình thành một dãy số thời gian từ các dãy số thời gian trong dòng 3 và 4 của Bảng 2.3. Trong chỉ số giá kim loại, mỗi kim loại có một trọng số hay tỉ lệ phản ánh tầm quan trọng của kim loại đó trong chỉ số được xây dựng. Nếu tổng kết những khoản chi của các hãng cho các đầu vào kim loại, trọng số phản ánh việc sử dụng tương đối của nhôm và đồng như các đầu vào công nghiệp. Đồng được sử dụng rộng rãi hơn so với nhôm. Chúng ta có thể chọn trọng số của đồng là 0,8 và của nhôm là 0,2. Tổng trọng số luôn luôn bằng 1.

Dòng cuối cùng của Bảng 2.3 chỉ ra sự thay đổi theo thời gian của chỉ số giá kim loại là trung bình có trọng số của các chỉ số đối với nhôm và đồng. Trong năm gốc 2001, chỉ số kim loại là 100 ($0,2 \times 100 + 0,8 \times 100$). Năm 2004 chỉ số là 164 ($0,8 \times 176 + 0,2 \times 113$). Năm 1998 chỉ số là 104.

Chỉ số kim loại, trung bình có trọng số của giá nhôm và giá đồng, phải nằm giữa các chỉ số đối với từng kim loại. Trọng số xác định chỉ số kim loại biến động gắn với xu hướng của giá đồng hay giá nhôm.

Tỉ lệ lạm phát là tỉ lệ thay đổi hàng năm của chỉ số giá bán lẻ.

RPI và các chỉ số khác

Để theo dõi các mức giá mà người tiêu dùng phải trả, các nước xây dựng chỉ số giá tiêu dùng. Ở Liên hiệp Anh chỉ số này được gọi là chỉ số giá bán lẻ (RPI). RPI được sử dụng để đo lường sự thay đổi trong giá sinh hoạt, lượng tiền mà một hộ gia đình tiêu biểu chi tiêu để mua sắm giỏ hàng hoá thông thường.

RPI được xây dựng qua hai giai đoạn. Thứ nhất, các chỉ số được tính toán cho từng loại hàng hoá mà các hộ gia đình mua sắm. Sau đó, RPI được xây dựng bằng việc lấy trung bình có trọng số của các nhóm hàng hoá khác nhau. Bảng 2.4 chỉ ra các trọng số được sử dụng và các nhóm hàng hoá cơ bản. 10% tăng trong giá đồ ăn sẽ làm tăng RPI nhiều hơn so với 10% tăng trong giá thuốc lá vì đồ ăn có trọng số lớn hơn so với thuốc lá.

Bảng 2.4 Trọng số RPI ở Liên hiệp Anh

Hàng hoá	Trọng số
Đồ ăn và đồ uống không cồn	0,108
Đồ uống có cồn và thuốc lá	0,047
Quần áo và giày dép	0,062
Nhà ở, điện, nước, gas	0,104
Đồ dùng, thiết bị gia đình, chi phí bảo dưỡng	0,068
Dịch vụ y tế	0,023
Dịch vụ vận tải	0,144
Dịch vụ viễn thông	0,025
Dịch vụ văn hóa	0,163
Giáo dục	0,02
Nhà hàng và khách sạn	0,135
Các hàng hóa và các dịch vụ phụ trợ khác	0,101

Nguồn: ONS, Monthly Digest of Statistics.

Ví dụ về các chỉ số khác bao gồm chỉ số tiền lương trong sản xuất công nghiệp, là một chỉ số trung bình có trọng số của tiền lương trong các ngành sản xuất công nghiệp khác nhau. "Footsie" hay FTSE là chỉ số giá cổ phiếu được niêm yết trên thị trường chứng khoán Luân Đôn. Chỉ số sản xuất công nghiệp là trung bình có trọng số của số lượng các hàng hóa được sản xuất trong công nghiệp.

Thao tác tính toán các chỉ số là giống nhau. Chúng ta lựa chọn một thời điểm gốc, tại đó đặt chỉ số bằng 100, sau đó tính toán các trị số khác so với vạch xuất phát đó. Khi chỉ số liên quan đến hai mặt hàng trở lên, chúng ta phải chọn trọng số để tính trung bình cho các hàng hoá khác nhau.

2.3

Các biến thực tế và biến danh nghĩa

Dòng đầu tiên của Bảng 2.5 minh họa giá trung bình của một ngôi nhà mới, tăng từ 3100£ năm 1963 lên 180000£ năm 2003. Có thực sự các ngôi nhà đắt lên 50 lần so với năm 1963 hay không? Câu trả lời là không khi chúng ta tính đến lạm phát đã làm tăng thu nhập và khả năng mua nhà.

Dòng thứ 2 của Bảng 2.5 minh họa chỉ số giá bán lẻ, sử dụng 2003 làm năm gốc. Lạm phát dẫn đến sự gia tăng RPI trong giai đoạn 1963 - 2003. Dòng thứ 3 trong Bảng 2.5 tính toán chỉ số giá nhà thực tế theo giá của năm 2003. Giá trị nhà là như nhau vào năm 2003 trong dòng đầu tiên và dòng cuối cùng.

Giá trị danh nghĩa được tính bằng giá ở thời điểm tính giá. Giá trị thực tế điều chỉnh lại giá trị danh nghĩa theo những biến động của mức giá.

Để tính toán giá nhà thực tế vào năm 1963, bằng cách tính theo giá năm 2003, chúng ta lấy giá danh nghĩa 3100£ nhân với $[(100)/(7,69)]$ ta có 40312£. Giá thực tế tăng từ 40312£ lên 180000£. Phần lớn mức tăng lên trong giá nhà danh nghĩa ở dòng đầu tiên trong bảng 2.5 là do lạm phát.

Bảng 2.5 Giá nhà ở Liên hiệp Anh (giá trung bình của 1 ngôi nhà mới)

	1963	1983	2003
Giá nhà (1000 bảng)	3,1	32,9	180
RPI (2003 = 100)	7,69	47,6	100
Giá nhà thực tế	40,3	69,1	180

Nguồn: ONS, *Economic Trends*.

Giá tương đối hay thực tế

Sự khác biệt giữa các biến danh nghĩa và thực tế áp dụng cho tất cả các biến được đo lường bằng giá trị tiền tệ. Nó không áp dụng cho các đơn vị sản lượng, ví dụ như 4000 tấm thảm 1 năm, liên quan đến các số lượng vật chất. Bất kể tỷ lệ lạm phát như thế nào, 4000 tấm thảm là 4000 tấm thảm. Tuy nhiên chúng ta không biết 100£ là một lượng tiền lớn hay nhỏ chừng nào chúng ta chưa biết mức giá chung của các hàng hoá.

Bây giờ ta bàn đến bản thân các loại giá. Giá danh nghĩa của bạc tăng nhanh từ năm 1970. Để tính toán chỉ số giá thực tế của bạc, hãy chia giá danh nghĩa cho chỉ số giá bán lẻ và nhân với 100. Giá thực tế chỉ ra sự khan hiếm về kinh tế. Chúng ta thấy liệu giá của một mặt hàng có tăng nhanh hơn mức giá chung hay không. Như vậy, giá thực tế đôi khi được gọi là giá tương đối.

Hãy xem xét giá của TV trong 20 năm qua. Giá TV, tính bằng bảng, hầu như không thay đổi. RPI tăng nhanh. Giá thực tế của TV giảm xuống. Những cải tiến công nghệ làm giảm chi phí sản xuất TV. Vì giá thực tế giảm, rất nhiều hộ gia đình ngày nay đã có một vài chiếc TV. Rất dễ dàng nhầm lẫn nếu chúng ta phân tích trên cơ sở giá trị danh nghĩa của biến số.

Sức mua của tiền là một chỉ số về lượng hàng hóa mà 1£ có thể mua được.

Sức mua của tiền

Khi giá hàng hoá tăng lên, sức mua của tiền giảm xuống vì 1£ mua được ít hàng hoá hơn. Để phân biệt giữa các biến thực tế và biến danh nghĩa chúng ta nhận định rằng biến thực tế đo lường biến danh nghĩa như thế sức mua của tiền không đổi. Một cách khác để mô tả điều này là phân biệt biến danh nghĩa dưới giá hiện hành và biến thực tế dưới giá không đổi.

Hộp 2-1 Nhiều nhà triệu phú

1 triệu bảng theo giá của năm	1998	1978	1968	1948	1938
= triệu bảng theo giá năm 2000	2	4	11	22	43

Nguồn: ONS, Economic Trends; UN, Economic Surveys of Europe.

Cứ 500 người lớn ở Liên hiệp Anh có một triệu phú. Bảng trên cho thấy một triệu phú thời xưa có giá trị tài sản là bao nhiêu với giá của ngày nay. Trở thành một triệu phú trở nên dễ dàng hơn qua thời gian.

Hộp 2-2 Siêu lạm phát

Năm 1918, liên quân chiến thắng yêu cầu Đức phải bồi thường thiệt hại và trả lương hưu cho các lực lượng quân đội của liên quân tham gia chiến tranh. Năm 1922, kinh tế đổ vỡ, Đức từ chối bồi thường. Tháng 1 năm 1923 quân Pháp và Bỉ chiếm đóng các mỏ than Ruhr. Công nhân Đức bắt đầu một cuộc

tổng đình công và chính phủ phải in tiền để trả lương cho 2 triệu công nhân.

Giá vượt ra khỏi tầm kiểm soát. Lạm phát hàng tháng tương đương 1 triệu % một năm. Tiền giấy trở nên vô giá trị vì sức mua của nó bị triệt tiêu.

Bảng 2.5 mô tả giá nhà thực tế đo lường theo giá năm 2000. Tất nhiên chúng ta cũng có thể sử dụng giá của năm 1960 để thay thế. Mặc dù mức giá thực tế cho nhà ở thường là khác nhau, nhưng chúng có cùng một mức độ tăng như đồng cuối cùng trong Bảng 2.5.

2.4

Đo lường sự thay đổi của các biến số kinh tế

Phần trăm thay đổi là thay đổi tuyệt đối chia cho trị số gốc và sau đó nhân với 100.

Tỷ lệ tăng trưởng là phần trăm thay đổi trong một thời kỳ (thường là 1 năm).

Trong suốt cuộc khủng hoảng BSE năm 1996, sản lượng thịt bò ở Liên hiệp Anh giảm từ 90 000 tấn vào tháng 1 xuống 50 000 tấn vào tháng 4. Mức thay đổi tuyệt đối là -40 000 tấn. Dấu âm cho thấy sự giảm xuống. Thay đổi phần trăm trong sản lượng thịt bò ở Anh là $(100) \times (-40\,000)/(90\,000) = -44\%$. Thay đổi tuyệt đối có đơn vị (ví dụ tấn) nhưng thay đổi tương đối là không có đơn vị. Số liệu thường được mô tả dưới dạng này.

Khi chúng ta nghiên cứu số liệu dưới dạng dãy số thời gian qua 1 khoảng thời gian dài ví dụ như 1 thập kỷ, chúng ta không chỉ muốn biết phần trăm thay đổi hay thay đổi tuyệt đối giữa thời điểm đầu tiên và thời điểm cuối cùng. Tăng trưởng âm cho thấy phần trăm giảm. Các nhà kinh tế thường sử dụng thuật ngữ tăng trưởng kinh tế để mô tả phần trăm thay đổi hàng năm về thu nhập quốc dân.

2.5

Các mô hình kinh tế

Bây giờ chúng ta xem xét 1 ví dụ về kinh tế học trong thực tế. Hệ thống tàu điện ngầm ở London luôn luôn chịu thua lỗ và cần trợ cấp từ chính phủ. Các chính sách khác nhau có thể giúp khắc phục điều này được không? Bạn cần phải đặt giá cho dịch vụ tàu điện để tăng doanh thu. Bạn phân tích vấn đề này như thế nào?

Để tổ chức cách suy luận của chúng ta hay xây dựng một mô hình, chúng ta cần đơn giản hoá thực tế, nhặt ra những nhân tố chủ chốt của vấn đề. Chúng ta bắt đầu với phương trình đơn giản:

$$\text{Doanh thu} = [\text{giá vé}] \times [\text{số lượng khách}] \quad (1)$$

Công ty tàu điện London có thể đặt giá vé, nhưng ảnh hưởng đến số lượng khách chỉ là ảnh hưởng thông qua giá vé đặt. (Các bến đỗ sạch sẽ hơn và dịch vụ tốt hơn cũng có thể ảnh hưởng, ở đây chúng ta bỏ qua những ảnh hưởng này).

Số lượng khách có thể phản ánh thói quen, sự thuận tiện và truyền thống, và có thể hoàn toàn không phản ứng với sự thay đổi giá vé. Nhà kinh tế không áp dụng cách nhìn nhận này. Khách hàng có thể đi lại bằng xe hơi, xe bus, taxi hoặc tàu điện. Quyết định về phương tiện đi lại sẽ phụ thuộc vào chi phí tương đối của mỗi phương tiện vận tải. Phương trình (1) đòi hỏi một lý thuyết hay một mô hình xác định số lượng khách. Chúng ta phải mô hình hoá câu đối với dịch vụ vận tải bằng tàu điện.

Thứ nhất, giá vé tàu điện cũng có ảnh hưởng. Các yếu tố khác không đổi, giá vé cao hơn sẽ làm giảm số lượng câu về đi lại bằng tàu điện. Thứ hai, nếu giá của các phương tiện khác như taxi, bus tăng lên sẽ làm cho số lượng khách đi lại bằng tàu điện tăng lên ở mỗi mức giá vé. Thứ ba, nếu hành khách có thu nhập cao hơn, họ có thể đáp ứng tốt hơn dịch vụ đi lại bằng tàu điện ở mỗi mức giá. Bây giờ chúng ta có mô hình đơn giản về số lượng khách đi lại bằng tàu điện:

$$\text{Số lượng khách} = f \left(\begin{array}{l} \text{giá vé tàu điện, giá vé taxi, giá xăng,} \\ \text{giá vé xe bus, thu nhập của hành khách ...} \end{array} \right) \quad (2)$$

Số lượng khách phụ thuộc hay là một hàm số của giá vé tàu điện, giá vé taxi, giá xăng dầu, giá vé xe bus, thu nhập và một số các yếu tố khác. Ký hiệu $f(\dots)$ là ký hiệu cho "phụ thuộc vào các yếu tố trong ngoặc". Các dấu ... chỉ ra chúng ta bỏ qua một số các nhân tố có thể ảnh hưởng đến câu để làm đơn giản cho phân tích của chúng ta. Câu về đi lại bằng tàu điện có thể phụ thuộc vào thời tiết. Sẽ là không thuận tiện ở trên tàu điện khi trời nóng. Nếu mục đích của mô hình của chúng ta là nghiên cứu sự thay đổi hàng năm về số lượng khách đi tàu điện, chúng ta có thể bỏ qua yếu tố thời tiết, nếu điều kiện thời tiết là tương đối giống nhau qua các năm.

Thiết lập mô hình đòi hỏi chúng ta phải tìm kiếm tất cả các ảnh hưởng liên quan, và phải cân nhắc xem ảnh hưởng nào được đưa vào mô hình, ảnh hưởng nào có thể bỏ qua để trả lời cho câu hỏi đã được đặt ra. Kết hợp phương trình (1) và (2):

$$\begin{aligned} \text{Doanh thu của dịch vụ tàu điện} &= \text{giá vé tàu điện} \times \text{số lượng khách} \\ &= \text{giá vé tàu điện} \times f(\text{giá vé tàu điện,} \\ &\quad \text{giá vé taxi, giá xăng, giá vé xe bus,} \\ &\quad \text{thu nhập của hành khách ...}) \end{aligned} \quad (3)$$

Nó khá phức tạp. Bạn sẽ tổ chức lại phương pháp của mình. Đó là một phản ứng đúng. Các mô hình chẳng qua chỉ là các công cụ để đảm bảo cho chúng ta xem xét vấn đề một cách rõ ràng. Suy luận rõ ràng đòi hỏi sự đơn giản hoá. Thế giới thực quá phức tạp

nên chúng ta không thể xem xét tất cả mọi thứ cùng lúc. Tìm tòi để sử dụng các mô hình mang tính nghệ thuật nhiều hơn là khoa học. Nếu quá đơn giản hoá sẽ bỏ qua nhân tố cốt yếu của phân tích. Quá phức tạp chúng ta sẽ mất đi cảm giác tại sao câu trả lời lại là như vậy.

Đôi khi số liệu chỉ cho chúng ta biết nhân tố nào là cốt yếu, nhân tố nào là không. Cũng đôi khi, như với giá vé tàu điện, hiểu được các nhân tố tác động là chưa đủ. Chúng ta cần lượng hoá chúng. Vì cả hai lý do đó, chúng ta chuyển sang sự tác động tương hỗ giữa các mô hình kinh tế và các số liệu kinh tế.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

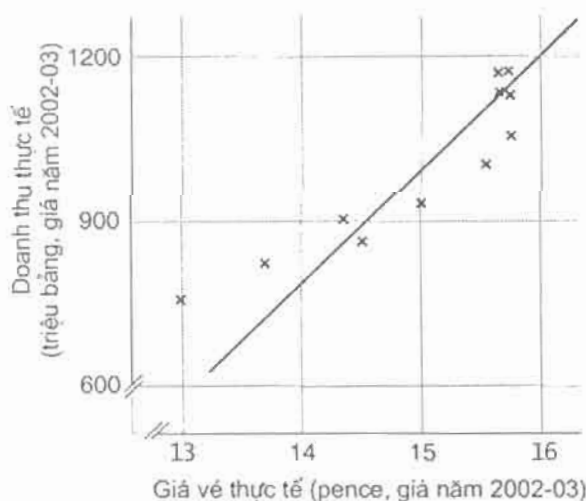
2.6 Mô hình và số liệu

Phương trình (3) là mô hình của chúng ta về các nhân tố quyết định đến doanh thu của dịch vụ tàu điện. Giá vé cao hơn sẽ làm tăng doanh thu trên đầu người, nhưng làm giảm số lượng hành khách. Lý thuyết không thể cho chúng ta biết yếu tố nào trội hơn. Tồn tại một vấn đề thực nghiệm ở đây là bao nhiêu hành khách sẽ từ bỏ dịch vụ tàu điện khi giá vé tăng lên.

Bằng chứng thực nghiệm

Chúng ta cần một số nghiên cứu thực nghiệm để đưa ra những kết luận. Khoa học thực nghiệm, bao gồm các bộ môn vật lý và hoá học, tiến hành các thí nghiệm trong điều kiện kiểm soát trong phòng thí nghiệm, mỗi lần thay đổi một yếu tố và giữ các yếu tố khác không thay đổi. Giống như thiên văn học, kinh tế học về cơ bản là khoa học phi thực nghiệm. Các nhà thiên văn học không thể tạm ngừng chuyển động của hành tinh để xem xét mối quan hệ giữa trái đất và mặt trời một cách độc lập; các nhà kinh tế học không thể tạm ngừng các quy luật kinh tế để thực hiện các thí nghiệm trong điều kiện kiểm soát.

Hình 2.2 Giá vé tàu điện và doanh thu 1989 - 2000



Tất cả các nghiên cứu thực nghiệm trong kinh tế học đều phải liên quan đến số liệu được thu thập qua các thời kỳ mà trong đó các yếu tố đều đồng thời thay đổi. Vấn đề đặt ra là làm như thế nào để tách biệt được các ảnh hưởng riêng rẽ đối với hành vi quan sát. Chúng ta thực hiện điều này qua 2 giai đoạn. Thứ nhất, chúng ta xem xét mối quan hệ phụ thuộc giữa doanh thu và giá vé, bỏ qua khả năng các yếu tố khác cũng thay đổi. Sau đó, chúng ta chỉ ra cách các nhà kinh tế xem xét vấn đề phức tạp hơn khi mà sự thay đổi của các yếu tố khác cũng được đưa vào trong phân tích.

Bảng 2.6 biểu thị số liệu về giá vé và số hành khách đi tàu điện. Khi số liệu hàng năm được đo lường gộp đầu qua các năm theo lịch - ví dụ từ tháng 4 năm 1989 đến tháng 3 năm 1990 - chúng ta minh hoạ năm đó bằng 1989/90. Cột (1) chỉ ra giá vé thực tế trên 1 km hành khách, cột (2) minh hoạ cấu vé dịch vụ tàu điện, tính bằng tỷ km hành khách một năm, và cột (3) minh hoạ doanh thu thực tế.

Bảng 2.6 Dịch vụ tàu điện 1992/93 - 2002/03

	(1) Giá vé thực tế (pence giá năm 02/03)	(2) Số chuyến đi (tỷ km hành khách)	(3) Doanh thu thực tế (triệu bảng giá 02/03)
1992/93	13,0	5758	751
1993/94	13,7	5814	799
1994/95	14,5	6051	877
1995/96	14,3	6337	906
1996/97	15,0	6153	922
1997/98	15,5	6479	1006
1998/99	15,8	6716	1059
1999/00	15,8	7171	1131
2000/01	15,7	7470	1172
2002/02	15,8	7451	1176
2002/03	15,7	7367	1138

Nguồn: Transport for London.

không đổi, giá vé cao hơn sẽ làm giảm số lượng hành khách. Trên thực tế, cột (2) cho thấy rằng số lượng sử dụng dịch vụ tàu điện tăng lên khi giá vé cao hơn. Số lượng hành khách tăng khá nhanh. Chúng ta sẽ giải đáp vấn đề hóc búa này trong mục 2.8.

Để thuận tiện cho phân tích chúng ta minh họa các số liệu trong bảng 2.6 bằng một đồ thị điểm như hình 2.2. Trục tung đo lường cột (3) trong bảng, doanh thu thực tế. Trục hoành minh họa cột (1), giá vé thực tế trên 1 km hành khách. Doanh thu thực tế bằng giá vé thực tế nhân với số km hành khách.

Những năm có doanh thu thực tế thấp nhất là những năm có giá vé thực tế là thấp nhất. Tuy nhiên, ảnh hưởng của giá vé thực tế thay đổi không phải là toàn bộ ảnh hưởng. Các yếu tố khác

2.7 Các đồ thị điểm, đường và phương trình

Đồ thị điểm vẽ các điểm ứng với các cặp trị số của hai biến được khảo sát.

Nếu chúng ta vẽ một đường thẳng hoặc một đường cong qua tất cả các điểm này, điều này cho thấy (không chứng minh) mối quan hệ giữa 2 biến. Nếu minh họa các điểm này, chúng không nằm trên các đường thẳng hoặc đường cong đó, điều này cho thấy (không chứng minh) không có mối quan hệ giữa 2 biến. Chỉ khi kinh tế học là một môn khoa

học thực nghiệm, trong đó chúng ta có thể tiến hành các thí nghiệm được kiểm soát để đảm bảo tất cả các yếu tố khác không đổi, chúng ta mới phân tích được các đồ thị điểm một cách chính xác. Tuy vậy, chúng thường cung cấp những chứng cứ hữu ích.

Xây dựng các đường thẳng liên tục qua các đồ thị điểm

Trong hình 2.2 chúng ta có thể vẽ một đường thẳng đi qua các điểm được minh họa trên hình. Đường thẳng này cho thấy mối quan hệ trung bình giữa giá vé và doanh thu trong giai đoạn 1992/93 đến 2002/03. Chúng ta cũng có thể lượng hoá mối quan hệ trung bình giữa giá vé và mức độ sử dụng (số chuyến đi).

Kinh tế lượng sử dụng thống kê toán để đo lường các mối quan hệ về số liệu kinh tế.

Từ các điểm cụ thể, chúng ta sẽ xây dựng đường thẳng đó như thế nào, chắc chắn nó sẽ không đi qua tất cả các điểm được minh họa. Các chi tiết cụ thể không đề cập ở đây, nhưng ý tưởng là khá đơn giản. Sau khi vẽ tất cả các điểm mô tả số liệu thu thập được, máy tính đưa ra một đường thẳng sao cho giảm thiểu được sự phân tán của các điểm xung quanh đường thẳng đó.

Sau một thời gian thực hành, tất cả mọi người đều có thể sử dụng đồ thị không gian 2 chiều như hình 2.2. Một số khác thậm chí có thể vẽ đồ thị trong không gian 3 chiều. Máy tính có thể xây dựng trong không gian 10 hay 20 chiều mặc dù chúng ta không thể hình dung về hình dạng của nó.

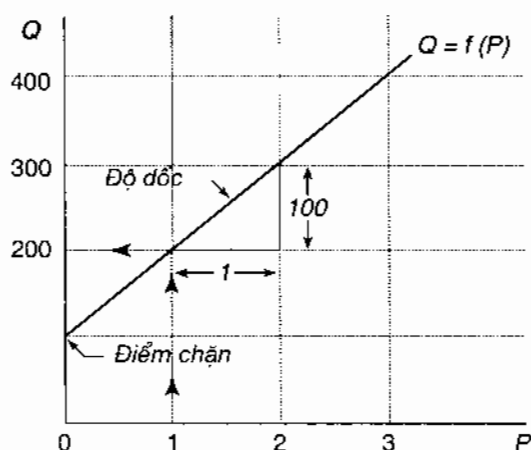
Điều này cho phép giải quyết vấn đề duy trì các yếu tố khác không thay đổi. Máy tính biểu diễn giá vé tàu điện trên trục 1 và giá vé xe bus trên trục khác, giá xăng trên trục thứ 3, thu nhập của khách hàng trên trục thứ 4, và doanh thu trên trục thứ 5, minh họa tất cả các biến này cùng một lúc và xác định mối quan hệ trung bình giữa doanh thu và từng yếu tố ảnh hưởng khi chúng được xem xét một cách đồng thời. Về mặt khái niệm, nó đơn giản là một sự mở rộng cách vẽ các đường thẳng qua các đồ thị điểm rời rạc.

Bằng việc tách biệt các ảnh hưởng riêng rẽ từ số liệu thu thập được khi nhiều yếu tố khác nhau cùng thay đổi, các nhà kinh tế lượng tiến hành nghiên cứu thực nghiệm mặc dù kinh tế học không phải là môn khoa học thực nghiệm như vật lý. Mặc dù các chương sau đưa ra kết quả của nghiên cứu kinh tế lượng, nhưng trong các phân tích lý thuyết chúng ta sẽ không sử dụng những gì phức tạp hơn các đồ thị không gian 2 chiều.

Đọc các đồ thị

Bạn cần phải có khả năng đọc một đồ thị và hiểu chúng có ý nghĩa gì. Hình 2.3 chỉ ra một mối quan hệ lý thuyết giữa 2 biến số: P ký hiệu cho giá và Q ký hiệu cho số lượng. Đồ thị minh họa $Q = f(P)$. Số lượng Q là một hàm số của giá P. Biết các trị số của P chúng ta có thể biết các trị số tương ứng của Q. Chúng ta cần biết các trị số của P để đưa ra nhận định về Q. Trên hình 2.3 Q là một hàm đồng biến. Trị số cao hơn của P dẫn đến trị số cao hơn của Q.

Hình 2.3 Sự phụ thuộc tuyến tính đồng biến



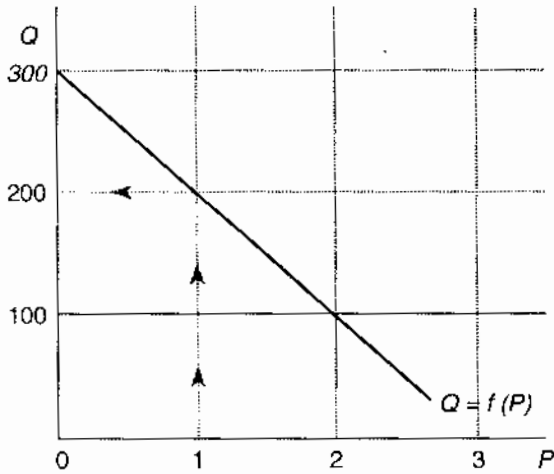
Như trong Hình 2.3, khi hàm này là 1 đường thẳng, chỉ cần 2 thông tin để phác họa toàn bộ quan hệ giữa Q và P. Chúng ta cần hệ số chặn và hệ số góc. Hệ số chặn là độ cao của đường thẳng này khi biến số trên trục hoành bằng 0. Trong Hình 2.3 hệ số chặn là 100, là giá trị của Q khi P = 0.

Có rất nhiều đường thẳng khác nhau đi qua điểm $Q = 100$ và $P = 0$. Thuộc tính khác là hệ số góc của đường thẳng này, nó đo lường độ dốc. Hệ số góc cho chúng ta biết Q (biến số trên trục tung) thay đổi bao nhiêu khi giá P (biến số trên trục hoành) tăng lên 1 đơn vị. Trong Hình 2.3, hệ số góc là 100. Theo định nghĩa độ dốc của 1 đường thẳng là 1 hằng số. Q tăng thêm 100 khi chúng ta thay đổi giá từ 1 lên 2, từ 2 lên 3 hay từ 3 lên 4.

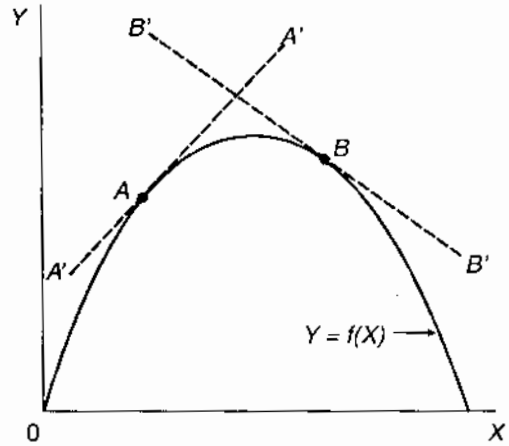
Hình 2.3 chỉ ra mối quan hệ đồng biến giữa Q và P. Khi giá trị của P tăng lên sẽ làm cho Q tăng lên. Đường thẳng này có độ dốc dương. Hình 2.4 minh họa trường hợp Q là 1 hàm nghịch biến của P. Giá trị của P tăng lên sẽ làm Q giảm xuống. Đường như vậy có độ dốc âm.

Các quan hệ kinh tế không nhất thiết là các đường thẳng hay các mối quan hệ tuyến tính. Hình 2.5 minh họa một mối quan hệ phi tuyến tính giữa 2 biến số Y và X. Độ dốc của đường này thay đổi. Mỗi khi ta tăng X 1 đơn vị ta có những mức độ tăng lên hay giảm xuống khác nhau của Y. Hãy xem xét mối quan hệ giữa thuế suất thu nhập X và doanh thu thuế thu nhập Y. Khi thuế suất bằng 0, không có doanh thu thuế. Khi thuế suất là 100% không cá nhân nào muốn làm việc và doanh thu thuế thu được cũng bằng 0. Bắt đầu từ thuế suất bằng 0, khi thuế suất tăng lên ban đầu sẽ làm tăng doanh thu thuế. Tới một tỷ lệ thuế suất nhất định, việc thuế suất tiếp tục tăng lên sẽ làm giảm doanh thu thuế, và doanh thu thuế sẽ bằng 0 khi thuế suất là 100%. Các đồ thị minh họa bản chất của các vấn đề thực tế.

Hình 2.4 Sự phụ thuộc tuyến tính nghịch biến

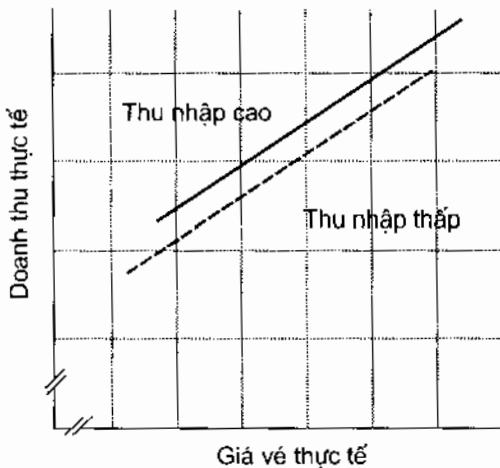


Hình 2.5 Sự phụ thuộc phi tuyến tính



2.3 Cách tiếp cận khác đối với “các yếu tố khác không đổi”

Hình 2.6 Các yếu tố khác không đổi



Một đô thị có thể hỗ trợ Công ty tàu điện London nghiên cứu về giá vé. Ngoài giá vé ra, yếu tố quyết định chính đối với số hành khách sử dụng tàu điện có thể là thu nhập mà hành khách dành để chi tiêu. Trong giai đoạn 1992/93 và 2002/03 thu nhập quốc dân của Anh được điều chỉnh theo lạm phát đã tăng nhanh vào những năm 1990 và chậm dần sau năm 2000.

Xem lại Bảng 2.6. Ngay cả khi giá vé tàu điện cố định, thu nhập tăng lên cũng dẫn đến lượng sử dụng tàu điện tăng và làm tăng doanh thu của dịch vụ tàu điện vào những năm 1990 và tốc độ tăng trưởng của doanh thu này chậm dần khi thu nhập tăng trưởng chậm sau năm 2000.

Khi chúng ta tính đến những biến động cả về giá vé và thu nhập của hành khách thì phân tích của chúng ta trở lên có ý nghĩa hơn. Hãy tưởng tượng ra 2 giai đoạn, một là khi thu nhập thấp và một là khi thu nhập ở mức cao. Hình 2.6 minh họa

mối quan hệ giữa giá vé và doanh thu trong từng giai đoạn đó. Đường nét đứt tương ứng với mức thu nhập thấp và như vậy cầu đối với đi lại bằng tàu điện ở mức thấp. Đường nét liền minh họa cầu ở mức cao hơn tại mỗi mức giá vé.

Trong giai đoạn 1992/93 - 2002/03 chúng ta dịch chuyển từ điểm dưới cùng của đường nét đứt tới điểm trên cùng của đường nét liền. Doanh thu tăng lên không chỉ đơn thuần là do giá vé tăng mà còn do thu nhập tăng lên. Tương tự, việc áp dụng phí ùn tắc do sử dụng ô tô ở London cũng sẽ làm tăng cầu đối với đi lại bằng tàu điện tại mỗi mức giá vé và thu nhập nhất định.

Các yếu tố khác không đổi là một công cụ để xem xét mối quan hệ giữa 2 biến số nhưng vẫn duy trì sự ảnh hưởng của các biến số khác.

Các trục của Hình 2.6 hỗ trợ chúng ta trong việc nghiên cứu mối quan hệ giữa giá vé và doanh thu. Khi các yếu tố khác không đổi, giá vé tăng sẽ làm doanh thu tăng lên, chúng ta trượt dọc theo đường thẳng dốc lên đó. Khi một trong các yếu tố này (như thu nhập hay phí ùn tắc) thay đổi, chúng ta minh họa sự thay đổi này bằng sự dịch chuyển của đường thẳng đó. Cho đến đây chúng ta có thể sử dụng các đồ thị 2 chiều mà không bỏ qua các yếu tố ảnh hưởng khác. Khi các yếu tố không được biểu diễn trên các trục thay đổi, thì các đường thẳng (hay đường cong) sẽ dịch chuyển.

2.9

Các lý thuyết và minh chứng

Các nhà kinh tế phân tích một vấn đề theo 3 giai đoạn. Thứ nhất, một hiện tượng được quan sát và vấn đề được hình thành. Bằng việc suy luận chỉ dựa trên lý thuyết thuần túy hoặc bằng sự nghiên cứu số liệu thực tế, chúng ta nhận định giá vé có quan hệ với doanh thu của dịch vụ tàu điện. Chúng ta muốn tìm hiểu đó là quan hệ gì và tại sao nó tồn tại.

Thứ hai, chúng ta xây dựng một lý thuyết hoặc một mô hình để nắm bắt bản chất của hiện tượng. Qua việc nghiên cứu thu nhập và quyết định lựa chọn phương tiện đi lại, chúng ta chỉ ra các yếu tố liên quan đến số người sử dụng tàu điện ngầm và doanh thu của ngành này.

Thứ ba, chúng ta kiểm nghiệm các dự đoán của lý thuyết thông qua các số liệu kinh tế tương ứng của nó. Việc nghiên cứu số liệu bằng phương pháp kinh tế lượng có thể lượng hoá các nhân tố mà mô hình đưa ra. Tính trung bình, chúng ta có thể thấy chúng có thay đổi theo hướng mà mô hình đưa ra hay không. Trên thực tế bằng việc sử dụng kiểm định kinh tế lượng chúng ta có thể loại bỏ một số nhân tố ra khỏi mô hình nếu như sự ảnh hưởng của chúng là không quan trọng và việc loại bỏ chúng làm cho mô hình trở nên đơn giản hơn.

Nếu giữa lý thuyết và số liệu thực tế có sự tương thích, chúng ta không thể bác bỏ lý thuyết. Nếu mô hình bị bác bỏ chúng ta phải bắt đầu từ giai đoạn đầu tiên. Nếu mô hình không bị số liệu bác bỏ, điều đó cũng không đảm bảo chúng ta đã tìm được một mô hình chính xác. Có thể có một mô hình tốt hơn khác với mô hình của chúng ta nhưng cũng phù hợp với số liệu thực tế. Vì thời gian trôi đi, chúng ta cần cập nhật những số liệu thực tế mới. Chúng ta cũng có thể sử dụng số liệu từ các quốc gia khác. Nếu mô hình càng được kiểm chứng với nhiều số liệu và vẫn không bị bác bỏ thì độ tin cậy của mô hình càng cao trong việc đưa ra sự giải thích chính xác cho hành vi đang nghiên cứu. Những mối quan hệ mà chúng ta hoàn toàn tin tưởng đôi khi được gọi là các quy luật kinh tế.

2.10

Những phê phán phổ biến về kinh tế học và các nhà kinh tế

Chương này đã giới thiệu những công cụ của nhà kinh tế. Bạn có thể còn một số nghi ngại về các công cụ đó. Chúng ta kết thúc chương này bằng việc nói đến một số các phê phán phổ biến về kinh tế học và các nhà kinh tế.

Hộp 2-3**Quan điểm của Becker: Vận dụng các công cụ của nhà kinh tế**

Hầu hết mọi người đều chấp nhận cách phân tích kinh tế về thị trường - xem xét các động cơ ảnh hưởng tới phân bổ nguồn lực như thế nào - giúp chúng ta hiểu về những hiện tượng như lạm phát hay thất nghiệp. Các công cụ tương tự có thể được áp dụng để xem xét những hành vi xã hội khác không? Như tội phạm? Như hôn nhân? Như sử dụng ma túy?

Vì các phân tích kinh tế giả định rằng mọi người đều xuất phát từ động cơ lợi ích cá nhân, hơn là quan tâm tới lợi ích của những người khác, một số nhà kinh tế học nghi ngờ việc vận dụng kinh tế học để giải quyết những vấn đề xã hội. Trong khi đó, những nhà kinh tế học khác thì không nghi ngại về điều này. Năm 1992 nhà kinh tế học Gary Becker ở Chicago được trao giải thưởng Nobel Kinh tế về việc vận dụng lô gic kinh tế trong việc xem xét các loại hành vi của con người. Một số ví dụ mà Becker đưa ra như sau:

Hôn nhân và ly hôn

"Phòng xử án không phải là nơi tốt để đưa ra những phán quyết về các tình huống cụ thể của từng cuộc hôn nhân hay quan hệ khác. Chúng ta nên thay thế phán quyết của toà án bằng các hợp đồng hôn nhân mà trong đó chỉ ra những quy định về tài chính, trách nhiệm với con cái, hay những quy định khác khi xảy ra ly hôn. Các hợp đồng hôn nhân sẽ trở nên thông dụng nếu chúng ta đưa ra những chế tài trong trường hợp hợp đồng không có hiệu lực".

Ma túy

Việc cấm rượu đã sinh ra tên trùm gangster Al Capone ở Mỹ nhưng lại thất bại trong việc ngăn chặn sử dụng rượu. Kết cục của việc cấm đoán này là sự thừa nhận rằng Mỹ đã thất bại trong việc cấm rượu. Giải pháp của Becker đối với ma túy là tương tự - luật hoá, tăng doanh thu thuế của chính phủ, bảo vệ lớp người vị thành niên, huỷ bỏ độc quyền buôn bán ma túy của bọn tội phạm có tổ chức.

Những đề xuất của Becker có một số đóng góp. Ví dụ, năm 2001 cảnh sát Brixton nhận được mệnh lệnh không bắt những người hút cannabis ở nơi công cộng, một phần của chính sách này là nhằm chuyển sang tập trung vào những loại ma túy nặng như cocaine và heroin. Vào năm 2000 lượng cannabis bị tịch thu ở Anh chỉ chiếm một nửa so với năm 1997. Khi nguồn cung tăng lên, giá giảm nhanh chóng.

Một số người cho rằng sự khoan dung đối với ma túy nhẹ sẽ dẫn đến sự hợp pháp hóa và làm cho doanh thu thuế tăng lên đối với loại ma túy này. Với lượng tiêu dùng hàng năm 1500 tấn ở Anh, thuế tiêu dùng là 3£/1gram sẽ làm tăng doanh thu thuế lên 5 tỷ bảng một năm. Ở những nền kinh tế lớn hơn, lợi nhuận sẽ lớn hơn. Đồng thời làm giảm 1,4 tỷ bảng chi phí cho việc chống ma túy và 1,5 tỷ bảng (ước tính) chi phí của các hoạt động tội phạm liên quan đến ma túy.

Nguồn: G.S. Becker và G.N. Becker, The Economics of Life, McGraw - Hill, 1997; The Observer, 8 July 2001.

Không có sự thống nhất hoàn toàn giữa các nhà kinh tế

Chúng ta cần phân biệt kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc. Ngay cả khi tất cả các nhà kinh tế đồng ý trên phương diện kinh tế học thực chứng về cách thức vận hành của nền kinh tế, thì vẫn tồn tại những sự bất đồng lớn trên phương diện các đề xuất chuẩn tắc trên cơ sở những nhận định khác nhau về giá trị. Nhiều bất đồng giữa các nhà kinh tế học xảy ra vì vấn đề này.

Có rất nhiều sự bất đồng về kinh tế học thực chứng. Kinh tế học không phải là môn khoa học thực nghiệm. Thực sự tồn kém khi khiến một nửa dân số mất việc chỉ để tìm hiểu cách thức hoạt động của nền kinh tế. Thiếu những thực nghiệm có thể kiểm soát được, chúng ta phải phân biệt những ảnh hưởng khác nhau trong dữ liệu quá khứ để khắc phục vấn đề các yếu tố khác không đổi. Sử dụng dữ liệu qua các năm có thể khắc phục điều đó dễ dàng hơn nhưng lại nảy sinh một vấn đề mới. Vì quan điểm và thể chế luôn thay đổi, số liệu qua các năm có thể không còn phù hợp với hành vi hiện tại. Mặc dù tồn tại các khó khăn đó nhưng chúng ta sẽ thực hiện những điều tốt nhất có thể.

Cuối cùng, thật sai lầm khi cho rằng không có những bất đồng lớn nào giữa những nhà vật lý hoặc các bác sĩ hay các kĩ sư. Hầu hết mọi người không có ý định biết nhiều về vật lý; mọi người muốn biết đôi chút về những vấn đề mà những nhà kinh tế học nghiên cứu.

Các mô hình kinh tế là khá đơn giản và ít thực tế

Một mô hình là sự đơn giản hoá thực tế để giúp chúng ta tìm hiểu thực tế rõ ràng hơn. Một mô hình tốt là một mô hình đơn giản nhưng không làm sai lệch thực tế quá nhiều. Nó tập trung vào những đặc điểm chính của vấn đề. Việc kiểm nghiệm một mô hình tốt không phải là kiểm nghiệm xem nó đơn giản như thế nào, mà là kiểm nghiệm khả năng giải thích của nó đối với những hành vi được quan sát.

Đôi khi chúng ta sử dụng một mô hình đơn giản trong một thời gian dài. Bạn sẽ thấy những ví dụ trong những chương sau. Trong những trường hợp khác, hành vi mà chúng ta nghiên cứu là phức tạp và một mô hình đơn giản có thể không hiệu quả. Một mô hình thực tế hơn sẽ vượt qua phạm vi nghiên cứu của cuốn sách này. Chúng tôi sẽ giới thiệu một mô hình đơn giản để hướng dẫn bạn bước đầu xem xét những yếu tố cốt yếu của vấn đề.

Con người không vụ lợi giống như những nhà kinh tế giả định

Những nhà kinh tế học cho rằng tất cả những hiện tượng nghiên cứu, ví dụ như đi bằng xe buýt hay đi bằng tàu điện ngầm, được chi phối chủ yếu bởi những động cơ kinh tế. Điều này không có nghĩa là những động cơ kinh tế là tất cả vấn đề.

Một chiến dịch quảng cáo thành công của dịch vụ tàu điện ngầm sẽ thay đổi số người sử dụng dịch vụ này. Một thay đổi trong thái độ xã hội cũng có ảnh hưởng tương tự: đi tàu điện là văn minh hơn. Kiến thức về chính trị, xã hội học và tâm lý học là cần thiết để mô tả toàn diện hơn về hành vi con người. Có nhiều yếu tố mà những nhà kinh tế học xếp vào nhóm "các yếu tố khác không đổi". Kinh tế học nhấn mạnh ảnh hưởng của các động cơ kinh tế. Các thái độ xã hội thay đổi chậm và vì nhiều lý do chúng được coi là không đổi. Tuy nhiên, nếu một nhà kinh tế học phát hiện ra một sự thay đổi quan trọng trong thái độ xã hội, nó sẽ dễ dàng được đưa vào phân tích.

Các hành động của con người không thể được coi là các quy luật khoa học

Các nhà vật lý cho rằng các phân tử riêng biệt di chuyển một cách ngẫu nhiên nhưng chúng ta có thể xây dựng và kiểm nghiệm các lý thuyết dựa trên hành vi thông thường hay có hệ thống của chúng. Các nhà kinh tế cũng sử dụng quan điểm đó đối với con người. Chúng ta sẽ không giải thích được các hành động bột phát hay chỉ vì bạn bực bội suốt ngày. Tuy nhiên, những khác biệt ngẫu nhiên trong hành vi có xu hướng loại trừ lẫn nhau khi lấy trung bình. Chúng ta có thể mô tả hành vi thông thường một cách chắc chắn hơn.

Nếu hành vi cho thấy các xu hướng không có tính hệ thống - các xu hướng khi làm cùng một việc ở cùng một tình huống - thì chẳng phải bàn nhiều. Quá khứ không phải là chỉ dẫn cho tương lai. Tất cả các quyết định là quyết định một lần. Quan điểm này không những là không có tác dụng mà nó cũng không được hỗ trợ bởi số liệu. Các lý thuyết kinh tế tồn tại là nhờ có sự phù hợp, tương thích với số liệu. Hành vi con người càng ngẫu nhiên thì các yếu tố mà chúng ta sử dụng để xây dựng lý thuyết và đưa ra dự báo càng ít tính hệ thống. Nhận định một vài điều về hành vi vẫn tốt hơn là không nói gì cả.

TÓM TẮT

- Có sự tương hỗ qua lại một cách liên tục giữa mô hình và số liệu trong nghiên cứu các mối quan hệ kinh tế. Một mô hình là việc đơn giản hoá thực tế để tổ chức cách thức nghiên cứu một vấn đề.

- **Số liệu** và thực tế là rất quan trọng vì hai lý do. Chúng cho thấy các mối quan hệ mà chúng ta nên tập trung vào để giải thích và chúng cho phép chúng ta kiểm nghiệm những giả thuyết và định lượng các tác động của chúng.
- Các bảng biểu thể hiện số liệu theo một mẫu dễ hiểu. **Số liệu theo dãy số** thời gian là các giá trị của một biến nhất định tại các thời điểm khác nhau. **Số liệu chéo** cho biết các giá trị khác nhau của cùng một biến giữa những cá nhân khác nhau tại cùng một thời điểm.
- **Các chỉ số** mô tả số liệu tương đối so với giá trị gốc.
- Rất nhiều chỉ số đề cập đến giá trị trung bình của nhiều biến. **Chỉ số giá bán lẻ** tổng kết những biến động về giá cả của tất cả các loại hàng hoá mà các hộ gia đình mua. Nó sử dụng trọng số của giá của mỗi loại hàng hoá theo mức độ quan trọng của hàng hoá đó trong ngân sách của một hộ gia đình điển hình.
- Phần trăm thay đổi hàng năm trong chỉ số giá bán lẻ là thước đo lạm phát nói chung, giá cả biến động theo tỷ lệ đó.
- **Các biến số giá danh nghĩa** hay hiện hành thể hiện giá trị theo thời giá khi biến số đó được đo lường. **Các biến số giá thực tế hay cố định** điều chỉnh các biến danh nghĩa theo sự thay đổi của mức giá chung. Chúng là thước đo đã được điều chỉnh theo lạm phát.
- **Đồ thị điểm** minh họa mối quan hệ giữa hai biến được biểu diễn trên đồ thị. Khi xây dựng một đường thẳng qua các điểm đó chúng ta có được mối quan hệ trung bình giữa hai biến. **Kinh tế lượng** sử dụng máy tính để xây dựng mối quan hệ trung bình giữa nhiều biến cùng một lúc. Về nguyên tắc, điều này cho phép chúng ta tránh vấn đề “**các yếu tố khác không đổi**”, mà làm thể hiện trong không gian hai chiều.
- Các đồ thị phân tích rất hữu dụng trong xây dựng mô hình. Chúng chỉ ra mối quan hệ giữa hai biến trong điều kiện các yếu tố khác không đổi. Nếu chúng ta muốn thay đổi một trong số các yếu tố này, chúng ta phải dịch chuyển đường thẳng hoặc đường cong đã được minh họa trên đồ thị.
- Để nắm bắt được nền kinh tế hoạt động như thế nào chúng ta cần cả lý thuyết và thực tế. Chúng ta cần lý thuyết để biết nên tìm kiếm số liệu thực tế nào: có rất nhiều số liệu thực tế nhưng chỉ có một số các dữ kiện thực tế cho chúng ta câu trả lời chính xác. Thực tế không có lý thuyết thì vô ích nhưng lý thuyết không có thực tế là nhận định không có cơ sở. Chúng ta cần cả hai.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Cơ quan cảnh sát muốn nghiên cứu xem mức độ phạm tội có bị ảnh hưởng bởi tỉ lệ thất nghiệp hay không. (a) Chúng ta sẽ kiểm nghiệm giả thuyết này như thế nào? Cần số liệu gì? (b) Đây là “các yếu tố khác không đổi” mà bạn phải lưu ý?
- 2 Sử dụng dữ liệu trong Bảng 2.5 để vẽ đồ thị điểm biểu thị mối quan hệ giữa giá nhà danh nghĩa và chỉ số giá bán lẻ. Đó là đồ thị minh họa số liệu theo dãy số thời gian hay số liệu chéo?
- 3 Bảng sau biểu thị mức chi tiêu và thu nhập của các hộ gia đình, đơn vị là tỷ bảng theo mức giá năm 1995. (a) Vẽ đồ thị điểm với mức chi tiêu trên trục tung và thu nhập trên trục hoành. (b) Vẽ một đường thẳng qua các điểm đó. (c) Giữa mức chi tiêu và thu nhập có quan hệ với nhau không?

Nước Anh	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Thu nhập	476	482	495	505	525	539	500	567
Tiêu dùng	434	447	454	471	489	509	530	548

- 4 Bảng sau biểu thị tỉ lệ thất nghiệp tại thủ đô và các vùng còn lại của đất nước. Một phần ba dân số sống tại thủ đô. Xây dựng chỉ số thất nghiệp quốc gia, coi năm 2000 là 100. Bạn sử dụng trọng số nào cho hai tỉ lệ thất nghiệp này? Tại sao?

Tỷ lệ thất nghiệp(%)	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Thủ đô	7	6	5	4	6	5	4	4
Các vùng khác	10	9	8	8	9	8	8	7

- 5 Vẽ đồ thị điểm với biến Y trên trục tung, biến X trên trục hoành. Giữa X và Y có mối quan hệ đồng biến hay nghịch biến? Nên vẽ đường thẳng hay đường cong qua các điểm này?

Y	40	33	29	56	81	19	20
X	5	7	9	3	1	11	10

- 6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao các khẳng định sau là sai? (a) Mục đích của lý thuyết là để chúng ta bỏ qua thực tế. (b) Kinh tế học không phải là một môn khoa học vì nó không thể tiến hành các thí nghiệm trong điều kiện có thể kiểm soát. (c) Con người có cảm xúc và hành động bột phát. Sẽ là sai lầm nếu biến các hành động của con người thành quy luật khoa học.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 681.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

Chương 3

Cầu, cung và thị trường

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Quan điểm về thị trường.
- 2 Đường cầu và đường cung.
- 3 Mức giá và sản lượng cân bằng.
- 4 Sự điều chỉnh giá cả điều hoà cầu và cung trên thị trường như thế nào.
- 5 Những yếu tố làm dịch chuyển đường cung và đường cầu.
- 6 Thị trường tự do và thị trường có kiểm soát giá cả.
- 7 Làm thế nào thị trường trả lời các câu hỏi: sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai.

Xã hội phải tìm được cách nào đó để ra quyết định sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai. Nền kinh tế hiện đại tin tưởng mạnh mẽ vào thị trường và giá cả để phân bổ các nguồn lực vào những mục đích khác nhau. Sự ảnh hưởng lẫn nhau giữa cầu (hành vi của những người mua) và cung (hành vi của những người bán) xác định sản lượng hàng hoá được sản xuất ra và mức giá để mua và bán hàng hoá đó.

3.1 Thị trường

Thị trường là sự dàn xếp giữa người bán và người mua trong trao đổi hàng hoá và dịch vụ.

Những cửa hàng và quầy rau quả đưa người bán và người mua lại gần nhau. Thị trường cổ phiếu lại sử dụng những người trung gian (những người môi giới cổ phiếu) để đại diện cho khách hàng trong các giao dịch. Thương mại điện tử được tiến hành trên mạng internet. Trong những siêu thị, những người bán đặt giá và để khách hàng chọn có mua hay không. Những cuộc bán đấu giá đó cố khiến những người mua đặt giá cạnh tranh nhau trong khi những người bán chỉ giữ vai trò bị động.

Mặc dù biểu hiện bên ngoài là khác nhau, những thị trường đó thực hiện cùng một chức năng kinh tế. Chúng xác định giá cả để đảm bảo rằng sản lượng người ta muốn

mua bằng với sản lượng người ta muốn bán. Giá cũ và sản lượng không thể xem xét tách rời nhau. Khi cố định giá của loại xe Bentley gấp 20 lần giá của Fiat, thị trường ô tô đảm bảo rằng mức sản xuất và bán loại xe Fiat sẽ lớn hơn rất nhiều mức sản xuất và bán loại xe Bentley. Những mức giá đó hướng dẫn xã hội trong việc chọn xem nên sản xuất cái gì, như thế nào và cho ai.

Để hiểu quá trình đó đầy đủ hơn, chúng ta cần xây dựng mô hình cho một thị trường điển hình. Những thành phần đó là cầu (hành vi của những người mua) và cung (hành vi của những người bán). Từ đó chúng ta có thể biết được chúng tác động qua lại với nhau như thế nào để xem cách thức thị trường hoạt động.

3.2 Cầu, cung và sự cân bằng

Cầu là số lượng hàng hoá mà người mua muốn mua tại mỗi mức giá chấp nhận được.

Cầu không phải là một mức sản lượng cụ thể, ví dụ như 6 thanh sôcôla, mà là sự mô tả đầy đủ của tất cả các mức sản lượng sôcôla mà người mua muốn mua tại mỗi và mọi mức giá có thể thanh toán được. Cột đầu tiên của Bảng 3.1 chỉ ra mức giá của những thanh sôcôla. Cột thứ 2 biểu diễn số lượng thanh sôcôla được cầu. Thậm chí khi sôcôla được cho không thì người ta cũng chỉ mong muốn một số lượng thanh nhất định. Người mua chán khi phải ăn quá nhiều sôcôla. Khi giá sôcôla tăng lên, sản lượng được cầu giảm xuống, trong điều kiện những yếu tố khác không đổi. Chúng ta giả định rằng không ai mua sôcôla khi mức giá vượt quá 0,40£. Cột (1) và (2) đã mô tả cầu về sôcôla như là một chức năng của giá cả.

Cung là số lượng hàng hoá mà người bán muốn bán tại mỗi mức giá có thể.

Cung không phải là một mức sản lượng cụ thể mà là toàn bộ sự mô tả về sản lượng mà người bán muốn bán tại mỗi mức giá. Cột 3 trong Bảng 3.1 cho thấy sản lượng người bán muốn bán tại mỗi mức giá. Sôcôla không thể được sản xuất để cho không. Không ai muốn cung cấp với mức giá là 0. Trong ví dụ của chúng ta, phải từ mức giá 0,20£ trở lên thì mới khuyến khích người ta sản xuất sôcôla. Tại mức giá cao hơn thì sẽ có lợi hơn khi sản xuất sôcôla và sản lượng được sản xuất sẽ tăng. Cột 1 và 3 miêu tả cung về sôcôla như là một chức năng của giá cả.

Lưu ý sự khác nhau giữa cầu và lượng cầu. Cầu mô tả hành vi của người mua tại mọi mức giá. Tại một mức giá cụ thể ta có một lượng cầu xác định. Thuật ngữ “lượng cầu” chỉ có ý nghĩa đối với một mức giá cụ thể. Tương tự như vậy đối với cung và lượng cung.

Trong ngôn ngữ hàng ngày, chúng ta nói: khi cầu về vé xem bóng đá cao hơn cung thì nhiều người không vào sân vận động được. Những nhà kinh tế thì phải chính xác hơn. Tại một mức giá tính cho vé xem bóng đá, lượng cầu vượt quá lượng cung. Một mức giá cao hơn sẽ làm giảm lượng cầu, tạo ra ghế trống tại sân vận động. Nhưng cầu không hề thay đổi, lượng người muốn có vé tại mỗi mức giá vẫn là thế. Lượng cầu chỉ thay đổi khi giá thay đổi.

Bảng 3.1 Cầu và cung sôcôla

(1) Giá (£/ thanh)	(2) Lượng cầu (Số lượng thanh)	(3) Lượng cung (Số lượng thanh)
0,00	200	0
0,10	160	0
0,20	120	40
0,30	80	80
0,40	40	120
0,50	0	160

Biểu cầu và cung được xây dựng trên giả định rằng “những điều kiện khác không đổi”. Về cầu về vé xem bóng đá, một trong số “những điều kiện khác” là liệu trận đấu có được phát trên truyền hình không. Nếu có, lượng cầu về vé tại mỗi và mọi mức giá sẽ thấp hơn so với khi trận đấu không được phát trên truyền hình.

Quay trở lại thị trường sôcôla trong Bảng 3.1. Khi những điều kiện khác không đổi, mức giá sôcôla càng thấp lượng cầu càng cao. Khi những điều kiện khác không đổi, mức giá sôcôla càng cao lượng cung càng cao. Một khuyến cáo của nha sĩ cảnh báo về ảnh hưởng của sôcôla tới sâu

ràng, hoặc sự giảm sút trong thu nhập của hộ gia đình đều làm thay đổi “những điều kiện khác” liên quan tới cầu về sôcôla. Một trong hai sự thay đổi trên đều làm giảm cầu về sôcôla, giảm lượng cầu tại mỗi mức giá. Hạt cacao rẻ hơn, công nghệ mới về đóng gói thanh sôcôla sẽ làm thay đổi “những điều kiện khác” liên quan tới cung về sôcôla. Chúng đều có xu hướng làm tăng cung về sôcôla, tăng lượng cung tại mỗi mức giá có thể.

Mức giá cân bằng

Giá cân bằng là mức giá mà tại đó lượng cung bằng lượng cầu.

Dư cung xảy ra khi lượng cung vượt quá lượng cầu tại mức giá hiện hành. Dư cầu xảy ra khi lượng cầu vượt quá lượng cung tại mức giá hiện hành.

Ban đầu ta giả định rằng tất cả những điều kiện khác không đổi. Chúng ta kết hợp hành vi của những người bán và những người mua để xây dựng mô hình cho thị trường sôcôla. Tại những mức giá thấp, lượng cầu vượt quá lượng cung và tại những mức giá cao thì ngược lại. Tại một mức giá trung gian nào đó, gọi là mức giá cân bằng, lượng cung đúng bằng lượng cầu.

Tại Bảng 3.1, mức giá cân bằng là 0,30£, tại đó sản lượng cân bằng là 80 thanh, sản lượng người mua muốn mua và sản lượng người bán muốn bán. Tại những mức giá thấp hơn 0,30£, lượng cầu vượt quá lượng cung và nhiều người mua nản lòng. Đó là sự thiếu hụt. Khi những nhà kinh tế nói rằng có dư cầu tức là họ đang sử dụng cách nói tắt cho một hiện tượng chính xác: lượng cầu vượt quá lượng cung tại một mức giá.

Ngược lại, tại mọi mức giá trên 0,30£, lượng cung vượt quá lượng cầu. Những người bán có hàng tồn kho không bán được. Những nhà kinh tế gọi sự dư thừa đó là dư cung, một cách nói tắt cho hiện tượng lượng cung vượt quá lượng cầu tại một mức giá. Chỉ duy nhất tại mức giá 0,30£, mức giá cân bằng, thì lượng cầu và lượng cung mới bằng nhau. Mong muốn của tất cả mọi người được đáp ứng tại mức giá cân bằng.

Có phải thị trường tự đạt trạng thái cân bằng? Cái gì đem lại sự cân bằng đó? Giả sử mức giá ban đầu là 0,50£, trên mức giá cân bằng. Những người bán cung cấp 160 thanh nhưng không ai muốn mua tại mức giá đó. Người bán giảm giá để bán số hàng tồn kho. Việc giảm giá xuống còn 0,40£ có hai ảnh hưởng. Nó làm tăng lượng cầu lên 40 thanh và giảm sản lượng người bán muốn cung cấp và bán xuống còn 120 thanh. Cả hai ảnh hưởng trên đều làm giảm dư cung. Giá tiếp tục giảm cho đến khi mức giá đạt 0,30£ và dư cung biến mất.

Khi mức giá thấp hơn 0,30£ thì diễn ra quá trình ngược lại. Tại mức giá 0,20£, lượng cầu là 120 thanh nhưng lượng cung chỉ có 40 thanh. Người bán không có hàng để bán và đặt mức giá cao hơn. Việc khuyến khích tăng giá tiếp tục diễn ra cho đến khi đạt tới mức giá cân bằng, dư cầu biến mất và thị trường cân bằng.

Tại một thời điểm xác định, mức giá có thể không bằng với mức giá cân bằng. Nếu không bằng, xuất hiện một trong hai hiện tượng dư cung hoặc dư cầu, phụ thuộc vào việc mức giá cao hơn hay thấp hơn mức giá cân bằng. Nhưng chính sự mất cân bằng đó lại khuyến khích việc thay đổi giá để trở lại mức giá cân bằng. Thị trường tự động điều chỉnh. Những vấn đề gây tranh cãi cơ bản trong kinh tế học là giá cả nhanh chóng điều chỉnh để phục hồi trạng thái cân bằng như thế nào trong một thị trường nhất định.

3.3

Đường cầu và đường cung

Bảng 3.1 biểu thị điều kiện cung và cầu trên thị trường sôcôla và cho phép chúng ta tìm ra mức giá và sản lượng cân bằng. Phân tích hiện tượng đó bằng đồ thị sẽ hữu ích. Hình 3.1 biểu diễn mức giá sôcôla trên trục tung và sản lượng sôcôla trên trục hoành. Đường

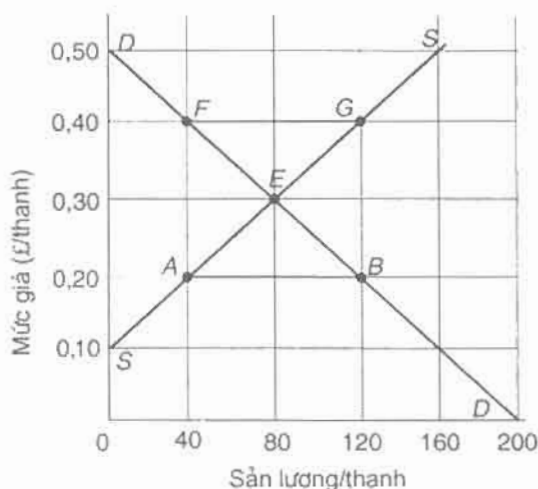
Đường cầu thể hiện mối quan hệ giữa mức giá và lượng cầu, khi những điều kiện khác không đổi.

Đường cung thể hiện mối quan hệ giữa mức giá và lượng cung, khi những điều kiện khác không đổi.

cầu D biểu thị dữ liệu tại hai cột đầu tiên của Bảng 3.1 và nối các điểm lại với nhau. Đường cầu trong hình là một đường thẳng, mặc dù nó không nhất thiết phải như vậy. Đường thẳng đó có hệ số góc âm. Lượng cầu lớn hơn ứng với mức giá thấp hơn.

Hình 3.1 biểu thị cột (1) và (3) của Bảng 3.1. Nối các điểm lại với nhau ta có đường cung S. Nó lại là một đường thẳng mặc dù không nhất thiết phải như vậy. Nó dốc lên trên vì những người bán chỉ muốn tăng lượng cung khi mức giá tăng lên.

Hình 3.1 Thị trường sôcôla



Thị trường cân bằng tại điểm E. Tại mức giá thấp hơn mức giá cân bằng sẽ có hiện tượng dư cầu: AB biểu thị sự dư cầu tại mức giá 0,20£. Tại mức giá cao hơn mức giá cân bằng sẽ có hiện tượng dư cung: FG biểu thị sự dư cung tại mức giá 0,40£.

Bây giờ chúng ta có thể kiểm tra lại dư cung, dư cầu và trạng thái cân bằng. Một mức giá xác định được biểu thị bởi một tung độ trên trục tung và một mức sản lượng xác định được biểu thị bởi một hoành độ trên trục hoành. Trạng thái cân bằng được biểu thị tại điểm E. Như trong Bảng 3.1 thì đó phải là mức giá 0,30£ và sản lượng là 80 thanh. Tại bất kỳ mức giá nào dưới mức giá cân bằng, khoảng cách theo chiều ngang giữa đường cung và đường cầu chính là sự dư cầu tại mức giá đó. Tại mức giá 0,20£, lượng cung là 40 thanh và lượng cầu là 120 thanh. Khoảng cách theo chiều ngang giữa đường cung và đường cầu chính là sự dư cầu 80 thanh. Ngược lại, trên mức giá cân bằng ta có hiện tượng dư cung. Tại mức giá 0,40£, lượng cầu là 40 thanh và lượng cung là 120 thanh. Khoảng cách theo chiều ngang FG là sự dư cung 80 thanh tại mức giá đó.

Giá sử tại mức giá là 0,40£. Chỉ có 40 thanh sôcôla được bán trong khi người mua muốn mua 120 thanh. Tại sao người bán chứ không phải người mua lại chán nản khi mong muốn của họ bất đồng? Việc tham gia thị trường là tự nguyện. Người mua không buộc phải mua và người bán không buộc phải bán. Khi thị trường không cân bằng, sản lượng giao dịch sẽ là số nhỏ hơn trong hai mức sản lượng: lượng cung và lượng cầu. Tại bất kỳ mức sản lượng nào trên 40 thanh ở mức giá 0,40£ đều khiến người mua phải mua thứ họ không muốn.

Tương tự như vậy, tại mức giá 0,20£, bất kỳ mức sản lượng nào trên 40 thanh là sự ép buộc đối với người bán.

Bây giờ chúng ta có thể xem xét lại sự xác định giá cả trên thị trường sôcôla. Hình 3.1 chỉ ra rằng sẽ có hiện tượng dư cung tại tất cả các mức giá trên mức giá cân bằng 0,30£. Người bán phản ứng lại với việc hàng hóa không bán được bằng cách giảm giá. Khi giá giảm xuống mức cân bằng, dư cung biến mất. Cân bằng tại điểm E. Ngược lại, tại những mức giá dưới 0,30£ thị trường sẽ có hiện tượng dư cầu, khiến giá cả tăng lên, dư cầu kết thúc khi đạt tới trạng thái cân bằng E. Tại trạng thái cân bằng, người bán và người mua có thể trao đổi với nhau bao nhiêu họ muốn tại mức giá cân bằng. Không có động cơ nào cho việc thay đổi giá cả.

3.4

Dằng sau đường cầu

Đường cầu diễn tả mối quan hệ giữa giá cả và lượng cầu khi những yếu tố khác không đổi. Vậy những yếu tố khác là những gì? Những yếu tố khác liên quan tới đường cầu thường được nhóm lại thành 3 loại: giá cả hàng hoá liên quan, thu nhập của người tiêu

dùng (người mua) và thị hiếu hay sự ưa thích hơn của người tiêu dùng. Chúng ta lần lượt xem xét mỗi loại.

Giá cả hàng hoá liên quan

Trong chương 2 chúng ta đã bàn về cầu đi lại bằng tàu điện ngầm. Việc tăng phí đi ôtô buýt hay việc tăng giá xăng sẽ làm tăng lượng cầu về đi lại bằng tàu điện ngầm tại mỗi mức giá có thể. Trong ngôn ngữ hàng ngày thì ôtô buýt và ôtô con là những thứ thay thế cho tàu điện ngầm. Tương tự, xăng và ôtô là những thứ bổ sung cho nhau bởi chúng ta không thể sử dụng ôtô mà lại không sử dụng nhiên liệu. Việc tăng giá xăng có xu hướng làm giảm cầu về ôtô.

Hàng hoá thay thế và hàng hoá bổ sung liên quan tới cầu về sôcôla như thế nào? Rõ ràng rằng những loại kẹo khác (kẹo dẻo,...) là hàng hoá thay thế cho sôcôla. Giá các loại kẹo khác tăng sẽ làm tăng lượng cầu về sôcôla tại mỗi mức giá có thể của sôcôla, mọi người thay thế các loại kẹo khác bằng kẹo sôcôla. Nếu mọi người mua sôcôla để ăn tại rạp chiếu phim thì phim sẽ là hàng hoá bổ sung đối với sôcôla. Việc tăng giá vé xem phim sẽ làm giảm cầu về sôcôla vì ít người tới xem phim hơn trước. Tuy nhiên, sẽ khó khăn khi xem xét quá nhiều loại hàng hoá bổ sung cho sôcôla. Nó gợi ý rằng, hầu hết các hàng hoá thì thay thế cho nhau. Sự bổ sung thường là những trường hợp đặc biệt (đài đĩa và đĩa ca nhạc, cà phê và sữa, giày và dây giày).

Giá của một hàng hoá tăng làm tăng cầu cho hàng hoá thay thế nó và làm giảm cầu cho hàng hoá bổ sung cho nó.

Cầu đối với hàng hoá thông thường tăng khi thu nhập tăng. Cầu đối với hàng hoá thứ cấp giảm khi thu nhập tăng.

Thu nhập của người tiêu dùng

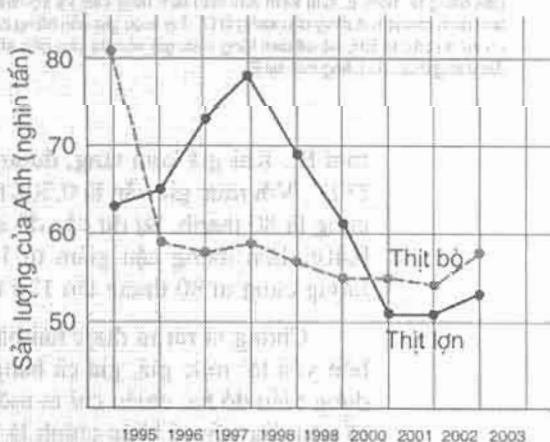
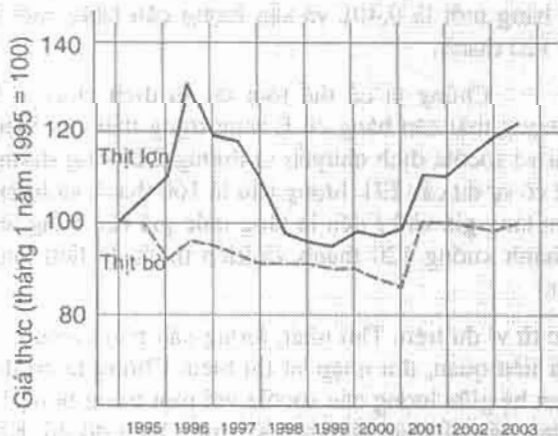
Loại thứ 2 trong “những yếu tố khác không đổi” khi xác định đường cầu là thu nhập của người tiêu dùng. Khi thu nhập tăng, cầu về hầu hết các loại hàng hoá tăng. Thông thường người tiêu dùng muốn mua nhiều hơn hầu hết các loại. Tuy nhiên, cũng có trường hợp ngoại lệ.

Hộp 3-1 Thị trường thịt lợn...

Năm 1996 cuộc khủng hoảng BSE dẫn tới sự giảm cầu về thịt bò của Anh. Với đường cầu thấp hơn, giá cân bằng của thịt bò giảm. Người tiêu dùng chuyển sang mua thịt gà và thịt lợn. Giá thịt lợn tăng lên nhanh chóng. Nhiều người nông dân chuyển từ nuôi bò sang nuôi lợn. Năm 1998 thị trường bị

tràn ngập bởi thịt lợn và giá thịt lợn lại giảm. Năm 2001 người ta nuôi ít lợn hơn để cung cấp ra thị trường.

Nguồn: ONS, Monthly Digest of statistics.



Như gợi ý của tên gọi, hầu hết hàng hoá là hàng hoá thông thường. Hàng hoá thứ cấp là loại hàng hoá rất rẻ nhưng chất lượng thấp mà mọi người không muốn mua khi có điều kiện dư giả hơn.

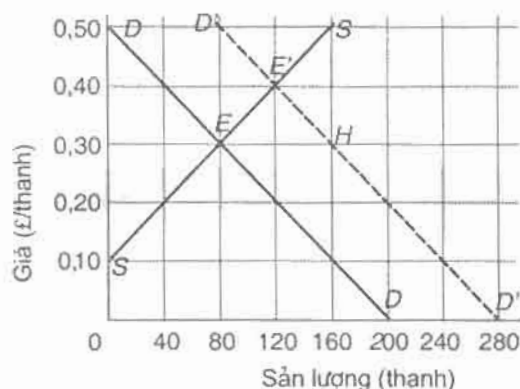
Thị hiếu

Loại thứ 3 trong những yếu tố khác không đối đối với một đường cầu xác định là thị hiếu người tiêu dùng hay sự ưa thích hơn. Chúng được hình thành bởi sự thuận tiện, thói quen hay thái độ xã hội. Trào lưu thích váy ngắn đã làm giảm cầu về nguyên liệu dệt vải. Sự tập trung vào sức khoẻ và sự cân đối đã làm tăng cầu về dụng cụ chạy bộ, thức ăn dinh dưỡng và những tiện nghi cho thể thao đồng thời làm giảm cầu về bánh kem, bơ và thuốc lá.

3.5 Sự dịch chuyển của đường cầu

Bây giờ chúng ta có thể phân biệt sự vận động dọc theo đường cầu xác định và sự dịch chuyển của bản thân đường cầu. Trong Hình 3.1 chúng ta đã vẽ một đường cầu về sôcôla trong điều kiện không đổi của 3 yếu tố: giá cả hàng hoá liên quan, thu nhập và thị hiếu. Sự di chuyển dọc theo đường cầu mô tả sự ảnh hưởng của giá sôcôla lên lượng cầu sôcôla khi những yếu tố khác không đổi. Bất kỳ sự thay đổi nào trong 3 yếu tố trên đều làm thay đổi cầu về sôcôla.

Hình 3.2 Sự tăng cầu sôcôla



Tại mức giá kem thấp, đường cầu về sôcôla là DD và trạng thái cân bằng là điểm E. Giá kem cao hơn làm tăng cầu về sôcôla, làm dịch chuyển đường cầu sang D'D'. Tại mức giá cân bằng cũ có sự dư thừa là EH, nó sẽ làm tăng mức giá sôcôla cho đến khi đạt trạng thái cân bằng mới tại E'.

Hình 3.2 biểu diễn sự gia tăng của giá hàng hoá thay thế cho sôcôla, ví dụ là kem, sẽ khiến mọi người cầu nhiều hơn về sôcôla và ít đi về kem. Tại mỗi mức giá của sôcôla lượng cầu về sôcôla nhiều hơn khi giá kem là cao. Mọi người chọn sôcôla thay cho kem. Đường cầu DD của sôcôla dịch chuyển đến D'D'. Đường cầu dịch sang phải. Tại mỗi mức giá trên trục tung, khoảng cách lớn hơn theo trục hoành biểu diễn một lượng cầu lớn hơn.

Sự thay đổi giá kem không có tác động khuyến khích gì đối với việc cung cấp sôcôla: tại mỗi mức giá sôcôla, người bán muốn bán mức sản lượng sôcôla như trước. Sự tăng cầu, hay sự dịch chuyển sang phải của đường cầu, làm thay đổi giá cả và sản lượng cân bằng trên thị trường sôcôla. Trạng thái cân bằng thay đổi từ E sang E'. Mức giá cân bằng mới là 0,40£ và sản lượng cân bằng mới là 120 thanh.

Chúng ta có thể tóm tắt sự dịch chuyển từ trạng thái cân bằng cũ E sang trạng thái cân bằng mới E'. Khi giá kem tăng, đường cầu về sôcôla dịch chuyển từ đường DD sang đường D'D'. Với mức giá vẫn là 0,30£ thì sẽ có sự dư thừa EH: lượng cầu là 160 thanh và lượng cung là 80 thanh. Sự dư thừa đó sẽ làm tăng giá và kể đến là tăng mức giá cân bằng lên 0,40£, làm lượng cầu giảm từ 160 thanh xuống 120 thanh và kích thích để làm tăng lượng cung từ 80 thanh lên 120 thanh.

Chúng ta rút ra được hai bài học từ ví dụ trên. Thứ nhất, lượng cầu phụ thuộc vào bốn yếu tố: mức giá, giá cả hàng hoá liên quan, thu nhập và thị hiếu. Chúng ta có thể dựng biểu đồ hai chiều chỉ ra mối quan hệ giữa lượng cầu sôcôla với một trong bốn yếu tố trên. Ba yếu tố khác chính là "những yếu tố khác không đổi" trong biểu đồ đó. Khi

dựng đường cầu, chúng ta chỉ chọn yếu tố mức giá của chính hàng hoá đó (ở đây là mức giá của sôcôla) để đưa vào biểu đồ cùng với lượng cầu. Ba yếu tố khác sẽ là “những yếu tố không đổi” khi vẽ một đường cầu xác định. Sự thay đổi của bất kỳ yếu tố nào trong số ba yếu tố trên sẽ làm dịch chuyển đường cầu.

Phép phân tích so sánh tĩnh chỉ thay đổi một yếu tố trong số “những yếu tố khác không đổi” và kiểm tra ảnh hưởng của nó lên mức giá và sản lượng cân bằng.

Tại sao chúng ta chỉ chọn giá cả của chính hàng hoá đó để vẽ cùng với lượng cầu? Chúng ta muốn tìm hiểu về thị trường sôcôla. Giá của hàng hoá liên quan, thu nhập và thị hiếu được xác định tại thị trường khác của nền kinh tế. Khi tập trung vào mức giá của sôcôla, chúng ta thấy được cơ chế tự điều chỉnh của thị trường để giải quyết hiện tượng dư cầu hay dư cung, làm thay đổi mức giá sôcôla trên thị trường để phục hồi trạng thái cân bằng.

Thứ hai, ví dụ của chúng ta biểu thị phép phân tích so sánh tĩnh. Phép phân tích là so sánh vì nó so sánh giữa trạng thái cân bằng cũ và mới, phép phân tích là tĩnh vì chúng ta chỉ so sánh những vị trí cân bằng. Tại mỗi trạng thái cân bằng, giá cả và sản lượng là không đổi. Phép phân tích so sánh tĩnh không quan tâm tới động thái dịch chuyển của nền kinh tế từ trạng thái cân bằng này sang trạng thái cân bằng khác mà chỉ quan tâm tới điểm cân bằng cũ và điểm cân bằng mới.

Sử dụng Hình 3.2 chúng ta cũng có thể phân tích sự thay đổi của một trong “những yếu tố khác không đổi”. Giả sử rằng đường cầu ban đầu là đường $D'D'$ và thị trường đạt trạng thái cân bằng là E' . Sau đó đường cầu dịch xuống đường DD . Nó phản ánh hoặc là có sự giảm giá trong số các hàng hoá liên quan, hoặc sự giảm sút trong thu nhập của người tiêu dùng hoặc là sự thay đổi trong thị hiếu người tiêu dùng không thích ăn sôcôla nữa. Khi đường cầu dịch sang trái tới đường DD , lượng cầu sôcôla giảm tại mỗi mức giá và trạng thái cân bằng mới là E . Tại mức giá cũ 0,40£, có hiện tượng dư cung, khiến giá sẽ giảm xuống giá cân bằng mới là 0,30£, khi đường cầu dịch sang trái, có sự giảm sút cả trong mức giá cân bằng lẫn sản lượng cân bằng.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

3.6

Dề sau đường cung

Tại những mức giá thấp, chỉ có những nhà sản xuất hiệu quả nhất mới có lợi nhuận. Khi mức giá tăng lên, những nhà sản xuất trước đây không đủ năng lực cạnh tranh bây giờ có thể kiếm được lợi nhuận trong việc buôn bán sôcôla và có mong muốn cung cấp sản phẩm ra thị trường. Hơn nữa, những doanh nghiệp tồn tại từ trước có thể sẽ tăng sản lượng bằng cách cho công nhân làm thêm giờ hay mua những thiết bị hiện đại mà khi bán ở những mức giá thấp họ không dám nghĩ đến. Nói chung, giá cả cao hơn khiến các hãng muốn sản xuất nhiều sôcôla hơn. Trong điều kiện những yếu tố khác không đổi, đường cung dốc lên.

Cũng như chúng ta đã xem xét “những yếu tố khác không đổi” dọc theo đường cầu, bây giờ chúng ta sẽ xem xét ba loại trong “những yếu tố khác không đổi” dọc theo đường cung: công nghệ phù hợp với nhà sản xuất, chi phí các yếu tố đầu vào (lao động, máy móc, nhiên liệu, nguyên vật liệu) và quy định của chính phủ. Dọc theo một đường cung xác định, tất cả các yếu tố trên không đổi. Một sự thay đổi của một trong số ba yếu tố trên sẽ làm dịch chuyển đường cung, thay đổi lượng cung tại mỗi mức giá.

Công nghệ

Một đường cung xác định được vẽ ứng với một công nghệ nhất định. Công nghệ cao hơn làm dịch chuyển đường cung sang phải. Nhà sản xuất muốn cung cấp nhiều hơn tại mỗi mức giá. Hạt cacao tinh chế tốt hơn làm giảm chi phí sản xuất sôcôla. Vận chuyển nhanh hơn và bảo quản lạnh tốt hơn làm giảm hao hụt do những hạt cacao hỏng. Công nghệ tiên bộ cho phép các hãng sản xuất nhiều hơn tại mỗi mức giá.

Là một yếu tố xác định cung, công nghệ phải được hiểu theo nghĩa rộng. Nó bao hàm tất cả những phương thức sản xuất chứ không chỉ đơn thuần là tình trạng máy móc sẵn có. Trong nông nghiệp, sự phát triển những loại giống có sức đề kháng với bệnh là một tiến bộ công nghệ. Sự tiến bộ trong dự báo thời tiết cho phép điều hoà thời gian tốt hơn trong trồng trọt và thu hoạch. Tiến bộ công nghệ là bất kỳ ý tưởng nào cho phép chúng ta tăng sản lượng đầu ra với cùng lượng đầu vào trước đây. Trong thuật ngữ của Chương 1, tiến bộ công nghệ làm dịch chuyển đường giới hạn năng lực sản xuất ra phía ngoài.

Chi phí đầu vào

Một đường cung xác định được vẽ ứng với một mức giá nhất định của các yếu tố đầu vào. Mức giá đầu vào thấp hơn (lương thấp hơn, giá nhiên liệu thấp hơn) khiến các hãng muốn sản xuất nhiều hơn tại mỗi mức giá, làm dịch chuyển đường cung sang phải. Mức giá đầu vào cao hơn làm giảm sức hấp dẫn của việc sản xuất và dịch chuyển đường cung sang trái. Nếu sương phá huỷ phần lớn mùa thu hoạch cacao, thì sự khan hiếm sẽ khiến giá hạt cacao tăng lên. Những nhà sản xuất sôcôla cung cấp ít hơn tại mỗi mức giá so với trước đó.

Hộp 3-2

Sự dịch chuyển dọc theo đường cầu và sự dịch chuyển của đường cầu

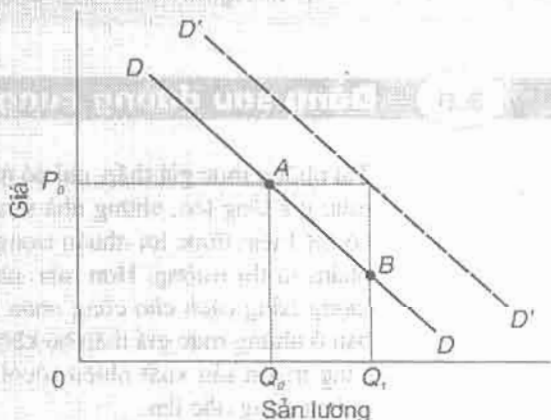
Xuất phát từ điểm A, đồ thị chỉ ra hai sự tăng cầu khác nhau. Một là sự tăng lượng cầu từ Q_0 đến Q_1 , sự di chuyển dọc theo đường cầu từ điểm A tới điểm B. Đó là ảnh hưởng của việc giảm giá nhưng đó không phải là sự tăng cầu bởi đường cầu DD không bị ảnh hưởng.

Khi cầu tăng chúng ta ám chỉ sự dịch chuyển của đường cầu từ đường DD sang đường D'D', nó cũng là sự tăng lượng cầu từ Q_0 đến Q_1 tại mức giá hiện hành P_0 . Sự dịch chuyển cầu phản ánh sự gia tăng mức giá hàng hoá thay thế (sự giảm giá hàng hoá bổ sung), sự gia tăng thu nhập hay sự thay đổi thị hiếu.

Tương tự, người bán điều chỉnh tới mức giá cao hơn bằng cách dịch chuyển đường cung nhất định. Nhưng sự tăng cung nghĩa là sự dịch chuyển lên phía trên của toàn bộ đường cung, do giảm giá đầu vào, công nghệ mới hoặc quy định được nới lỏng.

Những điều kiện khác không đổi, sự thay đổi giá cả gây ra sự di chuyển dọc theo đường cung và

đường cầu. Khi những yếu tố khác thay đổi, chúng dịch chuyển những biểu đồ trên.



Quy định của Chính phủ

Khi bàn về công nghệ, chúng ta mới chỉ nói tới những tiến bộ công nghệ. Khi con người nhận ra một phương thức sản xuất tốt hơn thì có lẽ sau đó họ sẽ không quên.

Quy định của Chính phủ đôi khi gây ra những thay đổi công nghệ bất lợi cho người sản xuất. Nếu như vậy, ảnh hưởng của những quy định sẽ làm dịch đường cung sang trái, làm giảm lượng cung tại mọi mức giá.

Những quy định an toàn nghiêm ngặt ngăn cản người sản xuất sử dụng những quy trình nâng suất nhất, bởi như vậy sẽ nguy hiểm đối với người lao động. Thiết bị chống ô nhiễm có thể làm tăng chi phí sản xuất ô tô, và những quy định về bảo vệ môi trường có thể khiến các hãng không thu được lợi nhuận khi khai thác những lớp trầm tích bề mặt mà trước kia có thể khai thác một cách rẻ mạt còn bây giờ việc khai thác cần có một cảnh quan đẹp. Khi những quy định ngăn cản người sản xuất áp dụng phương thức sản xuất mà họ đã chọn, ảnh hưởng đó của quy định làm dịch chuyển đường cung sang trái.

3.7 Sự dịch chuyển đường cung

Đọc theo một đường cung nhất định chúng ta giữ cố định yếu tố công nghệ, giá cả của các yếu tố đầu vào và phạm vi can thiệp của chính phủ. Chúng ta sử dụng phương pháp phân tích so-sánh tĩnh đối với những gì diễn ra khi có sự thay đổi ở một trong số “những yếu tố khác không đổi” mà làm giảm cung. Giả sử rằng một điều luật an toàn nghiêm ngặt hơn làm việc sản xuất sôcôla tại các xí nghiệp trở nên đắt đỏ hơn. Hình 3.3 chỉ ra sự dịch sang trái của đường cung, từ SS tới S'S'. Trạng thái cân bằng dịch chuyển từ E đến E'.

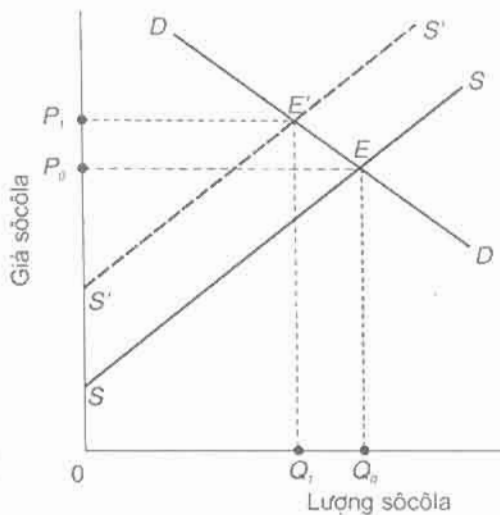
Hộp 3-3 Giáo hoàng và giá cá

Những ví dụ giả định đều tốt, nhưng chúng ta sẽ yên tâm hơn khi tìm hiểu cung cầu hoạt động trong thực tế. Đây là một ví dụ của tác giả. Trước năm 1996 những tín đồ công giáo không được phép ăn thịt vào ngày thứ sáu và có xu hướng ăn thay thế bằng cá. Đến năm 1996, Giáo hoàng nói rằng từ nay trở đi tín đồ công giáo được ăn thịt vào thứ sáu. Bạn nghĩ điều gì xảy ra đối với giá cá và lượng cá được tiêu dùng?

Đường cung hay đường cầu dịch chuyển? Nó không ảnh hưởng tới sự kích thích sản xuất. Nó ảnh hưởng tới cầu. Nhiều tín đồ công giáo trước đây buộc phải ăn cá chuyển sang ăn thịt khi được phép. Điều đó chỉ ra sự ảnh hưởng tới cầu bởi sự thay đổi thị hiếu. Với cầu về cá ít hơn, đường cầu dịch sang trái (từ D'D' về DD như trong Hình 3.2). Sau đó, mức giá cân bằng và sản lượng cân bằng về cá giảm. Trạng thái cân bằng dịch chuyển từ E' đến E. Sử dụng dữ liệu về giá cá và việc bán cá tại Mỹ trước và sau năm 1996, Frederick Beil đã chỉ ra chính xác những gì đã xảy ra!

Nguồn: F.W.Bell, "The Pope and the price of fish", *American Economic Review*, 1968.

Hình 3.3 Giảm cung



Đường cung ban đầu là SS và trạng thái cân bằng là E. Sự giảm cung về sôcôla làm dịch chuyển đường cung sang trái tới S'S'. Trạng thái cân bằng mới là E' có mức giá cân bằng cao hơn và sản lượng cân bằng ít hơn so với trạng thái cân bằng cũ E.

Mức giá cân bằng tăng nhưng sản lượng cân bằng giảm khi đường cung dịch sang trái. Ngược lại, cung tăng làm đường cung dịch chuyển từ S'S' sang SS. Trạng thái cân bằng thay đổi từ E' sang E. Sự tăng cung làm tăng sản lượng cân bằng và làm giảm mức giá cân bằng.

3.8 Thị trường tự do và sự kiểm soát giá

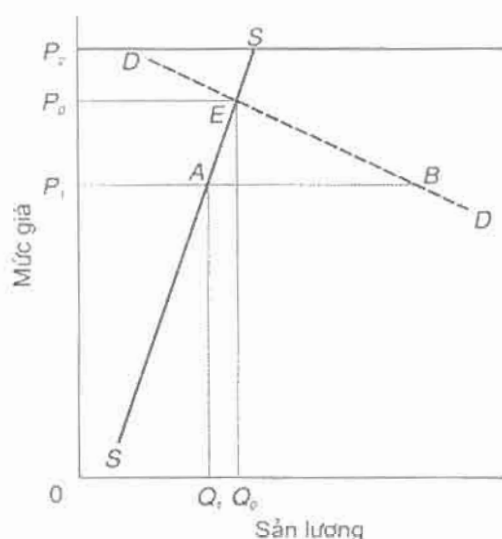
Thị trường tự do cho phép giá cả được xác định tự nhiên theo tác động của cung và cầu.

Kiểm soát giá là những quy định hay luật lệ của Chính phủ đặt mức giá sàn hay giá trần cản trở sự cân bằng của thị trường.

Tác động của chính phủ có thể làm dịch đường cung hoặc đường cầu, như khi thay đổi điều luật an toàn làm dịch chuyển đường cung, nhưng chính phủ không điều chỉnh giá cả một cách trực tiếp. Nếu giá cả hoàn toàn linh hoạt, áp lực của sự dư cung hay dư cầu sẽ nhanh chóng đặt lại giá trên thị trường tự do để đạt mức giá cân bằng. Thị trường sẽ không tự do nếu việc kiểm soát giá cả tồn tại. Kiểm soát giá cả có thể bằng giá sàn (giá thấp nhất) hoặc giá trần (giá cao nhất).

Thị trường tự do cho phép giá cả được xác định tự nhiên theo tác động của cung và cầu. Kiểm soát giá là những quy định hay luật lệ của chính phủ đặt mức giá sàn hay giá trần cản trở sự cân bằng của thị trường. Giá trần khiến những nhà sản xuất sẽ là phạm pháp khi đặt giá cao hơn một mức giá cao nhất xác định. Giá trần có lẽ được đưa ra khi sự khan hiếm một loại hàng hoá nào đó đe dọa làm tăng vọt mức giá của nó (ví dụ như giá thức ăn trong chiến tranh). Giá cao là cách thị trường tự do hạn chế hàng hoá khi cung khan hiếm. Nó giải quyết vấn đề phân bố, đảm bảo rằng chỉ có một số lượng nhỏ hàng hoá khan hiếm là được yêu cầu, nhưng nó có vẻ không công bằng. Sự điều chỉnh mang tính chủ quan. Giá thức ăn cao nghĩa là khó khăn hơn cho người nghèo. Đối mặt với sự thiếu thốn thức ăn trên toàn quốc, chính phủ có lẽ đặt giá trần cho thức ăn nhờ thế mà người nghèo mới đủ tiền mua thức ăn.

Hình 3.4 Ảnh hưởng của giá trần



Trạng thái cân bằng thị trường tự do là tại E. Mức giá cao P_2 khiến lượng cầu bị hạn chế bởi cung khan hiếm. Tại mức giá trần P_1 , giá đã được giữ ở mức thấp nhưng lại tạo ra sự dư cầu AB. Nó cũng làm giảm lượng cung từ Q_0 đến O. Mức giá trần P_2 không thích hợp vì trạng thái cân bằng thị trường tự do E vẫn có thể tồn tại.

Hình 3.4 biểu thị thị trường thức ăn. Chiến tranh làm gián đoạn việc nhập khẩu thức ăn. Đường cung nằm sát về phía trái và mức giá cân bằng thị trường tự do P_0 là cao. Thay vì để thị trường tự do có trạng thái cân bằng tại E, chính phủ đặt giá trần P_1 . Lượng bán là Q_1 và dư cầu là khoảng cách AB. Giá trần tạo ra sự thiếu cung so với cầu bằng cách giữ cho giá thức ăn ở dưới mức cân bằng¹⁾.

Giá trần P_1 cho phép người nghèo có thể mua được thức ăn nhưng làm giảm tổng cung thức ăn từ Q_0 xuống Q_1 . Với dư cầu AB tại mức giá trần, sự hạn chế được sử dụng để quyết định xem khách hàng tiềm năng nào được cung cấp. Hệ thống hạn chế có thể độc quyền. Người cung cấp thức ăn có thể bán cho bạn bè họ, không nhất thiết là cho người nghèo hoặc nhận hối lộ từ những người giàu muốn nhảy cóc khi xếp hàng. Sau cùng thì việc giữ giá thức ăn giảm xuống có lẽ chẳng giúp gì được cho người nghèo. Giá trần thường được đi kèm với sự hạn chế của chính phủ bằng hạn ngạch để đảm bảo rằng nguồn cung cấp sẵn có được phân phối công bằng, không phụ thuộc vào khả năng thanh toán.

Ngược lại với nhiệm vụ của giá trần là để giảm giá cho người tiêu dùng, nhiệm vụ của giá sàn là tăng giá cho người cung cấp. Một ví dụ về giá sàn là lương tối thiểu quốc gia. Hình 3.5 biểu thị đường cung và đường cầu

¹⁾ Giá trần cao hơn giá cân bằng là không thích hợp. Thị trường tự do vẫn còn đạt được cân bằng tại E.

về lao động. Trạng thái cân bằng thị trường tự do là E, mức lương là W_0 . Lương tối thiểu dưới W_0 là không thích hợp vì trạng thái cân bằng thị trường tự do vẫn tồn tại. Giả sử, trong nỗ lực trợ giúp người công nhân, chính phủ đặt mức lương tối thiểu là W_1 . Các hãng có cầu về lượng lao động là Q_1 và có khoảng dư cung AB. Những công nhân may mắn có được việc làm thì khấm khá hơn trước nhưng nhiều công nhân lại khó khăn hơn vì tổng số giờ lao động giảm từ Q_0 xuống Q_1 .

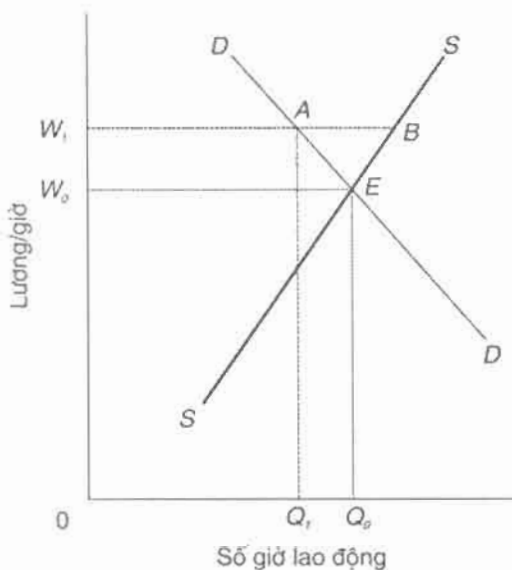
Nhiều quốc gia đặt giá sàn cho sản phẩm nông nghiệp. Hình 3.6 biểu thị giá sàn P_1 cho bơ. Trong ví dụ trước chúng ta giả sử rằng sản lượng giao dịch là số nhỏ hơn trong lượng cung và lượng cầu tại mức giá kiểm soát, vì những đơn vị tư nhân không buộc phải gia nhập vào thị trường. Có một khả năng khác là: chính phủ có lẽ không chỉ can thiệp vào việc kiểm soát giá mà còn bán hay mua lượng hàng hoá để bổ sung vào những giao dịch mua hàng hay bán hàng tư nhân.

Hộp 3-4 Sự áp đặt

California, ngôi nhà của Silicon Valley và Hollywood, là một trong những nơi giàu có nhất thế giới. Năm 2001 California bị ngắt điện vì nguồn cung cấp điện bị tắt. Vì nghèo đói không thể bị đổ lỗi cho nền điều đó là kết quả tất yếu của chính sách kém cỏi. California đã tư nhân hoá những công ty điện của

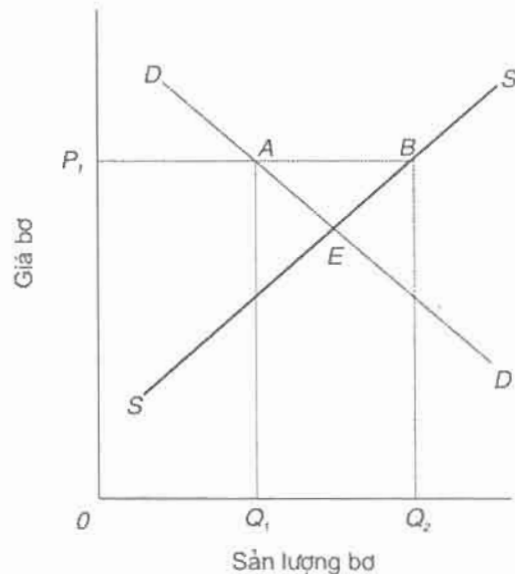
Bang nhưng sau đó lại áp đặt một mức giá cho điện. Tuy nhiên, mức giá áp đặt là quá thấp. Những nhà cung cấp điện của Bang bị cạnh tranh. Mức giá thấp giá tạo không chỉ trước sau gì cũng làm giảm lượng cung mà còn làm tăng lượng cầu. Một cơn đường tới thảm họa.

Hình 3.5 Mức lương tối thiểu



Đường cầu DD và đường cung SS trên thị trường tự do đạt trạng thái cân bằng tại E. Mức lương tối thiểu theo luật định là W_1 , làm tăng mức lương theo giờ cho những người có việc làm nhưng lại làm giảm số giờ lao động sản có từ Q_0 xuống Q_1 .

Hình 3.6 Giá sàn đối với bơ



Tại mức giá sàn P_1 , lượng cung là Q_1 , nhưng lượng cầu là Q_2 . Chỉ có lượng Q_1 là được giao dịch. Bằng cách mua lượng dư cung AB, Chính phủ làm hài lòng cả nhà cung cấp lẫn người tiêu dùng tại mức giá P_1 .

Tại mức giá sàn P_1 cầu tư nhân là Q_1 nhưng cung là Q_2 . Nếu không có sự mua hay bán của chính phủ thì sản lượng giao dịch sẽ là Q_1 , số nhỏ hơn trong hai số Q_1 và Q_2 .

Tuy nhiên, chính phủ có thể đồng ý mua lượng dư cung AB vì vậy cả nhà cung cấp tư nhân và người mua tư nhân đều không bị thất vọng. Bởi vì, giá bơ châu Âu được đặt

cao hơn mức giá cân bằng thị trường tự do như là một phần của chính sách nông nghiệp chung, chính phủ các quốc gia châu Âu đã buộc phải mua lượng lớn bơ không bán được tại mức giá kiểm soát. Gây ra hiện tượng tệ hại "núi bơ".

3.9 Sản xuất cái gì, như thế nào và cho ai

Thị trường tự do là một cách xã hội giải quyết các vấn đề kinh tế cơ bản là sản xuất cái gì, như thế nào và cho ai. Trong chương này, chúng ta đã bắt đầu xem xét thị trường phân bổ các nguồn lực khan hiếm cho các mục đích sử dụng khác nhau như thế nào.

Thị trường quyết định sản xuất bao nhiêu hàng hoá bằng cách tìm ra mức giá mà tại đó lượng cầu bằng lượng cung. Những yếu tố khác không đổi, càng nhiều hàng hoá được sản xuất ra trên thị trường nếu lượng cầu càng cao tại mỗi mức giá (đường cầu càng nằm xa hơn về phía phải) và lượng cung càng cao tại mỗi mức giá (đường cung càng nằm xa hơn về phía phải).

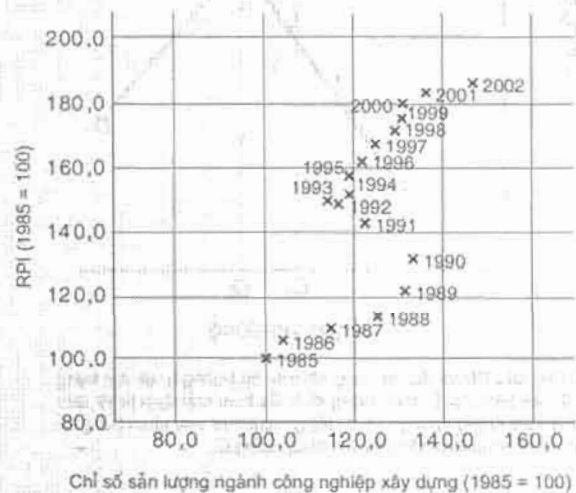
Thị trường chỉ cho chúng ta biết sản xuất hàng hoá cho ai: cho tất cả những người tiêu dùng sẵn sàng mua ít nhất là tại mức giá cân bằng. Thị trường cũng chỉ cho chúng ta biết ai sản xuất: tất cả những người sẵn sàng cung cấp tại mức giá cân bằng. Sau đây chúng ta sẽ được biết thị trường cũng chỉ ra việc sản xuất hàng hoá như thế nào.

Hộp 3-5 Giải thích sự thay đổi của mức giá và sản lượng

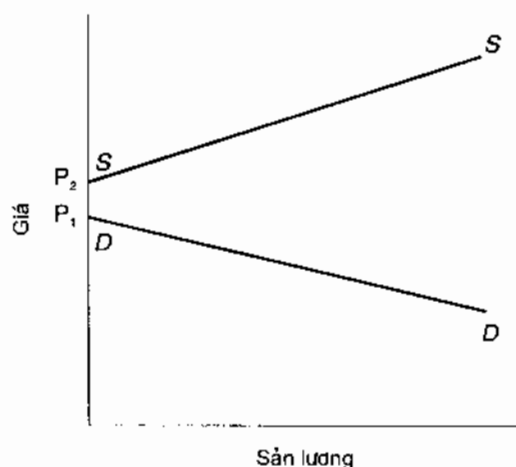
Làm thế nào để giải thích đồ thị biểu diễn dữ liệu cho ngành công nghiệp xây dựng Anh? Điều gì đã xảy ra? Có phải đường cầu dịch chuyển, đường cung dịch chuyển hay cả hai dịch chuyển đã gây ra dạng đồ thị dưới đây trong giai đoạn 1985 - 2002?

Giả sử rằng mọi quan sát đều đại diện cho mức giá và sản lượng cân bằng. Mỗi điểm biểu thị điểm giao nhau giữa đường cung và đường cầu năm đó. Cái gì thay đổi trong số "những yếu tố khác không đổi" xác định cung và cầu dẫn tới sự dịch chuyển đường cung và đường cầu, sau đó làm thay đổi vị trí điểm dữ liệu? Hãy thử vẽ đồ thị với một đường cầu nhất định và dịch chuyển đường cung. Những điểm cân bằng bạn sẽ xác định nằm hết trên đường cầu nhất định đó. Nếu chỉ có đường cung dịch chuyển, chúng ta hy vọng một mối quan hệ ngược chiều giữa mức giá và sản lượng khi chúng ta loại bỏ những điểm khác nhau trên cùng một đường cầu. Bây giờ, giả sử đường cung cố định còn đường cầu dịch chuyển. Những điểm cân bằng được đánh dấu nằm hết trên đường cung đó và biểu thị mối quan hệ cùng chiều giữa mức giá và sản lượng. Dữ liệu trong ví dụ của chúng ta chỉ ra mối quan hệ cùng chiều, sau đó là ngược chiều và cuối cùng là cùng chiều. Cầu ngành xây dựng tăng ổn định trong giai đoạn 1985 - 1989, giảm xuống trong giai đoạn 1990 - 1993, sau đó lại tăng lên.

Sau khi đã chẩn đoán, chúng ta kết hợp các chứng cứ lại. Sự mở rộng các hoạt động kinh tế là một yếu tố xác định quan trọng đối với cầu về ngành xây dựng. GDP thực tế của Anh tăng mạnh trong giai đoạn 1985 - 1989, giảm nhanh trong giai đoạn 1990 - 1993 và lại tăng lên trong giai đoạn 1993 - 2000. Những thay đổi trong thu nhập phù hợp hoàn toàn với lý thuyết rằng cầu dịch chuyển gây ra dạng dữ liệu đó trên đồ thị.



Cuối cùng, thị trường cũng xác định được loại hàng hoá nào được sản xuất. Hàng hoá tự nhiên không phải trả tiền. Mọi người chỉ tiến hành những hoạt động sản xuất tốn kém nếu như họ được trả tiền cho những sản phẩm của mình. Đường cung chỉ ra lượng

Hình 3.7 Hàng hóa không được sản xuất

Thậm chí tại P_1 , mức giá cao nhất mà người tiêu dùng muốn trả, vẫn thấp hơn P_2 , mức giá tối thiểu mà nhà cung cấp muốn sản xuất hàng hóa đó.

tiền phải trả để có được nguồn cung cấp. Hình 3.7 chỉ ra một loại hàng hoá sẽ không được sản xuất. Mức giá cao nhất P_1 mà người tiêu dùng sẵn sàng trả vẫn không đủ để thuyết phục nhà cung cấp sản xuất.

Xã hội có lẽ không thích câu trả lời do thị trường đem lại. Thị trường tự do không đem lại đầy đủ thức ăn để đẩy lùi sự đói kém hoặc không đủ thuốc để chăm sóc những người ốm. Nó chỉ cung cấp thức ăn và thuốc cho những ai sẵn sàng và có khả năng trả tiền tại mức giá cân bằng. Xã hội có lẽ thực hiện sự điều chỉnh để người nghèo sẽ nhận được nhiều thức ăn và thuốc hơn là do họ có được trên thị trường tự do. Xã hội có lẽ cũng sẽ điều chỉnh: mặc dù mọi người sẵn sàng và có khả năng thanh toán cho sách báo khiêu dâm nhưng sẽ tốt hơn cho xã hội nếu chính thức cấm những hành vi trên. Chỉ có ít quốc gia cho phép để thị trường tự do không kiểm soát đối với tất cả các

mặt hàng. Chính phủ can thiệp rộng rãi để thay đổi sản lượng đầu ra của thị trường thông qua những quy định, thuế khoá và phân phối thu nhập như là trợ cấp thất nghiệp.

TÓM TẮT

- **Cầu** là sản lượng mà người mua muốn mua tại mỗi mức giá. Những yếu tố khác không đổi, giá càng thấp lượng cầu càng cao. Đường cầu dốc xuống.
- **Cung** là sản lượng mà người bán muốn bán tại mỗi mức giá. Những yếu tố khác không đổi, giá càng cao lượng cung càng cao. Đường cung dốc lên.
- **Thị trường bán hết hàng hay ở trạng thái cân bằng**, khi mức giá khiến lượng cung bằng lượng cầu. Tại điểm đó đường cung và đường cầu giao nhau. Tại mức giá thấp hơn giá cân bằng sẽ có hiện tượng dư cầu (thiếu hụt) và tự nó sẽ có xu hướng làm tăng giá. Tại mức giá cao hơn giá cân bằng sẽ có hiện tượng dư cung (dư thừa) và tự nó sẽ có xu hướng làm giảm giá. Trên thị trường tự do, việc lệch khỏi vị trí cân bằng sẽ có xu hướng tự điều chỉnh.
- Dọc theo một đường cầu nhất định, các yếu tố khác không đổi là: giá cả hàng hoá liên quan, thu nhập người tiêu dùng và thị hiếu hay thói quen.
- Sự tăng giá của hàng hoá **thay thế** (hoặc sự giảm giá của hàng hoá **bổ sung**) sẽ làm tăng lượng cầu tại mỗi mức giá. Thu nhập người tiêu dùng tăng lên sẽ làm tăng cầu hàng hoá **thông thường** nhưng làm giảm cầu hàng hoá **thứ cấp**.
- Dọc theo một đường cung nhất định, các yếu tố khác không đổi là: công nghệ, giá các yếu tố đầu vào, những quy định của chính phủ. Một sự tiến bộ công nghệ hay sự giảm giá các yếu tố đầu vào làm tăng lượng cung tại mỗi mức giá.
- Bất kỳ yếu tố nào làm tăng cầu đều khiến đường cầu dịch sang phải, tăng mức giá và sản lượng cân bằng. Sự giảm cầu (đường cầu dịch xuống) làm giảm cả mức giá và sản lượng cân bằng. Bất kỳ yếu tố nào làm tăng cung đều khiến đường cung dịch sang phải, tăng sản lượng cân bằng nhưng giảm mức giá cân bằng. Sự giảm cung (đường cung dịch sang trái) làm giảm sản lượng cân bằng và tăng mức giá cân bằng.

- Để có hiệu quả, giá sản phẩm phải được đặt dưới mức giá cân bằng thị trường tự do. Lúc đó, nó sẽ làm giảm lượng cung và gây ra dư cầu nếu như chính phủ không cung cấp phần sản lượng tăng thêm được yêu cầu. Mức giá trần hiệu quả phải được đặt trên mức giá cân bằng thị trường tự do. Lúc đó, nó sẽ làm giảm lượng cầu nếu như chính phủ không tăng lượng cầu đối với khu vực tư nhân.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Có số liệu về cung và cầu đối với bánh mì nướng. Hãy vẽ đường cung và đường cầu, tìm sản lượng và mức giá cân bằng.

	Giá					
	10	12	14	16	18	20
Lượng cầu	10	9	8	7	6	5
Lượng cung	3	4	5	6	7	8

- 2 Dư cung hoặc dư cầu là bao nhiêu nếu mức giá là: (a) 12, (b) 20? Mô tả sự thay đổi của giá cả bởi 2 vị trí (a) và (b).
- 3 Đường cầu bánh mì nướng thay đổi như thế nào nếu giá bánh mì tăng? Chỉ ra trên đồ thị cung - cầu sự thay đổi mức giá và sản lượng cân bằng.
- 4 Đường cầu bánh mì nướng bị ảnh hưởng như thế nào bởi việc tạo ra lò nướng bánh nếu như mọi người thích cách nướng bánh mới hơn? Mức giá và sản lượng cân bằng bánh mì nướng thay đổi như thế nào?
- 5 Bạn là người nuôi cừu. Hãy đưa ra ba ví dụ làm giảm cung của bạn về len. Bạn có sử dụng việc giảm giá len làm một ví dụ không? Đó có phải là một ví dụ hợp lý không?
- 6 Hàng hoá sành điệu được cầu vì chúng rất đắt. Có phải đường cầu cho những hàng hoá đó dốc lên trên?
- 7 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những trường hợp sau đây là sai? (a) Đội bóng Manchester United nổi tiếng hơn đội Wrexham. Đội Man Utd sẽ luôn luôn dễ dàng hơn trong việc lấp đầy sân vận động. (b) "Núi bơ" châu Âu chỉ ra năng suất lao động có thể được nâng cao như thế nào khi người nông dân tin vào lý tưởng châu Âu. (c) Duy trì mức thấp cho giá thuê nhà đảm bảo một số lượng lớn nhà rẻ cho những người nghèo.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 681.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

Phần hai

Kinh tế học

vi mô

thực chứng

Kinh tế học thực chứng xem xét nền kinh tế hoạt động như thế nào. Kinh tế học vi mô đưa ra một cái nhìn chi tiết về các quyết định cụ thể mà không cần phải lo lắng về những ảnh hưởng của nó. Phần 2 nghiên cứu chi tiết về hành vi của người tiêu dùng và người sản xuất, chỉ ra các thị trường hoạt động như thế nào và tại sao các hãng trong các thị trường khác nhau lại có các hành vi khác nhau. Bằng việc nghiên cứu tương tự đối với thị trường yếu tố đầu vào, chúng ta cũng có thể hiểu được tại sao một số người lại kiếm được nhiều hơn người khác.

Chương 4 xem xét sự nhạy cảm của cung và cầu. Chương 5 phát triển lý thuyết cầu dựa vào sự lựa chọn của người tiêu dùng. Chương 6 giới thiệu các loại hãng khác nhau và quan tâm đến động lực đằng sau quyết định của các nhà sản xuất. Chương 7 phân tích chi phí sản xuất ảnh hưởng đến sản lượng của các hãng như thế nào. Chương 8 và 9 xem xét các cấu trúc thị trường ảnh hưởng đến sự cạnh tranh và sản lượng của các hãng. Chương 10 - 12 phân tích thị trường yếu tố đầu vào về lao động, vốn và đất đai, những yếu tố xác định sự phân phối thu nhập. Chương 13 giải thích tại sao mọi người ghét rủi ro, các viện nghiên cứu đã phát triển các cách để chuyển rủi ro sang những người có thể chịu rủi ro với mức chi phí ít hơn như thế nào và tại sao thông tin không hoàn hảo có thể ngăn cản sự phát triển của một số thị trường về một vài loại hàng hóa. Chương 14 sử dụng những phân tích về kinh tế học vi mô trong phần 2 nhằm xem xét những phát triển gần đây trong nền kinh tế thông tin.

Nội dung:

- | | | |
|----------|--|----|
| 4 | Độ co giãn của cung và cầu | 49 |
| 5 | Lựa chọn của người tiêu dùng và quyết định cầu | 66 |
| 6 | Các quyết định cung ứng | 88 |

- 7** Cung và chi phí 105

- 8** Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy 124

- 9** Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo 148

- 10** Thị trường lao động 170

- 11** Các loại lao động 195

- 12** Các thị trường yếu tố và phân phối thu nhập 212

- 13** Rủi ro và thông tin 234

- 14** Nền kinh tế thông tin 255

Chương 4

Độ co giãn của cung và cầu

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Đo lường sự phản ứng của cầu và cung như thế nào?
- 2 Độ co giãn của cầu theo giá.
- 3 Độ co giãn của cầu theo giá ảnh hưởng đến doanh thu như thế nào khi có sự thay đổi giá?
- 4 Tại sao mất mùa lại có lợi cho người nông dân?
- 5 Một số quan niệm sai lầm.
- 6 Độ co giãn chéo liên quan đến mối quan hệ bổ sung hay thay thế giữa hai hàng hóa như thế nào?
- 7 Độ co giãn của cầu theo thu nhập.
- 8 Hàng hóa thứ cấp, bình thường và xa xỉ.
- 9 Độ co giãn của cung theo giá.
- 10 Độ co giãn của cung và cầu ảnh hưởng đến gánh nặng thuế như thế nào?

Trong Chương 3 chúng ta đã xem xét giá của hàng hóa ảnh hưởng đến lượng cầu như thế nào. Chúng ta cũng đã tìm hiểu sự thay đổi trong thu nhập của người tiêu dùng, hoặc giá của hàng hóa có liên quan làm dịch chuyển đường cầu, ảnh hưởng đến lượng cầu ở mỗi mức giá. Bây giờ chúng ta nghiên cứu sâu hơn về những ảnh hưởng đó.

4.1 Phản ứng của cầu đối với giá

Một đường cầu dốc xuống chỉ ra rằng giá giảm làm tăng lượng cầu. Thông thường chúng ta muốn biết cụ thể lượng cầu sẽ tăng bao nhiêu. Bảng 4.1 minh họa một vài số liệu liên

quan đến giá vé và lượng cầu. Từ cột (1) và (2) chúng ta có thể vẽ đường cầu vé vé ở Hình 4.1 dưới dạng là một đường thẳng.

Chúng ta có thể đo độ nhạy cảm của lượng cầu vé vé khi giá của vé thay đổi như thế nào. Rõ ràng đây chính là độ dốc của đường cầu. Khi giá vé giảm xuống 1£ thì bán thêm được 8000 vé. Giả sử chúng ta muốn so sánh sự nhạy cảm trong lượng vé xem bóng đá với sự nhạy cảm trong lượng cầu vé xe ô tô khi có sự thay đổi về giá. Khi giá xe ô tô giảm 1£ thì chẳng có ảnh hưởng gì đến lượng cầu vé xe ô tô cả.

Trong Chương 2 chúng ta đã chỉ ra rằng khi các hàng hóa có các đơn vị đo khác nhau thì cách tốt nhất là sử dụng % sự thay đổi, không quan tâm đến đơn vị.

Độ co giãn của cầu theo giá (PED) là % thay đổi của lượng cầu chia cho % thay đổi của giá. $PED = (\% \text{ thay đổi của lượng cầu}) / (\% \text{ thay đổi của giá})$.

Mặc dù chúng ta cũng sẽ đề cập đến độ co giãn chéo, độ co giãn của cầu theo thu nhập nhưng độ co giãn của cầu theo giá được sử dụng phổ biến nhất. Nếu các nhà kinh tế nói độ co giãn của cầu thì có nghĩa là họ đang nói đến độ co giãn của cầu theo giá dựa vào định nghĩa trên.

Giả sử 1% tăng trong giá làm giảm lượng cầu 2%. Độ co giãn của cầu theo giá bằng phần trăm thay đổi trong lượng cầu (-2) chia cho phần trăm thay đổi trong giá (+1) cho nên bằng -2. Dấu trừ có nghĩa lượng cầu sẽ giảm khi giá tăng. Nếu giá giảm 4%, lượng cầu sẽ tăng 2%, độ co giãn của cầu bằng -1/2 bởi vì sự thay đổi của lượng (+2%) chia cho sự thay đổi của giá (-4%). Bởi vì đường cầu dốc xuống, giá và lượng cầu luôn vận động ngược chiều nhau. Độ co giãn của cầu để cập đến sự vận động dọc theo đường cầu. Vì vậy, độ co giãn của cầu luôn có giá trị âm.

Để cho ngắn gọn hơn, các nhà kinh tế thường bỏ dấu âm. Chúng ta cảm thấy dễ dàng hơn khi nói độ co giãn của cầu bằng 2, thay vì nói bằng -2. Như vậy độ co giãn của cầu được biểu thị như một số dương, điều này ngụ ý rằng cần phải thêm dấu trừ vào. Nếu không, điều này ngụ ý đường cầu dốc lên, một trường hợp hiếm khi xảy ra nhưng không phải là không có.

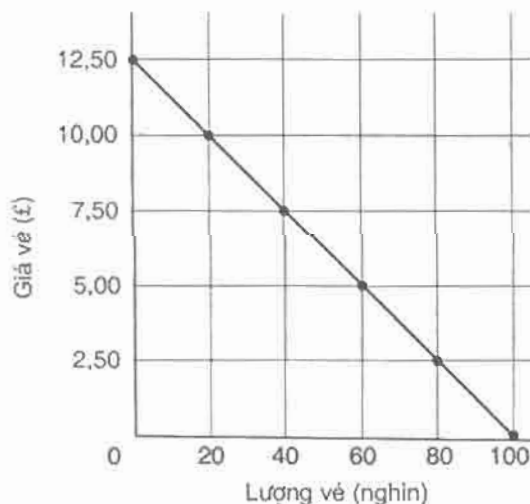
Độ co giãn của cầu theo giá vé vé xem bóng đá được tính toán ở cột (3) Bảng 4.1. Xem xét ảnh hưởng khi giá giảm 2,5£, chúng ta tính toán độ co giãn của cầu ở mỗi mức giá. Bắt đầu với giá là 10£ và lượng cầu là 20000 vé sau đó giá vé giảm xuống còn 7,5£. Khi giá giảm 25%, lượng cầu tăng lên 100%, từ 20000 đến 40000. Độ co giãn của cầu vì vậy bằng $(100/-25) = -4$. Các số khác về độ co giãn tính toán tương tự, bằng % thay đổi lượng cầu chia cho % thay đổi của giá. Độ co giãn của cầu ở mức giá 12,5£ là âm vô cùng vì bằng $+20/0$.

Chúng ta có thể nói rằng độ co giãn của cầu là lớn nếu nó là một số âm lớn.

Bảng 4.1 Cầu vé vé xem bóng đá

(1) Giá (£/vé)	(2) Lượng cầu vé vé (nghìn)	(3) Độ co giãn của cầu theo giá
12,50	0	-∞
10,00	20	-4
7,50	40	-1,5
5,00	60	-0,67
2,50	80	-0,25
0	100	0

Hình 4.1 Cầu vé vé xem bóng đá



Với giá của các hàng hóa có liên quan và thu nhập không đổi, giá vé cao hơn sẽ làm giảm lượng cầu vé vé xem bóng đá.

Lượng cầu lúc này là nhạy cảm với giá. Độ co giãn của cầu là nhỏ nếu nó là một số âm nhỏ và lượng cầu ít nhạy cảm với giá. Lớn hay nhỏ thể hiện độ lớn của độ co giãn không phụ thuộc vào dấu trừ. Độ co giãn của cầu sẽ giảm xuống nếu độ lớn càng ngày càng giảm xuống và lượng cầu càng ngày càng ít nhạy cảm với giá.

Hộp 4-1 Tính toán độ co giãn của cầu theo giá (PED)

Giá (P)	1	2	3	4	5	6
Lượng cầu (Q)	10	8	6	4	2	1

Bảng trên có các mức giá và lượng cầu của một đường cầu cụ thể. Bảng sau có 5 cột, đánh thứ tự từ a đến e, mỗi cột tương ứng với một sự thay đổi giá 1£ và sự thay đổi tương ứng của lượng cầu.

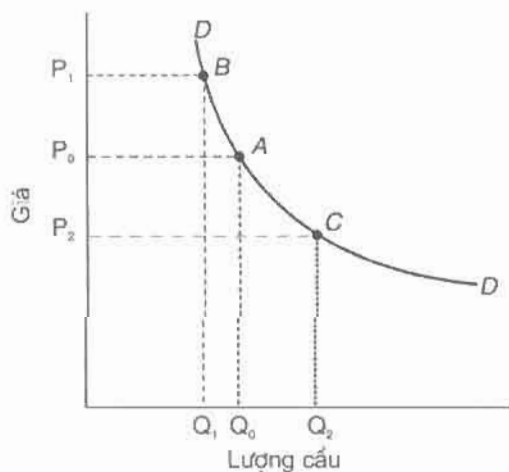
Ở cột a, giá tăng 100% (từ 1£ lên 2£) thì lượng cầu giảm xuống 20% (từ 10 xuống 8), độ co giãn của cầu = $(-20/100) = -0,2$, tương tự, ở cột c, giá giảm 50% (từ 2£ xuống 1£) thì lượng cầu tăng 25% (từ 8 lên 10), độ co giãn bằng $25/-50 = -0,5$.

Tự hoàn thành số liệu ở cột b, d, e.

	a	b	c	d	e
(1) P và Q ban đầu	P = 1 Q = 10	P = 2 Q = 8	P = 3 Q = 6	P = 4 Q = 4	P = 5 Q = 2
(2) P và Q mới	P = 2 Q = 8	P = 3 Q = 6	P = 1 Q = 10	P = 3 Q = 6	P = 6 Q = 1
(3) % thay đổi của P	$100 \times (2-1)/1 = 100$		$100 \times (1-2)/2 = -50$		
(4) % thay đổi của Q	$100 \times (8-10)/10 = -20$		$100 \times (10-8)/8 = 25$		
(5) PED = (4)/(3)	-0,2		-0,5		

Đường cầu vẽ về xem bóng đá là một đường thẳng với độ dốc không đổi: nghĩa là dọc theo đường cầu, nếu giá giảm 1£ thì lượng cầu luôn tăng lên thêm 8000 vé. Thế nhưng Bảng 4.1 chỉ ra độ co giãn của cầu giảm khi chúng ta vận động dọc theo đường cầu từ mức giá cao xuống mức giá thấp. Ở mức giá cao, 1£ là % thay đổi nhỏ trong giá nhưng 8000 vé là % thay đổi lớn trong lượng cầu. Ngược lại, ở mức giá thấp, 1£ là % thay đổi lớn trong giá còn 8000 vé là % thay đổi nhỏ trong lượng cầu. Vậy khi đường cầu là đường thẳng, độ co giãn của cầu giảm khi vận động xuống phía dưới đường cầu¹⁾.

Hình 4.2 Đường cầu phi tuyến DD



Khi đường cầu không phải là tuyến tính, giá tăng hay giảm một lượng như nhau nhưng lượng cầu giảm hoặc tăng các lượng khác nhau.

Vẫn có thể xây dựng đường cầu cong (tất nhiên vẫn là đường dốc xuống) với độ co giãn của cầu không đổi khi vận động xuống phía dưới đường cầu. Tuy nhiên, thường độ co giãn sẽ thay đổi khi vận động dọc theo đường cầu và ở mức giá cao độ co giãn có giá trị lớn, còn ở mức giá thấp độ co giãn có giá trị nhỏ.

Nếu đường cầu là đường thẳng, lượng cầu sẽ thay đổi cùng một lượng 20000 vé khi chúng ta tăng hay giảm giá 2,5£. Việc tính toán độ co giãn không có vấn đề gì khi tăng hay giảm giá. Nhưng theo Hình 4.2, đường cầu không phải là một đường

¹⁾ Ngoại trừ 2 trường hợp đặc biệt của đường cầu tuyến tính: đường cầu nằm ngang (co giãn vô hạn) có độ co giãn là âm vô tận tại tất cả các điểm vì sự thay đổi giá luôn bằng không; đường cầu thẳng đứng (hoàn toàn không co giãn) có độ co giãn bằng 0 tại tất cả các điểm vì lượng không thay đổi.

thẳng, chúng ta gặp phải một khó khăn nhỏ. Bắt đầu ở điểm A với mức giá P_0 khi vận động đến điểm B và C, phần trăm thay đổi độ lớn của giá là như nhau nhưng ngược dấu. Theo Hình 4.2 thì lượng cầu thay đổi với các giá trị khác nhau khi giá tăng hoặc giảm một lượng như nhau khi đường cầu không phải là một đường thẳng.

Với đường cầu không phải là đường tuyến tính, các nhà kinh tế học khắc phục khái niệm về độ co giãn của cầu theo giá bằng cách định nghĩa về độ co giãn với sự thay đổi rất nhỏ về giá. Nếu chúng ta di chuyển rất ít sang trái hoặc sang phải điểm A thì đường cầu chưa đủ thời gian để thay đổi độ cong, lúc đó đường cầu được xem gần như là đường thẳng. Với sự điều chỉnh này, chúng ta cũng vẫn sử dụng khái niệm cũ về độ co giãn của cầu theo giá.

Cầu co giãn và không co giãn

Mặc dù độ co giãn giảm xuống khi di chuyển dọc xuống dưới đường cầu nhưng có một giá trị quan trọng của độ co giãn là bằng -1. Trong Bảng 4.1, cầu là co giãn từ mức giá 7,5£ trở lên, và không co giãn từ mức giá 5£ trở xuống.

Cầu là **co giãn** nếu độ co giãn của cầu là lớn hơn -1. Cầu **không co giãn** nếu độ co giãn nằm trong khoảng từ -1 đến 0. Nếu độ co giãn bằng -1, cầu là **co giãn đơn vị**.

Mặc dù độ co giãn của cầu thay đổi khi di chuyển dọc theo đường cầu, các nhà kinh tế học thường nói đến các hàng hóa có độ co giãn cao hay thấp. Ví dụ, độ co giãn của cầu là không co giãn theo giá (giá thay đổi chỉ dẫn đến sự thay đổi nhỏ trong lượng cầu), nhưng cầu về các kỳ nghỉ ở nước ngoài là co giãn (giá thay đổi dẫn đến sự thay đổi lớn trong lượng cầu). Các câu phát biểu như vậy ngụ ý đến các phần của đường cầu phản ứng lại với sự thay đổi giá của các hàng hóa và dịch vụ đó.

Các yếu tố ảnh hưởng độ co giãn của cầu theo giá

Tại sao độ co giãn của cầu về một hàng hóa là cao (-5), hoặc thấp (-0,5)? Câu trả lời phụ thuộc vào thị hiếu của người tiêu dùng. Nếu một xã hội mà mọi người đều cần có một chiếc tivi thì giá tivi cao hơn ảnh hưởng rất nhỏ đến lượng cầu về tivi. Nếu tivi được xem như là một hàng hóa xa xỉ, cầu về nó là co giãn lớn hơn. Các nhà tâm lý học và xã hội học có thể lý giải tại sao thị hiếu lại là như vậy. Theo các nhà kinh tế học, chúng ta phải quan tâm đến một vài yếu tố ảnh hưởng đến độ co giãn của cầu. *Một trong những yếu tố quan trọng nhất là việc người tiêu dùng dễ dàng thay đổi việc tiêu dùng một hàng hóa này sang một hàng hóa khác nhưng có công dụng tương tự.*

Chúng ta xét 2 trường hợp sau. Giả sử giá của thuốc lá tăng lên 1%. Chắc chắn số lượng thuốc lá được tiêu dùng sẽ không giảm xuống nhiều. Những người dễ dàng từ bỏ thói quen hút thuốc lá đã không hút thuốc nữa. Ngược lại, giá sử giả của một nhãn hiệu thuốc lá nào đó tăng lên 1%, giá của tất cả các nhãn hiệu thuốc lá khác giữ nguyên. Chúng ta mong chờ một sự giảm xuống đáng kể trong lượng cầu về thuốc lá. Nhưng người tiêu dùng lại chuyển từ nhãn hiệu thuốc lá quen thuộc sang các nhãn hiệu khác để thỏa mãn thói quen của họ. Như vậy, đối với một nhãn hiệu thuốc lá cụ thể thì độ co giãn của cầu là cao.

Ví dụ của chúng ta gợi ý một nguyên tắc chung. Chúng ta định nghĩa một mặt hàng (một nhãn hiệu thuốc lá cụ thể thay vì thuốc lá nói chung) càng hẹp hơn thì độ co giãn của cầu càng lớn.

Đo lường độ co giãn

Bảng 4.2 khẳng định cầu về những hàng hóa cơ bản như nhiên liệu, thức ăn, các hàng gia dụng lâu bền thì không co giãn. Cũng với phân loại hàng hóa như thế này thì các dịch vụ như cắt tóc, xem hát và tắm hơi có cầu co giãn. Đơn giản là các hộ gia đình không có nhiều lựa chọn cho sự mua sắm của họ.

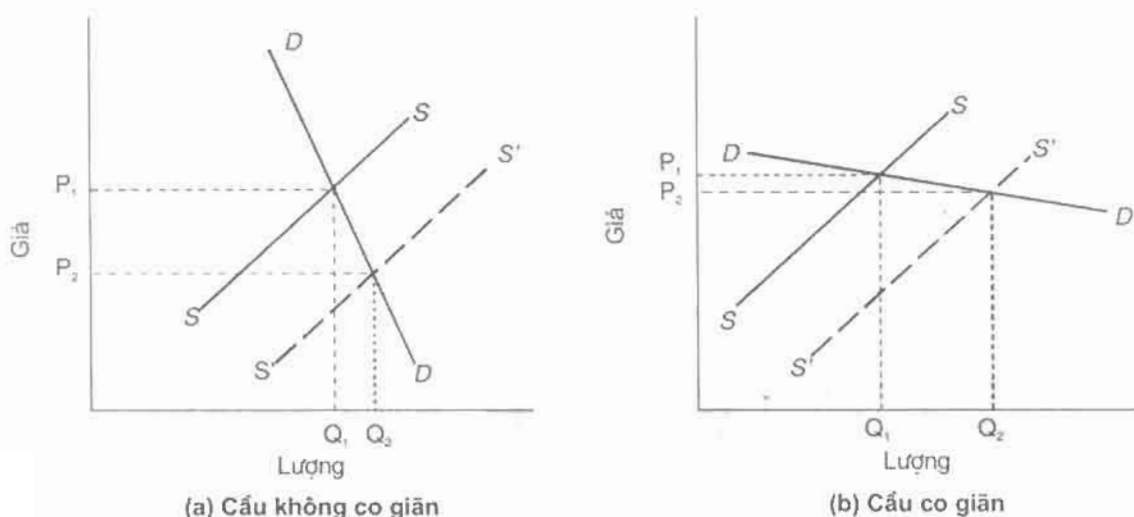
Bảng 4.2 Độ co giãn của cầu theo giá ở Liên hiệp Anh

Hàng hóa có phạm vi rộng	Độ co giãn của cầu	Hàng hóa có phạm vi hẹp	Độ co giãn của cầu
Nhiên liệu	-0,5	Thực phẩm từ sữa	-0,1
Thực phẩm	-0,5	Bánh mỳ và ngũ cốc	-0,2
Đồ uống có cồn	-0,8	Giải trí	-1,4
Hàng lâu bền	-0,9	Chỉ tiêu nghỉ mát ở nước ngoài	-1,6
Dịch vụ	-1,0	Thực phẩm	-2,6

Ngược lại, đối với những chủng loại hàng hóa phạm vi hẹp hơn thì độ co giãn sẽ lớn hơn. Mặc dù vậy, cầu về một số loại hàng hóa như bánh mỳ và ngũ cốc lại hầu như không co giãn. Tuy nhiên, một số loại dịch vụ cụ thể như giải trí và bán đồ ăn uống thì độ co giãn của cầu lại lớn hơn.

Ứng dụng độ co giãn của cầu

Độ co giãn của cầu rất hữu ích trong việc tính toán giá nên tăng bao nhiêu để loại bỏ thiếu hụt hoặc giá nên giảm bao nhiêu để loại bỏ dư thừa. Một yếu tố quan trọng dẫn đến thiếu hụt hoặc dư thừa là do sự dịch chuyển của đường cung. Mất mùa hoặc bội thu là hiện tượng thường thấy trong thị trường nông nghiệp. Bởi vì độ co giãn của cầu đối với nhiều sản phẩm nông nghiệp là thấp, mất mùa làm giá của thức ăn tăng lên đáng kể. Ngược lại, được mùa làm giá của thực phẩm giảm xuống nhiều. Khi cầu là ít co giãn, sự dịch chuyển của đường cung làm giá thay đổi nhiều nhưng lượng cân bằng thay đổi ít.

Hình 4.3 Ảnh hưởng độ co giãn của cầu đến giá cân bằng và biến động của sản lượng

Trong mỗi trường hợp, đường cung dịch chuyển từ SS đến S'S'. Trong trường hợp (a), cầu là không co giãn, và đường cung dịch chuyển làm cho giá cân bằng thay đổi nhiều nhưng lượng cân bằng thay đổi ít. Trong trường hợp (b), cầu là co giãn và đường cung dịch chuyển làm lượng cân bằng thay đổi nhiều nhưng giá cân bằng thay đổi ít.

Hình 4.3a minh họa điều này. SS là đường cung trong một thị trường nông nghiệp khi mất mùa và S'S' là đường cung khi được mùa. Giá cân bằng thay đổi từ P₁ đến P₂ trong khi lượng cân bằng thay đổi ít. Ngược lại, Hình 4.3b minh họa ảnh hưởng khi đường cung dịch chuyển nhưng với đường cầu co giãn. Giá cân bằng thay đổi ít hơn

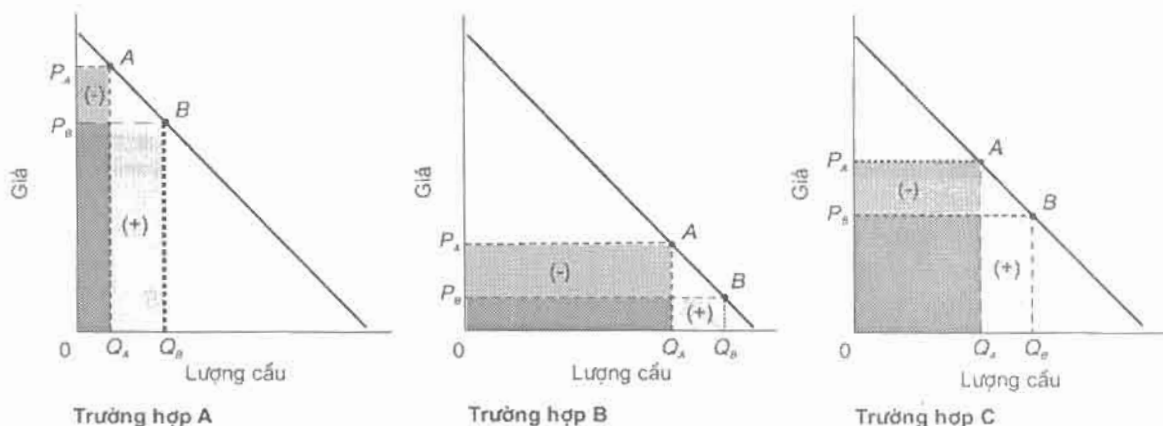
nhưng lượng cân bằng thay đổi nhiều hơn. Như vậy biết độ co giãn của cầu thì ta hiểu tại sao trên một số thị trường sản lượng hay thay đổi nhưng giá ổn định trong khi một số thị trường khác giá lại hay thay đổi còn sản lượng giữ nguyên.

4.2 Giá, lượng cầu và tổng chi tiêu

Nếu các yếu tố khác không đổi, đường cầu chỉ ra người tiêu dùng muốn mua bao nhiêu ở mỗi mức giá. Ở mỗi mức giá, tổng chi tiêu của người tiêu dùng bằng giá nhân với lượng cầu. Bây giờ chúng ta bàn về mối quan hệ giữa tổng chi tiêu, giá và độ co giãn của cầu.

Hình 4.4 chỉ ra tổng chi tiêu thay đổi như thế nào khi giá thay đổi. Trong trường hợp A, ở điểm A với giá P_A và lượng cầu Q_A , tổng chi tiêu là $P_A Q_A$, được thể hiện bằng hình chữ nhật $OP_A A Q_A$. Ở mức giá thấp hơn là P_B , lượng cầu là Q_B và tổng chi tiêu là $P_B Q_B$, được thể hiện bằng hình chữ nhật $OP_B B Q_B$. Tổng chi tiêu đã thay đổi như thế nào khi giá giảm từ P_A xuống P_B ? Phần giảm xuống của tổng chi tiêu được đánh dấu bằng dấu (-) và phần tăng lên của tổng chi tiêu được đánh dấu bằng dấu (+). Trong trường hợp A, phần (+) nhiều hơn phần (-), cho nên tổng chi tiêu tăng. Trong phần cầu co giãn (cho đến giá trên cùng), giá giảm xuống ít nhưng lượng cầu tăng lên nhiều hơn là đủ để bù đắp sự giảm xuống của giá. Tổng chi tiêu tăng lên.

Hình 4.4 Độ co giãn của cầu và ảnh hưởng của giá đến tổng chi tiêu



Khi giá giảm từ P_A đến P_B , tổng chi tiêu thay đổi từ $OP_A A Q_A$ đến $OP_B B Q_B$. Chi tiêu tăng khi cầu là co giãn (trường hợp A), giảm khi cầu là không co giãn (trường hợp B) và không thay đổi khi cầu là co giãn đơn vị (trường hợp C).

Bảng 4.3 Độ co giãn của cầu và thay đổi trong chi tiêu

Thay đổi trong tổng chi tiêu do	Độ co giãn của cầu		
	Co giãn (Ví dụ: -3)	Co giãn đơn vị (-1)	Không co giãn (Ví dụ: -0,3)
Giá tăng	Giảm	Không đổi	Tăng
Giá giảm	Tăng	Không đổi	Giảm

Nguồn: J. Muellbauer, "Testing the Barfen Model of Household Composition Effects and the Cost of Children", *Economic Journal*, 1977; A. Deaton, "The Measurement of Income and Price Elasticities", *European Economic Review*, 1975.

Trường hợp B minh họa phần thấp hơn của đường cầu nơi cầu không co giãn. Mặc dù giá giảm làm tăng lượng cầu, sự tăng lên của lượng cầu không đủ bù đắp sự giảm xuống của giá. Phần (+) ít hơn phần (-). Tổng chi tiêu giảm xuống. Nếu giá giảm làm tăng tổng chi tiêu ở phần đường cầu có độ co giãn cao và giảm tổng chi tiêu ở những phần của đường cầu có độ co giãn thấp hơn thì có một mức giá nào đó trên đường cầu mà khi giá giảm nhưng tổng chi tiêu không thay đổi. Trường hợp C minh họa khả năng này. Sự tăng lên của cầu bù đắp vừa đủ sự giảm xuống của giá.

Nếu lượng cầu tăng 1% khi giá giảm 1%, tổng chi tiêu không thay đổi. Trường hợp C chỉ ra điểm trên đường cầu tại đó độ co giãn của cầu bằng -1 (lượng thay đổi 1%, giá thay đổi -1%). Nếu cầu là co giãn, độ co giãn lớn hơn -1, như trong trường hợp A, giá giảm 1% dẫn đến lượng cầu tăng nhiều hơn 1%. Vì vậy, tổng chi tiêu tăng lên. Ngược lại, nếu cầu không co giãn, độ co giãn trong khoảng 0 đến 1, như trường hợp B, giá giảm 1% làm cho lượng cầu tăng ít hơn 1%. Vì vậy tổng chi tiêu giảm. Kết quả này được tóm tắt ở Bảng 4.3.

Giá vé xem bóng đá

Hãy suy nghĩ về doanh thu từ việc bán vé xem bóng đá. Bảng 4.4 có các số liệu về lượng cầu vé xem bóng đá lấy từ Bảng 4.1 và lượng cầu ở mức giá 6,25£.

Bảng 4.4 có các số liệu về lượng cầu ở mức giá 6,25£. Ở mức giá này, độ co giãn của cầu bằng -1. Giá giảm 20% (-1,25£) dẫn đến lượng cầu tăng 20% (10000 vé). Cột (4) chỉ ra tổng doanh thu ở mỗi mức giá.

Bắt đầu từ mức giá cao nhất là 12,50£, ban đầu giá giảm làm tăng doanh thu, sau đó làm giảm doanh thu. Bảng 4.4 giải thích tại sao lại như vậy. Khi giá cao, cầu là co giãn: giá giảm làm tổng chi tiêu tăng. Khi cầu là co giãn đơn vị, ở mức giá 6,25£ chúng ta đạt tới bước ngoặt. Ở mức giá này, giá giảm nhưng tổng chi tiêu không đổi. Trên mức giá này, giảm giá thì tổng chi tiêu tăng. Dưới mức giá này, giảm giá sẽ làm tổng chi tiêu giảm vì cầu là không co giãn.

Có thể rút ra 2 kết luận. Thứ nhất, khi vận động dọc xuống dưới đường cầu, tổng chi tiêu chắc chắn sẽ không thay đổi khi đi qua mức giá 6,25£ với độ co giãn tại mức giá đó là co giãn đơn vị. Thứ hai, tổng chi tiêu hay tổng doanh thu đạt giá trị lớn nhất ở điểm cầu co giãn đơn vị. Tức là đạt được ở mức giá 6,25£, đây là những thông tin mà chủ các câu lạc bộ cần biết.

4.3

Các ứng dụng khác của độ co giãn của cầu

Cà phê tuyệt

Brazil là nước cung cấp cà phê rất lớn cho thị trường thế giới. Năm 1994, mọi người bắt đầu nhận ra rằng, sương giá ở Brazil sẽ gây thiệt hại cho mùa vụ cà phê năm 1995. Tạp chí "Thời báo kinh tế" ước tính rằng vụ mùa năm 1995 không thể đạt mức 26,5 triệu bao như dự tính, mà chỉ có thể đạt mức 15,7 triệu bao. Rõ ràng cà phê đã trở nên khan hiếm vào năm 1995. Các nhà đầu cơ mua cà phê năm 1994 đã tăng giá cà phê ngay cả trước khi cung cà phê giảm xuống.

Bảng 4.5 minh họa ảnh hưởng của tình trạng này đến hoạt động xuất khẩu của Brazil giai đoạn 1993 - 1995. Dòng đầu tiên cho thấy, ngay cả khi đã điều chỉnh tỷ lệ lạm phát, giá cà phê vẫn tăng hơn gấp đôi. Dòng thứ hai minh họa chỉ số khối lượng của cà phê Brazil xuất khẩu. Dòng cuối cùng là doanh thu

Bảng 4.5 Xuất khẩu cà phê của Brazil giai đoạn 1993 - 1995

	1993	1994	1995
Giá (\$/lb)	0,9	2,0	2,1
Lượng xuất khẩu (1990 = 100)	113	102	85
Giá x Lượng	102	204	179

Nguồn: IMF, International Financial Statistics.

từ xuất khẩu cà phê của Brazil. Doanh thu thực tế đã tăng lên rất nhiều vào năm 1994; giá tăng lên trước khi sản xuất bị sụt giảm quá nhiều. Điều đáng nói là khi so sánh giữa năm 1993 và 1995. Doanh thu từ cà phê vẫn tăng lên mặc dù mất mùa cà phê.

Câu về cà phê là không có giãn, mặc dù có nhiều hàng hóa thay thế như chè, nước ngọt, bia. Ví dụ này nhấn mạnh tầm quan trọng của thị hiếu người tiêu dùng. Nếu người mua từ chối uống cà phê không có nghĩa là chè và Coca cola có nhiều chất caffeine hơn một tách cà phê.

Nông dân và mất mùa

Ví dụ này minh họa cho một kết quả chung. Khi cầu là không có giãn doanh thu mà nông dân thu được khi mất mùa sẽ cao hơn khi được mùa. Khi đường cung dịch sang trái giá sẽ tăng lên nhiều để triệt tiêu lượng dư cầu khi cầu là không có giãn. Giá tăng làm tăng chi tiêu của người tiêu dùng và doanh thu của người bán khi cầu là không có giãn. Độ co giãn của cầu thường thấp đối với một số hàng hóa như cà phê, sữa, bột mì. Bởi vì thói quen ăn uống khó mà thay đổi được ngay mặc dù giá tăng lên.

Nếu mất mùa làm tăng doanh thu và vụ mùa bội thu lại làm giảm tổng doanh thu, tại sao các nông dân không liên kết với nhau như OPEC để hạn chế sản lượng và tăng doanh thu nhằm đối phó với cầu không có giãn? Nếu điều này dễ dàng thực hiện, việc liên kết này sẽ xảy ra thường xuyên. Nhưng sẽ có những khó khăn nảy sinh trong khi cố gắng duy trì một chính sách chung nhằm hạn chế sản lượng.

Hộp 4-2 Chiến tranh giá cả

Carphone Warehouse là nhà cung cấp điện thoại gọi nội hạt tự do, đang phải đối mặt với một đối thủ mạnh là BT thống trị trong thị trường điện thoại cố định. Công ty đã xây dựng một kế hoạch nhằm chiếm thêm thị phần từ 70% thị phần hiện tại của BT. Đến nay, công ty đã có 400 000 khách hàng và dự kiến đạt 1 triệu trong vòng một năm.

Chiến lược giảm giá trên thị trường viễn thông đã chỉ ra rằng các nhà cung cấp xem cầu về dịch vụ

này là co giãn. Khi cầu co giãn, có nghĩa là khách hàng rất nhạy cảm với giá. Trong trường hợp của Carphone Warehouse, họ hy vọng sẽ thu hút được thêm 600 000 khách hàng. Điều này không có gì ngạc nhiên trong thị trường mà người tiêu dùng nhạy cảm với giá bởi vì các nhà cung cấp các dịch vụ có thể thay thế hoàn hảo cho nhau. Dịch vụ điện thoại đo BT và Carphone Warehouse cung cấp là giống nhau, chỉ khác nhau về giá.

Quan niệm sai lầm có nghĩa là có những điều đúng với một cá nhân nhưng không đúng cho tất cả mọi người và có những điều đúng cho tất cả mọi người nhưng lại không đúng cho một cá nhân.

Khi cầu là không có giãn, các nông dân liên kết với nhau thì ai cũng được lợi nếu cung giảm. Tuy nhiên, nếu một nông dân mất mùa nhưng các nông dân khác không bị ảnh hưởng thì chỉ có người nông dân kém may mắn kia là bị thiệt. Nếu một nông dân bị giảm sản lượng, không giống với trường hợp tất cả những người nông dân đều bị giảm sản lượng, thì ảnh hưởng không đáng kể đến cung thị trường. Giá thị trường không bị ảnh hưởng và người nông dân kém may mắn sẽ bán được ít hơn ở mức giá thị trường. Điều này minh họa một bài học trong kinh tế. Một người sản xuất phải đối mặt với cầu co giãn mặc dù cầu của cả vụ mùa là không có giãn (bởi vì người tiêu dùng có thể dễ dàng chuyển từ người bán này sang người bán khác).



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

4.4 Ngắn hạn và dài hạn

Độ co giãn của cầu biến động trong một khoảng thời gian mà người tiêu dùng điều chỉnh hành vi của họ khi giá thay đổi. Giá dầu tăng vào năm 1973 - 1974 là biến động giá mạnh nhất trong 50 năm qua và xảy ra khi các hộ gia đình có những chiếc xe mới nhưng tốn nhiều xăng. Đầu tiên, họ không nghĩ là giá dầu tăng kéo dài. Sau đó, họ có kế hoạch mua những chiếc xe nhỏ hơn để tiết kiệm nhiên liệu hơn. Nhưng những đất nước như Mỹ thì không sẵn những chiếc xe như vậy. Trong ngắn hạn, họ trở nên bế tắc. Trừ khi họ sắp xếp lại cuộc sống để sử dụng xe ít hơn, nếu không họ sẽ chi nhiều tiền hơn cho xăng dầu. Cầu về xăng là không co giãn.

Trong một thời gian dài, người tiêu dùng phải bán những chiếc xe lớn, mua những chiếc xe tiết kiệm nhiên liệu hơn, hoặc chuyển nhà đến gần nơi làm việc hơn. Trong thời gian đó họ giảm lượng xăng sử dụng nhiều hơn hẳn so với trước.

Ngắn hạn là thời kỳ sau khi có sự thay đổi giá nhưng trước khi có sự điều chỉnh về lượng.

Dài hạn là thời kỳ cần thiết để hoàn thành sự điều chỉnh về lượng khi giá thay đổi. Khoảng thời gian này phụ thuộc vào người tiêu dùng chọn sự điều chỉnh nào.

Độ co giãn của cầu trong ngắn hạn thấp hơn trong dài hạn. Kết luận đó là chung đối với các hàng hóa. Ngay cả khi những người đang hút thuốc lá khó mà thay đổi thói quen hút thuốc khi giá của thuốc lá tăng lên thì ngày càng ít người trẻ tuổi hút thuốc lá hơn và hàng năm số lượng người hút thuốc lá giảm xuống.

Dài hạn là khoảng thời gian bao lâu?

Khi giá thay đổi, cầu về sôcôla sẽ thay đổi hoàn toàn trong vòng vài tháng, nhưng để hoàn thành sự điều chỉnh giá dầu hoặc thuốc lá có khi phải mất vài năm.

4.5 Độ co giãn chéo của cầu

Độ co giãn của cầu theo giá chỉ cho chúng ta sự vận động dọc theo một đường cầu khi tất cả các yếu tố ảnh hưởng đến cầu giữ nguyên, chỉ có giá của hàng hóa đó thay đổi. Bây giờ chúng ta giữ nguyên giá của bản thân hàng hóa đó và thay đổi giá của các hàng hóa có liên quan. Độ co giãn chéo của cầu nói về sự thay đổi của lượng cầu khi giá của các hàng hóa có liên quan thay đổi. Cũng như trước đây, chúng ta sử dụng %.

Độ co giãn chéo của cầu hàng hóa i theo giá hàng hóa j là thay đổi % trong lượng cầu hàng hóa i chia cho thay đổi % tương ứng trong giá hàng hóa j .

Độ co giãn chéo của cầu có thể dương hoặc âm. Nó là dương nếu giá hàng hóa j tăng làm cho lượng cầu về hàng hóa i tăng. Giá sữa là chè và j là cà phê. Giá của cà phê tăng làm cầu về chè tăng. Độ co giãn chéo của cầu chè đối với cà phê là dương. Độ co giãn chéo dương nếu hai hàng hóa là thay thế và âm nếu hai hàng hóa là bổ sung cho nhau. Chúng

ta hy vọng giá xăng tăng làm giảm cầu về xe ô tô bởi vì xăng và xe ô tô là hai hàng hóa bổ sung.

Bảng 4.6 minh họa ước lượng về độ co giãn của cầu đối với thức ăn, quần áo và du lịch và độ co giãn chéo giữa 3 hàng hóa đó ở Anh. Ví dụ, 0,1 là độ co giãn chéo của cầu về thức ăn với du lịch. 1% thay đổi trong giá của du lịch làm lượng cầu về thức ăn tăng lên 0,1%.

Độ co giãn của cầu với ba hàng hóa này nằm trong khoảng -0,4 đến -0,5. Đối với 3 loại hàng hóa này, lượng cầu nhạy cảm hơn khi giá của chính bản thân hàng hóa đó thay đổi so với sự thay đổi giá của hàng hóa khác.

Bảng 4.6 Độ co giãn chéo và độ co giãn của cầu hàng hóa ở Anh

% thay đổi lượng cầu	Do 1% thay đổi trong giá của		
	Thức ăn	Quần áo	Du lịch
Thức ăn	-0,4	0	0,1
Quần áo	0,1	-0,5	-0,1
Du lịch	0,3	-0,1	-0,5

Nguồn: R. Blundell et al., "What do we learn about consumer demand patterns from micro data?", American Economic Review, 1993.

4.6 Ảnh hưởng của thu nhập đến cầu

Tỷ lệ chi tiêu của một hàng hóa là giá của hàng hóa nhân với lượng cầu về hàng hóa đó, tất cả chia cho tổng chi tiêu hoặc tổng thu nhập của người tiêu dùng.

Cuối cùng, chúng ta cố định giá của bản thân hàng hóa và giá của các hàng hóa có liên quan và chúng ta xem xét sự thay đổi của lượng cầu khi thu nhập của người tiêu dùng thay đổi. Bỏ qua phần tiết kiệm của người tiêu dùng. Vì vậy, thu nhập của người tiêu dùng tăng lên một lượng bao nhiêu thì lượng chi tiêu của người tiêu dùng tăng lên một lượng bấy nhiêu.

Bảng 4.7 Tỷ lệ chi tiêu năm 1992 - 2002

	Chi tiêu thực tế của người tiêu dùng (tỷ bảng năm 2001)	% tỷ lệ chi tiêu	
		Thức ăn	Dịch vụ
1992	378	12	48
2002	614	9	50

Nguồn: ONS, UK National Accounts.

Co giãn của cầu theo thu nhập của 1 hàng hóa là % thay đổi của lượng cầu chia cho % thay đổi tương ứng của thu nhập.

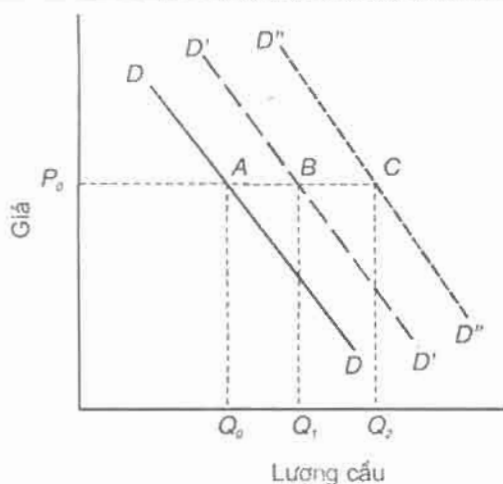
Bảng 4.7 đề cập đến tỷ lệ chi tiêu của người tiêu dùng Anh cho thức ăn và dịch vụ (các hoạt động như ăn ngoài và đi xem ở nhà hát) giai đoạn 1992 và 2002. Chi tiêu thực tế của người tiêu dùng tăng lên trong giai đoạn 1992 - 2002. Tỷ lệ chi tiêu cho thức ăn giảm xuống nhưng cho dịch vụ tăng lên. Bởi vì giá của thức ăn và dịch vụ gần như là không đổi trong giai đoạn này cho nên sự thay đổi trong tỷ lệ chi tiêu chủ yếu là do sự thay đổi trong thu nhập thực tế.

Hàng hóa thông thường, thứ cấp và cao cấp

Độ co giãn của cầu theo thu nhập đo lường sự dịch chuyển song song của đường cầu khi thu nhập thay đổi. Hình 4.5 chỉ ra 2 khả năng dịch chuyển do thu nhập tăng lên. Co giãn theo thu nhập lớn hơn nếu đường cầu dịch chuyển từ DD đến $D''D''$ so với trường hợp đường cầu dịch chuyển từ DD đến $D'D'$. Khi thu nhập tăng lên, đường cầu dịch chuyển sang bên trái, co giãn theo thu nhập là âm, nghĩa là thu nhập cao hơn nhưng lượng cầu lại thấp hơn ở mọi mức giá.

Trong Chương 3 chúng ta đã phân biệt hàng hóa thông thường là hàng hóa mà cầu tăng khi thu nhập tăng và hàng hóa thứ cấp là hàng hóa mà cầu giảm khi thu nhập tăng. Chúng ta cũng phân biệt hàng hóa cao cấp và hàng hóa thiết yếu.

Tất cả các hàng hóa thứ cấp đều là hàng hóa thiết yếu, vì độ co giãn của cầu theo thu nhập là âm. Tuy nhiên, hàng hóa thiết yếu cũng bao gồm những hàng hóa thông thường mà có độ co giãn của cầu theo thu nhập nằm trong khoảng 0 đến 1.

Hình 4.5 Cơ giãn theo thu nhập và dịch chuyển của đường cầu

Bắt đầu ở điểm A trên đường cầu DD, cơ giãn theo thu nhập đo lường sự dịch chuyển của đường cầu khi thu nhập tăng 1%. Ở mức giá P_0 , dịch chuyển tới điểm B trên đường cầu D'D' phản ánh cơ giãn theo thu nhập thấp hơn dịch chuyển tới điểm C trên đường cầu D''D''. Dịch chuyển đường cầu sang trái khi thu nhập tăng thể hiện độ co giãn theo thu nhập âm.

Hàng hóa thông thường có độ co giãn của cầu theo thu nhập dương. **Hàng hóa thứ cấp** có độ co giãn của cầu theo thu nhập âm.

Hàng hóa cao cấp có độ co giãn của cầu theo thu nhập lớn hơn 1. **Hàng hóa thiết yếu** có độ co giãn của cầu theo thu nhập nhỏ hơn 1.

nhiều nạc hơn và quần áo nhiều chất cotton hơn. Vậy thu nhập tăng lên chắc chắn làm giảm cầu về thịt mỡ và quần áo chất liệu nhiều nylon.

Hàng hóa cao cấp là những hàng hóa có chất lượng cao hơn so với những hàng hóa thay thế khác chất lượng kém hơn: BMW hơn là những chiếc xe Ford nhỏ, kỳ nghỉ ở nước ngoài hơn là nghỉ trong nước. Hàng hóa thiết yếu là những hàng hóa thông thường nằm giữa hai loại hàng hóa trên. Khi thu nhập tăng lên, lượng cầu về thức ăn tăng lên chút ít. Hầu hết mọi người vẫn thích nấu ăn đơn giản ở nhà ngay cả khi thu nhập tăng lên. Hãy nhìn vào Bảng 4.7, dịch vụ là hàng hóa cao cấp với tỷ lệ chi tiêu cho loại này tăng 48 - 50% khi thu nhập ở Anh tăng lên giai đoạn 1992 - 2002. Thức ăn không phải là hàng hóa cao cấp vì tỷ lệ chi tiêu cho hàng hóa này giảm xuống khi thu nhập tăng lên, nhưng cũng không phải là hàng hóa thứ cấp. Ở mức giá không đổi sau khi đã có sự điều chỉnh về lạm phát, chi tiêu thực cho thức ăn giai đoạn 1992 - 2002 tăng từ 45 tỷ £ (12% của 378) đến 55 tỷ £ (9% của 614).

Hộp 4-3 Sự phát triển chóng mặt của ô tô

Khi một đất nước phát triển và giàu lên, một trong những hàng hóa mà mọi người muốn có là xe ô tô. Độ co giãn của cầu theo thu nhập về xe ô tô ước lượng khoảng = 2. Trung Quốc, một trong những nền kinh tế phát triển nhanh nhất trên thế giới, bây giờ có sự ham muốn tốt bậc về ô tô. Với mức thu nhập tăng nhanh như vậy, người ta bỏ xe đạp đi ô tô. Năm

1949, nước đông dân nhất thế giới chỉ có 1800 ô tô. Con số này bây giờ là 20 triệu. Năm 2002, thị trường ô tô tăng trưởng 60% và năm 2003 là 100%. Trong những năm 1970, một công nhân phải tiết kiệm một năm mới mua được một chiếc xe đạp, thu nhập bây giờ tăng nhanh nên họ tiết kiệm một năm thì mua được một chiếc ô tô.

Bảng 4.8 tóm tắt sự thay đổi của cầu khi thu nhập thay đổi, giữ nguyên giá của các hàng hóa. Bảng chỉ ra ảnh hưởng của tăng thu nhập. Thu nhập giảm sẽ ảnh hưởng ngược lại đến lượng cầu và tỷ lệ chi tiêu.

Bảng 4.8 Sự thay đổi cầu khi thu nhập tăng 1%

Hàng hóa	Độ co giãn của cầu theo thu nhập	Lượng cầu	Tỷ lệ chi tiêu	Ví dụ
Thông thường	Dương	Tăng		
Cao cấp	Lớn hơn 1	Tăng nhiều hơn 1%	Tăng	BMW
Thiết yếu	Giữa 0 và 1	Tăng ít hơn 1%	Giảm	Thức ăn
Thứ cấp	Âm	Giảm	Giảm	Bánh mì

Bảng 4.9 Độ co giãn của cầu theo thu nhập ở Anh

Hàng hóa phạm vi rộng	Độ co giãn của cầu theo thu nhập	Hàng hóa phạm vi hẹp	Độ co giãn của cầu theo thu nhập
Thuốc lá	0,5	Than	2,0
Nhiên liệu	0,3	Bánh mì và ngũ cốc	0,5
Thức ăn	0,5	Thực phẩm từ sữa	0,5
Đồ uống có cồn	1,1	Rau	0,9
Quần áo	1,2	Du lịch nước ngoài	1,1
Đồ lâu bền	1,5	Thu ngân	2,0
Dịch vụ	1,8	Rượu mạnh	2,6

Nguồn: as in Table 4.3.

Bảng 4.9 chỉ ra độ co giãn của cầu theo thu nhập ở Anh, 2 cột đầu biểu diễn hàng hóa có phạm vi rộng, 2 cột sau là hàng hóa có phạm vi hẹp hơn. Đối với những hàng hóa có phạm vi hẹp độ co giãn khác nhau nhiều. Thu nhập cao hơn ảnh hưởng lớn đến cách ăn uống (nhiều tôm, ít bánh mì) hơn là khối lượng ăn uống của các hộ gia đình. Thức ăn là hàng hóa bình thường nhưng không phải là hàng hóa cao cấp. Độ co giãn của cầu theo thu nhập là 0,5.

Cột cuối cùng chỉ ra rằng, với chi tiêu cho thức ăn không thay đổi, thu nhập cao hơn thì họ chuyển sang ăn nhiều rau hơn (những loại rau đó có độ co giãn cao hơn thức ăn nói chung) và ăn ít bánh mì (mà lượng cầu sẽ giảm xuống). Người giàu thì ăn những loại salad đắt tiền để tránh béo. Người nghèo thì cần lượng bánh mì lớn để chống đói. Thuốc lá là hàng hóa thứ cấp và nó chiếm tỷ lệ chi tiêu lớn nhất trong ngân sách chi tiêu của người nghèo. Những người giàu hơn thì tiêu dùng theo những cách tốn tiền hơn.

Ứng dụng độ co giãn của cầu theo thu nhập

Độ co giãn của cầu theo thu nhập giúp chúng ta dự đoán cầu của người tiêu dùng khi nền kinh tế tăng trưởng và mọi người giàu hơn. Giả sử thu nhập thực tế tăng lên 15% trong vòng 5 năm tới, Bảng 4.9 cho thấy cầu về thuốc lá giảm 7,5% nhưng cầu về rượu mạnh tăng 39%. Sự tăng trưởng của 2 ngành công nghiệp này là rất khác nhau. Những dự đoán này ảnh hưởng đến quyết định của các hãng liệu có nên xây dựng nhà máy mới và các dự án của chính phủ về thuế đánh vào thuốc lá và rượu mạnh.

Tương tự, một nước nghèo ngày càng giàu thì người dân sẽ có nhu cầu ngày càng nhiều các hàng hóa cao cấp như tivi, máy giặt, xe ô tô.

4.7

Lạm phát và cầu

Độ co giãn đo lường sự phản ứng của lượng cầu với sự thay đổi của từng biến riêng biệt: giá của bản thân hàng hóa, giá của hàng hóa có liên quan, thu nhập. Chương 2 phân biệt các biến danh nghĩa, đo lường giá trong ngày và biến thực tế, được điều chỉnh theo lạm phát khi so sánh ở những ngày khác nhau. Chúng ta kết thúc chương này bằng việc xem xét ảnh hưởng của lạm phát đến thay đổi của cầu.

Giả sử tất cả các biến danh nghĩa tăng lên gấp đôi. Tất cả các hàng hóa đắt lên gấp đôi, mức lương cũng tăng lên gấp đôi, tiền thuê đất và lợi tức trả cho các cổ đông cũng tăng lên gấp đôi. Số lượng hàng hóa được tiêu dùng trước đây như thế nào thì bây giờ người tiêu dùng vẫn tiêu dùng như vậy. Hàng hóa đắt gấp đôi nhưng thu nhập cũng tăng gấp đôi. Chẳng có gì thay đổi. Hành vi người tiêu dùng không có gì thay đổi khi giá và thu nhập danh nghĩa đều tăng gấp đôi.

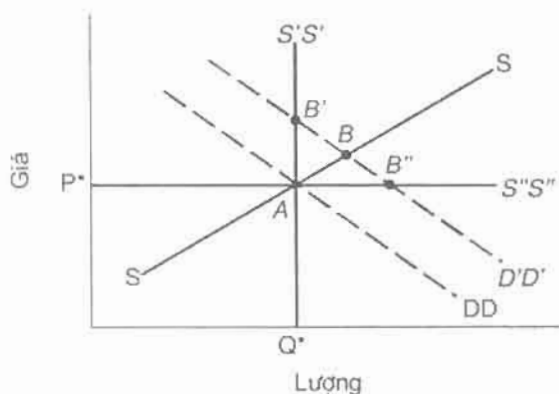
Vậy chúng ta xem xét lại vấn đề như thế nào về độ co giãn khi nói rằng độ co giãn của cầu theo giá sẽ thay đổi khi giá của hàng hóa thay đổi? Mỗi loại độ co giãn đo lường sự thay đổi của một biến khi tất cả các biến khác xác định cấu trúc đều giữ nguyên. Khi tất cả giá và thu nhập cùng thay đổi, khái niệm về độ co giãn khuyến cáo chúng ta rằng sẽ không đúng nếu xem xét ảnh hưởng của một biến lên lượng cầu. Chúng ta có thể tách sự thay đổi của lượng cầu thành 3 phần: Ảnh hưởng của sự thay đổi của riêng giá của hàng hóa đó, cộng với sự thay đổi giá chỉ của các hàng hóa khác, cộng với sự thay đổi của thu nhập. Khi tất cả các biến danh nghĩa thay đổi theo cùng một tỷ lệ, tổng của 3 ảnh hưởng này chính xác bằng 0.

4.8 Độ co giãn của cung

Trong khi phân tích độ co giãn của cầu là phức tạp thì phân tích độ co giãn của cung là đơn giản. Chúng ta chỉ cần xem xét sự thay đổi của lượng cung khi giá của bản thân hàng hóa thay đổi. Độ co giãn của cung đo lường sự thay đổi của lượng cung khi giá của hàng hóa thay đổi.

$$\text{Độ co giãn của cung} = (\% \text{ thay đổi của lượng cung}) / (\% \text{ thay đổi của giá})$$

Hình 4.6 Các giá trị về độ co giãn của cung



Bởi vì đường cung là dốc lên, độ co giãn của cung luôn dương. Khi di chuyển dọc theo đường cung, sự thay đổi của lượng cung là dương tương ứng với sự thay đổi của giá là dương. Cung càng co giãn thì giá tăng ít nhưng lượng cung tăng càng nhiều. Vì vậy, đường cung tương đối thoải nếu cung là co giãn và đường cung tương đối dốc nếu cung là không co giãn.

Hình 4.6 chỉ ra đường cung đặc trưng SS với độ co giãn là dương. Nếu đường cung là đường thẳng, độ co giãn của cung sẽ không thay đổi khi di chuyển dọc theo đường cung. Như đối với đường cầu, nếu độ dốc là không đổi, giá thay đổi 1 đơn vị thì lượng cũng thay đổi 1 đơn vị. Tuy nhiên, sự thay đổi này có nghĩa là % thay đổi của giá và lượng là khác nhau, phụ thuộc vào chúng ta bắt đầu ở điểm nào trên đường cung.

Hộp 4-4 Thị hiếu về cà phê

Giá cà phê đã giảm xuống thấp đột ngột trong 20 năm... Trong 5 năm qua, cung cà phê tăng 3,6% trong khi tiêu dùng chỉ tăng 1,5%. Từ 1997 đến 2000, dự trữ cà phê tăng gấp đôi trong khi giá giảm xuống từ 134 cent xuống 50 cent.

Nguồn: Financial Times, 17 May 2001.

Thu nhập cao hơn đã làm lảng cấu về cà phê nhưng cung về cà phê còn tăng nhanh hơn. Có thêm nhiều nước mới sản xuất cà phê, năng suất

ngành nông nghiệp cũng tăng lên và năm 1989 không đạt được thỏa thuận đặt giá trần cho cà phê xuất khẩu.

Đối với nhiều nước thuộc thế giới thứ ba sản xuất cà phê, trong đó có một số thu được 70% doanh thu từ xuất khẩu cà phê, thì giá thấp là một tai họa. Sức mạnh của các công ty đa quốc gia cũng không cứu được. Một số trường hợp khác đã chỉ thu được 6% giá bán lẻ ở các cửa hàng. Nestlé hiện nay kiểm soát khoảng nửa thị trường cà phê hòa tan trên thế giới.

Hình 4.6 cũng minh họa 2 trường hợp đặc biệt. Đường cung thẳng đứng $S'S'$ có độ co giãn bằng 0. Giá tăng 1% nhưng lượng cung không thay đổi. Đường cung nằm ngang $S''S''$ có độ co giãn bằng vô cùng. Bất kỳ sự thay đổi nào khác mức giá P^* thì lượng cung luôn thay đổi.

Độ co giãn của cung cho ta thấy giá và lượng cân bằng sẽ thay đổi như thế nào khi đường cầu dịch chuyển. Hình 4.6 chỉ ra sự dịch chuyển của đường cầu từ DD đến $D'D'$. Bắt đầu ở điểm cân bằng A , đường cầu dịch chuyển từ DD đến $D'D'$ dẫn đến điểm cân bằng mới là B' , B , hoặc B'' phụ thuộc vào độ co giãn của cung. Nếu cung càng ít co giãn thì khi cầu tăng, giá cân bằng sẽ tăng nhiều hơn lượng tăng của sản lượng cân bằng. Trong những trường hợp đặc biệt, dịch chuyển từ A đến B' chỉ phản ánh giá cân bằng tăng, còn dịch chuyển từ A đến B'' phản ánh chỉ có sản lượng cân bằng tăng.

4.9

Ai thực sự là người chịu thuế?

Bằng việc trợ cấp và đánh thuế, chính phủ ảnh hưởng đến sự phân bổ nguồn lực trong nền kinh tế. Bằng việc đánh thuế thuốc lá, chính phủ có thể giảm lượng người hút thuốc lá và vì vậy cải thiện sức khỏe của mọi người. Bằng việc đánh thuế nhiên liệu có thể hạn chế ô nhiễm, mặc dù có thể dẫn đến sự phẫn nộ của những người lái xe tải và mô-tô. Bằng việc thu thuế thu nhập, chính phủ ảnh hưởng đến số lượng người muốn đi làm. Thuế ảnh hưởng lớn đến hoạt động của một nền kinh tế hỗn hợp và ảnh hưởng sâu sắc đến cách mà xã hội phân bổ các nguồn lực khan hiếm của nó.

Đầu tiên, chúng ta bàn về thuế đánh trên từng đơn vị sản phẩm, ví dụ 5£/chai vodka. Chúng ta cũng chỉ ra ảnh hưởng của thuế này liên quan đến độ co giãn của cầu và cung. Sau đó, chúng ta bàn đến thuế giá trị hàng hóa (ad valorem) được đo lường bằng % giá trị hàng hóa. Ví dụ, thuế VAT thường là 17.5% giá trị của hàng hóa hoặc dịch vụ.

Nếu thuế đánh trên từng đơn vị sản phẩm liên quan đến độ dốc của đường cung và đường cầu thì thuế giá trị hàng hóa hay thuế % lại liên quan đến độ co giãn của cung và cầu vì những khái niệm này được thể hiện dưới dạng %.

Gánh nặng thuế (tỷ lệ chịu thuế) chỉ ra cuối cùng ai là người chịu thuế.

Cũng bằng cách này, điều mà chúng ta muốn biết ai là người cuối cùng phải trả thuế. Đơn giản chúng ta giả định một bao thuốc lá giá 1£ và chính phủ đánh thuế 50p một bao. Người hút thuốc lá phải trả thuế, hay người sản xuất chịu thuế? Người sản xuất chuyển phần thuế phải chịu sang cho người tiêu dùng bao nhiêu? Điều này được xác định dựa vào độ dốc của đường cung và đường cầu.

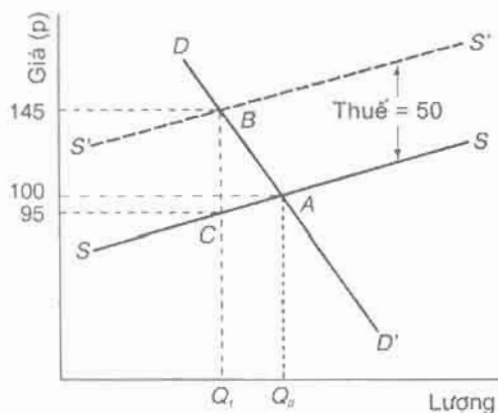
Hình 4.7(a) và 4.7(b) vẽ mức giá mà người tiêu dùng phải trả (sau thuế) trên trục tung. DD' là đường cầu. Bởi vì giá mà người sản xuất nhận được chính là giá mà người tiêu dùng trả trừ đi 50p thuế một bao thuốc lá, thuế đã làm đường cung dịch chuyển từ SS đến $S'S'$ trong cả 2 hình. Trong mỗi trường hợp, lượng cung phụ thuộc vào mức giá mà người sản xuất được nhận, mức giá này sẽ không đổi nếu giá người tiêu dùng phải trả tăng lên đúng bằng 50p; đó là lý do tại sao chúng ta phải dịch chuyển đường cung lên trên một đoạn đúng bằng 50p.

Trên Hình 4.7(a), với đường cung thoải và đường cầu dốc, thuế thuốc lá chủ yếu do người tiêu dùng chịu. Điểm B cao hơn điểm A gần 50p. Bởi vì cầu là không nhạy cảm với giá, người sản xuất có thể chuyển gần hết thuế vào giá mà người tiêu dùng chịu. Cung là nhạy cảm với giá, vì vậy giá mà người sản xuất nhận được không giảm xuống nhiều. Người tiêu dùng trả 1,45£ và người sản xuất nhận 0,95£ một bao thuốc.

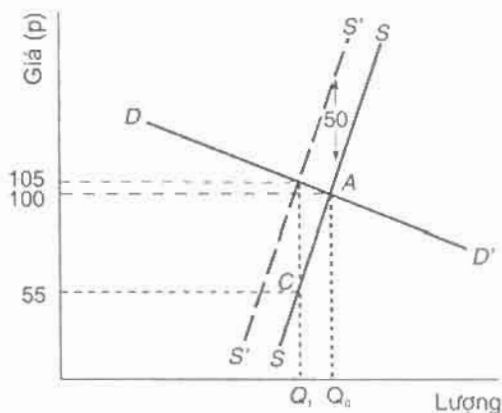
Trên Hình 4.7(b) với đường cầu thoải và đường cung dốc, thuế chủ yếu là do người sản xuất chịu. Cầu là nhạy cảm với giá, vì vậy cố gắng đặt gánh nặng thuế vào người tiêu

dùng sẽ làm cho lượng bán giảm xuống nhanh chóng. Cung không nhạy cảm với giá và người sản xuất phải chấp nhận giá họ nhận được giảm xuống gần bằng 50p. Người tiêu dùng trả 1,05£ và người sản xuất nhận được 0,55£ một bao thuốc.

Hình 4.7 Tỷ lệ chịu thuế



(a) Đường cầu dốc, đường cung thoải



(b) Đường cầu thoải, đường cung dốc

Ứng dụng chủ yếu của tỷ lệ chịu thuế là không cần quan tâm đến người sản xuất hay người tiêu dùng - ai là người mang tiền nộp cho chính phủ. Sự tồn tại của thuế làm thay đổi hành vi của họ. Điều này ảnh hưởng đến giá và lượng cân bằng. Sự thay đổi nhiều hay ít của giá và lượng cân bằng phụ thuộc vào độ dốc của đường cầu và đường cung.

Bây giờ chúng ta hiểu được nguyên tắc chung và có thể áp dụng một cách tương tự những phân tích trên cho thuế tính theo %. Đơn giản chúng ta chỉ cần nhớ sự thay đổi trong % thuế với % thay đổi của lượng cầu và lượng cung khi giá thay đổi mà sự thay đổi này được đo lường thông qua khái niệm độ co giãn của cầu và cung.

Vì vậy, khi cầu là không co giãn còn cung co giãn thì việc đánh thuế % vào giá trị hàng hóa giống hệt Hình 4.7(a), thuế % đánh vào giá trị hàng hóa tăng lên thì chủ yếu người tiêu dùng là người chịu thuế với mức giá phải trả cao hơn. Ngược lại, khi cầu là co giãn, cung là không co giãn thì tương tự như phân tích ở Hình 4.7(b), thuế % đánh vào giá trị hàng hóa tăng lên thì chủ yếu là người sản xuất chịu với mức giá họ nhận được là thấp hơn hẳn. Vậy, độ co giãn của cung và cầu giúp chúng ta xác định được ảnh hưởng của một số loại thuế phổ biến nhất ví dụ như thuế thu nhập, VAT, thuế công ty do các công ty trả. Tất cả các loại thuế đó đều là thuế giá trị hàng hóa.

TÓM TẮT

- **Độ co giãn của cầu** chính là độ co giãn của cầu theo giá. Độ co giãn này đo lường sự nhạy cảm của lượng cầu khi giá của bản thân hàng hóa đó thay đổi với điều kiện giá của các hàng hóa khác và thu nhập không đổi. Độ co giãn của cầu là âm bởi vì đường cầu là dốc xuống. Nói chung, độ co giãn của cầu thay đổi khi di chuyển dọc theo đường cầu. Dọc theo một đường cầu thẳng, độ co giãn sẽ giảm khi giá giảm.
- **Cầu là co giãn** nếu độ co giãn của cầu lớn hơn -1 (ví dụ -2). Giá giảm làm tăng chi tiêu cho hàng hóa. Cầu là không co giãn nếu độ co giãn của cầu nằm trong

- khoảng -1 đến 0 . Giá giảm làm giảm tổng chi tiêu cho hàng hóa. Cầu là co giãn đơn vị nếu độ co giãn là bằng -1 . Giá thay đổi không ảnh hưởng đến tổng chi tiêu.
- Độ co giãn của cầu phụ thuộc khoảng thời gian bao lâu thì người tiêu dùng điều chỉnh hành vi tiêu dùng của mình đáp ứng lại sự thay đổi của giá. Trong ngắn hạn, việc thay thế bằng hàng hóa khác là hạn chế. Cầu càng ngày càng co giãn hơn nếu khoảng thời gian để điều chỉnh sự thay đổi này càng tăng. Thời gian điều chỉnh cho sự thay đổi này là khác nhau đối với các hàng hóa khác nhau.
 - **Độ co giãn chéo của cầu** đo lường sự nhạy cảm trong lượng cầu của một hàng hóa khi có sự thay đổi giá của các hàng hóa liên quan đến hàng hóa đó. Độ co giãn chéo dương chứng tỏ các hàng hóa có mối quan hệ thay thế. Độ co giãn chéo âm có nghĩa các hàng hóa có mối quan hệ là bổ sung.
 - **Độ co giãn của cầu theo thu nhập** đo lường sự nhạy cảm của lượng cầu khi thu nhập thay đổi, giữ nguyên giá của tất cả các hàng hóa.
 - **Hàng hóa thứ cấp** có độ co giãn theo thu nhập là âm. Thu nhập cao hơn làm lượng cầu và tỷ lệ chi tiêu cho hàng hóa đó giảm xuống. **Hàng hóa cao cấp** có độ co giãn theo thu nhập lớn hơn 1 . Thu nhập cao hơn làm lượng cầu và tỷ lệ chi tiêu cho hàng hóa đó tăng lên.
 - Những hàng hóa không phải là thứ cấp được gọi là **hàng hóa thông thường** và có độ co giãn theo thu nhập là dương. Hàng hóa không phải là cao cấp được gọi là **thiết yếu** và có độ co giãn theo thu nhập nhỏ hơn 1 . Tất cả những hàng hóa thứ cấp là thiết yếu nhưng hàng hóa thông thường là thiết yếu chỉ khi nó không phải là hàng hóa cao cấp.
 - Khi tất cả các biến danh nghĩa đều tăng lên gấp đôi thì không ảnh hưởng đến cầu bởi vì nó không ảnh hưởng đến giá trị thực của thu nhập cũng như giá của các hàng hóa có liên quan. Khi kiểm tra số liệu của những nền kinh tế có lạm phát, tốt nhất là nên quan tâm đến giá trị thực của giá và thu nhập, tức là giá và thu nhập đã điều chỉnh do lạm phát.
 - **Độ co giãn của cung** đo lường phần trăm thay đổi của lượng cung khi giá của bản thân hàng hóa thay đổi 1% . Bởi vì đường cung là dốc lên, độ co giãn của cung là dương.
 - **Tỷ lệ chịu thuế** đo lường ai là người thực sự trả thuế. Bởi vì thuế làm thay đổi giá và sản lượng cân bằng, sự thay đổi tạo ra sự khác nhau giữa người chủ yếu chịu thuế và người nộp thuế cho chính phủ.
 - **Thuế trên từng đơn vị sản phẩm** liên quan đến độ dốc của cầu và cung. Thuế đánh vào giá trị hàng hóa liên quan đến độ co giãn của cầu và cung. Trong cả hai trường hợp, ai ít nhạy cảm hơn với giá thì chịu nhiều thuế hơn.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Cửa hàng của bạn có 100 quả đào chín cần phải bán ngay. Đường cung về đào là đường thẳng đứng. Theo kinh nghiệm trước đây, nếu ở giá 1£ thì bán được 100 quả. (a) Vẽ đường cung và đường cầu cho thấy điểm cân bằng. (b) Độ co giãn của cầu là $-0,5$. Bạn phát hiện 10 quả đào bị hỏng và không bán được. Hãy vẽ đường cung mới. Mức giá cân bằng mới là bao nhiêu?
- 2 (a) Sữa, dịch vụ nha khoa, bia; (b) Sôcôla, gà, đi bằng tàu hỏa; (c) Đi xem kịch, câu lạc bộ tennis, phim. Hãy xác định cầu là co giãn hay không co giãn đối với mỗi nhóm hàng hóa trên. Sắp xếp độ co giãn đối với mỗi nhóm hàng hóa. Giải thích.

- 3 Điểm nào trên đường cầu thẳng có tổng chi tiêu của người tiêu dùng là lớn nhất? Giải thích. Thông tin này có ích gì cho chủ câu lạc bộ bóng đá?
- 4 Bảng sau là độ co giãn của cầu theo giá và theo thu nhập về rau và dịch vụ ăn uống. Đối với mỗi hàng hóa, giải thích đó là hàng cao cấp hay thiết yếu, và liệu cầu là co giãn hay không co giãn.

	Độ co giãn của cầu theo giá	Độ co giãn theo thu nhập
Rau	0,17	0,87
Dịch vụ cung cấp thực phẩm	2,61	1,64

- 5 Năm 1974, người tiêu dùng ở Anh tiêu 1,3 triệu bảng vào bánh mì và ngũ cốc. Năm 2004, họ tiêu dùng hơn 5 triệu bảng vào bánh mì và ngũ cốc, vậy bánh mì có phải là hàng hóa thứ cấp. Giải thích.
- 6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao các câu sau là sai: (a) Bởi vì thuốc lá là hàng hóa thiết yếu, doanh thu thuế từ thuốc lá sẽ luôn tăng lên khi thuế tăng. (b) Nông dân nên mua bảo hiểm để phòng thời tiết xấu có thể làm giảm một nửa sản lượng của vụ mùa. (c) Thu nhập của người tiêu dùng cao hơn luôn làm lợi cho người sản xuất.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 681.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

Lựa chọn của người tiêu dùng và quyết định cầu

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Xây dựng đường ngân sách như thế nào?
- 2 Lợi ích cận biên giảm dần.
- 3 Tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần.
- 4 Mô tả thị hiếu bằng đường bàng quan.
- 5 Sử dụng đường bàng quan và đường ngân sách để giải thích sự lựa chọn của người tiêu dùng.
- 6 Thu nhập tiêu dùng ảnh hưởng tới lượng cầu như thế nào?
- 7 Ảnh hưởng thu nhập và ảnh hưởng thay thế.
- 8 Giá cả thay đổi ảnh hưởng tới lượng cầu như thế nào?
- 9 Đường cầu thị trường.

Trong chương trước, chúng ta đã giới thiệu đường cầu để giải thích hành vi của người tiêu dùng. Để làm sáng tỏ lý thuyết cầu, bây giờ chúng ta xây dựng một mô hình chuẩn cho sự lựa chọn của người tiêu dùng. Nó giải thích làm thế nào mà người mua điều hoà được giữa cái họ muốn, tức là thị hiếu hay sự ưa thích, với cái mà thị trường cho phép họ làm, tức là thu nhập của họ và mức giá của các loại hàng hoá khác nhau. Mô hình này cho phép chúng ta dự đoán được người tiêu dùng sẽ phản ứng như thế nào với sự thay đổi điều kiện trên thị trường. Nó đề cập tới độ co giãn theo giá và thu nhập đã xem xét tại Chương 4.

5.1 Cầu cá nhân

Bốn yếu tố của mô hình mô tả điều kiện tiêu dùng và thị trường. Các yếu tố đó là: (a) thu nhập tiêu dùng, (b) mức giá, (c) thị hiếu tiêu dùng, sự sắp xếp thành từng nhóm hàng khác nhau theo mức độ hài lòng mà chúng đem lại và (d) giả định rằng người tiêu dùng

chỉ theo đuổi lợi ích cá nhân. Trong số những kết hợp hàng hoá tiêu dùng có thể mua được, người tiêu dùng sẽ chọn kết hợp hàng hoá mà họ hài lòng nhất.

Mỗi một yếu tố trong mô hình đều cần được đề cập chi tiết.

Ràng buộc ngân sách

Ràng buộc ngân sách mô tả những kết hợp khác nhau mà người tiêu dùng có thể mua được.

Thu nhập của người tiêu dùng và mức giá hàng hoá trên thị trường xác định ràng buộc ngân sách của người ấy.

Xét một sinh viên có ngân sách mỗi tuần (thu nhập, trợ cấp hoặc học bổng) là 50£ có thể chi tiêu cho ăn uống hoặc xem phim. Mỗi bữa ăn giá 5£ và mỗi phim giá 10£. Đây là sự kết hợp giữa những bữa ăn và những bộ phim mà sinh viên đó có thể mua được? Nếu không xem phim, sinh viên đó có thể sử dụng 50£ để có 10 bữa ăn giá 5£ một bữa. Nếu không ăn, sinh viên đó có thể mua 5 vé xem phim giá 10£ một vé. Giữa hai thái cực ấy có rất nhiều kết hợp giữa bữa ăn và vé xem phim cũng có tổng giá trị 50£. Những sự kết hợp đó là ràng buộc ngân sách.

Ràng buộc ngân sách chỉ ra lượng hàng hoá tối đa có thể mua được dựa trên một số lượng hàng hoá khác đã mua⁽¹⁾. Bảng 5.1 chỉ ra ràng buộc ngân sách của người ấy. Mỗi hàng ứng với một kết hợp mà tổng giá trị là 50£ đúng bằng thu nhập của người ấy.

Bảng 5.1 Giỏ tiêu dùng có thể mua được

Lượng bữa ăn Q_M	Chi cho các bữa ăn $5£ \times Q_M$	Lượng phim Q_F	Chi tiền xem phim $10£ \times Q_F$	Tổng chi £
0	0	5	50	50
2	10	4	40	50
4	20	3	30	50
6	30	2	20	50
8	40	1	10	50
10	50	0	0	50

Bảng 5.1 chỉ ra sự đánh đổi giữa bữa ăn và phim. Lượng bữa ăn nhiều hơn thì lượng phim ít hơn. Đối với một mức thu nhập nhất định, ràng buộc ngân sách chỉ ra giá trị của lượng hàng hoá phải hy sinh để có được nhiều hơn một lượng hàng hoá khác. Bởi vì đó là sự đánh đổi mà sinh viên đó phải chọn giữa bữa ăn và phim.

Khi mức giá bữa ăn và phim cố định, không phụ thuộc vào số lượng sinh viên đó mua, ràng buộc ngân sách của sinh viên đó là đường thẳng, được gọi là đường ngân sách. Hình 5.1 vẽ đường ngân sách trên cơ sở số liệu cho ở Bảng 5.1.

Vị trí của đường ngân sách được xác định bởi hai điểm nút là A và F, những điểm có sự giải thích đơn giản. Tại A là lượng phim nhiều nhất sẽ mua nếu người sinh viên không ăn: 50£ mua 5 vé xem phim giá 10£ một vé. Tại F chỉ ra 50£ dùng để mua 10 bữa ăn giá 5£ một bữa nếu người ấy không xem phim. Đường ngân sách nối liền A và F. Những điểm trung gian ví dụ như B và C chỉ ra những sức mua ngang nhau giữa bữa ăn và phim.

Hệ số góc của đường ngân sách chỉ ra số bữa ăn phải hy sinh để có thể xem thêm một bộ phim. Di chuyển từ điểm F tới điểm E làm giảm lượng bữa ăn từ 10 xuống 8 nhưng tăng lượng phim từ 0 lên 1. Sự đánh đổi giữa bữa ăn và phim là không đổi dọc theo đường ngân sách. Từ bỏ 2 bữa ăn luôn tạo ra thêm 10£ để xem thêm một 1 bộ phim.

Vì phim giá gấp đôi bữa ăn nên 2 bữa ăn phải hy sinh để mua thêm 1 vé xem phim. Độ dốc của đường ngân sách chỉ phụ thuộc vào tỷ lệ giá của hai loại hàng hoá. Độ dốc

⁽¹⁾ Chúng ta giả sử rằng toàn bộ thu nhập được sử dụng. Không có tiết kiệm. Những chương sau sẽ bàn về sự quan trọng của việc lựa chọn giữa tiêu dùng và tiết kiệm.

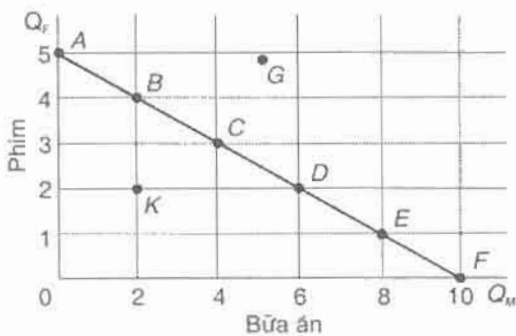
của đường ngân sách bằng mức chênh lệch khoảng cách theo trục tung chia tương ứng cho mức chênh lệch khoảng cách theo trục hoành. Trên Hình 5.1 độ dốc đường ngân sách là $-1/2$. Mức chênh lệch $(+1)$ phim chia cho mức chênh lệch (-2) bữa ăn. Ví dụ trên minh hoạ cho công thức chung:

$$\text{Độ dốc đường ngân sách} = - P_H / P_V$$

P_H là mức giá trên trục hoành và P_V là mức giá trên trục tung. Trong ví dụ của chúng ta, giá bữa ăn $P_H = 5\text{£}$ và giá phim $P_V = 10\text{£}$. Theo công thức thì độ dốc đường ngân sách là $-1/2$. Dấu âm hàm ý sự đánh đổi. Chúng ta phải từ bỏ hàng hoá này để có thêm hàng hoá khác.

Hai điểm nút của đường ngân sách (ở đây là A và F) chỉ ra lượng hàng hoá mà ngân sách mua nếu không mua hàng hoá kia. Độ dốc đường ngân sách nối liền những điểm nút chỉ phụ thuộc vào giá cả tương đối của hai loại hàng hoá.

Hình 5.1 Đường ngân sách



Đường ngân sách chỉ ra sự kết hợp tối đa giữa các loại hàng hóa mà người tiêu dùng có thể mua, với một mức thu nhập và mức giá hiện hành nhất định. Những điểm nằm trên đường ngân sách sử dụng tối đa ngân sách người tiêu dùng. Những điểm nằm phía trên đường ngân sách là những điểm không thể đạt tới. Những điểm nằm phía dưới đường ngân sách sẽ tạo ra được phần chi tiêu thêm.

Bất kỳ điểm nào nằm phía trên đường ngân sách (ví dụ như G trên Hình 5.1) là không thể đạt tới. Đường ngân sách chỉ ra lượng hàng hoá tối đa có thể mua, dựa trên lượng hàng hoá đã mua và ngân sách có thể chi trả. Với mức thu nhập 50£, G là điểm không thể đạt tới: nó cần 25£ để mua 5 bữa ăn và 50£ để mua 5 vé xem phim. Những điểm phía dưới đường ngân sách ví dụ như K, sẽ tạo ra khoản thu nhập không sử dụng. Chỉ những điểm nằm trên đường ngân sách là có sự đánh đổi mà người sinh viên đó phải chọn giữa bữa ăn và phim.

Thị hiếu

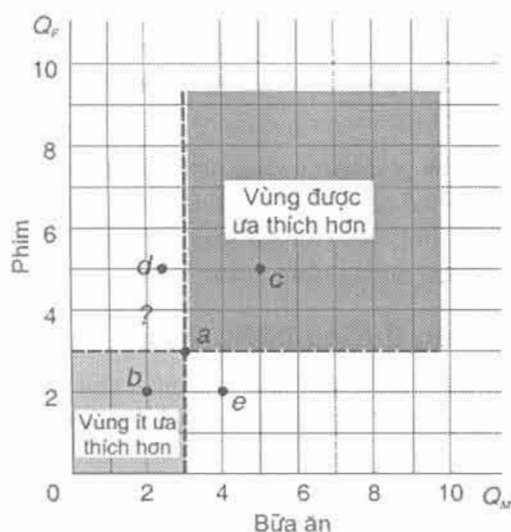
Đường ngân sách chỉ ra người tiêu dùng phải đối mặt với những điều kiện thị trường (mức giá và thu nhập). Chúng ta xem xét thị hiếu người tiêu dùng với ba giả định được coi là hợp lý. Thứ nhất, người tiêu dùng có thể sắp xếp thứ tự cho những kết hợp khác nhau theo độ hài lòng hay độ thoả dụng mà chúng đem lại. Không cần thiết phải lượng hoá những độ thoả dụng đó⁽²⁾, ví dụ như

nhóm hàng này có độ thoả dụng gấp đôi nhóm hàng khác. Chúng ta chỉ cần người tiêu dùng quyết định được nhóm hàng này tốt hơn, kém hơn hay bằng với nhóm hàng khác. Chúng ta giả định rằng sự sắp xếp của những nhóm hàng có thể có tính chất nhất quán: nếu nhóm hàng A được ưa thích hơn nhóm hàng B và nhóm hàng B được ưa thích hơn nhóm hàng C thì nhóm hàng A phải được ưa thích hơn nhóm hàng C.

Thứ hai, chúng ta giả định rằng người tiêu dùng thích nhiều hàng hóa, dịch vụ hơn. Nếu kết hợp B có nhiều phim hơn và cùng lượng bữa ăn với kết hợp K thì chúng ta giả định rằng B được ưa thích hơn K. Thế còn với những thứ như ô nhiễm thì sao? Người tiêu dùng không thích ô nhiễm nhiều mà thích ô nhiễm ít. Chúng ta bỏ qua vấn đề đó bằng cách định nghĩa lại hàng hoá để giả định được hợp lý. Chúng ta phân tích nước sạch thay cho nước bị ô nhiễm. Càng nhiều nước sạch thì càng tốt.

Hình 5.2 xem xét ba giả định về thị hiếu. Mỗi điểm chỉ ra một kết hợp tiêu dùng bữa ăn và phim. Chúng ta bắt đầu từ a. Vì số lượng nhiều được ưa thích hơn nên bất kỳ điểm nào ví dụ như c mà ở phía trên bên phải điểm a đều được ưa thích hơn điểm a. Điểm c có nhiều bữa ăn và phim hơn điểm a. Ngược lại, những điểm ở phía dưới bên

⁽²⁾ Trong phần phụ lục, chúng ta phân tích thị hiếu trên cơ sở đo lường được lợi ích. Đây là trường hợp đặc biệt, nhưng dễ hơn khi đề cập.

Hình 5.2 Sắp xếp các kết hợp tiêu dùng

Người tiêu dùng đánh giá những tập hợp tiêu dùng khác nhau, được xác định bởi các điểm a, b, c, d và e. Với điểm a, bất cứ điểm nào ở phía đông bắc của nó đều được ưa thích hơn và bất cứ điểm nào ở phía tây nam đều ít được ưa thích hơn a. Những điểm như d hoặc e ở 2 vùng khác có thể được ưa thích hơn hoặc không ưa thích bằng a, tùy thuộc vào sở thích của người tiêu dùng.

thích xem phim được nữa. Đối với lợi ích thấp như vậy sinh viên đó có thể từ bỏ vài bộ phim để có thể mua một ít thức ăn.

trái điểm a đều có ít bữa ăn và phim hơn điểm a. Điểm a được ưa thích hơn những điểm ví dụ như là b.

Không biết chính xác thị hiếu người tiêu dùng chúng ta không thể chắc chắn khi so sánh những điểm ở hai vùng khác nhau (phía trên bên phải hay phía dưới bên trái) với điểm a. Tại d hay e thì có nhiều hơn loại hàng hoá này nhưng lại ít hơn hàng hoá khác so với điểm a. Người nào thêm ăn hơn sẽ thích điểm e hơn a, nhưng kẻ nghiện phim lại thích điểm d hơn a.

Người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn. Một bữa ăn tăng thêm tăng độ thoả dụng. Để giữ độ thoả dụng không đổi khi thêm một bữa ăn người tiêu dùng phải hy sinh một loại hàng hoá khác (phim). Tỷ lệ thay thế cận biên chỉ ra số lượng phim mà người tiêu dùng trao đổi để có thêm được một bữa ăn mà không làm tổng lợi ích thay đổi.

Giả sử người sinh viên đó có 5 vé xem phim và không có bữa ăn nào cả. Đã xem xong 4 phim, sinh viên đó không thích xem phim thứ năm lắm. Khi không ăn sinh viên đó rất đói. Lợi ích của sự kết hợp này thấp: bị đói sinh viên đó không thể

không. Nhưng đó không phải là tiêu điểm. Quảng cáo này nói về phong cách. Không phải cái bạn cho là đẹp mà là cái những người khác cho là đẹp. Renault đảm bảo với bạn rằng những người khác, người sành điệu, cảm thấy tuyệt vời khi lái xe Clio. Tương tự bạn cũng có thể cảm thấy như vậy. Mỗi quan hệ phụ thuộc qua lại này của thị hiếu là chìa khoá mở cửa cho quảng cáo và quan hệ công chúng.

Hộp 5-1 Theo đuổi

Hợp đồng quảng cáo của David Beckham làm thu nhập của anh ấy giảm đi như một cầu thủ bóng đá và Thierry Henry là gương mặt công chúng của Hãng Renault Clio. Tại sao những nhà sản xuất phải trả một khoản chi phí rất lớn cho những ngôi sao để phát triển thương hiệu của họ? Họ cố gắng thay đổi thị hiếu của bạn. Có rất nhiều loại ô tô nhỏ nhưng chỉ có một loại có... Đó là cái duy nhất để theo đuổi. Những cái khác thì không.

Bạn có thể mua một cuốn tạp chí ô tô và tìm xem liệu hệ giảm xóc của Clio có thực sự khác biệt hay

Tỷ lệ thay thế cận biên giữa bữa ăn và phim là số lượng phim mà người tiêu dùng phải hy sinh để tăng một bữa ăn trong điều kiện tổng lợi ích không đổi.

Giả sử thay vì điều đó, sinh viên đó ăn nhiều bữa và xem ít phim. Người ấy miễn cưỡng hy sinh việc đi xem phim để có thêm bữa ăn nữa. Có lý nếu hy sinh lượng lớn phim cho lượng bữa ăn khan hiếm. Ngược lại, khi tỷ lệ phim và bữa ăn thấp, thì không hợp lý nếu hy sinh lượng phim khan hiếm để có thêm nhiều bữa ăn.

Lập luận về thị hiếu hay sở thích là phổ biến. Nó có thể trở thành nguyên tắc chung, giả định thứ ba chúng ta cần phải đặt ra về thị hiếu người tiêu dùng. Đó là giả định về tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần.

Thị hiếu người tiêu dùng chúng ta tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần, khi giữ cố định lợi ích thì lượng hàng hoá phải hy sinh để có được lượng tăng tương ứng hàng hoá khác giảm dần.

Người sinh viên ấy có thể hài lòng với kết hợp X (6 phim, 0 bữa ăn), kết hợp Y (3 phim, 1 bữa ăn), kết hợp Z (2 phim, 2 bữa ăn). Xuất phát từ điểm X, sự di chuyển tới Y phải hy sinh 3 phim cho 1 bữa ăn, nhưng di chuyển xa hơn từ Y tới Z chỉ phải hy sinh 1 phim cho 1 bữa ăn tăng thêm. Thị hiếu đó phù hợp với giả định tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần.

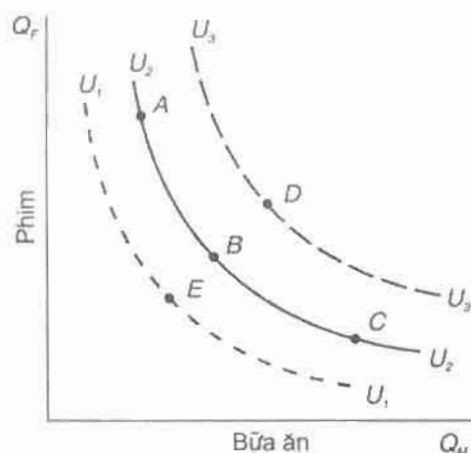
Chúng ta đã đưa ra cả ba giả định - rằng người tiêu dùng thích hàng hóa nhiều hơn chứ không phải ít hơn, có thể sắp xếp thứ tự những sự kết hợp khác nhau theo độ thoả dụng mà chúng đem lại và thị hiếu có tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần. Bây giờ sẽ dễ dàng khi mô tả thị hiếu bằng đường bàng quan.

Đường bàng quan chỉ ra tất cả những sự kết hợp tiêu dùng đem lại cùng một mức độ lợi ích.

Biểu diễn sở thích bằng đường bàng quan

Khi chúng ta nối tất cả các điểm mà người sinh viên thích như nhau lại, chúng ta sẽ có đường bàng quan. Hình 5.3 chỉ ra ba đường bàng quan U_1U_1 , U_2U_2 , U_3U_3 .

Hình 5.3 Biểu diễn thị hiếu tiêu dùng



Đọc theo mỗi đường bàng quan như đường U_3U_3 , lợi ích đối với người tiêu dùng là không đổi. Bởi vì nhiều được ưa thích hơn là ít, bất cứ một điểm nào ở trên đường bàng quan cao hơn (đường U_3U_3) sẽ được ưa thích hơn các điểm khác nằm trên đường bàng quan thấp hơn. Các đường bàng quan dốc xuống. Nếu không, người tiêu dùng sẽ có nhiều hơn cả hai loại hàng hóa và trở nên thỏa mãn hơn. Tỷ lệ thay thế cận biên cho thấy rằng mỗi đường bàng quan đều trở nên phẳng hơn nếu chúng ta di chuyển sang phải.

Mọi điểm nằm trên đường U_2U_2 đều đem lại lợi ích như nhau. Điểm C có nhiều bữa ăn và ít phim, điểm A có nhiều phim và ít bữa ăn. Vì người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn, đường bàng quan dốc xuống. Vì nhiều bữa ăn có xu hướng tăng lợi ích nên vài phim phải đồng thời hy sinh để giữ lợi ích không đổi.

Độ dốc của mỗi đường bàng quan thoải hơn khi chúng ta dịch sang phải. Nó phản ánh tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần. Tại A, số lượng phim nhiều tương đối so với bữa ăn, người tiêu dùng sẽ hy sinh nhiều phim để có thêm một ít thức ăn. Tại B, số lượng phim ít tương đối so với bữa ăn, người ấy sẽ hy sinh một số lượng phim ít hơn để có được thêm cùng một lượng bữa ăn. Và tại C người ấy có nhiều bữa ăn nên rất ít phim phải hy sinh để có thêm một bữa ăn.

Tỷ lệ thay thế cận biên giữa bữa ăn và phim là độ dốc của đường bàng quan tại điểm mà chúng ta bắt đầu. Hai đặc tính của một đường bàng quan là dốc xuống và thoải đều khi chúng ta di chuyển sang phải - có

được từ giả định rằng người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn và sở thích của họ thoả mãn giả định tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần.

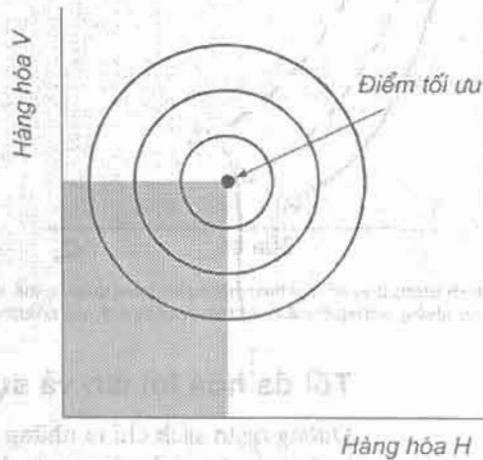
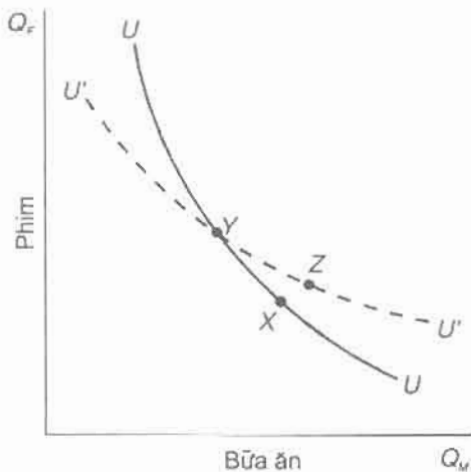
Bây giờ xét điểm D trên đường bàng quan U_3U_3 . Điểm D có nhiều phim và bữa ăn hơn điểm B. Vì người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn nên lợi ích tại D cao hơn tại B. Nhưng mọi điểm trên U_3U_3 đều cho lợi ích như nhau. Vì thế mọi điểm trên U_3U_3 đều có lợi ích cao hơn mọi điểm trên U_2U_2 . Ngược lại, điểm E và mọi điểm khác trên U_1U_1 đều cho lợi ích thấp hơn mọi điểm trên U_2U_2 .

Hộp 5-2 Những biểu đồ đường tròn khác

Khi chúng ta nhìn vào một biểu đồ tốt, chúng ta sẽ thấy những đường tròn hay đường viền đồng tâm, mỗi đường chỉ ra những điểm ở cùng một độ cao. Chúng gần giống những đường bàng quan nhưng không phải tuân theo quy luật tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần và có những hình dạng kỳ lạ hơn. Nhưng chúng không bao giờ cắt nhau. Những đường tròn khác nhau là những độ cao khác nhau.

Khi bạn leo lên qua các đường tròn kế tiếp, bạn sẽ tới điểm đánh dấu đỉnh núi. Trong kinh tế, chúng ta khó lòng đạt tới đỉnh. Mọi người hiếm khi thoả mãn. Nhưng biểu đồ bàng quan giữa sâmpanh và tôm hùm trông có thể giống một ngọn núi. Quá nhiều một trong hai thứ đều khiến bạn chán. Điểm tốt nhất, hay điểm tối ưu, tương đương với đỉnh núi, nó chỉ ra kết hợp có hạn giữa sâmpanh và tôm hùm được ưa thích hơn cả miễn là có sẵn. Chúng ta đang vi phạm giả định rằng người tiêu dùng luôn thích số lượng nhiều hơn. Phần đường tròn dốc lên tương ứng với vùng mà nhiều hơn không còn tốt hơn nữa.

Đối với những loại hàng hoá khác nhau, chúng ta không bao giờ thoả mãn. Giống như là chúng ta bị hạn chế bởi vùng tối trong hình vẽ dưới đây.

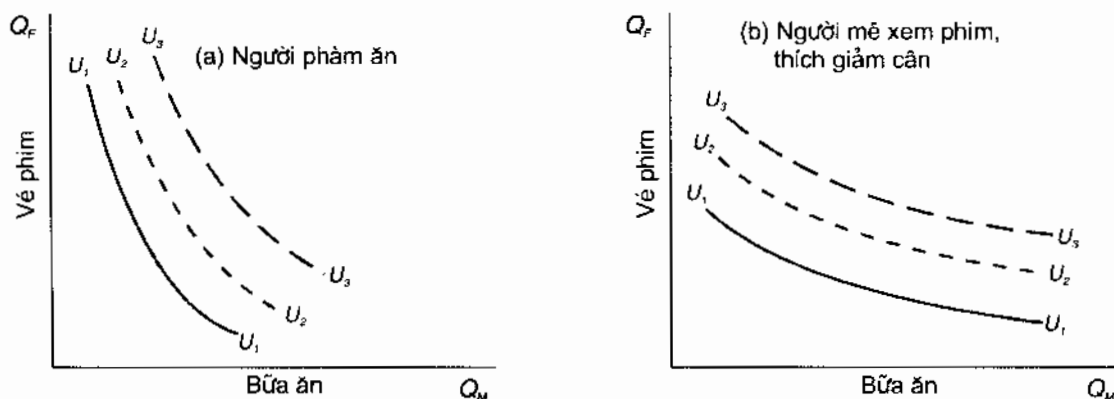
**Hình 5.4 Các đường bàng quan không thể cắt nhau**

Nếu các đường bàng quan cắt nhau, người tiêu dùng sẽ không phân biệt X và Y trên đường bàng quan UU và giữa Y và Z trên đường bàng quan U'U' và do đó sẽ không phân biệt được giữa X và Z. Bởi vì Z đem lại một khối lượng nhiều hơn về cả hai loại hàng hóa, điều này trái với giả thiết là người tiêu dùng thích nhiều hơn là ít. Các đường bàng quan không thể cắt nhau.

Dù Hình 5.3 đã chỉ ra ba đường bàng quan, nhưng chúng ta có thể vẽ những đường bàng quan khác. Đường bàng quan cao hơn thì tốt hơn vì người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn.

Những đường bàng quan không cắt nhau. Hình 5.4 chỉ ra tại sao lại như vậy. Giả sử UU và U'U' cắt nhau. Vì X và Y là hai điểm trên UU, người tiêu dùng bàng quan giữa những điểm đó. Nhưng Y và Z là hai điểm trên U'U'. Người tiêu dùng bàng quan giữa Y và Z. Vì thế, người tiêu dùng bàng quan giữa X và Z. Điều đó là không thể vì người tiêu dùng có nhiều phim và bữa ăn tại Z hơn tại X. Việc những đường bàng quan cắt nhau vi phạm giả định rằng người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn. Các giả định về thị hiếu người tiêu dùng loại trừ những đường bàng quan cắt nhau.

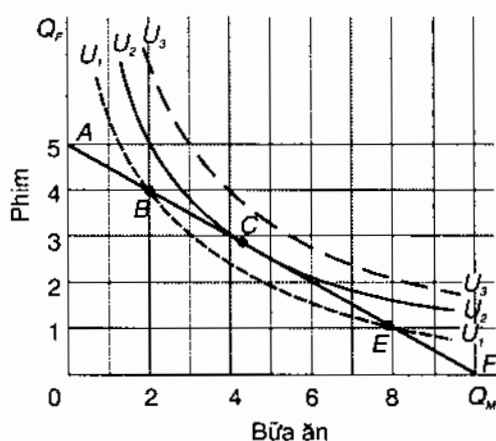
Chúng ta biểu diễn thị hiếu của người tiêu dùng bất kỳ bằng cách vẽ biểu đồ hoàn chỉnh về đường bàng quan của người đó. Hình 5.5 chỉ ra hai người tiêu dùng với những sở thích khác nhau. Trong mỗi trường hợp, dịch chuyển tới đường bàng quan cao hơn cho ta lợi ích cao hơn. Hình 5.5 (a) chỉ ra biểu đồ bàng quan đối với người phàm ăn sẵn sàng từ bỏ nhiều phim để có được thêm một ít thức ăn. Hình 5.5 (b) chỉ ra biểu đồ bàng quan đối với người nghiện phim, người sẽ từ bỏ lượng lớn thức ăn để xem thêm phim. Cả hai biểu đồ bàng quan đều hợp lý: chúng thoả mãn ba giả định cơ bản về thị hiếu người tiêu dùng. Lý thuyết của chúng ta có thể gặp phải những thái cực của sở thích hay những sở thích thông thường ở trung gian.

Hình 5.5 Thị hiếu khác nhau

Để giữ lợi ích không thay đổi dọc theo một đường bàng quan cụ thể, một người phạm ăn sẽ hy sinh một số lượng lớn các lần xem phim để có thêm các bữa ăn, nhưng một người mê xem phim thì sẽ hy sinh một số lượng rất nhỏ các lần xem phim để tăng thêm một lượng tương tự các bữa ăn.

Tối đa hoá lợi ích và sự lựa chọn

Đường ngân sách chỉ ra những nhóm hàng có thể mua dựa trên những điều kiện của thị trường (ngân sách của người đó và giá của những hàng hoá khác nhau). Biểu đồ bàng quan chỉ ra thị hiếu của người đó. Để hoàn chỉnh mô hình, chúng ta giả định rằng người tiêu dùng sẽ chọn nhóm hàng có thể mua mà lợi ích là lớn nhất. Người đó không thể chi trả cho những điểm nằm phía trên đường ngân sách và sẽ không bao giờ chọn những điểm ở phía dưới đường ngân sách (có thể mua thêm một hàng hoá mà không cần phải hy sinh bất kỳ lượng hàng hoá khác). Người đó sẽ chọn điểm nằm trên đường ngân sách.

Hình 5.6 Lựa chọn tiêu dùng

Các điểm nằm phía trên đường ngân sách AF là không kham được. Người tiêu dùng không thể với tới được đường bàng quan U_3 . Các điểm như B và E là những điểm kham được, nhưng chúng chỉ cho phép người tiêu dùng với đến được đường bàng quan U_1 . Người tiêu dùng sẽ chọn điểm C để với tới được đường bàng quan cao nhất có thể đạt được U_2 . Tại điểm được chọn C, đường bàng quan và đường ngân sách chỉ tiếp tuyến với nhau và hệ số góc của chúng như nhau.

Để tìm được điểm trên đường ngân sách mà lợi ích là lớn nhất ta phải xem xét thị hiếu tiêu dùng. Người phạm ăn sẽ chọn điểm có nhiều bữa ăn hơn và ít phim hơn so với điểm mà người nghiện phim chọn. Trước tiên chúng ta chỉ ra làm thế nào để sử dụng đường bàng quan tìm ra sự kết hợp mà người tiêu dùng chọn. Sau đó chúng ta kiểm định xem mô hình về sự lựa chọn tiêu dùng có giải thích được hành vi khác nhau của người phạm ăn và người nghiện phim.

Hình 5.6 minh họa đường ngân sách AF cho người sinh viên chỉ 50£ để xem phim (10£ một phim) và ăn uống (5£ một bữa ăn). Đường bàng quan U_1U_1 , U_2U_2 , U_3U_3 là một phần trên biểu đồ bàng quan mô tả thị hiếu của người ấy.

Tất cả những điểm trên U_3U_3 là không thể đạt tới vì chúng nằm hoàn toàn phía trên đường ngân sách AF. Người sinh viên ấy thích mức lợi ích cao đó nhưng không thể chi trả nổi. Tiếp theo, giả sử người sinh viên xem xét điểm B có thể đạt tới trên đường bàng quan U_1U_1 . Người ấy thích điểm B hơn điểm A, điểm phải nằm trên một đường bàng quan thấp hơn (vì các đường bàng quan không thể cắt nhau, đường bàng quan đi qua điểm A nằm hoàn toàn phía dưới đường bàng quan U_1U_1). Tương tự,

điểm F phải nằm ở đường bàng quan thấp hơn so với điểm E và người ấy thích điểm E hơn điểm F.

Kết hợp hàng hoá được chọn sẽ tại điểm mà đường bàng quan tiếp tuyến với đường ngân sách.

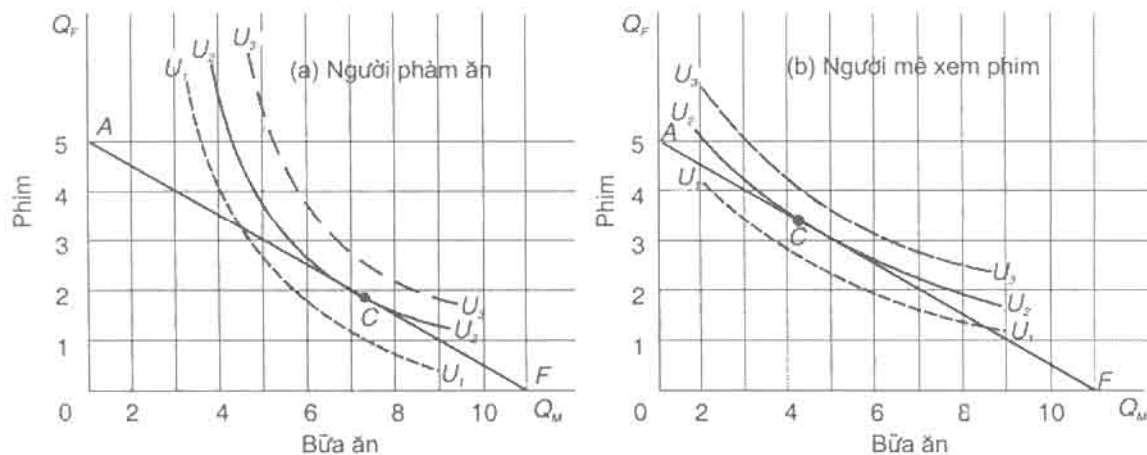
Tuy nhiên, người sinh viên sẽ không chọn B hay E. Bằng cách di chuyển tới điểm C người sinh viên đạt được đường bàng quan cao hơn và thu được lợi ích cao hơn. C là điểm được lựa chọn. Bất kỳ điểm có thể chi trả được nằm trên đường ngân sách đều nằm trên một đường bàng quan thấp hơn, ví dụ như U_3U_3 , và giao hai lần với mọi đường bàng quan cao hơn, ví dụ như U_1U_1 . Điểm C là điểm có lợi ích cao nhất ứng với một ràng buộc ngân sách nhất định.

Chúng ta có thể đạt được cùng một câu trả lời theo cách khác. Xem xét tại điểm B trên Hình 5.6. Độ dốc của đường ngân sách chỉ ra sự đánh đổi giữa lượng phim và bữa ăn có thể mua được trong điều kiện thị trường cho phép. Khi phim giá 10£ và bữa ăn giá 5£, hai bữa ăn có thể đổi lấy một phim. Độ dốc của đường bàng quan tại B (tỷ lệ thay thế cận biên giữa bữa ăn và phim) chỉ ra lượng bữa ăn mà người tiêu dùng phải đánh đổi cho phim để giữ mức lợi ích không đổi. Tại điểm B đường ngân sách thoải hơn đường bàng quan. Di chuyển sang trái đưa người tiêu dùng tới một đường bàng quan thấp hơn vì sự đánh đổi của thị trường thấp hơn sự đánh đổi lợi ích.

Tương tự, bắt đầu tại E thì không nên di chuyển sang phải dọc theo đường ngân sách. Sự đánh đổi của thị trường giữa bữa ăn và phim thấp hơn sự đánh đổi lợi ích cần thiết để giữ lợi ích không đổi. Di chuyển từ E sang phải làm giảm lợi ích và đưa người tiêu dùng tới một đường bàng quan thấp hơn.

Tuy nhiên, nên di chuyển từ B sang phải. Sự đánh đổi thị trường của bữa ăn và phim vượt quá sự đánh đổi lợi ích để giữ lợi ích không đổi. Người sinh viên đó đạt tới đường bàng quan cao hơn và tăng lợi ích của người ấy. Tương tự, nên di chuyển từ E sang trái. Sự đánh đổi thị trường lại làm tăng lượng phim để đổi cho lượng bữa ăn ít hơn, nhiều hơn sự đền bù cho sự đánh đổi lợi ích, độ dốc đường bàng quan giữ lợi ích không đổi. Di chuyển từ E sang trái dọc đường ngân sách làm tăng lợi ích và cho phép người ấy đạt tới một đường bàng quan cao hơn.

Hình 5.7 Ảnh hưởng của sở thích tới sự lựa chọn của người tiêu dùng



Cả hai sinh viên đều có cùng đường ngân sách AF và chọn điểm C, điểm tối đa hóa độ thỏa dụng, là tiếp điểm giữa đường bàng quan và đường ngân sách. Người phim ăn có các đường bàng quan dốc đứng và phải tiêu dùng rất nhiều bữa ăn trước khi tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần làm cho đường bàng quan đủ thoải. Người mê xem phim có đường bàng quan thoải và tiếp điểm phải ở xa về phía trái. Do đó, người phim ăn chọn nhiều bữa ăn hơn nhưng ít phim hơn người mê phim.

Chúng ta có thể xây dựng một nguyên tắc chung từ những ví dụ trên. Khi đường ngân sách cắt đường bàng quan, di chuyển dọc đường ngân sách theo một hướng thích hợp sẽ làm tăng lợi ích. Xem xét trong ví dụ trên, điểm C, điểm có lợi ích cao nhất, là điểm mà độ dốc đường ngân sách và độ dốc đường bàng quan bằng nhau. Chỉ tại điểm C thì mới không thể di chuyển dọc theo đường ngân sách để làm tăng lợi ích. Người sinh viên sẽ chọn điểm C vì lợi ích là cao nhất.

Để kiểm tra mô hình lựa chọn tiêu dùng, hãy xem xét giải thích cho hành vi của người phàm ăn và người nghiện phim, những người có thị hiếu về bữa ăn và phim khác nhau. Hình 5.5 biểu diễn đường bàng quan của người phàm ăn dốc đứng còn của người nghiện phim thì thoải.

Hình 5.7 giả định rằng hai sinh viên này có cùng một đường ngân sách. Họ có cùng mức thu nhập và đối diện cùng một mức giá của thức ăn và phim. Chỉ có thị hiếu của họ là khác nhau. Hình 5.7 (a) chỉ ra điểm lựa chọn C của người phàm ăn, với nhiều bữa ăn và ít phim. Hình 5.7 (b) xác định rằng người nghiện phim chọn điểm C với nhiều phim hơn và ít thức ăn hơn. Lý thuyết lựa chọn tiêu dùng của chúng ta biến sự khác nhau về thị hiếu thành sự khác nhau về cấu đối với hai hàng hoá.

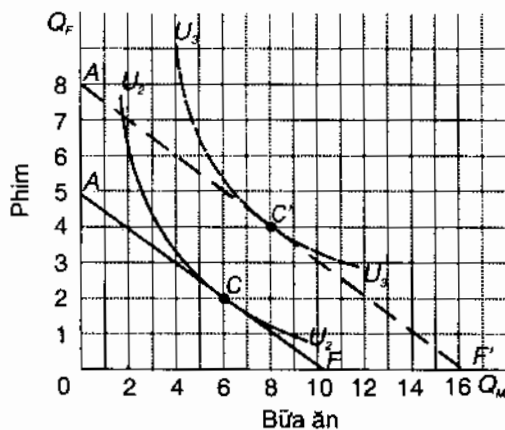
Mỗi người chọn điểm mà tỷ lệ thay thế cận biên của họ bằng với độ dốc của đường ngân sách, chỉ phụ thuộc vào giá cả tương đối giữa phim và bữa ăn. Người phàm ăn thích nhiều thức ăn hơn (đường bàng quan dốc): điểm lựa chọn của người đó xa sang phía phải để đưa được đường bàng quan tới phần thoải hơn. Người nghiện phim có đường ngân sách thoải: điểm lựa chọn của người đó xa sang phía trái trước khi đường bàng quan có thể thoải hơn đường ngân sách.

5.2

Sự điều chỉnh đối với thay đổi thu nhập

Chương 4 đã giới thiệu độ co giãn của cầu theo thu nhập để mô tả trong điều kiện những yếu tố khác không đổi, sự phản ứng của lượng cầu đối với sự thay đổi thu nhập của người tiêu dùng. Bây giờ chúng ta có thể sử dụng mô hình sự lựa chọn tiêu dùng để phân tích sự phản ứng một cách chi tiết hơn.

Hình 5.8 Ảnh hưởng của việc tăng thu nhập của người tiêu dùng



Một mức gia tăng trong thu nhập của người tiêu dùng từ 50£ lên 80£ tạo nên sự dịch chuyển song song của đường ngân sách từ AF lên A'F'. Hai điểm nút A' và F' cho thấy sự gia tăng của sức mua nếu chỉ mua một loại hàng. Độ dốc không đổi vì giá cả không đổi. Với mức thu nhập cao hơn, người tiêu dùng chọn điểm C'. Vì cả hai loại hàng này đều là hàng hóa thông thường, nên thu nhập cao hơn nâng lượng cầu của mỗi mặt hàng, nhưng mức giá tăng tính bằng phần trăm về số lần xem phim cao hơn vì độ co giãn theo thu nhập của nó cao hơn.

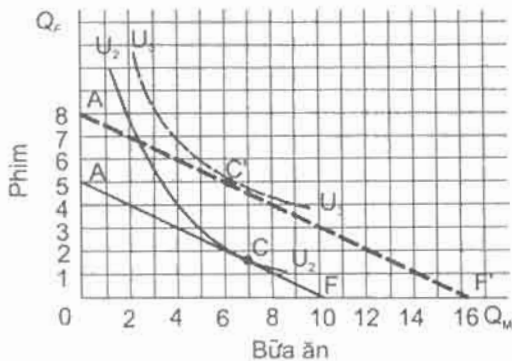
Với thị hiếu và giá cả nhất định, Hình 5.8 chỉ ra ảnh hưởng của thu nhập cao hơn. Người sinh viên đã có thu nhập 50£, có đường ngân sách AF, và chọn điểm C để tối đa hoá lợi ích. Giá sử thu nhập của người ấy tăng từ 50£ lên 80£. Giá của bữa ăn và phim theo thứ tự vẫn là 5£ và 10£. Với thu nhập cao hơn người ấy có thể chi trả nhiều hơn cho một hoặc cả hai mặt hàng đó. Đường ngân sách dịch chuyển ra ngoài từ AF sang A'F'.

Để xác định vị trí chính xác của đường ngân sách mới, chúng ta lại tính toán những điểm nút mà tại đó thu nhập chỉ dùng cho một loại hàng hoá. Điểm A chỉ ra rằng 80£ dùng hết để xem 8 bộ phim mỗi phim 10£. Điểm F chỉ ra rằng 80£ dùng hết để mua 16 bữa ăn mỗi bữa 5£. Nối những điểm đó ta được đường ngân sách mới A'F'. Vì độ dốc của đường ngân sách chỉ phụ thuộc vào giá cả tương đối giữa hai loại hàng hoá, mà nó không đổi nên đường ngân sách mới A'F' song song với đường ngân sách cũ AF.

Điểm nào trên $A'F'$ sẽ được người sinh viên chọn? Người ấy chọn C' , tại đó đường ngân sách mới tiếp tuyến với đường bàng quan cao nhất có thể đạt tới. Tuy nhiên, vị trí điểm C' phụ thuộc vào biểu đồ đường bàng quan mô tả thị hiếu của người ấy.

Đối với hầu hết người tiêu dùng, thức ăn là hàng hoá thông thường nhưng thiết yếu trong khi phim lại là hàng hoá cao cấp. Hình 5.8 chỉ ra trường hợp mà thị hiếu của người sinh viên có tính chất đó. Sự gia tăng thu nhập từ 50£ lên 80£ làm thay đổi sự lựa chọn từ C (2 phim, 6 bữa ăn) sang C' (4 phim, 8 bữa ăn). Vì vậy, thu nhập tăng 60% khiến lượng cầu về phim tăng 100%, xác nhận rằng phim là hàng hoá cao cấp với độ co giãn thu nhập lớn hơn đơn vị. Tương tự, thu nhập tăng 60% khiến lượng cầu về bữa ăn tăng 33%. Độ co giãn của cầu theo thu nhập đối với thức ăn là $(0,33/0,6) = 0,55$, xác nhận rằng thức ăn là hàng hoá thông thường (độ co giãn của thu nhập lớn hơn 0) nhưng thiết yếu (độ co giãn thu nhập nhỏ hơn đơn vị).

Hình 5.9 Thu nhập tăng làm giảm cầu hàng hóa thứ cấp



Thu nhập tăng từ 50£ lên 80£, đường ngân sách dịch chuyển song song từ AF sang $A'F'$. Nếu bữa ăn là hàng hóa thứ cấp, lượng cầu sẽ giảm khi thu nhập tăng. Người tiêu dùng chuyển từ C sang C' khi thu nhập tăng.

Ngược lại, trên Hình 5.9, thị hiếu của người sinh viên coi thức ăn là hàng hoá thứ cấp, lượng cầu giảm khi thu nhập tăng. Tại điểm C' trên đường ngân sách $A'F'$ lượng cầu thức ăn thấp hơn tại C trên đường ngân sách AF , tương ứng với thu nhập thấp hơn.

Ảnh hưởng của việc giảm thu nhập, tất nhiên là hoàn toàn ngược lại. Đường ngân sách dịch vào trong nhưng vẫn song song với đường ngân sách cũ. Khi cả hai loại hàng hoá đều là hàng hoá thông thường, thu nhập thấp hơn làm giảm lượng cầu của cả hai loại hàng hoá. Nếu một hàng hoá là thứ cấp, lượng cầu sẽ tăng khi thu nhập giảm. Lưu ý rằng không thể cả hai đều là hàng hoá thứ cấp: khi thu nhập giảm và mức giá vẫn không đổi thì người tiêu dùng không thể tiêu dùng một lượng lớn hơn cả hai loại hàng hoá.

Đường mở rộng thu nhập

Đường mở rộng thu nhập chỉ ra những kết hợp được chọn thay đổi như thế nào đối với những mức thu nhập của người tiêu dùng.

Thay vì phản ứng của cầu đối với một sự thay đổi nhất định về thu nhập, chúng ta muốn biết về phản ứng của cầu đối với tất cả những thay đổi khác nhau có thể có của thu nhập. Nghiên cứu điều đó chúng ta xác định đường mở rộng thu nhập. Nhìn lại Hình 5.8, đường ngân sách AF và $A'F'$ tương ứng với thu nhập lần lượt là 50£ và 80£. Với mức thu nhập cao hơn, chúng ta có thể vẽ nhiều đường ngân sách, song song với AF và $A'F'$ nhưng cao hơn. Chúng ta có thể tìm được những điểm trên

đường ngân sách mới mà người tiêu dùng sẽ chọn khi có mức thu nhập cao hơn. Nối những điểm được chọn (C và C' trên Hình 5.8) và những điểm mới (chẳng hạn là C'' và C'''), ta được đường mở rộng thu nhập. Hãy thử tự vẽ nó.

5.3

Điều chỉnh đối với thay đổi giá

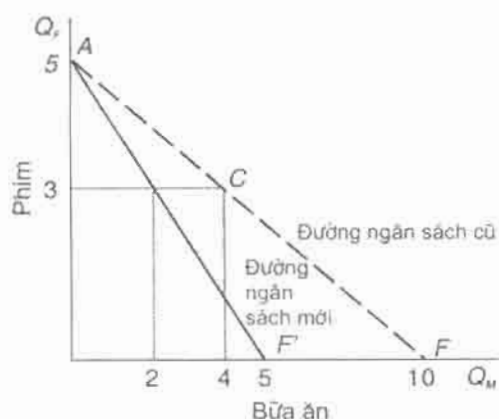
Chúng ta đã xem xét thay đổi về thị hiếu và thu nhập, bây giờ chúng ta phân biệt ảnh hưởng của thay đổi giá cả. Chương 4 chỉ ra rằng giá cả tăng làm giảm lượng cầu, khi những yếu tố khác không đổi. Độ co giãn cầu theo giá bản thân hàng hoá đó đo lường phản ứng này, và nó càng lớn càng dễ thay thế bằng những hàng hoá mà giá của chúng không tăng.

Chúng ta cũng đã giới thiệu độ co giãn chéo của cầu để đo lường phản ứng của lượng cầu một hàng hoá với sự thay đổi giá cả của một loại hàng hoá khác. Sự tăng giá

hàng hoá j làm tăng lượng cầu hàng hoá i nếu chúng là hàng hoá thay thế cho nhau nhưng làm giảm lượng cầu hàng hoá i nếu chúng là hàng hoá bổ sung cho nhau. Dẫn chứng được trình bày tại Bảng 4.2 và 4.6.

Có phải nhận định trên luôn đúng, hay những dẫn chứng chúng ta đã xem xét chỉ xác nhận được lập luận thông thường? Bây giờ chúng ta đưa ra một phương pháp phân tích chuẩn xác hơn dựa trên sự phát triển cao hơn mô hình lựa chọn tiêu dùng.

Hình 5.10 Một mức giá tăng trong giá bữa ăn



Người tiêu dùng bắt đầu từ điểm C trên đường ngân sách AF. Tăng gấp đôi giá bữa ăn làm giảm một nửa lượng bữa ăn có thể mua được khi không mua vé xem phim. Điểm F dịch đến F'. Đường ngân sách quay xung quanh điểm A, tại đó không bữa ăn nào được mua cả. Dọc theo đường ngân sách mới người tiêu dùng không còn khả năng đạt tới điểm tiêu dùng C ban đầu, mức tiêu dùng một hoặc cả hai loại hàng buộc phải giảm xuống.

Đường ngân sách mới AF' nằm phía trong đường ngân sách cũ AF. Sự kết hợp nằm giữa AF và AF' là không thể chi trả được nữa với mức giá bữa ăn cao hơn. Cụ thể là, điểm đã được chọn trên đường ngân sách cũ là không thể chi trả được ngoại trừ điểm nút A. Giá tăng làm người tiêu dùng thiếu thốn hơn khi bị giảm lựa chọn tiêu dùng với một mức thu nhập cố định. Mức sống người tiêu dùng giảm xuống.

Để kiểm tra xem bạn có hiểu không, hãy thử vẽ đồ thị mô tả ảnh hưởng lên đường ngân sách trong trường hợp: (1) giảm giá bữa ăn (gợi ý: sử dụng Hình 5.10 - như thế nào?); (2) tăng giá phim (gợi ý: đường ngân sách xoay quanh điểm nào?).

Ảnh hưởng thay thế của giá cả thay đổi là sự điều chỉnh của cấu chỉ đối với sự thay đổi giá tương đối. Ảnh hưởng thu nhập của giá cả thay đổi là sự điều chỉnh của cấu chỉ đối với sự thay đổi của thu nhập thực tế.

Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập

Mô hình lựa chọn tiêu dùng dựa trên cơ sở sự tác động qua lại giữa những lựa chọn có thể (đường ngân sách) và thị hiếu (đường bàng quan). Để phân tích ảnh hưởng của thay đổi giá cả lên lượng cầu hàng hoá thực tế, chúng ta phải nghiên cứu sự xoay quanh trục của đường ngân sách ảnh hưởng như thế nào tới đường bàng quan cao nhất mà người tiêu dùng có thể đạt tới.

Giá bữa ăn cao có hai ảnh hưởng khác nhau tới đường ngân sách trên Hình 5.10. Thứ nhất, đường ngân sách trở nên dốc hơn, phản ánh sự tăng giá tương đối của bữa ăn. Để có thêm một bữa ăn thì phải hy sinh nhiều phim hơn. Thứ hai, đường ngân sách mới AF' nằm phía trong đường ngân sách cũ AF. Sức mua của một lượng tiền nhất định giảm khi giá cả tăng. Vì thế những nhà kinh tế học đã chia ảnh hưởng của giá

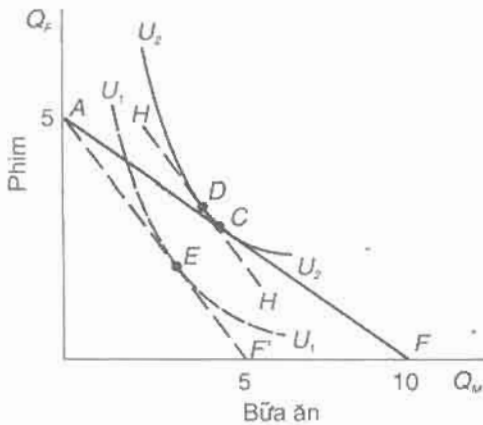
Giá thay đổi và đường ngân sách

Hình 5.10 minh họa đường ngân sách AF cho người tiêu dùng với thu nhập 50£ mà giá phim và bữa ăn lần lượt là 10£ và 5£. Giả sử giá bữa ăn tăng lên 10£. Vì giá phim không đổi, 50£ vẫn xem được 10 phim khi toàn bộ thu nhập chỉ cho phim. Điểm A nằm trên đường ngân sách cũ cũng như đường ngân sách cũ. Nhưng khi toàn bộ thu nhập chỉ cho bữa ăn, 50£ chỉ mua được 5 bữa ăn với mức giá 10£ một bữa thay vì 10 bữa ăn giá 5£ một bữa. Vì vậy, điểm nút còn lại trên đường ngân sách mới di chuyển từ F sang F' khi giá bữa ăn tăng gấp đôi. Như trước đây, ta nối những điểm nút lại để có đường ngân sách mới AF'. Ảnh hưởng của việc tăng giá làm xoay đường ngân sách vào trong quanh điểm A mà tại đó không mua bữa ăn nào và giá bữa ăn cao hơn không liên quan tới.

Ngoại trừ điểm A, giá bữa ăn cao hơn nghĩa là người tiêu dùng bây giờ có thể mua ít bữa ăn hơn với một số lượng phim nhất định, hoặc ít phim hơn với một lượng bữa ăn nhất

cả tăng làm hai ảnh hưởng khác nhau, sự thay đổi giá tương đối của hai loại hàng hoá và sự giảm sức mua của lượng tiền nhất định.

Hình 5.11 Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập



Giá bữa ăn cao hơn làm đường ngân sách AF' dịch tới AF'. Người tiêu dùng chuyển từ điểm C xuống điểm E. Sự dịch chuyển này có thể được chia ra thành một ảnh hưởng thay thế thuần túy, từ C đến D, sự phản ứng đối với những thay đổi giá tương đối tại mức sống cũ và một ảnh hưởng thu nhập thuần túy từ D đến E, phản ứng đối với một sự giảm thu nhập thực tế với giá tương đối không đổi. Ảnh hưởng thay thế làm giảm lượng cầu về bữa ăn. Ảnh hưởng thu nhập cũng làm giảm lượng cầu về bữa ăn nếu bữa ăn là một loại hàng hóa thông thường. Theo những điều kiện này, giá tăng làm giảm lượng cầu và các đường cầu dốc xuống.

Với đường ngân sách giả định HH' người tiêu dùng sẽ chọn điểm D. Sự di chuyển từ C đến D là ảnh hưởng thay thế thuần túy, sự điều chỉnh của cấu đối với giá tương đối khi thu nhập được điều chỉnh để có được mức sống cũ khi giá cả cao hơn. Ảnh hưởng thay thế của tăng giá bữa ăn rõ ràng làm giảm lượng cầu bữa ăn. Kết quả đó là chung⁽³⁾. Khi bữa ăn đắt lên tương đối, người tiêu dùng chuyển sang phim, hàng hoá trở nên rẻ tương đối.

Hộp 5-3 Sự thay thế

Một người đứng trước hai sự lựa chọn giữa cocktail Tom Collins và bia. Khi giá của hai loại đồ uống là như nhau, anh ta chọn một sự kết hợp nhất định. Sau đó giá tương đối của Tom Collins tăng lên bốn lần nhưng thu nhập của anh ta được điều chỉnh nên anh ta có thể vẫn chọn sự kết hợp ban đầu. Tuy nhiên, anh ấy phản ứng lại với giá bia giảm tương đối bằng cách chọn một sự kết hợp mới mà lấy thêm

bia thay cho Tom Collins. Đó là ảnh hưởng thay thế thuần túy. Đường ngân sách của anh ta tăng số lần tương ứng để có được cả hai loại đồ uống. Lượng cầu thay đổi với giá đồ uống.

Nguồn: J. Kagel et al., "Experimental Studies of Consumer Demand Behaviour Using Laboratory Animals", (Economic Inquiry; March 1975).

Ảnh hưởng thu nhập

Tách riêng ảnh hưởng của việc giảm thu nhập thực tế, giữ giá tương đối không đổi, bây giờ xem xét sự dịch chuyển song song của đường ngân sách từ vị trí giả định HH' tới vị

⁽³⁾ Chỉ với hai hàng hoá, sự thay thế cho bữa ăn phải là phim. Tuy nhiên, khi có nhiều hơn hai hàng hoá, chúng ta không thể chắc chắn rằng ảnh hưởng thay thế sẽ có xu hướng làm tăng lượng cầu đối với tất cả những hàng hoá còn lại. Chúng ta bàn ngắn gọn về vấn đề này dưới dấu đề "hàng hoá bổ sung và hàng hoá thay thế".

Hình 5.11 chỉ ra phản ứng của lượng cầu với giá bữa ăn cao hơn. Tại giá cũ, người tiêu dùng có đường ngân sách AF và chọn điểm C để đạt đường bàng quan cao nhất có thể U_2U_2 . Tại giá bữa ăn cao hơn, đường ngân sách quay tới AF' và người ấy chọn điểm E để đạt tới U_1U_1 , đường bàng quan cao nhất có thể. Trong ví dụ này, giá bữa ăn cao hơn làm giảm lượng cầu của cả bữa ăn và phim.

Ảnh hưởng thay thế

Tách riêng ảnh hưởng của giá tương đối, tưởng tượng đường ngân sách giả định HH, song song với AF' và tiếp tuyến với đường bàng quan cũ U_2U_2 . Vì HH song song với đường ngân sách mới AF' nên hệ số góc của nó phản ánh giá tương đối mới giữa phim và bữa ăn sau khi giá bữa ăn tăng lên. Vì HH tiếp tuyến với đường bàng quan cũ U_2U_2 nên nó phục hồi lợi ích và mức sống cũ của người tiêu dùng tại mọi điểm trên U_2U_2 .

trí thực tế AF' . Người tiêu dùng thay đổi từ điểm D đến điểm E. Khi cả hai hàng hoá đều là hàng hoá thông thường, việc giảm thu nhập thực tế làm giảm lượng cầu của cả hai hàng hoá. Đồ thị 5.11 chỉ ra điểm E ở phía dưới bên trái điểm D.

Ảnh hưởng ròng của giá cả tăng tới lượng cầu

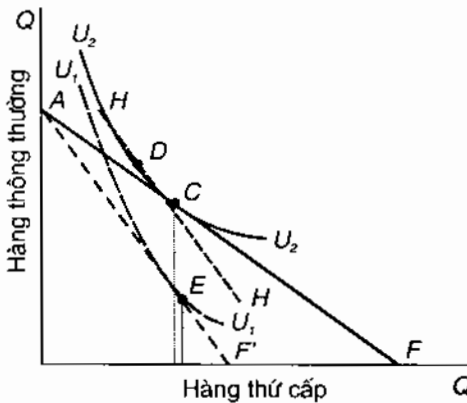
Người tiêu dùng thay đổi từ điểm C tới điểm mới E. Chúng ta có thể giải thích nó là ảnh hưởng thay thế thuần túy từ C tới điểm giả định D cộng với ảnh hưởng thu nhập thuần túy từ D tới E. Nếu hàng hoá có giá cả tăng là hàng hoá thông thường, đường cầu dốc xuống như đã xem xét ở Chương 4.

Ảnh hưởng thay thế từ C tới D phải làm giảm lượng cầu về bữa ăn. Khi giá bữa ăn tăng lên, đường ngân sách trở nên dốc hơn và chúng ta phải di chuyển dọc theo đường U_2U_2 sang trái để tìm điểm tiếp tuyến với HH. Tương tự, ảnh hưởng thu nhập phải làm giảm lượng cầu về bữa ăn nếu thức ăn là hàng hoá thông thường. E phải nằm phía trái so với điểm D.

Hàng hoá thứ cấp

Mặc dù ảnh hưởng thay thế làm giảm lượng cầu bữa ăn khi giá bữa ăn tăng, ảnh hưởng thu nhập có chiều hướng ngược lại nếu hàng hoá là hàng hoá thứ cấp: giảm thu nhập thực tế làm tăng lượng cầu. Chúng ta thậm chí có thể tưởng tượng trường hợp oái oăm này như là ảnh hưởng đó mạnh đến nỗi giá cả tăng làm lượng cầu hàng hoá đó tăng. Đường cầu dốc lên.

Hình 5.12 Hàng hóa Giffen



Sự tăng giá làm đường ngân sách quay từ AF đến AF' . Ảnh hưởng thay thế từ C đến D làm giảm lượng cầu về hàng thứ cấp. Vì hàng này là hàng thứ cấp, nên ảnh hưởng thu nhập từ D đến E làm tăng lượng cầu về hàng thứ cấp. Đối với loại hàng Giffen ảnh hưởng thu nhập thắng thế và điểm E nằm ở phía phải của C. Trên thực tế ảnh hưởng thu nhập đối với hàng thứ cấp không mạnh mẽ như vậy và điểm E, mặc dù nằm ở phía phải của D, thường nằm ở phía trái của C thế nên lượng cầu đối với hàng thứ cấp giảm khi giá của nó tăng lên.

Khả năng đó được minh họa trên Hình 5.12. Giá cả hàng hoá thứ cấp tăng làm đường ngân sách quay từ AF đến AF' . Ảnh hưởng thay thế, từ C đến D, làm giảm lượng cầu hàng hoá thứ cấp nhưng ảnh hưởng thu nhập là rất lớn, từ D tới E. Vì E nằm bên phải điểm C, ảnh hưởng ròng của giá cả hàng hoá thứ cấp tăng làm tăng lượng cầu. Những nhà kinh tế coi đó là hàng hoá “Giffen”, gọi theo tên một nhà kinh tế học thế kỷ 19 người đã kiểm tra liệu giá khoai tây tăng có làm tăng lượng cầu khoai tây do người nghèo mua hay không.

Hàng hoá thứ cấp không nhất thiết là hàng hoá “Giffen”. Nó đòi hỏi một ảnh hưởng thu nhập rất lớn - ở đây là tăng lượng cầu phản ứng lại với giảm thu nhập thực tế - để bù đắp lại ảnh hưởng thay thế luôn làm giảm lượng cầu. Khi hàng hoá là hàng hoá thứ cấp, lập luận lý thuyết không thể chỉ ra được ảnh hưởng nào chiếm ưu thế. Chúng ta phải xem xét dẫn chứng thực tế. Sau những

thập kỷ nghiên cứu thực tế, những nhà kinh tế học cho rằng hàng hoá “Giffen” là hiếm. Trên thực tế, hàng hoá hiếm khi là hàng hoá thứ cấp đến mức để ảnh hưởng thu nhập có thể đảo ngược lại ảnh hưởng thay thế.

Hộp 5-4 Tiêu dùng đặc biệt

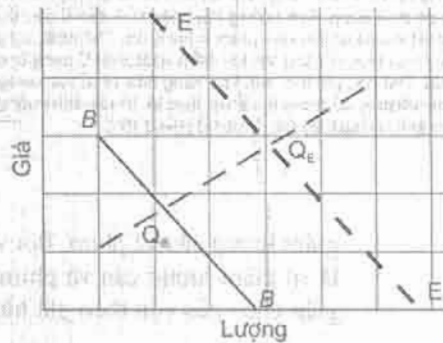
Khi thể hệ giày Nike mới được tung ra thị trường đơn giản bạn phải có chúng, dù cho chúng giá trị lớn. Thực tế, chúng càng đắt, chúng càng đặc biệt thì chúng càng lôi cuốn. Armani, Gucci, Porsche và những thương hiệu khác cũng hiểu điều đó những năm qua. Có phải là những nhà kinh tế học đã sai? Đường cầu dốc lên: giá cao hơn, lượng cầu lớn hơn?

Nhà kinh tế học Mỹ Thorstein Veblen (1857 - 1929) là người đầu tiên chú ý tới "sự tiêu dùng đặc biệt" và mong muốn của người tiêu dùng về sự đặc biệt. Tuy nhiên, sự tồn tại của hàng hoá Veblen cũng gần như phù hợp với mô hình lựa chọn tiêu dùng mà chúng ta đã xây dựng. Đồ thị dưới đây chỉ ra đường cầu của hai nhãn hiệu giày, Exclusive và Bogstandard. Với mỗi loại, đường cầu dốc xuống như bình thường. Nhưng, vì Exclusive tốt hơn Bogstandard, mọi người sẵn sàng trả nhiều hơn cho Exclusive - đường cầu EE nằm trên đường cầu BB của Bogstandard.

Khi mọi người đánh giá đường cầu dốc lên, họ thường so sánh những điểm như là Q_E và Q_B trên đồ thị, khi nối chúng lại sẽ tạo ra đường cầu dốc lên. Tuy nhiên, yêu cầu "các yếu tố khác không đổi" cho phép chúng ta xem xét tốt hơn về hành vi bộc lộ. Những yếu tố khác không đổi, nếu bạn có thể mua

nhiều giày tại mức giá rẻ bạn sẽ muốn mua chúng nhiều hơn. Cái phải giữ cố định trong ví dụ này là chất lượng và mức độ đặc biệt nhận thấy.

Tuy nhiên, nếu mức giá giảm đạt được chỉ vì chất lượng thực tế hay nhận thấy đã bị giảm, thì những yếu tố khác không còn cố định nữa. Chúng ta đang nói về một sản phẩm khác với một đường cầu ở độ cao khác. Sự tiêu dùng đặc biệt vẫn phù hợp với lý thuyết cấu của chúng ta. Nhưng nó giúp giải thích vì sao Thierry Henry và David Beckham được trả số tiền lớn để thuyết phục người tiêu dùng về sự thoải mái với sản phẩm đặc thù, đường cầu của nó sẽ dịch lên trên.

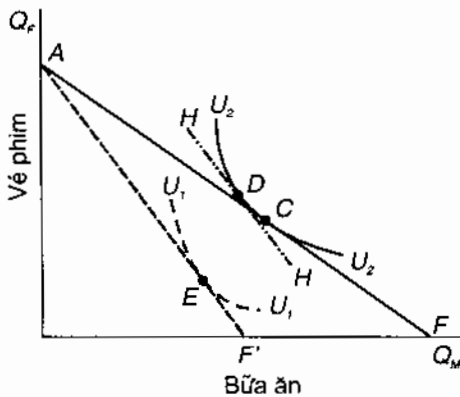


Như là sự điều chỉnh theo kinh nghiệm, những nhà kinh tế học cho rằng, thậm chí đối với hàng hoá thứ cấp, đường cầu sẽ dốc xuống khi giá cả tăng lên. Đối với những trường hợp phổ biến hơn khi hàng hoá là hàng hoá thông thường, với độ co giãn theo thu nhập của cầu là dương, ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập đều làm giảm lượng cầu, như trên Hình 5.11. Sự dốc xuống của đường cầu có thể được chứng minh chỉ bởi lập luận lý thuyết.

Độ co giãn chéo của cầu theo giá hàng hoá khác

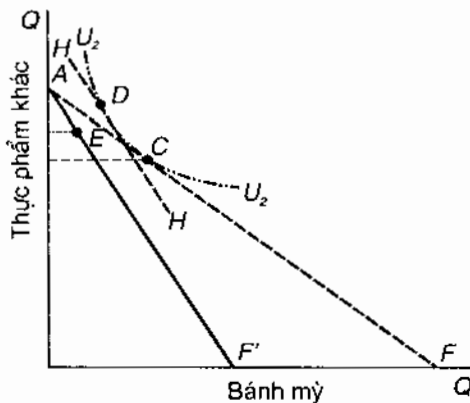
Giá một loại hàng hoá tăng ảnh hưởng tới cầu về hàng hoá khác như thế nào? Chương 4 chỉ ra rằng độ co giãn chéo của cầu theo giá hàng hoá khác có thể dương hay âm. Bây giờ chúng ta mô tả bằng đồ thị những khả năng đó, làm nổi bật lên vai trò của ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập.

Hình 5.13 chỉ ra độ co giãn chéo của cầu theo giá cả hàng hoá khác là âm. Giá bữa ăn cao hơn làm giảm lượng cầu về phim. Hình 5.13 có ba tính chất. Thứ nhất, hai hàng hoá là thay thế nhau không hợp lắm. Đường bàng quan là rất cong. Sự di chuyển khỏi sự kết hợp cân bằng của hai hàng hoá đòi hỏi lượng bổ sung lớn của một hàng hoá để bù đắp cho lượng nhỏ mất đi của hàng hoá khác khi lợi ích được giữ không đổi. Khi giá bữa ăn tăng, ảnh hưởng thay thế bằng phim là nhỏ. Dịch chuyển dọc theo U_2U_2 sang phía trái, ta nhanh chóng đạt được độ dốc phù hợp với giá cả tương đối mới của hai loại hàng hoá. Ảnh hưởng thay thế từ C tới D cộng thêm một lượng nhỏ vào lượng cầu về phim.

Hình 5.13 Độ co giãn của cầu theo giá chéo là âm

Một sự gia tăng trong giá bữa ăn làm quay đường ngân sách từ AF đến AF'. Ảnh hưởng thay thế từ C đến D là nhỏ. Các đường bàng quan có độ cong lớn vì hai loại hàng hóa này có khả năng thay thế nhau rất thấp xét về độ thỏa dụng. Ảnh hưởng thu nhập từ D đến E cho thấy có sự giảm sút rất lớn về số lần xem phim vì hai lý do. Thứ nhất, sự giảm sút trong thu nhập thực tế càng lớn khi điểm xuất phát C càng ở xa về phía bên phải. Thứ hai, phim là một loại hàng hóa xa xỉ mà lượng cầu rất nhạy cảm với thay đổi trong thu nhập thực tế. Vì vậy ảnh hưởng thu nhập lớn hơn ảnh hưởng thay thế. E nằm ở phía dưới C.

giảm lượng cầu về phim. Bởi vì ảnh hưởng thay thế đối với phim là nhỏ, ảnh hưởng ròng là sự giảm lượng cầu về phim. Sự tăng giá bữa ăn làm giảm lượng cầu về phim. Độ co giãn chéo của cầu theo giá hàng hoá khác là âm.

Hình 5.14 Độ co giãn của cầu theo giá chéo là dương

Việc tăng giá bánh mì làm dương ngân sách quay từ AF đến AF'. Ảnh hưởng thay thế từ C đến D là lớn. Độ cong của các đường bàng quan là nhỏ vì hai loại hàng hóa này có thể thay thế cho nhau rất tốt xét về độ thỏa dụng. Ảnh hưởng thu nhập từ D đến E là tương đối nhỏ vì độ co giãn theo thu nhập của cầu đối với các thực phẩm khác là thấp và vì sự giảm sút trong thu nhập thực tế là nhỏ do bánh mì chỉ chiếm một phần nhỏ ngân sách của người tiêu dùng. Ảnh hưởng thay thế lớn hơn ảnh hưởng thu nhập. E nằm ở phía trên C.

Hình 5.13 và 5.14, sự di chuyển song song từ HH tới AF' trong trường hợp sau là nhỏ hơn.

Thứ hai, phim có độ co giãn cầu theo thu nhập là cao. Chúng là hàng hoá xa xỉ. Ảnh hưởng thu nhập di chuyển từ D tới E trong phản ứng dịch chuyển song song vào trong của đường ngân sách từ HH tới AF', dẫn tới lượng cầu phim giảm nhiều.

Cuối cùng, điểm C nằm xa về phía phải của đường ngân sách cũ AF. Chi tiêu cho ăn uống chiếm phần lớn trong ngân sách người tiêu dùng. Vì thế sự thay đổi giá bữa ăn dẫn tới sự thay đổi lớn về sức mua của thu nhập người tiêu dùng. Không chỉ lượng cầu phim phản ứng lại với sự thay đổi thu nhập thực tế nhất định, mà sự tăng giá bữa ăn nhất định cũng có ảnh hưởng lớn tới thu nhập thực tế của người tiêu dùng bởi thức ăn chiếm phần lớn trong ngân sách người tiêu dùng.

Hai ảnh hưởng cuối cùng dẫn tới ảnh hưởng thu nhập lớn, làm

Hình 5.14 chỉ ra trường hợp ngược lại, độ co giãn chéo của cầu theo giá cả hàng hoá khác là dương. Giả sử người tiêu dùng đang chọn giữa bánh mì và loại thức ăn khác. Nếu giá bánh mì tăng, khoai tây là hàng hoá thay thế tốt cho bánh mì. Để giữ lợi ích không đổi, người tiêu dùng có thể dùng loại khoai tây rẻ thay cho bánh mì đắt đỏ. Đường bàng quan ít cong hơn so với ở Hình 5.13.

Cũng giả sử rằng hàng hoá khác có độ co giãn cầu theo thu nhập là nhỏ. Mặc dù giá bánh mì cao hơn làm giảm thu nhập thực tế, nó có ảnh hưởng thu nhập nhỏ làm giảm lượng cầu về hàng hoá khác. Cuối cùng, nếu bánh mì chiếm một phần tương đối nhỏ trong ngân sách người tiêu dùng, giá bánh mì cao có ảnh hưởng nhỏ tới việc giảm sức mua của người tiêu dùng. So sánh

Hai ảnh hưởng cuối cùng gây ra ảnh hưởng thu nhập nhỏ làm giảm lượng cầu về thức ăn khác. Ngược lại, ảnh hưởng thay thế đối với thức ăn khác là lớn. Vì thế giá bánh mì cao hơn làm tăng cầu thức ăn khác. Độ co giãn chéo là dương. Ảnh hưởng dương đó thậm chí lớn hơn nếu hàng hoá khác là hàng hoá thứ cấp. Ảnh hưởng thu nhập làm tăng lượng cầu thức ăn khác, tăng cường cho ảnh hưởng thay thế. Bảng 5.2 tổng kết những hàm ý của mô hình sự lựa chọn của người tiêu dùng về phản ứng cầu với thay đổi giá.

Bảng 5.2 Ảnh hưởng của việc tăng giá của hàng hóa I tới lượng cầu của hàng hóa I và J

Hàng hoá	Loại	Ảnh hưởng thay thế	Ảnh hưởng thu nhập	Tổng ảnh hưởng
I	Thông thường	Âm	Âm	Âm
	Thứ cấp	Âm	Dương	Chưa xác định
J	Thông thường	Dương	Âm	Chưa xác định
	Thứ cấp	Dương	Dương	Dương



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

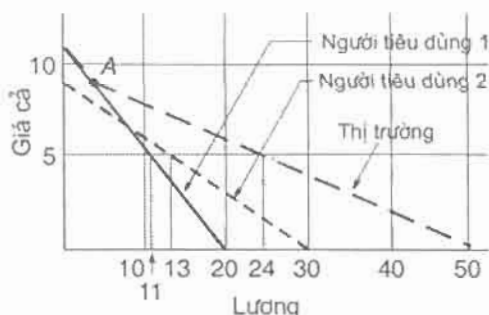
5.4 Đường cầu thị trường

Đường cầu thị trường là tổng của tất cả các đường cầu cá nhân trên thị trường đó.

Chúng ta đã xác định rằng đường cầu cá nhân (hầu hết) dốc xuống. Đối với phần còn lại của cuốn sách này chúng ta giả định rằng thực tế là như vậy. Cộng đường cầu của tất cả các cá nhân người tiêu dùng, chúng ta có đường cầu thị trường.

Tại mỗi mức giá, chúng ta tìm ra mỗi lượng cầu của người tiêu dùng. Cộng lượng cầu của tất cả người tiêu dùng tại mức giá đó, chúng ta có tổng lượng cầu tại mỗi mức giá, được đường cầu thị trường. Bởi vì, khi giá giảm, mỗi người đều tăng lượng cầu, tổng lượng cầu cũng phải tăng khi giá giảm. Đường cầu thị trường cũng dốc xuống.

Hình 5.15 Các đường cầu của cá nhân và đường cầu của thị trường



Đường cầu thị trường là tổng theo chiều ngang của các đường cầu cá nhân. Ví dụ, nếu giá là 5£, thì lượng cầu của người tiêu dùng 1 là 11 đơn vị và của người tiêu dùng 2 là 13 đơn vị. Tổng lượng cầu trên thị trường với giá 5£ là 24 đơn vị, như được biểu diễn trên đường cầu của thị trường. Đường cầu của thị trường gấp khúc lại ở điểm A, giá tại đó là giá của người tiêu dùng 2 khi mới gia nhập thị trường.

Đường cầu thị trường là tổng theo chiều ngang của đường cầu cá nhân. Với những mức giá trên trục tung và sản lượng trên trục hoành, chúng ta phải cộng các

lượng cầu cá nhân tại cùng một mức giá. Hình 5.15 minh hoạ cho ý đó đối với hai người tiêu dùng.

5.5 Hàng hóa bổ sung và hàng hóa thay thế

Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập được dùng để phân tích ảnh hưởng của thay đổi giá cả. Bất kể chiều hướng của ảnh hưởng thu nhập, đối với chỉ hai hàng hoá ảnh hưởng thay thế luôn luôn âm. Ảnh hưởng giá tương đối thuận tụy dẫn người tiêu dùng tới việc thay thế hàng hoá mà giá tương đối tăng bằng hàng hoá có giá tương đối giảm. Tách ảnh hưởng thu nhập ra, hàng hoá nhất thiết là thay thế cho nhau khi có hai hàng hoá.

Với nhiều hơn hai hàng hoá, vài hàng hoá có thể được tiêu dùng cùng nhau - ống tẩu và thuốc lá sợi dùng cho tẩu, bánh mì và bơ, điện và bếp điện. Những hàng hoá đó là hàng hoá bổ sung.

Thậm chí với nhiều hàng hoá, luôn luôn có ảnh hưởng thay thế một số hàng hoá mà giá tương đối tăng. Tuy nhiên, sự thay thế có thể không phải bằng tất cả những hàng hoá khác. Người tiêu dùng thay một số hàng hoá được tiêu dùng cùng với những hàng hoá có giá cả tăng.

Giả định giá ống tẩu tăng. Chuyện gì sẽ xảy ra với cầu về thuốc lá? (Bỏ qua ảnh hưởng thu nhập, vì chi tiêu cho ống tẩu là phần nhỏ trong ngân sách hộ gia đình, vì vậy thu nhập thực tế chỉ hơi giảm). Vì ống tẩu và thuốc lá được sử dụng cùng nhau, chúng ta hy vọng cầu về thuốc lá giảm cùng với lượng cầu ống tẩu. Đường cầu về thuốc lá dịch chuyển sang trái để phản ứng với sự tăng giá ống tẩu.

Khi hàng hoá là hàng hoá bổ sung, sự tăng giá một hàng hoá sẽ làm giảm cầu về hàng hoá bổ sung theo ảnh hưởng thay thế (thay một hàng có giá cao) và tất nhiên là theo ảnh hưởng thu nhập (với điều kiện hàng hoá là thông thường).

5.6 Trợ cấp bằng hiện vật

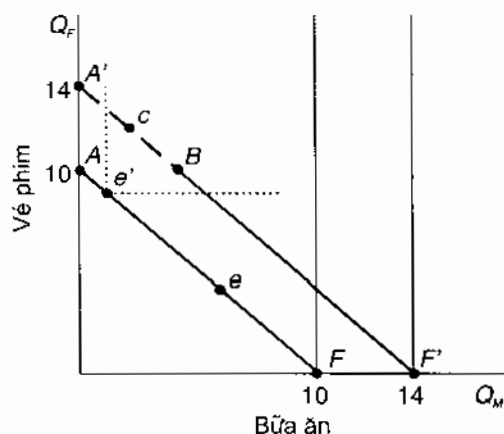
Trợ cấp là một khoản thanh toán thường được thực hiện bởi chính phủ mà người được hưởng không phải trả giá cho nó. **Trợ cấp bằng hiện vật** là một món quà hàng hóa hay dịch vụ.

Các khoản thanh toán an ninh xã hội là chuyển giao bằng tiền tệ. Lương không phải là trợ cấp: người lĩnh lương phải cung cấp dịch vụ lao động. Một ví dụ trong trợ cấp bằng hiện vật là tem phiếu thức ăn, đưa cho người nghèo để mua thức ăn. Những tem đó phải được sử dụng để mua thức ăn, không phải bia, phim hay xăng. Bây giờ chúng ta sử dụng mô hình lựa chọn tiêu dùng để xem liệu trợ cấp bằng hiện vật có được người tiêu dùng ưa thích hơn so với trợ cấp bằng tiền mặt có giá trị tương đương hay không.

Người tiêu dùng có 100€ chi tiêu cho thức ăn hoặc phim, mỗi thứ giá 10€ một đơn vị. Hình 5.16 chỉ ra đường ngân sách AF. Giả định rằng chính phủ phát hành tem phiếu trị giá 4 đơn vị thức ăn cho người tiêu dùng. Tại mọi điểm trên đường ngân sách cũ AF người tiêu dùng có nhiều hơn 4 đơn vị thức ăn từ tem phiếu. Di chuyển theo chiều ngang sang phải 4 đơn vị thức ăn, đường ngân sách mới là BF'. Vì tem thức ăn không thể mua phim, đường ngân sách mới là ABF'. Người tiêu dùng vẫn chỉ có thể chọn nhiều nhất 10 phim.

Giả sử rằng người tiêu dùng chọn điểm e trên đường ngân sách AF. Vì cả hai loại hàng hoá đều là hàng hoá thông thường, sự dịch chuyển đường ngân sách tới ABF' - ảnh hưởng thu nhập tăng - khiến người tiêu dùng chọn điểm ở trên bên phải điểm e, mà người ấy lẽ ra đã làm nếu trợ cấp bằng tiền.

Hình 5.16 Trợ cấp bằng tiền và bằng hiện vật



Một sự trợ cấp chuyển giao bằng hiện vật thực phẩm có thể không làm cho người tiêu dùng thỏa mãn bằng một sự trợ cấp bằng tiền có cùng giá trị. Một người tiêu dùng bắt đầu từ điểm e' có thể muốn chi tiêu ít hơn tổng số trợ cấp thực phẩm bằng hiện vật, do đó muốn dịch chuyển tới điểm c . Đường ngân sách $A'BF'$ có thể đạt được nếu trợ cấp bằng tiền. Trợ cấp bằng hiện vật hạn chế đường ngân sách còn ABF' làm mất đi các điểm $A'B$.

Khi giá thức ăn là 10€ một đơn vị, giá trị của 4 đơn vị thức ăn là 40€, dịch chuyển đường ngân sách tới $A'F'$. Vì thế, nếu người tiêu dùng bắt đầu tại e thì không có gì khác nhau giữa chuyển giao bằng tiền hay bằng hiện vật.

Tuy nhiên, giả sử, người tiêu dùng bắt đầu tại e' . Với việc thanh toán bằng tiền, người tiêu dùng có lẽ sẽ di chuyển tới điểm c trên đường ngân sách $A'F'$. Trợ cấp bằng hiện vật, bằng cách hạn chế người tiêu dùng tới đường ngân sách ABF' , ngăn cản người tiêu dùng đạt tới điểm c ưa thích hơn. Thay vì, người tiêu dùng di chuyển tới điểm có thể B , B đem lại cho người tiêu dùng ít lợi ích hơn c : khi người tiêu dùng được trả tiền và có thể chọn điểm khác, c được ưa thích hơn B .

Trợ cấp bằng tiền cho phép người tiêu dùng sử dụng phần thu nhập bổ sung bằng bất cứ cách nào họ muốn. Trợ cấp bằng hiện vật có thể hạn chế sự lựa chọn tiêu dùng. Khi đó, việc tăng lợi ích của người tiêu dùng ít hơn so với trợ cấp bằng tiền cùng giá trị như nhau.

Trợ cấp bằng hiện vật phổ biến về mặt chính trị. Toàn bộ cử tri muốn biết rằng thuế được sử dụng hợp lý. Nhiều người tranh cãi rằng người nghèo thực sự không biết phải sử dụng tiền như thế nào là hợp lý và có lẽ sử dụng tiền để mua những hàng hoá không nên mua ví dụ như rượu hay cờ bạc hơn là để mua những hàng hoá mong muốn như là thức ăn và nhà cửa.

Có phải mọi người đều hành động để tối đa hoá lợi ích của mình? Vấn đề này không đơn thuần là của kinh tế học mà còn là của triết học, liên quan đến câu hỏi ví như tự do và chủ nghĩa gia trưởng. Khi mọi người có thể đánh giá lợi ích của bản thân, phép phân tích kinh tế là rõ ràng: mọi người khấm khá hơn, hoặc ít nhất cũng không nghèo đói, nếu họ được trợ cấp bằng tiền tốt hơn là bằng hiện vật.

TÓM TẮT

- Với ràng buộc **ngân sách nhất định**, lý thuyết cầu giả định rằng người tiêu dùng muốn tối đa hóa mức lợi ích có thể.
- **Đường ngân sách** biểu thị lượng cầu tối đa có thể về một hàng hoá đối với mỗi một lượng nhất định hàng hoá khác. Vị trí của đường ngân sách được xác định bởi thu nhập và giá cả. Độ dốc của nó phản ánh giá tương đối.
- **Vi người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn**, họ sẽ luôn chọn một điểm trên đường ngân sách. Người tiêu dùng có một bài toán khi lựa chọn. Dọc theo đường ngân sách, muốn có nhiều hơn một loại hàng hoá thì phải hy sinh một lượng hàng hoá khác.
- **Thị hiếu tiêu dùng** có thể được biểu diễn bởi biểu đồ những đường bàng quan không cắt nhau. Dọc theo mỗi đường bàng quan, lợi ích là như nhau. Đường bàng quan cao hơn được ưa thích hơn đường bàng quan thấp hơn. Vì người tiêu dùng

thích số lượng nhiều hơn, đường bàng quan dốc xuống. Để giữ mức lợi ích nhất định, tăng lượng hàng hoá này phải được cân đối lại bằng việc giảm lượng hàng hoá khác.

- Đường bàng quan biểu diễn **tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần**. Độ dốc của chúng thoải hơn khi chúng ta di chuyển dọc về phía phải. Để thu được lợi ích nhất định, người tiêu dùng phải hy sinh lượng hàng hoá ít hơn để có được lượng tăng đơn vị hàng hoá khác.
- Để **tối đa hoá lợi ích**, người tiêu dùng chọn sự kết hợp tiêu dùng sao cho đường bàng quan cao nhất có thể tiếp tuyến với đường ngân sách. Tại điểm đó sự đánh đổi thị trường giữa những hàng hoá, độ dốc đường ngân sách, phù hợp với sự đánh đổi lợi ích giữa những hàng hoá, độ dốc của đường bàng quan.
- Tại mức giá không đổi, thu nhập tăng khiến đường ngân sách dịch chuyển song song ra phía ngoài. Nếu hàng hoá là hàng hoá thông thường, lượng cầu sẽ tăng.
- Giá một mặt hàng thay đổi làm đường ngân sách quay quanh điểm mà tại đó hàng hoá đó không được mua. Giá cả thay đổi gây ra ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập. **Ảnh hưởng thu nhập** của giá tăng làm giảm lượng cầu về tất cả hàng hoá thông thường. **Ảnh hưởng thay thế**, do giá cả tương đối thay đổi, khiến người tiêu dùng thay thế hàng hoá mà giá tương đối của nó tăng lên.
- Nếu chỉ có hai loại hàng hoá, hàng hoá phải thay thế nhau. Ảnh hưởng thay thế là rõ ràng. Với nhiều hàng hoá, ảnh hưởng thay thế thuần túy của giá cả tăng cũng làm giảm cầu về hàng hoá bổ sung cho hàng hoá có giá cả tăng.
- Tăng giá hàng hoá thông thường phải làm giảm lượng cầu của nó. Đối với hàng hoá thứ cấp ảnh hưởng thu nhập gây ra chiều hướng ngược lại nhưng ít khi trội hơn được ảnh hưởng thay thế. Đường cầu dốc xuống.
- **Đường cầu thị trường** là tổng theo chiều ngang những đường cầu cá nhân, tại mỗi mức giá lượng cầu thị trường là tổng lượng cầu cá nhân.
- **Người tiêu dùng thích nhận được trợ cấp bằng tiền** hơn là bằng hàng hoá, nếu hai sự chuyển giao có cùng một giá trị tiền tệ. Trợ cấp bằng hàng hoá có thể hạn chế sự lựa chọn của người tiêu dùng.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Một người tiêu dùng có thu nhập 50£. Đơn giá cho thức ăn là 5£ và phim là 2£. (a) Vẽ đường ngân sách. Chọn điểm e là sự lựa chọn sự kết hợp ban đầu của người tiêu dùng. (b) Giá thức ăn giảm còn 2,5£. Vẽ đường ngân sách mới. Có thể nói gì về điểm lựa chọn tiêu dùng mới e' nếu cả hai hàng hoá là hàng hoá thông thường? (c) Giá phim cũng giảm còn 1£. Vẽ đường ngân sách mới và chỉ ra điểm lựa chọn e". (d) e" khác e như thế nào? Tại sao?
- 2 Độ co giãn của cầu với giá của chính nó đối với thức ăn là âm. Cầu đối với thức ăn là không co giãn. Giá thức ăn cao hơn làm tăng chi tiêu cho thức ăn. Giá thức ăn cao hơn hàm ý chi tiêu cho tất cả hàng hoá khác ít hơn. Lượng cầu mỗi loại hàng hoá khác giảm. Giải thích hiện tượng trên. Có phải tất cả các câu trên đều đúng?
- 3 Giả sử phim là hàng hoá thông thường và giao thông là hàng hoá thứ cấp. Lượng cầu về hai loại hàng hoá trên thay đổi như thế nào khi thu nhập tăng? Vẽ đường ngân sách cũ và mới và biểu thị sự thay đổi cầu.

- 4** Giả sử người Glaswegians có mức thu nhập nhất định và thích đi nghỉ cuối tuần ở Highlands, mất ba giờ đi ô tô. (a) Nếu giá xăng tăng gấp đôi, ảnh hưởng tới cầu đi nghỉ ở Highlands như thế nào? Giải thích cả ảnh hưởng thu nhập và ảnh hưởng thay thế. (b) Sử dụng đồ thị cung và cầu để mô tả điều xảy ra với giá phòng khách sạn ở Highland.
- 5** **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những câu sau lại sai? (a) Vì người tiêu dùng không biết về đường bàng quan hay đường ngân sách, nên họ không thể chọn được điểm trên đường ngân sách tiếp tuyến với đường bàng quan cao nhất có thể. (b) Lạm phát có thể làm giảm cầu vì giá cả tăng và hàng hoá đắt đỏ hơn.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 681-82.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bản kèm theo.

Phụ lục

Lựa chọn tiêu dùng với lợi ích có thể đo lường

Lý thuyết lựa chọn tiêu dùng giả định rằng người tiêu dùng có thể sắp xếp những kết hợp khác nhau theo lợi ích hay sự hài lòng mà chúng đem lại. Nói kết hợp A đem lại lợi ích cao hơn kết hợp B có nghĩa là người tiêu dùng thích A hơn B. Chúng ta không cần biết người ta thích A hơn B bao nhiêu. Đường bàng quan cao hơn thì tốt hơn. Chúng ta không cần biết tốt hơn bao nhiêu.

Những nhà kinh tế học thế kỷ 19 tin rằng lợi ích có thể đo lường chính xác, như là mỗi người tiêu dùng có một thước đo lợi ích để đo sự hài lòng của mình. Kim càng dịch sang phải trên thước đo lợi ích, người tiêu dùng càng hài lòng. Đơn vị của thước đo là đơn vị lợi ích. Ngày nay nó có vẻ hơi lạ: có phải bạn vui gấp 2,9 lần khi có thêm một ngày nghỉ trong tuần?

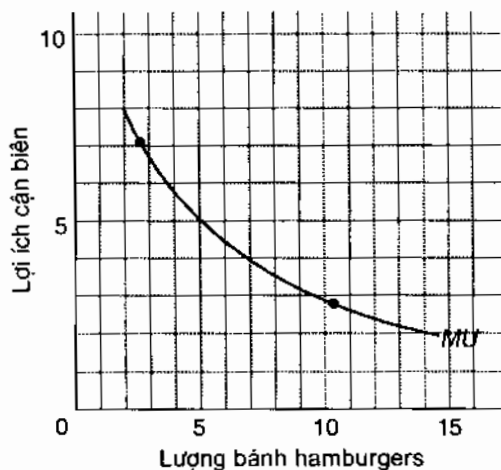
Lợi ích cận biên của một hàng hóa là phần tăng trong tổng lợi ích đạt được do tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa đó, với lượng tiêu dùng hàng hóa khác không đổi.

Một người tiêu dùng có lợi ích cận biên giảm dần đối với một hàng hóa nếu tiêu dùng thêm một đơn vị mà lợi ích tăng thêm ngày càng nhỏ, với số lượng tiêu dùng các hàng hóa khác không đổi.

Thậm chí là như vậy thì phương pháp phân tích lựa chọn tiêu dùng khi lợi ích có thể đo lường được cũng khá thú vị, mặc dù chúng ta thu được mọi kết luận trong bài mà không cần tới giả định thêm này. Chúng ta gọi người mà đo được lợi ích là Fred.

Fred đi nghe nhạc rock và ăn hamburgers. Đối với sự tiêu dùng một trong hai hàng hóa đó, anh ta thích nhiều hàng hoá kia hơn là ít hơn. Độ thoả dụng của anh ta tăng lên. Nếu Fred có được 67 đơn vị lợi ích nhờ việc tiêu dùng 10 bánh hamburgers và 1 buổi nhạc rock, và 70 đơn vị lợi ích từ 11 bánh hamburgers và 1 buổi nhạc rock, lợi ích cận biên từ chiếc bánh hamburgers thứ 11 là $(70 - 67) = 3$ đơn vị lợi ích.

Fred không đói lắm. Anh ấy đã ăn 10 bánh hamburgers tại một buổi ca nhạc. Anh ấy không thu được nhiều từ chiếc bánh thứ 11, chỉ có thêm 3 đơn vị lợi ích. Ngược lại, nếu Fred chỉ có hai chiếc bánh tại một buổi ca nhạc (đem lại cho anh 20 đơn vị lợi ích), anh ấy có lẽ thích chiếc

Hình 5.A1 Lợi ích cận biên

Lợi ích cận biên MU cho thấy một lượng tăng thêm vào tổng số đơn vị lợi ích khi tiêu dùng thêm một đơn vị. Lợi ích cận biên giảm dần có nghĩa là MU dốc xuống khi lượng tiêu dùng tăng lên.

bánh thứ 3 (tổng lợi ích là 27 đơn vị). Lợi ích cận biên của chiếc bánh thứ 3 là $(27 - 20 =) 7$ đơn vị lợi ích. Thị hiếu của Fred tuân theo quy luật lợi ích cận biên giảm dần.

Hình 5.A1 vẽ lợi ích cận biên của Fred về hamburgers. Anh ấy thu được lợi ích tăng thêm ít hơn từ việc tiêu dùng thêm hamburgers: đồ thị lợi ích cận biên của anh ta MU dốc xuống.

Fred có mức thu nhập nhất định để chi tiêu. Khi biết giá của buổi nhạc rock và bánh hamburgers, chúng ta có thể vẽ đường ngân sách. Fred chọn điểm có thể đạt tới trên đường này để tiêu dùng như thế nào? Anh ấy muốn tối đa hoá lợi ích của mình.

Giá hamburgers là P_H và giá buổi ca nhạc là P_C . Nếu MU_H là lợi ích cận biên của Fred đối với hamburgers, anh ấy nhận được MU_H/P_H đơn vị lợi ích tăng thêm nhờ 1£ chi thêm cho hamburgers và MU_C/P_C đơn vị lợi ích tăng thêm nhờ 1£ chi thêm cho buổi ca nhạc.

Giả sử MU_H/P_H lớn hơn MU_C/P_C . 1£ chi thêm cho hamburgers đem lại lợi ích cao hơn 1£ chi thêm cho buổi ca nhạc. Nếu Fred chi thêm 1£ cho hamburgers và giảm 1£ chi cho buổi ca nhạc, tổng lợi ích tăng lên: anh ấy nhận thêm từ hamburgers nhiều hơn là mất đi từ buổi ca nhạc. Anh ấy có thể tăng lợi ích mà không cần chi tiêu thêm. Anh ấy luôn muốn chuyển chi tiêu sang hàng hoá mà đem lại nhiều lợi ích cận biên trên 1£ hơn. Để tối đa hoá lợi ích, Fred sử dụng toàn bộ thu nhập của mình (anh ấy không chọn điểm ở phía trong đường ngân sách) và điều chỉnh chi tiêu của mình giữa hamburgers và buổi ca nhạc cho đến khi:

$$MU_H/P_H = MU_C/P_C \quad (A1)$$

Khi giữ như vậy, Fred không thể sắp xếp lại sự phân chia tổng thu nhập để tăng lợi ích⁽⁴⁾. Fred tối đa hoá lợi ích bằng cách chọn sự kết hợp tiêu dùng, trên đường ngân sách, tại đó tỷ lệ lợi ích cận biên theo giá cả là như nhau cho mọi hàng hoá.

Xây dựng đường cầu

Giả sử giá hamburgers P_H giảm. Cho cùng một mức tiêu dùng bánh, MU_H/P_H tăng lên và lớn hơn MU_C/P_C , làm mất cân bằng phương trình (A1). Để tối đa hoá lợi ích, Fred thay đổi lượng cầu.

Nếu Fred mua nhiều bánh hơn khi giá giảm, quy luật lợi ích cận biên giảm dần nói rằng MU_H giảm khi Fred mua nhiều bánh hơn. MU_H/P_H di chuyển tới MU_C/P_C , như yêu cầu của phương trình (A1). Đó là ảnh hưởng thay thế của việc thay đổi giá tương đối giữa bánh và buổi ca nhạc. Ảnh hưởng thay thế gợi ý rằng đường cầu dốc xuống; khi giá bánh giảm, lượng cầu tăng.

Tuy nhiên, giá bánh rẻ hơn làm tăng sức mua của số tiền Fred có. Nó ảnh hưởng tới lợi ích cận biên của Fred. Nếu bánh là hàng hoá thông thường, Fred mua nhiều hơn

(4) Phương trình (A1) cũng hàm ý $MU_H/MU_C = P_H/P_C$. Nhân cả 2 vế với -1 về bên phải là độ dốc của đường ngân sách, chỉ phụ thuộc vào giá tương đối. Về bên trái là tỷ lệ thay thế cận biên: nếu tỷ lệ thay thế cận biên của 1 hamburger là 2 và của 1 buổi hòa nhạc là 4, thì $-MU_H/MU_C = -1/2$. 1 hamburger có thể đổi lấy 1/2 buổi hòa nhạc mà tổng lợi ích không đổi, điều này chỉ ra tỷ lệ thay thế cận biên do lường cái gì. Phương trình (A1) hàm ý rằng độ dốc của đường ngân sách, tỷ lệ thay thế cận biên, bằng với độ dốc của đường ngân sách. Điều kiện tiếp tuyến có thể được hình thành không cần đến lợi ích đo được.

khi sức mua của thu nhập tăng lên. Thu nhập cao hơn dịch chuyển đường lợi ích cận biên của Fred lên như Hình 5.A2.

Hộp 5-5 Lợi ích cận biên và nghịch lý nước - kim cương

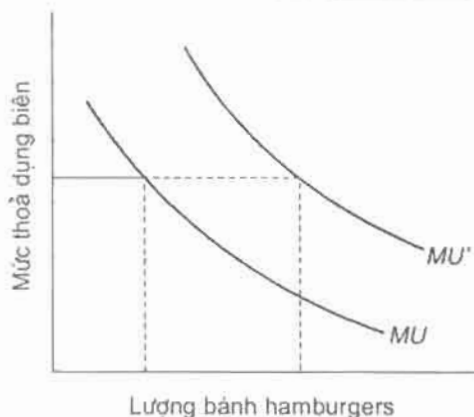
Những nhà kinh tế học thế kỷ 19 thắc mắc tại sao giá nước, thứ thiết yếu cho cuộc sống, lại quá rẻ so với kim cương. Một người trả lời rằng kim cương khan hiếm hơn nước. Người tiêu dùng rõ ràng thu được tổng lợi ích từ nước (thiếu nó họ sẽ chết) nhiều hơn là từ kim cương. Quan điểm về lợi ích cận biên giải quyết vấn đề này.

Phương trình (A1) chỉ ra rằng người tiêu dùng tiếp tục mua một hàng hoá đến khi tỉ lệ lợi ích cận biên theo giá của hàng hoá đó bằng với tỉ lệ lợi ích cận biên theo giá của hàng hoá khác. Lít nước cuối

cùng mà chúng ta uống hay sử dụng đem lại lợi ích cận biên tăng thêm rất ít. Viên kim cương cuối cùng vẫn đem lại sự khác biệt cận biên lớn. Mọi người sẵn sàng trả nhiều hơn cho những viên kim cương tăng thêm so với lượng nước tăng thêm.

Theo những con số trên Hình 5.A1, biểu lợi ích cận biên MU rất cao đối với những giọt nước đầu tiên. Để tránh chết khát thì lượng nước đó đáng phải như vậy. Nhưng hầu hết mọi người đều ở phần dưới cùng của biểu trên, dùng nhiều nước đến mức mà giá trị cận biên của nó đối với chúng ta là thấp.

Hình 5.A2 Sự gia tăng trong sức mua của thu nhập



Nếu bánh hamburgers là hàng thông thường thì thu nhập cao hơn đẩy đường lợi ích cận biên lên trên. Lượng cầu phải tăng lên nếu lợi ích cận biên không thay đổi.

Ảnh hưởng thu nhập đó có nghĩa là Fred thấy rằng MU_H/P_H tăng không chỉ do P_H giảm mà còn do MU_H tăng tại bất kỳ mức tiêu dùng bánh nào. Fred thậm chí mua nhiều bánh hơn, trượt xuống theo biểu lợi ích cận biên cao hơn, vì thế giảm lợi ích cận biên MU_H cho đến khi MU_H/P_H lại bằng MU_C/P_C . Vì vậy đối với hàng hoá thông thường ảnh hưởng thu nhập bổ trợ ảnh hưởng thay thế. Đường cầu phải dốc xuống.

Giả sử bánh là hàng hoá thứ cấp, Hình 5.A2 chỉ ra sự di chuyển xuống dưới của biểu MU_H khi sức mua của thu nhập tăng lên. Tại mức tiêu dùng cũ, MU_H có lẽ giảm nhiều hơn mức giảm của P_H , giá bánh. Nếu như vậy, Fred phải giảm tiêu dùng bánh để làm tăng lợi ích cận biên và khôi phục lại MU_H/P_H bằng MU_C/P_C để tối đa hoá lợi ích.

Đối với hàng hoá thứ cấp, ảnh hưởng thu nhập có chiều hướng ngược với ảnh hưởng thay thế. Nếu ảnh hưởng thu nhập đủ lớn, nó sẽ thắng.

Giá bánh giảm làm giảm lượng cầu về bánh. Đường cầu dốc lên. Như đã nói ở trong bài, hàng hoá Giffen là rất hiếm. Giả sử rằng đường cầu trong thực tế dốc xuống là an toàn.

Những nhà kinh tế học hiện đại không quan tâm lắm tới lợi ích đo được, mà thích đường bàng quan được sử dụng trong bài. Nhưng đường bàng quan hơi khó trong lần đầu sử dụng. Bạn cần luyện tập sử dụng chúng để thấy quen với chúng. Lợi ích đo được và ý tưởng đơn giản về lợi ích cận biên giảm dần cho phép sự giới thiệu dễ hơn về tính chất cơ bản của đường cầu và sự lựa chọn tiêu dùng trong chương này.

Các quyết định cung ứng

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1** Tổ chức doanh nghiệp.
- 2** Tài khoản của một hãng.
- 3** Các hãng và tối đa hóa lợi nhuận.
- 4** Tài chính công ty và kiểm soát công ty.
- 5** Quyết định cung ứng của hãng.
- 6** Chi phí cận biên và doanh thu cận biên.

Sau khi phân tích vấn đề về cấu, bây giờ chúng ta quay lại vấn đề về cung. Làm thế nào để các hãng có thể đưa ra quyết định sản xuất và bán bao nhiêu sản phẩm? Liệu chỉ một lý thuyết về cung có thể mô tả cách hoạt động của các nhà sản xuất khác nhau, từ những công ty khổng lồ như Shell đến người bán kem tự hành nghề với chiếc xe kem?

Đối với mỗi mức sản lượng đầu ra có thể có của mỗi hãng, cần phải tính toán xem chi phí để sản xuất ra mức sản lượng đó và doanh thu thu được từ việc bán sản phẩm đó là bao nhiêu. Đối với mỗi mức sản lượng, chi phí sản xuất phụ thuộc vào công nghệ ấn định lượng đầu vào cần thiết và giá đầu vào mà hãng sẽ phải trả. Doanh thu từ việc bán sản phẩm phụ thuộc vào đường cầu mà hãng phải đáp ứng. Đường cầu xác định mức giá bán bất kỳ sản lượng đầu ra nào và bởi vậy, nó cũng chính là doanh thu mà các hãng đạt được.

Lợi nhuận được tính bằng doanh thu trừ đi chi phí. Điểm chính của lý thuyết cung là sự giả định tất cả các hãng đều theo đuổi mục tiêu là càng kiếm được nhiều lợi nhuận càng tốt. Bằng cách xem xét doanh thu và chi phí thay đổi như thế nào với các mức sản lượng được sản xuất và tiêu thụ, các hãng sẽ lựa chọn mức sản lượng đem lại lợi nhuận tối đa. Để hiểu được các hãng đưa ra các quyết định cung ứng như thế nào, chúng ta cần phân tích những yếu tố quyết định doanh thu và chi phí.

Giả định tối đa hoá lợi nhuận là nền tảng của lý thuyết cung. Chúng ta sẽ cùng xem xét độ tin cậy của giả thuyết, các quan điểm khác nhau và mục tiêu lựa chọn của các hãng.

6.1 Tổ chức doanh nghiệp

Doanh nghiệp một chủ là một đơn vị kinh doanh do một cá nhân làm chủ.

Doanh nghiệp gồm các doanh nghiệp một chủ, doanh nghiệp đồng sở hữu và các công ty. Các doanh nghiệp một chủ là tổ chức doanh nghiệp phổ biến nhất hoạt động với quy mô nhỏ. Các doanh nghiệp đồng sở hữu có quy mô lớn hơn và các công ty có quy mô lớn nhất.

Một doanh nghiệp một chủ thu được doanh thu từ hoạt động kinh doanh của mình và cũng phải tự chịu trách nhiệm khi bị thua lỗ. Nếu anh ta không trả được nợ thì anh ta sẽ trở thành người phá sản. Phần tài sản còn lại như là nhà ở sẽ được bán để lấy tiền trả cho các chủ nợ.

Doanh nghiệp đồng sở hữu là một doanh nghiệp được sở hữu bởi hai hay nhiều người, cùng phân chia lợi nhuận và cùng chịu trách nhiệm về các khoản thua lỗ của doanh nghiệp.

Nếu hoạt động kinh doanh trở nên khả quan hơn thì doanh nghiệp sẽ cần tiền để mở rộng quy mô. Để làm được việc đó thì doanh nghiệp phải liên kết với các đối tác để tăng thêm nguồn vốn. Các doanh nghiệp đồng sở hữu thường phải chịu trách nhiệm vô hạn. Cũng giống như các doanh nghiệp một chủ, các doanh nghiệp đồng sở hữu chịu trách nhiệm trước những khoản lỗ của hãng nhưng lớn hơn so với doanh nghiệp một chủ. Các hãng cần phải có sự tin cậy - như các công ty tư vấn luật và kế toán thường được chọn làm người góp vốn. Từ đó khách hàng có thể nhận thấy người chỉ đạo hoạt động kinh doanh sẵn sàng đặt của cải của mình ngay dưới trách nhiệm pháp lý của hãng.

Một công ty là một tổ chức hợp pháp được phép sản xuất, kinh doanh.

Bất kỳ một doanh nghiệp nào cũng cần vốn để bắt đầu hoạt động kinh doanh và phát triển nguồn tài chính của nó. Các hãng luật, bác sỹ hay kế toán chủ yếu dựa vào nguồn lực con người, do vậy họ không cần nhiều vốn lắm. Những khoản tiền cần thiết có thể được huy động từ các đối tác và có thể vay ngân hàng. Các doanh nghiệp mà cần chi phí đầu vào lớn dành cho máy móc thì cần khoản vốn ban đầu lớn hơn nhiều. Nó khá phức tạp trong việc thu hút một số lượng lớn đối tác. Sẽ dễ dàng hơn nếu doanh nghiệp đó hoạt động với mô hình một công ty.

Khác với các hộ hùn vốn, một công ty tồn tại độc lập với những người sở hữu. Quyền sở hữu được chia cho các cổ đông. Những cổ đông gốc có thể bán cổ phần của mình ra ngoài để thu lợi nhuận. Bằng việc bán cổ phần nhằm chia sẻ lợi nhuận, doanh nghiệp có thể tăng nguồn vốn của mình.

Các cổ đông của một công ty có trách nhiệm hữu hạn. Khoản tiền lớn nhất họ có thể mất là khoản họ bỏ ra mua cổ phiếu.

Các cổ đông có thể kiếm lợi nhuận bằng hai cách. Cách thứ nhất, công ty trả cổ tức thường xuyên cho các cổ đông, tức là trả phần lợi nhuận mà công ty không muốn tái đầu tư cho doanh nghiệp. Cách thứ hai là các cổ đông có thể kiếm được lãi vốn (hoặc lỗ vốn). Nếu bạn mua cổ phần của Shell với giá 700£ mỗi cổ phần nhưng sau đó mọi người định ra được lợi nhuận và cổ tức bất ngờ tăng vọt, bạn có thể bán lại cổ phần với giá 750£, và bạn sẽ kiếm được lãi vốn là 50£. Khác với hộ buôn bán cá thể và hội góp vốn, các cổ đông không thể buộc phải bán tài sản cá nhân của họ nếu doanh nghiệp phá sản. Tình huống xấu nhất là các cổ phần trở thành không có giá trị.

Các công ty được điều hành bởi hội đồng quản trị (HĐQT). HĐQT phải trình bày báo cáo thường niên trước các cổ đông. Còn các cổ đông có thể bỏ phiếu cách chức HĐQT nếu họ có thể tìm được người thay thế tốt hơn. Các công ty chủ yếu tổ chức theo hình thức những doanh nghiệp lớn.

6.2 Tài khoản của một hãng

Bản báo cáo của các hãng có hai loại tài khoản, một là dự trữ và một là luống.

Dự trữ được đo lường tại một thời điểm, **luồng** được đo lường trong một giai đoạn.

Nước chảy ra từ vòi trong một giây và trong một phút là khác nhau. Sự đo lường cần một khoảng thời gian để cảm nhận. Nước tồn đọng trong chậu bất kỳ lúc nào cũng được tính bằng lít, không kể thời gian. Bản báo cáo lỗ lãi của hãng trong năm (tài khoản luồng) và bảng cân đối kế toán cho biết tài khoản có và tài khoản nợ ở một thời điểm (tài khoản dự trữ). Cả hai vấn đề có mối liên quan đến nhau như là chậu và nước. Dòng nước làm thay đổi dự trữ nước, dù rằng lượng dự trữ tính bằng lít ở mỗi thời điểm. Chúng ta bắt đầu với các tài khoản luồng tiền.

Doanh thu là phần tiền mà hãng thu được do bán hàng hóa, dịch vụ trong một giai đoạn nhất định. Chi phí là các khoản chi phát sinh trong sản xuất của giai đoạn đó và lợi nhuận bằng doanh thu trừ chi phí.

Các tài khoản luồng

Mặc dù khái niệm này rất đơn giản nhưng việc tính toán doanh thu, chi phí và lợi nhuận cho một hãng lớn là rất phức tạp, nếu không thì chúng ta không cần nhiều kế toán đến như vậy. Bây giờ chúng ta đi vào một ví dụ cụ thể:

Rent-a-Person (R-a-P) là một hãng đi thuê nhân công và sau đó cho các hãng khác cán nhân công thuê lại. R-a-P cho thuê với giá 10£

một giờ một nhân công nhưng chỉ trả cho nhân công 7£ một giờ. Trong năm 2004 hãng thuê 100.000 giờ lao động. Những phí tổn của hãng bao gồm tiền thuê văn phòng, tiền thuê chỗ quảng cáo và trả tiền điện thoại, lên tới 200.000£. Bảng 6.1 cho chúng ta biết bản thu nhập hoặc kê khai lỗ lãi trong năm 2004. Lợi nhuận trước thuế là 100.000£. Thuế là 25.000£. Lợi nhuận sau thuế của R-a-P là 75.000£. Bây giờ chúng ta sẽ đi vào những vấn đề phức tạp.

Bảng 6.1 Báo cáo thu nhập của công ty R-a-P, ngày 31 tháng 12 năm 2004

Doanh thu	
100 000 giờ, mỗi giờ 10£	1 000 000£
Chi phí	
Lương	700 000£
Tiền quảng cáo	50 000£
Tiền thuê văn phòng	50 000£
Các chi phí khác	100 000£
	-900 000£
Lợi nhuận trước thuế	100 000£
Thuế	25 000£
Lợi nhuận sau thuế	75 000£

Những hoá đơn chưa thanh toán

Mọi người thường không thanh toán những hoá đơn đúng hạn. Cuối năm 2004, R-a-P chưa được thanh toán tiền thuê nhân công của các hãng trong năm. Mặt khác, họ cũng chưa trả tiền điện thoại của hãng trong tháng 12. Theo quan điểm kinh tế, việc xác định đúng doanh thu và chi phí có mối liên quan đến hoạt động kinh doanh của hãng trong năm đó dù cho các khoản thanh toán đã được thực hiện hay chưa. Việc thu chi thực tế hoàn toàn khác so với doanh thu và chi phí kinh tế. Các hãng làm ăn có lợi nhuận vẫn có thể có luồng tiền ít ỏi. Ví dụ như khi khách hàng trả chậm.

Luồng tiền của một hãng là lượng tiền ròng thực tế nhận được trong một giai đoạn.

Vốn hiện vật là máy móc, thiết bị và nhà xưởng được sử dụng trong sản xuất.

Vốn và khấu hao

Hãng R-a-P có rất ít tài sản cố định. Thay vào đó, hãng thuê văn phòng, máy chữ và bàn làm việc. Tuy nhiên, nhiều hãng phải mua tài sản cố định. Các nhà kinh tế sử dụng từ vốn để biểu thị những hàng hoá không sử dụng hết toàn bộ trong quá trình sản xuất suốt giai đoạn đó. Nhà xưởng và xe cộ là tài sản cố định do nó được sử dụng năm này qua năm

khác. Điện năng cũng không phải là vốn vì nó được sử dụng trong năm 2004 thì không còn tính cho năm 2005. Các nhà kinh tế còn sử dụng “hàng lâu bền” hay “tài sản hiện vật” để miêu tả hàng hóa vốn (hàng hóa tư bản), tư liệu sản xuất, chi phí cho vốn cố định được xử lý thế nào khi tính lợi nhuận và chi phí?

Đó là chi phí sử dụng chứ không phải là một phần chi phí mua thiết bị trong khoản chi phí của hãng đó trong năm. Nếu R-a-P thuê toàn bộ thiết bị thì chi phí đó đơn thuần là tiền trả cho khoản thuê những tư liệu sản xuất.

Giả sử hãng R-a-P mua 8 chiếc máy tính trong tháng một với giá 1.000£ mỗi chiếc. Hãng sẽ không được cộng thêm khoản chi phí mua máy là 8.000£ vào để tính chi phí và lợi nhuận của năm đó. Đúng hơn là chi phí đó được tính vào mức giảm giá trị của máy tính trong năm đó. Giả sử sự hao mòn và hư hỏng làm giảm giá trị máy tính bớt đi 300£ trong năm đó thì chi phí kinh tế của việc sử dụng 8 chiếc máy tính trong năm đó là 2.400£, đây là phần khấu hao trong suốt năm.

Khấu hao là phần giảm giá trị của một hàng hóa vốn (hàng hóa tư bản) trong một giai đoạn.

Khấu hao dẫn đến sự chênh lệch giữa lợi nhuận kinh tế và luồng tiền vào. Hàng hóa vốn được mua lần đầu tiên thì luồng tiền ra lớn hơn nhiều so với chi phí khấu hao của việc sử dụng nó trong năm đầu tiên. Lợi nhuận có thể cao nhưng luồng tiền vào lại thấp. Trong những năm sau, hãng không phải chi nhiều hơn nữa để mua hàng hóa vốn nhưng phải tính khấu hao như một khoản chi phí kinh tế khi giá trị của hàng hóa vốn giảm xuống. Luồng tiền vào lúc này cao hơn lợi nhuận kinh tế.

Việc coi khấu hao, không phải là giá mua, như là chi phí kinh tế thực sự sẽ dần trải chi phí ban đầu trong suốt quá trình sử dụng tư liệu sản xuất nhưng đó không phải là cách mà chúng ta tính toán chi phí. R-a-P có thể bán máy tính của họ với giá 5.600£ sau 1 năm, hạn chế chi phí của nó ở 2.400£. Khi hãng quyết định giữ số máy đó để tái sử dụng trong năm tiếp theo thì chiến lược này còn có lợi hơn nữa. Do đó, chi phí kinh tế thực tế của việc sử dụng máy tính trong năm đầu cao nhất là 2.400£.

Hàng lưu kho

Nếu việc sản xuất có thể tiến hành ngay thì các hãng có thể sản xuất để đáp ứng những đơn đặt hàng khi chúng phát sinh. Thực tế thì việc sản xuất cần phải có thời gian. Các hãng phải giữ hàng lưu kho để đáp ứng cầu trong tương lai.

Giả sử đầu năm 2004, hãng Rover lưu kho 50.000 xe ô tô đã hoàn chỉnh và sẵn sàng bán. Trong năm 2004, hãng sản xuất trên một triệu ô tô mới và bán 950.000 chiếc. Tháng 12, số xe hoàn thành và lưu kho là 100.000 chiếc. Vậy lợi nhuận sẽ được tính như thế nào? Doanh thu có được từ việc bán 950.000 chiếc xe. Vậy nên tính chi phí dựa trên việc bán 950.000 chiếc xe hay một triệu chiếc thực tế đã sản xuất?

Hàng lưu kho là những hàng hóa được hãng lưu dự trữ để bán trong tương lai.

Chi phí kinh tế cần phải gắn với 950.000 chiếc xe đã bán. Còn 50.000 chiếc xe lưu kho được coi là vốn mà hãng tự tạo cho mình để sẵn sàng bán trong thời kỳ tới. Có một dòng tiền ra để trả cho việc sản xuất một triệu xe nhưng một phần luồng tiền ra được sử dụng mua số hàng lưu kho sẽ mang lại doanh thu cho năm kế tiếp mà không cần mất phí lớn nào để sản xuất.

Vay nợ

Các hãng thường vay nợ để tài trợ cho các chi phí mở rộng và xây dựng doanh nghiệp bằng việc mua hàng hóa vốn, trả chi phí cho các cố vấn pháp luật khi làm giấy tờ đăng ký hoạt động kinh doanh cho công ty... Họ sẽ phải trả lãi suất cho khoản tiền đi vay đó. Phần lãi suất đó là chi phí kinh doanh, do đó phải được tính vào phần chi phí.

Các tài khoản dự trữ: bảng cân đối

Báo cáo thu nhập trong Bảng 6.1 cho chúng ta biết về luồng tiền trong một năm nhất định. Chúng ta có thể xem xét hoạt động kinh doanh trong quá khứ của hãng tại một

thời điểm nào đó. Bảng cân đối liệt kê các tài sản hăng có và các khoản nợ của hăng tại một thời điểm. Bảng 6.2 là bảng cân đối kế toán của công ty quốc tế Snark vào ngày 31 tháng 12 năm 2004.

Bảng 6.2 Bảng cân đối của công ty Snark ngày 31 tháng 12 năm 2004

Tài sản	1000£	Nợ	1000£
Tiền mặt	40	Những khoản phải trả	90
Những khoản phải thu	70	Tiền cầm cố	150
Hàng lưu kho	100	Vay ngân hàng	60
Nhà xưởng (giá trị ban đầu 500)	330	Tổng nợ	300
		Giá trị ròng	240
Tổng	540		540

Tài sản của Snark là tiền mặt gửi ở ngân hàng, nợ của các khách hàng (tài khoản phải thu), hàng lưu kho ở trong kho và nhà máy (chi phí gốc 500.000£, hiện tại giá trị chỉ còn 330.000£ vì khấu hao). Tổng giá trị tài sản của Snark là 540.000£.

Nợ của Snark là các hoá đơn chưa thanh toán, tiền cầm cố cho nhà máy và các khoản vay tiền mặt ngân hàng do nhu cầu ngắn hạn. Tổng khoản nợ là 300.000£. Giá trị ròng của công ty Snark International là 240.000£, tài sản trừ đi nợ.

Hộp 6-1 Một cái tên tốt đáng giá như thế nào

Công ty tư vấn tính toán doanh thu của một công ty là bao nhiêu nhờ giá trị thương hiệu. Những hăng khổng lồ Mỹ như Coca-Cola và Microsoft đứng đầu trong danh sách toàn thế giới, nhưng Nokia, Mercedes và IKEA cũng ở vị trí khá cao. NIKE và Adidas cũng vậy. Thật thú vị là các ngân hàng lớn có vị trí khá nghèo nàn trong danh sách này.

Hạng (2003)	Công ty	Ngành	Giá trị thương hiệu (Tỷ \$) 2003
1	Coca-Cola	Đồ uống	71
2	Microsoft	Công nghệ phần mềm	65
3	IBM	Máy tính	52
5	Intel	Máy tính	31
6	Nokia	Điện thoại di động	29
7	Disney	Giải trí	28
10	Mercedes	Ô tô	21
20	Sony	Điện tử	13
48	Xerox	Máy photocopy	6
33	Nike	Hàng thể thao	8
43	Ikea	Hàng gia dụng	7
67	Adidas	Hàng thể thao	4

Giá trị ròng của một hăng là tài sản mà nó sở hữu trừ đi nợ của nó.

Bạn hãy đặt giá giành quyền kiểm soát công ty Snark. Liệu có nên đặt giá bằng với giá trị ròng là 240.000£ không? Có lẽ là không. Snark là một hăng đang hoạt động có triển vọng tăng trưởng trong tương lai. Bạn không chỉ trả giá cho tài khoản có tài chính mà bạn phải trả cả cho tiếng tăm, các khách hàng trung thành và những khoản lợi vô hình mà các nhà kinh tế học gọi nó là danh tiếng. Nếu Snark là một công ty cổ điển, bạn sẽ phải đặt giá cao hơn 240.000£. Bạn có thể nghĩ rằng những kế toán viên của Snark đã đánh

giá thấp giá trị bán lại của những tài khoản có của hãng. Nếu bạn có thể mua Snark với giá 240.000£ bạn có thể kiếm được lợi nhuận bằng cách bán hết từng phần thiết bị, nhà xưởng riêng lẻ như là “bán tài sản thanh lý”.

Thu nhập

Lợi nhuận để lại là một phần của lợi nhuận sau thuế được chuyển lại đầu tư vào hoạt động của doanh nghiệp.

Khi một hãng thu được lợi nhuận sau thuế, họ có thể trả cho các cổ đông dưới dạng cổ tức, hoặc giữ lại cho hãng như là phần lợi nhuận để lại. Phần lợi nhuận để lại có ảnh hưởng đến bảng cân đối kế toán. Nếu hãng giữ lại ở dạng tiền mặt hoặc sử dụng để mua thiết bị mới thì nó sẽ làm tăng tài sản. Hoặc có thể lựa chọn, trả tiền vay ngân hàng sẽ làm giảm tài khoản nợ của hãng. Bằng cả hai cách đó giá trị ròng của hãng tăng lên.

Chi phí cơ hội và chi phí tính toán

Báo cáo thu nhập và cân đối kế toán của một công ty cung cấp hai chỉ dẫn hữu ích để biết công ty đó hoạt động như thế nào. Nhưng các nhà kinh tế và các kế toán viên có cách nhìn khác nhau về chi phí và lợi nhuận. Một kế toán viên quan tâm đến những hoá đơn thực tế và các khoản phải trả của công ty. Trong khi, một nhà kinh tế quan tâm đến việc doanh thu và chi phí ảnh hưởng thế nào tới quyết định cung ứng của hãng, phân bổ các nguồn lực cho những hoạt động riêng biệt. Các phương pháp kế toán có thể gây nhầm lẫn qua hai cách.

Chi phí cơ hội là giá trị mất đi do không sử dụng một nguồn lực (lao động, vốn) vào một mục đích sử dụng tốt nhất bị bỏ qua.

Các nhà kinh tế nhận ra rằng xác định chi phí của việc sử dụng các nguồn lực không phải bằng số thực chi mà bằng chi phí cơ hội của nó. Để thấy được đây là cách tính đúng về chi phí, những vấn đề mà các nhà kinh tế đều mong muốn nghiên cứu, chúng ta đưa ra hai ví dụ.

Nếu bạn điều hành hoạt động của hãng mình, bạn nên quan tâm đến chi phí thời gian của lao động. Bạn có thể lập một bản báo cáo thu nhập giống như Bảng 6.1, để có được lợi nhuận 20.000£ một năm và đi đến kết luận việc kinh doanh này là tốt. Kết luận này đã bỏ qua chi phí cơ hội của thời gian. Nếu bạn có thể kiếm được 25.000£ mỗi năm khi làm việc cho người khác thì bạn sẽ tự làm mất đi 5.000£ mỗi năm mặc dù lợi nhuận tính toán là 20.000£. Nếu chúng ta muốn hiểu được động cơ do thị trường tạo ra để dẫn dắt mọi người tìm kiếm được việc làm thì chúng ta phải sử dụng khái niệm kinh tế về chi phí cơ hội, chứ không phải là khái niệm tính toán về thực chi.

Trường hợp thứ hai, khi tính chi phí cơ hội phải tính đến vốn. Bạn có thể dùng tiền để khởi sự một doanh nghiệp. Lợi nhuận tính toán đã bỏ qua việc sử dụng vốn tài chính của riêng mình (trái ngược với khoản đi vay). Những khoản tiền này có thể được gửi vào ngân hàng để hưởng lãi hoặc sử dụng để mua cổ phiếu của các hãng khác. Chi phí cơ hội của khoản tiền đó chính là một phần của chi phí kinh tế của doanh nghiệp nhưng không được đưa vào chi phí tính toán. Nếu có thể kiếm được 10% từ việc gửi tiền thì chi phí cơ hội của ngân quỹ sẽ là 10% nhân với số tiền gửi vào. Nếu sau khi khấu trừ chi phí này và chi phí thực của thời gian, doanh nghiệp vẫn kiếm được lợi nhuận thì các nhà kinh tế gọi đó là “siêu lợi nhuận”.

Siêu lợi nhuận là lợi nhuận kinh tế thuần túy và đo lường tất cả các chi phí kinh tế phụ hợp.

Siêu lợi nhuận là chỉ dẫn thực tế về việc tiến hành hoạt động kinh doanh tốt đến đâu khi đầu tư thời gian và ngân quỹ của họ vào kinh doanh. Siêu lợi nhuận chứ không phải là lợi nhuận tính toán là động lực để thúc đẩy nguồn lực vào (hoặc thoát ra) của một doanh nghiệp.

6.3 Các hãng và tối đa hoá lợi nhuận

Các nhà kinh tế giả định rằng các hãng lựa chọn sản lượng để tối đa hoá lợi nhuận. Một số nhà kinh tế và doanh nghiệp hoài nghi về giả định đó. Một người tự kinh doanh có thể thích tự kinh doanh hơn là làm ở nơi khác dù kiếm được nhiều hơn. Quyết định kinh doanh của người đó phản ánh sự hài lòng tối đa đối với công việc của người đó chứ không đơn thuần là lợi nhuận họ kiếm được.

Sở hữu và kiểm soát

Một lý do có ý nghĩa hơn khi hoài nghi về giả định tối đa hoá lợi nhuận là những hãng lớn không do những người chủ của nó điều hành mà do một ban giám đốc được thuê. Trong cuộc họp thường niên, các cổ đông có thể giải tán ban giám đốc này nhưng điều đó hiếm khi xảy ra. Các giám đốc là những chuyên gia biết nhiều thông tin. Các cổ đông khó có thể biết chắc là các giám đốc khác có thể làm tăng lợi nhuận của công ty.

Các nhà kinh tế gọi vấn đề này là sự phân chia sở hữu và kiểm soát. Mặc dù, các cổ đông muốn tối đa hoá lợi nhuận có thể có, các giám đốc là người đưa ra các quyết định thực tế có thể có các mục tiêu khác. Liệu các giám đốc có hành động vì động cơ nào khác chứ không phải vì lợi ích của các cổ đông không?

Lương các giám đốc thường cao hơn khi làm việc ở các hãng lớn. Các giám đốc có thể theo đuổi mục tiêu về quy mô và sự tăng trưởng hơn là tìm kiếm lợi nhuận tối đa có thể có, giả dụ như sử dụng một khoản chi phí lớn dành cho quảng cáo để tăng doanh số bán.

Tuy nhiên, có hai lý do giải thích tại sao mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận là điểm tốt để bắt đầu. Thậm chí, nếu các cổ đông không thể nhận ra rằng lợi nhuận thấp hơn dự kiến thì các hãng có kinh nghiệm trong ngành có thể nắm bắt vấn đề nhanh hơn. Nếu lợi nhuận thấp thì giá cổ phiếu sẽ giảm. Để nắm quyền kiểm soát, công ty khác có thể mua cổ phần với giá rẻ, sa thải ban quản lý hiện tại, xây dựng lại chính sách tối đa hoá lợi nhuận và kiếm được lãi vốn từ việc cổ phiếu tăng giá khi thị trường chứng khoán nhận định được việc tăng lên của lợi nhuận. Sự mất quyền kiểm soát có thể khiến các giám đốc cố gắng tối đa hoá lợi nhuận.

Hơn nữa, do nhận biết được các giám đốc thường làm theo ý mình nên các cổ đông cố đảm bảo lợi ích của các giám đốc và các cổ đông là như nhau. Bằng cách thưởng một khoản lớn tiền liên quan đến tính sinh lợi cho các giám đốc có thâm niên hoặc cổ phiếu tuy nhỏ hơn so với tổng số cổ phần nhưng lại lớn hơn lương quản lý, các cổ đông cố gắng đảm bảo cho các giám đốc có thâm niên quan tâm đến lợi nhuận như các cổ đông.

Giả thuyết các hãng cố gắng tối đa hoá lợi nhuận có tính thực tế hơn. Trước khi sử dụng giả thuyết này để phát triển lý thuyết cung, chúng ta bàn về thị trường chứng khoán chi tiết hơn.



Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

6.4 Tài chính công ty và kiểm soát công ty

Tài chính công ty nói đến cách thức các hãng tài trợ cho các hoạt động của mình.

Nguồn tài trợ bao gồm (a) vay ngân hàng, (b) vay bằng cách bán các giấy tờ có giá (trái phiếu công ty) bằng cách hãng cam kết trả lãi suất trong thời hạn nhất định và sẽ hoàn trả khoản nợ, và (c) bán cổ phiếu mới của mình trên thị trường chứng khoán. Các nước khác nhau có hệ thống công ty tài chính khác nhau.

Nước Mỹ và nước Anh cùng có những hệ thống dựa vào thị trường hay những người đứng ngoài cuộc, dựa vào hoạt động của thị trường chứng khoán trong việc mua bán cổ phiếu và nợ, và phát hành cổ phiếu và các khoản nợ mới. Nhật Bản và nhiều nước ở châu Âu, đặc biệt là Đức, có một hệ thống người trong cuộc, trong đó thị trường tài chính chỉ đóng một vai trò nhỏ bé. Các công ty của Đức vay ngân hàng những khoản vay dài hạn, do đó các ngân hàng tham gia vào ban điều hành công ty và nắm bắt những thông tin bên trong của nó.

Tài trợ hoặc kiểm soát

Kiểm soát công ty nói đến việc ai là người nắm quyền kiểm soát hãng trong các tình huống khác nhau.

Các hãng lớn thường tài trợ cho những khoản đầu tư mới của họ dựa trên phần lợi nhuận giữ lại. Khoảng 90% các khoản đầu tư công ty của Anh được cấp vốn bằng cách này; khoảng 7% từ việc bán cổ phiếu mới trên thị trường chứng khoán. Điểm khác biệt căn bản của 2 hệ thống này không phải là việc hệ thống nào tài trợ dễ hơn mà chính là việc quyền kiểm soát thuộc về người tài trợ vốn.

Đối với hệ thống người trong cuộc dựa vào ngân hàng, người đại diện của ngân hàng tham gia vào ban lãnh đạo của hãng, sử dụng vị trí tham gia này để thay đổi khi có sai lầm. Hệ thống dựa vào thị trường giảm vai trò của các ngân hàng và phát huy vai trò của thị trường cổ phiếu và thị trường nợ. Thất bại trong việc trả lãi đối với các khoản nợ sẽ làm cho các chủ nợ khiến hãng phá sản. Tương tự, cổ phiếu được phát hành rộng rãi ra công chúng sẽ làm tăng khả năng bị thôn tính trên thị trường cổ phiếu do ban quản lý mới mua quyền kiểm soát trên thị trường mở. Hệ thống dựa vào thị trường đối với tài chính công ty như vậy trở thành thị trường cho quyền kiểm soát công ty.

Những thôn tính thù địch

Tại Đức, những thôn tính thù địch là hiếm thấy. Ngược lại, rất nhiều những sự tiếp quản ở Anh là những cuộc đấu giá thù địch không được những nhà quản lý hiện tại hoan nghênh. Một số nhà kinh tế coi những cuộc đấu giá thù địch như một áp lực quan trọng cho hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, sự phân chia giữa sở hữu và kiểm soát trong các công ty công dẫn đến vấn đề người chủ - nhân viên. Nhân viên (ở đây là những người quản lý) sẽ hành động vì lợi ích của bản thân họ hơn là lợi ích của những người chủ (các cổ đông).

Một người chủ có thể ủy quyền các quyết định cho nhân viên. Nếu chi phí để kiểm soát người nhân viên là quá cao, nhân viên có thông tin bên trong về tình hình hoạt động của doanh nghiệp, gây ra vấn đề chủ - tớ.

Mối đe dọa về những thôn tính thù địch cản trở những người quản lý đi quá xa các chính sách tối đa hóa lợi nhuận mà các cổ đông mong muốn. Sự quản lý yếu kém dẫn đến lợi nhuận thấp, giảm giá cổ phiếu và dẫn đến những cơ hội, những kẻ thôn tính mua công ty với giá rẻ. Mối đe dọa bị thôn tính cung cấp một phương pháp để góp phần khắc phục vấn đề chủ - tớ.

Tuy nhiên, mối đe dọa bị thôn tính cũng làm suy yếu những người quản lý hiện tại. Mong muốn sự hợp tác làm việc trong quá trình chuyển đổi sang những phương pháp sản xuất mới, bạn cam kết thưởng hậu hĩnh cho nhân viên khi năng suất tăng lên. Các nhân viên biết bạn sẽ giữ lời hứa, nhưng không thể tin bạn. Trong khi những thay đổi đang được thực hiện, lợi nhuận tạm thời giảm xuống và bạn có thể phải đối mặt với một mối đe dọa bị thôn tính. Người chủ mới có thể sa thải công nhân để tiết kiệm chi phí. Do đó, công nhân sẽ từ chối kế hoạch thay đổi của bạn.

Mối đe dọa thôn tính, bằng việc làm cản trở khả năng của người quản lý thực hiện các cam kết, sẽ cản trở đầu tư và khuyến khích chủ nghĩa ngắn hạn. Tuy nhiên, các hệ thống người tham gia của Đức và Nhật cũng có những vấn đề của chúng, đặc biệt nếu đòi hỏi những hành động quyết liệt. Nền kinh tế Nhật sụt giảm trong những tình trạng bị dạt trong vòng 10 năm qua vì các công ty, đặc biệt là các ngân hàng, thất bại trong việc đưa ra những thay đổi căn bản sau sự sụt giảm giá bất động sản vào đầu những năm 1990. Ở Anh và Mỹ, họ sẽ ít kiên nhẫn hơn, ít quan tâm hơn đến việc chấp nhận thất bại và phản ứng mau lẹ hơn.

Như thường lệ, các tranh cãi vẫn rất gay gắt - ở đây, là về giá trị tương đối của 2 hệ thống về quyền kiểm soát công ty - bởi vì, cả 2 phía đều có những luận cứ hợp lý. Hộp 6-2 bàn chi tiết hơn về vấn đề này.

Hộp 6-2 Các ông chủ trở nên béo phì tới mức nào?

Các hãng ở Anh và Mỹ cho phép những nhà quản lý cấp cao có quyền mua cổ phiếu của công ty trong tương lai nhưng tại một mức giá đã được thống nhất từ trước. Nếu công ty hoạt động tốt, giá cổ phiếu của nó sẽ tăng và các nhà quản lý sẽ thu được lợi nhuận cá nhân rất lớn. Như vậy các nhà quản lý được thuyết phục mưu cầu lợi ích giống như các cổ đông, làm cho lợi nhuận của công ty cao đến mức có thể. Tuy nhiên, những khuyến khích hào phóng cũng làm

cho người quản lý đối trá và hành động gian lận để làm tăng giá cổ phiếu. Những vụ scandal ở các công ty như Enron và WorldCom một phần có liên quan đến quyền mua bán cổ phiếu của người quản lý.

Vào năm 2004 theo Financial Times các công ty Mỹ đã giảm quyền lợi này.

Nguồn: Financial Times, 22 March 2004.

6.5 Quyết định cung của hãng

Giả sử có một hãng sản xuất thìa. Có một vài cách sản xuất thìa bằng việc sử dụng nhiều lao động và ít máy móc hoặc sử dụng nhiều máy móc nhưng ít lao động. Hãng đó biết các cách thức sản xuất thìa và chi phí trả cho đầu vào cũng như tiền công trả cho nhân công và tiền thuê máy móc. Hãng cũng biết đường cầu về sản phẩm này và phần doanh thu kiếm được từ việc bán khối lượng thìa khác nhau tại các mức giá khác nhau.

Để tối đa hoá lợi nhuận, hãng phải lựa chọn mức sản lượng đầu ra tốt nhất, lượng đầu ra biến đổi sẽ ảnh hưởng đến chi phí sản xuất và doanh thu từ việc bán sản phẩm. Chi phí và cầu là điều kiện để xác định mức sản lượng đầu ra mà hãng muốn tối đa hoá lợi nhuận.

Tối thiểu hóa chi phí

Hãng luôn mong muốn chọn được mức sản lượng đầu ra để sản xuất với mức chi phí thấp nhất có thể. Việc sản xuất cùng một lượng sản phẩm đầu ra với mức chi phí thấp hơn sẽ làm tăng lợi nhuận. Do vậy, để đạt được lợi nhuận tối đa hãng phải sản xuất sản phẩm đầu ra với chi phí thấp nhất có thể.

Đường tổng chi phí

Khi biết được phương pháp sản xuất, chi phí thuê nhân công và máy móc sẽ giúp các hãng tính được chi phí tối thiểu để sản xuất mỗi sản phẩm đầu ra. Sẽ là không hiệu quả

Bảng 6.3 Chi phí, doanh thu, lợi nhuận (hàng tuần)

(1) Sản lượng	(2) Tổng chi phí (£)	(3) Giá (£)	(4) Tổng doanh thu (2) x (3) (£)	(5) Lợi nhuận (4) - (2) (£)
0	10	-	0	-10
1	25	21	21	-4
2	36	20	40	4
3	44	19	57	13
4	51	18	72	21
5	59	17	85	26
6	69	16	96	27
7	81	15	105	24
8	95	14	112	17
9	111	13	117	6
10	129	12	120	-9

nếu sử dụng nhiều máy móc để sản xuất một số cái thìa, sẽ hiệu quả hơn khi sử dụng nhiều máy móc hơn nếu sản xuất số lượng thìa nhiều hơn.

Bảng 6.3 cho chúng ta biết các mức sản lượng khác nhau ở cột (1). Cột (2) cho biết chi phí tối thiểu để sản xuất mỗi mức sản lượng. Hãng phải chịu chi phí là 10£ cho mức sản lượng bằng 0. Đây là chi phí cho hoạt động của doanh nghiệp như là tiền thuê văn phòng, trả tiền điện thoại... Sau đó, chi phí tăng lên theo mức sản lượng sản xuất ra. Các chi phí bao gồm cả chi phí cơ hội của các nguồn lực dùng trong sản xuất. Ở mức sản lượng cao, chi phí tăng đột ngột khi sản lượng tăng: hãng phải trả cho công nhân làm thêm giờ vào ngày nghỉ và buổi tối.

Tổng doanh thu

Doanh thu từ việc bán sản phẩm phụ thuộc vào giá và cầu. Cột 3 trong Bảng 6.3 cho biết đường cầu, mức giá tại mỗi mức sản lượng có thể bán. Cột 4 tính được doanh thu từ việc bán sản phẩm, giá bán nhân với sản lượng. Ở mức giá 21£ hãng bán được một chiếc thìa. Giá càng thấp thì lượng sản phẩm bán được càng tăng: đường cầu dốc xuống.

Lợi nhuận

Cột cuối cùng miêu tả lợi nhuận, mức chênh lệch giữa doanh thu và chi phí. Với mức sản lượng thấp, lợi nhuận sẽ âm. Ở mức sản lượng cao nhất là 10, lợi nhuận một lần nữa lại âm. Ở mức sản lượng ở giữa hãng thu được lợi nhuận dương.

Lợi nhuận cao nhất là 27£ một tuần, với mức sản lượng là 6 chiếc thìa. Với giá bán 16£ một chiếc, tổng doanh thu sẽ là 96£. Chi phí sản xuất được tính đúng bằng 69£, lợi nhuận thu được là 27£ một tuần. Đây là mức sản lượng hãng lựa chọn hay đó là quyết định chung của hãng (biểu thị dòng in đậm ở trong Bảng 6.3).

Tối đa hoá lợi nhuận không giống tối đa hoá doanh thu. Bằng cách bán 10 chiếc thìa một tuần, hãng có doanh thu 120£ nhưng phải bỏ ra chi phí để sản xuất chúng là 129£. Chi phí để sản xuất những chiếc thìa cuối cùng là rất đắt và mang lại doanh thu bổ sung lại rất ít.

6.6

Chi phí cận biên và doanh thu cận biên

Thật hữu ích nếu ta xem cùng một vấn đề từ nhiều góc độ khác nhau. Bây giờ, với mỗi mức sản lượng đầu ra chúng ta đặt câu hỏi liệu hãng có cần tăng thêm sản lượng nữa không? Giả sử hãng sản xuất 3 chiếc thìa và xem xét việc tăng sản lượng lên 4 chiếc. Bảng 6.3 cho chúng ta biết tổng chi phí tăng từ 44£ lên 51£, tức là tăng tổng chi phí thêm 7£. Doanh thu tăng từ 57£ lên 72£, doanh thu tăng thêm 15£. Việc tăng sản lượng từ 3 lên 4 chiếc thìa sẽ thu được doanh thu tăng thêm nhiều hơn chi phí tăng thêm. Lợi nhuận tăng 8£ (doanh thu tăng thêm 15£ trừ đi chi phí tăng thêm 7£). Hãng có thể xem xét liệu còn có lợi không nếu nâng mức sản xuất từ 4 lên 5, v.v...

Cách tiếp cận này, tức là xem xét việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm có ảnh hưởng như thế nào đến lợi nhuận - tập trung vào chi phí cận biên và doanh thu cận biên của việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm.

Chi phí cận biên là phần tăng trong tổng chi phí khi sản lượng tăng 1 đơn vị. **Doanh thu cận biên** là phần tăng trong tổng doanh thu khi sản lượng tăng 1 đơn vị.

Nếu doanh thu cận biên lớn hơn chi phí cận biên, hãng nên tăng sản lượng sản xuất. Việc sản xuất và bán sản phẩm bổ sung sẽ làm tăng tổng doanh thu nhiều hơn là tổng chi phí, do đó làm tăng lợi nhuận. Nếu doanh thu cận biên nhỏ hơn chi phí cận biên thì hãng nên giảm sản lượng đầu ra. Việc sản xuất và bán thêm một sản phẩm sẽ làm giảm lợi nhuận.

Như vậy, chúng ta có thể sử dụng chi phí cận biên và doanh thu cận biên để xác định sản lượng làm tối đa hoá lợi nhuận. Chừng nào mà doanh thu cận biên lớn hơn chi phí cận biên thì vẫn có thể tăng sản lượng. Ngay khi doanh thu cận biên nhỏ hơn chi phí cận biên thì phải dừng việc tăng sản lượng.

Chi phí cận biên

Bảng 6.4 Tổng chi phí và chi phí cận biên

Sản lượng	Tổng chi phí (£)	Chi phí cận biên (£)
0	10	
1	25	15
2	36	11
3	44	8
4	51	7
5	59	8
6	69	10
7	81	12
8	95	14
9	111	16
10	129	18

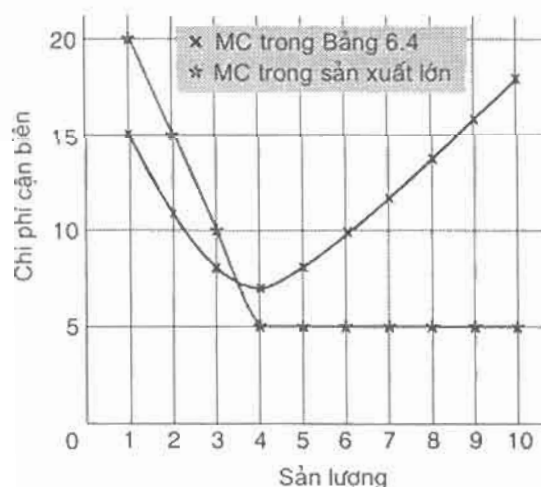
Bảng 6.4 sử dụng số liệu của Bảng 6.3 để tính toán chi phí cận biên của việc sản xuất thêm một đơn vị sản lượng. Sản xuất tăng từ 0 lên 1 sản phẩm làm tăng tổng chi phí từ 10£ lên 25£. Chi phí cận biên của đơn vị sản lượng đầu tiên là 15£. Bảng 6.4 cho chúng ta biết chi phí cận biên của mỗi đơn vị sản lượng, tổng chi phí tăng thêm của việc tăng sản lượng thêm đơn vị cuối cùng.

Chi phí cận biên sẽ lớn tại mức sản lượng thấp và tại mức sản lượng cao. Chi phí cận biên thấp nhất tại mức sản lượng thứ 4, khi đó tổng chi phí tăng lên 7£.

Tại sao khi mức sản lượng tăng lên thì chi phí cận biên bắt đầu tăng sau đó giảm xuống, rồi lại tăng lên? Câu trả lời phản ánh các kỹ thuật sản xuất khác nhau. Ở mức sản lượng thấp, hãng sẽ sử dụng công nghệ đơn giản. Khi sản lượng tăng, nhiều máy móc hiện đại hơn được sử dụng tạo ra sản phẩm tăng thêm khá rẻ. Khi sản lượng ngày một tăng, sự khó khăn trong quản lý một hãng lớn ngày càng rõ nét. Việc tăng sản lượng ngày càng trở nên khó khăn và chi phí cận biên ngày một tăng.

Hình 6.1 chỉ ra mối quan hệ giữa sản lượng và chi phí cận biên thay đổi giữa các hãng. Với một mỏ than gần cạn kiệt thì sản xuất thêm lượng đầu ra chi phí cận biên sẽ tăng. Đối với nền công nghiệp sản xuất với khối lượng lớn thì khi tăng sản lượng đầu ra chi phí cận biên của nó có thể giảm xuống và sau đó sẽ không đổi (xem Hình 6.1).

Hình 6.1 Chi phí cận biên



Doanh thu cận biên

Vấn dựa vào Bảng 6.3, Bảng 6.5 cho chúng ta biết được doanh thu cận biên, tổng doanh thu tăng thêm khi một đơn vị sản lượng được bán thêm. Khi sản lượng tăng từ 0 đến 1 thì doanh thu tăng từ 0£ lên 21£. Doanh thu cận biên của đơn vị đầu tiên là 21£. Còn khi tăng sản lượng từ 7 lên 8 đơn vị thì doanh thu tăng từ 105£ lên 112£ và doanh thu cận biên bằng 7£. Tổng doanh thu và doanh thu cận biên phụ thuộc vào đường cầu đối với sản phẩm của hãng.

Doanh thu được trình bày ở Hình 6.2 và nó giảm xuống khi tăng sản lượng và có thể âm khi mức sản lượng cao. Khi bán 11 chiếc thì giá có thể chỉ được 10£ mỗi chiếc. Tổng doanh thu đạt được là 110£. Vì 10 chiếc thì thu được 120£ ở Bảng 6.5, doanh thu cận biên của việc tăng từ 10 lên 11 chiếc thì là 110£ trừ đi 120£ bằng -10£.

Doanh thu cận biên = Doanh thu tăng thêm khi làm ra và bán thêm 1 sản phẩm

Bảng 6.5 Giá, tổng doanh thu và doanh thu cận biên

Sản lượng	Giá (£)	Tổng doanh thu (£)	Doanh thu cận biên (£)
0	-	0	
1	21	21	21
2	20	40	19
3	19	57	17
4	18	72	15
5	17	85	13
6	16	96	11
7	15	105	9
8	14	112	7
9	13	117	5
10	12	120	3

Đường cầu dốc xuống. Để bán được nhiều sản phẩm thì phải giảm giá bán. Việc bán thêm 1 đơn vị sản lượng với mức giá thấp hơn là thành phần đầu tiên của doanh thu cận biên. Tuy nhiên, thực tế khi hãng bán thêm sản phẩm thì phải giảm giá đối với tất cả các đơn vị sản lượng trước đây so với giá mà nó có thể bán được. Tác động này làm giảm doanh thu cận biên khi bán thêm 1 đơn vị sản lượng.

Doanh thu cận biên giảm đều bởi 2 lý do. Thứ nhất vì đường cầu là đường dốc xuống, 1 đơn vị bán thêm phải bán ở mức giá thấp hơn. Thứ hai, việc giảm giá liên

tục gây giảm doanh thu do bán đơn vị sản phẩm hiện có và với sản lượng đầu ra hiện có lớn hơn sẽ làm doanh thu ngày càng giảm khi giá bán chúng ngày càng giảm. Tóm lại, (a) doanh thu cận biên giảm khi tăng sản lượng và (b) doanh thu cận biên nhỏ hơn giá bán đơn vị sản lượng cuối cùng vì một mức giá thấp hơn sẽ làm giảm doanh thu kiếm được từ việc bán sản lượng hiện có.

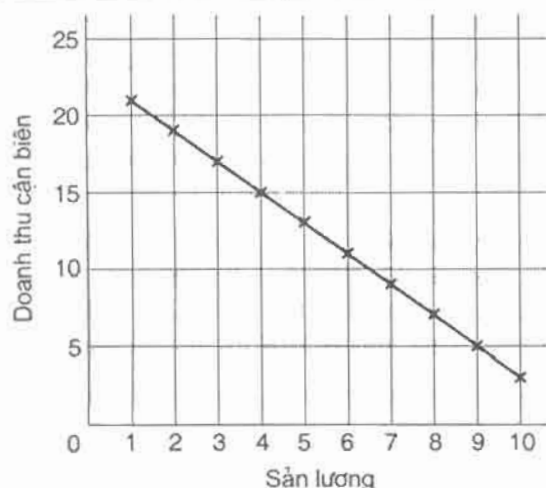
Hộp 6-2 Vây hăng là gì?

Một số thứ được trao đổi trên thị trường, một số thứ khác được tổ chức bởi hệ thống mệnh lệnh theo chiều dọc trong nội bộ một hãng trước khi sự trao đổi diễn ra. Ông chủ muốn một tách cafe sẽ không tổ chức đấu giá, ông ta sẽ nói một người nào đó làm nó.

Một quan điểm là các hãng có được "những phối hợp tinh", những lợi ích từ các hoạt động có liên quan chặt chẽ. Sẽ là hợp lý nếu kết hợp các hoạt động sản xuất có liên quan cùng với nhau trước khi bán đi cả gói đó. Một quan điểm khác là các hãng đòi hỏi lòng tin và tinh thần làm việc theo nhóm, các mối quan hệ dài hạn. Các hãng là các dụng cụ để

kết dính lại các mối quan hệ dài hạn mà tính hiệu quả đời đời chúng.

Quan điểm thứ ba và là quan điểm gần đây nhất là các hãng thể hiện các hợp đồng không hoàn chỉnh. Nếu người ta có thể thấy được điều gì xảy ra, họ có thể tham gia vào một giao dịch thị trường, ký một hợp đồng làm rõ những xảy ra trong mọi tình huống. Nhưng một số tình huống tương lai không thể dự đoán trước được: không một hợp đồng nào có thể đảm bảo chúng. Quyền lực - hệ thống cấp bậc ra quyết định trong hãng - chỉ rõ ai là người phân xử nếu một sự kiện ngẫu nhiên khác thường xảy ra.

Hình 6.2 Doanh thu cận biên

Doanh thu cận biên là phần tăng trong doanh thu của hãng do bán thêm 1 đơn vị. Nếu hãng có thể bán nhiều sản phẩm hơn chỉ bằng cách giảm giá bán, doanh thu cận biên sẽ giảm khi sản lượng tăng.

Bảng 6.6 Sử dụng doanh thu biên và chi phí biên lựa chọn sản lượng

Sản lượng	MR (£)	MC (£)	MR - MC (£)	Quyết định sản lượng
1	21	15	6	Tăng
2	19	11	8	Tăng
3	17	8	9	Tăng
4	15	7	8	Tăng
5	13	8	5	Tăng
6	11	10	1	
7	9	12	-3	Giảm
8	7	14	-7	Giảm
9	5	16	-11	Giảm
10	3	18	-15	Giảm

MR lại nhỏ hơn MC. 6 đơn vị là mức sản lượng tốt nhất. Tuy nhiên, nếu hãng chịu mức chi phí lớn dù có sản xuất hay không (ví dụ trả lương quá nhiều cho giám đốc quản lý) thì lợi nhuận từ việc sản xuất 6 đơn vị có thể không bù đắp được chi phí cố định. Do phải trả chi phí cố định đó, nên mức sản lượng 6 đơn vị là mức sản lượng tối thiểu hoá phần thua lỗ. Hãng có thể tránh được thua lỗ bằng cách đóng cửa. Chúng ta sẽ xem xét kỹ hơn vấn đề này ở chương sau.

Tóm lại, một hãng tối đa hoá lợi nhuận nên tăng sản lượng nếu doanh thu cận biên vượt quá chi phí cận biên nhưng dừng việc tăng sản lượng ngay khi chi phí cận biên vượt quá doanh thu cận biên. Quy luật này dẫn đến việc các hãng lựa chọn được mức sản lượng tốt nhất. Nếu hãng không thu được lợi nhuận dương thì hãng nên đóng cửa.

Hình dáng của đường doanh thu cận biên giống hình dáng của đường cầu của hãng. Một hãng nhỏ trong một thị trường lớn có thể bán bao nhiêu sản phẩm mà nó muốn mà không ảnh hưởng tới giá cả thị trường. Đường cầu của hãng là đường nằm ngang tại mức giá hiện hành. Trong trường hợp đặc biệt này, giá sẽ bằng doanh thu cận biên. Đối với sản lượng hiện có, doanh thu sẽ không bị mất khi ngày càng nhiều sản lượng được bán ra.

MR, MC và lựa chọn mức sản lượng

Kết hợp chi phí cận biên (MC) và doanh thu cận biên (MR). Bảng 6.6 xem xét sản lượng tối đa hoá lợi nhuận của hãng. Nếu MR vượt quá MC, 1 đơn vị sản lượng tăng thêm sẽ làm tăng lợi nhuận. Cột cuối cùng cho ta biết lý do tại sao hãng sản xuất ít nhất là 6 đơn vị sản lượng. Bây giờ hãng đang xem xét việc tăng sản lượng từ 6 lên 7 đơn vị. Doanh thu cận biên là 9£ và chi phí cận biên là 12£. Lợi nhuận sẽ giảm 3£. Không nên tăng sản lượng lên 7 đơn vị hoặc bất kỳ mức nào cao hơn thế. Hãng chỉ nên mở rộng sản xuất tới 6 đơn vị. Ở mức sản lượng đó hãng sẽ tối đa hoá lợi nhuận như chúng ta biết từ Bảng 6.5.

Tổng chi phí và tổng doanh thu so với chi phí cận biên và doanh thu cận biên

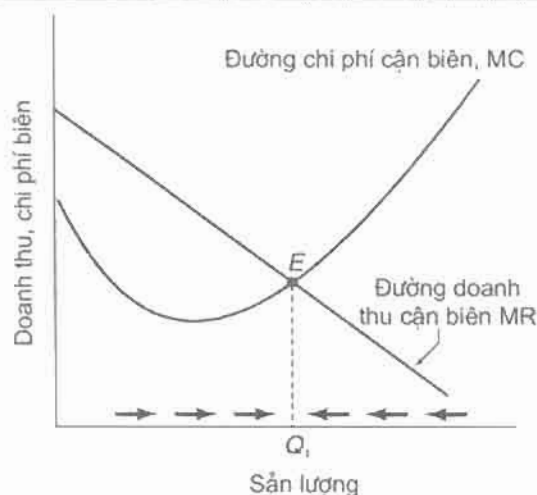
Bảng 6.5 dựa vào tổng chi phí và tổng doanh thu, Bảng 6.6 thì dựa vào chi phí cận biên và doanh thu cận biên, là các cách khác nhau để giải quyết cùng một vấn đề. Các nhà kinh tế sử dụng thường xuyên việc phân tích cận biên. Liệu có sự thay đổi nhỏ nào có thể làm cho hãng hoạt động tốt hơn không? Nếu có thì tình trạng hiện tại không thể là tốt nhất và cần có sự thay đổi.

Phân tích cận biên cần phải có sự xem xét cẩn trọng. Nó có thể bỏ lỡ tất cả lựa chọn hoặc không. Ví dụ, giả sử MR vượt quá MC cho đến mức sản lượng 6 đơn vị, nhưng sau đó

6.7 Đường chi phí cận biên và đường doanh thu cận biên

Cho đến bây giờ chúng ta đã giả thuyết hãng sản xuất hàng hóa với số nguyên, như là 0, 1 hoặc 2, hơn là một lượng như 1,5 hay 6,7. Sản lượng đầu ra không giới hạn với các số nguyên. Đối với các hàng hoá như lúa mì và sữa, các hãng có thể bán những lượng lẻ. Còn đối với những hàng hoá như ô tô thì hãng có thể bán theo đơn vị, hãng có thể bán 75 chiếc ô tô trong một tuần. Như vậy, sẽ dễ hình dung các hãng thay đổi mức sản lượng và tiêu thụ liên tục.

Hình 6.3 Doanh thu cận biên và chi phí cận biên



Đường doanh thu cận biên và chi phí cận biên cho thấy sự thay đổi từ từ ở đây. Mức tối ưu của hãng là Q_1 , tức là mức sản lượng mà tại đó, doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Bất cứ ở nơi nào bên trái Q_1 , doanh thu cận biên lớn hơn chi phí cận biên và hãng cần tăng thêm sản lượng, như mũi tên chỉ trên hình vẽ. Khi sản lượng lớn hơn Q_1 , doanh thu cận biên ít hơn chi phí cận biên và lợi nhuận tăng bằng cách giảm sản lượng. Điều này được thấy qua hình các mũi tên chỉ sang phía trái đối với mức sản lượng trên Q_1 . Một lần nữa, nếu hãng thua lỗ tại Q_1 , thì nó phải kiểm tra lại xem liệu khi không hề sản xuất có tốt hơn khi sản xuất ở điểm Q_1 không.

Chúng ta có thể vẽ những đường thay đổi từ từ về doanh thu cận biên và chi phí cận biên như Hình 6.3. Lợi nhuận sẽ cực đại tại điểm E giao giữa hai đường. Sản lượng tối đa hoá lợi nhuận (hay tối thiểu hóa phần thua lỗ) là Q_1 . Với một mức sản lượng thấp hơn, doanh thu cận biên vượt quá chi phí cận biên và việc mở rộng sản xuất sẽ tăng lợi nhuận (hoặc giảm phần lỗ).

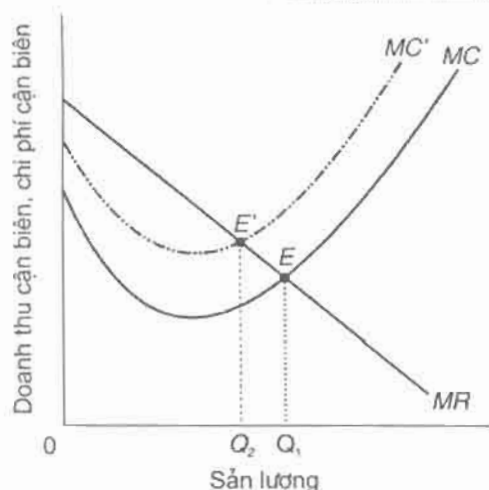
Phía bên phải của Q_1 , MC vượt quá MR. Việc mở rộng sản xuất sẽ làm tăng mức chi phí nhiều hơn mức doanh thu, và việc thu hẹp sản xuất sẽ tiết kiệm chi phí nhiều hơn so với doanh thu bị mất. Vì động cơ lợi nhuận, sản lượng sẽ được tăng ở bên trái Q_1 và được giảm ở bên phải Q_1 như được biểu hiện ở mũi tên trong Hình 6.3. Động cơ này sẽ dẫn các hãng đến việc lựa chọn mức sản lượng Q_1 . Ở Q_1 doanh thu cận biên đúng bằng chi phí cận biên. Bảng 6.7 tóm tắt các điều kiện để xác định sản lượng đầu ra tối đa hoá lợi nhuận.

Bảng 6.7 Hãng lựa chọn sản lượng

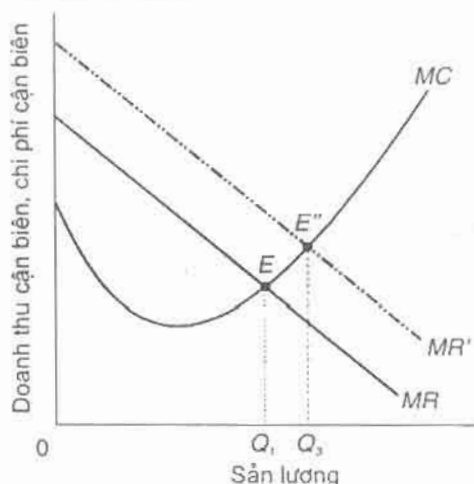
Điều kiện cận biên	Quyết định sản lượng	Kiểm tra
$MR > MC$	Tăng	
$MR < MC$	Giảm	
$MR = MC$	Không đổi	Nếu lợi nhuận lớn hơn 0, tiếp tục sản xuất còn không thì dừng

Những thay đổi trong chi phí

Giả sử các hãng phải trả giá cao hơn cho nguyên vật liệu. Tại mỗi mức sản lượng đầu ra, chi phí cận biên sẽ cao hơn ban đầu. Hình 6.4 cho chúng ta thấy MC sẽ dịch chuyển lên trên tới MC' . Bây giờ hãng sẽ sản xuất tại điểm E' . Chi phí cận biên cao hơn làm giảm mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận từ Q_1 xuống Q_2 .

Hình 6.4 Chi phí cận biên tăng làm giảm sản lượng

Đường cong chi phí cận biên chuyển từ MC lên MC' do kết quả của việc tăng chi phí sử dụng một yếu tố sản xuất; ví dụ như tiền công có thể đã tăng. Việc dịch chuyển lên trên này đưa điểm cắt giữa các đường MC và MR từ E lên E' và dẫn đến mức sản lượng thấp hơn. Sản lượng giảm từ Q_1 xuống Q_2 . Do vậy, chi phí của hãng thì tăng, nó sẽ quyết định sản xuất ít hơn.

Hình 6.5 Sự dịch chuyển lên trên của đường doanh thu cận biên làm tăng sản lượng

Khi đường MR dịch chuyển lên phía trên từ MR đến MR', điểm cắt giữa đường MR và MC chuyển từ E lên E''. Mức sản lượng tối ưu của hãng tăng từ Q_1 đến Q_3 . Việc dịch chuyển đường doanh thu cận biên lên trên có thể là do việc tăng số khách hàng của hãng trên thị trường.

Đường cầu dịch chuyển

Giả sử đường cầu của hãng và đường doanh thu cận biên của hãng dịch chuyển lên trên. Tại mỗi mức sản lượng, giá và doanh thu cận biên cao hơn trước. Hình 6.5 cho thấy đường MR dịch chuyển lên MR', làm cho các hãng phải chuyển từ E sang E''. Cầu cao hơn làm cho các hãng tăng mức sản lượng từ Q_1 lên Q_3 .

Các hãng có xác định được đường chi phí cận biên và doanh thu cận biên của họ?

Các hãng trên thực tế liệu có biết đường chi phí cận biên và doanh thu cận biên của họ, đó là chưa nói đến việc tính toán phức tạp để đảm bảo sản lượng cân bằng được 2 đường này.

Điều quan trọng là những thử nghiệm như vậy không cần thiết đối với sự thích hợp của mô hình cung ứng của chúng ta. Nếu may mắn, linh cảm hay suy xét, thì hãng có thể thành công trong việc tối đa hoá lợi nhuận ở điểm mà chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên. Những phân tích trên đơn thuần là để tìm kiếm những nhà quản lý có linh cảm tốt trong việc đưa ra những quyết định đúng đắn để tồn tại trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.

Chương này đã giới thiệu cho chúng ta về doanh thu và chi phí. Chương sau chúng ta sẽ đi vào chi tiết hơn nhưng bây giờ chúng ta đã có cơ sở lý thuyết về cách mà các hãng lựa chọn sản lượng. Các hãng chọn mức sản lượng nào để tối đa hoá lợi nhuận. Với mức sản lượng đó thì chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên.

TÓM TẮT

- **Lý thuyết cung** là lý thuyết về vấn đề lựa chọn sản lượng sản xuất của các hãng.
- Có 3 loại hãng: doanh nghiệp một chủ, doanh nghiệp đồng sở hữu và các công ty. Doanh nghiệp một chủ nhiều nhất nhưng có quy mô nhỏ. Các hãng lớn là các công ty.

- Các công ty thuộc sở hữu của các cổ đông nhưng được điều hành bởi ban giám đốc.
- Các cổ đông có **trách nhiệm hữu hạn**. Doanh nghiệp đồng sở hữu và doanh nghiệp một chủ có **trách nhiệm vô hạn**.
- **Doanh thu** là những gì mà doanh nghiệp thu được khi bán sản phẩm. **Chi phí** là các khoản chi trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. **Lợi nhuận** là phần chênh lệch giữa doanh thu và chi phí.
- **Chi phí bao gồm cả chi phí cơ hội** của mọi nguồn lực trong sản xuất. **Chi phí cơ hội** là số tiền mà khoản đầu tư có thể thu được nếu sử dụng nó vào việc khác với mức trả cao hơn. Đặc biệt chi phí kinh tế bao gồm cả chi phí thời gian và công sức điều hành doanh nghiệp. **Chi phí kinh tế** bao gồm cả chi phí cơ hội của nguồn vốn được sử dụng của hãng. **Siêu lợi nhuận** của hãng là lợi nhuận thuần túy trả cho người sở hữu sau khi trừ đi các loại chi phí.
- Các hãng được giả định là theo đuổi mục tiêu **tối đa hoá lợi nhuận**. Mặc dù các hãng được điều hành bởi những người quản lý chứ không phải người sở hữu, nhưng tối đa hoá lợi nhuận là một giả thuyết có lợi để điều hành hành vi của hãng. Các hãng kinh doanh thua lỗ không thể tiếp tục kinh doanh mãi được.
- Nhằm tối đa hoá lợi nhuận, các hãng cần phải sản xuất mức sản lượng với chi phí càng rẻ càng tốt. Tối đa hoá lợi nhuận đòi hỏi phải tối thiểu hoá chi phí ở mỗi mức sản lượng.
- Các hãng lựa chọn **mức sản lượng tối ưu** để tối đa hoá lợi nhuận kinh tế. Quyết định này có thể được mô tả tương đương với việc xem xét doanh thu cận biên và chi phí cận biên. **Chi phí cận biên** là chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm 1 đơn vị sản lượng. **Doanh thu cận biên** là mức thay đổi tương ứng của tổng doanh thu và phụ thuộc vào đường cầu sản phẩm của hãng. **Lợi nhuận tối đa tại mức sản lượng mà ở đó chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên**. Nếu lợi nhuận âm ở mức sản lượng đó thì hãng nên đóng cửa nếu như việc này giảm bớt thua lỗ.
- Dịch chuyển đường chi phí cận biên lên trên sẽ làm giảm sản lượng. Dịch chuyển đường doanh thu cận biên lên trên sẽ làm tăng sản lượng.
- Các hãng cần phải xác định đường chi phí cận biên và doanh thu cận biên. Điều chỉnh $MC = MR$ là một phương pháp mà các nhà kinh tế sử dụng mô phỏng theo linh cảm của các hãng thành công trong quản lý, có nghĩa là xác định đúng mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Điều sau đây ảnh hưởng như thế nào đến bản báo cáo thu nhập đối với hãng R-a-P trong Bảng 6.1? (a) R-a-P nợ công nhân 70.000£ vì việc họ đã làm trong năm. (b) Thay vì thuê văn phòng, R-a-P có văn phòng của mình. (c) Trong năm đó R-a-P thu được nợ từ năm trước.
- 2 R-a-P do 1 người chủ điều hành, ông ta có thể kiếm được 40.000£ một năm nếu làm việc ở hãng khác. Ông ta đầu tư 20.000£ vào Công ty R-a-P mà có thể kiếm được lãi suất 12% ở chỗ khác. Lợi nhuận kinh tế hãng R-a-P thu được là bao nhiêu? (Sử dụng Bảng 6.1).
- 3 (a) Giả sử công ty Snark International vay thêm 50.000£ từ ngân hàng và tăng thêm hàng lưu kho. Hãy cho biết bảng cân đối kế toán bị ảnh hưởng như thế nào? (Bảng 6.2). (b) Lãi trả cho các khoản vay được thể hiện như thế nào trong bản báo cáo thu nhập của hãng Snark International?

- 4 (a) Có phải tất cả các hãng theo đuổi mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận? (b) Các hãng có nên ủng hộ hoạt động từ thiện, nghệ thuật và vận động chính trị? Điều đó có mâu thuẫn với ý (a) không?
- 5 Bảng 6.3, giả sử tổng chi phí sản xuất ở mỗi mức sản lượng cao hơn 40£ so với chi phí trong cột 4 trong bảng. Hãng sẽ quyết định sản xuất ở mức sản lượng là bao nhiêu? Giải thích.
- 6 Một hãng có chi phí như ở Bảng 6.4, có thể bán bất kỳ mức sản lượng nào nó muốn ở mức giá 13£. (a) Vẽ đường MR và MC? (b) Sản lượng sản xuất sẽ là bao nhiêu?
- 7 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định sau là sai? (a) Các hãng có lợi nhuận tính toán chắc chắn sẽ phát triển. (b) Các hãng không biết chi phí cận biên của mình. Lý thuyết cung không thể giả định rằng các hãng đặt doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. (c) Để tối đa hóa lợi nhuận, cần tối đa hóa lượng bán.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 682.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

Chương 7

Cung và chi phí

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Hàm sản xuất.
- 2 Công nghệ và kỹ thuật sản xuất.
- 3 Việc lựa chọn kỹ thuật sản xuất phụ thuộc vào giá các yếu tố đầu vào như thế nào.
- 4 Tổng chi phí, chi phí trung bình, chi phí cận biên trong ngắn hạn và dài hạn.
- 5 Hiệu suất theo quy mô và mối quan hệ của nó với các đường chi phí trung bình.
- 6 Các yếu tố đầu vào cố định và biến đổi trong ngắn hạn.
- 7 Quy luật hiệu suất giảm dần.
- 8 Một hãng lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn và dài hạn như thế nào.

Chương 6 giới thiệu lý thuyết về cung. Các hãng lựa chọn mức sản lượng tại đó chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên và thu được lợi nhuận tối đa (thua lỗ tối thiểu). Nếu lợi nhuận là dương, hãng sẽ sản xuất tại mức sản lượng đó. Nếu lợi nhuận là âm, hãng sẽ xem xét có nên tiếp tục sản xuất hay không. Chương này sẽ phát triển sâu hơn lý thuyết về cung.

Chúng ta phân biệt quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn và dài hạn. Chẳng có hãng nào vẫn tiếp tục kinh doanh nếu lợi nhuận âm mãi mãi. Bây giờ, chúng ta có thể chỉ ra trong ngắn hạn, khi hãng không thể phản ứng hoàn toàn với sự thay đổi của các điều kiện về cầu và chi phí; và trong dài hạn, khi hãng có thể điều chỉnh hoàn toàn thì tại sao các đường chi phí lại khác nhau và khác như thế nào.

Hình 7.1 tóm tắt nội dung cơ bản của chương này. Bao trùm lên tất cả là vấn đề về chi phí. Bởi vì có quá nhiều đường chi phí, bạn có thể kiểm tra lại ở Hình 7.1. Chúng ta sẽ bắt đầu bằng việc đưa ra hàm sản xuất, khái niệm miêu tả công nghệ của hãng.

7.1 Đầu vào và đầu ra

Một yếu tố đầu vào là một hàng hóa hoặc dịch vụ được sử dụng để sản xuất ra sản lượng đầu ra.

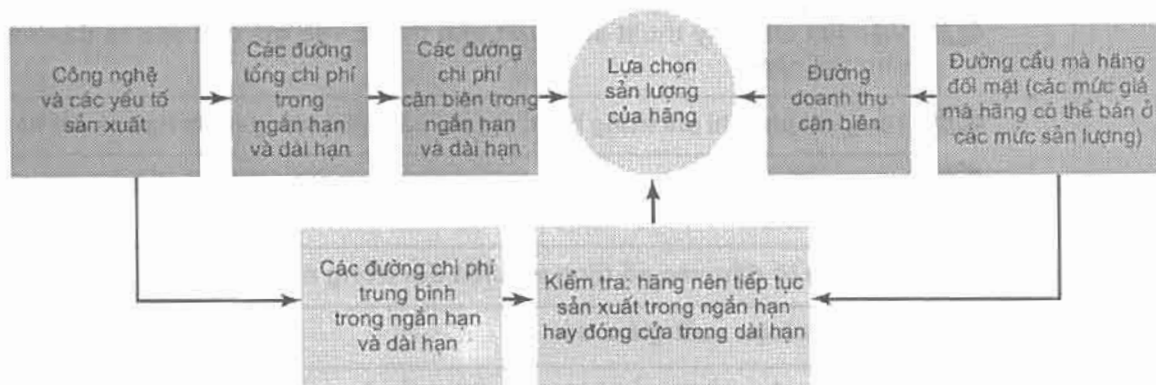
Yếu tố đầu vào bao gồm lao động, máy móc, nhà xưởng, nguyên liệu và năng lượng. Giả sử hãng sử dụng các yếu tố đầu vào để sản xuất Snark. Đây là một vấn đề về kỹ thuật và quản lý. Hàm sản xuất biểu diễn mối quan hệ kỹ thuật hiệu quả của việc kết hợp các yếu tố đầu

Kỹ thuật sản xuất là cách kết hợp các yếu tố đầu vào một cách hiệu quả để sản xuất ra một mức sản lượng cho trước. Hiệu quả được hiểu là không còn cách nào khác để sản xuất ra mức sản lượng cho trước đó mà nếu sử dụng ít yếu tố đầu vào này thì bắt buộc phải tăng yếu tố đầu vào kia. **Hàm sản xuất** là tập hợp của tất cả các kỹ thuật sản xuất hiệu quả đó.

vào để sản xuất ra sản lượng đầu ra. Bởi vì, các hãng tối đa hóa lợi nhuận không muốn sản xuất bằng các phương pháp sản xuất lãng phí, cho nên chúng ta giới hạn sự quan tâm vào những phương pháp sản xuất có hiệu quả.

Để tạo ra 1 Snark, phương pháp A cần 2 công nhân và 1 máy, nhưng phương pháp B cần 2 công nhân và 2 máy. Phương pháp B ít hiệu quả hơn phương pháp A. Nó sử dụng cùng số lượng lao động nhưng lại nhiều máy hơn. Phương pháp B không được đề cập đến trong hàm sản xuất.

Hình 7.1 Lý thuyết cung hoàn chỉnh



Sơ đồ này có thể mở rộng phân tích Chương 6 theo 2 cách. Thứ nhất, nghiên cứu riêng các đường chi phí trong ngắn hạn, dài hạn và các quyết định sản lượng. Thứ hai, chúng ta bắt đầu bằng các đường tổng chi phí để chỉ ra hãng sẽ lựa chọn cách sản xuất với chi phí thấp nhất ở mỗi mức sản lượng với các công nghệ có sẵn.

Kỹ thuật là một cách kết hợp cụ thể các yếu tố đầu vào để sản xuất ra các yếu tố đầu ra. **Công nghệ** là một loạt các kỹ thuật đã biết. **Tiến bộ kỹ thuật** là một kỹ thuật mới cho phép sản xuất ra một mức sản lượng như trước nhưng sử dụng ít yếu tố đầu vào hơn trước.

Bảng 7.1 chỉ ra một vài cách kết hợp của các yếu tố đầu vào trong hàm sản xuất. Hai dòng đầu chỉ ra 2 cách kết hợp để tạo ra 100 Snark: 4 máy và 4 lao động, hoặc 2 máy và 6 lao động. Dòng thứ ba chỉ ra ảnh hưởng khi thêm một lao động. Sản lượng tăng thêm 6. Dòng cuối cùng chỉ ra ảnh hưởng khi cả 2 yếu tố đầu vào ở dòng thứ hai tăng lên 2 lần thì sản lượng đầu ra cũng tăng lên gấp đôi, mặc dù người ta thường nói: có quá nhiều lao động trong một nhà máy nhỏ sẽ làm cho mọi người làm việc chậm hơn.

Bảng 7.1 cũng chỉ ra các cách kết hợp hiệu quả khác giữa lao động và vốn. Lúc này, một hãng xác định được hàm sản xuất bằng việc hoàn thành sự kết hợp một loạt các phương pháp sản xuất có hiệu quả thông qua ý kiến của các kỹ sư, các nhà thiết kế, các chuyên gia về thời gian và động cơ làm việc.

Một phương pháp sản xuất trước đây có hiệu quả nhưng có thể trở thành không có hiệu quả sau khi có sự tiến bộ về công nghệ cho phép tạo ra một cách sản xuất tốt hơn. Sự tiến bộ công nghệ này làm

Bảng 7.1 Hàm sản xuất

Sản lượng đầu ra	Vốn	Lao động
100	4	4
100	2	6
106	2	7
200	4	12

thay đổi hàm sản xuất. Bây giờ, giả định chúng ta đã có công nghệ nhất định và hàm sản xuất nhất định. Chương 30 sẽ đề cập đến sự tăng trưởng và tiến bộ công nghệ.

7.2 Chi phí và lựa chọn công nghệ

Hàm sản xuất là một quan hệ phụ thuộc giữa lượng các yếu tố đầu vào và lượng các yếu tố đầu ra. Nhưng để tính chi phí, chúng ta cần phải biết giá của các yếu tố đầu vào.

Hãy xem xét cách kết hợp với mức chi phí thấp nhất để sản xuất ra 100 Snark⁽¹⁾. Giả sử có 2 cách kết hợp hiệu quả, 2 dòng đầu của Bảng 7.1 được đưa vào 2 cột đầu của Bảng 7.2 và gọi là kỹ thuật A và B. Giá thuê một máy là 320£ và giá trả cho một lao động là 300£.

Để tạo ra 100 Snark, Bảng 7.2 đưa ra tổng chi phí cho kỹ thuật A là 2480£ và kỹ thuật B là 2440£. Hãng lựa chọn kỹ thuật B. 100 Snark với chi phí 2440£ là một điểm nằm trên đường tổng chi phí. Đó là phương pháp sản xuất hiệu quả nhất với giá thuê máy và thu : lao động như Bảng 7.2.

Để có toàn bộ đường tổng chi phí, chúng ta tính toán cho từng mức sản lượng. Hàm sản xuất giúp chúng ta xác định số lượng yếu tố đầu vào cần sử dụng của mỗi kỹ thuật. Sử dụng giá của mỗi yếu tố đầu vào, chúng ta tính toán chi phí sử dụng mỗi phương án kỹ thuật và lựa chọn được kỹ thuật sản xuất có chi phí thấp nhất. Nối những điểm đó lại với nhau, chúng ta có đường tổng chi phí, trên đó ta có thể dịch chuyển từ một mức sản lượng này đến mức sản lượng khác nhau. Từ đường tổng chi phí, ta xác định đường chi phí cận biên - là phần tăng thêm của tổng chi phí khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.

Bảng 7.2 Lựa chọn kỹ thuật sản xuất với chi phí thấp nhất

Kỹ thuật	Số lượng vốn	Số lượng lao động	Giá thuê máy (£/máy)	Giá thuê lao động (£/người)	Chi phí vốn (£)	Chi phí lao động (£)	Tổng chi phí (£)
A	4	4	320	300	1280	1200	2480
B	2	6	320	300	640	1800	2440

Cường độ yếu tố sản xuất

Một kỹ thuật sản xuất sử dụng rất nhiều vốn và ít lao động gọi là "hướng tư bản". Ngược lại, một kỹ thuật sử dụng nhiều lao động và ít vốn hơn gọi là "hướng lao động". Ở Bảng 7.2, kỹ thuật A có xu hướng sử dụng nhiều vốn hơn và ít lao động hơn kỹ thuật B. Theo kỹ thuật A, tỷ lệ vốn/lao động là 1 trong khi theo kỹ thuật B tỷ lệ này là 1/3.

Giá các yếu tố đầu vào và lựa chọn kỹ thuật sản xuất

Với giá của vốn và lao động như ở Bảng 7.2, kỹ thuật sản xuất sử dụng nhiều lao động là rẻ hơn. Giả sử, tiền lương trả cho lao động tăng từ 300£ lên 340£: lao động thì đắt hơn còn giá của vốn vẫn giữ nguyên. Giá tương đối của lao động so với vốn tăng lên.

⁽¹⁾ Vì sản lượng, doanh thu và chi phí đều là các lường, nên chúng cần được tính toán theo tuần hoặc theo năm. Chúng ta bỏ qua đơn vị thời gian nhưng không quên chúng là các lường chứ không phải dự trữ.

Chúng ta đặt ra 2 câu hỏi. Thứ nhất, điều gì xảy ra với tổng chi phí để sản xuất ra 100 Snark? Thứ hai, kỹ thuật sản xuất nào lúc này được ưa chuộng hơn? Bảng 7.3 tính toán tổng chi phí với mức giá thuê lao động mới. Bởi vì, cả 2 kỹ thuật đều sử dụng nhiều lao động nên tổng chi phí tăng lên. Khi tính tổng chi phí cho tất cả các mức sản lượng, đường tổng chi phí dịch chuyển lên trên khi mức tiền lương tăng lên.

Trong ví dụ này, giá tương đối của lao động tăng lên làm cho hãng sẽ lựa chọn kỹ thuật sản xuất B sử dụng nhiều vốn hơn.

Bảng 7.3 Ảnh hưởng của giá thuê lao động tăng lên

Khả năng	Số lượng vốn	Số lượng lao động	Giá thuê máy (£/máy)	Giá thuê lao động (£/người)	Chi phí vốn (£)	Chi phí lao động (£)	Tổng chi phí (£)
A	4	4	320	340	1280	1360	2640
B	2	6	320	340	640	2040	2680

7.3 Tổng chi phí, chi phí trung bình, chi phí cận biên trong dài hạn

Dài hạn là khoảng thời gian đủ để hãng thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào. Ngắn hạn, hãng chỉ có thể thay đổi một phần trong số các yếu tố đầu vào đang sử dụng.

Tổng chi phí dài hạn là chi phí tối thiểu để sản xuất mỗi mức sản lượng khi hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào. **Chi phí cận biên dài hạn** là mức tăng tổng chi phí dài hạn khi sản lượng tăng thêm một đơn vị.

Chi phí trung bình dài hạn bằng tổng chi phí LTC chia cho mức sản lượng Q.

Khi đối mặt với sự dịch chuyển lên trên của đường cầu và đường doanh thu cận biên, như đã giải thích ở Chương 6, một hãng sẽ mở rộng sản lượng. Tuy nhiên, sự điều chỉnh này cần có thời gian. Đầu tiên, hãng sẽ giữ nguyên số lượng lao động nhưng yêu cầu làm thêm giờ. Trong dài hạn, hãng có thể thay đổi quy mô nhà máy, thay đổi phương thức sản xuất, thuê nhiều lao động hơn và có thêm nhiều hợp đồng mới với các nhà cung cấp nguyên vật liệu.

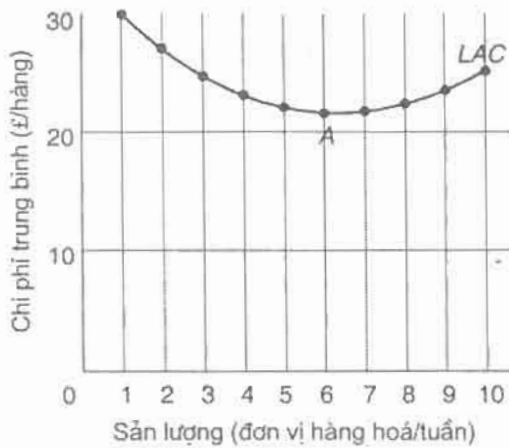
Hãng có thể thay đổi ngay thời lượng ca làm việc. Thuê thêm công nhân có lẽ sẽ mất nhiều thời gian hơn, có khi mất hàng năm trước khi thiết kế, xây dựng và đưa vào hoạt động một nhà máy mới. Trong mục này, chúng ta đưa ra đường tổng chi phí dài hạn khi hãng có thể tiến hành tất cả các sự điều chỉnh mà hãng mong muốn.

Bảng 7.4 minh họa tổng chi phí dài hạn LTC và chi phí cận biên dài hạn LMC. Bởi vì, luôn có một lựa chọn là hãng có thể đóng cửa toàn bộ cho nên khi không sản xuất đơn vị sản lượng nào LTC sẽ bằng 0. LTC là tất cả các chi phí sau khi hãng đã tiến hành điều chỉnh tất cả các nguồn lực.

Bảng 7.4 cũng minh họa đường LMC. LTC sẽ tăng lên khi sản lượng tăng lên. LMC sẽ là phần tăng thêm của LTC khi sản xuất đơn vị sản phẩm cuối cùng.

Một hãng lớn có thể sản xuất sản phẩm với chi phí thấp hơn một hãng nhỏ không? Hay hãng lại gặp phải bất lợi do quy mô lớn? Để trả lời được câu hỏi này cần quan tâm đến chi phí trung bình.

Bảng 7.4 cũng minh họa đường tổng chi phí trung bình dài hạn LAC (cột 2/cột 1). Đường LAC được vẽ ở Hình 7.2. Chi phí trung bình ban đầu cao, sau đó giảm xuống, cuối cùng lại tăng lên. Hình dạng phổ biến của LAC là dạng hình chữ U. Để xem tại sao đây là hình dạng phổ biến của đường chi phí trung bình ta xem xét vấn đề “hiệu suất theo quy mô”.

Hình 7.2 Đường LAC

Đường LAC minh họa số liệu ở cột cuối trong Bảng 7.4. Đường LAC có dạng hình chữ U. Mức chi phí trung bình thấp nhất tại A, với sản lượng bằng 6 và chi phí bằng 21 £.

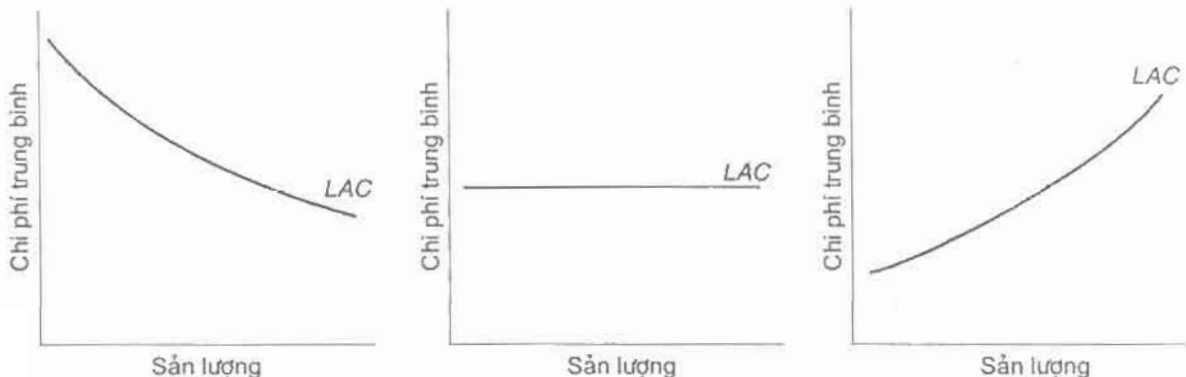
Bảng 7.4 Các chi phí dài hạn

(1) Sản lượng	(2) Tổng chi phí (£)	(3) Chi phí cận biên (£)	(4) Chi phí trung bình (£)
0	0		-
1	30	30	30
2	54	24	27
3	74	20	24,67
4	91	17	22,75
5	107	16	21,40
6	126	19	21,00
7	149	23	21,29
8	176	27	22,00
9	207	31	23,00
10	243	36	24,30

7.4 Hiệu suất theo quy mô

Quy mô liên quan đến sản lượng của hãng. Có 3 trường hợp trong Hình 7.3.

Ở Hình 7.2, chi phí trung bình có tính kinh tế theo quy mô tại điểm A, điểm có chi phí trung bình thấp nhất. Sau mức sản lượng tương ứng với A là tính phi kinh tế theo quy mô. Tại sao hãng đạt được tính kinh tế ở những mức sản lượng nhỏ hơn, còn ở những mức sản lượng lớn hơn lại là tính phi kinh tế theo quy mô?

Hình 7.3 Hiệu suất theo quy mô và chi phí trung bình dài hạn

- a) Tính kinh tế của quy mô, hay hiệu suất tăng theo quy mô
 b) Hiệu suất không đổi theo quy mô
 c) Tính phi kinh tế của quy mô, hay hiệu suất giảm theo quy mô

3 đường LAC minh họa mối quan hệ giữa hiệu suất theo quy mô và hình dạng của đường LAC. Khi LAC giảm xuống, chi phí trung bình giảm khi sản lượng tăng và có hiệu suất tăng theo quy mô. Khi LAC tăng, chi phí trung bình cũng tăng lên khi mức sản lượng tăng thì có hiệu suất giảm theo quy mô. Trường hợp giữa, khi chi phí trung bình không đổi thì có hiệu suất không đổi theo quy mô.

Chúng ta vẽ một đường chi phí với mức giá cho trước của các yếu tố đầu vào. Sự thay đổi của chi phí trung bình khi di chuyển dọc theo đường chi phí LAC không thể

Tính kinh tế của quy mô (hiệu suất tăng theo quy mô) nghĩa là chi phí trung bình dài hạn giảm khi sản lượng tăng. **Tính phi kinh tế của quy mô (hiệu suất giảm theo quy mô)** nghĩa là chi phí trung bình dài hạn tăng khi sản lượng tăng. **Hiệu suất không đổi theo quy mô** nghĩa là chi phí trung bình dài hạn không đổi khi sản lượng tăng.

được giải thích bằng sự thay đổi trong giá của các yếu tố đầu vào (sự thay đổi của giá yếu tố đầu vào làm dịch chuyển đường chi phí). Mối quan hệ giữa chi phí trung bình và sản lượng phụ thuộc vào mối quan hệ kỹ thuật của các yếu tố đầu vào và sản lượng đầu ra được thể hiện trong hàm sản xuất.

Tính kinh tế của quy mô

Có 3 lý do dẫn đến tính kinh tế của quy mô. Thứ nhất là do tính không thể chia nhỏ được trong quá trình sản xuất có nghĩa là để bắt đầu kinh doanh, một hãng cần một số yếu tố đầu vào tối thiểu kể cả hãng có sản xuất hay không. Các yếu tố đầu vào này có khi được gọi là chi phí cố định, bởi vì chúng không thay đổi khi sản lượng thay đổi. Để bắt đầu công việc kinh doanh, hãng cần một người quản lý, một máy điện

thoại, một kế toán và một nhà nghiên cứu thị trường. Nhưng hãng không thể có một nửa người quản lý, một nửa máy điện thoại chỉ vì hãng muốn hoạt động ở mức sản lượng thấp.

Bắt đầu với mức sản lượng thấp, ban đầu các chi phí này không tăng khi sản lượng tăng lên. Một người quản lý dễ dàng kiểm soát 3 công nhân cũng dễ dàng như kiểm soát 2 công nhân. Và không cần đến chiếc điện thoại thứ hai. Hãng có thể đạt được tính kinh tế của quy mô bởi vì những chi phí cố định này không thay đổi khi hãng tăng sản lượng, làm cho chi phí trung bình cho một đơn vị sản phẩm giảm xuống. Tuy nhiên, khi hãng mở rộng quy mô hơn, hãng phải thuê thêm người quản lý, mua thêm điện thoại và tính kinh tế của quy mô biến mất. Chi phí trung bình không giảm nữa.

Hộp 7-1 Tính kinh tế của quy mô và internet

Sản xuất các loại hàng hóa như phim, nhạc, các chương trình mới đòi hỏi chi phí cố định rất cao nhưng khi phân phối thì chi phí cận biên gần như là bằng 0. Tính kinh tế theo quy mô trong trường hợp này là rất lớn. Thêm nữa, nếu chi phí cận biên gần như bằng 0 thì những nhà cung cấp khôn ngoan sẽ

đặt giá sản phẩm sao cho doanh thu cận biên cũng rất nhỏ. Trong Chương 14 chúng ta sẽ miêu tả việc Microsoft giới thiệu sản phẩm phần mềm mới của công ty như thế nào mà bắt buộc Encyclopaedia Britannica phải cắt giảm giá đến 95%.

Lý do thứ hai là do sự chuyên môn hóa. Một doanh nghiệp chỉ có một người phải một mình đảm đương tất cả các công việc trong kinh doanh. Khi hãng mở rộng quy mô và thuê thêm lao động, mỗi công nhân có thể tập trung vào duy nhất một công việc và họ sẽ làm công việc đó tốt hơn.

Lý do thứ ba là do sự thay thế gân gù của các yếu tố đầu vào. Quy mô lớn hơn thường cần sử dụng những máy móc tốt hơn. Bất luận dây chuyền sản xuất bằng robot hoạt động hiệu quả như thế nào, thật vô nghĩa nếu đặt một dây chuyền này để sản xuất ra 5 chiếc ô tô một tuần. Chi phí trung bình như vậy là rất lớn. Nhưng công nghệ sản xuất này có thể sản xuất được rất nhiều xe ô tô, điều này làm cho chi phí trung bình sẽ giảm xuống.

Tính phi kinh tế của quy mô

Sau một mức sản lượng nhất định, đường chi phí trung bình lại bắt đầu tăng lên khi xuất hiện tính phi kinh tế của quy mô. Công việc sẽ ngày càng phức tạp hơn khi quy mô càng phình to: đây gọi là tính phi kinh tế của quy mô do quản lý. Các công ty lớn cần nhiều người quản lý, và mỗi người cần quản lý nhiều công việc hơn. Công ty bắt đầu rối bời, và gặp phải vấn đề về hợp tác giữa những người quản lý với nhau, lúc này chi phí trung bình bắt đầu tăng.

Tính phi kinh tế còn có thể được giải thích theo quan điểm về vị trí địa lý. Nếu một nhà máy ở một vị trí tốt, nó có thể giảm tối đa chi phí vận chuyển hàng hóa đến thị trường tiêu thụ. Nhà máy khác ở vị trí kém thuận lợi hơn thì chi phí vận chuyển sẽ cao hơn. Lấy một ví dụ khác, một hãng khai thác than ban đầu khai thác than ở những vị trí dễ dàng. Sau đó muốn tăng sản lượng hãng phải khai thác sâu hơn, làm cho chi phí trung bình tăng lên.

Khi sản lượng tăng lên, hình dạng đường chi phí trung bình phụ thuộc vào tính kinh tế của quy mô kéo dài bao lâu và tính phi kinh tế của quy mô xảy đến nhanh như thế nào. Sự cân bằng giữa 2 vấn đề này là khác nhau giữa các ngành với nhau và các hãng với nhau.

Hiệu suất theo quy mô trong thực tế

Để thu thập những bằng chứng về hiệu suất theo quy mô, chúng ta có thể hỏi những kỹ thuật viên để xác định xem chi phí thay đổi thế nào khi sản lượng thay đổi. Nhưng kiểm tra tính phi kinh tế theo quy mô do vấn đề về quản lý thì khó hơn. Hầu hết các nghiên cứu tập trung chủ yếu vào chi phí sản xuất trực tiếp. Bởi vì, các nghiên cứu bỏ qua tính phi kinh tế do nguyên nhân về quản lý, làm cho tính phi kinh tế bị cường điệu hóa.

Rất nhiều nghiên cứu của các hãng sản xuất khẳng định tính kinh tế của quy mô vẫn tồn tại khi sản lượng rất lớn⁽²⁾. Đường chi phí trung bình dài hạn vẫn dốc xuống, mặc dù độ dốc giảm liên tục.

Các nhà kinh tế cố gắng xác định mức sản lượng tại đó đường chi phí trung bình bắt đầu nằm ngang.

Điểm quy mô tối thiểu có hiệu quả (MES) là mức sản lượng thấp nhất tại đó đường LAC đạt giá trị nhỏ nhất.

Bảng 7.5 MES trong một vài ngành ở Mỹ và Anh

Ngành	% tăng lên trong LAC ở 1/3 MES	MES tính theo % so với cả thị trường ở Anh	MES tính theo % so với cả thị trường ở Mỹ
Xi măng	26	6	2
Sắt thép	11	15	3
Chai thủy tinh	11	9	2
Vòng bi	8	4	1
Vải	7	2	1
Tủ lạnh	6	83	14
Xăng dầu	5	12	2
Sơn	4	10	1
Thuốc lá	2	30	6
Giày	2	1	1

Nguồn: F.M. Scherer et al., *The Economics of Multiplant Operation*, Harvard University Press, Tables 3.11 and 3.15.

Bảng 7.5 là một vài ước lượng về MES của các hãng trong các ngành khác nhau ở Mỹ và Anh. Cột đầu tiên cho biết các đường chi phí giảm xuống như thế nào trước khi đạt điểm MES. Nó chỉ ra chi phí trung bình là cao hơn bao nhiêu khi sản lượng bằng 1/3 so với sản lượng khi đạt MES. Cột thứ 2 và 3 chỉ ra mức sản lượng MES so với sản lượng chung của cả ngành. Điều này mang đến một tiêu chuẩn cho tính kinh tế đối với các hãng trong mỗi một ngành. Bởi vì, các hãng ở Mỹ và Anh sử dụng cùng các công nghệ nổi tiếng, sự khác nhau trong quy mô của các ngành ở 2 nước chứ không phải do sự khác nhau trong mức sản lượng MES của từng hãng.

Tính kinh tế theo quy mô của các hãng trong ngành chế tạo là rất lớn. Ở các mức sản lượng thấp, chi phí trung bình là cao hơn so với chi phí trung bình

ở mức sản lượng MES. Chúng ta mong muốn tìm thấy điều tương tự ở ngành chế tạo máy bay và ô tô, những ngành mà chi phí cố định cho việc nghiên cứu và phát triển mẫu sản phẩm mới là rất lớn và có thể tận dụng những dây chuyền sản xuất với mức sản lượng rất lớn. Ở một đất nước lớn như Mỹ, MES của một hãng riêng lẻ ở mức sản lượng tương đối nhỏ so với mức sản lượng chung của cả ngành. Hầu hết các hãng đang sản xuất ở phần thoải của đường chi phí trung bình ít khi khai thác tính kinh tế của quy mô. Ở những nước nhỏ hơn như Anh, MES của một hãng riêng lẻ lại xảy ra ở mức sản lượng tương đối lớn so với mức sản lượng chung của cả ngành.

(2) Xem F.M. Scherer và D. Ross, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin, 1990.

Hộp 7-2 Sáp nhập các công ty

Sự sáp nhập của các công ty dược phẩm lớn trên thế giới đang diễn ra liên tục chưa từng có từ trước đến nay. Nhưng một câu hỏi được đặt ra là các công ty được sáp nhập có thể tồn tại được bao lâu.

Pfizer đầu giá 60 tỷ USD cho Pharmacia, ngay sau khi sáp nhập với Warner Lambert. Trước đó, năm 2003, GlaxoWellcome và Smith Kline Beecham đã sáp nhập với nhau lấy tên là GlaxoSmithKline, GSK. Các công ty khi sáp nhập với nhau thì tiết kiệm được chi phí rất nhiều. GSK ước tính tiết kiệm được 1,8 tỷ USD (15% chi phí) trong vòng 3 năm sau khi sáp nhập. Việc tiết kiệm được chi phí này do lực lượng bán hàng. Hợp tác giữa các lực lượng bán hàng nhằm phục vụ cho một phạm vi địa lý rộng hơn, với danh mục thuốc nhiều hơn từ các danh mục liệt kê của các công ty sáp nhập với nhau.

Nguồn: Investors' Chronicle, 12 March 2004.

Tuy nhiên, đội ngũ bán hàng này lại phát triển nhanh hơn số lượng các bác sĩ, những người kê đơn thuốc, ước chừng một bác sĩ trên 60 giây lại tiếp một người bán thuốc. Một thách thức của các công ty dược là làm thế nào để tạo ra giá trị trong tương lai. Một xu hướng đang phát triển đó là giảm quy mô công ty và tập trung vào những công nghệ mang lại giá trị cao như công nghệ sinh học. GSK đã chia bộ phận nghiên cứu thành 6 lĩnh vực lớn, tất cả đều cạnh tranh để có được chi phí phục vụ cho việc nghiên cứu và phát triển. Những bộ phận nào thành công trong vấn đề tài chính thì được giữ lại, bán trên thị trường công ty trở thành những công ty được phẩm nhỏ chuyên về một lĩnh vực, mà điểm mạnh của công ty này dựa vào những sản phẩm có bằng phát minh sáng chế và không còn tồn tại tính kinh tế của quy mô trong bán hàng nữa.

Tuy nhiên, Bảng 7.5 gợi ý rằng trong nhiều ngành, thậm chí trong cả những ngành chế tạo là ngành mà MES của một hãng là nhỏ so với MES của cả ngành và chi phí trung bình không cao hơn nhiều lắm nếu mức sản lượng thấp hơn MES. Các hãng này sẽ sản xuất rất nhiều sản phẩm trong phần đường LAC gần như là nằm ngang.

Cuối cùng, có nhiều hãng, đặc biệt là các hãng ngoài ngành chế tạo thì đặc trưng là đường chi phí có dạng hình chữ U. Với rất ít cơ hội có được tính kinh tế của quy mô, các hãng này hoạt động ở phần tăng lên của đường chi phí trung bình ngay cả ở mức sản lượng vừa phải. Rất nhiều các ngành dịch vụ như cắt tóc, bác sĩ, trang trí, hoạt động theo phương thức này.

Toàn cầu hóa, sự thay đổi công nghệ và tính kinh tế của quy mô

Những thông tin trong Bảng 7.5 đã là những thông tin "cổ điển". Đã hơn một thập kỷ trôi qua, một vài thứ đã thay đổi kể từ thời điểm đó. Sự tiến bộ công nghệ trong giao thông vận tải đã làm giảm chi phí vận chuyển hàng hóa trên các tuyến đường dài. Những tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực thông tin đã làm cho các công ty quản lý các hoạt động của nó với hoạt động trên thế giới dễ dàng hơn. Máy tính ở các công ty chuyển phát hàng hóa như Federal Express và DHL có thể kiểm soát hàng hóa ở khắp nơi trên thế giới. Trong năm 2001, các hoạt động toàn cầu của FedEx đã tạm thời ngừng hoạt động không phải do đình công của các phi công mà do các virus máy tính.

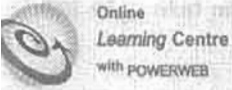
Toàn cầu hóa là tăng cường sự hội nhập giữa các thị trường của các nước trước đây rất tách biệt nhau.

Toàn cầu hóa chỉ là một phần trong chính sách của những nước đang loại bỏ những hạn chế đối với các công ty nước ngoài nhưng nảy sinh chủ yếu là do những thay đổi chi phí mà tiến bộ công nghệ mang lại. Những công nghệ mới và chi phí vận chuyển thấp hơn không chỉ tăng quy mô thị trường, mà còn giảm tính phi kinh tế của quy mô. Việc quản lý các công ty với quy mô lớn càng dễ dàng hơn. Mức sản lượng của MES tăng lên. Các công ty quốc tế như Microsoft, Shell, Nike và Nokia tiếp tục duy trì sự thành công ngày càng nhiều ở các nước trên thế giới: tính kinh tế của quy mô giúp họ loại bỏ các đối thủ cạnh tranh trong nước.

Khía cạnh khác trong Bảng 7.5 mà chúng ta gọi là "cổ điển" là ở chỗ cột cuối cùng chỉ ra rằng quy mô thị trường trong nước có liên quan đến quy mô hãng mà chúng ta

đang xét MES của hãng đó. Điều này là đúng với các hãng chỉ sản xuất cho thị trường trong nước. Toàn cầu hóa đã chỉ ra sự lỗi thời của những kết luận này.

Khi bàn về tính kinh tế của quy mô, chúng ta đã bắt đầu bằng lý thuyết về cung trong Chương 6. Mặc dù xác định được tầm quan trọng về tính kinh tế của quy mô, chúng ta vẫn phải bắt đầu với quyết định sản lượng của một hãng có đường chi phí trung bình dạng chữ U. Sau đó, chúng ta phân tích sẽ phải sửa đổi như thế nào khi các hãng gặp phải tính kinh tế của quy mô quá lớn.



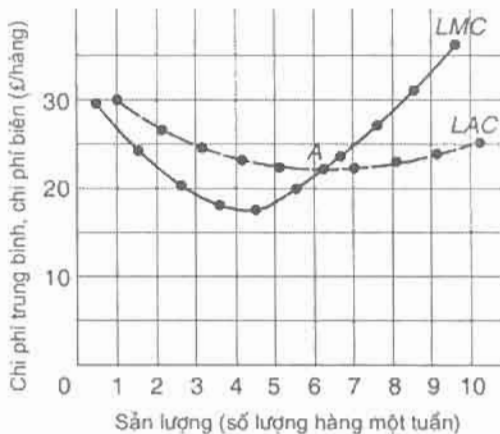
Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

7.5

Chi phí trung bình và chi phí cận biên

Bảng 7.4 minh họa đường LMC và LAC. Bây giờ chúng ta tìm hiểu về mối quan hệ giữa 2 đường chi phí này.

Hình 7.4 Chi phí trung bình và chi phí cận biên



Những số liệu này rút ra từ Bảng 7.4. Có 2 điểm đặc biệt về mối quan hệ giữa chi phí trung bình (LAC) và chi phí cận biên (LMC). Thứ nhất, LAC giảm khi LMC nằm phía dưới LAC và tăng bất cứ khi nào LMC nằm trên LAC. Thứ hai, đường LMC cắt đường LAC ở điểm thấp nhất của đường LAC - nói cách khác ở điểm mà sản lượng được sản xuất với chi phí đơn vị thấp nhất.

bàn thắng từ 3 lên 5. Bởi vì, số bàn thắng cận biên lớn hơn số bàn thắng trung bình của 3 trận trước, trận thứ 4 làm tăng số bàn thắng trung bình của 4 trận.

Lập luận tương tự cho chi phí sản xuất. Khi chi phí cận biên của đơn vị sản phẩm tiếp theo lớn hơn chi phí trung bình của những đơn vị trước đó, điều này làm cho chi phí trung bình tăng lên. Khi chi phí cận biên của việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm nhỏ hơn chi phí trung bình của những đơn vị trước, chi phí trung bình có xu hướng giảm xuống. Khi chi phí cận biên và chi phí trung bình bằng nhau, thêm một đơn vị sản phẩm, chi phí trung bình không đổi. Điều này giải thích nhận xét thứ nhất.

Nhận xét thứ hai rút ra từ nhận xét thứ nhất. Trong Hình 7.4, đường chi phí trung bình và chi phí cận biên cắt nhau ở điểm A, chính là điểm thấp nhất của đường chi phí

Hai cột cuối cùng ở Bảng 7.4 được minh họa trên Hình 7.4. Ở mỗi mức sản lượng, LAC bằng tổng chi phí chia cho sản lượng. Để nhấn mạnh chi phí cận biên là do đi chuyển từ một mức sản lượng này đến mức sản lượng khác, chúng ta vẽ đường LMC ở giữa các mức sản lượng tương ứng. LMC là 30£ cho đơn vị sản lượng thứ nhất và chúng ta đặt ở mức sản lượng giữa 0 và 1.

Hai nhận xét rút ra từ bảng và hình vẽ.

1. LAC giảm khi LMC nhỏ hơn LAC, tăng khi LMC lớn hơn LAC.

2. LMC cắt LAC ở mức sản lượng tương ứng với LAC nhỏ nhất.

Mối quan hệ giữa chi phí cận biên và chi phí trung bình là vấn đề số học và cũng tương tự như khi chúng ta cho rằng một trận đấu bóng tương tự như sản xuất ra một đơn vị sản phẩm. Một người ghi 3 bàn thắng trong 3 trận, trung bình 1 trận 1 bàn thắng. 2 bàn thắng cho trận tiếp theo, tức là 5 bàn cho 4 trận, trung bình lúc này là 1,25 bàn một trận. Trong trận thứ 4, bàn thắng cận biên là 2 làm tăng tổng

trung bình. Ở bên trái điểm A, LMC thấp hơn LAC, vì vậy chi phí trung bình vẫn đang giảm. Ở bên phải điểm A, LMC lớn hơn LAC nên chi phí trung bình đang tăng. Chi phí trung bình thấp nhất tại điểm A. Đường chi phí cận biên cắt đường chi phí trung bình ở điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình.

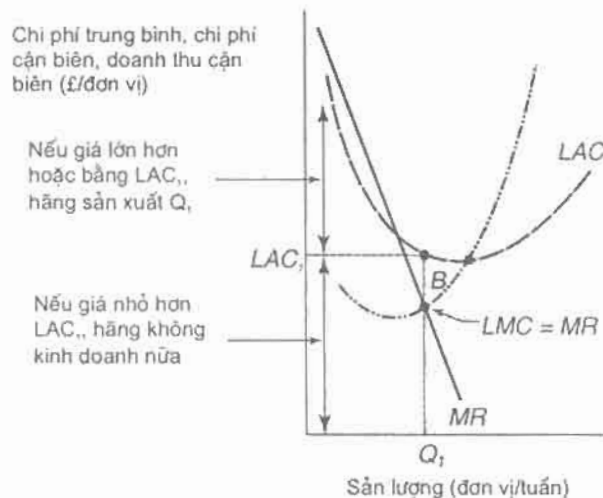
Bảng 7.6 Chi phí trung bình và chi phí cận biên

	MC < AC	MC = AC	MC > AC
AC:	Giảm	Nhỏ nhất	Tăng

Bảng 7.6 tóm tắt mối quan hệ quan trọng này giữa 2 đường chi phí. Mỗi quan hệ này không chỉ đúng với LMC và LAC mà còn đúng với mỗi quan hệ giữa chi phí trung bình ngắn hạn (SAC) và chi phí cận biên ngắn hạn (SMC).

7.6 Quyết định sản lượng trong dài hạn

Hình 7.5 Quyết định sản lượng trong dài hạn



Trong dài hạn, hãng sẽ lựa chọn mức sản lượng tại B tương ứng với $MR = LMC$. Khi đó hãng sẽ kiểm tra liệu hãng lãi hay lỗ ở mức sản lượng Q_1 . Nếu giá bằng hoặc lớn hơn LAC₁, hãng sẽ không lỗ và tiếp tục kinh doanh. Nếu giá nhỏ hơn LAC₁, quyết định sản lượng này không có ý nghĩa gì, hãng sẽ đóng cửa.

Hình 7.5 minh họa đường LAC và LMC của một hãng. Nó cũng minh họa đường doanh thu cận biên MR. Ở Chương 6 chúng ta biết mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận hay tối thiểu hóa phần lỗ là tại B. Đó là mức sản lượng có doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Lúc đó, hãng sẽ kiểm tra liệu hãng lãi hay lỗ ở mức sản lượng đó. Hãng sẽ không tiếp tục kinh doanh nếu bị lỗ mãi.

Tổng lợi nhuận bằng lợi nhuận đơn vị nhân số lượng sản phẩm. Tổng lợi nhuận là dương nếu lợi nhuận đơn vị là dương. Lợi nhuận đơn vị bằng doanh thu trung bình trừ chi phí trung bình. Nhưng doanh thu trung bình đơn thuần chính là giá bán của sản phẩm. Vậy, nếu chi phí trung bình dài hạn tại điểm B lớn hơn giá bán của sản phẩm tại Q_1 , hãng sẽ lỗ trong dài hạn và sẽ đóng cửa. Nếu ở mức sản lượng đó mà giá bằng LAC, hãng hòa vốn. Nếu giá lớn hơn LAC hãng thu được lợi nhuận dài hạn và tiếp tục kinh doanh.

Đầu tiên, chúng ta sử dụng điều kiện cận biên ($LMC = MR$) để tìm mức sản lượng tối ưu nhất để hãng tiếp tục kinh doanh. Sau đó, chúng ta sử dụng điều kiện trung bình (so sánh LAC và giá) để xác định mức sản lượng tốt nhất đó tạo ra lãi hay lỗ.

7.7 Chi phí ngắn hạn và quy luật năng suất cận biên giảm dần

Yếu tố đầu vào cố định là yếu tố không thể thay đổi được. **Yếu tố đầu vào biến đổi** thì có thể thay đổi được, kể cả trong ngắn hạn.

Ngắn hạn là thời kỳ hãng không thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào. Trong ngắn hạn, hãng vẫn hoạt động với một số yếu tố đầu vào cố định. Thời kỳ ngắn hạn kéo dài bao lâu phụ thuộc vào ngành mà hãng đang hoạt động. Có thể phải mất 10 năm mới xây dựng xong một nhà máy mới nhưng chỉ mất 1 vài tháng để mở một nhà hàng mới, hay sửa sang, chuyển nhượng, mua lại một nhà hàng đã có sẵn.

Chi phí cố định không thay đổi khi sản lượng thay đổi.

Sự tồn tại của chi phí cố định trong ngắn hạn có 2 ý nghĩa sau. Thứ nhất, trong ngắn hạn, hãng có chi phí cố định. Hãng vẫn phải chịu những chi phí cố định này ngay cả khi sản lượng bằng 0. Nếu hãng không nhanh chóng có thêm nhà máy mới, hãng phải trả khấu hao cho nhà máy đó và chi phí lãi suất về số tiền đã vay để mua nhà máy.

Thứ hai, bởi vì trong ngắn hạn hãng không thể tiến hành tất cả những điều chỉnh mà hãng mong muốn, chi phí ngắn hạn của hãng sẽ lớn hơn chi phí dài hạn. Bây giờ chúng ta nghiên cứu các chi phí ngắn hạn này một cách chi tiết hơn.

Chi phí cố định và chi phí biến đổi ngắn hạn

Bảng 7.7 minh họa các số liệu về chi phí ngắn hạn. Cột thứ 2 là các chi phí cố định ngắn hạn, không phụ thuộc vào mức sản lượng. Cột thứ ba là các chi phí biến đổi.

Chi phí biến đổi thay đổi cùng với sự thay đổi của sản lượng.

Chi phí biến đổi là những chi phí thuê các yếu tố đầu vào biến đổi như lao động và nguyên vật liệu. Các hãng có thể có hợp đồng dài hạn với người lao động và các nhà cung cấp nguyên vật liệu mà những đối tượng này có thể làm giảm tốc độ điều chỉnh các yếu tố đầu vào. Hầu hết các hãng vẫn duy trì một số lao động làm nửa ngày và một số nhà cung cấp khác trên thị trường mở.

Bảng 7.7 Các chi phí ngắn hạn

(1) Sản lượng	(2) SFC chi phí cố định ngắn hạn	(3) SVC chi phí biến đổi ngắn hạn	(4) STC tổng chi phí ngắn hạn	(5) SMC chi phí cận biên ngắn hạn
0	30	0	30	
1	30	22	52	22
2	30	38	68	16
3	30	48	78	10
4	30	61	91	13
5	30	79	109	18
6	30	102	132	23
7	30	131	161	29
8	30	166	196	35
9	30	207	237	41
10	30	255	285	48

Cột 4 của Bảng 7.7 là tổng chi phí ngắn hạn.

$$\begin{aligned} \text{Tổng chi phí ngắn hạn (STC)} &= \text{Chi phí cố định ngắn hạn (SFC)} \\ &+ \text{Chi phí biến đổi ngắn hạn (SVC)} \quad (1) \end{aligned}$$

Cột cuối cùng là chi phí cận biên ngắn hạn SMC. Bởi vì, chi phí cố định không tăng cùng với sản lượng, SMC chính là phần tăng thêm của tổng chi phí ngắn hạn và chi phí biến đổi ngắn hạn khi tăng sản lượng lên 1 đơn vị.

Bất kể ở mức sản lượng nào, chi phí cố định ngắn hạn đều là 30£ một tuần. Chi phí cận biên ngắn hạn luôn có giá trị dương. Tổng chi phí ngắn hạn tăng lên khi sản lượng tăng lên. Tổng chi phí tăng lên khi sản xuất thêm 1 đơn vị, và tổng chi phí càng tăng khi chi phí cận biên lớn hơn. Cột cuối cùng trong Bảng 7.7 thể hiện khi sản lượng tăng chi

phí cận biên ban đầu giảm, sau đó tăng lên. Đường chi phí cận biên ngắn hạn có hình dạng giống đường chi phí cận biên dài hạn trong Hình 7.5 nhưng nguyên nhân dẫn đến hình dạng này thì lại khác.

Trong dài hạn, hãng có thể thay đổi các yếu tố đầu vào. Khi hãng mở rộng sản lượng hãng đạt được tính kinh tế của quy mô, sau đó là tính phi kinh tế của quy mô và điều đó làm cho chi phí cận biên giảm sau đó lại tăng ở những mức sản lượng lớn.

Trong ngắn hạn, giả định có ít nhất một yếu tố đầu vào cố định, thường là vốn. Giả sử có 2 yếu tố đầu vào trong ngắn hạn, vốn cố định và lao động biến đổi. Để thay đổi sản lượng, khi chúng ta vận động dọc theo đường chi phí cận biên, hãng phải tăng số lượng lao động nhưng vẫn giữ nguyên quy mô nhà máy và thiết bị. Điều này giải thích hình dạng của đường chi phí cận biên ngắn hạn.

Năng suất (sản phẩm) cận biên của lao động và quy luật năng suất cận biên giảm dần

Sản phẩm cận biên của một yếu tố đầu vào biến đổi là số lượng sản phẩm tăng thêm khi sử dụng thêm một đơn vị yếu tố đầu vào đó với điều kiện giữ nguyên các yếu tố đầu vào khác.

Duy trì tất cả các yếu tố sản xuất không thay đổi ngoại trừ một yếu tố, **quy luật năng suất cận biên giảm dần** cho rằng đến một mức nhất định, sự tăng thêm đầu vào biến đổi này dẫn đến năng suất cận biên của nó giảm dần.

Bảng 7.8 chỉ ra sản lượng đầu ra tăng lên bao nhiêu khi sử dụng thêm một đơn vị lao động với một số lượng vốn nhất định. Nếu không sử dụng lao động nào, sản lượng bằng 0. Lao động đầu tiên làm sản lượng tăng 0,8 đơn vị. Sản phẩm cận biên của người lao động thứ nhất bằng 0,8. Người lao động thứ ba có sản phẩm cận biên là 1,3, bởi vì 2 người sản xuất 1,8 đơn vị nhưng 3 người sản xuất 3,1 đơn vị.

Ở những mức sản lượng thấp và lao động được sử dụng ít, người lao động đầu tiên một mình được sử dụng tất cả các máy móc của cả nhà máy, anh ta có quá nhiều việc phải làm. Người thứ hai có thể san sẻ bớt công việc cho người thứ nhất và người thứ ba cũng vậy. Giả sử nhà máy có 3 máy và 3 người lao động chuyên môn hóa mỗi người sử dụng một máy. Sản phẩm cận biên của người thứ tư sẽ là thấp hơn. Chỉ với 3 máy, người thứ tư sẽ chỉ được sử dụng một vào lúc một người khác nghỉ. Người thứ năm còn có ít thời gian để sử dụng máy hơn. Thực tế, ngoài 3 lao động ra, sản phẩm cận biên của mỗi lao động tiếp theo sẽ giảm xuống khi số lao động tăng lên. Đây là quy luật năng suất cận biên giảm dần của lao động.

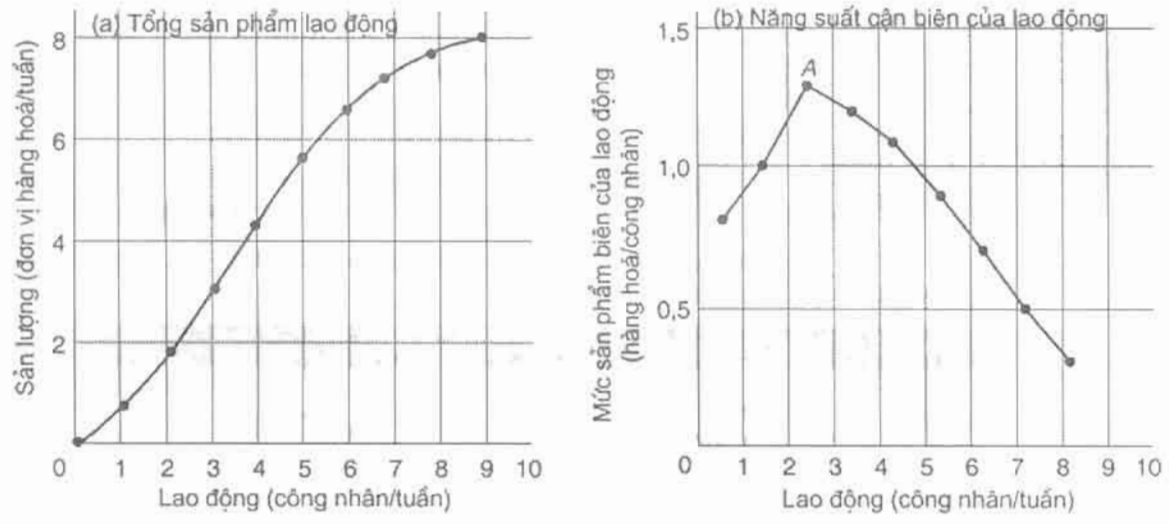
Đây là một quy luật về công nghệ. Thêm lao động trong khi số lượng máy móc giữ nguyên thì thật lãng phí. Vai trò của người lao động thứ chín có lẽ chỉ là mang cà phê đến cho người khác. Điều này không đóng góp gì lớn vào sự tăng lên của sản lượng. Hình 7.6 tóm tắt những phân tích về năng suất cận biên.

Nếu vốn là biến đổi và lao động là cố định, nếu thêm nhiều máy móc với một lượng lao động nhất định thì đầu tiên sản lượng sẽ tăng nhanh nhưng quy luật năng suất cận biên giảm dần sẽ nhanh chóng chi phối khi máy móc không được khai thác hết. Hình 7.6 minh họa sản phẩm cận biên của lao động khi lao động là yếu tố biến đổi và hình này cũng đúng với vốn khi vốn là yếu tố biến đổi⁽³⁾.

Sản phẩm cận biên không phải là “năng suất lao động” mà năng suất lao động ám chỉ là sản phẩm bình quân. Sản phẩm bình quân của lao động bằng tổng sản lượng chia cho tổng lao động sử dụng. Nếu sản phẩm cận biên của lao động nằm phía trên sản phẩm trung bình, việc thêm một lao động sẽ làm tăng sản phẩm trung bình. Khi có quy luật năng suất giảm dần, sản phẩm cận biên sẽ giảm nhanh hơn sản phẩm trung bình và sản phẩm trung bình sẽ giảm nếu có thêm lao động được sử dụng.

⁽³⁾ Các nhà kinh tế sử dụng quy luật năng suất cận biên giảm dần để mô tả sự gia tăng của một đầu vào biến đổi trong khi các đầu vào khác cố định trong ngắn hạn, nhưng hiệu suất giảm dần được sử dụng để mô tả tính phi kinh tế của quy mô khi tất cả các yếu tố đầu vào đều thay đổi trong dài hạn.

Hình 7.6 Năng suất lao động và quy luật năng suất cận biên giảm dần



Hình vẽ này dựa vào số liệu ở Bảng 7.8. Tổng sản phẩm lao động tăng khi lượng lao động tăng (phần a). Nhưng sản phẩm cận biên của lao động đầu tiên tăng sau đó giảm. Sau điểm A ở phần (b), sản phẩm cận biên bắt đầu giảm, bởi vì lao động được sử dụng nhiều hơn với một số lượng máy móc như ban đầu.

Bảng 7.8 Tổng sản lượng và năng suất cận biên của lao động

Lao động	Sản lượng (tổng sản phẩm)	Năng suất cận biên của lao động
1	0,8	0,8
2	1,8	1,0
3	3,1	1,3
4	4,3	1,2
5	5,4	1,1
6	6,3	0,9
7	6,3	0,7
8	7,5	0,5
9	7,8	0,3

Thông thường, chúng ta cần phân biệt sự vận động dọc theo một đường cong và dịch chuyển của đường cong. Đường sản phẩm cận biên được vẽ khi các yếu tố đầu vào khác cố định. Với mức yếu tố đầu vào cố định cao hơn thì đường sản phẩm cận biên cũng sẽ cao hơn. Với nhiều máy móc hơn, mỗi lao động tăng thêm sẽ có khả năng tạo ra nhiều sản lượng hơn trước đây. Số liệu trong Bảng 7.8 và độ cao của đường sản phẩm cận biên trong Hình 7.6 phụ thuộc vào số lượng các yếu tố đầu vào mà hãng sử dụng ban đầu.

Chi phí cận biên ngắn hạn là phần chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng trong ngắn hạn trong khi vẫn giữ nguyên một vài yếu tố đầu vào.

Chi phí cận biên ngắn hạn

Bảng 7.7 cho thấy, khi sản lượng tăng lên, chi phí cận biên đầu tiên giảm sau đó tăng. Tất cả những người lao động được trả mức lương như nhau. Khi sản phẩm cận biên của lao động đang tăng, mỗi lao động đóng góp vào sản lượng nhiều hơn so với những người lao động trước đó. Vì vậy, chi phí sản xuất thêm một đơn vị sản lượng giảm xuống. SMC giảm xuống chừng nào sản phẩm cận biên của lao động còn tăng.

Khi quy luật năng suất cận biên giảm dần bắt đầu chi phối, sản phẩm cận biên giảm xuống và SMC bắt đầu tăng lên. Lúc này cần nhiều lao động hơn để sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.

Vậy hình dạng của đường chi phí cận biên ngắn hạn và tổng chi phí ngắn hạn được xác định dựa vào hình dạng của đường sản phẩm cận biên trên Hình 7.6, cụ thể là phụ thuộc vào công nghệ mà hãng đã lựa chọn.

Chi phí cố định trung bình ngắn hạn (SAFC) bằng SFC chia cho sản lượng Q. Chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn (SAVC) bằng SVC chia cho sản lượng Q. Tổng chi phí trung bình ngắn hạn (SATC) bằng STC chia cho sản lượng Q.

Chi phí trung bình ngắn hạn

Từ số liệu trong Bảng 7.7 có thể tính toán các loại chi phí trung bình ở Bảng 7.9. Mỗi kết quả ở Bảng 7.9 là bằng số liệu ở Bảng 7.7 chia cho sản lượng. Bảng 7.9 cũng có số liệu về chi phí cận biên ngắn hạn, rút từ Bảng 7.7

Hình 7.7 vẽ 3 đường chi phí trung bình ngắn hạn từ số liệu Bảng 7.9

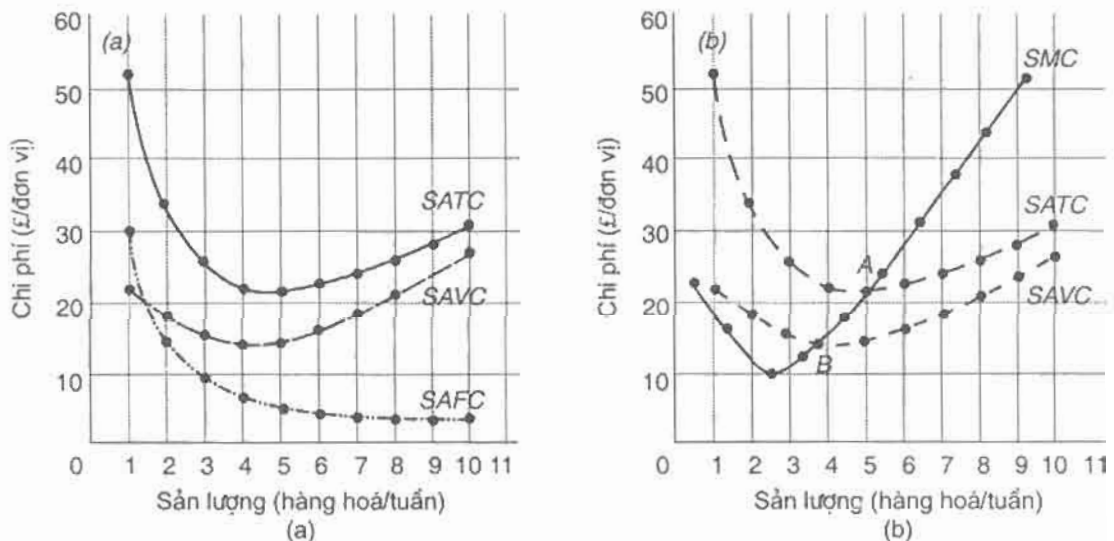
Tổng chi phí trung bình ngắn hạn (SATC) = Chi phí cố định trung bình ngắn hạn (SAFC) + chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn (SAVC) (2)

Phương trình này có được bằng việc chia tất cả các đại lượng trong phương trình (1) cho mức sản lượng Q.

Bảng 7.9 Các chi phí trung bình ngắn hạn

Sản lượng	SAFC Chi phí cố định trung bình ngắn hạn	SAVC Chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn	SATC Tổng chi phí trung bình ngắn hạn	SMC Chi phí cận biên ngắn hạn
0			22	
1	30,00	22,00	52,00	22
2	15,00	19,00	34,00	16
3	10,00	16,00	26,00	10
4	7,50	15,25	22,75	13
5	6,00	15,80	21,80	18
6	5,00	17,00	22,00	23
7	4,29	18,71	23,00	29
8	3,75	20,75	24,50	35
9	3,33	23,00	26,33	41
10	3,00	25,50	28,50	48

Hình 7.7 Chi phí trung bình và chi phí cận biên ngắn hạn



Hình này sử dụng số liệu ở Bảng 7.9. Phần (a) là chi phí cố định, biến đổi và tổng chi phí trung bình. $SATC = SAFC + SAVC$. Hình dạng của đường SATC là do SAFC và SAVC. Khi cả SAFC và SAVC đều giảm thì SATC giảm. Khi SAVC bắt đầu tăng hình dạng của SATC phụ thuộc vào liệu SAVC tăng nhiều hơn hay ít hơn so với sự giảm xuống của SAFC. Ở phần (b), mối quan hệ giữa chi phí cận biên và trung bình trong dài hạn cũng tương tự như ở trong ngắn hạn. Đường SMC đi qua điểm thấp nhất của cả đường SAVC, điểm B và đường SATC, điểm A.

Hãy nhìn vào Hình 7.7(b). Chúng ta đã biết hình dáng của đường SMC bị chi phối bởi năng suất cận biên. Mỗi quan hệ số học giữa chi phí cận biên và chi phí trung bình giải thích tại sao SMC đi qua điểm thấp nhất A của đường tổng chi phí trung bình ngắn hạn. Ở bên trái điểm A, SMC nằm bên dưới SATC và kéo đường SATC đi xuống khi sản lượng tăng lên. Ở bên phải điểm A thì ngược lại. Điều này giải thích hình dạng của đường SATC trên Hình 7.7.

Chi phí biến đổi bằng tổng chi phí trừ đi chi phí cố định. Chi phí cố định không thay đổi khi sản lượng thay đổi. Vì vậy, chi phí cận biên cũng minh họa phần thay đổi trong chi phí biến đổi khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng. Và cũng có mối quan hệ giữa chi phí cận biên và chi phí biến đổi trung bình như trên hình vẽ. SMC đi qua điểm thấp nhất B của đường SAVC. Ở bên trái điểm B, SMC thấp hơn SAVC và SAVC giảm. Ở bên phải điểm B, SAVC tăng. Cuối cùng, vì SATC chênh lệch với SAVC một khoản đúng bằng SAFC cho nên SAVC nằm dưới SATC. Điểm B phải nằm phía bên trái điểm A. Điều này giải thích hình dạng của đường SAVC và mối quan hệ của nó với SATC như Hình 7.7(b).

Trong Hình 7.7 (a), SAFC giảm xuống từ từ vì tổng chi phí cố định dàn trải cho mức sản lượng lớn hơn. Hình 7.7(b) là phù hợp với Hình 7.7(a). Từ Hình 7.7(b), chúng ta có thể kiểm tra ở mỗi mức sản lượng, $SATC = SAFC + SAVC$, như công thức (2).

Làm sao mà mọi người có thể nhớ tất cả các đường chi phí? Sơ đồ tóm tắt 7.1 giúp chúng ta. Có 3 loại chi phí cơ bản: tổng chi phí, chi phí trung bình và chi phí cận biên. Chúng ta cũng có thể phân biệt giữa chi phí ngắn hạn và chi phí dài hạn, giữa chi phí cố định và chi phí biến đổi. Những sự phân biệt này tạo ra hình dạng các đường chi phí như chúng ta vừa mới đề cập đến.

Chúng ta nghiên cứu tất cả các đường chi phí để hiểu về quyết định sản xuất trong ngắn hạn cũng như trong dài hạn của hãng. Chúng ta đã phân tích quyết định sản xuất trong dài hạn. Bây giờ, chúng ta sử dụng những đường chi phí ngắn hạn để phân tích quyết định sản xuất trong ngắn hạn của một hãng.

Hộp 7-3 Quyết định của Rolls Royce

Nhãn hiệu Rolls Royce, nhãn hiệu xe được ưa chuộng của người Anh, do BMW chế tạo. Nhưng việc kinh doanh động cơ máy bay Rolls Royce rất phát đạt và thị phần của công ty tăng từ 20 lên 30% trong thập kỷ qua, giúp công ty trở thành hãng chế tạo động cơ lớn thứ hai thế giới. Hãng đã đạt được thành công này như thế nào? Đó là nhờ hãng nhận thức được tầm quan trọng của tính kinh tế theo quy mô.

Nghiên cứu và phát triển động cơ máy bay là rất tốn kém, đòi hỏi phí sản xuất nhiều sản phẩm mới bù đắp được phần chi phí bỏ ra ban đầu. Hãng đã tạo ra 2 thay đổi rất quan trọng trong chiến lược của hãng.

Thứ nhất, hãng mở rộng vốn đầu tư ban đầu để động cơ của hãng có thể phục vụ được nhiều nhất việc sản xuất các loại máy bay khác nhau, điều này làm tăng cơ hội xây dựng mối quan hệ lâu dài với các nhà sản xuất máy bay. Thứ hai, hãng cố định giá thành sửa chữa và bảo hành các động cơ do hãng sản xuất, điều này giúp hãng đảm bảo chất lượng với những người sử dụng Rolls Royce bằng những cam kết về sự tuyệt vời và an toàn.

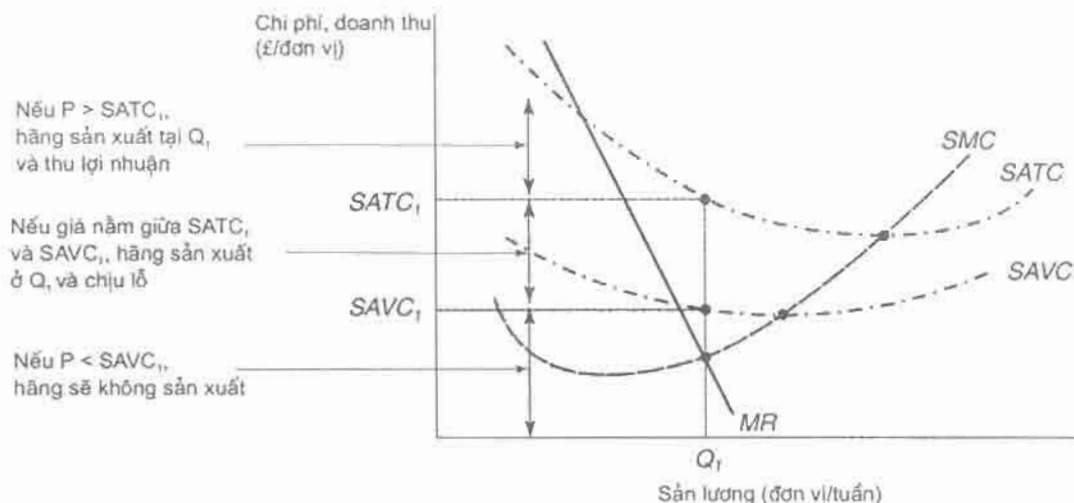
Kết quả là các công ty đã đặt mua rất nhiều và lâu dài động cơ Rolls Royce, điều này giúp cho hãng có đủ khả năng để bù đắp lại những chi phí về nghiên cứu và phát triển đã bỏ ra từ ban đầu.

Nguồn: Adapted from <http://news.bbc.co.uk>

7.8

Quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn

Hình 7.8 minh họa quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn. Mức sản lượng Q_1 để tối đa hóa lợi nhuận hoặc tối thiểu hóa chi phí được xác định khi doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên ngắn hạn.

Hình 7.8 Quyết định sản lượng ngắn hạn của hãng

Hãng xác định mức sản lượng Q_1 , tại đó doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên ngắn hạn. Sau đó hãng kiểm tra xem liệu có nên sản xuất hay không. Nếu P lớn hơn $SATC_1$, tổng chi phí ngắn hạn được xác định tại mức sản lượng Q_1 , hãng thu lợi nhuận và sản xuất tại Q_1 . Nếu giá nằm giữa $SATC_1$ và $SAVC_1$, hãng bù đắp được một phần chi phí cố định, mặc dù bị lỗ. Hãng vẫn sản xuất ở Q_1 . Chỉ khi P thấp hơn $SAVC_1$, hãng không sản xuất. Ở mức giá này, hãng không còn bù đắp được chi phí biến đổi.

Quyết định sản lượng ngắn hạn của hãng là Q_1 , tại đó $MR = SMC$ nếu giá bù đắp được chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn $SAVC_1$ tại mức sản lượng đó. Nếu không hãng sẽ không sản xuất.

Tiếp theo, hãng quyết định trong ngắn hạn có nên tiếp tục sản xuất nữa hay không. Ở mức sản lượng Q_1 , lợi nhuận dương nếu P lớn hơn tổng chi phí trung bình $SATC_1$. Vậy hãng sẽ sản xuất ở mức sản lượng Q_1 .

Giả sử P nhỏ hơn $SATC_1$. Hãng sẽ mất tiền bởi vì giá không bù đắp được chi phí. Trong dài hạn hãng sẽ đóng cửa khi bị lỗ. Nhưng trong ngắn hạn, ngay cả ở mức sản lượng $Q = 0$, hãng vẫn phải trả chi phí cố định. Hãng cần biết nếu sản xuất ở mức sản lượng Q_1 hoặc $Q = 0$, trường hợp nào lỗ lớn hơn.

Bảng 7.10 Quyết định sản lượng của một hãng

	Điều kiện cận biên	Xác định có nên sản xuất hay không
Ngắn hạn	Chọn sản lượng tại đó $MR = SMC$	Sản xuất nếu $P > SAVC_1$. Ngược lại, không sản xuất
Dài hạn	Chọn sản lượng tại đó $MR = LMC$	Sản xuất nếu $P > LAC$. Ngược lại, không sản xuất

Nếu doanh thu lớn hơn chi phí biến đổi, hãng sẽ có lợi một phần từ chi phí cố định. Như vậy, hãng sẽ sản xuất ở Q_1 nếu doanh thu lớn hơn chi phí biến đổi ngay cả khi bị lỗ ở mức sản lượng này. Hay hãng sẽ sản xuất ở Q_1 nếu P lớn hơn $SAVC_1$. Nếu P nhỏ hơn $SAVC_1$, hãng sẽ không sản xuất. Bảng 7.10 tóm tắt quyết định sản lượng trong ngắn hạn và dài hạn của một hãng.

Hộp 7-4 Điều kiện cận biên và các chi phí chìm

Lý thuyết về cung mạng lại 2 quyết định lựa chọn hàng hóa trong cuộc sống. Thứ nhất là nguyên tắc cận biên. Một khi đã đạt được mục tiêu thì không sự lựa chọn nào có thể tốt hơn. Để leo lên một quả đồi, bạn đi từng bước nhỏ theo hướng đi lên. Nếu bạn không thể bước thêm nữa, có nghĩa là bạn đã đến đỉnh đồi.

Có một bức tranh lớn tương tự như vậy. Nếu đã có doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên, một hãng sẽ kiểm tra việc đóng cửa hoàn toàn có tốt hơn không. Nguyên tắc cận biên giúp bạn xác định được điểm cao nhất của quả đồi bạn đang đứng nhưng bạn có thể thấy quả đồi khác cao hơn ở cách đây mấy dặm.

Nguyên tắc thứ hai là chi phí chìm vẫn là chìm. Những chi phí này bản thân sự tồn tại của nó không nên ảnh hưởng đến quyết định mới. Trong quyết định chọn sản lượng ngắn hạn, hãng phớt lờ chi phí cố định vì theo quyết định nào hãng vẫn phải chịu chi phí đó. Không nên sử dụng những giọt nước mắt để khóc cho những giọt sữa đã đổ. Đã đọc 7 chương của quyển sách này, bạn thấy có nên đọc tiếp? Điều này phụ thuộc vào những chi phí và lợi ích bạn sẽ thu được từ phần còn lại của cuốn sách, không phụ thuộc vào khoảng thời gian bạn đã tiêu tốn.

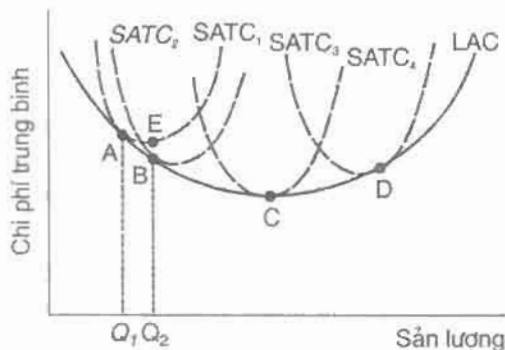
7.9 Chi phí ngắn hạn và dài hạn

Ngay cả khi bị lỗ trong ngắn hạn, một hãng vẫn tiếp tục kinh doanh nếu nó bù đắp được chi phí biến đổi. Nhưng trong dài hạn, hãng phải bù đắp được toàn bộ chi phí thì hãng mới tiếp tục kinh doanh. Bây giờ, chúng ta bàn luận một hãng có thể giảm chi phí trong dài hạn, chuyển lỗ trong ngắn hạn thành lãi trong dài hạn như thế nào.

Hình 7.9 minh họa đường LAC hình chữ U. Ở mỗi điểm trên đường chi phí này, hãng đang sản xuất một mức sản lượng cho trước với chi phí thấp nhất. Đường LAC miêu tả khoảng thời gian đủ để hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào, cả những yếu tố được xem là cố định trong ngắn hạn.

Giả sử “thiết bị” là yếu tố cố định trong ngắn hạn. Mỗi một điểm trên đường LAC liên quan đến một lượng thiết bị nhất định. Nếu giữ nguyên lượng thiết bị này, chúng ta có thể vẽ đường chi phí trung bình ngắn hạn ứng với lượng thiết bị này. $SATC_1$ tương ứng với lượng thiết bị tại điểm A trên đường LAC, và $SATC_2$ và $SATC_3$ là tương ứng với lượng thiết bị tại B và C trên đường LAC. Thực tế, chúng ta có thể vẽ các đường SATC tương ứng với lượng thiết bị ở mỗi điểm trên đường LAC.

Hình 7.9 Đường chi phí trung bình dài hạn (LAC)



Giả sử lượng thiết bị là cố định trong ngắn hạn. Với lượng thiết bị, chúng ta có một đường SATC tương ứng. Nhưng trong dài hạn lượng thiết bị là thay đổi. Để xác định đường LAC chúng ta chọn ở mỗi mức sản lượng lượng thiết bị đảm bảo SATC là nhỏ nhất ở mức sản lượng đó. Vì vậy, những điểm như A, B, C, D nằm trên LAC. Đường LAC không phải đi qua điểm thấp nhất của mỗi đường SATC. Vì vậy, đường LAC chỉ ra những cách sản xuất với chi phí trung bình thấp nhất để sản xuất ra một mức sản lượng cho trước khi tất cả các yếu tố đầu vào biến đổi, chứ không phải là những chi phí trung bình thấp nhất mà tại đó một lượng thiết bị nhất định có thể sản xuất được.

Theo định nghĩa, đường LAC minh họa các kết hợp với chi phí ít nhất để sản xuất sản lượng khi tất cả các yếu tố đều biến đổi. B là cách kết hợp với chi phí ít nhất để sản xuất sản lượng Q_2 . Nó sẽ sản xuất Q_2 với chi phí cao hơn nếu nó sử dụng lượng thiết bị không tương ứng, lượng thiết bị tại E. Với lượng thiết bị ở điểm A, $SATC_1$ chỉ ra chi phí để sản xuất từng mức sản lượng bao gồm cả Q_2 . Vì vậy, $SATC_1$ phải nằm phía trên LAC ở tất cả các điểm trừ A, mức sản lượng tối ưu đối với lượng thiết bị này.

Phân tích này có thể lặp lại cho tất cả các lượng thiết bị khác. Vì vậy, $SATC_3$ và $SATC_4$ với lượng thiết bị tại C và D, phải nằm phía trên LAC ngoại trừ điểm C và D. Trong dài hạn, hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào và sản xuất một mức sản lượng cụ thể với chi phí ít hơn so với trong ngắn hạn, bởi vì trong ngắn hạn nó phải chịu khoản chi phí cố định bỏ ra ban đầu. Một hãng sẽ chịu lỗ do cầu giảm xuống nhưng có thể kiếm được lợi nhuận trong dài hạn một khi nó có đủ thời gian để xây một nhà máy phù hợp với mức sản lượng mới.

TÓM TẮT

- Chương này đề cập đến quyết định sản xuất trong ngắn hạn và dài hạn, dựa vào các đường chi phí. Trong **dài hạn**, một hãng có thể thay đổi toàn bộ các yếu tố đầu vào. Trong **ngắn hạn**, một vài yếu tố đầu vào là biến đổi. Thời gian ngắn hạn là khác nhau đối với các ngành khác nhau.
- **Hàm sản xuất** minh họa sản lượng tối đa có thể sản xuất được với một số lượng yếu tố đầu vào nhất định. Các yếu tố đầu vào bao gồm máy móc, nguyên liệu, lao động và bất kỳ một yếu tố nào khác để sản xuất. Hàm sản xuất tóm tắt các khả năng một hãng có thể sản xuất.

- **Đường tổng chi phí** được xác định dựa vào hàm sản xuất, với giá lao động và giá của các yếu tố khác là cho trước. **Đường tổng chi phí dài hạn** là tập hợp của tất cả các kết hợp của các yếu tố đầu vào với chi phí thấp nhất để sản xuất từng mức sản lượng khi tất cả các yếu tố đầu vào thay đổi. Nếu giá tương đối của một yếu tố đầu vào tăng, hãng sẽ thay bớt yếu tố đó khi chọn kỹ thuật sản xuất sản phẩm.
- **Chi phí trung bình bằng tổng chi phí chia cho sản lượng. Đường chi phí trung bình dài hạn (LAC)** được rút ra từ đường tổng chi phí dài hạn.
- **Đường LAC có dạng hình chữ U.** Khi sản lượng tăng lên, đầu tiên chi phí trung bình giảm vì tính không thể chia nhỏ được của sản xuất, lợi ích của chuyên môn hóa và lợi thế sản xuất với quy mô lớn. Có tính kinh tế của quy mô ở phần giảm xuống của hình chữ U. Phần tăng lên của hình chữ U thể hiện tính phi kinh tế của quy mô.
- Hầu hết các ngành chế tạo đều đạt được tính **kinh tế của quy mô**. Đối với một vài ngành khác như dịch vụ cá nhân, không tồn tại tính kinh tế của quy mô ở những mức sản lượng thấp.
- Khi **chi phí cận biên** nằm dưới chi phí trung bình, chi phí trung bình đang giảm. Khi chi phí cận biên cao hơn chi phí trung bình, chi phí trung bình tăng. Chi phí cận biên bằng chi phí trung bình ở điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình.
- Trong dài hạn, hãng cung sản lượng khi **chi phí cận biên dài hạn (LMC) = MR** với mức giá không nhỏ hơn chi phí trung bình dài hạn (LATC) ở mức sản lượng này. Nếu giá nhỏ hơn LATC, hãng sẽ không kinh doanh nữa.
- Trong ngắn hạn, hãng không thể thay đổi một số yếu tố đầu vào mà vẫn phải trả cho các yếu tố đầu vào đó. Đó là những chi phí cố định ngắn hạn (SFC). Chi phí của việc sử dụng các yếu tố đầu vào biến đổi gọi là chi phí biến đổi ngắn hạn (SVC). Tổng chi phí ngắn hạn $STC = SFC + SVC$.
- **Đường chi phí cận biên ngắn hạn (SMC)** phản ánh năng suất cận biên của yếu tố đầu vào biến đổi trong khi giữ nguyên các yếu tố khác. Thường chúng ta cho lao động biến đổi và vốn cố định trong ngắn hạn. Khi ít lao động được sử dụng, nhà máy là quá lớn đối với lao động để sản xuất nhiều sản phẩm. Lao động tăng lên làm cho sản lượng sản xuất ra tăng lên rất nhanh và SMC giảm. Một khi tất cả máy móc đã có lao động sử dụng, tăng thêm lao động nhưng sản lượng tăng lên ít. SMC bắt đầu tăng lên.
- **Tổng chi phí trung bình ngắn hạn (SATC) = STC/Q . $SATC = SAFC + SAVC$.** SATC có dạng hình chữ U. Phần giảm xuống của chữ U này là do cả SAFC giảm khi chi phí cố định dàn trải cho nhiều đơn vị sản lượng hơn và SAVC giảm ở những mức sản lượng thấp. SATC tiếp tục giảm sau khi SAVC bắt đầu tăng, cho đến khi phần tăng của SAVC chiếm ưu thế so với phần giảm xuống của SAFC, lúc đó SATC mới dốc lên.
- Đường SMC cắt cả SATC và SAVC ở 2 điểm thấp nhất của 2 đường này.
- Trong ngắn hạn, hãng cung ở mức sản lượng tương ứng với $SMC = MR$, với mức giá không nhỏ hơn chi phí biến đổi trung bình. Trong ngắn hạn, hãng sẽ chấp nhận lỗ nếu nó bù đắp được một phần chi phí cố định.
- Đường LAC luôn nằm dưới đường SATC, ngoại trừ một điểm nơi 2 đường tiếp xúc nhau. Điều này ngụ ý rằng một hãng chắc chắn thu được lợi nhuận trong dài hạn lớn hơn trong ngắn hạn nếu nó sản xuất với một lượng thiết bị không phải là tối ưu xét theo quan điểm dài hạn.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1** (a) Hàm sản xuất cung cấp những thông tin gì? (b) Giải thích tại sao hàm sản xuất không cung cấp đủ thông tin cho bất kỳ một ai đó tiến hành hoạt động kinh doanh.
- 2** (a) Tính kinh tế của quy mô là gì và tại sao nó lại tồn tại? (b) Bảng sau chỉ ra sự thay đổi của sản lượng khi đầu vào thay đổi. Mức lương là 5£ và giá thuê vốn là 2£. Tính toán chi phí thấp nhất để sản xuất 4, 8, 12 đơn vị sản lượng. (c) Có hiệu suất tăng, không đổi hay giảm theo quy mô giữa những mức sản lượng này? Mức nào được ứng dụng lúc nào?

Vốn	4	2	7	4	11	8
Lao động	5	6	10	12	15	16
Sản lượng	4	4	8	8	12	12

- 3** (a) Với mỗi mức sản lượng như bảng trên, cách kết hợp nào thiên về sử dụng vốn hơn? (b) Có phải hãng có xu hướng chuyển cách kết hợp từ thiên về vốn sang thiên về lao động hơn khi mức sản lượng tăng không?
- 4** Giả sử giá thuê vốn trong câu hỏi 2 tăng lên thành 3£. (a) Ở mức sản lượng nào hãng cũng nên thay đổi cách sản xuất không? Nếu có hãy chỉ ra cách nào? (b) Tổng chi phí và chi phí trung bình của hãng thay đổi như thế nào khi giá thuê vốn tăng lên?
- 5** (a) Tính các loại chi phí trung bình và chi phí cận biên cho hãng ở mỗi mức sản lượng dựa vào số liệu tổng chi phí cho ở bảng sau. (b) Chỉ ra các chi phí trung bình và chi phí cận biên có mối liên quan như thế nào? (c) Đó là các đường chi phí ngắn hạn hay dài hạn. Giải thích.

Sản lượng	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Chi phí (£)	12	27	40	51	60	70	80	91	104	120

- 6** (a) Giải thích tại sao một hãng vẫn sản xuất mặc dù nó bị lỗ. (b) Hãng có thể hoạt động như vậy mãi được không? Giải thích.
- 7** **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những câu sau là sai? (a) Hãng bị lỗ thì nên từ bỏ việc kinh doanh ngay. (b) Các hãng lớn sản xuất với chi phí luôn nhỏ hơn các hãng nhỏ? (c) Nhỏ luôn là tốt đẹp.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 682.

Online
Learning Centre
 with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Cạnh tranh hoàn hảo.
- 2 Hãng cạnh tranh hoàn hảo lại quyết định giá bằng chi phí cận biên.
- 3 Lãi và lỗ là động cơ để các hãng gia nhập hay rút lui khỏi thị trường.
- 4 Đường cung của ngành.
- 5 Phân tích so sánh tính về một ngành cạnh tranh.
- 6 Thương mại quốc tế.
- 7 Độc quyền thuần túy.
- 8 Sản lượng của một hãng độc quyền được xác định theo $MR = MC$.
- 9 So sánh sản lượng giữa độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo.
- 10 Phân biệt giá ảnh hưởng đến sản lượng và lợi nhuận của một hãng độc quyền như thế nào.

Một ngành là tập hợp tất cả các hãng sản xuất cùng một loại sản phẩm. Sản lượng của một ngành là tổng sản lượng của tất cả các hãng. Các ngành khác nhau có số lượng các hãng là khác nhau. Eurostar chỉ là hãng duy nhất cung cấp dịch vụ vận chuyển từ London đến Paris. Ngược lại, Anh có 150 000 trang trại và 20 000 người bán rau quả.

Tại sao có ngành có rất nhiều hãng nhưng có ngành lại chỉ có duy nhất một hãng? Chương 9 đưa ra một lý thuyết chung về cấu trúc thị trường, lý thuyết này chỉ ra các điều

Trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo, cả người mua và người bán tin rằng hành động của họ không ảnh hưởng đến giá thị trường. Ngược lại, một nhà độc quyền, người bán duy nhất của ngành, lại đặt giá bán của sản phẩm.

kiện về cấu và chi phí kết hợp với nhau như thế nào để xác định số lượng hàng và hành vi của họ.

Thật là hữu ích nếu đầu tiên chúng ta nghiên cứu về 2 thị trường điển hình mà tất cả các loại thị trường đều là kết hợp của hai loại này. Hai thị trường đó là cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy.

Chúng ta tập trung vào số lượng người bán ảnh hưởng đến hành vi của họ như thế nào. Những người mua được xem là nền tảng. Đơn giản chúng ta giả sử có rất nhiều người mua mà đường cầu cá nhân của họ là những đường dốc xuống và có thể tổng hợp thành đường cầu thị trường.

Vì vậy, chúng ta xem như cầu thị trường có tính cạnh tranh nhưng cung thì không phải như vậy.

Cạnh tranh hoàn hảo có nghĩa là mỗi một hãng hay một hộ gia đình đều nhận thức rằng lượng hàng hóa mà họ cung hoặc cầu chẳng ảnh hưởng đáng kể gì đến sản lượng chung của cả thị trường, điều này giả định hành động của họ không ảnh hưởng đến giá thị trường. Giả định này được đưa vào mô hình về sự lựa chọn của người tiêu dùng trong Chương 5. Đường ngân sách của mỗi người tiêu dùng được xây dựng với mức giá cho trước của mỗi hàng hóa và không bị ảnh hưởng bởi số lượng hàng hóa mà họ lựa chọn. Thay đổi trong điều kiện thị trường, áp dụng cho tất cả các hãng và khách hàng, làm thay đổi giá cân bằng và vì vậy, làm thay đổi lượng cầu cá nhân, nhưng mỗi khách hàng bỏ qua bất kỳ phản hồi nào từ hành động của họ đến giá thị trường.

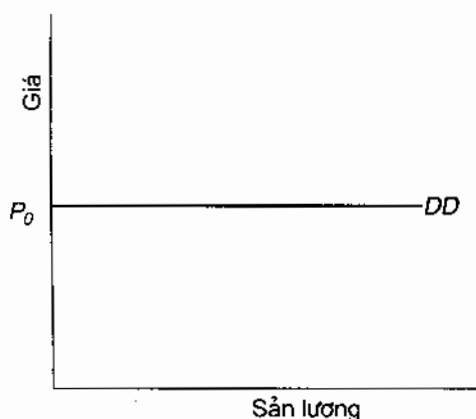
Nội dung về cạnh tranh mà chúng ta mở rộng cho các hãng khác với cách hiểu thông thường. Ford và VW đang cạnh tranh rất quyết liệt trên thị trường ô tô châu Âu nhưng một nhà kinh tế không gọi họ là cạnh tranh hoàn hảo. Mỗi hãng có thị phần rất lớn nên mỗi sự thay đổi trong sản lượng của họ ảnh hưởng đến giá thị trường. VW và Ford mỗi hãng đều quan tâm đến điều này trong việc quyết định sẽ cung bao nhiêu. Họ không phải là người chấp nhận giá. Chỉ trong điều kiện cạnh tranh hoàn hảo, mỗi hãng có thể ra quyết định với việc xem giá độc lập với quyết định của chính bản thân họ.

8.1

Cạnh tranh hoàn hảo

Nếu hành động của cá nhân hãng không ảnh hưởng đến giá, một ngành cạnh tranh hoàn hảo phải có nhiều người mua và người bán. Mỗi hãng trong ngành này gặp phải đường cầu nằm ngang như Hình 8.1. Bất kể hãng bán bao nhiêu sản phẩm, hãng đều bán ở mức giá thị trường. Nếu hãng bán giá cao hơn P_0 , hãng sẽ không bán được sản phẩm nào; người mua sẽ chuyển sang mua của hãng khác với sản phẩm giống như sản phẩm của hãng. Bởi vì, hãng có thể bán bao nhiêu sản phẩm tùy thích ở mức giá P_0 , hãng sẽ không bán ở mức giá thấp hơn P_0 . Đường cầu của cá nhân hãng là DD.

Đường cầu nằm ngang với mức giá không đổi, là đặc điểm nổi bật của một hãng cạnh tranh hoàn hảo. Để xác định đường cầu mà một hãng phải đối mặt, ngành phải có 4 đặc điểm. Thứ nhất, ngành phải có vô số hãng, sản lượng của mỗi hãng chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong sản lượng chung của cả ngành. Thứ hai, sản phẩm phải được tiêu chuẩn hóa (giống nhau). Ngay cả khi trong ngành ô tô có nhiều hãng thì cũng không phải là ngành cạnh tranh. Ford Mondeo không phải là thay thế hoàn hảo cho Vauxhall Vectra. Nếu các hãng hóa khó thay thế hoàn hảo cho nhau thì càng dễ hiểu khi xem Ford là hãng riêng cung cấp Mondeo và Vauxhall là hãng riêng cung cấp Vectra. Mỗi một nhà sản xuất không còn là nhỏ bé đối với thị trường tương ứng và không thể hành động như người chấp nhận giá. Trong một ngành cạnh tranh hoàn hảo, tất cả các hãng phải cung cấp sản phẩm giống nhau với cùng một mức giá.

Hình 8.1 Đường cầu của hãng cạnh tranh

Một hãng cạnh tranh có thể bán bao nhiêu sản phẩm mà hãng muốn ở mức giá thị trường P_0 . Đường cầu của nó là DD nằm ngang ở mức giá này.

Ngay cả khi các hãng sản xuất các sản phẩm giống hệt nhau, mỗi hãng cũng vẫn có khả năng ảnh hưởng chút ít đến giá của sản phẩm nếu người mua không có thông tin hoàn hảo về chất lượng hoặc đặc điểm của sản phẩm. Để loại bỏ trường hợp này khỏi thị trường cạnh tranh, cần phải giả sử rằng người mua có thông tin hoàn hảo về sản phẩm mà họ mua. Họ biết sản phẩm của tất cả các hãng khác nhau trong ngành là giống hệt nhau.

Tại sao tất cả các hãng trong ngành lại không làm cái việc mà OPEC đã làm trong năm 1973 - 1974, hạn chế sản lượng, tăng giá sản phẩm bằng việc vận động lên theo đường cầu thị trường?

Đặc điểm quan trọng thứ tư của ngành cạnh tranh hoàn hảo là sự tự do gia nhập và rút lui. Ngay cả khi các hãng trong ngành có thể tập hợp nhau để hạn chế sản lượng và tăng giá thị trường, thì hậu quả là làm tăng số lượng các hãng mới gia nhập ngành, điều này lại làm tăng cung và kéo giá thị trường giảm xuống.

Ngược lại, như chúng ta sẽ thấy, khi các hãng trong ngành cạnh tranh bị lỗ, một vài hãng đóng cửa và điều này làm giảm số lượng hãng trong ngành, dẫn đến cung giảm và giá lại tăng lên, các hãng còn lại tiếp tục kinh doanh.

Tóm lại, mỗi hãng trong ngành cạnh tranh đối mặt với đường cầu nằm ngang tại mức giá thị trường. Để xác định chính xác các điều kiện về cầu mà một hãng phải đối mặt, ngành phải: (1) có nhiều hãng và không ai có khả năng ảnh hưởng đến ngành; (2) sản phẩm giống hệt nhau, vì vậy người mua sẽ chuyển từ người bán này sang người bán khác nếu giá giữa những người bán là khác nhau; (3) khách hàng có thông tin hoàn hảo về chất lượng sản phẩm, vì vậy người mua có thể biết rằng sản phẩm của các hãng khác nhau là giống nhau; (4) tự do gia nhập và rút lui.

8.2**Quyết định sản lượng của một hãng cạnh tranh hoàn hảo**

Chương 7 phát triển một lý thuyết chung về cung. Để xác định mức sản lượng tối ưu, các hãng tuân theo nguyên tắc $MR = MC$. Sau đó hãng sử dụng điều kiện trung bình để xem giá mà sản lượng được bán có bù đắp được chi phí trung bình không.

Lý thuyết chung này vẫn phải đúng đối với trường hợp đặc biệt là các hãng cạnh tranh hoàn hảo. Điểm đặc biệt của cạnh tranh hoàn hảo là mối quan hệ giữa giá và doanh thu cận biên. Một hãng cạnh tranh đối mặt với đường cầu nằm ngang. Sản xuất và bán thêm đơn vị sản lượng không làm giảm giá các sản phẩm được bán. Doanh thu tăng thêm từ việc bán thêm một đơn vị sản phẩm chính bằng giá của một đơn vị đó. Vậy doanh thu cận biên của hãng cạnh tranh hoàn hảo chính bằng giá sản phẩm.

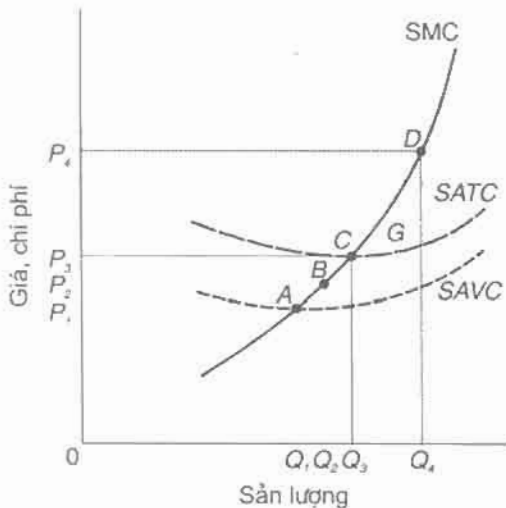
$$MR = P$$

(1)

Đường cung ngắn hạn của một hãng

Hình 8.2 minh họa các đường chi phí ngắn hạn - chi phí cận biên SMC, tổng chi phí trung bình SATC và chi phí biến đổi trung bình SAVC - ở Chương 7. Hãng nào cũng sẽ

Hình 8.2 Quyết định sản lượng ngắn hạn của một hãng cạnh tranh hoàn hảo



Hãng cạnh tranh hoàn hảo sản xuất ở mức sản lượng mà giá bằng chi phí cận biên, hãng thu được lợi nhuận bằng việc sản xuất một ít sản lượng hơn là không sản xuất. Đường cung ngắn hạn của hãng là đường SMC phần nằm phía trên điểm A, điểm đóng cửa của hãng vì dưới điểm đó hãng không thể bù đắp chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn.

Đường cung ngắn hạn là đường SMC phần nằm phía trên điểm A với A là giao điểm của SMC cắt điểm thấp nhất của đường SAVC.

Giá P_1 là mức giá đóng cửa, dưới mức giá này hãng không sản xuất.

Đường cung dài hạn của một hãng là đường LMC phần nằm phía trên đường LAC.

Khi lợi nhuận kinh tế bằng 0, có nghĩa là hãng thu được lợi nhuận bình thường (normal profit). Lợi nhuận tính toán chỉ đủ bù đắp chi phí cơ hội về thời gian và tiền của người chủ.

lựa chọn mức sản lượng tại đó doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Phương trình (1) có nghĩa là một hãng cạnh tranh hoàn hảo sẽ chọn mức sản lượng tại đó:

$$SMC = MR = P \quad (2)$$

Giả sử hãng gặp phải đường cầu nằm ngang tại mức giá P_4 trong Hình 8.2. Từ phương trình (2) hãng chọn mức sản lượng Q_4 ở điểm D, với $P = MC$.

Tiếp theo, hãng sẽ xem liệu trong ngắn hạn hãng có nên đóng cửa không. Hãng sẽ đóng cửa nếu giá P_4 không bù đắp được chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn ở mức sản lượng này. Trong Hình 8.2 P_4 lớn hơn SAVC ở sản lượng Q_4 . Hãng sẽ cung sản lượng Q_4 và thu được lợi nhuận. Điểm D nằm phía trên điểm G, tổng chi phí trung bình ngắn hạn (bao gồm cả chi phí quản lý) để làm ra sản lượng Q_4 . Vậy lợi nhuận là diện tích hình chữ nhật bằng OQ_4 (số lượng sản phẩm sản xuất).

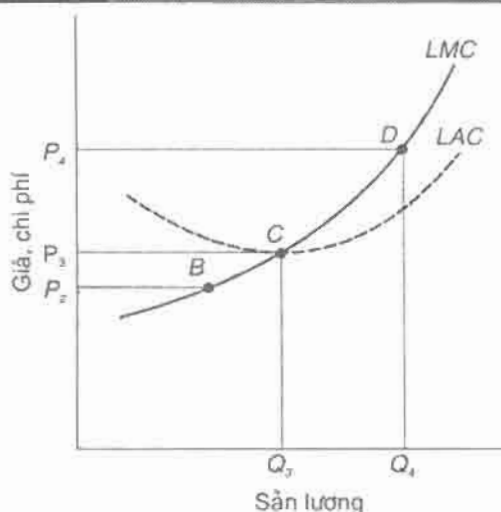
Trong ngắn hạn, hãng sẽ cung sản lượng ở bất kỳ mức giá nào lớn hơn P_1 . Ở mức giá P_2 , hãng sản xuất tại Q_2 , mức sản lượng có giá bằng chi phí cận biên. Bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_1 thì thấp hơn điểm thấp nhất của SAVC. Hãng không thể tìm mức sản lượng tại đó giá bù đắp được SAVC. Giữa điểm A và C hãng lỗ trong ngắn hạn nhưng vẫn bù đắp được một phần chi phí cố định. Ở bất kỳ mức giá nào trên P_3 , ở đó SMC đi qua điểm thấp nhất của đường SATC, hãng thu được lợi nhuận trong ngắn hạn.

Lưu ý rằng lợi nhuận kinh tế bao gồm cả chi phí cơ hội của người chủ, nằm trong SAVC và SATC.

Đường cung dài hạn của một hãng

Hình 8.3 minh họa các đường chi phí trung bình và chi phí cận biên trong dài hạn. Đường LMC thoải hơn so với SMC, vì trong dài hạn hãng có thể điều chỉnh tất cả các yếu tố đầu vào.

Khi giá là P_4 , hãng chọn mức sản lượng là Q_4 ở điểm D, sau đó xem có nên đóng cửa ở mức sản lượng này không. Trong dài hạn, đóng cửa đồng nghĩa với việc rời bỏ ngành. Hãng sẽ rời bỏ ngành nếu giá không bù đắp được LAC ở mức sản lượng tối ưu. Ở mức giá P_2 sản lượng tối ưu là tại điểm B trong Hình 8.3, nhưng hãng lỗ và trong dài hạn nên rời khỏi ngành. Ở bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_3 , hãng nên rời khỏi ngành. Ở P_3 , hãng sản xuất Q_3 và hòa vốn sau khi trả hết các chi phí kinh tế. Hãng thu được lợi nhuận kinh tế bằng 0.

Hình 8.3 Quyết định sản lượng trong dài hạn của hãng cạnh tranh hoàn hảo

Hãng cạnh tranh hoàn hảo sản xuất ở mức sản lượng tại đó $P = MC$, hãng thu được thêm lợi nhuận hơn là không sản xuất. Vì vậy, hãng chọn những điểm trên đường LMC. Ở bất kỳ mức giá nào cao hơn P_3 , hãng thu được lợi nhuận bởi vì P lớn hơn LAC. Ở bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_3 , ví dụ P_2 , hãng lỗ bởi vì giá thấp hơn LAC. Vậy hãng sẽ không sản xuất ở mức giá thấp hơn P_3 . Đường cung dài hạn là đường LMC phần cao hơn điểm C.

Giá nhập là khi các hãng mới tham gia vào một ngành. **Rút lui** là khi các hãng đang ở trong ngành rời bỏ ngành.

Giá nhập và rút lui

Giá P_3 tương ứng với điểm thấp nhất của đường LAC là giá giá nhập hoặc rút lui. Hãng chỉ thu được lợi nhuận thông thường. Không còn động cơ cho việc giá nhập hay rút lui khỏi ngành. Yếu tố khiến cho hãng vẫn còn ở lại ngành là họ còn kiếm được tương đương với chi phí cơ hội.

Bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_3 sẽ khiến cho hãng rời bỏ ngành trong dài hạn. P_3 chính là mức giá tối thiểu để các hãng ở lại ngành.

Chúng ta cũng có thể phân tích Hình 8.3 cho việc ra quyết định của một hãng tiềm năng sắp giá nhập ngành. Các đường chi phí khi đó chính là các chi phí sau giá nhập. P_3 là mức giá mà các hãng tiềm năng bắt đầu bị hấp dẫn để giá nhập vào ngành. Bất kỳ mức giá nào cao hơn P_3 đều tạo ra mức lợi nhuận lớn hơn lợi nhuận thông thường và khuyến khích các hãng mới giá nhập ngành.

Hộp 8-1 Bùng nổ TV màn hình phẳng

LG Philips, nhà sản xuất màn hình phẳng lớn nhất trên thế giới sẽ đầu tư 25 tỷ won (21 tỷ \$) trong vòng 10 năm tới để khai thác hết sự bùng nổ trong cấu màn hình tivi phẳng.

Nguồn: Reuters, 18 March 2004.

Thị trường về màn hình tivi phẳng đang bùng nổ, với sản lượng là 10 triệu chiếc/năm và mức tăng trưởng hàng năm là 100%. Chiến lược của LG Philips là tăng cung với chi phí thấp hơn. Ý tưởng rất

đơn giản: Khai thác lĩnh kinh tế của quy mô trong việc sản xuất những tấm kính LCD lớn hơn dùng để tạo ra màn hình tivi. Tivi màn hình phẳng phổ biến sẽ là loại trên 42 inches.

LG Philips không phải là hãng duy nhất nhằm khai thác tính kinh tế của quy mô trong sản xuất TV màn hình phẳng lớn: Samsung cũng đã đầu tư 18 tỷ \$ cho việc sản xuất sản phẩm tương tự như của LG.

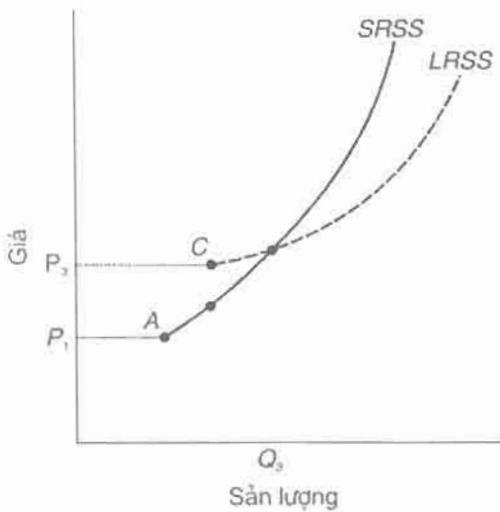
Quyết định cung của một hãng cạnh tranh

Hình 8.4 tóm tắt những phân tích trước về quyết định cung của một hãng cạnh tranh hoàn hảo. Với mỗi mức chi phí cố định, có một đường chi phí cận biên ngắn hạn SMC và đường cung ngắn hạn SRSS. Đường cung dài hạn LRSS thoải hơn đường SRSS, bởi vì khi thêm các yếu tố đầu vào trong dài hạn làm cho đường LMC thoải hơn đường SMC. Đường SRSS bắt đầu ở mức giá đóng cửa thấp hơn, bởi vì trong ngắn hạn một hãng sẽ

Bảng 8.1 Quyết định cung của một hãng cạnh tranh hoàn hảo

Điều kiện cận biên	Điều kiện trung bình	
	Ngắn hạn	Dài hạn
Sản xuất sản lượng tại $P = MC$	Nếu $P < SAVC$ đóng cửa tạm thời	Nếu $P < LAC$ rời bỏ ngành

sản xuất nếu nó bù đắp được toàn bộ chi phí biến đổi trung bình. Trong dài hạn, tất cả các chi phí đều đã biến đổi và phải được bù đắp hết nếu hãng tiếp tục ở lại ngành. Trong cả hai trường hợp, đường cung của một hãng cạnh tranh là đường chi phí cận biên phần nằm phía trên điểm đóng cửa. Bảng 8.1 đưa ra nguyên tắc này.

Hình 8.4 Đường cung ngắn hạn và dài hạn của hãng cạnh tranh hoàn hảo

Được vẽ lại từ Hình 8.2 và 8.3, đường cung ngắn hạn là đường SMC phần nằm phía trên điểm A và đường cung dài hạn LRSS là đường LMC phần nằm trên điểm C. P_1 là mức giá đóng cửa trong ngắn hạn và P_2 là mức giá gia nhập và rút lui trong dài hạn. Nếu hãng bắt đầu gặp khó khăn do chi phí cố định, hãng sẽ chọn điểm thấp nhất trên đường LAC và C sẽ là điểm nằm trên đường SRSS.

8.3 Đường cung của ngành

Một ngành cạnh tranh gồm nhiều hãng. Trong ngắn hạn, có 2 yếu tố cố định: Số lượng các yếu tố đầu vào do mỗi hãng sử dụng và số lượng hãng trong ngành. Trong dài hạn, mỗi hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào và số lượng hãng cũng có thể thay đổi thông qua việc gia nhập thêm hay rời bỏ ngành.

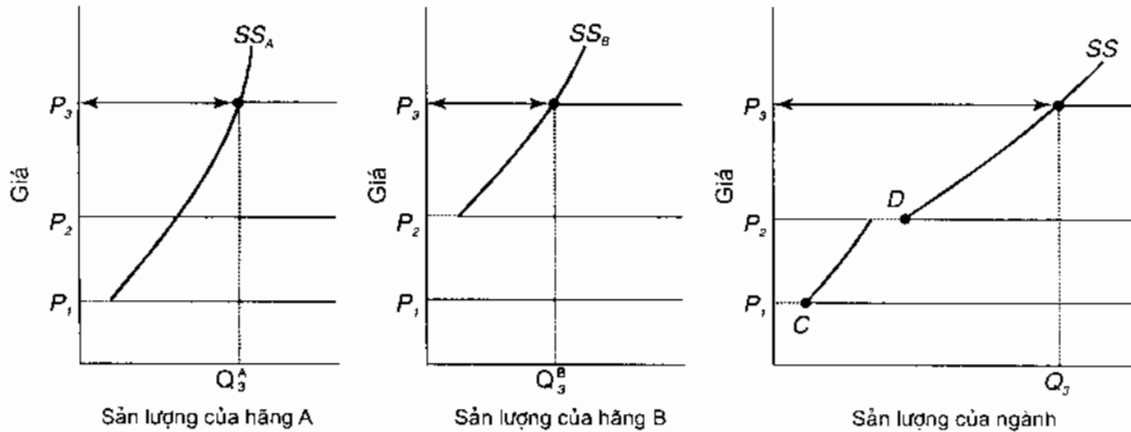
Đường cung ngắn hạn của ngành

Trong Hình 8.5 để có đường cung của ngành ta cộng theo chiều ngang các đường cung của các hãng. Ở mỗi mức giá, chúng ta cộng lượng cung của mỗi hãng thì được tổng lượng cung ở mức giá đó.

Trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là cho trước. Giả sử có 2 hãng A và B. Đường cung ngắn hạn của mỗi hãng là đường SMC phần nằm trên mức giá đóng cửa của hãng. Trong Hình 8.5, hãng A có mức giá đóng cửa thấp hơn hãng B. Hãng A có đường SAVC thấp hơn. Có lẽ hãng A có vị trí hay công nghệ sản xuất tốt hơn. Đường cung của mỗi hãng là nằm ngang ở mức giá đóng cửa. Ở một mức giá thấp hơn mức giá này, hãng sẽ không cung nữa.

Ở mỗi mức giá, mức cung của ngành Q là tổng của Q^A , cung của hãng A và Q^B , cung của hãng B. Vậy, nếu ở mức giá P_3 , $Q_3 = Q^A_3 + Q^B_3$. Đường cung của ngành là tổng theo chiều ngang của các đường cung riêng biệt. Đường cung của ngành bị gián đoạn ở mức giá P_2 . Giữa mức giá P_1 và P_2 , chỉ mỗi hãng A có chi phí thấp hơn là sản xuất. Ở mức giá P_2 , hãng B cũng bắt đầu sản xuất.

Hình 8.5 Đường cung của ngành



Đường cung SS của ngành là tổng hợp lượng cung của tất cả các hãng ở mỗi mức giá. Đường cung này được tổng hợp theo chiều ngang sản lượng của mỗi hãng trong ngành. Với ngành chỉ có 2 hãng A và B, hình trên cho thấy ở mức giá P_3 , lượng cung của ngành $Q_3 = Q^A_3 + Q^B_3$. Bởi vì các hãng có các mức giá đóng cửa hay mức giá gia nhập và rút lui là khác nhau, đường cung của ngành có thể có những điểm gãy ở những điểm như C và D, đó là những điểm mà một hãng mới gia nhập bắt đầu sản xuất. Tuy nhiên, với số lượng hãng là nhiều mà mỗi hãng lại không ảnh hưởng đáng kể gì đến sản lượng chung của cả ngành, cho nên các bước nhảy trong đường cung của ngành là quá nhỏ và chúng ta có thể xem như đường cung của ngành là liên tục.

Khi ngành có nhiều hãng, mỗi hãng có điểm đóng cửa khác nhau thì sẽ có nhiều phần gián đoạn nhỏ trên đường cung của ngành. Bởi vì, mỗi hãng trong ngành cạnh tranh không ảnh hưởng đáng kể đến tổng sản lượng của cả ngành, cho nên đường cung của ngành là tương đối liên tục.

So sánh đường cung ngắn hạn và dài hạn của ngành

Hình 8.5 cũng có thể được sử dụng để xây dựng đường cung dài hạn của ngành. Với mỗi hãng, đường cung riêng của hãng là đường LMC phần nằm trên giá gia nhập và rút lui. Không giống trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là thay đổi. Các hãng trong ngành có thể rời bỏ ngành và các hãng mới có thể gia nhập ngành. Thay bằng việc ở mỗi mức giá, chúng ta cộng theo chiều ngang lượng cung của các hãng đang ở trong ngành, thì chúng ta phải cộng theo chiều ngang lượng cung của tất cả các hãng đang ở trong ngành và có lẽ là cả lượng cung của các hãng tiềm năng sắp gia nhập ngành.

Ở mức giá thấp hơn P_2 trong Hình 8.5, trong dài hạn, hãng B không ở trong ngành. Ở mức giá cao hơn P_2 , hãng B lại vẫn ở trong ngành. Khi giá thị trường tăng lên, tổng cung dài hạn của ngành cũng tăng lên không chỉ do các hãng trong ngành tăng cung mà còn do có thêm nhiều hãng mới gia nhập ngành.

Ngược lại, ở các mức giá thấp, các hãng có chi phí cao sẽ bị lỗ và rời bỏ ngành. Gia nhập hay rút lui trong dài hạn tương tự như đóng cửa trong ngắn hạn. Trong dài hạn, việc gia nhập hay rút lui sẽ ảnh hưởng đến số lượng hãng đang cung sản lượng cho ngành; mà để có đường cung của ngành, chúng ta phải cộng theo chiều ngang sản lượng của các hãng này. Trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là cố định nhưng một số hãng thì đang sản xuất trong khi có một số hãng đang đóng cửa tạm thời. Lúc này, đường

cung của ngành lại là tổng theo chiều ngang của tất cả các hãng đang sản xuất ở mức giá hiện hành trên thị trường.

Đường cung dài hạn thoải hơn đường cung ngắn hạn. Mỗi hãng có thể thay đổi các yếu tố đầu vào của nó một cách hợp lý hơn và có đường cung thoải hơn. Hơn nữa, mức giá cao hơn sẽ thu hút thêm nhiều hãng gia nhập ngành. Sản lượng của ngành sẽ tăng lên nhiều hơn sản lượng tăng thêm của các hãng đang ở trong ngành.

Ngược lại, nếu giá giảm, đường cung ngắn hạn của các hãng sẽ dịch chuyển xuống dưới. Nếu hãng có thể bù đắp chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn, có lẽ hãng sẽ giảm sản lượng. Trong dài hạn, mỗi hãng sẽ giảm sản lượng nhiều hơn bởi vì tất cả các yếu tố đầu vào bây giờ có thể thay đổi. Hơn nữa, một vài hãng không bù đắp được chi phí trung bình dài hạn sẽ rời bỏ ngành. Giá giảm làm sản lượng của ngành trong dài hạn giảm nhiều hơn trong ngắn hạn.

Hãng cận biên trong một ngành là hãng chỉ đủ hòa vốn.

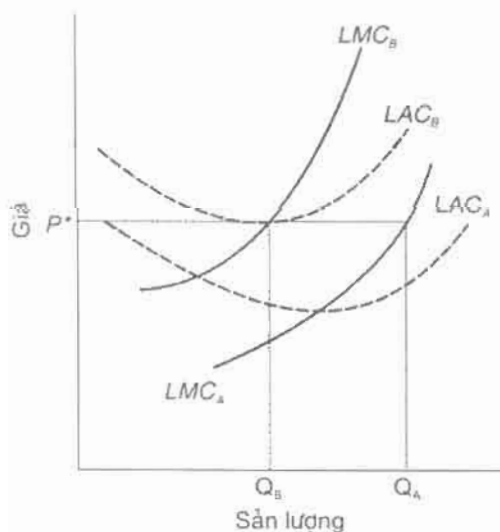
Hãng cận biên

Giả sử trong một ngành có nhiều hãng, các hãng sản xuất sản phẩm giống nhau và bán ở cùng một mức giá nhưng có các đường chi phí khác nhau chút ít. Hình 8.6 minh họa các đường chi phí cho hãng A có chi phí thấp và hãng B có chi phí cao. Một số hãng có chi phí lớn hơn A nhưng nhỏ hơn B, một số khác có chi phí lớn hơn B.

Dài hạn là khoảng thời gian mà việc điều chỉnh các yếu tố đầu vào và số lượng các hãng đã hoàn thành. Không còn có sự gia nhập mới hay rút lui khỏi ngành nữa. Giả sử trong Hình 8.6, giá trong dài hạn là P^* . Hãng A sản xuất tại Q_A và thu được lợi nhuận, bởi vì P^* lớn hơn LAC ở mức sản lượng Q_A . Các hãng có chi phí cao hơn hãng A không đáng kể sẽ thu được ít lợi nhuận hơn. Hãng B là hãng cuối cùng có thể tồn tại trong ngành.

Tất cả các hãng có chi phí cao hơn B không thể cạnh tranh với các hãng khác trong ngành ở P^* . Nếu một hãng tiềm năng có điểm thấp nhất của đường LAC cao hơn P^* một ít, nó là hãng cận biên chờ đợi để gia nhập vào ngành. Nếu bất kỳ một yếu tố nào làm cho P^* tăng lên một ít, hãng cận biên này có thể gia nhập ngành.

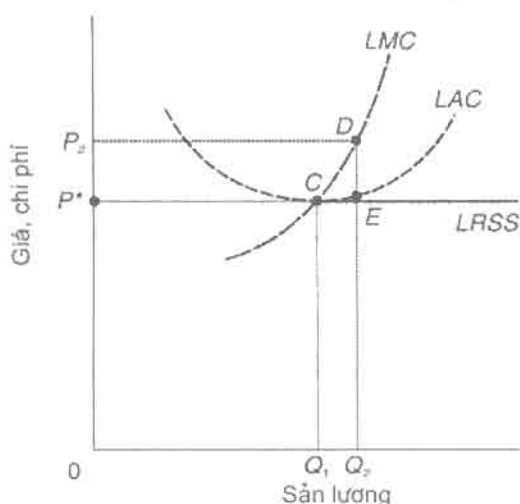
Hình 8.6 Hãng cận biên trong một ngành



Giả sử các hãng có các đường chi phí khác nhau. Hãng A có mức chi phí thấp nhất ngành, có đường chi phí trung bình dài hạn LAC_A và đường chi phí cận biên dài hạn LMC_A. Hãng B có mức chi phí cao hơn là LAC_B và LMC_B. Các hãng khác có chi phí ở giữa 2 hãng này. Ở mức giá P^* , hãng A sản xuất Q_A và thu được lợi nhuận. Hãng B sản xuất ở Q_B và hòa vốn. Hãng B là hãng cận biên, tức là nhà sản xuất có chi phí cao nhất có thể tồn tại trong ngành.

Một đường cung dài hạn nằm ngang của ngành

Hình 8.7 Đường cung dài hạn nằm ngang của ngành



Khi tất cả các hãng trong ngành và các hãng tiềm năng đều có các đường chi phí giống nhau, sản lượng của ngành vẫn có thể tăng lên không cần một mức giá cao hơn P^* . Lúc này, đường cung dài hạn của ngành là đường nằm ngang LRSS ở mức giá P^* . Sản lượng của ngành có thể tăng lên mãi do số lượng các hãng sản xuất tại Q , tăng lên.

Nếu mỗi hãng có đường LMC tăng thì đường cung dài hạn của hãng cũng tăng. Đường cung của ngành hơi thoải hơn. Giá cao hơn không những tạo động lực cho các hãng đang ở trong ngành sản xuất nhiều hơn mà còn làm cho các hãng mới gia nhập ngành. Trong trường hợp đặc biệt thì đường cung dài hạn của ngành có xu hướng nằm ngang nếu tất cả các hãng trong ngành và các hãng tiềm năng có các đường chi phí giống hệt nhau (Hình 8.7). Dưới mức giá P^* , không hãng nào muốn cung sản lượng. Các hãng chấp nhận P^* và mỗi hãng sản xuất Q_1 .

Ở mức giá P_2 lớn hơn P^* , mỗi hãng sản xuất Q_2 và thu được siêu lợi nhuận. Điểm D nằm trên điểm E. Bởi vì, các hãng tiềm năng có các đường chi phí như nhau, cho nên các hãng mới ồ ạt gia nhập ngành. Đường cung của ngành nằm ngang ở mức giá dài hạn P^* . Các hãng đang ở trong ngành không cần thiết phải dịch chuyển đường cung riêng của họ lên trên. Sản lượng ngành tăng lên chỉ do các hãng mới gia nhập ngành. Hình 8.7 chỉ ra đường cung dài hạn của ngành LRSS nằm ngang ở mức giá P^* .

Có 2 lý do tại sao một đường cung dài hạn tăng của ngành khó có thể là một đường nằm ngang giống như đường cung của một ngành cạnh tranh hoàn hảo. Thứ nhất, tất cả các hãng trong ngành và các hãng tiềm năng khó mà có các đường chi phí giống nhau. Thứ hai, kể cả trong trường hợp các hãng có chi phí giống nhau, chúng ta có thể vẽ các đường chi phí với công nghệ và giá các yếu tố đầu vào cho trước. Mặc dù mỗi hãng nhỏ không ảnh hưởng đến giá của sản phẩm trên thị trường cũng như giá của các yếu tố đầu vào, sự mở rộng sản lượng của tất cả các hãng có thể làm tăng giá của các yếu tố đầu vào. Vì vậy, giá của sản phẩm trên thị trường có xu hướng tăng nhằm bù lại sự tăng lên của giá yếu tố đầu vào. Nói chung, đường cung dài hạn của ngành dốc lên.

8.4

So sánh tĩnh trong một ngành cạnh tranh hoàn hảo

Trong cân bằng ngắn hạn, giá làm cân bằng lượng cầu và lượng cung của tất cả các hãng đang ở trong ngành khi mỗi hãng đang hoạt động ở một điểm nằm trên đường cung ngắn hạn của hãng.

Chúng ta đã bàn luận về đường cung của ngành, bây giờ chúng ta xem xét cung và cầu kết hợp với nhau như thế nào để xác định giá cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn.

Chúng ta sẽ cùng xem xét điểm cân bằng của một ngành cạnh tranh và áp dụng phương pháp phân tích so sánh tĩnh đã học ở Chương 3.

Chi phí tăng

Bây giờ xem xét trường hợp chi phí tăng, ví dụ giá của các yếu tố đầu vào tăng, điều này ảnh hưởng đến tất cả các hãng ở trong ngành. Đơn giản, chúng ta giả sử tất cả các hãng có cùng mức chi phí và vì vậy, đường cung dài hạn của ngành là nằm ngang.

Trong cân bằng dài hạn, giá làm cân bằng lượng cầu và lượng cung của tất cả các hãng đang ở trong ngành khi mỗi hãng đang hoạt động ở một điểm nằm trên đường cung dài hạn của hãng và các hãng có thể tự do gia nhập hay rút lui khỏi ngành.

Sơ sánh tình xem xét trạng thái cân bằng sẽ thay đổi như thế nào khi đường cầu hoặc các đường chi phí dịch chuyển.

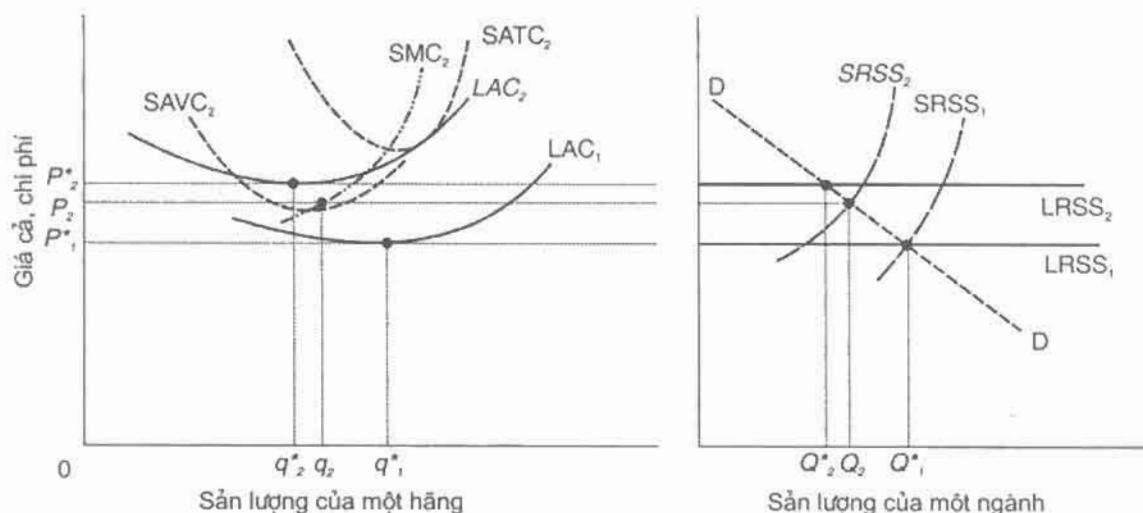
Hình 8.8 minh họa ngành cạnh tranh hoàn hảo gặp phải đường cầu dốc xuống DD. Ban đầu, đường cung dài hạn là $LRSS_1$. Thị trường cân bằng ở mức giá P^*_1 và Q^*_1 . Đường cung ngắn hạn của ngành là $SRSS_1$. Thị trường đạt cân bằng ngắn hạn và dài hạn.

Hình bên trái chỉ ra mỗi hãng cung q^*_1 ở điểm thấp nhất của đường LAC_1 . Đó cũng là điểm thấp nhất trên đường $SATC$ và vì vậy cũng nằm trên đường SMC , mặc dù vị trí ban đầu của 2 đường này không được vẽ trên Hình 8.8. N_1 là số lượng hãng trong ngành cung ở mức sản lượng q^*_1 . Vậy, tổng sản lượng là $Q^*_1 = N_1 q^*_1$.

Khi giá của các yếu tố đầu vào tăng lên, chi phí của tất cả các hãng đều tăng. LAC_2 là đường chi phí trung bình dài hạn mới của một hãng. Trong ngắn hạn, một hãng vẫn còn một số yếu tố đầu vào cố định. $SATC_2$ và $SAVC_2$ là các đường tổng chi phí trung bình và chi phí biến đổi trung bình. Chi phí cận biên ngắn hạn SMC_2 đi qua 2 điểm thấp nhất của 2 đường này. Đường SMC_2 phần nằm trên điểm thấp nhất của

$SAVC_2$ là đường cung ngắn hạn của hãng. Trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là không đổi.

Hình 8.8 Chi phí tăng trong một ngành cạnh tranh



Tại cân bằng dài hạn ban đầu của ngành, ngành sản xuất Q^*_1 ở giá P^*_1 . Mỗi hãng sản xuất q^*_1 ở điểm thấp nhất trên LAC_1 . Đường cung dài hạn $LRSS_1$ nằm ngang ở giá P^*_1 . Trong ngắn hạn, khi chi phí tăng lên, hãng vẫn có các yếu tố sản xuất cố định và số lượng hãng không đổi. Mỗi hãng sản xuất q_2 ở mức giá cân bằng ngắn hạn $P_2 = SMC_2$. Tất cả các hãng sản xuất Q_2 . Bởi vì các hãng lỗ, một vài hãng rời bỏ ngành. Đường cung dài hạn mới của ngành là $LRSS_2$ nằm ngang ở P^*_2 , điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình dài hạn mới của mỗi hãng LAC_2 . Mỗi hãng bây giờ sản xuất q^*_2 . Sản lượng của ngành là Q^*_2 .

Cộng theo chiều ngang đường cung của N_1 hãng, chúng ta có đường cung ngắn hạn mới của ngành $SRSS_2$. Cân bằng mới trong ngắn hạn là ở mức giá P_2 , là giao điểm của $SRSS_2$ cắt đường cầu. Mỗi hãng sản xuất q_2 theo nguyên tắc $P_2 = SMC_2$. Tổng sản lượng là $Q_2 = N_1 q_2$. Các hãng chỉ bù đắp được chi phí biến đổi, không bù đắp được chi phí cố định. Các hãng bị lỗ.

Theo thời gian, hãng thay đổi các yếu tố đầu vào cố định và một vài hãng rời khỏi ngành. Cân bằng dài hạn là tại P^*_2 bởi vì đường cung dài hạn mới của ngành $LRSS_2$ nằm ngang ở mức giá P^*_2 . Mỗi hãng chỉ bù đắp được chi phí trung bình dài hạn tối thiểu và cung q^*_2 . Số lượng hãng bây giờ là N_2 , vậy $Q^*_2 = N_2 q^*_2$.

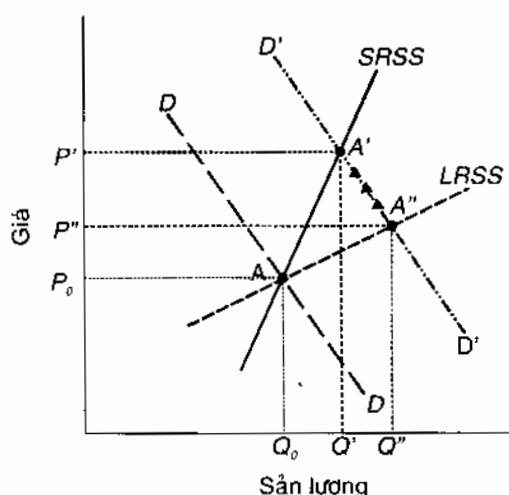
Hình 8.8 minh họa 2 điểm về sự thay đổi của cân bằng dài hạn. Thứ nhất, giá các yếu tố đầu vào tăng làm cho người tiêu dùng phải chịu mức giá cao hơn. Điểm cân bằng dài hạn của hãng cận biên (ở đây là tất cả các hãng, bởi vì chúng có chi phí giống nhau) chính là điểm hòa vốn, vì vậy không còn động cơ cho việc gia nhập hay rút lui nữa. Vậy, giá tăng vẫn bù đắp được sự tăng lên của chi phí trung bình tối thiểu.

Thứ hai, bởi vì giá tăng làm giảm lượng cầu, dẫn đến sản lượng của ngành giảm xuống.

Đường cầu thị trường dịch chuyển

Hình 8.9 minh họa ảnh hưởng khi đường cầu dịch chuyển lên trên từ DD đến D'D'. Điều này ảnh hưởng đến sản lượng của ngành. Bạn hãy minh họa điều gì xảy ra với mỗi hãng bằng hình vẽ của mình như chúng ta đã làm trong Hình 8.8.

Hình 8.9 Đường cầu dịch chuyển trong một ngành cạnh tranh



Điểm cân bằng ban đầu là A. Khi đường cầu dịch chuyển từ DD đến D'D', điểm cân bằng ngắn hạn mới là A'. Khi các yếu tố cố định đó được thay đổi và các hãng mới gia nhập ngành, điểm cân bằng vận động từ A' đến điểm cân bằng dài hạn mới A''.

Điểm cân bằng dài hạn ban đầu của ngành là A. Trong ngắn hạn, mỗi hãng có các yếu tố đầu vào cố định và số lượng hãng trong ngành là không thay đổi. Cộng theo chiều ngang các đường cung ngắn hạn của các hãng ta có đường cung ngắn hạn của ngành SRSS. Điểm cân bằng ngắn hạn mới của ngành là A'. Khi cầu tăng, giá tăng lên làm cho các hãng vận động lên trên dọc theo đường cung ngắn hạn dốc với các yếu tố đầu vào cố định cho trước.

Trong dài hạn, các hãng có thể điều chỉnh tất cả các yếu tố đầu vào và đường cung dài hạn của ngành thoải hơn. Hơn nữa, nhiều hãng gia nhập vào ngành vì các hãng trong ngành đang thu được siêu lợi nhuận. Hình 8.9 giả định cung dài hạn của ngành cũng tăng lên. Mức giá cao có thể thu hút nhiều hãng có chi phí cao hơn gia nhập ngành hoặc các hãng mở rộng sản xuất làm tăng giá một số đầu vào. Cân bằng dài hạn mới là A''. So với điểm cân bằng ngắn hạn A', tổng sản lượng tăng lên. Nhưng, việc lựa chọn tốt hơn các yếu tố đầu vào và việc gia nhập của các hãng mới làm tăng cung dẫn đến giá cân bằng giảm.

8.5 Cạnh tranh toàn cầu

Sự thay đổi ở thị trường trong nước thường phản ánh các sự kiện ở thị trường nước ngoài. Giá cá ở Tây Âu trong những năm 1990 giảm sau khi các nhà cung cấp từ Liên Xô cũ tham gia vào nền kinh tế thế giới. Giá len ở EU tăng khi hạn hán ở Úc ảnh hưởng đến người nông dân ở đây. Các thị trường cạnh tranh ở các nước khác nhau được liên kết với nhau thông qua thương mại quốc tế.

Khi chi phí vận chuyển thấp, giá hàng hóa trong một nước không chênh nhiều lắm so với các nước khác. Trong trường hợp đặc biệt, thì đã có “Quy tắc một giá”. Nếu không có trở ngại gì và không có chi phí vận chuyển, giá của một số hàng hóa là như nhau ở tất cả các nơi trên thế giới. Những người bán sẽ bán trên thị trường với mức giá cao nhất còn người mua sẽ mua trên thị trường với mức giá thấp nhất. Trao đổi làm cho hai mức giá này bằng nhau.

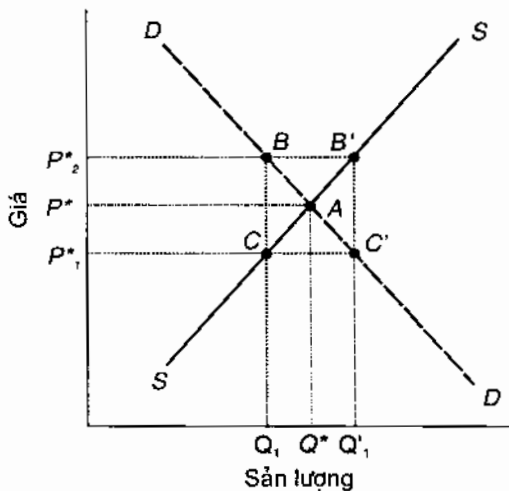
Trong thực tế, chi phí vận chuyển và các hàng rào thương mại, ví dụ thuế nhập khẩu làm cho giá của một số loại hàng hóa khác nhau ở các thị trường khác nhau. Tuy nhiên, trừ phi chi phí vận chuyển quá đắt và hàng rào thương mại vẫn còn, cạnh tranh quốc tế có nghĩa là giá của cùng loại hàng hóa ở các thị trường khác nhau nói chung là có xu hướng thay đổi giống nhau.

Bây giờ chúng ta sẽ minh họa cạnh tranh toàn cầu trong trường hợp không có chi phí vận chuyển và hàng rào thương mại. Người sản xuất và người tiêu dùng trên toàn thế giới là một phần trong một thị trường thống nhất.

Cân bằng trên thị trường nội địa

Hình 8.10 minh họa đường cung nội địa SS và đường cầu nội địa DD của một hàng hóa. Ban đầu, có lẽ do nước này đánh thuế nhập khẩu quá cao cho nên không có thương mại quốc tế. Điểm cân bằng trên thị trường nội địa là A, với mức giá P^* và lượng Q^* .

Hình 8.10 Cân bằng nội địa và giá quốc tế



SS và DD là đường cung và đường cầu nội địa của một loại hàng hóa khi tham gia thị trường thế giới. Khi không có thương mại quốc tế, điểm cân bằng của thị trường trong nước là A. Khi giá cân bằng của thị trường thế giới là P^* , cân bằng vẫn xảy ra tại A. Khi giá cân bằng thế giới là P_1 , các nhà sản xuất nội địa cung Q_1 , và lượng cầu nội địa là Q'_1 . Dư cầu (khoảng cách giữa C và C') được đáp ứng bằng nhập khẩu. Ngược lại, khi giá thế giới là P_2 , các nhà sản xuất trong nước cung Q'_1 , lượng cầu trong nước là Q_1 , và dư cung (khoảng cách giữa B và B') được giải quyết bằng xuất khẩu.

Sau đó, thuế nhập khẩu bị bãi bỏ. Bây giờ có một đường cung thế giới được xác định bằng cách cộng đường cung của mỗi nước và một đường cầu thế giới. Hai đường này cắt nhau xác định mức giá cho hàng hóa này. Giá thị trường nội địa là quá nhỏ so với thị trường thế giới và không có ảnh hưởng gì đến giá của hàng hóa này. Một trong 3 trường hợp sau có thể xảy ra. Hình 8.10 minh họa cả 3 trường hợp này. Thứ nhất, nếu giá thế giới là P^* , giá này cũng là giá cân bằng của thị trường nội địa, điểm A vẫn là điểm cân bằng trên thị trường nội địa. Luật một giá có hiệu lực. Không có động cơ để thực hiện thương mại quốc tế. Cung nội địa bằng cầu nội địa. Nhập khẩu và xuất khẩu bằng 0.

Thứ hai, nếu giá thế giới là P_1 , thấp hơn mức giá nội địa, người tiêu dùng trong nước từ chối trả nhiều hơn mức giá P_1 . Người sản xuất trong nước không thể nào bán được nhiều hơn mức giá P_1 . Vì vậy, họ sẽ cung tại Q_1 . Người tiêu dùng cầu tại Q'_1 , và lượng nhập khẩu là $(Q'_1 - Q_1)$, bằng độ dài CC'.

Thứ ba, nếu mức giá thế giới là P_2 , người tiêu dùng trong nước sẽ mua tại Q_1 nhưng người sản xuất lại cung tại Q'_1 . Lượng xuất khẩu ra nước ngoài là $(Q'_1 - Q_1)$, chính bằng khoảng cách giữa B và B'.

Sự thay đổi của thị trường thế giới ảnh hưởng thị trường nội địa

Giá thế giới tăng lên sẽ ảnh hưởng đến thị trường nội địa, như minh họa trên Hình 8.10. Giá dầu trên thế giới là P_1 . Các công ty dầu của Anh cung Q_1 nhưng lượng cầu là Q'_1 , vậy lượng dầu nhập khẩu là $(Q'_1 - Q_1)$. Bây giờ OPEC hạn chế sản lượng dầu và giá dầu trên thế giới tăng lên. Điều này gây ra 2 ảnh hưởng. Thứ nhất, nó làm giảm lượng cầu về dầu ở Anh. Thứ hai, những người sản xuất dầu ở Anh có thể đạt mức giá cao hơn và vận động dọc theo đường cung đến một mức sản lượng cao hơn.

Bởi vì, lượng cầu nội địa giảm nhưng lượng cung nội địa tăng, làm cho nhập khẩu đầu giảm. Nếu giá thế giới tăng đủ lớn, Anh sẽ trở thành nhà xuất khẩu ròng.

Những đề cập về thương mại quốc tế nhắc chúng ta rằng cách định nghĩa thị trường hoặc ngành trong nước có thể rộng hơn nhiều so với cách định nghĩa nền kinh tế nội địa. Khi chi phí vận chuyển là thấp và hàng rào thương mại là không đáng kể, chúng ta tham gia vào thị trường thế giới và cần tìm kiếm những yếu tố ảnh hưởng đến giá cân bằng của một loại hàng hóa.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

8.6

Độc quyền thuần túy: trường hợp đối lập với cạnh tranh hoàn hảo

Không cần phải lo lắng về ảnh hưởng của một hãng cạnh tranh hoàn hảo đến sản lượng của ngành cũng như giá bán sản phẩm trên thị trường. Hãng có thể bán bao nhiêu sản phẩm mà hãng muốn ở mức giá thị trường. Tiếp theo, chúng ta đề cập đến một tình huống thị trường đối lập - thị trường độc quyền thuần túy.

Nhà độc quyền là người bán duy nhất và tiềm năng đối với sản phẩm của ngành.

Hãng và ngành là một. Một hãng trong nước không thể là độc quyền nếu sản phẩm tương tự được bán trên thị trường thế giới. Ví dụ, Consignia (trước đây là bưu điện) cung cấp tem của nước Anh và độc quyền về loại sản phẩm này. Airbus chỉ là nhà sản xuất máy bay lớn ở châu Âu nhưng không phải là độc quyền bởi vì nó phải đối mặt với cạnh tranh của Boeing ở tất cả các thị trường trên thế giới. Một hãng cung cấp duy nhất có lẽ còn đối mặt với sự cạnh tranh vô hình từ các đối thủ tiềm năng. Nếu vậy, nó đã không phải là độc quyền.

Hộp 8-2 Telecoms pact chấm dứt độc quyền

Trước năm 1997, nhiều thị trường nội địa của một số nước trong lĩnh vực bưu chính viễn thông có những quy định rất chặt chẽ. Lần xuất bản trước của cuốn sách này đã lấy ví dụ độc quyền là công ty điện thoại quốc gia. Anh và Mỹ đã thảo luận vài lần những quy định về bưu chính viễn thông nhưng từ năm 1997, khi mở rộng sang 68 nước thì quy định này càng ngày càng mở rộng hơn. Liên minh châu Âu cam kết đến năm 2003, hoàn thành công cuộc tự do hóa những hoạt động viễn thông cơ bản, bao gồm mạng lưới vệ tinh và điện thoại di động. Tổ chức Thương mại Thế giới dự đoán sản lượng trên thế giới trong lĩnh vực này sẽ tăng 4%.

Bảng sau khẳng định các nhà độc quyền quốc gia đã mất đi sự độc quyền do sự cạnh tranh toàn cầu. Chi phí (tính bằng pence) của một cuộc gọi đường dài 3 phút đã giảm xuống một cách đáng kể

trong giai đoạn 1995 - 1999. Ví dụ này minh họa 2 điểm. Thứ nhất, nhiều nhà độc quyền là kết quả của chính sách của chính phủ quy định chỉ có một nhà cung cấp trong lĩnh vực này, những chính sách đó có thể thay đổi. Thứ hai, cần phải luôn luôn quan tâm đến quy mô của hãng trong mối quan hệ với các thị trường có liên quan. Khi sự đột phá về kỹ thuật trong công nghệ viễn thông đã làm cho thị trường có liên quan càng ngày càng rộng lớn - vệ tinh không còn bị bó buộc trong lãnh thổ một quốc gia nữa - các công ty điện thoại quốc gia phải chơi trên một sân chơi rộng lớn hơn. Sớm hay muộn thì các nhà hoạch định chính sách phải nhận thức được thực tế đó.

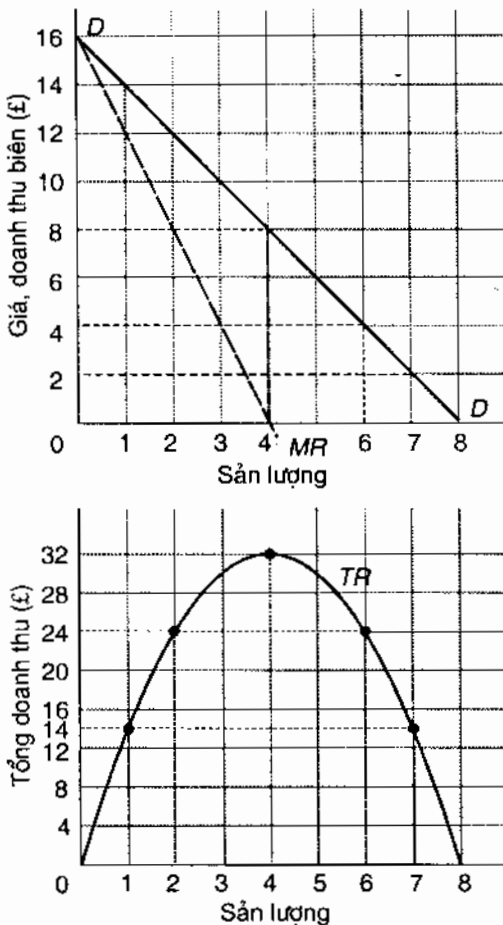
	Pháp	Đức	Ý	Bồ Đào Nha	Tây Ban Nha	Anh
1995	25	35	48	56	48	14
1999	18	11	24	25	38	12

Trước hết, chúng ta nghiên cứu quyết định của một hãng độc quyền tối đa hóa lợi nhuận mà hãng này không phải đối mặt với sự gia nhập mới hay các đối thủ nước ngoài.

Một vài hãng độc quyền là doanh nghiệp nhà nước và không nhất thiết phải hoạt động vì mục đích lợi nhuận cá nhân. Tuy nhiên, trong 2 thập kỷ qua, nhiều nước đã “tư nhân hóa” các hãng độc quyền quốc doanh. Phần còn lại của chương sẽ đề cập đến hành vi của cả các hãng độc quyền tư nhân hiện có và các hãng độc quyền quốc doanh sau khi được tư nhân hóa.

8.7 Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của một hãng độc quyền

Hình 8.11 Cầu, tổng doanh thu và doanh thu cận biên



Tổng doanh thu (TR) bằng giá nhân với sản lượng. Từ đường cầu DD, chúng ta có thể vẽ được đường TR ở mỗi mức sản lượng. TR lớn nhất là 32£, ở mức sản lượng bằng 4 và bán với mức giá 8£/đơn vị. Doanh thu cận biên (MR) chỉ ra TR thay đổi như thế nào khi sản lượng tăng lên một lượng nhỏ. MR nằm dưới đường cầu DD. Từ mức giá của từng đơn vị bán thêm, chúng ta phải trừ đi phần mất của doanh thu từ những đơn vị hiện có khi giá giảm. Phần mất này càng lớn nếu số lượng hàng hiện có càng nhiều và cầu càng ít co giãn. Đường MR càng nằm xa phía dưới đường cầu DD nếu sản lượng càng lớn và cầu càng ít co giãn. Từ mức sản lượng bằng 4, MR là âm và bán thêm đơn vị hàng hóa làm cho TR giảm.

Để tối đa hóa lợi nhuận bất kỳ một hãng nào cũng chọn mức sản lượng tại đó doanh thu cận biên MR bằng chi phí cận biên MC (SMC trong ngắn hạn và LMC trong dài hạn). Sau đó hãng sẽ xem xét liệu có đủ bù đắp chi phí trung bình (SAVC trong ngắn hạn và LAC trong dài hạn).

Điểm đặc biệt của một hãng cạnh tranh là $P = MR$. Bán thêm một đơn vị sản lượng không làm giảm giá và cũng không làm giảm doanh thu thu được so với các đơn vị trước đó. Phần thay đổi trong tổng doanh thu cũng chính là giá bán thêm một đơn vị hàng hóa.

Ngược lại, đường cầu mà một hãng độc quyền phải đối mặt cũng chính là đường cầu của ngành và dốc xuống. Vì vậy, khi bán thêm một đơn vị sản phẩm, MR nhỏ hơn giá. Hãng độc quyền biết rằng sản lượng có thêm sẽ làm giảm doanh thu từ các đơn vị chưa bán. Để bán được nhiều hơn, phải giảm giá của tất cả các đơn vị hàng hóa.

Với một đường cầu dốc xuống, Hình 8.11 cho thấy giá, doanh thu cận biên và tổng doanh thu có quan hệ với nhau như thế nào. Cầu càng ít co giãn thì giá giảm nhiều hơn khi bán thêm một đơn vị hàng hóa, làm giảm doanh thu từ những đơn vị hàng hóa hiện có. Ở bất kỳ mức sản lượng nào, MR càng nằm thấp hơn đường cầu nếu cầu càng ít co giãn. Cũng vậy, số lượng hàng hóa hiện có càng nhiều, thì giá giảm khi bán thêm một đơn vị hàng hóa càng làm cho doanh thu giảm nhiều. Với một đường cầu cho trước, MR giảm càng nhiều so với giá thì có nghĩa là sản lượng bán được càng nhiều.

Từ một mức sản lượng nhất định (4 trong Hình 8.11), phần doanh thu mất đi vượt quá phần doanh thu thu thêm từ đơn vị

hàng hóa bán thêm. Doanh thu cận biên là âm. Bán thêm hàng hóa chỉ làm cho tổng doanh thu giảm.

Nếu xét về khía cạnh chi phí, chỉ với một người sản xuất, các đường chi phí của một hãng đã học trong Chương 8 được đưa vào đây. Độc quyền có các đường chi phí thông thường như chi phí trung bình, cận biên, ngắn hạn và dài hạn. Đơn giản, chúng ta chỉ đề cập đến các đường chi phí dài hạn.

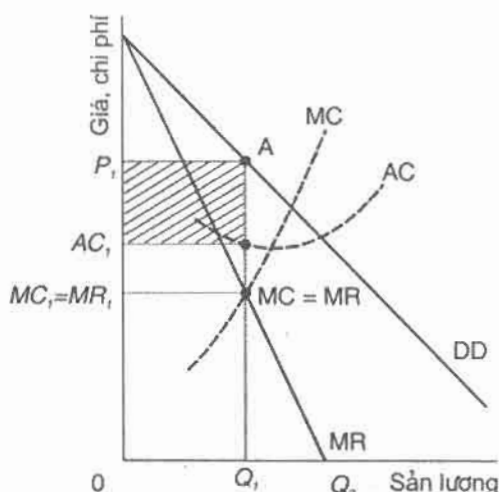
Bảng 8.2 Độc quyền tối đa hóa lợi nhuận

Sản lượng	Điều kiện cận biên			Điều kiện trung bình			
	MR > MC	MR = MC	MR < MC	Ngắn hạn		Dài hạn	
				P > SAVC	P < SAVC	P > LAC	P < LAC
Tăng	Tối ưu	Giảm	Sản xuất	Đóng cửa	Ở lại	Rời bỏ	

Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận

Khi $MR = MC$ tương ứng với mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận. Sau đó, hãng độc quyền sẽ xem xét liệu ở mức sản lượng này, giá (doanh thu trung bình) có bù đắp được chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn và tổng chi phí trung bình dài hạn không. Nếu không, hãng độc quyền nên đóng cửa trong ngắn hạn và rời bỏ ngành trong dài hạn. Bảng 8.2 tóm tắt những quyết định về sản lượng của hãng.

Hình 8.12 Điểm cân bằng của độc quyền: $MC = MR$



Áp dụng điều kiện cận biên, hãng độc quyền tối đa hóa lợi nhuận sản xuất ở mức sản lượng Q_1 tương ứng với $MR = MC$. Sau đó, hãng sẽ kiểm tra xem giá có bù đắp được chi phí trung bình không. Trong hình vẽ, Q_1 có thể bán ở giá P_1 , cao hơn AC_1 . Lợi nhuận độc quyền là diện tích hình gạch chéo $(P_1 - AC_1)Q_1$.

Hình 8.12 minh họa đường chi phí trung bình AC với dạng phổ biến hình chữ U. Đường chi phí cận biên MC đi qua điểm thấp nhất của đường AC. Đường doanh thu cận biên MR nằm dưới đường cầu DD dốc xuống. Cho $MR = MC$, hãng chọn mức sản lượng Q_1 . Để xác định mức giá tại mức sản lượng này, chúng ta dựa vào đường cầu DD. Độc quyền bán sản lượng Q_1 tại mức giá P_1 . Lợi nhuận đơn vị là $(P_1 - AC_1)$ và tổng lợi nhuận là hình gạch chéo $(P_1 - AC_1)Q_1$.

Trong dài hạn, hãng độc quyền thu được siêu lợi nhuận hay còn gọi là lợi nhuận độc quyền. Không giống như ngành cạnh tranh, siêu lợi nhuận của nhà độc quyền không bị mất do có nhiều hãng gia nhập và giá giảm xuống. Độc quyền không lo lắng về sự gia nhập tiềm năng. Khi không có sự gia nhập, chúng ta sẽ loại bỏ cơ chế này do đó siêu lợi nhuận không còn nữa trong dài hạn.

Đặt giá

Hãng cạnh tranh là một người chấp nhận giá, hãng độc quyền đặt giá cho sản phẩm và gọi là người đặt giá. Khi quyết định sản xuất ở Q_1 , hãng độc quyền đặt giá tại P_1 vì biết rằng ở mức giá này người tiêu dùng cầu Q_1 .

Độ co giãn và doanh thu cận biên

Khi co giãn của cầu nằm giữa 0 và -1, cầu là không co giãn và sản lượng tăng làm tổng doanh thu giảm. Doanh thu cận biên âm. Nghĩa là phần trăm giảm của giá lớn hơn phần

trăm tăng trong lượng cầu. Tất cả các mức sản lượng ở phía bên phải Q_2 đều có MR âm. Đường cầu là không co giãn ở những mức sản lượng lớn hơn Q_2 . Ở những mức sản lượng thấp hơn Q_2 , đường cầu là co giãn. Mức sản lượng cao hơn dẫn đến tổng doanh thu cao hơn. Doanh thu cận biên là dương.

Độc quyền quyết định sản lượng theo $MR = MC$. MC phải dương, cho nên MR cũng dương. Mức sản lượng được lựa chọn nằm bên trái Q_2 . Một nhà độc quyền không bao giờ sản xuất ở phần không co giãn của đường cầu.

Giá, chi phí cận biên và sức mạnh độc quyền

Phân chênh lệch giữa giá và chi phí cận biên đo lường sức mạnh độc quyền.

Ở bất kỳ mức sản lượng nào, giá lớn hơn doanh thu cận biên vì đường cầu là dốc xuống. Vì vậy, khi đặt $MR = MC$ nhà độc quyền đặt một mức giá lớn hơn chi phí cận biên. Ngược lại, một hãng cạnh tranh luôn đặt giá bằng chi phí cận biên, bởi vì giá luôn bằng doanh thu cận biên của hãng. Một hãng cạnh tranh không thể tăng giá lớn hơn chi phí cận biên và không có sức mạnh độc quyền. Đường cầu của hãng độc quyền càng ít co giãn, thì doanh thu cận biên càng thấp hơn nhiều so với giá, giá càng chênh lệch nhiều so với chi phí cận biên, hãng càng có sức mạnh độc quyền lớn.

So sánh tính đối với một hãng độc quyền

Hình 8.12 cũng được sử dụng để phân tích sự thay đổi trong chi phí hoặc cầu. Giả sử chi phí tăng làm dịch chuyển đường MC và AC lên trên. Đường MC cao hơn sẽ cắt đường MR ở mức sản lượng thấp hơn. Nếu hãng độc quyền có thể bán số lượng sản phẩm này ở mức giá đủ bù đắp chi phí trung bình, ảnh hưởng của chi phí tăng là làm sản lượng giảm. Bởi vì đường cầu là dốc xuống, sản lượng thấp hơn đồng nghĩa với giá cân bằng sẽ cao hơn.

Tương tự, với các đường chi phí như Hình 8.12, giả sử đường cầu và đường doanh thu cận biên dịch chuyển lên trên ra bên ngoài. MR bây giờ cắt MC ở mức sản lượng cao hơn. Vậy khi cầu tăng sẽ làm sản lượng của hãng độc quyền tăng.

8.8

Giá, sản lượng trong độc quyền và cạnh tranh

Bây giờ chúng ta so sánh ngành cạnh tranh hoàn hảo với ngành độc quyền. So sánh này cần điều kiện là cả 2 ngành đều có đường cầu và đường chi phí như nhau. Vậy một ngành có thể thay đổi như thế nào nếu đầu tiên nó có cấu trúc là ngành cạnh tranh sau đó lại là một ngành độc quyền.

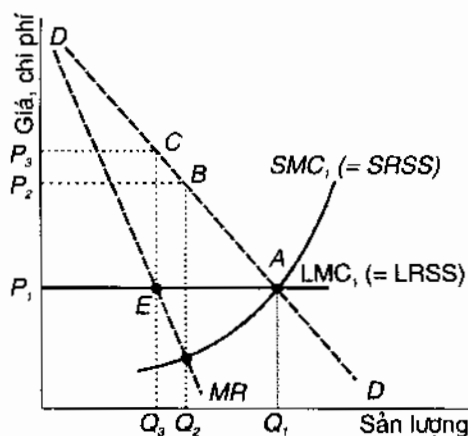
Chương 9 giải thích tại sao một số ngành là cạnh tranh trong khi một số ngành khác là độc quyền. Nếu lý thuyết này đúng, một ngành có thể vừa là cạnh tranh vừa là độc quyền không? Chỉ trong vài trường hợp đặc biệt.

So sánh một ngành cạnh tranh với một ngành độc quyền nhiều nhà máy

Bây giờ để cập đến một ngành cạnh tranh mà tất cả các hãng trong ngành và các hãng gia nhập tiềm năng đều có các đường chi phí giống nhau. Trong Hình 8.13, LRSS là đường cung dài hạn nằm ngang của ngành cạnh tranh. Ngành đối mặt với đường cầu DD, có điểm cân bằng dài hạn là A với mức giá P_1 và sản lượng Q_1 . LRSS nằm ngang tại mức giá P_1 , điểm thấp nhất trên đường LAC của mỗi hãng. Bất kỳ một mức giá nào khác cũng sẽ dẫn đến sự gia nhập mới hay rút lui khỏi ngành. LRSS cũng là đường chi phí cận biên dài hạn của ngành LMC_1 do việc mở rộng sản lượng từ các hãng mới gia nhập ngành.

Mỗi hãng sản xuất ở điểm thấp nhất của đường LAC và hòa vốn. Đường chi phí cận biên cắt điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình. Vì vậy, mỗi hãng sẽ nằm trên đường SMC và LMC của chính hãng. SRSS, đường cung ngắn hạn của ngành, được xác định bằng cách cộng theo chiều ngang đường SMC của tất cả các hãng. Đây cũng là đường chi phí cận biên ngắn hạn của ngành SMC₁ do việc mở rộng sản lượng của các hãng đang ở trong ngành với một số yếu tố đầu vào cố định tạm thời. Bởi vì SRSS cắt đường cầu tại P₁, ngành đạt cân bằng cả trong ngắn hạn và dài hạn.

Hình 8.13 Hãng độc quyền sản xuất ít hơn, đặt giá cao hơn



Điểm cân bằng dài hạn trong một ngành cạnh tranh xảy ra tại A. Tổng sản lượng là Q₁ và giá là P₁. Một ngành độc quyền lại đặt MR = SMC₁, hạn chế sản lượng ở Q₂ và tăng giá đến P₂. Trong dài hạn, độc quyền đặt MR = LMC₁, giảm sản lượng đến Q₃ và tăng giá đến P₃. Không có sự gia nhập mới cạnh tranh làm mất siêu lợi nhuận P₃CEP₁, bằng việc tăng sản lượng của ngành.

Bắt đầu từ vị trí này, ngành cạnh tranh trở thành một ngành độc quyền. Ngành độc quyền chia làm nhiều nhà máy (hãng) nhưng quyết định sản lượng và giá là tập trung. Một thời gian, hãng độc quyền vẫn duy trì nhiều nhà máy như trong ngành cạnh tranh. Bởi vì, hãng và ngành bây giờ là một, SMC₁ vẫn là đường chi phí cận biên ngắn hạn của hãng độc quyền được cộng theo chiều ngang đường chi phí cận biên của tất cả các nhà máy¹. Tuy nhiên, hãng độc quyền biết rằng tổng sản lượng cao hơn sẽ kéo giá xuống thấp hơn.

Trong ngắn hạn, hãng độc quyền đặt SMC₁ = MR, đạt điểm cân bằng là B. Sản lượng là Q₂ và giá là P₂. So với điểm cân bằng cạnh tranh tại A, độc quyền đặt giá cao hơn và cung sản lượng ít hơn.

Trong dài hạn, hãng độc quyền có thể thiết lập thêm một số nhà máy mới hay đóng cửa một số nhà máy hiện tại. Dù lỗ hay thu lợi nhuận ngắn hạn tại B (chúng ta cần vẽ đường SATC để xác định điều này), hãng độc quyền trong dài hạn sẽ rời khỏi ngành hoặc loại bỏ một số nhà máy hiện tại.

Hãng độc quyền cắt bớt sản lượng để đẩy giá lên. Trong dài hạn, hãng phải cho mỗi nhà máy hoạt động ở điểm thấp nhất trên đường LAC. Cần phải đóng cửa một số nhà máy để giảm sản lượng. Trong dài hạn, độc quyền đặt LMC₁ = MR và đạt điểm cân bằng C. Giá tăng đến P₃ và sản lượng giảm đến Q₃. Lợi nhuận dài hạn chính là phần diện tích hình P₃CEP₁, bởi vì P₁ vẫn là chi phí trung bình dài hạn khi tất cả các nhà máy đang ở điểm thấp nhất của đường LAC của chính mỗi nhà máy.

Bởi vì MR nhỏ hơn giá, hãng độc quyền sản xuất ít hơn và đặt mức giá cao hơn ngành cạnh tranh. Tuy nhiên, trong ví dụ này có một sự ngăn chặn hợp pháp việc gia nhập của các đối thủ cạnh tranh, điều này làm cho hãng độc quyền thành công trong dài hạn. Nếu không, với các đường chi phí như nhau, các hãng khác sẽ thiết lập sự cạnh tranh, mở rộng sản lượng của ngành và cạnh tranh làm mất đi siêu lợi nhuận. Không có sự gia nhập mới chính là bản chất của độc quyền.

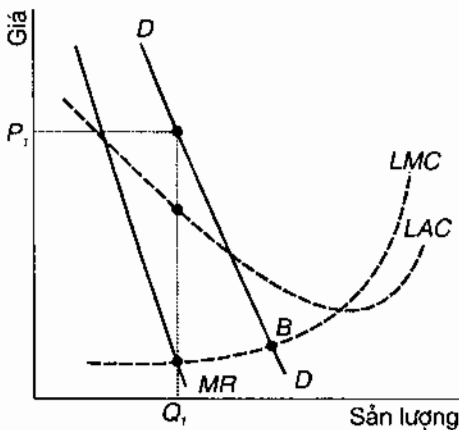
¹ Trong 1 ngành cạnh tranh, mỗi hãng đều cân bằng giữa giá và chi phí cận biên. Như vậy, các hãng sản xuất với cùng 1 mức chi phí cận biên. Chúng ta có thể tổng hợp theo chiều ngang (tại cùng 1 mức giá) để xây dựng đường SMC của ngành. Một nhà độc quyền nhiều nhà máy không cần thiết phải cân bằng MC giữa tất cả các nhà máy nhưng luôn nhận thấy việc làm như thế là có lợi. Nếu chi phí cận biên trong 2 nhà máy khác nhau, nhà độc quyền có thể sản xuất cùng mức sản lượng như cũ với chi phí thấp hơn bằng cách sản xuất thêm ở nhà máy có MC thấp và giảm sản xuất ở nhà máy có MC cao. Như vậy, SMC của nhà độc quyền ở các nhà máy vẫn bằng tổng theo chiều ngang của SMC của từng nhà máy, giống như trong ngành cạnh tranh.

So sánh một hãng độc quyền một nhà máy với một ngành cạnh tranh

Thay vì nghiên cứu một hãng độc quyền có được nhờ thấu tóm nhiều hãng cạnh tranh, chúng ta xem xét một hãng độc quyền đáp ứng toàn bộ cầu của ngành chỉ với một nhà máy. Đây là hình thức hợp lý nhất khi tính kinh tế của quy mô là rất lớn. Chi phí ban đầu để thiết lập mạng lưới điện thoại quốc gia là rất tốn kém. Nhưng một khi mạng lưới này đã được thiết lập thì chi phí kết nối khi có thêm người thuê bao là thấp.

Các hãng độc quyền hưởng lợi từ tính kinh tế của quy mô lớn - LAC luôn giảm xuống khi sản lượng tăng - được gọi là độc quyền tự nhiên. Tính kinh tế của quy mô lớn giải thích tại sao chỉ có duy nhất một hãng cung sản lượng và không lo sợ việc gia nhập của các hãng khác. Các hãng mới nhỏ hơn sẽ bị ngăn chặn do bị bất lợi vì chi phí.

Hình 8.14 Độc quyền tự nhiên với tính kinh tế của quy mô



Đường LAC luôn giảm xuống trong phạm vi sản lượng mà hãng độc quyền có thể bán. Tính kinh tế theo quy mô lớn so với quy mô thị trường. Hãng độc quyền sản xuất Q_1 tại mức giá P_1 và thu lợi nhuận. Nếu nó cố gắng hành động như một hãng cạnh tranh chấp nhận giá thì sẽ sản xuất tại B tương ứng với $P = LMC$ và bị lỗ. Khi nhận thức ảnh hưởng của sản lượng đến giá bán hàng hóa, thì hãng độc quyền một nhà máy có thể làm tốt hơn nhiều. Ngành sẽ không thể ủng hộ quá nhiều hãng nhỏ. Mỗi hãng có chi phí trung bình cao ở những mức sản lượng thấp. Ngành không thể trở thành một ngành cạnh tranh.

Hình 8.14 minh họa một hãng độc quyền tự nhiên. Trong dài hạn, đường chi phí trung bình và chi phí cận biên của hãng là LAC và LMC. Với vị trí đường cầu như trong hình vẽ, đường LAC giảm xuống trong khoảng sản lượng hãng có thể bán. Hãng độc quyền này sản xuất tại $LMC = MR$, cung sản lượng Q_1 tại mức giá P_1 . Ở mức sản lượng này, P lớn hơn LAC. Độc quyền thu được siêu lợi nhuận và rất thỏa mãn tiếp tục kinh doanh.

Không hợp lý khi so sánh điểm cân bằng của độc quyền tự nhiên với trường hợp hãng hành động như cạnh tranh hoàn hảo. Với tính kinh tế của quy mô, chỉ có duy nhất một hãng trong ngành. LAC là đường chi phí của mỗi hãng. Nếu có quá nhiều hãng nhỏ mà mỗi hãng sản xuất với tỷ lệ quá nhỏ trong tổng sản lượng thì chi phí trung bình sẽ rất lớn. Bằng việc mở rộng quy mô, hãng lớn có thể bán với giá rất rẻ và loại họ ra. Ngành này buộc chỉ có một hãng cung cấp sản phẩm. Độc quyền tự nhiên sẽ tối đa hóa lợi nhuận chỉ bằng việc cho rằng doanh thu cận biên không bằng giá.

8.9 Độc quyền không có đường cung

Một hãng cạnh tranh sẽ đặt giá bằng chi phí cận biên nếu hãng vẫn còn tiếp tục cung sản lượng. Nếu chúng ta biết đường chi phí cận biên thì chúng ta biết hãng sẽ cung bao nhiêu ở mỗi mức giá. Tổng hợp của các hãng, chúng ta cũng xác định được cả ngành sẽ cung bao nhiêu ở mỗi mức giá. Vậy, chúng ta có thể vẽ đường cung mà không cần biết thông tin về đường cầu. Sau đó, chúng ta phân tích cung và cầu gặp nhau như thế nào để xác định giá và lượng cân bằng.

Nhưng sản lượng của một hãng độc quyền lại bị ảnh hưởng của cả chi phí cận biên và doanh thu cận biên. Hình 8.15 minh họa một đường LMC cho trước. Hãng độc quyền sẽ sản xuất bao nhiêu ở mức giá P_1 . Điều này phụ thuộc vào cầu và doanh thu cận biên.

Khi đường cầu là DD , doanh thu cận biên là MR , hãng sẽ sản xuất Q_1 ở mức giá P_1 . Nếu đường cầu là $D'D'$, doanh thu cận biên là MR' , độc quyền sẽ sản xuất Q_2 nhưng vẫn bán ở mức giá P_1 .

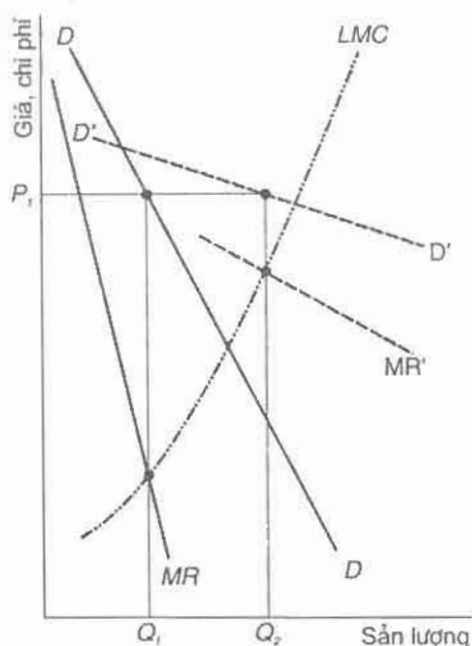
Hãng độc quyền không có đường cung vì phụ thuộc vào các điều kiện cầu. Hơn nữa nhà độc quyền đồng thời phải dựa vào cả cầu (doanh thu cận biên) và chi phí (chi phí cận biên) để quyết định sản xuất bao nhiêu và đặt mức giá nào.

Độc quyền phân biệt giá

Phân biệt giá nghĩa là đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau.

Từ trước đến bây giờ chúng ta vẫn giả định rằng tất cả khách hàng đều chịu cùng một mức giá. Không giống như một ngành cạnh tranh, khi mà cạnh tranh ngăn cản không cho hãng đặt mức giá cao hơn so với các đối thủ, nhà độc quyền có thể đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau.

Hình 8.15 Không có đường cung trong độc quyền



Với đường cầu DD và đường doanh thu cận biên tương ứng MR độc quyền sản xuất tại Q_1 và đặt giá P_1 . Tuy nhiên, khi đổi mặt với $D'D'$ và MR' , độc quyền sản xuất tại Q_2 nhưng vẫn đặt giá P_1 . Vậy biết giá, không thể suy ra một lượng cung duy nhất nếu không biết đường cầu và đường doanh thu cận biên. Bởi vì, độc quyền biết sản lượng chịu ảnh hưởng của cả cầu và chi phí cận biên, nên cần quan tâm cả 2 khi xác định sản lượng.

Chúng ta đề cập đến một nhà độc quyền bay trong đường bay từ London đến Rome. Nó có các khách hàng là các nhà doanh nghiệp với đường cầu co giãn rất ít. Họ phải đi công tác liên tục bằng máy bay. Đường cầu và doanh thu cận biên của họ rất dốc. Hãng hàng không này cũng có những khách hàng du lịch với đường cầu cho nhóm khách hàng này là co giãn. Nếu chuyến bay tới Rome chi phí quá đắt thì họ sẽ đến thăm Athens chứ không đến Rome nữa. Nhóm khách hàng là khách du lịch này có đường cầu và đường doanh thu cận biên thoải hơn.

Nếu đường cầu càng ít co giãn thì đường doanh thu cận biên càng nằm cách xa đường cầu. Bán thêm đơn vị sản lượng đòi hỏi phải cắt giảm giá nhiều hơn và điều này ảnh hưởng đến doanh thu nhiều hơn. Bởi vì, độ co giãn của cầu xác định khoảng cách giữa doanh thu cận biên và giá, đặt cùng một mức giá cho những người mua khác nhau với những đường cầu co giãn khác nhau có nghĩa là doanh thu cận biên từ nhà doanh nghiệp cuối cùng sẽ ít hơn doanh thu cận biên từ nhà du lịch cuối cùng.

Bất kể số lượng hành khách là bao nhiêu, sẽ là sai lầm nếu hãng hàng không này đặt một mức giá chung cho cả 2 nhóm hành khách. Bởi vì, doanh thu cận biên từ nhà du lịch cuối cùng lớn hơn doanh thu cận biên từ nhà doanh nghiệp cuối cùng, hãng hàng không sẽ có thêm doanh thu, mà chi phí bổ sung không tăng lên nếu bớt đi một khách hàng là nhà doanh nghiệp và tăng thêm một khách hàng là nhà du lịch. Hãng cứ duy trì như vậy cho đến khi doanh thu cận biên từ hai nhóm khách hàng này bằng nhau.

Để làm được điều này, hãng hàng không phải đặt 2 mức giá khác nhau cho 2 nhóm khách hàng này. Bởi vì, cầu về khách hàng du lịch là co giãn, hãng đặt mức giá thấp hơn cho nhóm khách hàng này để tăng tổng doanh thu. Còn cầu về nhóm khách

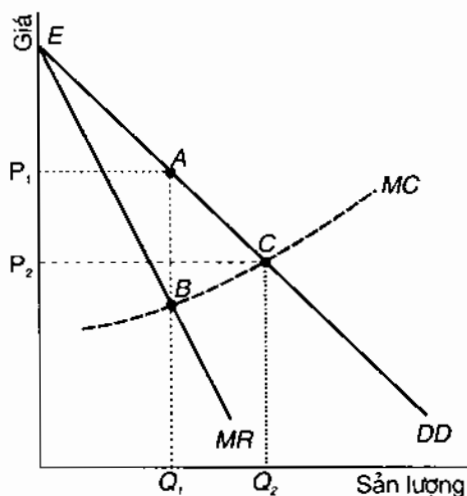
hàng doanh nghiệp là không co giãn nên hãng đặt mức giá cao hơn để tăng doanh thu từ nhóm khách hàng này.

Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận phải đáp ứng được 2 điều kiện. Thứ nhất, nhóm khách hàng là nhà doanh nghiệp với cấu trúc không co giãn sẽ phải trả cao hơn nhóm khách hàng du lịch với cấu trúc co giãn sao cho doanh thu cận biên từ 2 nhóm khách hàng này là bằng nhau. Lúc đó, sẽ không còn động cơ cho việc thay đổi giá đối với 2 nhóm nữa. Thứ hai, mức giá và số lượng khách hàng của mỗi nhóm phải được xác định theo điều kiện chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên của mỗi nhóm khách hàng. Hãng độc quyền lúc này kinh doanh với quy mô có lợi nhất, cũng như với sự kết hợp có lợi nhất giữa hai nhóm khách hàng.

Khi nhà độc quyền đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau, chúng ta nói rằng nhà sản xuất phân biệt giá. Trong thực tế, có rất nhiều ví dụ về phân biệt giá. Công ty vận chuyển đường sắt sẽ đặt mức giá cao hơn cho những người đi làm hàng ngày vào giờ cao điểm so với những khách hàng đi vào giờ giữa trưa với đường cầu co giãn hơn.

Hầu hết các ví dụ về phân biệt giá liên quan đến lĩnh vực dịch vụ nhiều hơn là hàng hóa được tiêu dùng. Phân biệt giá đối với một hàng hóa được tiêu chuẩn hóa thì rất khó thực hiện. Những loại hàng hóa này được mua với giá thấp nhưng được bán lại cho những người khác sẵn sàng trả mức giá cao. Phân biệt giá chỉ có hiệu quả khi không có sự mua đi bán lại trên thị trường.

Hình 8.16 Phân biệt giá hoàn hảo



Nếu đặt cho tất cả các khách hàng cùng một mức giá nhà độc quyền sẽ sản xuất tại B, $MC = MR$. Nếu mỗi đơn vị sản lượng có thể bán với 1 mức giá khác, doanh thu từ các đơn vị sản lượng hiện tại không bị giảm do việc giảm giá bán cho đơn vị sản lượng khác. Đường cầu DD là đường doanh thu cận biên và nhà độc quyền phân biệt giá hoàn hảo sẽ sản xuất tại C. Sản lượng tăng và lợi nhuận cũng tăng. Bằng việc phân biệt giá nhà độc quyền thu được doanh thu tăng thêm EP, A do bán Q_1 , nhưng cũng do giá tăng sản lượng lên trên mức này làm cho lợi nhuận tăng thêm phần ABC do mở rộng từ A sang C.

Phân biệt giá một lần nữa lại minh họa độc quyền không có đường cung. Hình 8.16 minh họa phân biệt giá hoàn hảo. Mỗi khách hàng trả các mức giá khác nhau cho cùng một loại sản phẩm.

Nếu hãng độc quyền đặt cho tất cả khách hàng cùng một mức giá, sản lượng tối đa hóa lợi nhuận là Q_1 theo nguyên tắc $MR = MC$ và mức giá là P_1 .

Nếu hãng độc quyền có thể phân biệt giá hoàn hảo, đơn vị sản lượng đầu tiên bán với giá ở điểm E. Đơn vị đầu tiên được bán cho khách hàng sẵn sàng trả mức giá cao nhất, đơn vị tiếp theo bán cho khách hàng sẵn sàng trả mức giá cao thứ nhì,... Vận động xuống phía dưới dọc theo đường cầu DD chúng ta có thể xác định được từng mức giá cho từng đơn vị sản lượng được bán thêm. Khi giảm giá để bán thêm các đơn vị sản lượng, doanh thu của hãng không giảm xuống nữa. Vì vậy, khi phân biệt giá hoàn hảo, đường cầu chính là đường doanh thu cận biên. Doanh thu cận biên từ đơn vị sản lượng cuối cùng chính là giá bán của đơn vị đó.

Khi xem DD như là đường doanh thu cận biên, hãng độc quyền phân biệt giá hoàn hảo sản xuất ở điểm C tương ứng với: doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Có 2 điều sau xảy ra. Thứ

nhất, nếu phân biệt giá hoàn hảo có thể xảy ra thì hãng sẽ thu thêm lợi nhuận. Nếu vận động từ mức giá chung ở điểm A đến giá phân biệt hoàn hảo ở điểm C, lợi nhuận tăng thêm của hãng chính là diện tích ABC. Đây chính là phần chênh lệch giữa doanh thu tăng thêm và chi phí tăng thêm khi sản lượng tăng.

Ngay cả ở mức sản lượng Q_1 hãng đã kiếm được nhiều lợi nhuận so với lợi nhuận ở mức giá chung. Hãng còn thu thêm được phần diện tích EP_1A bằng việc đặt các mức giá khác đối với các đơn vị sản lượng Q_1 đầu tiên so với mức giá P_1 . Thực tế, một trong những cách chủ yếu mà các nhà tư vấn khuyến các hãng để tăng lợi nhuận là tìm các cách mới giúp hãng phân biệt giá hoàn hảo.

Thứ hai, phân biệt giá hoàn hảo có ảnh hưởng đến sự lựa chọn sản lượng của hãng hay không. Một mức giá chung tương ứng với sản lượng Q_1 . Phân biệt giá hoàn hảo thì sản lượng là Q_2 . Chính sách giá chung và phân biệt giá hoàn hảo dẫn đến sự lựa chọn sản lượng khác nhau, bởi vì chúng ảnh hưởng đến doanh thu cận biên của hãng dọc quyền từ đường cầu đã cho.

8.10 Độc quyền và sự thay đổi công nghệ

Mục 8.8 so sánh một ngành độc quyền và ngành cạnh tranh hoàn hảo. Khi một sự so sánh như vậy có ý nghĩa thì chúng ta khám phá ra rằng: (1) một hãng độc quyền hạn chế sản lượng để đặt giá cao và (2) một hãng độc quyền có thể thu được lợi nhuận kinh tế mãi mãi.

Hộp 8-3 Kẻ trộm lọt lưới

Ngày hôm qua Tòa án thành phố Oslo tuyên bố rằng... không có ai bị phạt về việc tự phá hủy tài sản của chính bản thân mình.

Nguồn: The Guardian, 8 January 2003.

Thị trường DVD có giá trị với ước tính khoảng 20 tỷ \$ ở Bắc Mỹ. Nhưng, DVD cũng giống CD ở chỗ việc vi phạm quyền tác giả hoặc copy đĩa là rất lớn. Giá của một cuốn phim Hollywood được ưa chuộng bán tại các cửa hàng đắt hơn rất nhiều so với giá copy lậu của cuốn phim đó. Để ngăn chặn việc in phim lậu, các nhà sản xuất phim đã đầu tư một hệ thống bảo vệ trên DVD, bao gồm các mặt mã, các số của nhiều vùng nhằm ngăn chặn việc copy đĩa. Tất cả rất tuyệt vời và chủ yếu nhằm duy thu lợi nhuận. Hơn nữa, các xưởng sản xuất phim của

Hollywood còn thất bại trong việc để những kẻ copy lậu này ngoài vòng pháp luật vì những người copy lại tài sản của chính họ thì không thể là bất hợp pháp.

Những phim và nhạc tự do thì việc copy lậu này trở thành vấn đề rất lớn. Nếu các nhà sản xuất thậm chí quyết định không cung cấp những sản phẩm này nữa thì tất cả mọi người đều thiệt hơn. Câu hỏi đặt ra cho xã hội là làm sao có được quyền bình đẳng. Với nhiều sự bảo vệ bằng phát minh sáng chế, quyền tác giả, hệ thống bảo vệ bằng số, các nhà sản xuất phim và nhạc đang thu được lợi nhuận ketch xù và chúng ta đang chịu mức giá quá cao cho phim và nhạc. Nhưng khi có ít sự bảo vệ, ngành này sẽ cạn kiệt.

Joseph Schumpeter (1883 - 1950) đã tranh cãi rằng sự so sánh này đã không đề cập đến ảnh hưởng của công nghệ làm giảm chi phí, điều này cho phép cắt giảm giá và mở rộng sản lượng. Một hãng độc quyền lớn với mức lợi nhuận ổn định có thể dễ dàng tài trợ những hoạt động nghiên cứu và phát triển cần thiết nhằm tiết kiệm chi phí. Quan trọng hơn, một hãng độc quyền có thể có thêm động lực để tiến hành nghiên cứu và phát triển.

Trong một ngành cạnh tranh, một hãng với công nghệ hiện đại chỉ có thể có cơ hội tạm thời để kiếm lợi nhuận cao để bù đắp chi phí nghiên cứu và phát triển. Nhưng sự bất chước của các hãng đang ở trong ngành và mới gia nhập ngành cạnh tranh làm cho các hãng không thu được lợi nhuận nữa. Ngược lại, bằng việc dịch chuyển tất cả các đường chi phí xuống dưới, một hãng độc quyền thu được lợi nhuận cao mãi mãi. Schumpeter tranh cãi rằng 2 yếu tố - nhiều nguồn lực hơn cho nghiên cứu và phát triển, lợi nhuận cao hơn cho những dự án mạo hiểm thành công - làm cho hãng độc quyền đổi mới hơn ngành cạnh tranh. Với quan điểm nhìn xa trông rộng, các hãng độc quyền thích các đường chi phí thấp hơn. Kết quả, họ đặt mức giá thấp hơn, điều này làm tăng lượng cầu về hàng hóa của hãng độc quyền.

Lập luận này là có thật. Các hãng nhỏ thường rất ít hoạt động R & D. Rất nhiều các hãng lớn có cả bộ phận nghiên cứu chuyên nghiệp. Mặc dù vậy, lập luận của Schumpeter là hơi cường điệu thực tế.

Các nền kinh tế hiện đại có một hệ thống bằng sáng chế. Các nhà phát minh thường có được sự bảo hộ hợp pháp về phát minh của mình tạm thời trong một khoảng thời gian nhất định. Bằng việc loại bỏ tạm thời sự gia nhập mới và sự bắt chước, các luật về phát minh sáng chế tăng các động cơ khuyến khích tiến hành R & D nhưng không khuyến khích thành lập độc quyền trong dài hạn. Trong giai đoạn bằng phát minh có hiệu lực, các hãng phát minh đạt mức giá cao và thu được lợi nhuận lớn. Thực tế, khi bằng sáng chế hết hiệu lực và gặp phải sự cạnh tranh từ các hãng khác dẫn đến sản lượng cao hơn và giá thấp hơn. Giá thực tế của các máy photocopy và máy vi tính giảm xuống đáng kể khi bằng phát minh của Xerox và IBM hết hiệu lực.

TÓM TẮT

- Trong một ngành cạnh tranh, mỗi người mua và người bán đều là người chấp nhận giá và hành động của mỗi cá nhân không ảnh hưởng đến giá thị trường. Cạnh tranh hoàn hảo là cấu trúc thị trường hợp lý nhất khi nhiều hãng sản xuất các sản phẩm tiêu chuẩn, với sự tự do gia nhập và rút lui, người mua dễ dàng thấy rằng sản phẩm của các hãng thực sự là giống nhau.
- Với một hãng cạnh tranh, giá bằng doanh thu cận biên. Sản lượng được xác định theo nguyên tắc $P = MC$. Đường cung của hãng là đường SMC phần nằm cao hơn SAVC. Ở mức giá thấp hơn, hãng tạm thời đóng cửa. Trong dài hạn, đường cung dài hạn của hãng là đường LMC phần nằm cao hơn LAC. Ở mức giá thấp hơn, thậm chí hãng rời khỏi ngành.
- Cộng theo chiều ngang lượng cung của mỗi hãng ở từng mức giá, chúng ta có được đường cung của ngành. Nó thoải hơn trong dài hạn bởi vì các hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào và số lượng hãng trong ngành có thể thay đổi. Trong trường hợp đặc biệt, khi tất cả các hãng đang trong ngành và các hãng gia nhập tiềm năng đều có các đường chi phí như nhau, đường cung dài hạn của ngành nằm ngang ở mức giá tương ứng với điểm thấp nhất trên đường LAC của mỗi hãng.
- Cầu tăng làm cho giá tăng nhiều nhưng sản lượng tăng ít. Các hãng trong ngành vận động lên trên dọc theo đường SMC. Giá lớn hơn chi phí trung bình và lợi nhuận thu hút các hãng mới gia nhập ngành. Trong dài hạn, sản lượng tăng nhưng giá vẫn giảm. Ở cân bằng dài hạn, hãng cận biên thu được lợi nhuận thông thường và số lượng hãng trong ngành không thay đổi nữa.
- Chi phí của tất cả các hãng tăng làm cho sản lượng của ngành giảm và giá tăng. Trong dài hạn, hãng cận biên phải hòa vốn. Để đáp ứng lại sự tăng lên của chi phí trung bình thì giá bán hàng hóa sẽ cao hơn.
- Thị trường của cùng một loại hàng hóa nhưng ở các nước khác nhau có liên quan chặt chẽ với nhau nếu chi phí vận chuyển là nhỏ và không có rào cản thương mại. Trong thị trường thế giới cạnh tranh, mỗi nước chấp nhận giá thế giới là giá ở thị trường nội địa. Sự chênh lệch giữa cung và cầu nội địa được đáp ứng thông qua nhập khẩu hoặc xuất khẩu. Thương mại quốc tế đã mang những biến đổi ở thị trường nước ngoài vào thị trường trong nước nhưng lại hành động như vai trò đẩy những thay đổi ở thị trường trong nước ra thị trường nước ngoài.
- Một độc quyền thuần túy là người bán duy nhất hoặc người bán tiềm năng và không cần lo ngại về sự gia nhập mới thậm chí cả trong dài hạn. Mặc dù, hiếm

khi xảy ra trong thực tế, độc quyền thuần túy cũng đưa ra một cấu trúc thị trường được xem như là chuẩn để so sánh với các dạng ít thái quá hơn của sức mạnh độc quyền.

- Một hãng độc quyền tối đa hóa lợi nhuận có nguyên tắc cung - là chọn mức sản lượng sao cho $MR = MC$ - nhưng lại không có đường cung duy nhất cho giá và sản lượng có liên quan. Mỗi quan hệ giữa giá và MR phụ thuộc vào đường cầu.
- Một điểm so sánh có ý nghĩa giữa một ngành độc quyền và ngành cạnh tranh là độc quyền sản xuất ít hơn nhưng đặt giá bán cao hơn. Tuy nhiên, độc quyền tự nhiên với tính kinh tế của quy mô lớn không thể tồn tại như một ngành cạnh tranh.
- Phân biệt **giá của độc quyền** là đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau. Để doanh thu cận biên của các nhóm khách hàng bằng nhau, thì nhóm khách hàng nào có đường cầu không co giãn phải chịu mức giá cao hơn. Để có thể tiến hành phân biệt giá thành công thì những khách hàng không được mua đi bán lại những hàng hóa đó.
- Các hãng độc quyền có thể có nhiều nguồn lực sẵn có cho hoạt động nghiên cứu và có động cơ lớn hơn cho những nghiên cứu tiết kiệm chi phí, bởi vì lợi nhuận có được do những tiến bộ công nghệ mang lại không bị mất đi do sự gia nhập của các hãng mới. Mặc dù, các hãng nhỏ không đầu tư quá nhiều vào hoạt động nghiên cứu, nhưng các luật về bản quyền cũng tạo ra những động lực đủ cho các hãng vừa và nhỏ tiến hành hoạt động này. Không có bằng chứng để chứng minh rằng một ngành phải trở thành độc quyền thì mới tiến hành hoạt động nghiên cứu tiết kiệm chi phí.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Vẽ hình minh họa vị trí cân bằng dài hạn của một hãng và của ngành cạnh tranh. Giả sử đây là ngành len. Sự phát triển của sợi nhân tạo làm giảm cầu về len. (a) Điều gì sẽ xảy ra trong ngắn hạn và dài hạn nếu tất cả các hãng nuôi cừu có chi phí giống nhau. (b) Điều gì sẽ xảy ra nếu một số nông dân có chi phí cao hơn, số khác có chi phí thấp hơn?
 - 2 Giả sử bệnh lở mồm long móng có nghĩa là rất nhiều cừu bị giết hàng loạt. Giá của len sẽ thay đổi như thế nào trong ngắn hạn và dài hạn?
 - 3 Nếu một nước có thể mua bán len ở mức giá trên thị trường thế giới, vẽ đường cung và cầu trong nước. Ở mức giá nào nước này có thể trở thành nhà nhập khẩu len. Bây giờ chính phủ đánh thuế nhập khẩu len, giá len ở thị trường trong nước tăng. Điều gì xảy ra với sản lượng len trong nước và lượng len nhập khẩu?
 - 4 Bảng sau chỉ ra đường cầu của một hãng độc quyền sản xuất với chi phí cận biên không đổi là 5 £. Tính doanh thu cận biên của hãng này ở các lượng cầu. Sản lượng, giá cân bằng là bao nhiêu. Giá và sản lượng cân bằng của một ngành cạnh tranh sẽ như thế nào?
- | | | | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Giá (£) | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Lượng cầu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
- 5 Bây giờ giả sử rằng, ngoài chi phí cận biên là 5 £, hãng độc quyền còn phải chịu chi phí cố định là 2 £. Điều này ảnh hưởng như thế nào đến giá, sản lượng, lợi nhuận của hãng? Tại sao?

- 6 Những sai lầm thường gặp:** Tại sao các câu sau là sai? (a) Bởi vì các hãng cạnh tranh hòa vốn trong dài hạn, không có động cơ để trở thành hãng cạnh tranh. (b) Bằng việc phá vỡ độc quyền, chúng ta luôn luôn được cung cấp nhiều sản lượng hơn với mức giá thấp hơn.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 682.



Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Cạnh tranh không hoàn hảo, cạnh tranh độc quyền và độc quyền tập đoàn.
- 2 Chi phí và cấu trúc ảnh hưởng đến cấu trúc thị trường như thế nào.
- 3 Toàn cầu hoá làm thay đổi cấu trúc thị trường nội địa như thế nào.
- 4 Cân bằng trong cạnh tranh độc quyền.
- 5 Sự giằng co giữa cấu kết và cạnh tranh trong một cartel.
- 6 Lý thuyết trò chơi và hành vi chiến lược.
- 7 Các khái niệm về cam kết và sự tin cậy.
- 8 Các hàm phản ứng và cân bằng Nash.
- 9 Cạnh tranh Cournot và Bertrand.
- 10 Mô hình người đi đầu (Stackelberg).
- 11 Vì sao không có sức mạnh thị trường trong một thị trường cạnh tranh.
- 12 Các rào cản gia nhập chiến lược và rào cản tự nhiên.

Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy là những chuẩn hữu ích về các thái cực của cấu trúc thị trường. Hầu hết các thị trường nằm giữa hai thái cực này. Điều gì xác định cấu trúc của một thị trường? Tại sao có tới 10000 người bán hoa trong khi chỉ có vài nhà sản xuất hoá chất? Cấu trúc thị trường của một ngành ảnh hưởng đến hành vi của các hãng hợp thành nó như thế nào?

Một hãng cạnh tranh hoàn hảo đối mặt với đường cầu nằm ngang ở mức giá thị trường. Hãng là nhà chấp nhận giá. Một hãng trong bất kỳ một cấu trúc thị trường nào

khác đều đối mặt với đường cầu dốc xuống đối với sản phẩm của hãng và là hãng cạnh tranh không hoàn hảo.

Hãng cạnh tranh không hoàn hảo đối mặt với đường cầu dốc xuống. Giá sản phẩm của nó phản ánh lượng hàng hóa nó làm ra và đem bán.

Ngành độc quyền tập đoàn là một ngành có ít nhà sản xuất mà đều thừa nhận họ phụ thuộc lẫn nhau. Một ngành cạnh tranh độc quyền có nhiều người bán các sản phẩm mà dễ thay thế cho nhau. Mỗi hãng chỉ có khả năng hữu hạn tác động đến giá sản phẩm của mình.

Đối với độc quyền thuần túy, đường cầu của hãng và của ngành là một. Bây giờ, chúng ta sẽ phân biệt 2 trường hợp trung gian trong cấu trúc thị trường cạnh tranh không hoàn hảo.

Ngành sản xuất ô tô là ngành độc quyền tập đoàn. Giá của ô tô Rover không chỉ phụ thuộc vào sản lượng sản xuất và doanh số bán của hãng mà còn phụ thuộc vào sản lượng của Ford và Toyota. Một cửa hàng bán tạp hoá là một cửa hàng cạnh tranh độc quyền. Sản phẩm của cửa hàng là một lô gồm các hàng hoá vật chất, các dịch vụ và sự tiện lợi cho các khách hàng địa phương. Cửa hàng có thể đưa ra một mức giá cao hơn một chút so với giá ở một siêu thị ngoài thị trấn đó. Nhưng nếu giá của họ quá cao, những khách hàng ở địa phương sẽ đi mua ở siêu thị.

Trong hầu hết các định nghĩa, ranh giới giữa các cấu trúc thị trường khác nhau có thể không rõ ràng. Một nguyên nhân là do sự mập mờ trong định nghĩa thích đáng về thị trường. Eurostar là một hãng độc quyền trong vận tải đường sắt hay một hãng độc quyền tập đoàn trong vận chuyển du lịch? Tương tự như vậy, khi một nước buôn bán trên thị trường thế giới cạnh tranh, thì ngay cả nhà sản xuất trong nước duy nhất có thể chỉ có ảnh hưởng rất nhỏ tới giá thị trường. Chúng ta không bao giờ có thể xoá bỏ hoàn toàn các sự mập mờ này, nhưng Bảng 9.1 chỉ ra một số điều cần nhớ khi nghiên cứu chương này. Bảng này còn cho thấy mức độ dễ dàng cho một hãng mới gia nhập thị trường, sự dễ dàng ảnh hưởng đến khả năng duy trì giá cao và siêu lợi nhuận của những hãng hiện có trong dài hạn.

Bảng 9.1 Cấu trúc thị trường

Cạnh tranh	Số hãng	Khả năng ảnh hưởng đến giá	Rào cản gia nhập mới	Ví dụ
Hoàn hảo	Rất nhiều	Không có	Không có	Những người bán hoa quả
Không hoàn hảo	Cạnh tranh độc quyền	Nhiều	Ít	Các cửa hiệu tạp hoá
	Độc quyền tập đoàn	Ít	Trung bình	Thị trường ô tô
	Độc quyền	Duy nhất	Lớn	Bưu điện

9.1 Tại sao các cấu trúc thị trường lại khác nhau

Một vài ngành là độc quyền do luật pháp quy định, do có bằng phát minh sáng chế. Luật về bằng sáng chế có thể tạo độc quyền tạm thời cho một số người sản xuất các sản phẩm mới. Quyền sở hữu về nguyên liệu cũng có thể tạo tình trạng độc quyền. Giờ đây chúng ta sẽ phát triển một lý thuyết chung về vấn đề cấu và chi phí tương tác như thế nào để xác định cấu trúc có thể có của mỗi ngành.

Ngành sản xuất ô tô một ngày nào đó sẽ không còn là độc quyền tập đoàn nữa mà sẽ là cạnh tranh độc quyền. Ảnh hưởng dài hạn xác định cấu trúc thị trường. Thậm chí, một hãng có thể thuê công nhân của hãng khác và học những bí mật kỹ thuật của hãng đó.

Hình 9.1 cho thấy đường cầu DD đối với sản lượng của một ngành trong dài hạn. Giả sử tất cả các hãng và những người gia nhập tiềm năng đối mặt với đường chi phí

trung bình LAC_1 . Tại mức giá P_1 , sự gia nhập và rút lui tự do có nghĩa là mỗi hãng sản xuất q_1 . Với đường cầu DD, sản lượng của ngành là Q_1 . Số lượng hãng trong ngành là $N_1 (= Q_1/q_1)$. Nếu q_1 , sản lượng ở mức chi phí trung bình tối thiểu trên LAC_1 , là nhỏ so với DD, N_1 sẽ lớn. Mỗi hãng có ảnh hưởng rất nhỏ tới cung của ngành và giá thị trường. Chúng ta thấy một ngành cạnh tranh hoàn hảo.

Tiếp đến, giả sử mỗi hãng có đường chi phí LAC_3 . Tính kinh tế của quy mô là rất lớn so với quy mô của thị trường. Ở điểm thấp nhất của LAC_3 , sản lượng là lớn so với đường cầu DD. Giả sử 2 hãng đầu tiên mỗi hãng sản xuất q_2 . Sản lượng của ngành là Q_2 . Thị trường bán hết hàng ở mức giá P_2 và cả 2 hãng hoà vốn. Nếu một hãng mở rộng sản xuất thêm một chút, chi phí trung bình của hãng sẽ giảm. Sản lượng lớn hơn của hãng cũng làm giá giảm xuống. Với chi phí trung bình thấp hơn, hãng này có thể tồn tại, nhưng hãng kia sẽ bị thua lỗ. Hãng mở rộng sản xuất đã loại bỏ đối thủ cạnh tranh của mình ra khỏi thị trường.

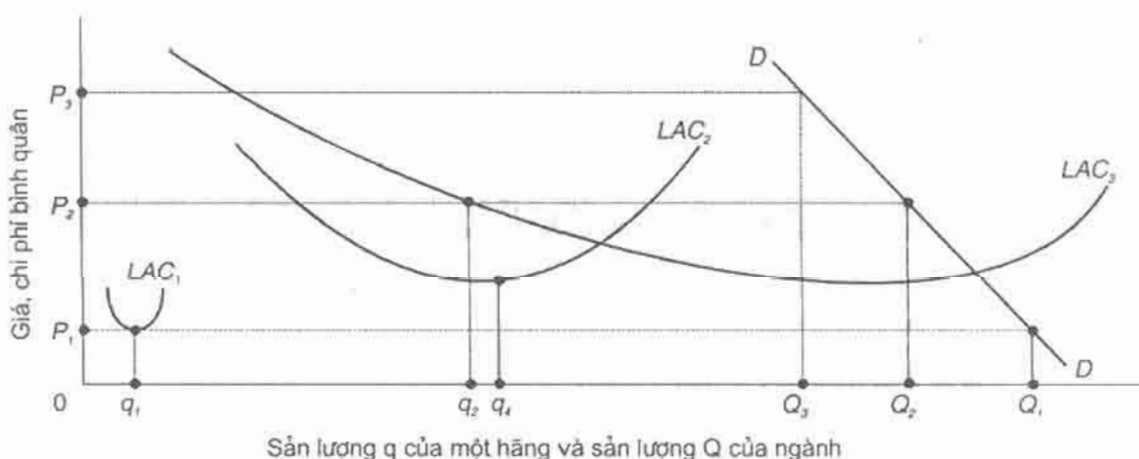
Một hãng độc quyền tự nhiên đạt được lợi thế kinh tế của quy mô lớn tới mức hãng không có sự đe dọa gia nhập mới.

Ngành như vừa nêu là độc quyền tự nhiên. Giả sử Q_3 là sản lượng đầu ra tại đó chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên. Giá là P_3 và độc quyền tự nhiên có được lợi nhuận khổng lồ. Không còn chỗ trong ngành cho các hãng khác có thể đạt được đường LAC_3 giống như vậy.

Một người gia nhập mới cần một mức sản lượng đủ lớn để giảm được chi phí trung bình. Mức sản lượng lớn hơn ở quy mô này sẽ làm giảm giá xuống thấp khiến cả hai hãng đều thua lỗ. Vì thế, những người gia nhập tiềm năng không thể tham gia vào thị trường này.

Cuối cùng, chúng ta chỉ ra đường LAC_2 với lợi thế kinh tế của quy mô lớn hơn một ngành cạnh tranh nhưng nhỏ hơn một hãng độc quyền tự nhiên. Ngành này có ít nhất 2 hãng đạt tính kinh tế của quy mô gần tới điểm thấp nhất của đường LAC_2 . Đó là độc quyền tập đoàn. Các nỗ lực để mở rộng sản xuất của bất kỳ hãng nào vượt quá q_1 đều nhanh chóng gặp phải hiệu suất kinh tế của quy mô giảm dần và ngăn chặn việc một hãng muốn loại bỏ đối thủ cạnh tranh khỏi ngành.

Hình 9.1 Cầu, chi phí và cấu trúc thị trường



DD là đường cầu đối với ngành. Trong một ngành có tính cạnh tranh, quy mô tối thiểu có hiệu quả xuất hiện ở mức sản lượng Q_1 , khi các hãng có các đường chi phí bình quân LAC_1 . Ngành có thể duy trì một số lượng rất nhiều hãng có tổng sản lượng Q_1 tại mức giá P_1 . Khi LAC_2 mô tả chi phí bình quân, ngành này sẽ là một tập đoàn độc quyền tự nhiên. Khi một hãng duy nhất sản xuất ra toàn bộ sản phẩm của một ngành, không một hãng nào khác có thể len vào thị trường và kiếm lợi. Với những vị trí trung gian như LAC_2 , ngành có thể duy trì một số hãng trong thời gian dài hạn và không một hãng đơn độc nào có thể đáp ứng toàn bộ nhu cầu một cách có lãi được. Ngành sẽ là một ngành độc quyền nhóm.

Quy mô hiệu quả tối thiểu là sản lượng sản phẩm thấp nhất mà tại đó đường LAC của hãng không dốc xuống nữa.

Yếu tố chủ yếu xác định cấu trúc thị trường là quy mô hiệu quả tối thiểu so với quy mô của toàn bộ thị trường được chỉ ra bởi đường cầu. Bảng 9.2 tổng kết sự phân tích của chúng ta về sự tương tác giữa quy mô thị trường và quy mô hiệu quả tối thiểu. Khi đường cầu dịch chuyển sang trái, một ngành mà trước đây có nhiều hãng sẽ có thể chỉ còn ít hãng. Tương tự như vậy, một sự tăng lên trong chi phí cố định, tăng quy mô hiệu quả tối thiểu, sẽ làm giảm số lượng các hãng. Trong những năm 1950 đã có nhiều nhà sản xuất máy bay ở châu Âu. Ngày nay, chi phí nghiên cứu và triển khai của một hãng sản xuất máy bay thương mại là rất lớn. Ngoài liên doanh

Bảng 9.2 Cầu, chi phí và cấu trúc thị trường

Quy mô hiệu quả tối thiểu so với quy mô thị trường

Rất bé	Trung bình	Lớn
Cạnh tranh hoàn hảo	Độc quyền tập đoàn	Độc quyền tự nhiên

sản xuất máy bay Airbus ở châu Âu, chỉ có nhà sản xuất khổng lồ của Mỹ, công ty Boeing là còn tồn tại.

Cạnh tranh độc quyền nằm giữa độc quyền tập đoàn và cạnh tranh hoàn hảo. Các hãng cạnh tranh độc quyền cung cấp các phiên bản khác nhau của cùng một loại sản phẩm, chẳng hạn như vị trí riêng biệt của một quầy báo.

Dấu hiệu của cấu trúc thị trường

Quy mô hiệu quả tối thiểu so với quy mô thị trường càng lớn thì số lượng các nhà máy - và có thể là số hãng - trong ngành càng ít. Quy mô thị trường cho phép bao nhiêu nhà máy (NP) hoạt động ở quy mô hiệu quả tối thiểu? Chương 7 đã đề cập đến ước lượng quy mô hiệu quả tối thiểu trong các ngành khác nhau. Bằng cách xem xét tổng mua sắm đối với một sản phẩm, chúng ta có thể ước lượng quy mô của thị trường. Từ đó chúng ta có thể ước lượng NP cho mỗi ngành.

Tỷ lệ tập trung N hãng là thị phần của N hãng lớn nhất trong ngành.

Các ngành gồm một vài hãng lớn chủ chốt vẫn có thể có vài hãng nhỏ hoạt động ngoài rìa. Do đó, tổng số lượng các hãng có thể là một chỉ số sai lệch về cấu trúc của một ngành. Các nhà kinh tế sử dụng tỷ lệ tập trung N-hãng để đo lường số lượng các hãng chủ chốt trong một ngành.

Vì thế, tỷ lệ tập trung 3 - hãng cho chúng ta biết thị phần của 3 hãng lớn nhất. Nếu có 3 hãng chủ chốt, 3 hãng này sẽ cung ứng hầu hết sản lượng trên thị trường. Nếu ngành là cạnh tranh hoàn hảo, 3 hãng lớn nhất sẽ chỉ có một thị phần rất nhỏ trong sản lượng và doanh số bán của ngành.

Có thể căn cứ vào số liệu chéo giữa các nước để xem cấu trúc thị trường có luôn dựa vào lý thuyết của chúng ta hay không. Nếu đây là một kiểm tra độc lập, chúng ta cần các dữ liệu quốc gia trước khi sự toàn cầu hoá và sự liên kết kinh tế châu Âu có tác động mạnh. Bảng 9.3 xem xét các số liệu của Anh, Pháp và Đức giữa những năm 1970.

CR là tỷ lệ tập trung 3-hãng, thị phần của 3 hãng đứng đầu. NP là số lượng các nhà máy ở mức quy mô hiệu quả tối thiểu mà quy mô thị trường cho phép. Nếu lý thuyết của chúng ta về quy mô thị trường là đúng, thì các ngành với lợi thế kinh tế của quy mô lớn so với quy mô thị trường, và vì vậy có NP nhỏ, sẽ có tỷ lệ tập trung CR lớn. Những ngành như vậy sẽ có ít hãng chủ chốt. Ngược lại, khi NP là lớn thì tính kinh tế của quy mô là tương đối không đáng kể và 3 hãng lớn nhất sẽ có thị phần nhỏ hơn nhiều. CR khi đó sẽ nhỏ.

Bảng 9.3 chỉ ra rằng lý thuyết này về cấu trúc thị trường phù hợp với thực tế. Các ngành như sản xuất tủ lạnh hay sản xuất thuốc lá chỉ có ít nhà máy hoạt động ở quy mô hiệu quả tối thiểu; những ngành này có mức độ tập trung cao. 3 hãng lớn nhất kiểm soát gần như toàn bộ thị trường. Tính kinh tế của quy mô vẫn có ý nghĩa trong các ngành như

sản xuất bia và lọc dầu: 3 hãng lớn có khoảng một nửa thị phần. Các ngành như sản xuất giày nhanh chóng gặp phải đường chi phí trung bình tăng lên, cổ chỗ cho nhiều nhà máy hoạt động ở quy mô hiệu quả tối thiểu và vì vậy gắn với ngành cạnh tranh hơn. 3 hãng lớn nhất trong ngành sản xuất giày chỉ chiếm dưới 1/5 thị phần.

Bảng 9.3 Sự tập trung và tính kinh tế của quy mô

Ngành	CR của Anh	NP	CR của Pháp	NP	CR của Đức	NP
Tủ lạnh	65	1	100	2	72	3
Thuốc lá	94	3	100	2	94	3
Lọc dầu	79	8	60	7	47	9
Bia	47	11	63	5	17	16
Vải	28	57	23	57	16	52
Giày	17	165	13	128	20	197

Ghi chú: Tỷ lệ tập trung CR là phần trăm thị phần của 3 hãng lớn nhất; số lượng nhà máy NP là quy mô thị trường chia cho quy mô hiệu quả tối thiểu.

Nguồn: F.M.Scherer et al., *The Economics of Multiplant Operation*, Harvard University Press, 1975; and F.M.Scherer, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Rand McNally, 1980.

Toàn cầu hoá là sự liên kết các thị trường giữa các quốc gia chặt chẽ hơn. **Công ty đa quốc gia** là các hãng hoạt động đồng thời ở nhiều nước.

Toàn cầu hoá và các công ty đa quốc gia

Bảng 9.3 gồm các dữ liệu trước khi có sự tăng lên của toàn cầu hoá và các công ty đa quốc gia. Toàn cầu hoá dẫn tới chi phí vận chuyển thấp hơn, công nghệ thông tin tốt hơn và một chính sách giảm rào cản giữa các nước nhằm đạt được hiệu quả cao hơn từ quy mô lớn và từ sự chuyên môn hoá. Các công ty đa quốc gia bán ở nhiều nước cùng một thời gian. Chúng cũng có thể sản xuất ở nhiều nước.

Hộp 9-1 Double album

Tập đoàn Sony và Bertelsmann vừa tuyên bố một kế hoạch liên doanh nhằm tạo ra một trong số các hãng sản xuất âm nhạc lớn nhất thế giới.

Nguồn: *Financial Times*, 7 November 2003

Thị trường ghi âm đĩa nhạc toàn cầu được sở hữu bởi Sony 14,1%, Bertelsmann 11,1%, Universal Music 25,9%, EMI 12%, Warner Music 11,9% và các hãng còn lại chiếm 25%. Trong khi thị trường được phân chia bởi một số lượng nhỏ các hãng lớn, giá trị của thị trường đĩa nhạc thế giới đã giảm xuống

chúng 10% mỗi năm, do doanh số bán không ổn định, sự cạnh tranh giá cả và sự sao chép bất hợp pháp trên Internet.

Sự liên doanh giữa Sony và Bertelsmann được nối theo sau bởi một đề xuất sáp nhập giữa Warner và EMI. Cả 2 phải đối phó với sự tập trung tăng cao trong thị trường toàn cầu về ghi âm đĩa nhạc. Với tiềm năng rõ ràng về sự cạnh tranh giảm xuống, các thể lực cạnh tranh EU và US có khả năng sẽ cân nhắc cả 2 sự thoả thuận này.

Các công ty đa quốc gia ảnh hưởng đến sự phân tích ở Hình 9.1 và Bảng 9.3. Chúng ta nên so sánh quy mô hiệu quả tối thiểu với quy mô thị trường nào để ước lượng số nhà máy có thể tồn tại trong dài hạn? Các công ty đa quốc gia có thể sản xuất với quy mô lớn ở nước nào đó trên thế giới, nơi sản xuất rẻ nhất, và được hưởng tất cả các lợi ích của tính kinh tế của quy mô, nhưng vẫn bán với số lượng nhỏ ở nhiều thị trường khác nhau.

Điều này có 3 tác động. Thứ nhất, nó giảm rào cản gia nhập ở mỗi nước. Một người gia nhập đa quốc gia không cần đạt được thị phần lớn, và vì thế không cần phải hạ giá quá thấp để đạt được tính kinh tế của quy mô. Ảnh hưởng này ngày càng lớn do những thành công trong bán hàng toàn cầu. Thứ hai, các hãng nhỏ trong nước, trước đây được

bảo vệ bởi các rào cản gia nhập, giờ phải đối mặt với cạnh tranh quốc tế mạnh hơn và có thể không tồn tại. Thứ ba, cạnh tranh mạnh mẽ hơn do các nhà sản xuất có chi phí thấp dẫn đến bước đầu giảm sự gia tăng lợi nhuận và giảm giá.

Tuy nhiên, nếu chỉ có vài công ty đa quốc gia, các công ty này có thể đánh bật các công ty trong nước có chi phí cao hơn ra khỏi thị trường nhưng sau đó lại liên kết với nhau để tăng giá lên. Một vài tranh cãi về toàn cầu hoá xoay quanh vấn đề kết quả nào trong 2 kết quả dưới đây sẽ lấn át: giá ban đầu giảm xuống hay là giá về sau sẽ tăng lên. Chúng ta sẽ quay trở lại để phân tích về sự liên kết. Trước hết, chúng ta hãy xem xét tình huống đơn giản sau.

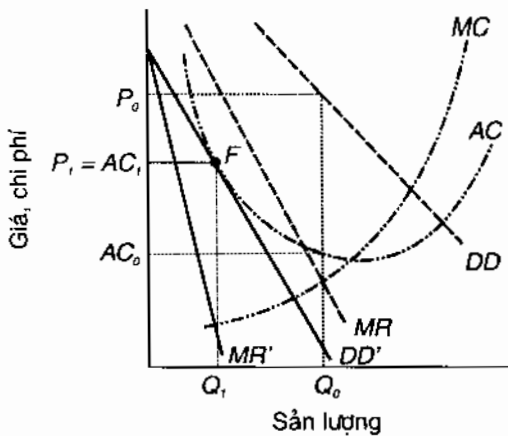
9.2 Cạnh tranh độc quyền

Lý thuyết về cạnh tranh độc quyền đề cập đến một số lượng lớn các hãng tương đối nhỏ, vì thế mỗi hãng không chú ý đến việc quyết định của hãng có thể gây ra bất kỳ một sự điều chỉnh nào trong hành vi của các hãng khác. Chúng ta cũng giả định sự gia nhập và rút lui tự do khỏi ngành trong dài hạn. Với những đặc điểm này, ngành giống như cạnh tranh hoàn hảo. Điểm để nhận ra cạnh tranh độc quyền là mỗi hãng đối mặt với một đường cầu dốc xuống.

Cạnh tranh độc quyền mô tả một ngành trong đó mỗi hãng có thể ảnh hưởng đến thị phần của mình ở một chừng mực nào đó bằng cách thay đổi giá của mình so với đối thủ cạnh tranh. Đường cầu của hãng không phải là đường nằm ngang vì sản phẩm của các hãng khác nhau chỉ là thay thế có giới hạn, giống như sự khác biệt về vị trí của các cửa hàng ở địa phương vậy. Một mức giá thấp hơn sẽ thu hút một số khách hàng từ các cửa hàng khác, nhưng mỗi cửa hàng luôn có các khách hàng địa phương mà đối với họ sự thuận tiện là quan trọng hơn sự giảm giá chút ít.

Các ngành cạnh tranh độc quyền được minh hoạ bởi sự khác biệt sản phẩm. Những người bán tạp phẩm ở góc phố khác biệt bởi vị trí, những hiệu cắt tóc khác nhau bởi sự trung thành của khách hàng. Các nét đặc biệt của một quán ăn hoặc một hiệu cắt tóc cho phép họ có thể đặt giá khác biệt một chút so với các cửa hiệu khác mà không mất hết khách hàng.

Hình 9.2 Cân bằng của hãng cạnh tranh độc quyền



Trong thời gian ngắn hạn, hãng cạnh tranh có tính độc quyền đứng trước đường cầu DD và đặt MC bằng MR để sản xuất Q_0 với giá P_0 . Lợi nhuận là: $Q_0 \times (P_0 - AC_0)$. Lợi nhuận thu hút các hãng gia nhập mới và dịch chuyển đường cầu của mỗi hãng sang trái. Khi đường cầu dịch đến DD' , chúng ta đạt được điểm cân bằng tiếp tuyến dài hạn tại F. Hãng sẽ đặt MC bằng MR' để sản xuất Q_1 , mà tại đó P_1 bằng AC_1 . Các hãng chỉ ở mức hòa vốn và không có sự gia nhập nào thêm nữa.

Cạnh tranh độc quyền đòi hỏi không chỉ sự khác biệt sản phẩm mà còn đòi hỏi tính kinh tế của quy mô ở một mức độ nhất định. Các hãng là nhỏ. Khi có nhiều hãng, mỗi hãng có thể không chú ý đến sự phụ thuộc lẫn nhau của mình với bất kỳ một đối thủ cạnh tranh nào. Các ví dụ về cạnh tranh độc quyền thường là trong ngành dịch vụ nơi tính kinh tế của quy mô là nhỏ.

Đường cầu của ngành cho biết tổng sản lượng được cầu ở mỗi mức giá nếu tất cả các hãng trong ngành đều đặt mức giá đó. Thị phần của mỗi hãng phụ thuộc vào giá mà hãng đó đặt và phụ thuộc vào số lượng hãng trong ngành. Với một số lượng hãng đã cho, một sự dịch chuyển đường cầu của ngành sẽ làm dịch chuyển đường cầu về sản phẩm của mỗi hãng. Với một đường cầu của

ngành xác định, có thêm (hoặc giảm đi) số hãng trong ngành sẽ làm dịch chuyển đường cầu của mỗi hãng sang trái (hoặc phải) do thị phần của hãng giảm (hoặc tăng). Nhưng mỗi hãng đối mặt với một đường cầu dốc xuống. Với một đường cầu của ngành xác định, số lượng hãng xác định, và giá được đặt ra bởi các hãng khác cũng xác định, một hãng có thể tăng thị phần của mình chút ít bằng cách đặt mức giá thấp hơn.

Trong cạnh tranh độc quyền tại điểm cân bằng tiếp tuyến dài hạn đường cầu của mỗi hãng chỉ chạm đường AC của hãng tại mức sản lượng mà tại đó $MC = MR$. Mỗi hãng tối đa hóa lợi nhuận, nhưng chỉ hòa vốn. Không thể gia nhập hoặc rút ra nữa.

Hình 9.2 cho thấy quyết định cung ứng của một hãng. Với đường cầu của hãng DD và đường doanh thu cận biên MR, hãng sản xuất Q_0 ở giá P_0 và thu được lợi nhuận ngắn hạn $Q_0(P_0 - AC_0)$. Trong dài hạn, lợi nhuận này thu hút những người gia nhập mới, làm giảm thị phần của mỗi hãng trong ngành, đường cầu của hãng dịch về bên trái. Sự gia nhập mới sẽ ngừng lại khi sự dịch chuyển đường cầu của mỗi hãng sang trái tới mức giá ngang bằng chi phí bình quân và hãng hoà vốn. Trong Hình 9.2 điều này xảy ra khi đường cầu là DD' . Hãng sản xuất Q_1 ở giá P_1 ở điểm cân bằng tiếp tuyến tại F.

Có 2 điểm cân lưu ý về cân bằng dài hạn của hãng ở F. Thứ nhất, hãng không sản xuất ở chi phí bình quân tối thiểu. Hãng sản xuất với công suất thừa. Hãng có thể giảm chi phí trung bình bằng cách mở rộng sản xuất. Tuy nhiên, doanh thu cận biên của hãng khi đó sẽ thấp và không đem lại lợi nhuận. Thứ hai, hãng có một chút sức mạnh độc quyền do điểm đặc biệt trong nhãn hiệu sản phẩm hoặc do vị trí của hãng. Giá vượt quá chi phí cận biên.

Điều này giải thích tại sao các hãng thường nhiệt tình với những khách hàng mới sẵn sàng mua thêm sản phẩm ở mức giá hiện thời. Ngược lại, một hãng cạnh tranh hoàn hảo không quan tâm đến sự xuất hiện của một người mua khác nữa ở mức giá hiện hành. Ở mức giá bằng chi phí cận biên, hãng cạnh tranh hoàn hảo sẽ bán được toàn bộ sản lượng của mình.

9.3

Độc quyền tập đoàn và sự phụ thuộc lẫn nhau

Khi cạnh tranh hoàn hảo hoặc cạnh tranh độc quyền thì có nhiều hãng trong ngành. Mỗi hãng có thể bỏ qua ảnh hưởng của mình tới đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, điểm nổi bật trong ngành độc quyền tập đoàn là đòi hỏi mỗi hãng phải cân nhắc hoạt động của mình ảnh hưởng như thế nào đến quyết định của các đối thủ cạnh tranh tương đối ít. Mỗi hãng phải dự đoán đối thủ cạnh tranh sẽ phản ứng như thế nào. Trước khi bàn về điều gì tạo nên một dự đoán sáng suốt, chúng ta đề cập đến sự giằng co giữa cạnh tranh và cấu kết khi các hãng biết rằng các hãng phụ thuộc lẫn nhau. Trước tiên, để đơn giản hoá, chúng ta bỏ qua khả năng gia nhập mới và tập trung vào những hãng hiện có.

Hộp 9-2 Cuộc chiến trò chơi điện tử

Nintendo, Sony và Microsoft đã tham gia vào cuộc chiến trò chơi điện tử vì một ngành toàn cầu trị giá 12 tỷ £ mỗi năm. Sony đã chi 500 triệu £ năm 2002 để bảo vệ quyền kinh doanh PlayStation khổng lồ của mình. Microsoft chỉ còn nhiều hơn để giới thiệu Xbox của mình. Merrill Lynch ước lượng rằng lợi nhuận năm 2001 của Nintendo giảm khoảng 1/4 do chỉ tiêu vào việc tung ra GameCube. Cuối cùng PlayStation 2 của Sony đã thắng, bán được khoảng 70 triệu đơn vị. Trong khi cuộc chiến vẫn đang sôi động, thế hệ tiếp theo của trò chơi điện tử lại mới

bắt đầu. Sony đã bắt đầu chế tạo PlayStation 3 và dự đoán sẽ bán được 30 triệu đơn vị tới năm 2010, một số lượng lớn hơn cả lượng bán của Xbox và GameCube cộng lại. Sony và Microsoft có tiềm lực tài chính mạnh và có khả năng theo đuổi chiến tranh giá cả và phát triển phần mềm. Nintendo, với tiềm lực tài chính yếu hơn, đang tìm cách nhấn mạnh chất lượng các trò chơi hiện có của mình.

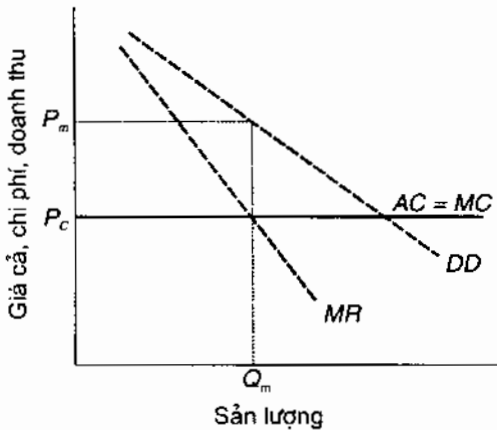
Nguồn: BBC Online, 9 March 2004.

Cấu kết là sự thoả thuận ngầm hoặc công khai để tránh sự cạnh tranh.

Lợi ích của cấu kết

Như một người ra quyết định duy nhất trong ngành, một hãng độc quyền sẽ chọn sản lượng của ngành để tối đa hoá lợi nhuận. Vì thế, những người sản xuất trong một ngành chỉ có ít người sản xuất có thể tối đa hoá tổng lợi nhuận của họ bằng cách tạo ra tổng sản lượng của họ như thể họ là một nhà độc quyền.

Hình 9.3 Khác biệt giữa cấu kết và cạnh tranh



Bằng cách cấu kết để hạn chế sản lượng của ngành ở mức Q_M , lợi nhuận chung được tối đa hoá và bằng lợi nhuận mà một hãng độc quyền gồm nhiều nhà máy có thể đạt được. Nhưng mỗi hãng với chi phí biên P_C có một động cơ kích thích nhằm vi phạm thoả thuận cấu kết và tăng sản lượng của mình.

Hình 9.3 mô tả một ngành trong đó mỗi hãng và toàn ngành có chi phí bình quân và chi phí cận biên không đổi ở mức P_C . Chương 8 đã chỉ ra rằng một ngành cạnh tranh sản xuất Q_C ở giá P_C , nhưng một hãng độc quyền nhiều nhà máy sản xuất tối đa hoá lợi nhuận khi sản xuất Q_M ở giá P_M . Nếu các nhà độc quyền tập đoàn cấu kết để sản xuất Q_M , họ đã hành động như một độc quyền cấu kết. Khi đã quyết định xong sản lượng của ngành, các hãng sẽ thoả thuận để phân chia tổng sản lượng và lợi nhuận giữa các hãng.

Tuy nhiên, rất khó có thể kiểm soát các hãng trong việc gian lận hiệp ước cấu kết. Trong Hình 9.3 tổng lợi nhuận là tối đa ở sản lượng Q_M và giá P_M . Tuy nhiên, mỗi hãng có thể mở rộng sản lượng tới mức bằng chi phí cận biên P_C . Bất kỳ hãng nào cũng có thể mở rộng sản lượng và bán với giá thấp hơn một chút so với mức giá đã thoả thuận P_M , và thu thêm được lợi nhuận do doanh thu cận biên

lớn hơn chi phí cận biên. Hãng này thu thêm lợi nhuận gây thiệt hại cho đối tác liên kết. Sản lượng của ngành cao hơn sản lượng tối ưu Q_M , vì thế tổng lợi nhuận giảm và các hãng khác phải gánh chịu thiệt hại.

Các nhà độc quyền tập đoàn bị giằng xé giữa mong muốn cấu kết, nhằm tối đa hoá tổng lợi nhuận và mong muốn cạnh tranh, nhằm nâng thị phần và lợi nhuận của mình so với đối thủ cạnh tranh. Nếu tất cả các hãng tham gia cạnh tranh, tổng lợi nhuận sẽ rất thấp và không hãng nào hoạt động tốt. Tình thế tiến thoái lưỡng nan là ở chỗ đó.

Cartel

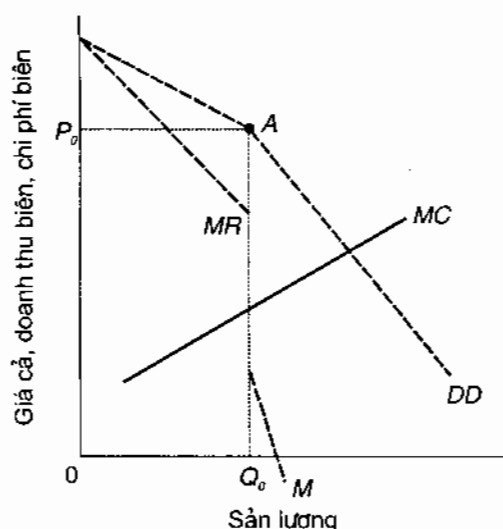
Liên kết giữa các hãng là dễ dàng nhất nếu thoả thuận chính thức là hợp pháp. Những thoả thuận như vậy được gọi là cartel, đã phổ biến vào cuối thế kỷ 19, thoả thuận về thị phần và giá trong nhiều ngành. Hiện nay, cartel bị cấm ở châu Âu, ở Mỹ và nhiều nước khác. Sẽ có những hình phạt nặng đối với những thoả thuận bất hợp pháp, tuy nhiên thỉnh thoảng vẫn có những thoả thuận không chính thức và những giao dịch bí mật bị phát hiện.

Cartel giữa các đại lục là khó cấm hơn. Cartel nổi tiếng nhất là Tổ chức các nước xuất khẩu dầu lửa - OPEC. Các thành viên của tổ chức này họp nhau đều đặn để thiết lập giá và sản lượng. Ban đầu, OPEC đã thành công trong tổ chức giảm sản lượng để đẩy giá dầu lên cao. Doanh thu thực tế của OPEC tăng 500% giữa năm 1973 và 1980. Tuy vậy, nhiều nhà kinh tế học đã dự đoán rằng OPEC, cũng giống như hầu hết các Cartel, sẽ nhanh chóng bị sụp đổ. Thông thường, động cơ gian lận là quá mạnh để có thể cưỡng lại và một khi đã có ai đó vi phạm nội quy, những người khác có xu hướng làm theo.

Một lý do mà OPEC đã thành công lâu dài như vậy là sự sẵn sàng của A-rập Xê-út, nhà sản xuất dầu lớn nhất, hạn chế sản lượng trong khi các thành viên nhỏ hơn kháng kháng đòi mở rộng. Năm 1986, A-rập Xê-út đã không còn sẵn sàng hoạt động theo những quy định này và từ chối việc đẩy giá lên. Giá dầu sụt giảm từ mức 30\$ xuống 9\$ một thùng (159 lít). Trong thời gian 1987 - 1998, ngoại trừ một giai đoạn ngắn trong chiến tranh vùng Vịnh, giá dầu giao động từ 8\$ đến 20\$ một thùng. Chỉ sau 1998 OPEC mới khôi phục sự liên kết đã từng có những năm 1973 - 1985.

Đường cầu gãy

Hình 9.4 Đường cầu gãy



Một độc quyền nhóm tin rằng các đối thủ sẽ phản ứng trước việc hạ giá nhưng không làm như vậy đối với việc tăng giá. Đường cầu của hãng độc quyền nhóm gấp khúc tại A. Giá tăng dẫn đến mất mát lớn về tỷ phần thị trường nhưng việc giảm giá làm tăng sản lượng chỉ bằng cách tăng doanh số của ngành đó. Doanh thu biên bị ngắt quãng tại Q_0 . Độc quyền nhóm sản xuất Q_0 tức là sản lượng mà tại đó MC cắt đường MR.

Sự cấu kết còn khó hơn nhiều nếu ngành có nhiều hãng, nếu sản phẩm không tiêu chuẩn hoá và nếu các điều kiện về cấu và chi phí thay đổi nhanh chóng. Với sự không hợp tác, đường cầu của mỗi hãng phụ thuộc vào các đối thủ cạnh tranh phản ứng như thế nào. Các hãng phải dự đoán các đối thủ cạnh tranh sẽ hành động ra sao.

Giả định rằng mỗi hãng tin rằng việc hãng giảm giá sẽ kéo theo sự giảm giá của các hãng khác trong ngành, nhưng một sự tăng giá sẽ không tạo ra một phản ứng nào về giá từ phía đối thủ cạnh tranh. Hình 9.4 cho thấy đường cầu DD mà mỗi hãng gặp phải. Tại mức giá hiện thời P_0 , hãng sản xuất Q_0 . Nếu các đối thủ cạnh tranh không làm theo như vậy, một sự tăng giá sẽ dẫn đến mất thị phần rất lớn của các hãng khác. Đường cầu của hãng là co giãn ở phía trên điểm A với mức giá cao hơn giá hiện thời P_0 . Tuy nhiên, bất kỳ một sự giảm giá nào cũng kéo theo sự giảm giá của các hãng khác và thị phần không thay đổi. Lượng bán tăng lên chỉ vì toàn ngành vận động dọc theo đường cầu thị trường khi giá giảm. Đường cầu DD khi đó ít co giãn đối với sự giảm giá so với mức giá ban đầu P_0 .

Trong Hình 9.4 doanh thu cận biên gián đoạn ở mức sản lượng Q_0 . Với mức sản lượng nhỏ hơn Q_0 phần co giãn của đường cầu xác định doanh thu cận biên tương ứng. Tại mức sản lượng Q_0 hãng gặp phải phần không co giãn của đường cầu gãy và doanh thu cận biên giảm xuống. Q_0 là sản lượng tối đa hoá lợi nhuận của hãng, với điều kiện hãng biết chắc các đối thủ cạnh tranh phản ứng như thế nào.

Giả định đường MC của một hãng dịch chuyển lên hoặc xuống với một mức độ nhỏ. Vì đường MR gián đoạn ở Q_0 nên hãng vẫn tối ưu ở mức sản lượng Q_0 và giá P_0 . Ngược lại, một hãng độc quyền đối mặt với một đường MR dốc xuống liên tục sẽ điều chỉnh lại sản lượng và giá khi đường MC dịch chuyển. Mô hình đường cầu gãy có thể giải thích vấn đề thực tế là hãng không thường xuyên điều chỉnh giá khi chi phí thay đổi.

Mô hình không giải thích việc xác định giá ban đầu P_0 như thế nào. Một cách hiểu đó là giá độc quyền liên kết. Mỗi hãng tin rằng một nỗ lực hạ giá sẽ khiến các đối thủ cạnh tranh hợp tác lại với nhau và trả miếng mạnh mẽ. Tuy nhiên, các đối thủ cạnh tranh sẽ vui mừng nếu hãng đặt giá cao hơn và hãng sẽ bị mất thị phần.

Nếu chúng ta lý giải P_0 như giá độc quyền liên kết, chúng ta có thể đối chiếu ảnh hưởng của một sự thay đổi chi phí của một hãng và thay đổi chi phí của tất cả các hãng.

Sự thay đổi chi phí của tất cả các hãng làm dịch chuyển đường chi phí cận biên lên trên đối với toàn ngành, làm tăng giá độc quyền liên kết. Đường cầu gãy của mỗi hãng dịch chuyển lên trên do giá độc quyền P_0 tăng. Vì vậy, sẽ không có gì mâu thuẫn trong tính chất ổn định của giá của một hãng với những thay đổi trong chi phí của riêng một mình hãng đó, cũng như trong tốc độ tăng giá của toàn ngành khi chi phí của tất cả các hãng tăng lên. Ví dụ về sự tăng chi phí cận biên của tất cả các hãng là việc đánh thuế cao hơn vào sản phẩm của ngành, hoặc tiền lương tăng lên trong toàn ngành.

9.4 Lý thuyết trò chơi và các quyết định phụ thuộc lẫn nhau

Một người chơi bài đôi khi lừa gạt. Anh có thể thắng với một bộ bài xấu nếu người chơi kia lại hiểu sai nó là bộ bài tốt. Tương tự như vậy, anh có thể thuyết phục đối thủ đặt cược rất nhiều khi họ tưởng anh có một bộ bài xấu.

Một trò chơi là một tình huống trong đó các quyết định sáng suốt là nhất thiết phụ thuộc lẫn nhau.

Một chiến lược là một kế hoạch của trò chơi mô tả một người chơi hành động như thế nào trong mỗi tình huống có thể.

Trong **cân bằng Nash**, mỗi người chơi chọn chiến lược tốt nhất, nếu biết các chiến lược mà những người chơi khác theo đuổi.

Một chiến lược ưu thế là một chiến lược tốt nhất của người chơi bất kể đối thủ đưa ra chiến lược như thế nào.

Giống như những người chơi bài, các hãng độc quyền tập đoàn cố gắng dự đoán hành động của các đối thủ để xác định hành động tốt nhất cho mình. Để nghiên cứu việc ra các quyết định phụ thuộc lẫn nhau, chúng ta sử dụng lý thuyết trò chơi. Những người chơi trong trò chơi cố gắng tối đa hoá tiền thắng cược của họ. Trong một ngành độc quyền tập đoàn, các hãng là những người chơi và tiền thắng cược của họ là lợi nhuận trong dài hạn. Mỗi người chơi phải lựa chọn một chiến lược. Trở thành một kẻ móc túi là một chiến lược. Móc được một cái ví chính là một nước đi.

Thông thường, chúng ta quan tâm đến cân bằng. Trong hầu hết các trò chơi, chiến lược tốt nhất của mỗi người chơi phụ thuộc vào những chiến lược được lựa chọn bởi những người chơi khác. Sẽ là ngu ngốc nếu làm một kẻ móc túi trong khi cảnh sát có camera hoặc chọn 4 quân bài chủ lực khi đối thủ không có khả năng thắng.

Khi đó không ai muốn thay đổi chiến lược, bởi vì chiến lược của những người khác đã được tính toán trong sự đánh giá chiến lược tốt nhất của mỗi người. Khái niệm này về cân bằng và ứng dụng của nó trong lý thuyết trò chơi đã được khám phá bởi Nhà toán học John Nash⁽¹⁾.

Những chiến lược có ưu thế

Đôi khi (không phải là thường xuyên) một chiến lược tốt nhất của một người chơi là độc lập với những chiến lược được lựa chọn bởi những người khác. Chúng ta bắt đầu với ví dụ mà mỗi người chơi có một chiến lược ưu thế.

Hình 9.5 cho thấy một trò chơi⁽²⁾ giữa 2 thành viên duy nhất của một cartel. Mỗi hãng có thể lựa chọn một chiến lược sản lượng lớn hoặc sản lượng nhỏ. Trong mỗi ô của Hình 9.5 các số đứng trước (đen đậm) chỉ lợi nhuận của hãng A và số đứng sau (đen mảnh) chỉ lợi nhuận của hãng B cho mỗi tổ hợp sản lượng.

Khi cả 2 có sản lượng lớn, sản lượng của ngành cũng lớn, giá thấp và mỗi hãng thu được lợi nhuận nhỏ là 1. Khi mỗi hãng đều có sản lượng nhỏ, kết quả giống như độc quyền liên kết, giá cao và mỗi hãng thu được lợi nhuận là 2. Mỗi hãng sẽ có lợi nhất (lợi nhuận là 3) khi một mình hãng đó có sản lượng lớn; sản lượng nhỏ của hãng kia giúp

⁽¹⁾ Nash, người đã vật lộn với bệnh tâm thần phân liệt, đã giành được giải thưởng Nobel về kinh tế học nhờ lý thuyết trò chơi của ông. Cuốn phim về cuộc đời của ông do ngôi sao Russel Crowe thủ vai chính.

⁽²⁾ Trò chơi gọi là "Tình thế lưỡng nan" của tù nhân, lần đầu tiên được sử dụng để phân tích sự lựa chọn của hai người bị bắt giam trong 2 xà lim khác nhau. Mỗi người có thể tự nhận có tội hay vô tội đối với tội lỗi đã phạm phải trước đó. Mỗi tù nhân có thể tự nhận vô tội, nếu người ấy biết người kia đã tự nhận có tội.

Hình 9.5 Trò chơi tình thế lưỡng nan của những người tù

		Sản lượng của hãng B	
		Lớn	Nhỏ
Sản lượng của hãng A	Lớn	1 1	3 0
	Nhỏ	0 3	2 2

Những con số đen đậm và đen mảnh trong mỗi ô cho biết lợi nhuận của hãng A và B. Dù B theo đuổi một chiến lược sản lượng cao hay thấp, A sẽ chiếm được lợi nhuận nhiều hơn nếu chọn cao và B cũng vậy, bất kể A theo đuổi chiến lược gì. Ở vị trí cân bằng cả hai đều chọn cao. Nhưng cả hai sẽ thu lợi nhuận lớn hơn nếu cả hai đều chọn thấp!

lại lợi nhuận là 2. Hãng A có một chiến lược ưu thế. Với bất kỳ chiến lược nào của hãng B, hãng A vẫn có lợi hơn khi chọn chiến lược sản lượng lớn.

Hãng B cũng có chiến lược ưu thế khi chọn sản lượng lớn. Nếu hãng B dự đoán rằng hãng A sẽ chọn sản lượng lớn, hãng B khi phải chọn một trong 2 ô ở hàng trên, sẽ chọn sản lượng lớn. Nếu B nghĩ rằng A sẽ chọn sản lượng nhỏ, B đối diện với lựa chọn trong 2 ô ở dòng dưới của Hình 9.5, nhưng B vẫn muốn sản xuất nhiều. Hãng B có lợi hơn khi chọn sản lượng lớn, bất kể A chọn chiến lược nào. Cả A và B có chiến lược ưu thế là sản xuất nhiều. Cân bằng là ô phía trên bên trái, mỗi hãng thu được lợi nhuận là 1.

Tuy nhiên cả 2 hãng sẽ được lợi hơn, thu được lợi nhuận là 2 nếu chúng cấu kết để hình thành cartel và cùng sản xuất ít - ô phía dưới bên phải. Nhưng không hãng nào chấp nhận rủi ro với việc sản xuất ít. Giả sử hãng A chọn sản lượng nhỏ, hãng B sẽ chọn sản lượng lớn và thu lợi nhuận 3. Còn hãng A sẽ bị mất hết, với lợi nhuận bằng 0. Hãng A có thể thấy được điều này, và điều đó lý giải tại sao chiến lược ưu thế là chọn sản lượng lớn.

Cam kết là sự thoả thuận có sự tham gia tự nguyện để hạn chế những hành động trong tương lai.

Điều này chỉ ra rõ ràng sự giằng co giữa cấu kết và cạnh tranh. Trong ví dụ này, nó cho thấy rằng cartel hạn chế sản lượng sẽ không bao giờ được hình thành, do mỗi người chơi có thể nhìn thấy trước được động cơ gian lận của đối thủ trong một thoả thuận như vậy. Khi đó, cartel có thể được duy trì như thế nào? Một khả năng là vẫn có sự tồn tại của các cam kết ràng buộc.

Nếu cả 2 hãng trong Hình 9.5 có thể cùng một lúc ký vào một hợp đồng có tính cưỡng chế để sản xuất sản lượng thấp, họ có thể đạt được kết quả hợp tác ở ô phía dưới bên phải, mỗi người thu được lợi nhuận là 2. Điều này có lợi hơn ở phía trên bên trái, ô đó chỉ cân bằng Nash của trò chơi khi sự cấu kết không thể ép buộc được. Nếu không có thoả thuận ràng buộc, không người chơi nào có thể sản xuất ít vì khi đó người chơi kia sẽ sản xuất nhiều. Các cam kết ràng buộc, bằng cách xoá bỏ sự cam đoan này, khiến cả 2 người chơi cùng sản xuất ít. Cả 2 cùng có lợi.

Quan niệm này về sự cam kết là quan trọng và chúng ta sẽ còn đề cập đến nó nhiều lần. Hãy nghĩ về tất cả các hành vi của con người là chủ thể của các hợp đồng hợp pháp, một cam kết đơn giản được thực hiện đồng thời bởi 2 bên.

Mặc dầu sự phân tích này là có tác động mạnh, sự ứng dụng của nó cho tình trạng độc quyền tập đoàn đòi hỏi phải thận trọng. Các cartel trong 1 nước thường không hợp

giữ sản lượng của ngành ở mức thấp và giữ được giá cao. Trong tình huống này, chúng ta giả định hãng có sản lượng nhỏ thu lợi nhuận bằng 0.

Chúng ta có thể thấy trò chơi sẽ được diễn ra như thế nào. Xem xét quyết định của hãng A. Trước tiên hãng phải nghĩ sẽ làm gì nếu hãng B có chiến lược sản lượng lớn. Hãng A khi đó sẽ ở một trong 2 ô phía bên trái của Hình 9.5. Hãng A có lợi nhuận là 1 bằng cách chọn sản lượng lớn và lợi nhuận bằng 0 nếu chọn sản lượng nhỏ. Như vậy, nếu hãng A nghĩ rằng hãng B sẽ chọn sản lượng lớn thì hãng A cũng chọn sản lượng lớn.

Nhưng hãng A cũng phải nghĩ sẽ làm gì nếu hãng B chọn chiến lược sản lượng nhỏ. Ý nghĩ đó đặt A vào một trong 2 ô phía bên phải của hình. Hãng A vẫn có lợi hơn khi chọn sản lượng lớn với lợi nhuận là 3, trong khi sản lượng nhỏ chỉ đem

pháp và OPEC không được gắn với nhau bởi một hợp đồng có tính cưỡng chế theo luật quốc tế. Liệu có cách không chính thức nào mà theo đó các nhà độc quyền tập đoàn có thể tránh được gian lận trong giải pháp cấu kết sản lượng thấp đối với trò chơi này? Nếu trò chơi chỉ được thực hiện một lần, điều này rất khó.

Các trò chơi được lặp lại

Trong thế giới thực tiễn, trò chơi được lặp lại nhiều lần: các hãng lựa chọn mức sản lượng hàng ngày. Giả sử 2 hãng có cấu kết ở mức sản lượng thấp: mỗi hãng thông báo một chiến lược trừng phạt. Nếu khi nào đó hãng A gian lận đối với thoả thuận sản lượng thấp, hãng B nói rằng nó sẽ phản ứng lại bằng cách tăng sản lượng. Hãng A cũng đưa ra tuyên bố tương tự.

Giả sử cam kết đã được thực hiện trong 1 thời gian và cả 2 hãng đã trung thành với sự thoả thuận về sản lượng thấp của họ. Hãng A giả định rằng ngày hôm nay hãng B vẫn sẽ sản xuất ít như mọi lần. Hình 9.5 cho thấy hãng A thu được lợi nhuận nhất thời cho ngày hôm nay nếu hãng gian lận và sản xuất nhiều. Thay vì ở lại ở phía dưới bên phải, với lợi nhuận bằng 2, hãng A có thể chuyển tới ở phía trên bên phải và thu được lợi nhuận là 3. Tuy nhiên, từ ngày hôm sau trở đi, hãng B cũng sẽ sản xuất nhiều và hãng A khi đó không còn được lợi hơn nữa mà chỉ thu được lợi nhuận là 1 mà thôi. Nhưng nếu A không gian lận thì nó có thể tiếp tục ở lại ở phía dưới bên phải và có lợi nhuận là 2. Do gian lận, A đánh đổi một lợi ích tạm thời cho một sự giảm sút lợi nhuận lâu dài. Vì vậy, chiến lược trừng phạt có thể duy trì một cartel công khai hoặc một cấu kết ngầm cho dù không tồn tại một cam kết chính thức.

Sẽ là chính đáng khi thực hiện sự trừng phạt nếu người chơi kia gian lận. Tuy nhiên, điều này sẽ chỉ ảnh hưởng đến hành vi của người chơi kia nếu đó là sự đe dọa thực sự.

Mỗi đe dọa thực sự là mỗi đe dọa, mà sau khi việc đã rồi, vẫn nhất thiết phải thực hiện.

Trong ví dụ trước, một khi hãng A đã gian lận và sản xuất nhiều, hãng B sẽ tăng sản xuất bằng mọi cách. Do đó, đe dọa sản xuất nhiều nếu hãng A gian lận là mỗi đe dọa thực sự.

Phân tích này đã làm sáng tỏ hành vi thực sự của OPEC trong năm 1986, khi A-rập Xê-út tăng sản lượng của mình lên rất mạnh, dẫn tới một sự sụt giảm giá dầu. Trong những năm 1980, các thành viên khác của OPEC đã gian lận thoả thuận về sản lượng thấp, cho rằng A-rập Xê-út vẫn sẽ sản xuất ở mức thấp để duy trì giá cao và duy trì uy tín của cartel. Các nước này cho rằng đe dọa của A-rập Xê-út về việc áp dụng một chiến lược trừng phạt chỉ là đe dọa suông. Nhưng họ đã nhầm, Hình 9.5 cho thấy rằng, một khi các nước khác tăng sản lượng, A-rập Xê-út cũng sẽ tăng sản lượng.

Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.



9.5

Hàm phản ứng

Trong ví dụ nêu trên, trong một trò chơi chỉ xảy ra một lần, mỗi người chơi có một chiến lược ưu thế, sản xuất nhiều bất kể đối thủ làm gì. Điều này dẫn tới một kết quả kém hơn cho cả 2 người chơi do họ không hợp tác mặc dù họ phụ thuộc lẫn nhau. Khi trò chơi được lặp lại nhiều lần, các cam kết và chiến lược trừng phạt giúp những người chơi hợp tác để tìm ra một giải pháp tốt hơn cho tất cả bọn họ.

Trong việc trừng phạt một đối thủ cạnh tranh, người chơi thay đổi hành động để phản ứng lại hành vi xấu của đối thủ cạnh tranh. Các chiến lược ưu thế là rất hiếm. Phổ biến hơn, hành động tốt nhất của người chơi phụ thuộc vào hành động thực tế hoặc hành

động được dự đoán của những người chơi khác. Một người chơi phản ứng như thế nào phụ thuộc vào những gì người này giả định về hành vi của đối thủ cạnh tranh. Để đơn giản hoá chúng ta phân tích tình trạng song quyền chỉ có 2 hãng lớn lũng đoạn.

Trong mô hình Cournot, mỗi hãng coi sản lượng của hãng kia như đã cho trước.

Hành vi Cournot

Năm 1838 nhà kinh tế học người Pháp tên là Augustin Cournot đã phân tích một mô hình thị trường đơn giản gồm 2 hãng lớn.

Hãy tưởng tượng một ngành song quyền trong đó cả 2 hãng đều có chi phí cận biên không đổi MC. Hình 9.6 mô tả vấn đề ra quyết định đối với hãng A. Nếu hãng A giả định rằng B sản xuất 0, hãng A sẽ có toàn bộ đường cầu D_0 của ngành. Đường cầu này cho biết mức sản lượng nào hãng A có thể bán với mức giá hãng đặt ra. Từ đường cầu này hãng A tính toán doanh thu cận biên MR_0 , và sản xuất Q_0 để cân bằng chi phí cận biên với doanh thu cận biên.

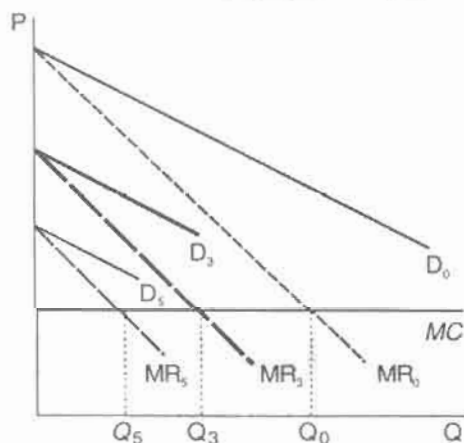
Nếu hãng A giả định rằng hãng B sản xuất 3 đơn vị sản phẩm, hãng A đối diện với đường cầu D_3 có được bằng cách dịch chuyển cầu thị trường D_0 sang trái 3 đơn vị. Hãng B có 3 đơn vị và phần cầu còn lại là dành cho hãng A. Với đường cầu D_3 , hãng A tính toán doanh thu cận biên MR_3 và chọn sản lượng Q_3 để cân bằng chi phí cận biên với doanh thu cận biên.

Hàm phản ứng của một hãng cho biết sản lượng tối ưu của hãng thay đổi như thế nào trước mỗi hành động có thể có của đối thủ.

Tương tự như vậy, nếu hãng A cho rằng hãng B sẽ sản xuất 5 đơn vị sản phẩm, cầu của hãng A dịch về bên trái so với D_0 là 5 đơn vị, tới đường cầu mới D_5 , và sản xuất Q_5 sản phẩm ở mức chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên. Mức sản lượng mà hãng A dự đoán hãng B sẽ tạo ra và đem bán càng lớn thì sản lượng tối ưu của hãng A càng nhỏ. Q_5 nhỏ hơn Q_3 và Q_3 nhỏ hơn Q_0 .

Lập lại cách tính này cho tất cả các dự đoán của hãng A về sản lượng của hãng B, chúng ta sẽ xác định được hàm phản ứng của hãng A.

Hình 9.6 Hành vi Cournot



Giả sử hãng B sản xuất 0, hãng A sẽ đối diện với đường cầu thị trường D_0 và tối đa hóa lợi nhuận bằng cách sản xuất Q_0 để cân bằng chi phí cận biên với doanh thu cận biên. Nếu giả định hãng B sản xuất 3 đơn vị, hãng A sẽ đối diện với đường cầu D_3 , nằm bên trái cách D_0 3 đơn vị. Lúc đó hãng A sản xuất Q_3 . Nếu giả định hãng B sản xuất 5 đơn vị, hãng A sẽ đối diện với D_5 và sản xuất Q_5 . Sản lượng tối ưu của hãng A càng thấp thì sản lượng mà hãng A cho rằng hãng B sẽ làm ra càng cao.

Trong mô hình Cournot, một hành động của đối thủ cạnh tranh là một lựa chọn về sản lượng của hãng. Hình 9.7 chỉ ra 2 mức sản lượng Q^A và Q^B . Từ Hình 9.6 có thể thấy hãng A sẽ sản xuất ít đi nếu hãng cho rằng hãng B sản xuất nhiều hơn. Trong Hình 9.7 lựa chọn sản lượng tối ưu của hãng A là hàm phản ứng R^A . Nếu hãng B được dự đoán sản xuất ít đi 1 đơn vị, hãng A sẽ chọn tăng sản lượng lên ít hơn 1 đơn vị. Điều này đảm bảo tổng sản lượng giảm xuống và giá tăng lên. Bởi vì việc tăng giá khiến hãng A kiếm được nhiều hơn từ những đơn vị sản lượng trước, hãng sẽ không tăng sản lượng nhiều bằng mức giảm sản lượng của hãng B. Tương đương như vậy, ở Hình 9.6 đường cầu của hãng A dịch chuyển nhiều hơn đường doanh thu cận biên nên sản lượng tăng lên ít hơn mức giảm sút dự đoán trong sản lượng của hãng B.

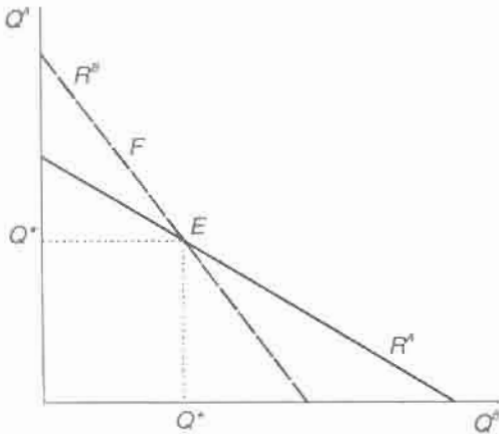
Trong ngành song quyền này, cả 2 hãng là như nhau. Vì vậy, hãng B cũng gặp phải vấn đề tương tự. Hãng đưa ra những dự đoán về sản lượng của hãng A, tính toán đường cầu còn lại cho hãng B và chọn sản lượng tối ưu. Hình 9.7 cho thấy hàm

phản ứng R^B của hãng B, hãng cũng sản xuất ít hơn so với mức sản lượng dự đoán giảm xuống của đối thủ.

Cân bằng Nash là điểm giao nhau của hai hàm phản ứng.

Theo mỗi hàm phản ứng, mỗi hãng có phản ứng tốt nhất với sản lượng giả định của hãng kia. Tại trạng thái cân bằng, hãng kia sẽ được tối ưu khi thực sự hành động theo cách đã được giả định. Trong cân bằng Nash, không hãng nào muốn thay đổi hành vi của mình kể cả sau khi dự đoán của hãng về sản lượng của hãng khác đã được xác nhận.

Hình 9.7 Cân bằng Nash-Cournot



R^A là hàm phản ứng của hãng A, cho thấy sản lượng tối ưu của hãng sẽ biến động như thế nào ở mức sản lượng mà hãng giả định hãng B sẽ làm ra và đem bán. Vì các hãng giống nhau, R^B là hàm phản ứng tương tự của hãng B, cho thấy sản lượng tối ưu của hãng nếu biết sản lượng giả định của hãng A. Với những giả thiết Cournot này về hành vi của đối thủ thì E là điểm cân bằng Nash. Lúc đó dự đoán của mỗi hãng về hành vi của đối thủ là đúng. Và không hãng nào muốn thay đổi hành vi của mình. Nếu các hãng là đồng nhất thì các hàm phản ứng của họ là không đối xứng, và cả hai cùng làm ra sản lượng Q^* .

Vì cả 2 hãng đối diện với đường cầu của ngành như nhau, hàm phản ứng của các hãng là đối xứng nếu họ có chi phí cận biên như nhau trong Hình 9.6. Cả 2 hãng khi đó sản xuất cùng mức sản lượng Q^* được chỉ ra ở Hình 9.7. Nếu chi phí khác nhau, chúng ta sẽ tiếp tục xây dựng các hàm phản ứng (khác nhau) và điểm cắt nhau của chúng cũng cho thấy những thị phần của 2 hãng không còn như nhau nữa.

Giả sử đường chi phí cận biên của hãng A trong Hình 9.6 dịch xuống. Với mỗi mức sản lượng giả định cho hãng B, hãng A bây giờ sẽ sản xuất nhiều hơn. Đường MR tiếp tục dịch xuống trước khi cắt đường MC. Vì vậy, trong Hình 9.7 hàm phản ứng R^A dịch chuyển lên trên, cho biết hãng A sản xuất Q^A nhiều hơn ở bất kỳ sản lượng Q^B giả định của đối thủ. Điểm cắt nhau mới của các hàm phản ứng, chẳng hạn ở điểm F, cho thấy điều gì xảy ra với cân bằng Nash trong mô hình Cournot.

Không có gì ngạc nhiên khi sản lượng của A tăng lên. Tại sao sản lượng của B giảm xuống? Với chi phí cận biên thấp hơn, hãng A là tối ưu khi sản xuất nhiều hơn. Giá sẽ giảm nhiều, trừ khi hãng B cắt giảm sản lượng của mình. Hãng B sẽ cắt giảm sản lượng chút ít nhằm đẩy giá lên một chút, để phòng thiệt hại lớn về doanh thu từ những đơn vị hiện có.

Như đã đề cập đến trong trò chơi “Tình thế lưỡng nan” của những người tù ở mục 9.4, cân bằng Nash-Cournot không tối đa hoá phần lợi nhuận chung của cả 2 người chơi. Họ đã không đạt được tổng sản lượng tối đa hoá lợi nhuận chung. Bằng cách xem xét sản lượng của đối thủ như đã xác định trước, mỗi hãng mở rộng sản xuất quá nhiều. Sản lượng lớn hơn đẩy giá xuống thấp. Các hãng không chú ý đến thực tế rằng việc mở rộng sản xuất của mình sẽ gây thiệt hại cho đối thủ, sản lượng của mỗi hãng vì thế là quá cao.

Hành vi của mỗi hãng là đúng với điều kiện họ giả định sản lượng của các đối thủ cạnh tranh là cố định. Tuy nhiên, sự mở rộng sản xuất của mỗi hãng sẽ làm cho đối thủ cạnh tranh thay đổi hành vi. Một hãng độc quyền liên kết thường tính tới điều đó và tạo ra lợi nhuận chung lớn hơn.

Trong mô hình Bertrand về ngành độc quyền lập đoàn, mỗi hãng coi giá của đối thủ cạnh tranh như đã biết trước.

Hành vi Bertrand

Để thấy được giả định về hành vi của các đối thủ ảnh hưởng như thế nào tới các hàm phản ứng và thế cân bằng Nash, hãy xem xét một mô hình khác được đưa ra bởi nhà kinh tế học người Pháp, Joseph Bertrand.

Mỗi hãng quyết định một mức giá (và một mức sản lượng) tương ứng với giá mà hãng dự đoán đối thủ cạnh tranh của mình đặt ra. Chúng ta sẽ tiến hành một sự phân tích tương tự như với mô hình Cournot, tìm đường phản ứng chỉ ra giá được thiết lập bởi mỗi hãng phụ thuộc vào giá của đối thủ cạnh tranh như thế nào, và từ đó tìm ra cân bằng Nash về giá cho mô hình Bertrand. Khi đã biết giá cân bằng, chúng ta có thể tìm ra sản lượng cân bằng. Nếu các hãng giống như nhau, họ sẽ lại chia thị trường thành những phần bằng nhau. Tuy nhiên, trong mô hình Bertrand, có thể dễ dàng thấy cân bằng Nash phải như thế nào. Đó là giải pháp cạnh tranh hoàn hảo - giá ngang bằng chi phí cận biên. Làm sao chúng ta biết được điều này?

Giá định hãng B thiết lập một mức giá lớn hơn chi phí cận biên. Hãng A có thể chiếm toàn bộ thị trường bằng cách đặt giá thấp hơn chút ít so với hãng B. Vì hãng B có thể dự đoán được điều này, nó phải thiết lập mức giá thấp hơn. Lý lẽ này sẽ tiếp tục cho tới khi, trong cân bằng Nash, cả 2 hãng đặt giá ở chi phí cận biên và phân chia thị trường giữa họ với nhau. Lúc đó không có động cơ nào cho việc thay đổi hành vi.

So sánh Bertrand và Cournot

Trong hành vi Bertrand, cân bằng Nash đưa đến giá ngang bằng với chi phí cận biên, vì vậy sản lượng của ngành là cao. Trong hành vi Cournot, cân bằng Nash tạo ra mức sản lượng của ngành thấp hơn và giá cao hơn. Vì chi phí cận biên và chi phí bình quân không đổi, mỗi hãng thu được lợi nhuận khi giá cao hơn. Tuy nhiên, các hãng lại không hợp tác. Một độc quyền liên kết sẽ tạo ra lợi nhuận lớn hơn nhờ phối hợp các quyết định về sản lượng. Sản lượng của ngành thậm chí có thể thấp hơn và giá có thể cao hơn.

Vì vậy, cân bằng Nash phụ thuộc vào từng giả thiết mỗi hãng đưa ra về hành vi của đối thủ cạnh tranh. Nhìn chung, các nhà kinh tế thích mô hình Cournot hơn. Trên thực tế, chỉ vài ngành độc quyền tập đoàn hành động giống như ngành cạnh tranh hoàn hảo, theo như dự đoán của mô hình Bertrand.

Hơn thế nữa, vì giá có thể thay đổi nhanh chóng, việc coi giá của đối thủ như cố định là không hợp lý. Ngược lại, chúng ta có thể lý giải mô hình Cournot như nói rằng trước tiên hãng sẽ chọn năng lực sản xuất và sau đó xác định giá. Bởi vì, thay đổi công suất đòi hỏi thời gian, nên điều này có ý nghĩa hơn.

Lợi thế của người đi trước

Với những nghiên cứu trên, chúng ta đã giả định rằng 2 hãng song quyền ra quyết định đồng thời. Giả sử rằng một hãng có thể chọn sản lượng trước hãng kia. Liệu người đi trước có lợi hay không?

Để dự đoán hãng B sẽ hành động như thế nào khi sản lượng của hãng A là cố định, hãng A xem xét hàm phản ứng của hãng B như đã rút ra được từ Hình 9.6 và 9.7. Trong việc quyết định sản lượng, hãng A sẽ tính xem quyết định sản lượng của mình sẽ ảnh hưởng như thế nào đến sản lượng của hãng B.

Vì vậy, hãng A có một hàm phản ứng khác. Hình 9.7 cho thấy hàm phản ứng Cournot R^A coi Q^B như được lựa chọn không phụ thuộc vào Q^A . Giờ đây hãng A sử dụng hàm phản ứng R^B để suy diễn rằng một mức sản lượng Q^A cao hơn sẽ tạo một mức sản lượng Q^B thấp hơn. Vì vậy, hãng A mong rằng sự mở rộng sản lượng của mình chỉ làm giá giảm ít hơn so với mô hình hành vi Cournot. Doanh thu cận biên của hãng sẽ tăng lên. Hãng A biết rằng hãng B sẽ nâng giá bằng cách giảm sản lượng Q^B để đáp lại sự tăng lên của Q^A .

Đối diện với MR cao hơn khi ở vị trí người đi đầu tiên Stackelberg so với hành vi Cournot, hãng A sản xuất nhiều hơn so với mô hình Cournot. Hãng B sản xuất ít hơn do

Trong mô hình Stackelberg, hãng B có thể quan sát sản lượng đã được cố định bởi hãng A. Vì thế khi lựa chọn sản lượng, hãng A phải dự đoán phản ứng tiếp theo sau của hãng B.

Lợi thế của người đi trước nghĩa là người chơi mà đi trước sẽ thu được tiền được cược nhiều hơn so với khi ra quyết định đồng thời.

hãng phải phản ứng với thực tế là một mức sản lượng Q^A cao hơn đã được tạo ra. Cuối cùng hãng A có được sản lượng cao hơn và lợi nhuận lớn hơn so với mô hình Cournot nhưng hãng B thì lại có sản lượng nhỏ hơn và lợi nhuận thấp hơn. Hãng A có được lợi thế của người đi đầu tiên.

Đi trước có tác dụng như một cam kết để phòng sự thao túng tiếp theo sau của người chơi kia. Một khi hãng A đã xây dựng một nhà máy với công suất lớn, hãng A phải sống với một thực tế là hãng sẽ sản xuất nhiều. Sự phản ứng tốt nhất của hãng B khi đó là sản xuất ít. Nâng giá sản phẩm là có lợi cho hãng A.

Trong một số ngành, các hãng tương đối cân xứng và hành vi Cournot là một sự mô tả có giá trị về việc các hãng độc quyền tập đoàn hành động như thế nào. Một số ngành khác có hãng khổng lồ, có thể do lợi thế về công nghệ hoặc một vị trí đặc quyền. Hãng đó có thể hành

động như một người đi trước Stackelberg và dự đoán được các đối thủ nhỏ hơn sẽ phản ứng như thế nào.

9.6

Sự gia nhập mới và cạnh tranh tiềm năng

Đến đây, chúng ta đã bàn luận về cạnh tranh không hoàn hảo giữa các hãng hiện có. Để hoàn chỉnh sự hiểu biết của chúng ta về những thị trường như vậy, chúng ta cũng phải nghĩ tới ảnh hưởng của cạnh tranh tiềm năng từ những người mới gia nhập ngành đối với hành vi của các hãng đang tồn tại. Cần làm rõ 3 trường hợp: nơi mà sự gia nhập mới tương đối dễ, nơi sự gia nhập mới là khó khăn vì ngẫu nhiên và nơi mà sự gia nhập mới là khó khăn vì cố ý.

Các thị trường cạnh tranh

Sự gia nhập hoặc rút lui tự do khỏi ngành là đặc điểm nổi bật của cạnh tranh hoàn hảo, một cấu trúc thị trường trong đó mỗi hãng là tương đối nhỏ so với toàn ngành. Tuy nhiên, giả định là chúng ta quan sát một ngành với vài hãng hiện hành (đang hoạt động). Trước khi giả định rằng phân tích trước đây của chúng ta về độc quyền tập đoàn là cần thiết, chúng ta phải suy nghĩ kỹ càng về sự gia nhập và rút lui. Ngành có thể là một thị trường cạnh tranh.

Một thị trường cạnh tranh có sự gia nhập và rút lui tự do.

Với sự gia nhập tự do, chúng ta hàm ý rằng tất cả các hãng, bao gồm cả các hãng hiện hành và những người gia nhập tiềm tàng, đều tiếp cận với công nghệ như nhau và vì thế có đường chi phí như nhau. Với sự rút lui tự do, chúng ta hàm ý rằng không có chi phí chìm hoặc chi phí không thể thu hồi; khi rời khỏi ngành, một hãng có thể thu hồi được toàn bộ chi tiêu đầu tư ban đầu của mình, bao gồm cả tiền chi cho việc tích lũy kiến thức và uy tín.

Một thị trường cạnh tranh cho phép sự gia nhập mới và rút lui dễ dàng. Nếu các hãng hiện hành, dù là ít, không hành động như ngành cạnh tranh hoàn hảo ($p = MC = LAC_{\min}$), một người gia nhập mới có thể nhảy vào, bán hàng hoá với giá rẻ và thu được lợi nhuận nhất thời trước khi lại rời khỏi ngành.

Khi sự toàn cầu hoá vẫn tiếp tục, chúng ta cần nhớ rằng những nhà cung ứng nước ngoài là những người gia nhập tiềm tàng. Việc này có thể thực hiện dưới 2 dạng. Thứ nhất, nếu lợi nhuận độc quyền là quá lớn trong thị trường nội địa, cạnh tranh từ nhập khẩu có thể làm tăng cung, dẫn đến giảm giá và giảm lợi nhuận trong thị trường nội địa. Trong trường hợp thái quá, nhập khẩu tăng khi giá nội địa cao hơn giá thế giới, chúng ta trở lại thế giới cạnh tranh đã được phân tích ở Chương 8.

Toàn cầu hoá cũng có thể tạo ra khả năng là các hãng nước ngoài sẽ xây dựng cơ sở sản xuất ở thị trường trong nước, một hình thức hữu hình của sự gia nhập mới. Do tăng cung từ sự gia nhập tiềm tàng, toàn cầu hoá làm tăng khả năng coi các thị trường cạnh tranh như một loại cấu trúc thị trường. Hơn thế nữa, chúng ta thường nghĩ về một người gia nhập mới như là người bắt đầu từ con số không. Nhưng khi một hãng nước ngoài hiện có gia nhập thị trường nội địa, nền sản xuất và kinh nghiệm marketing của hãng có thể đã phát triển ở mức cao.

Toàn cầu hoá có thể là con dao 2 lưỡi. Một mặt, nó làm tăng quy mô của thị trường liên quan và làm cho sự gia nhập mới dễ dàng hơn. Mặt khác, bởi cho phép các công ty đa quốc gia lớn mạnh do hoạt động đồng thời ở nhiều nước, toàn cầu hoá có thể khuyến khích các hãng lớn có được sức mạnh thị trường lớn ở bất cứ nơi đâu hãng hoạt động: Coke và Pepsi đang cạnh tranh cho sự thống trị toàn cầu và Virgin Cola chỉ có khả năng cạnh tranh có hạn, thậm chí là ở Anh.

Lý thuyết về các thị trường cạnh tranh đang còn là tranh cãi. Có nhiều ngành trong đó chi phí chìm là rất khó thu hồi hoặc có những ngành đòi hỏi những người gia nhập mới phải mất thời gian để có được trình độ chuyên môn ban đầu, bởi vậy tạm thời họ ở trong tình thế bất lợi so với các hãng hiện có. Cũng không an toàn khi giả định là các hãng hiện hành sẽ không thay đổi hành vi của họ khi bị đe dọa bởi sự gia nhập mới. Nhưng lý thuyết đã minh hoạ một cách sống động rằng cấu trúc thị trường và hành vi của các hãng hiện hành không thể được suy diễn đơn giản chỉ bằng cách đếm số lượng các hãng trong một ngành.

Trong chương trước, chúng ta đã thận trọng khi nhấn mạnh rằng một hãng độc quyền là một người sản xuất duy nhất, người có thể hoàn toàn xem nhẹ sự gia nhập mới. Bây giờ chúng ta sẽ hoàn chỉnh cách phân loại ở Bảng 9.1 dựa vào sự nghiên cứu về gia nhập mới một cách chi tiết hơn.

Hộp 9-3 Các rào cản gia nhập đối với thị trường siêu thị

Năm 2004 chuỗi siêu thị Morrison cuối cùng đã hoàn thành việc tiếp quản đối thủ Safeway. Bằng một hành động dứt khoát, Morrison đã phát triển mạnh lên từ một siêu thị loại nhỏ với 6% thị phần tăng lên thành 17% thị phần của thị trường Anh, chỉ đứng sau Sainsburys, hãng đứng đầu ngành kinh doanh siêu thị.

Việc tiếp quản Safeway đã được tranh giành với Tesco, Asda và Sainsburys, các đối thủ cạnh tranh lớn của Morrison. Trong giai đoạn đó, Phillip Green,

chủ của cửa hàng bán lẻ British Home Store (Bhs), cũng rất quan tâm đến Safeway. Safeway đã là một mục tiêu hấp dẫn vì đó là cơ hội cuối cùng cho sự gia nhập ngành siêu thị. Khó khăn về đất đai và khó khăn trong việc có được giấy phép kinh doanh cho siêu thị mới, cách gia nhập mới duy nhất chính là tiếp quản. Với Safeway hiện giờ đã về tay Morrison, và ngành hợp nhất thành những hãng lớn, việc tiếp quản tiếp theo sẽ càng khó hơn, các rào cản gia nhập là rất vững chắc.

Một rào cản gia nhập tự nhiên là rào cản không phải được tạo ra một cách có chủ định của những hãng hiện hành.

Các rào cản gia nhập tự nhiên

Khi bàn về các rào cản gia nhập, chúng ta phân biệt giữa những rào cản dù thế nào cũng tồn tại và những rào cản được tạo ra có chủ định của những hãng hiện hành.

Nhà kinh tế học người Mỹ Joe Bain đã phân chia 3 loại rào cản gia nhập: sự khác biệt sản phẩm, lợi thế về chi phí tuyệt đối và tính kinh tế của quy mô. Sự khác biệt sản phẩm không phải là một rào cản tự nhiên. Lợi thế về chi phí tuyệt đối, khi các hãng hiện hành có đường chi phí thấp hơn chi phí của những người gia nhập mới, có thể là một rào cản tự nhiên. Nếu đòi hỏi phải có thời gian để có được những kinh nghiệm kinh doanh, các hãng hiện hành sẽ có chi phí thấp hơn, ít nhất cũng là trong ngắn hạn. Nếu họ sáng suốt, họ sẽ giành được những vị trí kinh doanh có lợi thế

nhất. Ngược lại, nếu các hãng hiện hành tiến hành đầu tư hoặc nghiên cứu và phát triển với mục đích ngăn cản sự gia nhập, đây không còn là một rào cản tự nhiên nữa.

Hình 9.1 cho thấy vai trò của tính kinh tế của quy mô như một rào cản gia nhập tự nhiên. Nếu quy mô hiệu quả tối thiểu là lớn so với đường cầu của ngành, một người gia nhập mới không thể vào ngành mà không làm giảm giá đáng kể, và không thể gia nhập để thu lợi nhuận.

Các rào cản gia nhập tự nhiên này càng lớn, các hãng sẽ càng ít phải chú ý đến sự cạnh tranh tiềm tàng từ gia nhập mới. Trò chơi độc quyền tập đoàn khi đó chuyển thành cạnh tranh giữa các hãng hiện hành như chúng ta đã bàn ở mục trước. Nơi nào có rào cản gia nhập tự nhiên thấp, một trong 2 điều sau có thể xảy ra. Hoặc các hãng hiện hành chấp nhận tình huống trong đó cạnh tranh từ những người gia nhập mới sẽ ngăn cản các hãng hiện hành có được nhiều sức mạnh thị trường - kết quả sẽ gần với kết quả cạnh tranh hoàn hảo - hoặc các hãng hiện hành sẽ cố tạo ra một số rào cản gia nhập từ phía hãng.

9.7

Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược

Một nước đi chiến lược là một biện pháp ảnh hưởng đến lựa chọn của người khác, theo cách có lợi cho chính mình, bằng cách gây ảnh hưởng đến dự kiến của người khác về cách thức mình sẽ ứng xử.

Một chiến lược là một kế hoạch của trò chơi khi việc ra quyết định là phụ thuộc lẫn nhau. Từ "chiến lược" được sử dụng hàng ngày nhưng nó có một ý nghĩa đặc biệt trong kinh tế học.

Trong Hình 9.8 một hãng hiện hành đang chơi một trò chơi chống lại một người gia nhập tiềm tàng. Người gia nhập mới có thể nhảy vào và ở lại bên ngoài. Nếu người gia nhập mới nhảy vào thị trường,

hãng hiện hành có thể chọn lựa hoặc chấp nhận đối thủ mới và đồng ý chia sẻ thị phần hoặc chống lại. Chống lại sự gia nhập có nghĩa là phải sản xuất nhiều lên và có lẽ phải nhiều hơn đáng kể so với trước đây, vì thế giá của ngành sẽ giảm xuống. Trong cuộc chiến về giá này, mà đôi khi được hãng hiện hành gọi là định giá hủy diệt, cả 2 hãng đều thua lỗ. Dòng đầu tiên của bảng trong Hình 9.8 cho thấy lợi nhuận của hãng hiện hành và lợi nhuận của người gia nhập mới từ mỗi một trong 3 phương án.

Nếu hãng hiện hành không bị đe dọa gia nhập mới, hãng thu được lợi nhuận là 5, và người gia nhập mới tất nhiên không có lợi nhuận gì. Nếu hãng chia sẻ thị phần, cả 2 thu được lợi nhuận là 1. Trong cuộc chiến giá cả, cả 2 bị thua lỗ. Vậy trò chơi nên thực hiện như thế nào?

Hình 9.8 Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược



Lợi nhuận khi không có sự ngăn cản có tính chiến lược

1	1	-1	-1	5	0
---	---	----	----	---	---

Lợi nhuận khi có sự ngăn cản có tính chiến lược

-2	1	-1	-1	2	0
----	---	----	----	---	---

Nếu không có sự ngăn cản, khi hãng mới gia nhập, hãng cũ hành động tốt hơn nếu chấp nhận sự gia nhập đó chứ không chống lại. Hãng mới biết điều đó nên gia nhập. Điểm cân bằng ở ở trên phía tay trái và cả hai hãng đều thu được lợi nhuận bằng 1. Nhưng nếu hãng cũ đã cam kết trước một khoản chi phí bằng 3 mà chỉ thu lại được nếu chống lại, hãng cũ sẽ chống lại sự gia nhập, hãng mới sẽ ở ngoài và điểm cân bằng là ở dưới bên tay phải. Hãng cũ làm ăn tốt hơn, thu được lợi nhuận bằng 2.

Giả sử người gia nhập mới đã nhảy vào thị trường. So sánh 2 ô phía bên trái của dòng trên, hãng hiện hành nên nhượng bộ hơn là chống lại. Người gia nhập mới có thể

thấy được điều này. Bất kỳ một đe dọa nào của hãng hiện hành nhằm ngăn cản sự gia nhập đều không phải là đe dọa thực sự. Cân bằng của trò chơi là người gia nhập mới sẽ vào thị trường và hãng hiện hành cũng không kháng cự lại. Cả 2 cùng thu được lợi nhuận là 1, ở ô phía trên bên trái.

Tuy nhiên, hãng hiện hành có thể có hàng loạt hành động trước khi có sự xuất hiện của người gia nhập mới. Nó có thể đã có ý đồ từ trước buộc mình ngăn chặn sự gia nhập mới và vì thế làm giảm được mối đe dọa gia nhập trong tương lai. Hãng hiện hành sẽ sung sướng mê li nếu một người Sao Hoả xuất hiện và đảm bảo là sẽ bán các giám đốc của hãng hiện hành nếu họ để cho sự gia nhập mới dễ dàng. Những người gia nhập mới cho rằng sẽ phải lao vào cuộc chiến và dự đoán sẽ mất 1, vì thế họ sẽ không gia nhập thị trường, khi đó hãng hiện hành sẽ lại có được lợi nhuận thường xuyên là 5.

Không có người Sao Hỏa, hãng hiện hành vẫn có thể có được kết quả đúng như vậy bằng các biện pháp kinh tế. Giả sử hãng hiện hành đầu tư lớn vào năng lực sản xuất dư thừa và hiện giờ chưa dùng đến vì đang ở mức sản lượng thấp. Hãng hiện hành có sản lượng thấp khi không có sự gia nhập mới hoặc chấp nhận chia sẻ thị trường với người gia nhập mới. Giả sử trong tình huống này hãng hiện hành chịu thêm chi phí là 3 do gánh chịu công suất thừa. Dòng thứ 2 của bảng ở Hình 9.8 cho thấy lợi nhuận của hãng hiện hành giảm đi 3 trong cả 2 kết quả này. Tuy nhiên, trong cuộc chiến tranh giá cả, sản lượng của hãng hiện hành là cao và năng lực sản xuất dư thừa không còn lãng phí nữa; vì thế không cần giảm lợi nhuận của hãng ở cột giữa của Hình 9.8.

Nếu người gia nhập mới nhảy vào thị trường, hãng hiện hành lỗ 2 nếu chấp nhận chia sẻ thị trường và chỉ mất 1 nếu chống lại. Vì thế sự gia nhập mới sẽ bị chống lại. Thấy trước được điều này, sẽ không có hãng mới tham gia vào thị trường vì họ sẽ bị thua lỗ trong cuộc chiến giá cả. Cân bằng của trò chơi lúc này là ở phía dưới bên phải của bảng và sẽ không có người gia nhập mới. Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược đã thành công. Nó đem lại lợi ích cho hãng. Cho dù chịu chi phí 3 cho năng lực sản xuất dư thừa, hãng vẫn thu được lợi nhuận 2, lớn hơn so với lợi nhuận 1 ở ô phía trên bên trái khi không có sự ngăn cản và để người gia nhập mới vào thị trường.

Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược là hành vi của hãng hiện hành khiến cho sự gia nhập mới là khó thực hiện.

Liệu rằng sự ngăn cản này có luôn có tác dụng hay không? Câu trả lời là không. Giả định trong Hình 9.8, chúng ta thay đổi cột phía bên phải. Ở dòng trên hãng hiện hành có lợi nhuận là 3 nếu không có sự gia nhập mới. Nếu không có năng lực sản xuất dư thừa, cân bằng là ở phía trên bên trái như trước đây. Nhưng nếu hãng hiện hành chi 3 cho năng lực sản xuất dư thừa, hãng sẽ chỉ còn lợi nhuận bằng 0 ở ô phía dưới bên phải khi sự gia nhập mới bị ngăn cản. Sự ngăn cản vẫn thực hiện được, tuy nhiên sẽ tốt hơn cho hãng hiện hành nếu hãng không đầu tư vào công suất thừa và chấp nhận sự gia nhập mới.

Mô hình này cho thấy chiến tranh giá cả không nên được thực hiện. Nếu hãng hiện hành tham gia vào cuộc chiến, hãng mới sẽ không vào thị trường. Điều này tất nhiên đòi hỏi hãng mới phải biết được lợi nhuận của hãng hiện hành trong các khả năng khác nhau và vì thế dự đoán được chính xác hành vi của hãng đó. Trong thực tế, những người gia nhập mới đôi khi dự đoán sai. Hơn thế nữa, nếu người gia nhập mới có sự ủng hộ tài chính tốt hơn hãng hiện hành, cuộc chiến tranh giá cả có thể là một sự đầu tư tốt cho hãng mới. Hãng hiện hành sẽ phải là người rời khỏi thị trường trước và sau đó hãng mới vào sẽ lại thu được lợi nhuận.

Công suất dư thừa có phải là mối đe dọa duy nhất của hãng hiện hành hay không? Các đe dọa phải là đe dọa không thể huỷ bỏ, nếu không nó sẽ chỉ là một đe dọa suông, và chúng phải làm tăng khả năng một hãng hiện hành sẽ chống lại sự gia nhập mới. Bất cứ cái gì có đặc điểm của chi phí chìm và chi phí cố định đều có thể trở thành mối đe

dọa: chi phí cố định làm tăng tính kinh tế của quy mô nhờ đó hãng hiện hành có thể duy trì sản lượng cao lâu hơn, và chi phí chìm không thể thay đổi được. Quảng cáo để đầu tư vào uy tín và sự trung thành đối với nhãn hiệu là một ví dụ điển hình. Việc phổ biến sản phẩm cũng vậy. Nếu hãng hiện hành chỉ có một nhãn hiệu duy nhất, người gia nhập mới có thể hy vọng tham gia vào thị trường với một nhãn hiệu khác. Nhưng nếu hãng hiện hành có một dòng nhãn hiệu hoặc mẫu mã hoàn chỉnh, một người gia nhập mới sẽ phải cạnh tranh với cả miền sản phẩm này.

Hộp 9-4 Tại sao lại quảng cáo nhiều như vậy?

Quảng cáo không phải luôn mang ý nghĩa tạo ra rào cản đối với những người gia nhập tiềm tàng. Đôi khi nó nhằm thông báo với khách hàng bằng cách tiết lộ những thông tin nội bộ mà hãng có về chất lượng sản phẩm của hãng.

Khi khách hàng có thể nói thoảng qua về chất lượng sản phẩm, thậm chí trước khi họ mua sản phẩm, có nghĩa là quảng cáo đã có chút tác dụng. Chuối đã hỏng đen thì không thể được quảng cáo là tươi ngon. Thông tin có sẵn dễ dàng và những nỗ lực đánh lừa khách hàng sẽ bị phát hiện. Tuy nhiên, đối với hầu hết các hàng hoá, khách hàng không thể phát hiện chất lượng trước khi mua sắm và chỉ nhận ra chất lượng khi sử dụng hàng hoá.

Hãng khi đó có những thông tin nội bộ cho các khách hàng mua lần đầu. Một chiến dịch quảng cáo đáng chú ý (tất nhiên là tốn kém) báo hiệu cho các khách hàng tiềm tàng rằng hãng tin vào sản phẩm của mình và dự kiến bán được doanh số lớn cho các khách hàng thường xuyên đủ để thu hồi chi phí cố định của quảng cáo ban đầu. Các hãng không trung thực sẽ nhanh chóng bị phát hiện và không đầu tư nhiều vào quảng cáo nữa.

Thế còn những hàng hoá như tủ lạnh, thường là chỉ mua 1 lần và không được thay thế trong khoảng chục năm hoặc hơn thì sao? Các khách hàng sẽ thực

sự cố lợi với những quảng cáo trung thực nhưng những người sản xuất các sản phẩm chất lượng cao lại không có động cơ quảng cáo. Họ cũng đã từng thuê các nhà quảng cáo làm những quảng cáo phóng đại (rất nhiều năm trước khi họ bị phát hiện). Sự sẵn sàng quảng cáo không còn báo hiệu chất lượng của sản phẩm nữa. Ví thế các quảng cáo ít dần.

Bảng dưới đây cho thấy chỉ tiêu quảng cáo theo tỷ lệ doanh thu bán hàng cho 4 loại hàng hoá đã kể trên. Lý thuyết khá phù hợp với thực tế.

Chỉ tiêu quảng cáo theo % doanh thu bán hàng

Chất lượng được khám phá	Thời gian tới lần mua tiếp theo	Ví dụ	Quảng cáo theo % doanh thu bán hàng
Trước khi mua	Không liên quan	Chuối	0,4
Ngay sau khi mua	Nhanh	Bánh quy	3,6
Lâu sau khi mua	Không liên quan	Đĩa CD	1,8

Nguồn: E. Davis, J. Kay and J. Star, "Is Advertising Rational?", *Business Strategy Review*, Autumn 1991, Oxford University Press.

9.8 Kết luận

Trong thực tế chỉ có một vài ngành là giống như 2 thái cực cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy. Phần lớn các ngành là cạnh tranh không hoàn hảo. Chương này đã giới thiệu các loại cạnh tranh không hoàn hảo. Lý thuyết trò chơi nói chung và các khái niệm như cam kết, sự tin cậy và sự ngăn cản, cho phép các nhà kinh tế phân tích nhiều vấn đề thực tế trong các ngành kinh doanh lớn.

Chúng ta đã học được những gì? Thứ nhất, cấu trúc thị trường và hành vi của các hãng hiện hành được xác định đồng thời. Các nhà kinh tế thường bắt đầu với một cấu trúc thị trường, xác định bởi mức độ tính kinh tế của quy mô so với đường cầu của ngành, sau đó suy ra một hãng hiện hành sẽ cư xử như thế nào (độc quyền, độc quyền tập đoàn, cạnh tranh hoàn hảo), tiếp đến kiểm tra lại những dự đoán này so với những chỉ số thực hiện, chẳng hạn như mức độ giá lớn hơn chi phí cận biên. Chúng ta nhận thấy rằng hành vi chiến lược của các hãng hiện hành có thể ảnh hưởng đến sự gia nhập mới, và từ đó ảnh hưởng đến cấu trúc thị trường, ngoại trừ những thị trường mà sự gia nhập mới là khá dễ dàng.

Thứ hai, chúng ta đã biết được tầm quan trọng của cạnh tranh tiềm tàng, có thể đến từ các hãng trong nước như một sự gia nhập mới hoặc nhập khẩu từ nước ngoài. Số lượng hãng có thể nhìn thấy trong ngành ngày nay cho biết rất ít thông tin về mức độ sức mạnh thị trường thực sự. Nếu sự gia nhập mới dễ dàng, một hãng hiện hành duy nhất hoặc một độc quyền có thể nhận thấy không có lợi nếu xuất phát từ hành vi cạnh tranh hoàn hảo.

Cuối cùng, chúng ta đã thấy được có bao nhiêu hành động kinh doanh trên thế giới thực - chiến tranh giá cả, quảng cáo, phổ biến nhãn hiệu, công suất dư thừa hoặc nghiên cứu và triển khai quá mức - có thể được hiểu như cạnh tranh chiến lược, trong đó để được hiệu quả thì các đe dọa phải được đảm bảo chắc chắn bởi những cam kết từ trước.

TÓM TẮT

- **Cạnh tranh không hoàn hảo** tồn tại khi mỗi hãng tin rằng hãng đối mặt với đường cầu dốc xuống. Các hình thức quan trọng nhất là cạnh tranh độc quyền, độc quyền tập đoàn và độc quyền thuần túy.
- **Vị trí độc quyền thuần túy** có thể có được do luật pháp, khi một ngành được quốc hữu hoá hoặc do bằng phát minh sáng chế. Khi quy mô hiệu quả tối thiểu là rất lớn so với hiệu quả của ngành, rào cản gia nhập tự nhiên có thể đủ lớn để tạo ra độc quyền tự nhiên trong đó tất cả những đe dọa về sự gia nhập mới là không có.
- Thái cực ngược lại, sự gia nhập và rút lui có thể khá dễ dàng. Thị trường là **cạnh tranh**, và các hãng hiện hành phải bắt chước hành vi cạnh tranh hoàn hảo để tránh bị tràn ngập bởi những người gia nhập mới. Với một quy mô trung bình của sự gia nhập mới, ngành có thể là ngành độc quyền tập đoàn.
- **Các hãng cạnh tranh độc quyền** đối mặt với sự gia nhập và rút lui tự do nhưng riêng từng hãng thì nhỏ và sản xuất những sản phẩm tương tự nhau, dù là không đồng nhất. Mỗi hãng có sức mạnh thị trường có hạn đối với nhãn hiệu sản phẩm riêng của mình. Trong cân bằng dài hạn, giá ngang bằng chi phí trung bình nhưng lớn hơn doanh thu cận biên và chi phí cận biên ở cân bằng tiếp tuyến.
- **Các nhà độc quyền tập đoàn** đối mặt với sự giằng co giữa hợp tác để tối đa hoá tổng lợi nhuận và cạnh tranh để giành thị phần lớn hơn trong khi lợi nhuận chung nhỏ hơn. Hợp tác có thể là chính thức, chẳng hạn như dưới hình thức cartel, hoặc không chính thức. Nếu không có những đe dọa trừng phạt thực sự bởi các thành viên khác, mỗi hãng đối mặt với sự cám dỗ gian lận.
- **Lý thuyết trò chơi** phân tích các quyết định phụ thuộc lẫn nhau trong đó mỗi người chơi lựa chọn một chiến lược. Trong trò chơi tình thế tiến thoái lưỡng nan của những người tù, mỗi hãng có một chiến lược ưu thế. Với cam kết ràng buộc lẫn nhau, cả 2 người chơi có thể có lợi hơn nhờ sự đảm bảo không gian lận về giải pháp cấu kết.
- Một **hàm phản ứng** cho biết phản ứng tốt nhất của một người chơi đối với hành động của những người chơi khác. Trong **cân bằng Nash** các hàm phản ứng cắt nhau. Khi đó không người chơi nào muốn thay đổi quyết định của mình.
- Trong **hành vi Cournot** mỗi hãng coi sản lượng của đối thủ như là biết trước. Trong **hành vi Bertrand** mỗi hãng coi giá của đối thủ như đã cho trước. Cân bằng Nash-Bertrand đòi hỏi giá bằng chi phí cận biên. Cân bằng Nash-Cournot dẫn đến sản lượng thấp hơn, giá cao hơn và lợi nhuận cao hơn. Tuy nhiên, các hãng vẫn không tối đa hoá được tổng lợi nhuận do mỗi hãng bỏ qua thực tế là sự mở rộng sản lượng của mình sẽ gây thiệt hại cho đối thủ.
- Một hãng với lợi thế của **người đi trước** hành động như một người dẫn đầu Stackelberg. Bằng cách suy ra phản ứng tiếp theo của đối thủ cạnh tranh, hãng

sản xuất sản lượng cao hơn, biết rằng đối thủ sau đó sẽ phải giảm sản lượng. Đi trước là một ý đồ hữu ích.

- **Các rào cản gia nhập tự nhiên** được tạo ra một cách tự nhiên, và có được nhờ tinh kinh tế của quy mô hoặc lợi thế chi phí tuyệt đối của các hãng hiện hành. **Các rào cản gia nhập chiến lược** được tạo ra bởi ban giám đốc doanh nghiệp và nảy sinh từ những ý đồ thực sự nhằm ngăn chặn sự gia nhập mới. Chỉ trong hoàn cảnh nhất định, sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược có lợi cho các hãng hiện hành.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1 Một ngành đối mặt với đường cầu

Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
P	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

(a) Giả định ngành là độc quyền với chi phí cận biên không đổi $MC = 3$, ngành sẽ chọn mức giá và sản lượng nào? (b) Giả định có 2 hãng, mỗi hãng có $MC = AC = 3$, giá và sản lượng nào sẽ tối đa hoá tổng lợi nhuận chung nếu 2 hãng liên kết? (c) Tại sao mỗi hãng có thể sẽ gian lận nếu hãng có thể tránh được sự trả đũa của hãng kia?

- 2 Với đường cầu của ngành như trên, 2 hãng A và Z mỗi hãng bắt đầu với 1 nửa thị trường khi đạt giá độc quyền. Z quyết định gian lận và tin là A vẫn cung ứng ở mức sản lượng cũ. (a) Hãy chỉ ra đường cầu mà Z tin là hãng sẽ gặp phải. (b) Khi đó Z sẽ chọn mức giá và sản lượng nào?

- 3 Những người sửa xe đôi khi cho rằng những người thợ máy cũng cần có bằng cấp nhờ đó việc sửa chữa chỉ được thực hiện bởi những người có trình độ. Một số nhà kinh tế lại biện luận rằng các khách hàng có thể luôn hỏi liệu một người thợ máy có được đào tạo ở một trường có uy tín hay không mà không cần nhìn đến bất kỳ bằng cấp nào. (a) Đánh giá những biện luận ủng hộ và chống lại việc cấp bằng cho những người thợ sửa ô tô. (b) Những biện luận có giống như vậy không nếu là việc cấp bằng cho bác sỹ.

- 4 Nghĩ về 5 quảng cáo trên T.V. Chức năng của chúng chủ yếu là cung cấp thông tin, hay là dựng nên các rào cản gia nhập đối với ngành?

- 5 Một gia đình tốt biết rằng đứa trẻ đôi khi cần bị phạt nhưng cũng biết rằng cũng có lúc đứa trẻ cần được tha với một lời nhắc nhở. Bố mẹ đó có ý đồ từ trước là đe dọa trừng phạt thực sự không?

- 6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những tuyên bố này lại sai? (a) Các hãng cạnh tranh nên hợp lại với nhau để hạn chế sản lượng và tăng giá. (b) Các hãng không nên quảng cáo trừ khi hãng cho rằng quảng cáo đó có thể làm tăng doanh số bán hàng.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 683.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách bài tập kinh tế học "Bài tập Kinh tế học" bản kèm theo.

Thị trường lao động

Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1** Đường cầu về các đầu vào của một hãng trong ngắn hạn và dài hạn.
- 2** Sản phẩm giá trị cận biên, sản phẩm doanh thu cận biên và chi phí cận biên của một yếu tố.
- 3** Đường cầu về lao động của ngành.
- 4** Các quyết định cung lao động.
- 5** Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế.
- 6** Cân bằng và không cân bằng thị trường lao động.
- 7** Tiền lương tối thiểu ảnh hưởng đến việc làm như thế nào?
- 8** Đường đồng lượng và sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất.

Nếu thắng cuộc trong một cuộc thi golf, người thắng cuộc có thể thu về trong ngày cuối tuần số tiền nhiều hơn tiền lương của một giáo sư làm việc trong một năm. Những sinh viên học về kinh tế có thể có thu nhập nghề nghiệp cao hơn so với những sinh viên có mức trí tuệ tương đương nhưng học ngành triết học. Một công nhân không có kỹ năng ở châu Âu có thu nhập lớn hơn một công nhân không có kỹ năng ở Ấn Độ. Rất ít các nền kinh tế thị trường cung cấp đủ công việc cho tất cả các công dân muốn đi làm. Chúng ta có thể giải thích những khía cạnh này trong một thế giới thực như thế nào?

Trong mỗi tình huống, câu trả lời phụ thuộc cung và cầu đối với loại lao động đó, là đề tài nghiên cứu của 2 chương tiếp theo. Chúng ta bắt đầu sự phân tích về các thị trường yếu tố sản xuất - lao động, tư bản, đất đai. Chúng ta xem xét điều gì xác định giá và lượng cân bằng của những yếu tố này trong các ngành khác nhau và trong toàn bộ nền kinh tế. Chúng ta bắt đầu với yếu tố được gọi là lao động. Chương 12 áp dụng đúng những nguyên lý này cho các thị trường đầu vào khác.

Chúng ta đã nghiên cứu thị trường hàng hoá. Cách tiếp cận của chúng ta đối với thị trường yếu tố cũng không khác biệt. Cấu trúc của chương này cũng gồm: cầu, cung, cân bằng, vấn đề mất cân bằng và sự điều chỉnh.

Bảng 10.1 gồm những số liệu về thu nhập của công nhân ở Anh (nam giới, làm việc cả ngày) năm 2003 và so với số liệu đã được điều chỉnh theo lạm phát của năm 1994. Năm 2003, các nhân viên trong ngành dịch vụ tài chính có thu nhập 260£ một tuần, lớn

hơn mức trung bình cả nước và gần 300£ một tuần, lớn hơn thu nhập của nhân viên khách sạn và nhà hàng. Thu nhập thực tế của nhân viên ngành khách sạn và nhà hàng gần như giữ nguyên trong suốt giai đoạn 1994 - 2003.

Cấu về đầu vào là cấu thứ phát, phản ánh cấu về sản lượng của hãng.

Mặc dù các nguyên lý kinh tế về thị trường yếu tố vẫn tập trung chủ yếu ở cung và cầu, vẫn có những điểm riêng biệt về cấu trong thị trường yếu tố. Đó không phải là cấu trực tiếp hay cấu cuối cùng, mà nó là cấu thứ phát. Các hãng có cấu về yếu tố vì họ muốn làm ra sản phẩm. Mỗi hãng đồng thời quyết định cung về sản lượng đầu ra như thế nào và cần bao nhiêu đầu vào. 2 vấn đề này có quan hệ chặt chẽ.

Bảng 10.1 Thu nhập thực tế hàng tuần ở Anh (Công nhân nam làm việc cả ngày, 2003, đơn vị £)

	1994	2003
Toàn bộ nền kinh tế	444	521
Ngành dịch vụ tài chính	686	788
Ngành khách sạn và nhà hàng	300	343
Năng lượng và nước	541	569

Nguồn: ONS, Monthly Digest of Statistics

Trên khía cạnh cung chúng ta phân biệt giữa cung yếu tố cho nền kinh tế và cho từng hãng hoặc từng ngành. Một hãng có thể có được các yếu tố sản xuất bằng cách giành các yếu tố này từ các hãng khác. Tuy nhiên, nền kinh tế như một tổng thể chỉ có khả năng tăng các đầu vào rất chậm. Việc xây dựng thêm các nhà máy hoặc đào tạo thêm các công nhân có tay nghề đòi hỏi phải mất thời gian.

Trong ngắn hạn, cung cấp phi công cho một nền kinh tế có thể cố định. Bất kỳ sự tăng nào trong tổng cấu về phi công đều làm tăng tiền lương cân bằng của họ. Trong dài hạn, tiền lương của phi công tăng lên là dấu hiệu cho các học sinh vừa tốt nghiệp phổ thông từ bỏ kế hoạch trở thành người lái tàu hoả mà thay vào đó sẽ vào học ở trường đào tạo lái máy bay. Vì thế, chúng ta cần phân biệt cung lao động trong ngắn hạn và dài hạn.

Kết hợp cấu và cung dẫn tới giá và lượng cân bằng trong thị trường lao động. Thị trường lao động trở về trạng thái cân bằng nhanh hay chậm như thế nào? Trong khi một vài thị trường sản phẩm trở lại thể cân bằng tương đối nhanh, sự điều chỉnh trên thị trường lao động thường chậm chạp hơn. Chúng ta sẽ nghiên cứu những lý do vì sao thị trường lao động chậm điều chỉnh.

10.1 Cầu về yếu tố của một hãng trong dài hạn

Trong dài hạn tất cả các đầu vào có thể được điều chỉnh. Chương 7 đã nghiên cứu chi phí dài hạn của hãng. Chương 8 và 9 xem xét các loại đường cấu khác nhau đối với một hãng và đã chỉ ra một hãng sẽ lựa chọn sản lượng tối đa hoá lợi nhuận như thế nào. Mặc dù là một phần của quyết định đó, nhưng chúng ta không tập trung vào cung sản phẩm của hãng mà tập trung vào cấu về đầu vào tương ứng.

Hãng hướng tới cách ít tốn kém nhất để tạo ra mỗi mức sản lượng có thể và sau đó lựa chọn sản lượng tối đa hoá lợi nhuận. Khi đang sản xuất bất kỳ một mức sản lượng nào đó với kỹ thuật sản có rẻ tiền nhất, một sự tăng lên trong giá lao động so với giá tư bản sẽ khiến hãng chuyển sang một kỹ thuật sản xuất tăng cường tư bản hơn. Ngược lại, nếu tư bản trở nên tương đối đắt hơn, kỹ thuật có chi phí thấp nhất để sản xuất một mức sản lượng nhất định bây giờ sẽ là kỹ thuật sử dụng nhiều lao động.

Nguyên lý này giúp lý giải sự khác biệt giữa các nước về tỷ lệ lao động - tư bản trong cùng một ngành. Những người nông dân ở châu Âu đối mặt với tiền công lao động cao so với tiền thuê máy gặt đập. Nông trại được cơ khí hoá nhằm tiết kiệm chi phí thuê thợ. Những người nông dân Ấn Độ, đối mặt với lao động dư thừa và rẻ mạt nhưng vốn thì khan hiếm, sử dụng kỹ thuật dùng nhiều lao động. Những người lao động

bằng liềm và xẻng thực hiện những công việc mà ở Anh được thực hiện bởi máy gặt đập và xe ủi.

Tiền công lao động cao hơn khiến hãng lấy tư bản thay cho lao động trong việc sản xuất một mức sản lượng xác định. Tuy nhiên, nó cũng làm tăng tổng chi phí của việc sản xuất bất kỳ mức sản lượng nào. Các hãng vẫn sử dụng một lượng lao động mà với số lao động này bây giờ hãng phải chi trả nhiều hơn trước đây. Với chi phí cận biên cao hơn, nhưng đường cầu và doanh thu cận biên không đổi, hãng sẽ lựa chọn sản xuất ít hơn.

Vì thế một sự tăng lên trong giá của một yếu tố không chỉ đơn thuần làm thay đổi cường độ sử dụng yếu tố cho một mức sản lượng đầu ra nhất định, mà còn làm thay đổi mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận. Nghiên cứu về quyết định của người tiêu dùng ở Chương 5, chúng ta thấy rằng một sự thay đổi giá của hàng hoá gây ra cả hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập. Hiệu ứng thay thế tương ứng với sự thay đổi giá tương đối của các hàng hoá và hiệu ứng thu nhập tương ứng với thay đổi trong thu nhập thực tế do ảnh hưởng của sự thay đổi giá. Câu đối với các yếu tố sản xuất cũng phản ánh đúng như vậy.

Có một hiệu ứng thay thế thuần túy ở một mức sản lượng cho trước. Giá lao động cao hơn so với giá tư bản dẫn tới hãng lấy tư bản thay cho lao động. Nhưng còn có một hiệu ứng sản lượng, tương tự như hiệu ứng thu nhập trong lý thuyết cầu của người tiêu dùng. Do làm tăng chi phí cận biên của sản xuất sản phẩm, giá lao động tăng dẫn tới sản lượng thấp hơn.

Trong dài hạn, tiền lương tăng lên sẽ làm giảm lượng cầu lao động. Hiệu ứng thay thế dẫn tới cầu lao động ít đi ở mỗi mức sản lượng và hiệu ứng sản lượng làm giảm cầu đối với tất cả các đầu vào.

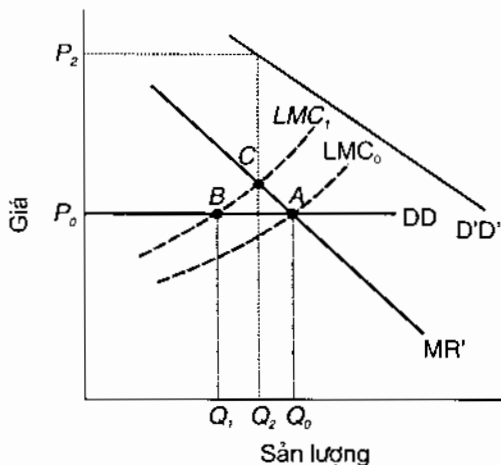
Tiền lương tăng lên cũng làm giảm cầu về tư bản và các đầu vào khác trong dài hạn. Ở bất kỳ mức sản lượng nào, hãng cũng lấy tư bản thay cho lao động. Tuy nhiên, với sản lượng thấp hơn, hãng cần ít tư bản hơn. Tổng các hiệu ứng có thể cho các kết

quả khác nhau. Việc lấy tư bản thay cho lao động càng dễ, thì hiệu ứng thay thế càng lớn. Hãng sẽ dùng rất nhiều tư bản thay cho lao động. Lượng cầu về tư bản tăng lên.

Câu về các yếu tố sản xuất là câu thứ phát. Nó phụ thuộc vào câu về sản phẩm của hãng. Đường cầu sản phẩm tác động đến hiệu ứng sản lượng đối với cầu về đầu vào khi giá một đầu vào thay đổi.

Trong Hình 10.1, ở mức lương ban đầu, đường chi phí cận biên dài hạn của sản phẩm là LMC_0 . Một sự tăng lên của tiền lương làm đường này dịch lên trên tới đường LMC_1 . Điểm tối đa hoá lợi nhuận ban đầu là A. Nếu hãng đối mặt với đường cầu nằm ngang DD, sản lượng đầu ra giảm từ Q_0 tới Q_1 . Với đường cầu ít co giãn hơn $D'D'$, hãng vẫn bắt đầu tại A khi LMC_0 bằng MR - đường doanh thu cận biên tương ứng với cầu $D'D'$. Chi phí cận biên dịch tới LMC_1 sẽ làm sản lượng giảm ít hơn. Sản lượng mới là Q_2 và hãng ở điểm C.

Hình 10.1 Hiệu ứng sản lượng của một sự tăng lương



Sự tăng lương sẽ có hiệu ứng thay thế, đưa các hãng đến chỗ dùng những kỹ thuật sử dụng vốn tương đối nhiều hơn. Tuy nhiên, tổng chi phí và chi phí biên để làm ra sản phẩm sẽ lớn hơn trước. Gập đường cầu nằm ngang DD, sự dịch chuyển từ LMC_0 lên LMC_1 sẽ đưa hãng chuyển từ A sang B và sản lượng sẽ giảm từ Q_0 xuống Q_1 . Điều này có xu hướng làm giảm nhu cầu đối với tất cả các yếu tố sản xuất. Gập đường cầu $D'D'$ và đường doanh thu cận biên tương ứng MR', việc dịch chuyển lên trên từ LMC_0 đến LMC_1 làm cho hãng chuyển từ A đến C nơi mà chi phí biên và doanh thu biên lại bằng nhau. Ảnh hưởng đối với sản lượng làm giảm sản lượng chỉ từ Q_0 đến Q_2 .

Đường cầu đối với sản phẩm của hãng càng cơ giãn thì một mức tăng nhất định của giá đầu vào và một sự dịch chuyển nhất định của đường LMC làm cho sản lượng giảm càng nhiều. Hiệu ứng sản lượng càng lớn, lượng cầu đối với tất cả các đầu vào càng giảm mạnh.

Phụ lục (xem trang 191) cho thấy rằng chúng ta cũng có thể phân tích cấu yếu tố bằng cách sử dụng kỹ thuật phân tích giống như đường bàng quan và đường ngân sách đã được sử dụng khi nghiên cứu cấu của người tiêu dùng đối với hàng hoá ở Chương 5.

10.2 Cầu về lao động của một hãng trong ngắn hạn

Trong ngắn hạn hãng có một số yếu tố sản xuất cố định. Chúng ta sẽ xem xét đường cầu về lao động của hãng trong ngắn hạn khi tư bản là cố định.

Sản phẩm cận biên của lao động là sự gia tăng tổng sản lượng khi sử dụng thêm một lao động, với số lượng đầu vào khác không thay đổi.

Bảng 10.2 cho biết đầu vào lao động biến đổi và sản lượng tương ứng của hãng, với tư bản cố định. Cột 3 chỉ ra sản phẩm cận biên của lao động (MPL). Sản phẩm cận biên này tăng khi bổ sung thêm những công nhân đầu tiên. Sẽ là nặng nề đối với người công nhân thứ nhất và thứ hai khi thực hiện tất cả các công việc. Một khi có thêm người thứ ba, năng suất cận biên giảm dần của lao động đã bắt đầu. Với các máy móc hiện có được sử dụng triệt để, những người công nhân mới sẽ tạo ra số sản phẩm ít dần.

Như trong bản luận của chúng ta về sản lượng, chúng ta sử dụng nguyên lý cận biên. Chi phí của một người công nhân mới có vượt quá lợi ích anh ta đem lại hay không? Bảng 10.2 cho biết một hãng cạnh tranh đang thuê công nhân ở mức lương 300£ và bán sản phẩm ở mức giá 500£. Cột (4) chỉ ra doanh thu tăng thêm khi thuê thêm một người công nhân.

Sản phẩm giá trị cận biên của lao động là doanh thu tăng thêm từ việc bán thêm số sản phẩm được tạo ra bởi lao động bổ sung.

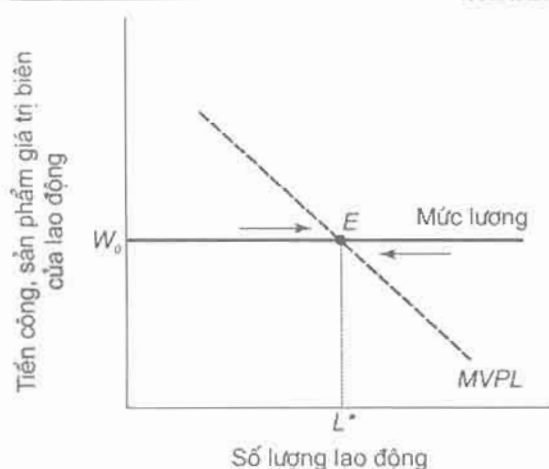
Vì hãng là cạnh tranh hoàn hảo, sản phẩm giá trị cận biên của một lao động bổ sung là sản phẩm hiện vật cận biên nhân với giá bán (không đổi) của hàng hoá làm thêm. Từ doanh thu bổ sung từ lao động bổ sung, hãng trừ đi chi phí tiền lương bổ sung. Cột cuối cùng của Bảng 10.2 cho thấy lợi nhuận tăng thêm từ một lao động bổ sung.

Bảng 10.2 Cung sản phẩm và cầu lao động ngắn hạn

(1) Số lao động	(2) Sản lượng	(3) MPL	(4) MVPL (£)	(5) Lợi nhuận tăng thêm (£)
1	0,8	0,8	400	100
2	1,8	1,0	500	200
3	3,1	1,3	650	350
4	4,3	1,2	600	300
5	5,4	1,1	550	250
6	6,3	0,9	450	150
7	7,0	0,7	350	50
8	7,5	0,5	250	-50

Hãng thuê thêm lao động nếu sản phẩm giá trị cận biên của lao động bổ sung lớn hơn chi phí tiền lương. Hãng có lợi nếu thuê 7 lao động. Lao động thứ 7 có sản phẩm giá trị cận biên là 350£, lớn hơn chi phí cho lao động bổ sung lúc đó là 300£. Sản phẩm giá trị cận biên của lao động thứ 8 chỉ là 250£, thấp hơn chi phí lao động bổ sung ở mức 300£. Hãng thuê 7 lao động.

Theo cách đó, hãng chọn cả đầu vào lao động và số lượng sản phẩm đầu ra: đồng in đậm chỉ ra rằng 7 lao động tạo ra 7 đơn vị sản phẩm. Hãng có cùng cấu trả lời, được gọi là tối đa hoá lợi

Hình 10.2 Lựa chọn thuê lao động của hãng

Hãng bán sản phẩm với một giá nhất định và thuê lao động với mức tiền công nhất định là W_0 . Quy luật năng suất biên giảm dần làm đường MVPL dốc xuống. Phía trái L^* , việc thuê lao động thêm sẽ làm tăng doanh thu hơn là tăng chi phí cho lao động. Phía phải L^* , việc thuê lao động thêm sẽ làm tăng chi phí hơn là tăng doanh thu. L^* là mức thuê lao động tối đa hóa được lợi nhuận, nơi tiền công bằng MVPL.

thể thuê lao động ở mức lương không đổi W_0 . Đó là hãng chấp nhận giá trên thị trường lao động. Dưới mức L^* lợi nhuận được tăng lên bằng cách thuê thêm lao động, do MVPL lớn hơn tiền lương hay chi phí cận biên của việc thuê lao động bổ sung. Khi lao động lớn hơn L^* sẽ có lợi hơn nếu hãng thuê ít lao động đi, vì tiền lương lớn hơn MVPL. Vì thế L^* là lượng lao động tối đa hoá lợi nhuận.

Một hãng với sức mạnh độc quyền mua đối mặt với đường cung yếu tố dốc lên và phải đưa ra giá yếu tố cao hơn để thu hút thêm các yếu tố. Chi phí cận biên của đầu vào lớn hơn giá yếu tố. Khi thuê thêm yếu tố, hãng tăng giá được trả cho tất cả các đầu vào đã được sử dụng.

Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động là sự thay đổi tổng doanh thu khi hãng bán số hàng hoá gia tăng do một đơn vị lao động bổ sung tạo ra.

lao động, sau đó tính toán sự thay đổi trong tổng doanh thu khi hãng bán những hàng hoá tăng thêm này.

Hình 10.3 cho thấy MVPL và MRPL của 2 hãng có cùng công nghệ. Cả 2 đường đều dốc xuống do năng suất cận biên giảm dần - một đặc tính kỹ thuật của sản xuất - nhưng đường MRPL dốc hơn do hãng đối mặt với đường cầu sản phẩm dốc xuống và

nhuận, cho dù hãng so sánh doanh thu cận biên từ đơn vị sản phẩm bổ sung với chi phí cận biên để tạo ra đơn vị sản phẩm đó, hay so sánh doanh thu cận biên từ thuê thêm một đơn vị của yếu tố đầu vào biến đổi với chi phí cận biên của việc thuê yếu tố đó.

Luật thuê lao động của hãng là: thuê thêm (giảm) lao động nếu sản phẩm giá trị cận biên của lao động lớn hơn (nhỏ hơn) tiền lương của lao động bổ sung. Nếu lao động có thể được điều chỉnh dần dần, chẳng hạn như nếu đầu vào lao động được đo lường bằng số giờ nhân với số lao động, cấu lao động của hãng phải thoả mãn điều kiện:

$$\text{Tiền lương} = \text{Sản phẩm giá trị cận biên của lao động MVPL} \quad (1)$$

Hình 10.2 minh hoạ nguyên lý này. Nếu chúng ta giả định năng suất cận biên giảm dần ở tất cả các mức độ thuê lao động, sản phẩm giá trị cận biên của lao động (MVPL) giảm dần. Một hãng cạnh tranh có

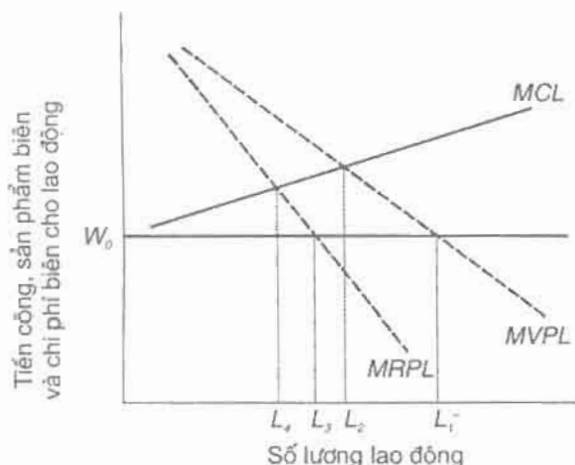
Sức mạnh độc quyền bán và sức mạnh độc quyền mua

Lý thuyết này sẽ thay đổi nếu hãng có sức mạnh độc quyền bán trên thị trường sản phẩm (đường cầu về sản phẩm của hãng dốc xuống) hoặc có sức mạnh độc quyền mua trên thị trường đầu vào (đường cung về đầu vào của hãng dốc lên: hãng phải đưa ra giá yếu tố cao hơn để thu hút số lượng đầu vào lớn hơn).

Đối với hãng cạnh tranh hoàn hảo, MVPL là doanh thu cận biên từ một lao động bổ sung của hãng. Chúng ta sử dụng thuật ngữ sản phẩm giá trị cận biên của lao động (MVPL) cho các hãng cạnh tranh, những hãng chấp nhận giá trên thị trường đầu ra. MVPL chỉ đơn giản là sản phẩm hiện vật cận biên của lao động nhân với giá sản phẩm. Chúng ta sử dụng thuật ngữ sản phẩm doanh thu cận biên của lao động (MRPL) cho các hãng có đường cầu dốc xuống đối với sản phẩm của họ.

Để tìm ra MRPL, chúng ta sử dụng sản phẩm hiện vật cận biên của lao động MPL để tìm ra số lượng đầu ra tăng thêm khi thuê thêm một

Hình 10.3 Sức mạnh độc quyền bán và độc quyền mua



Một hãng cạnh tranh hoàn hảo đặt MVPL bằng W_0 và thuê L_1 lao động. Gặp đường cầu dốc xuống trên thị trường sản phẩm của nó, hãng nhận ra rằng doanh thu biên từ sản phẩm làm thêm sẽ ít hơn MVPL. Hãng đặt MVPL bằng W_0 và sử dụng L_3 lao động. Một hãng độc quyền mua nhận ra rằng thuê lao động thêm sẽ làm tăng mức tiền công của những người lao động đang làm sao cho MCL thể hiện chi phí cận biên của người lao động được thuê thêm. Đứng trước một giá hàng hóa nhất định, hãng độc quyền mua đặt MCL bằng MVPL để thuê L_2 lao động, nhưng gặp đường cầu dốc xuống trên thị trường sản phẩm, hãng độc quyền mua sẽ đặt MCL bằng MRPL để thuê L_4 lao động. Do vậy, độc quyền mua và độc quyền bán có xu hướng làm giảm nhu cầu về lao động của hãng.

trên thị trường lao động nhưng không chấp nhận giá trên thị trường sản phẩm thuê L_3 lao động ở mức $MRPL = W_0$. Một hãng chấp nhận giá trên thị trường đầu ra nhưng không chấp nhận giá trên thị trường lao động sẽ thuê L_2 lao động ở mức $MVPL = MCL$. Một hãng vừa là độc quyền bán vừa là độc quyền mua sẽ thuê L_4 lao động ở mức $MCL = MRPL$.

Trong tất cả các trường hợp này hãng thuê lao động tới mức chi phí cận biên của lao động ngang bằng sản phẩm doanh thu cận biên của lao động.

$$MCL = MRPL \quad (2)$$

Hộp 10-1 Độc quyền mua có phổ biến không

Các nhà kinh tế thường giả định rằng các hãng nhỏ có thể đối mặt với đường cung lao động gần như nằm ngang - họ có thể thu hút lao động bổ sung mà không cần tăng lương đáng kể. Nếu như vậy, độc quyền mua là một trường hợp đặc biệt hơn đối với người viết sách này.

Tuy nhiên, trong thập kỷ cuối này quan điểm này ngày càng bị nghi ngờ. Thậm chí các hãng nhỏ không đòi hỏi thêm nhiều lao động cũng gặp phải khó khăn trong việc thu hút thêm lao động họ cần nếu không tăng lương.

Ví dụ, giáo sư Alan Manning và Steve Machin đã nghiên cứu các viện điều dưỡng ở miền Nam

nước Anh. Các thị trấn như Bournemouth và Eastbourne nổi tiếng là những nơi tập trung người già ở tuổi nghỉ hưu. Manning và Machin đã thu thập các dữ liệu về tiền lương được trả cho mỗi nhân viên chăm sóc trong các viện dưỡng lão và nhận thấy một thực tế đáng ngạc nhiên. Có một sự chênh lệch tiền lương rất lớn giữa các viện điều dưỡng, thậm chí sau khi kiểm soát sự khác biệt giữa các nhân viên của họ. Điều này rất khó để hòa hợp với một thị trường lao động trong đó mỗi hãng đều chấp nhận giá về lao động. Độc quyền mua có thể phổ biến hơn so với bạn từng nghĩ.

nhận thấy rằng sản lượng đầu ra tăng thêm sẽ làm giảm giá và vì thế giảm doanh thu thu được từ những đơn vị sản phẩm trước.

Tương tự như vậy, mặc dù W_0 là chi phí cận biên của lao động đối với một hãng cạnh tranh, hãng chấp nhận giá trên thị trường đầu vào, một hãng độc quyền mua nhận thấy rằng thuê thêm lao động sẽ đẩy tiền lương lên. Nếu tất cả lao động được trả lương như nhau, chi phí cận biên của lao động bổ sung không chỉ là tiền lương trả cho lao động đó mà còn là sự tăng lên trong tiền lương phải trả cho những lao động được thuê trước đó. Chi phí cận biên của lao động trong độc quyền mua lớn hơn tiền lương, và tăng lên cùng với mức thuê lao động. Nó được minh họa bằng đường MCL trong Hình 10.3.

Bất kỳ hãng nào cũng tối đa hoá lợi nhuận khi doanh thu cận biên và chi phí cận biên của một lao động tăng thêm bằng nhau. Nếu không, hãng có mức thuê lao động không hợp lý. Một hãng chấp nhận giá trên cả thị trường đầu vào và đầu ra thuê L_1 lao động ở mức $W_0 = MVPL$ trong Hình 10.3. Một hãng chấp nhận giá

Đối với một người chấp nhận giá trên thị trường lao động, $MCL = W$. Với một người chấp nhận giá trên thị trường đầu ra, MRPL chính là sản phẩm giá trị cận biên của lao động MVPL. Với một hãng cạnh tranh hoàn hảo, phương trình (2) biến đổi thành phương trình (1). Đối với phần còn lại của chương này chúng ta giả định rằng cả thị trường sản phẩm và thị trường lao động là cạnh tranh. Sự phân tích được thay đổi dễ dàng nếu hãng có sức mạnh độc quyền bán trên thị trường sản phẩm hoặc sức mạnh độc quyền mua trên thị trường lao động.

Sự thay đổi trong cầu lao động của hãng

Xem xét sự tăng lên của tiền lương W_0 đối với một hãng cạnh tranh. Sử dụng Hình 10.2 hoặc 10.3, hãng thuê ít lao động hơn trước đây. Chi phí cận biên của lao động tăng lên. Năng suất lao động giảm dần làm cho đường MVPL dốc xuống. Vì thế, hãng cần ít lao động hơn để sản phẩm giá trị cận biên của lao động bằng với chi phí cận biên đã tăng lên.

Giả định hãng cạnh tranh đối mặt với mức giá sản phẩm cao hơn. MPL không thay đổi về mặt hiện vật, nhưng số lượng sản phẩm này thu về được nhiều tiền hơn. Đường MVPL dịch chuyển lên trên ở tất cả các mức lao động. Vì vậy, ở Hình 10.2 hoặc 10.3 đường nằm ngang ở mức tiền lương W_0 cắt đường MVPL mới ở mức thuê lao động lớn hơn. Với chi phí cận biên của lao động không đổi và doanh thu cận biên từ lao động tăng lên, sản lượng đầu ra và số lao động được thuê tăng lên tới khi năng suất cận biên giảm dần làm cho MVPL giảm xuống bằng tiền lương W_0 .

Cuối cùng, giả định hãng bắt đầu sản xuất với vốn tư bản lớn hơn. Mỗi lao động sẽ làm việc với máy móc nhiều hơn và làm ra nhiều sản phẩm hơn. Mặc dù tiền lương và giá không thay đổi, MPL về mặt hiện vật tăng lên ở mỗi mức lao động. Đường MVPL dịch chuyển lên trên, do MVPL bằng MPL nhân với giá sản phẩm. Giống như khi giá sản phẩm tăng lên, sự dịch chuyển lên trên của đường MVPL dẫn đến hãng thuê thêm lao động và tăng sản lượng.

Đối với một hãng cạnh tranh, có một cách kết hợp 2 kết quả đầu tiên này rất rõ ràng. MVPL bằng giá sản phẩm P nhân với MPL, điều kiện tối đa hoá lợi nhuận của hãng là tiền lương $W = P \times MPL$. Chia cả 2 vế của phương trình này cho P ta có:

$$W/P = MPL \quad (3)$$

Hộp 10-2 Cung ngắn hạn về các nhà kinh tế loại giỏi

Tháng 6 năm 1999, Ngân hàng Anh thông báo rằng hãng có những khó khăn trong việc tuyển dụng nhân viên có bằng cấp sau đại học về kinh tế. Các sinh viên Anh chỉ chiếm khoảng 10% số sinh viên làm nghiên cứu sinh về kinh tế trong các trường đại học dẫn đầu Liên hiệp Anh. Tại sao số này lại ít như vậy? Một phần là do một bằng đại học kinh tế loại giỏi bây giờ rất có giá ở khu trung tâm thương mại

London. Giáo sư Andrew Oswald của trường đại học Warwick đã ước lượng rằng số sinh viên kinh tế chưa tốt nghiệp có thu nhập khoảng 35 000£ một năm trong độ tuổi 20, và tăng tới hơn 100 000£ một năm cho tới lúc nghỉ hưu. Ngân hàng Anh không thể đáp ứng được mức lương này. Và các trường đại học cũng không thể đáp ứng được.

Một hãng cạnh tranh tối đa hoá lợi nhuận cần lao động tới mức mà tại đó sản phẩm hiện vật cận biên của lao động bằng tiền lương thực tế của hãng đó, xác định bằng tiền lương danh nghĩa chia cho giá sản phẩm.

Vị trí của đường MPL phụ thuộc vào công nghệ và vốn tư bản hiện có. Vì những yếu tố này là cố định trong ngắn hạn, chúng ta chỉ có thể thay đổi MPL bằng cách vận động dọc theo đường MPL. Hiệu suất giảm dần ngụ ý rằng với số lao động lớn hơn, sản phẩm hiện vật cận biên của lao động cuối cùng sẽ thấp hơn. Từ mức độ cụ thể của sản phẩm hiện vật cận biên của lao động, chúng ta có thể xác định có bao nhiêu lao động được thuê.

Phương trình (3) cho biết nếu tiền lương danh nghĩa và giá sản phẩm đều tăng gấp đôi, tiền lương thực tế và việc thuê lao động không bị ảnh hưởng. Nhưng thay đổi trong tiền lương danh nghĩa và giá sản phẩm không cùng tỷ lệ sẽ làm thay đổi lượng lao động được thuê do ảnh hưởng đến lương thực tế. Tiền lương thực tế thấp hơn buộc hãng dịch chuyển theo đường MPL của hãng, dẫn đến lượng lao động được thuê tăng lên cho đến khi sản phẩm hiện vật cận biên của lao động bằng tiền lương thực tế.

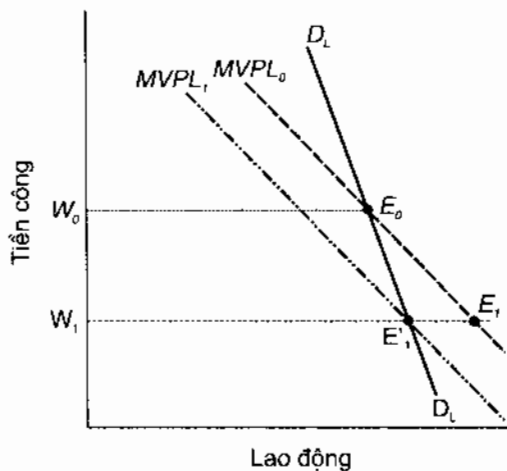
Sau khi đã nghiên cứu cấu lao động của hãng trong ngắn hạn, chúng ta quay trở lại với cấu của ngành. Mặc dù, mỗi hãng cạnh tranh coi mình như người chấp nhận giá trên thị trường đầu vào và đầu ra, một sự mở rộng của toàn ngành sẽ làm thay đổi giá sản phẩm và tiền lương. Khi chuyển từ đường cầu của hãng sang đường cầu của ngành về lao động, chúng ta sẽ xem xét những ảnh hưởng này.

10.3 Đường cầu lao động của ngành

Với mức giá P_0 và tiền lương W_0 đã cho, mỗi hãng trong ngành cạnh tranh chọn số lao động để cân bằng tiền lương với MVPL. Hình 10.4 cộng theo chiều ngang đường sản phẩm giá trị cận biên của lao động của các hãng để có được đường $MVPL_0$ cho ngành. Tại mức lương W_0 và giá P_0 , ngành ở điểm E_0 . Đây là một điểm trên đường cầu lao động của ngành.

Tuy nhiên, $MVPL_0$ không phải là đường cầu lao động của ngành. Nó được xác định tương ứng với một mức giá nhất định P_0 . Giả sử tiền lương giảm xuống từ W_0 xuống W_1 . Tại mức giá sản phẩm P_0 mỗi hãng muốn dịch chuyển theo đường MVPL của mình và ngành tăng sản lượng và tăng lao động được thuê tới điểm E_1 như trong Hình 10.4. Trên phương diện cung và cầu sản phẩm, sự cắt giảm tiền lương làm dịch chuyển đường cung của ngành sang phải.

Hình 10.4 Cầu của ngành về lao động



$MVPL_0$ là tổng theo trục hoành của các đường MVPL của mỗi hãng ở mức giá P_0 . Mỗi hãng và ngành nói chung đặt MVPL bằng W_0 . Bởi vậy, E_0 là điểm nằm trên đường cầu về lao động của ngành. Mức lương W_1 thấp hơn làm cho mỗi hãng và ngành xét về tổng thể phải dịch xuống theo đường MVPL của họ tới điểm E_1 . Tuy nhiên, việc thuê thêm lao động và sản lượng sản xuất thêm của toàn ngành (tức việc dịch chuyển sang phải của đường cung ứng hàng hoá) dẫn đến chỗ cung ứng hàng hoá dồi dào ở giá ban đầu P_0 . Để tiêu thụ sản phẩm, giá phải hạ và điều này dịch chuyển đường MVPL của từng hãng sang bên trái. Đường mới của ngành là $MVPL_1$, và điểm lựa chọn là E'_1 . Nối tất cả các điểm như E_0 và E'_1 , chúng ta có đường cầu của ngành D, D' .

Tại mức giá cho trước P_0 bây giờ sẽ có sự dư thừa hàng hoá. Điều này đẩy giá sản phẩm xuống tới giá P_1 . Giá giảm làm dịch chuyển đường MVPL của mỗi hãng sang bên trái. Đường $MVPL_1$ là đường sản phẩm giá trị cận biên mới của ngành ở mức giá mới P_1 . Ngành lựa chọn điểm E'_1 ở mức tiền lương mới W_1 .

Nói các điểm như E_0 và E_1 chúng ta có đường cầu về lao động của ngành D_L, D'_L trong Hình 10.4. Mỗi hãng xây dựng đường MVPL của mình như thể hãng là người chấp nhận giá nhưng đường cầu của ngành có độ dốc lớn hơn, do mức lương thấp hơn làm dịch chuyển đường cung sản phẩm của ngành sang phải và giảm giá cân bằng.

Độ dốc của đường MVPL phản ánh công nghệ sản xuất. MPL càng giảm nhanh khi tăng lao động, thì đường MVPL của hãng và của ngành càng dốc hơn. Độ dốc của đường cầu của ngành về lao động cũng phụ thuộc vào độ co giãn của đường cầu của thị trường đối với sản phẩm của ngành. Cầu về sản phẩm càng không co giãn, thì một sự giảm lương - bằng cách tăng

cung sản phẩm - sẽ càng đẩy giá sản phẩm xuống và dịch chuyển MVPL sang trái, và đường cầu của ngành về lao động D_2D_2' càng dốc hơn.

Cấu về yếu tố sản xuất là cấu thứ phát. Các hãng cần các yếu tố chỉ vì họ nhận thấy có cấu đối với sản phẩm đầu ra mà hãng sẽ có lợi nếu cung ứng. Độ co giãn của cấu về yếu tố đầu vào phản ánh độ co giãn của cấu sản phẩm.

10.4 Cung lao động

Bây giờ chúng ta sẽ bàn về cung lao động của cá nhân, của ngành và của toàn bộ nền kinh tế. Sau đó, chúng ta sẽ kết hợp cấu lao động và cung lao động để xác định điểm cân bằng của tiền lương và lao động được thuê.

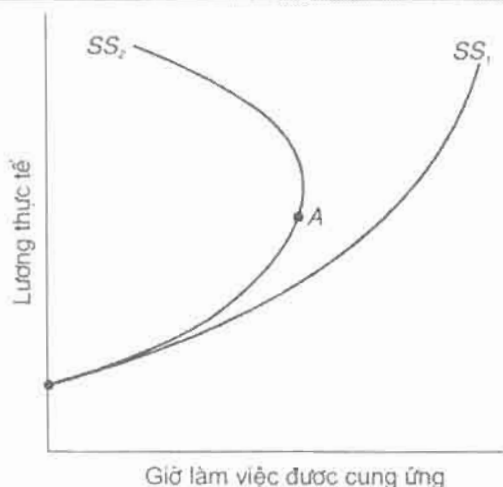
Cung lao động cá nhân: giờ lao động

Chúng ta phân tích cung lao động theo 2 bước: những người trong lực lượng lao động sẽ làm việc bao nhiêu giờ và liệu tất cả mọi người có tham gia lực lượng lao động hay không.

Lực lượng lao động là tất cả các cá nhân làm việc hoặc đang tìm kiếm việc làm.

Khi ở trong lực lượng lao động, một người muốn làm việc bao nhiêu giờ? Điều này phụ thuộc vào tiền lương thực tế, được xác định bằng W/P , tiền lương danh nghĩa chia cho giá của hàng hoá, nó cho biết số lượng hàng hoá mà kết quả của lao động sẽ mua được. Tiền lương thực tế ảnh hưởng đến quyết định cung lao động.

Hình 10.5 Cung lao động cá nhân



Đường cung lao động SS_1 dốc lên và giờ lao động được cung ứng nhiều hơn khi mức tiền công thực tế tăng. Nhưng đường cung ứng sức lao động có thể cong về phía sau. Dọc theo SS_2 , mức tiền công thực tế cao hơn làm giảm cung ứng lao động một khi chúng ta đạt tới điểm A.

Hình 10.5 chỉ ra 2 đường cung lao động có thể có, thể hiện tương quan giữa giờ làm việc được cung ứng với tiền lương thực tế. Đường SS_1 dốc lên. Tiền lương thực tế cao hơn khiến mọi người muốn làm việc nhiều hơn. Đường cung lao động SS_2 vòng về phía sau. Tới điểm A, một mức lương thực tế đang là cao nếu tăng lên sẽ khiến mọi người muốn làm việc ít giờ hơn.

Sự thay thế cho làm việc thêm giờ là ở nhà hoặc giải trí. Mỗi chúng ta có 24 giờ 1 ngày để phân chia giữa lao động và nghỉ ngơi. Nghỉ ngơi nhiều thì dễ chịu nhưng nhờ làm việc nhiều giờ hơn chúng ta có thể có thu nhập thực tế lớn hơn để mua hàng hoá. Một cá nhân đánh đổi nghỉ ngơi với các hàng hoá tiêu dùng như thế nào trong quyết định làm việc bao nhiêu giờ?

Đây là một ứng dụng của mô hình lựa chọn tiêu dùng đã đề cập trong Chương 5. Sự lựa chọn bây giờ là giữa một bên là tổng các hàng hoá mua được từ thu nhập đi làm và một bên là sự nghỉ ngơi. Một cá nhân sẽ muốn làm việc cho tới khi lợi ích cận biên thu được từ các hàng hoá mà một giờ lao động bổ sung mang lại ngang bằng với lợi ích cận biên từ giờ nghỉ ngơi cuối cùng.

Tiền lương cao hơn làm tăng số lượng hàng hoá mà 1 giờ lao động bổ sung đem lại. Điều đó khiến lao động trở nên hấp dẫn hơn trước đây và có xu hướng tăng giờ lao động. Nhưng có một hiệu ứng thứ 2. Giả sử bạn làm việc nhằm có được một gói hàng hoá mục tiêu. Bạn làm việc để có đủ tiền chi trả việc ăn uống, tiền thuê nhà, chi phí xe cộ và chi phí cho kỳ nghỉ. Với mức lương thực tế cao hơn bạn cần làm việc ít giờ hơn để có được đúng gói hàng hoá mục tiêu đó.

Hai hiệu ứng này chính là hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập đã được giới thiệu trong mô hình lựa chọn tiêu dùng ở Chương 5. Một sự tăng lên của tiền lương thực tế làm tăng lợi ích tương đối của làm việc. Nó dẫn tới hiệu ứng thay thế hoặc hiệu ứng giá tương đối khiến mọi người muốn làm việc nhiều hơn. Nhưng một mức lương thực tế cao hơn dẫn tới làm tăng thu nhập thực tế của người lao động. Điều này có hiệu ứng thu nhập thuần túy. Do nghỉ ngơi có thể là một hàng hoá xa xỉ, lượng nghỉ ngơi được cấu trúc tăng lên mạnh khi thu nhập thực tế tăng. Hiệu ứng thu nhập này khiến mọi người làm việc ít đi. Hiệu ứng chung của sự tăng lương và hình dạng của đường cung về giờ lao động phụ thuộc vào hiệu ứng thay thế hay hiệu ứng thu nhập lớn hơn.

Để xác định liệu hiệu ứng thay thế có lấn át hiệu ứng thu nhập hay không, chúng ta phải nhìn vào thực tế mà con người hành động. Các nhà kinh tế đã vận dụng 3 phương pháp trong việc tìm hiểu con người thực sự hành động như thế nào. Các nghiên cứu phỏng vấn để hỏi xem mọi người hành động như thế nào. Các nghiên cứu kinh tế lượng, thuộc loại đã đề cập ở Chương 2, cố gắng phân tách các hiệu ứng riêng biệt từ những dữ liệu về hành vi thực tế. Và những thử nghiệm đã được thực hiện bằng cách đưa cho những người khác nhau những khoản tiền lương sau thuế khác nhau và ghi lại hành vi của họ.

Kết quả thống kê ở Liên hiệp Anh, ở Mỹ và ở hầu hết các nền kinh tế châu Âu như sau. Với người nam trưởng thành, hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập gần như khử nhau. Một sự thay đổi tiền lương thực tế gần như không ảnh hưởng đến số giờ lao động cung ứng. Đường cung về giờ lao động gần như thẳng đứng¹⁾.

Với phụ nữ, hiệu ứng thay thế lấn át hiệu ứng thu nhập. Đường cung về giờ lao động dốc lên. Tiền lương cao hơn khiến phụ nữ làm việc nhiều thời gian hơn.

Các công nhân quan tâm đến tiền lương sau thuế thu nhập. Mức thuế thu nhập thấp hơn sẽ làm tăng tiền lương sau thuế. Số liệu thống kê thực tế về cung lao động cho biết là không nên kỳ vọng mức thuế thu nhập thấp hơn sẽ dẫn đến sự tăng mạnh lượng cung về giờ lao động.

Cung lao động cá nhân: tỷ lệ gia nhập

Ảnh hưởng của tiền lương thực tế tới cung về giờ lao động nhỏ hơn là chúng ta tưởng. Ảnh hưởng của tiền lương thực tế tới cung lao động còn quan trọng hơn trên khía cạnh động cơ gia nhập lực lượng lao động.

Bảng 10.3 cho các số liệu về tỷ lệ gia nhập ở Liên hiệp Anh theo các nhóm khác nhau. Hầu hết nam giới là đang làm việc hoặc đang tìm kiếm việc làm. Một tỷ lệ nhỏ hơn nhưng tương đối ổn định trong lực lượng lao động là của những phụ nữ chưa lập gia đình. Có một sự tăng lên rất lớn về số phụ nữ đã lập gia đình trong lực lượng lao động, một xu hướng liên tục tăng từ năm 1951 khi chỉ có 25% phụ nữ đã lập gia đình nằm trong lực

lượng lao động của Liên hiệp Anh. Một mô hình tương tự cũng được thấy ở các nước châu Âu khác. Mô hình của chúng ta về sự lựa chọn có giải thích được xu hướng này hay không?

Chúng ta sẽ phát triển một mô hình trong đó sự gia nhập lực lượng lao động là cao hơn khi (a) họ ưa thích lợi ích của lao động (các hàng hoá và vị trí nghề nghiệp) hơn so với lợi ích của nghỉ ngơi, (b) thu nhập của họ từ những nguồn thu nhập ngoài lao động là thấp hơn, (c) chi phí cố định của lao động thấp hơn, và (d) mức tiền lương thực tế cao hơn.

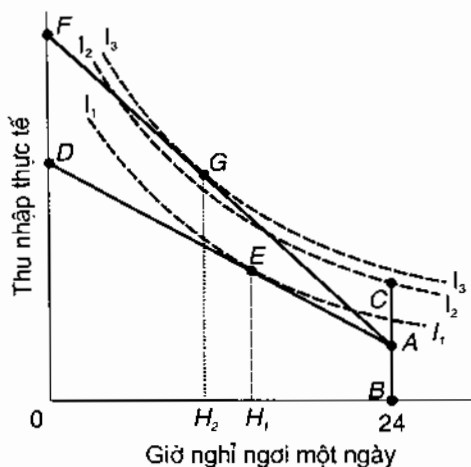
¹⁾ Kết luận này đúng đối với những thay đổi nhỏ về mức tiền công thực tế. Tại hầu hết các nước phương Tây, tiền công thực tế tăng nhiều trong hơn 100 năm qua đã làm giảm bớt 10 giờ hoặc hơn thế trong 1 tuần làm việc.

Tỷ lệ gia nhập là phần dân số ở độ tuổi lao động gia nhập vào lực lượng lao động.

Bảng 10.3 Tỷ lệ gia nhập lực lượng lao động ở Liên hiệp Anh (%)

	1971	1985	2003
Nam	92	89	84
Phụ nữ chưa lập gia đình	72	74	77
Phụ nữ đã lập gia đình	50	62	76

Nguồn: General Household Survey.

Hình 10.6 Gia nhập lực lượng lao động

Với thu nhập phi lao động BC, một cá nhân có thể không làm việc và tiêu dùng ở C trên đường bàng quan I_2I_2 . Mọi công việc đều phải chịu chi phí cố định AC. Ở mức tiền công theo giờ thấp, thì đường tổng ngân sách là CAD và điểm tối nhất có thể đạt được bằng lao động là E. Nhưng điểm này nằm trên đường bàng quan I_1I_1 và một cá nhân sống khá giả ở điểm C, khi không làm việc gì cả. Ở mức tiền công theo giờ cao hơn, đường ngân sách mới là CAF. Nhờ các giờ lao động (24 - H_2), nên cá nhân có thể đạt tới điểm G trên đường bàng quan I_3I_3 , mà ở đó tốt hơn ở điểm C. Mức tiền công thực tế theo giờ càng cao, thì càng có nhiều khả năng là cá nhân sẽ tham gia vào lực lượng lao động.

sách AD, hy sinh sự nghỉ ngơi để có được thu nhập tiền lương. Tiền lương thực tế càng cao, đường ngân sách AD càng dốc.

Chi phí cố định của lao động dẫn đến đường ngân sách gãy khúc CAD. Làm việc ít giờ sẽ giảm tổng thu nhập thực tế. Thu nhập tiền lương nhỏ không bù đắp đủ chi phí cố định của lao động. Mức lương thực tế càng thấp, đường AD càng ít dốc và người này phải làm việc càng nhiều chỉ để bù đắp được chi phí cố định này. Điều này đôi khi được gọi là cái bẫy của sự nghèo khổ. Những người lao động không có kỹ năng đối mặt với những mức lương thấp tới mức họ thực sự bị thiệt khi làm việc.

Để hoàn chỉnh mô hình lựa chọn tiêu dùng, chúng ta thêm vào đồ thị một biểu đồ đường bàng quan. Các cá nhân thích cả lao động và nghỉ ngơi. Mỗi đường bàng quan có dạng cong và độ dốc thông thường. Một đường bàng quan cao hơn có nghĩa cá nhân được khá giả hơn. Chúng ta sẽ phân tích quyết định gia nhập lực lượng lao động và thiết lập 4 hiệu ứng đã đề cập ở trên.

Đường bàng quan I_2I_2 cho biết người này sống khá giả như thế nào khi không gia nhập lực lượng lao động. Có ta có thể tiêu dùng tại C. Với đường ngân sách cho trước CAD, cách tốt nhất khi đi làm là làm việc (24 - H_1) giờ, tiêu dùng H_1 giờ nghỉ ngơi và chọn điểm E, đạt tới đường bàng quan I_1I_1 . Nhưng có ta có thể đạt tới đường bàng quan cao hơn I_2I_2 bằng cách không làm việc. Vì thế có ta sẽ chọn không làm việc.

Giả định lương thực tế tăng lên. Mỗi giờ lao động thay cho nghỉ ngơi bây giờ sẽ kiếm được một mức lương thực tế cao hơn. AD xoay tới AF và toàn bộ đường ngân sách bây giờ là CAF. Bằng cách chọn điểm G, có ta có thể đạt được đường bàng quan I_3I_3 và sống khá giả hơn là ở điểm C. Như vậy, tiền lương thực tế cao hơn làm tăng số lượng người muốn gia nhập lực lượng lao động.

Một mức giảm bằng AC, chi phí cố định của lao động, cũng làm tăng tỷ lệ gia nhập. Điểm C là cố định nhưng điểm A dịch lên trên. Có một sự dịch chuyển song song

Hình 10.6 minh họa nghỉ ngơi trên trục hoành. Nghỉ ngơi tối đa trong 1 ngày là 24 giờ. Trục tung mô tả tổng thu nhập thực tế từ lao động và từ các nguồn khác. Nó cho thấy khả năng mua sắm các hàng hoá và dịch vụ. Chúng ta bắt đầu với giới hạn ngân sách. Giả sử cá nhân có một thu nhập ngoài lao động được biểu thị bởi đoạn BC. Đây có thể là thu nhập của vợ hoặc chồng, thu nhập từ tiền cho thuê nhà hoặc lợi tức cổ phiếu, hoặc trợ cấp xã hội từ chính phủ.

Có người không làm việc một chút nào có thể có 24 giờ nghỉ ngơi cộng với thu nhập hàng ngày BC. Người này có thể tiêu dùng ở điểm C. Giả sử cá nhân này bắt đầu đi làm. Có thể sẽ có một chi phí cố định trong lao động. Trợ cấp thất nghiệp từ chính phủ sẽ không còn nữa, phải mua sắm quần áo công sở, chi phí đi lại, chi phí gửi trẻ. Những chi phí này không phụ thuộc số lượng giờ lao động mà nó phát sinh khi đi làm bất kỳ công việc gì. Chúng là chi phí cố định của lao động.

Hình 10.6 chỉ ra những chi phí này ở đoạn AC. Thay vì có thể tiêu dùng ở C, thu nhập ngoài lao động ròng BC giảm xuống còn BA sau khi trừ đi những chi phí cố định của việc đi làm. Khi quyết định đi làm, người này vận động theo đường ngân

lên phía trên của phần dốc xuống của đường ngân sách (AD hoặc AF). Có khả năng lớn là đường bàng quan cao nhất có thể đạt được do đi làm sẽ nằm phía trên đường bàng quan không đi làm I_1I_2 .

Mặc dù, không được chỉ ra trong Hình 10.6, thu nhập ngoài lao động BC thấp hơn cũng làm tăng sự gia nhập lực lượng lao động. Những thay đổi trong thu nhập ngoài lao động không có ảnh hưởng tới thu nhập tương đối của một giờ lao động và một giờ nghỉ ngơi. Không có hiệu ứng thay thế nhưng có hiệu ứng thu nhập. Thu nhập ngoài lao động thấp hơn làm giảm lượng cầu về tất cả các hàng hoá thông thường bao gồm cả nghỉ ngơi. Mọi người muốn làm việc hơn.

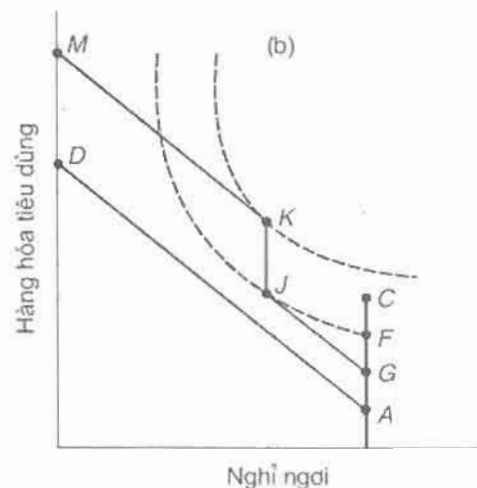
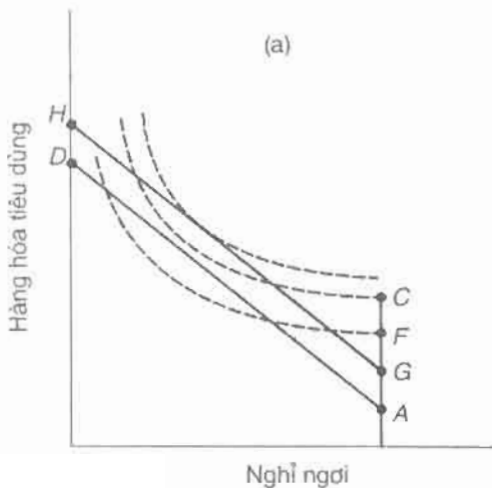
Hộp 10-3 Đẩy mạnh cung lao động của Liên hiệp Anh

Các chính sách thị trường lao động trong cương lĩnh "Công Đảng Mới" gồm 2 tiêu đề chính là *Bảo đảm việc làm* và *Tiến hành thanh toán cho công việc*. Cả 2 đều dựa trên niềm tin là công việc cho phép mọi người có được các kỹ năng và các cơ hội mới: công việc là cái thang đảm bảo cho con người thoát được đói nghèo. Nếu chiến lược này thành công, các chính sách sẽ đẩy mạnh cung lao động ở Liên hiệp Anh. Điều này có thực hiện được không?

Bảo đảm việc làm gồm 2 yếu tố là tăng cường giúp đỡ trong tìm kiếm việc làm và lợi ích có thể mất đi đối với những người không có các nỗ lực tìm việc. Đường ngân sách thay đổi từ CAD sang FGH. Sự giảm xuống từ C tới F phản ánh lợi ích thấp hơn cho những người không làm việc, và sự tăng lên từ A tới

G thể hiện chi phí cố định của đi làm giảm xuống khi có sự trợ giúp của chính phủ. Hình (a) cho thấy sự lựa chọn của một số người bị thu hút vào lực lượng lao động do sự thay đổi chính sách.

Tiến hành thanh toán cho công việc liên quan tới phần đường ngân sách khi làm việc. Working Families Tax Credit trả tiền cho những lao động có con nhỏ, miễn là cha hoặc mẹ đang làm một số lượng giờ tối thiểu trong một tuần. Hình (b) chỉ ra sự gián đoạn JK khi lợi ích được bổ sung thêm. Biểu đồ bàng quan cho thấy một người không làm việc đối mặt với đường CAD nhưng đối với anh ta K tốt hơn F khi đường ngân sách trở thành FGJKM. Hoặc chính phủ cũng mong như vậy.



Cuối cùng, hãy xem xét một sự thay đổi thị hiếu. Mọi người quyết định là nghỉ ngơi thì kém quan trọng và lao động thì quan trọng hơn. Mỗi đường bàng quan trong Hình 10.6 sẽ phẳng hơn: mọi người sẵn sàng hy sinh nhiều nghỉ ngơi hơn cho lợi ích trực tiếp và gián tiếp từ lao động bổ sung. Hãy nhìn lại đường ngân sách CAD. Đường bàng quan càng phẳng, càng có khả năng là đường bàng quan qua C sẽ cắt phần đường ngân sách AD khi lao động. Nhưng nếu nó cắt AD, sẽ có một điểm khác trên AD đem lại lợi ích lớn hơn. Trong Hình 10.6, có thể đạt được đường bàng quan cao hơn bằng cách chọn điểm G trên AF. Một lập luận giống như vậy được áp dụng cho đường bàng quan phẳng hơn qua C cắt đường AD.

Vì vậy, sự gia nhập lực lượng lao động tăng lên với (a) mức lương giờ thực tế cao hơn, (b) chi phí cố định của lao động thấp hơn, (c) thu nhập ngoài lao động thấp hơn, (d) thay đổi thị hiếu, thích lao động hơn là nghỉ ngơi. Tại sao sự tham gia lao động của phụ nữ đã lập gia đình lại tăng lên?

Thứ nhất, có một sự thay đổi trong thái độ xã hội đối với việc đi làm, đặc biệt đối với việc đi làm của phụ nữ đã lập gia đình. Đường bàng quan phẳng hơn. Thứ hai, áp lực về cơ hội công bằng cho phụ nữ làm tăng tiền lương thực tế cho phụ nữ. Đường ngân sách cho phụ nữ khi đi làm xoay từ AD đến AF trong Hình 10.6. Cuối cùng, chi phí cố định của lao động giảm xuống. Các phương tiện tiết kiệm lao động cho việc nhà, một chiếc xe hơi gia đình thứ hai và nhiều thay đổi khác, đặc biệt là thái độ của người chồng, làm giảm chi phí của lao động, đặc biệt cho những phụ nữ đã lập gia đình.

Chúng ta đã có được 2 kết luận. Thứ nhất, một mức lương thực tế cao hơn làm tăng tổng cung lao động nhưng có lẽ ít hơn so với chúng ta thường nghĩ. Thứ hai, điều này có tác dụng thu hút mọi người vào lực lượng lao động hơn là làm tăng cung giờ lao động của những người đang làm việc.

Phân tích này liên quan tới cung của lao động không kỹ năng. Có được kỹ năng đòi hỏi thời gian dài hơn. Chúng ta sẽ xem xét các quyết định về vấn đề liệu có đạt được đào tạo và kỹ năng hay không ở chương sau.

Cung lao động của ngành

Bây giờ chúng ta sẽ nghiên cứu cung của một ngành. Giả định ngành tương đối nhỏ so với nền kinh tế và muốn tuyển lao động với kỹ năng thông thường. Ngành phải trả một mức lương phổ biến cho công việc. Các công việc trong các ngành khác nhau có các đặc điểm phi tiền tệ khác nhau, chẳng hạn như độ rủi ro, sự thuận tiện hoặc làm việc ngoài giờ hành chính, chẳng hạn ca đêm. Mức lương phổ biến phải được điều chỉnh theo từng ngành để cho phép sự khác biệt tiền lương cân bằng bù trừ các đặc điểm phi tiền tệ đó và làm cho người lao động không quá kén chọn nơi họ làm việc. Những ngành ô nhiễm và nguy hiểm phải trả nhiều hơn so với những ngành dễ chịu, an toàn nếu họ muốn thu hút lao động.

Điều chỉnh theo cách này sẽ xác định được mức lương tại đó một ngành nhỏ có thể thuê được toàn bộ số lượng lao động mà ngành mong muốn trong lực lượng lao động của nền kinh tế. Tại mức lương này, ngành đối mặt với đường cung lao động nằm ngang.

Nhiều ngành không nhỏ như vậy so với số lao động kỹ năng mà ngành mong muốn. Ngành thép là một ngành sử dụng số lượng lớn thợ hàn, ngành vận tải hàng hoá sử dụng số lượng lớn những người lái xe tải. Khi một ngành sử dụng một loại kỹ năng riêng với khối lượng lớn, thì sự tuyển dụng nhiều hơn của ngành đẩy tiền lương của lao động kỹ năng đó lên trong nền kinh tế. Trong ngắn hạn, đường cung lao động của ngành dốc lên.

Trong dài hạn, đường cung lao động của ngành có thể ít dốc hơn. Khi sự tăng lao động được thuê đẩy tiền lương của những người lập trình phần mềm máy tính lên, thì có nhiều học sinh tốt nghiệp theo học kỹ năng này. Trong dài hạn, cung của toàn bộ nền kinh tế tăng và tiền lương của những lao động này giảm xuống một chút. Mỗi ngành không phải trả mức lương cao như vậy trong dài hạn để tăng cung của loại lao động đó cho ngành nữa.

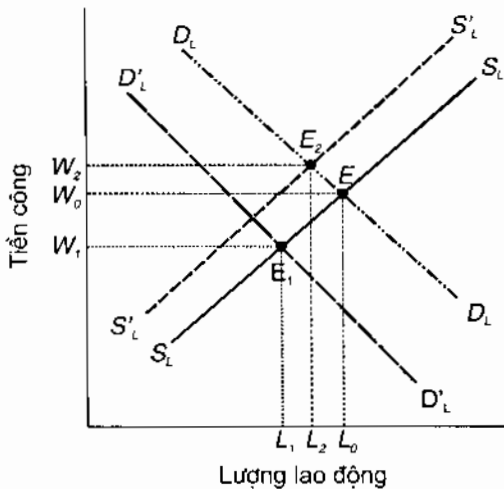
Trong ngắn hạn, mức cung ứng một kỹ năng xác định có thể gần như cố định. Để có một phần lớn hơn trong tổng lao động, một ngành phải đưa ra mức lương tương đối cao hơn so với các ngành khác để thu hút lao động từ các ngành ấy.



10.5 Cân bằng thị trường lao động của ngành

Hình 10.7 cho thấy điểm cân bằng trên thị trường lao động của một ngành. Đường cầu lao động của ngành $D_L D_L$ dốc xuống và cắt đường cung lao động dốc lên $S_L S_L$ ở điểm E. Lượng lao động được thuê là L_0 và mức lương là W_0 . Chúng ta không phân biệt cung ngắn hạn và dài hạn, mặc dù việc này cũng dễ làm thôi.

Hình 10.7 Cân bằng trên thị trường lao động ngành



Đường cung lao động của một ngành $S_L S_L$ dốc lên. Lương cao hơn là cần thiết để thu hút công nhân vào ngành đó. Đối với đường cầu nhất định về sản lượng, đường cầu về sức lao động của ngành đó $D_L D_L$ dốc xuống, vì năng suất lao động biên giảm dần và vì sản lượng của ngành cao hơn đẩy giá sản phẩm xuống. Do đó, việc dịch chuyển sang bên trái của đường cầu về sản lượng sẽ dịch nhu cầu phát sinh về lao động từ $D_L D_L$ xuống $D'_L D'_L$ và chuyển sự cân bằng trên thị trường lao động từ E đến E_1 . Việc tăng tiền công ở các nơi khác trong nền kinh tế dịch chuyển đường cung lao động của ngành từ $S_L S_L$ đến $S'_L S'_L$, và chuyển điểm cân bằng từ E đến E_2 .

vào đó, sự giảm sút trong sản lượng xi măng làm dịch chuyển đường cung sản phẩm sang trái và đẩy giá xi măng lên. Các ảnh hưởng này cùng tác động khiến ngành vận động lên theo đường cầu của ngành $D_L D_L$ và cho phép ngành trả mức lương cao hơn cho những người lao động còn lại.

Vì vậy, sự tăng tiền lương trong một ngành sẽ lan sang ngành khác. Sự liên kết trọng yếu giữa các ngành là tính lưu chuyển lao động. Đó là vì lao động ngành xi măng bị cầm đở ra khỏi ngành do tiền lương tăng lên trong các ngành khác nên đường cung lao động ngành xi măng dịch sang trái trong Hình 10.7. Mức độ lưu chuyển lao động giữa các ngành không chỉ ảnh hưởng đến mức độ dịch chuyển đường cung lao động của ngành khi các điều kiện thay đổi trong các ngành khác, mà còn ảnh hưởng đến độ dốc của đường cung lao động của ngành. Chúng ta cùng xem xét 2 trường hợp đối ngược nhau.

Trước tiên giả định rằng người lao động có thể lưu chuyển dễ dàng giữa các công việc tương tự trong các ngành khác nhau. Nếu mỗi ngành tương đối nhỏ so với toàn bộ nền kinh tế, ngành sẽ đối mặt với một đường cung lao động hoàn toàn co giãn ở mức lương hiện thời (đã được điều chỉnh theo những lợi thế phi tiền tệ). Khi tất cả các ngành khác trả mức lương cao hơn, đường cung lao động nằm ngang cho ngành xi măng sẽ

Chúng ta xác định đường cầu lao động của ngành $D_L D_L$ với một đường cầu về sản phẩm cho trước. Tình trạng suy thoái trong ngành xây dựng sẽ đẩy đường cầu về xi măng sang trái. Giá cân bằng của xi măng giảm xuống. Điều này làm dịch chuyển đường sản phẩm giá trị cận biên của lao động $MVPL$ của mỗi hãng sản xuất xi măng sang trái. Vì thế $D_L D_L$ dịch tới $D'_L D'_L$ đối với ngành xi măng. Tại điểm cân bằng mới E_1 , tiền lương và lượng lao động được thuê giảm xuống trong ngành.

Ngược lại, giả định có một sự bùng nổ đầu tư vào máy móc thiết bị mới trong tất cả các ngành trừ ngành xi măng. Với lượng tư bản lớn hơn, năng suất lao động tăng lên trong các ngành khác. Thiết lập tiền lương ngang bằng với $MVPL$, những ngành này sẽ tăng tiền lương. Điều này làm dịch chuyển đường cung lao động của ngành xi măng lên $S'_L S'_L$. Tại mỗi mức lương trong ngành xi măng, ngành thu hút được ít lao động hơn.

Điểm cân bằng mới về lao động trong ngành xi măng là E_2 . Lượng lao động được thuê giảm xuống từ L_0 tới L_2 . Vì lượng lao động còn lại làm việc với lượng tư bản lớn hơn, họ có sản phẩm cận biên cao hơn. Thêm

dịch lên trên đúng bằng mức tăng lương trong các ngành khác. Trừ khi ngành xi măng đáp ứng được mức lương hiện thời mới, nếu không ngành sẽ mất toàn bộ lao động.

Ở cực ngược lại, ta xem xét thị trường người chơi piano trong dàn nhạc giao hưởng. Giả định họ không thể làm công việc gì khác. Đường cung người chơi piano là đường thẳng đứng. Nếu tất cả các ngành khác trả mức lương cao hơn, điều này không ảnh hưởng đến thị trường của người chơi piano. Không có sự gia nhập mới hoặc rút lui khỏi ngành biểu diễn này.

Trường hợp chung ở Hình 10.7 là ở giữa 2 thái cực này. Với khả năng lưu chuyển có hạn giữa các ngành, ngành xi măng có thể thu hút nhiều lao động hơn khi trả mức lương cao hơn. Nhưng đường cung lao động của ngành này dịch chuyển khi tiền lương thay đổi trong các ngành khác.

10.6 Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế

Thu nhập chuyển giao của một yếu tố là sự chi trả tối thiểu cần thiết để yếu tố đó tham gia vào công việc. **Tô kinh tế** (khác với thu nhập từ cho thuê tài sản) là chênh lệch giữa tiền trả cho một yếu tố sản xuất và thu nhập chuyển giao cần thiết để sử dụng yếu tố đó.

Những nghệ sĩ piano hàng đầu và các cầu thủ bóng đá hàng đầu hài lòng với lương cao của họ nhưng nếu được trả lương ít đi họ vẫn phải lựa chọn đúng công việc đó. Tại sao họ lại được trả lương nhiều như vậy? Chúng ta cần phân biệt giữa thu nhập chuyển giao và tô kinh tế.

Trong Hình 10.8, DD là đường cầu về lao động đối với nghệ sĩ piano và SS là đường cung lao động trong ngành âm nhạc. Thậm chí ở mức tiền lương bằng 0 một số nghệ sĩ tận tâm vẫn làm việc cho các dàn nhạc. Mức lương cao hơn thu hút vào ngành này những nghệ sĩ piano mà những người này có thể làm được việc khác. Đường cung dốc lên.

Do mọi người lao động được trả mức lương như nhau, cân bằng là điểm E với mức lương W_0 và số nghệ sĩ piano là L_0 . W_0 có thể là mức lương cao. Mỗi hãng trong ngành âm nhạc trả mức lương W_0 do lao động của họ là những tài năng, với sản phẩm cạnh tranh cao. Trên thị trường đấu ra (hoà nhạc) các hãng thu được doanh thu rất lớn. Đường cầu thứ phát DD đối với nghệ sĩ piano là rất cao.

Đường cung SS cho thấy sự chuyển giao tiền lương mà ngành trả để thu hút các nghệ sĩ piano vào ngành. Những người chơi piano ở điểm A sẵn sàng làm việc khi không có lương. Mức lương W_1 là cần thiết để tăng mức cung nghệ sĩ piano tới B, và W_0 phải được trả để tăng cung tới L_0 . Nếu ngành có thể trả cho mỗi nghệ sĩ piano một mức lương khác nhau, sự chi trả chỉ là tối thiểu để thu hút mỗi người vào ngành, thì tam giác AL_0E là tổng thu nhập chuyển giao được trả nhằm thu hút L_0 nghệ sĩ piano.

Hộp 10-4 Những mức lương cao hàng đầu

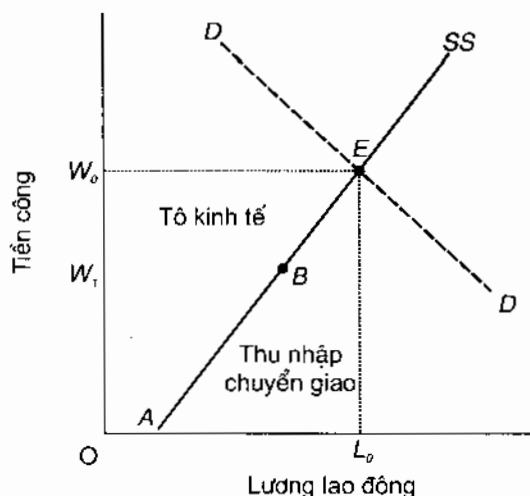
Các cầu thủ bóng đá hàng đầu kiếm được những số tiền hấp dẫn. Hoà đơn tiền lương ở Liên đoàn Bóng đá Anh tăng từ 50 triệu £ mùa bóng 1992 - 1993 lên tới 500 triệu £ trong mùa bóng 2002 - 2003, trong khi thu nhập của các cầu lạc bộ tăng từ 150 triệu £ lên 950 triệu £. Thu nhập của cầu lạc bộ tăng liên tục phản ánh không chỉ có cầu tăng nhờ hệ thống phát sóng T.V tới người xem rộng rãi hơn (và có lợi nhuận lớn hơn), mà còn nhờ sự sành sỏi hơn trong marketing các sản phẩm phụ thêm như áo quảng cáo. Manchester United được ước lượng thu nhập từ các

trận đấu khoảng 40%, từ quyền lợi trên T.V là 33% và từ các hoạt động thương mại là 27%. Doanh thu hấp dẫn như vậy của các đội bóng khiến cho các cầu thủ cố chạm tay tới tất cả các khoản doanh thu bổ sung của cầu lạc bộ.

Khi cầu lạc bộ mất nguồn thu từ T.V hoặc các giao dịch thương mại, áp lực giảm tiền lương bắt đầu. Leeds United đã bị xuống dốc và điều này được phản ánh về mặt tài chính trong cầu lạc bộ, với các cầu thủ cố giá bỏ sang các cầu lạc bộ khác.

Tại điểm cân bằng E nghệ sĩ piano cuối cùng bị dụ dỗ vào ngành có thu nhập chuyển giao là W_0 do E ở trên đường cung SS. Sản phẩm giá trị cận biên của nghệ sĩ piano cuối cùng này cũng là W_0 do E ở trên đường cầu DD. Tuy nhiên, khi một ngành phải trả cho mọi người lao động cùng một mức lương, tất cả những người lao động trước đây cũng được trả lương W_0 cho dù đường cung lao động SS cho thấy họ sẵn sàng làm việc ở mức lương nhỏ hơn W_0 . Những lao động này, với thu nhập chuyển giao thấp hơn W_0 , đã nhận được tô kinh tế, một thặng dư thuần túy xuất hiện do W_0 là cần thiết để thu hút nghệ sĩ piano cuối cùng. Tô kinh tế phản ánh sự khác biệt trong quyết định cung của những nghệ sĩ piano, chứ không phải trong năng suất của họ.

Hình 10.8 Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế



DD là đường cầu về lao động của ngành. Lượng lao động A có lẽ vẫn làm trong ngành đó, thậm chí tại mức lương là 0. Về sau, cần có mức lương cao hơn để thu hút thêm công nhân cho ngành đó. SS là đường cung lao động cho ngành đó. Nếu mỗi công nhân chỉ được trả tiền công cần thiết để thu hút họ vào ngành đó (để giữ họ trên đường cung của mình), thì ngành đó chỉ cần trả tiền công là AEL_0 . Nếu tất cả công nhân phải được mức lương cao nhất cần thiết, để thu hút người công nhân cuối cùng vào ngành đó, thì mức cân bằng ở E hàm ý rằng toàn bộ công nhân nhận được tô kinh tế $OAEW_0$. Đối với những công nhân mà cũng sẽ làm trong ngành đó với mức lương là 0 thì W_0 là tô kinh tế, số tiền thuần túy.

dem lại lợi nhuận cao khi cung sản phẩm này - và bởi vì cung của những người chơi có tài là khan hiếm. Đường cung của những người chơi giỏi là dốc đứng; thậm chí mức lương rất cao cũng không thể làm tăng nhiều số lượng người chơi giỏi. Quan hệ giữa tiền lương và sự thua cuộc trong các trận đấu là không đơn giản. Nếu cung đầu ra không đem lại lợi nhuận, cầu thứ phát đối với các cầu thủ sẽ thấp đi và lương giảm xuống.

Trong Hình 10.8, ngành tạo ra tổng chi trả tiền lương ngang bằng với hình chữ nhật OW_0EL_0 . Ngành trả cho L_0 lao động mỗi lao động W_0 . Sự chi trả này bao gồm tổng thu nhập chuyển giao AL_0E và tô kinh tế $OAEW_0$.

Tô kinh tế phát sinh nếu đường cung yếu tố không phải là đường nằm ngang. Với một đường cung nằm ngang, không lao động nào có thể kiếm được nhiều hơn mức lương hiện thời cần thiết để giữ họ ở lại ngành.

Cần lưu ý phân biệt giữa hãng và ngành. Tô kinh tế là một sự chi trả không cần thiết khi đề cập đến ngành. Bằng cách thông đồng nhằm phân biệt tiền lương, trả cho mỗi lao động thu nhập chuyển giao của riêng người đó, ngành có thể duy trì tất cả lao động mà không phải trả tô kinh tế. Nhưng toàn bộ tiền lương W_0 là một khoản thu nhập chuyển giao khi xem xét một hãng cạnh tranh. Nếu hãng không trả mức lương hiện hành, lao động của hãng sẽ chuyển sang hãng khác.

Trong ngành bóng đá Anh⁽²⁾ và ngành bóng chày của Mỹ, người ta thường nói rằng lương cầu thủ cao đang làm ngành phá sản. Nhưng mức lương là cao vì cầu thủ phát cao - các cổ động viên trên sân và quyền lợi trên T.V

10.7 Thị trường lao động có thanh toán hết không?

Đến đây, chúng ta đã giả định rằng tiền lương là linh hoạt. Mức lương cân bằng làm cân bằng cung và cầu lao động. Trong Phần 4 chúng ta sẽ thấy có rất nhiều câu hỏi về kinh tế vi mô đề cập đến việc liệu sự linh hoạt của tiền lương có đủ để giữ các thị trường lao động gần với vị trí cân bằng hay không. Không thể chấp nhận sự cân bằng thị trường lao động là hiển nhiên được.

⁽²⁾ Các câu lạc bộ nộp lệ phí chuyển nhượng cho một câu lạc bộ khác, nếu họ muốn tiếp nhận một cầu thủ từ câu lạc bộ đó. Không nên nhầm lẫn lệ phí chuyển nhượng này với khái niệm kinh tế về thu nhập chuyển giao của các cầu thủ, lượng tiền cần thiết để giữ họ ở lại trong ngành này.

Thoả thuận tiền lương tối thiểu

Tiền lương tối thiểu ở Anh là 4,1£ một giờ. Hình 10.9 cho biết đường cầu $D_L D_L$ và đường cung $S_L S_L$ đối với một kỹ năng nhất định trong một ngành nhất định. Cân bằng thị trường tự do là ở điểm E. Đối với lao động có kỹ năng, mức lương cân bằng W_0 vượt quá mức lương tối thiểu W_1 không thích đáng đối với họ.

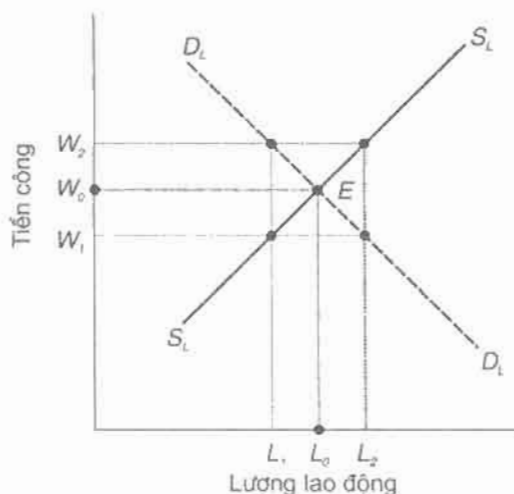
Người lao động thất nghiệp không tự nguyện nếu họ muốn làm việc ở mức lương hiện tại nhưng không thể tìm được việc.

Giả sử mức lương tối thiểu là W_2 lớn hơn mức lương cân bằng thị trường W_0 . Tại W_2 có sự vượt cung $L_2 - L_1$. Vì hãng không thể bị buộc phải thuê số lao động hãng không muốn nên lao động được thuê sẽ là L_1 và lượng lao động $L_2 - L_1$ là thất nghiệp không tự nguyện.

Một mức lương tối thiểu của quốc gia có thể lớn hơn mức lương cân bằng thị trường đối với những nghề nghiệp đòi hỏi kỹ năng thấp.

Nếu như vậy, những lao động này may mắn có được công việc với mức lương cao hơn trước đây nhưng tổng số lao động giảm xuống so với cân bằng thị trường tự do. Mức lương tối thiểu có thể giải thích tình trạng thất nghiệp không tự nguyện của những lao động kỹ năng thấp.

Hình 10.9 Mức lương tối thiểu



Sự cân bằng trên thị trường tự do xảy ra ở mức tiền công W_0 và lượng nhân công thuê L_0 . Tiền công tối thiểu W_1 dưới mức W_0 là không phù hợp. Tuy nhiên, tiền công tối thiểu W_2 trên mức W_0 sẽ hạn chế lượng nhân công thực tế được thuê xuống còn L_1 , làm cho lượng $L_2 - L_1$ nhân công buộc phải thất nghiệp không tự nguyện. Họ muốn được làm việc ở mức tiền công này, nhưng lại không tìm được việc làm.

mất việc. Để được rõ hơn, chúng ta cần bàn về việc các quyết định được đưa ra như thế nào trong nội bộ công đoàn.

Tính kinh tế của quy mô

Thất nghiệp không tự nguyện có thể phản ánh tính kinh tế của quy mô và cạnh tranh không hoàn hảo. Điều này tạo ra các rào cản gia nhập đối với các hãng mới muốn tham gia vào ngành. Các rào cản không để cho người thất nghiệp làm việc cho các hãng mới cho dù nếu những người lao động bị thất nghiệp này sẵn sàng làm việc với mức lương thấp hơn mức lương ở những hãng hiện có.

Người trong cuộc có việc làm và được tham gia thưởng lương về tiền công. **Người ngoài cuộc** không có việc làm và không được tham gia thưởng lương về tiền công.

Người trong cuộc và người ngoài cuộc

Phân giải thích trước đây đã nhấn mạnh các rào cản gia nhập đối với việc hình thành các hãng mới. Lý thuyết người trong cuộc - người ngoài cuộc nhấn mạnh các rào cản đối với việc tham gia lao động ở các hãng hiện tại.

Rào cản gia nhập có nhiều hình thức. Phải mất chi phí cho việc quảng cáo tìm người làm, phỏng vấn họ, đánh giá xem loại công việc nào họ có thể làm được, đào tạo họ trong những công việc cụ thể của hãng, tạo nên nền nếp làm việc và cho phép những nhân viên mới nắm vững được những công việc mới của họ. Theo thuật ngữ ở Chương 9, đó là những rào cản gia nhập tự nhiên.

Hộp 10-5 Tiền lương tối thiểu có gây thiệt hại cho công việc hay không?

Tiền lương tối thiểu khiến một số công nhân mất việc: do mức lương tăng, hãng dịch lên theo đường cầu của hãng nên số lao động giảm xuống. Ngay cả các nhà chính trị cũng hiểu điều đó. Có đúng như vậy không?

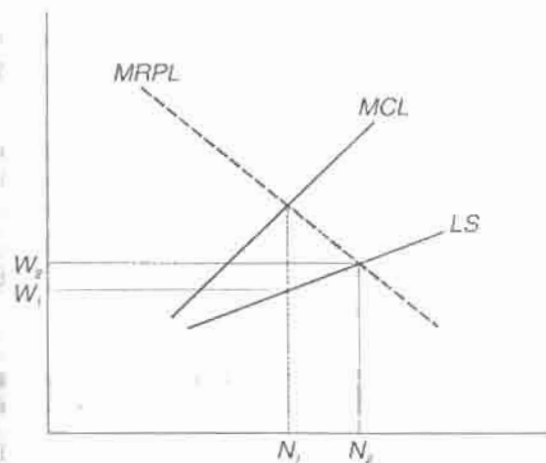
Sự kiểm chứng dựa trên thị trường lao động cạnh tranh. Trực giác của con người thường dựa trên cạnh tranh hoàn hảo. Điều gì sẽ xảy ra nếu chỉ có duy nhất một người thuê lao động? Một sự thuê thêm lao động của độc quyền mua đẩy giá thuê những lao động hiện có lên: chi phí cận biên của lao động lớn hơn tiền lương. Đồ thị mô tả sản phẩm doanh thu cận biên của lao động, đường cung lao động đối với hãng, và chi phí cận biên của lao động của hãng độc quyền mua. Tại điểm cân bằng $MRPL = MCL$. Số lao động được thuê là N_1 và mức lương W_1 là cần thiết để thu hút số lao động này. Khoảng cách theo chiều thẳng đứng giữa LS và MRPL cho thấy các công nhân được trả ít hơn sản phẩm cận biên của họ. Điều này được gọi là *sự bóc lột*.

Tại mức lương tối thiểu W_2 , hãng độc quyền mua đối mặt với đường cung lao động nằm ngang ở mức W_2 , ít nhất là tới số lượng N_2 lao động được thuê. W_2 bây giờ trở thành chi phí cận biên của lao động. Hãng thuê N_2 lao động ở mức chi phí cận biên bằng với lợi ích cận biên của việc thuê lao động. Để loại trừ sự bóc lột, tiền lương tối thiểu làm tăng lượng lao động được thuê từ N_1 tới N_2 .

Bắt đầu với cân bằng thị trường tự do ở mức lương W_1 , sự tăng lên của tiền lương tối thiểu làm tăng việc làm (chạy dọc theo đường cung LS) cho tới mức lương tối thiểu W_2 mà tại đó số lao động được thuê đã tối đa. Tuy nhiên, tiền lương tối thiểu cao hơn nữa dịch hãng lên theo đường cầu của hãng làm giảm số lao động về sau. Khi hãng có sức

mạnh độc quyền mua, một mức lương tối thiểu cao hơn giá thị trường một chút là tốt cho công việc - nó loại trừ sự bóc lột gây ra bởi sức mạnh thị trường của người thuê lao động - nhưng một mức lương tối thiểu lớn hơn đáng kể so với điểm cân bằng thị trường tự do là không tốt cho công việc.

Vì vậy, liệu tiền lương tối thiểu có quá cao để tăng lao động hay không vẫn còn là một câu hỏi. Một nghiên cứu về các nước EU không tìm ra được bằng chứng nào rằng tiền lương tối thiểu làm giảm số lao động lớn tuổi được thuê, nhưng có bằng chứng là tiền lương tối thiểu giảm số lao động trẻ. Năng suất của những lao động trẻ và lao động thiếu kỹ năng là thấp. Tiền lương tối thiểu, cho dù ở mức thấp hơn đối với lao động trẻ, vẫn thường cao hơn điểm giao nhau của LS và MRPL.



Nguồn: Dolado et al, "The Economic Impact of Wages in Europe", Economic Policy, 1996.

Nhưng những người lao động hiện có (người trong cuộc) cũng có thể dựng lên những rào cản chiến lược đối với việc gia nhập mới của những người ngoài cuộc, thậm chí không cần đến sự có mặt của công đoàn lao động chính thức. Ví dụ, những người trong cuộc có thể đe dọa sự tan vỡ ngành nếu có quá nhiều người ngoài cuộc được nhận vào quá nhanh hoặc nếu những người ngoài cuộc muốn làm việc ở mức tiền lương thấp hơn mức lương đang trả cho người trong cuộc.

Khi những rào cản gia nhập như vậy đe dọa những người ngoài cuộc, những người trong cuộc có thể tăng tiền lương của chính họ cao hơn mức mà người ngoài cuộc sẵn sàng làm việc mà không làm tăng nhanh việc thuê người từ bên ngoài.

Tiền lương hiệu quả

Chúng ta đã giả định rằng các thông tin có được dễ dàng. Trên thực tế, các hãng đối mặt với 2 vấn đề: khó nói được liệu một người xin việc có phải là một lao động có năng suất hay không (một vấn đề của khả năng bẩm sinh) và khó giám sát liệu các lao động có lười biếng sau khi được thuê hay không⁽³⁾.

Tiền lương hiệu quả là mức lương cao làm tăng năng suất thông qua hiệu ứng khuyến khích của nó.

Với chi phí cho trước của việc đánh giá người lao động mới, và chi phí tiếp theo để giám sát hoạt động của họ trong công việc, chính sách nào là tốt nhất cho hãng? Lý thuyết tiền lương hiệu quả nói rằng sẽ có lợi cho hãng khi trả cho những người lao động đang làm một mức lương trên mức tiền lương chuyển việc của họ.

Thứ nhất, giả định những người lao động từ bỏ công việc của họ nếu họ tìm được một công việc tốt hơn ở nơi khác. Nếu hãng trả một mức lương là trung bình của lương trả cho lao động năng suất và lao động không năng suất, những người lao động có năng suất sẽ tìm đến những công việc tốt hơn ở nơi khác và sẽ rời bỏ doanh nghiệp. Khi đó, hãng chỉ còn lại những người lao động chất lượng kém. Trả một mức lương cao sẽ giúp duy trì những người lao động chất lượng cao.

Thứ hai, khi người lao động lười biếng trong công việc, họ có thể bị bắt gập và bị sa thải. Mức phạt khi bắt gập lười biếng lớn như thế nào? Đó là sự chênh lệch giữa mức lương hiện tại và những gì người lao động nhận được từ trợ cấp thất nghiệp hoặc từ công việc sau đó. Tiền lương hiện tại càng cao, mức phạt càng lớn hơn. Để tăng mức phạt và giảm sự lười biếng, hãng trả cho những người lao động hiện tại mức lương cao hơn mức trung bình cần thiết để họ sẵn sàng lao động.

Một lần nữa, điều này ngụ ý rằng một số lao động có thể thất nghiệp không tự nguyện. Họ có thể sẵn sàng làm việc ở mức lương bằng hoặc thấp hơn tiền lương trả cho những lao động hiện tại nhưng có ít cơ hội thực tế để đảm bảo có một công việc ở mức lương đó.

Thoả thuận tiền lương tối thiểu, sức mạnh công đoàn, tính kinh tế của quy mô, sự khác biệt giữa người bên trong và bên ngoài doanh nghiệp và mức lương hiệu quả là những lý giải có thể cho sự thiếu linh hoạt của tiền lương trong ngắn hạn để duy trì thị trường lao động ở thế cân bằng. Liệu rằng thị trường lao động có luôn cân bằng hay không, và cân bằng tiếp tục tồn tại bao lâu là những câu hỏi mà chúng ta trở lại xem xét ở Phần 4.

10.8

Tiền lương và việc làm ở Liên hiệp Anh

Chúng ta mở đầu chương này bằng việc nhìn vào thu nhập thực tế trong ngành năng lượng, dịch vụ tài chính và ngành dệt. Bằng việc xem xét lại những ngành này, chúng ta cùng rút ra một số chủ đề của chương.

Bảng 10.4 chỉ ra thu nhập thực tế và việc làm trong giai đoạn 1994 - 2002. Trong nền kinh tế, thu nhập thực tế tăng 17%. Lợi thế về kỹ thuật, máy móc thiết bị tốt hơn và lao động có kỹ năng cao hơn làm tăng sản phẩm giá trị cận biên của lao động, dịch chuyển đường cầu về lao động sang phải. Nhưng quá trình này khác nhau trong các ngành khác nhau.

Trong lĩnh vực khách sạn và ăn uống, sự nhập cư làm tăng cung lao động trong ngành này, tạo áp lực giảm tiền lương. Tại sao Bảng 10.4 lại ghi thu nhập thực tế cao

⁽³⁾ Các nhà kinh tế cho rằng đó là vấn đề lựa chọn bất lợi và sự may rủi về mặt đạo đức. Chúng ta sẽ bàn chi tiết vấn đề này ở Chương 13, khi nghiên cứu kinh tế học về thông tin.

Bảng 10.4 Việc làm và thu nhập thực tế ở Liên hiệp Anh (% thay đổi lũy tích, 1994 - 2002)

	Thu nhập thực tế	Việc làm
Toàn bộ nền kinh tế	+17	+14
Các dịch vụ tài chính	+15	+ 2
Khách sạn và nhà hàng	+14	+24
Năng lượng và nước	+ 5	-18

Nguồn: ONS, *Monthly Digest of Statistics*.

làm cho nhân viên văn phòng. Hơn thế nữa, khi các chức năng hàng ngày (như trung tâm điện thoại) đã được thuê ngoài từ các nước như Ấn Độ, các nhân viên ở Anh có xu hướng có kỹ năng cao hơn và vì thế được nhận mức lương cao hơn.

Tiến bộ kỹ thuật và đầu tư tư bản trong những ngành dịch vụ công cộng cơ bản - cung cấp năng lượng và nước - có nghĩa là các công việc vẫn được tiếp tục thu hẹp trong lĩnh vực này. Bảng 10.1 cho thấy, với tư bản trên một lao động nhiều như vậy, người lao động có năng suất rất cao và được trả lương cao. Tuy nhiên, tư nhân hoá và cạnh tranh lớn hơn trong lĩnh vực này đã làm giảm sức mạnh đàm phán của người lao động; những người đã không có được sự tăng lương đáng kể trong thập kỷ cuối cùng.

hơn cũng như là số lượng việc làm nhiều hơn? Câu chắc là đã tăng mạnh, vừa là do văn hoá đi ăn bên ngoài đã tăng lên, vừa là do tăng trưởng kinh tế làm tăng thu nhập thực tế trong giai đoạn này.

Trong ngành dịch vụ tài chính (chẳng hạn ngân hàng và bảo hiểm), tiền lương đã tăng mạnh nhưng số lượng việc làm thì ổn định. Các ngân hàng và các công ty bảo hiểm hàng đầu đã phát triển hệ thống máy tính cho hoạt động văn phòng, giảm việc

TÓM TẮT

- Trong dài hạn, một hãng lựa chọn **kỹ thuật sản xuất** nhằm tối thiểu hoá chi phí cho việc sản xuất một lượng sản phẩm nhất định. Bằng cách xét từng mức sản lượng, hãng xây dựng được **đường tổng chi phí**.
- Trong dài hạn, **một sự tăng giá của lao động** (hoặc vốn) có một **hiệu ứng thay thế** và một **hiệu ứng sản lượng**. Hiệu ứng thay thế làm giảm lượng lao động (vốn) cần thiết do tỷ lệ lao động - vốn tăng lên (giảm) ở mỗi mức sản lượng. Nhưng tổng chi phí và chi phí cận biên của sản phẩm tăng. Đường cầu và đường doanh thu cận biên của hãng càng co giãn thì đường chi phí cận biên càng cao hơn làm sản lượng giảm, dẫn đến giảm cầu về cả hai yếu tố. Với giá yếu tố đầu vào cao hơn, hiệu ứng thay thế và hiệu ứng sản lượng đều làm giảm số lượng yếu tố được cầu.
- Trong ngắn hạn, hãng có các **yếu tố cố định**, và có lẽ một **công nghệ sản xuất cố định**. Hãng có thể thay đổi sản lượng ngắn hạn bằng cách thay đổi đầu vào lao động, với giả thuyết hiệu suất giảm dần khi yếu tố khác cố định. Sản phẩm hiện vật cận biên của lao động giảm xuống khi có nhiều lao động hơn được thuê.
- Khi hãng tối đa hoá lợi nhuận tạo ra mức sản lượng mà tại đó chi phí cận biên của sản phẩm ngang bằng doanh thu cận biên của sản phẩm. Tương tự, hãng thuê lao động tới khi **chi phí cận biên của lao động** ngang bằng **sản phẩm doanh thu cận biên của lao động**. Nếu hãng là người chấp nhận giá trên thị trường sản phẩm, MRPL là sản phẩm giá trị cận biên, xác định bằng giá sản phẩm nhân với sản phẩm hiện vật cận biên. Nếu hãng là người chấp nhận giá trên thị trường lao động, chi phí cận biên của lao động chính là mức lương. Một hãng cạnh tranh hoàn hảo cân bằng mức lương thực tế với sản phẩm hiện vật cận biên của lao động.
- Đường sản phẩm hiện vật cận biên của lao động dốc xuống chính là **đường cầu về lao động** của một hãng cạnh tranh trong ngắn hạn (trên phương diện mức

lương thực tế). Tương tự, đường sản phẩm giá trị cận biên của lao động là đường cầu trên phương diện tiền lương danh nghĩa. Đường MVPL của một hãng dịch chuyển lên trên nếu giá sản phẩm đầu ra tăng, vốn tư bản tăng, hoặc tiến bộ công nghệ làm tăng năng suất lao động.

- **Đường cầu lao động của ngành** không đơn thuần là cộng theo chiều ngang các đường MVPL của các hãng. Tiền lương giảm làm cho sản lượng của ngành cao hơn và cũng giảm giá của sản phẩm. Đường cầu lao động của ngành dốc hơn (ít co giãn hơn) đường cầu lao động của mỗi hãng, và cầu lao động càng ít co giãn thì đường cầu về sản phẩm của ngành càng ít co giãn.
- Đường cầu lao động là **cầu thứ phát**. Một sự dịch chuyển đường cầu sản phẩm của ngành sẽ làm dịch chuyển đường cầu yếu tố theo cùng hướng.
- Đối với những người đã có chân trong lực lượng lao động, một sự **tăng tiền lương giờ thực tế** tạo ra một **hiệu ứng thay thế**, có xu hướng tăng cung về giờ lao động, nhưng một **hiệu ứng thu nhập** lại làm giảm cung về giờ lao động. Đối với nam giới, 2 hiệu ứng này gần như triệt tiêu nhau nhưng số liệu thống kê thực tế cho thấy hiệu ứng thay thế là lấn át ở phụ nữ. Vì vậy, phụ nữ có đường cung lao động tăng lên; còn đường cung lao động ở nam giới gần như thẳng đứng.
- Các cá nhân có thu nhập ngoài lao động có thể không thích đi làm. 4 điều làm tăng **tỷ lệ gia nhập lực lượng lao động**: mức lương thực tế cao hơn, chi phí cố định của lao động thấp hơn, thu nhập ngoài lao động thấp hơn, và những thay đổi trong thị hiếu theo xu hướng thích lao động hơn. Những điều này giải thích xu hướng tăng sự gia nhập lực lượng lao động của những phụ nữ đã lập gia đình trong vài thập kỷ vừa qua.
- **Đường cung lao động của ngành** phụ thuộc vào mức lương được trả so với mức lương của lao động cùng kỹ năng ở các ngành khác. **Sự khác biệt tiền lương cân bằng** là sự bù đắp bằng tiền cho những khác biệt về các đặc điểm phi tiền tệ của công việc trong các ngành khác nhau được thực hiện bởi người lao động có kỹ năng như nhau. Phần thưởng tiền tệ đi cùng với phần thưởng phi tiền tệ dẫn đến không còn động cơ chuyển việc giữa các ngành.
- Khi đường cung lao động của một ngành không phải là co giãn hoàn toàn, ngành sẽ trả mức lương cao hơn để thuê thêm lao động. Đối với lao động cuối cùng, mức lương là **thu nhập chuyển giao thuần túy** cần thiết để thu hút được người lao động đó vào ngành. Đối với những người lao động sẵn sàng làm việc trong ngành với một mức lương thấp hơn, có một yếu tố của tô kinh tế (sự chênh lệch giữa thu nhập nhận được với thu nhập chuyển giao của cá nhân đó).
- Trong cân bằng thị trường tự do, một số lao động lựa chọn không đi làm ở mức lương cân bằng. Họ là những người **thất nghiệp tự nguyện**. **Thất nghiệp không tự nguyện** là sự chênh lệch giữa cung và cầu ở một mức lương không phải là cân bằng. Người lao động muốn làm việc nhưng không thể tìm được việc làm.
- Có một sự bất đồng ý kiến đáng kể về vấn đề thị trường lao động có thể quay trở lại trạng thái cân bằng nhanh như thế nào nếu lúc đầu nó ở vị trí không cân bằng. Các nguyên nhân có thể gây ra thất nghiệp không tự nguyện là thỏa thuận về **tiền lương tối thiểu, công đoàn lao động, tính kinh tế của quy mô, sự phân biệt người bên trong và bên ngoài doanh nghiệp và mức lương hiệu quả**.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 (a) Giải thích tại sao sản phẩm cận biên của lao động giảm dần. (b) Chỉ ra trên đồ thị ảnh hưởng của sự tăng tư bản của hãng tới đường cầu lao động của hãng.

- 2 Trong hơn 100 năm qua mức lương thực tế đã tăng lên nhưng thời gian của tuần làm việc giảm xuống. (a) Giải thích kết quả này bằng cách sử dụng hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập. (b) Giải thích một sự tăng lên của tiền lương thực tế có thể khiến những người đang làm việc làm ít giờ hơn nhưng tổng lao động của nền kinh tế vẫn tăng lên.
- 3 Tại sao đường cung lao động của ngành dốc lên cho dù tổng cung lao động của nền kinh tế là cố định?
- 4 Trả lời các câu hỏi mà chúng ta đề cập ở đầu chương. (a) Tại sao một người chơi golf hàng đầu trong 1 ngày cuối tuần có thể kiếm được nhiều tiền hơn một giáo sư đại học kiếm được trong một năm? (b) Tại sao sinh viên kinh tế có thể kiếm được nhiều tiền hơn một sinh viên triết học có mức trí tuệ tương đương?
- 5 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định sau lại sai? (a) Không có lý do kinh tế nào trong việc một bức họa được Picasso vẽ trong vòng 1 phút bán được với giá 100000£. (b) Tiền lương cao hơn làm tăng động cơ làm việc.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 683.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.

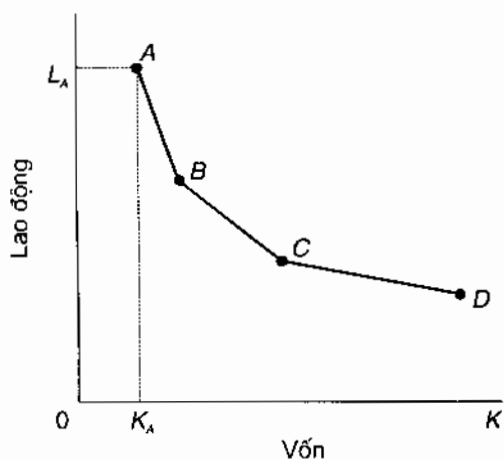
Phụ lục Đường đồng lượng và sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất

Sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất có thể được xem xét với các kỹ thuật tương tự như phương pháp đường bàng quan - đường ngân sách đã được sử dụng trong nghiên cứu lựa chọn tiêu dùng ở Chương 5. Hình 10.A1 minh họa các số lượng của các đầu vào vốn K và lao động L . Các điểm A, B, C và D minh họa các số lượng đầu vào tối thiểu cần thiết để sản xuất 1 đơn vị sản lượng sử dụng 4 kỹ thuật sản xuất khác nhau. Kỹ thuật A dùng nhiều lao động nhất, đòi hỏi L_A đơn vị lao động và K_A đơn vị vốn để sản xuất một đơn vị sản lượng. Kỹ thuật D dùng nhiều vốn nhất. Nơi A, B, C và D ta có một đường đồng lượng (cùng một mức sản lượng).

Hình 10.A1 minh họa 4 kỹ thuật sản xuất nhưng chúng ta có thể hình dung rằng cũng có các kỹ thuật sản xuất khác. Hình 10.A2 minh họa các đường đồng lượng trơn. Mỗi điểm trên đường đồng lượng I phản ánh một kỹ thuật sản xuất khác, từ dùng nhiều vốn cho đến dùng nhiều lao động.

Các đường đồng lượng cao hơn minh họa các mức sản lượng lớn hơn vì nhiều đầu vào được yêu cầu hơn. Mỗi đường đồng lượng minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau để sản xuất ra một mức sản lượng cho trước. Các đường đồng lượng hình thành một bản đồ đồng lượng.

Đường đồng lượng minh họa các kết hợp đầu vào tối thiểu để sản xuất một mức sản lượng nhất định. Các điểm khác nhau trên một đường đồng lượng phản ánh các kỹ thuật sản xuất khác nhau.

Hình 10.A1 Đường đồng lượng

Các điểm A, B, C và D minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau sử dụng để sản xuất 1 đơn vị sản lượng. Nối các điểm này chúng ta có một đường đồng lượng minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau để sản xuất một mức sản lượng nhất định.

Các đường đồng lượng có ba đặc điểm quan trọng. Thứ nhất, chúng không thể cắt nhau. Mỗi đường đồng lượng mô tả một mức sản lượng riêng. Thứ hai, mỗi đường đồng lượng đều dốc xuống. Để sản xuất một mức sản lượng nhất định, một kỹ thuật có thể sử dụng nhiều vốn hơn chỉ khi nó sử dụng ít lao động hơn và ngược lại. Như vậy, các đường đồng lượng phải dốc xuống. Thứ ba, mỗi đường đồng lượng đều trở nên thoải hơn khi di chuyển về phía phải, như Hình 10.A2 minh họa. Di chuyển xuống dưới trên một đường đồng lượng, cần ngày càng nhiều vốn để giảm một số lượng đều nhau lao động mà sản xuất ra cùng một mức sản lượng.

Trên Hình 10.A2 đường L_0K_0 là một đường đồng phí. Nó minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau với cùng một mức tổng chi phí. Tại một mức chi phí nhất định, hãng có thể sử dụng nhiều đơn vị vốn hơn chỉ khi nó sử dụng ít đơn vị lao động hơn. Với giá của các đầu vào cho trước chúng ta có thể phát biểu 2 điều về các đường đồng phí.

Thứ nhất, độ dốc của đường đồng phí phản ánh giá tương đối của 2 yếu tố sản xuất. Bắt đầu tại K_0 , tại đó tất cả tiền của hãng được chi tiêu cho vốn, hãng có thể đánh đổi 1 đơn vị vốn lấy nhiều đơn vị lao động hơn nếu tiền lương rẻ hơn so với chi phí tiền thuê vốn. Thứ hai, với giá các yếu tố cho trước, bằng việc tăng chi tiêu của hãng có thể có nhiều lao động và vốn hơn. Đường đồng phí cao hơn song song với L_0K_0 minh họa mức chi tiêu cao hơn cho các đầu vào. Dọc theo đường đồng phí L_1K_1 , hãng chi tiêu nhiều hơn đối với các đầu vào so với dọc theo đường đồng phí L_0K_0 .

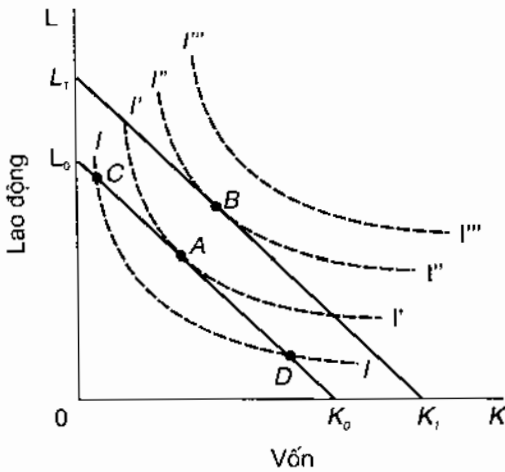
Để tối thiểu hoá chi phí sản xuất một mức sản lượng nhất định, một hãng lựa chọn điểm tiếp tuyến của đường đồng lượng với đường đồng phí thấp nhất. Tại điểm này, độ dốc (âm) của đường đồng phí bằng với độ dốc (âm) của đường đồng lượng. Nếu w là tiền lương và r là tiền thuê của một đơn vị vốn, độ dốc của đường đồng phí là r/w . Thế còn độ dốc của đường đồng lượng?

Với mỗi đơn vị vốn tăng thêm, hãng thu được MPK đơn vị sản lượng, trong đó MPK là sản phẩm hiện vật cận biên của vốn. Nhưng dọc theo một đường đồng lượng sản lượng là không đổi. Do một đơn vị lao động hy sinh hãng từ bỏ MPL đơn vị sản lượng. Giảm đầu vào lao động một lượng $[-MPK/MPL]$ giữ sản lượng không đổi khi vốn tăng 1 đơn vị. Độ dốc của đường đồng lượng $[-MPK/MPL]$ cho chúng ta biết bao nhiêu lao động thay đổi để giữ sản lượng không đổi khi vốn tăng 1 đơn vị. Như vậy, điều kiện tiếp tuyến trong Hình 10.A2 là:

$$\text{Độ dốc của đường đồng phí} = -r/w = -MPK/MPL$$

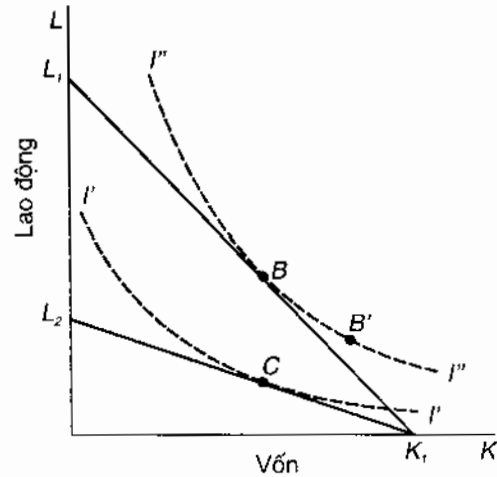
$$= \text{độ dốc của đường đồng lượng} \quad (A1)$$

Hình 10.A2 Tối thiểu hóa chi phí



Mỗi đường đồng lượng như I minh họa một mức sản lượng nhất định. Các đường đồng lượng cao hơn như I' minh họa các mức sản lượng cao hơn. Đường thẳng như L_0K_0 là đường đẳng phí minh họa các kết hợp đầu vào có cùng một tổng chi phí. Độ dốc của đường đẳng phí chỉ phụ thuộc vào giá tương đối của các yếu tố. Đường đẳng phí cao hơn như L_1K_1 minh họa tổng chi phí lớn hơn. Để sản xuất một mức sản lượng cho trước, ví dụ tương ứng với đường đồng lượng I', hãng lựa chọn điểm tiếp tuyến của đường đồng lượng đó với đường đẳng phí thấp nhất. Như vậy, điểm A là cách tối thiểu hóa chi phí để làm ra mức sản lượng đó trên I' và điểm B là điểm tối thiểu hóa chi phí để làm ra mức sản lượng đó trên I'.

Hình 10.A3 Ảnh hưởng của tiền lương gia tăng



Tại mức giá yếu tố cũ, sản lượng của hãng tương ứng với đường đồng lượng I'. Tất cả các đường đẳng phí có cùng độ dốc như L_1K_1 và hãng sản xuất mức sản lượng đã cho rẻ nhất bằng cách lựa chọn điểm B tại đó đường đồng lượng tiếp tuyến với đường đẳng phí thấp nhất có thể L_1K_1 . Một sự gia tăng tiền lương làm cho tất cả các đường đẳng phí thoải hơn, song song với L_1K_1 . Mỗi đơn vị tư bản hy sinh cho phép mua được ít hơn lao động tăng thêm. Tiền lương gia tăng có ảnh hưởng thay thế thuần túy từ B sang B' tại đó đường đồng lượng ban đầu I' có cùng độ dốc với đường đẳng phí mới. Hãng lấy vốn thay cho lao động. Nhưng với chi phí cận biên cao hơn tại mỗi mức sản lượng, sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của hãng giảm, tương ứng với đường I'. Trên đường đồng lượng này, các chi phí được tối thiểu hóa bằng việc sản xuất tại C để đạt tới đường đẳng phí thấp nhất có thể L_1K_1 tại mức giá yếu tố mới. Sự thay đổi từ B' sang C là ảnh hưởng thuần túy do sự dịch chuyển đường chi phí cận biên của hãng.

Điểm A trong Hình 10.A2 là cách chi phí thấp nhất để sản xuất sản lượng được minh họa bằng đường đồng lượng I'. Chúng ta có thể lặp lại phân tích này cho tất cả các đường đồng lượng khác minh họa các mức sản lượng khác nhau. Đó là cách chúng ta xây dựng đường tổng chi phí được đề cập đến trong bài.

Hãng xác định mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận như thế nào? Giả sử tại A sản phẩm cận biên của lao động vượt quá tiền lương w . Phương trình (A1) cho thấy rằng trong dài hạn sản phẩm cận biên của vốn cũng phải vượt quá tiền thuê r . Chỉ có lúc đó tỷ số giá yếu tố r/w mới bằng với tỷ lệ sản phẩm cận biên MPK/MPL . Nhưng nếu sản phẩm cận biên của mỗi yếu tố vượt quá mức giá mà tại đó hãng có thể thuê mua yếu tố đó, thì việc tăng sản lượng sản xuất là có lợi. Trong dài hạn, hãng mở rộng sản lượng và sử dụng yếu tố cho đến khi sản phẩm cận biên của mỗi yếu tố bằng với giá thuê của yếu tố. Trong Hình 10.A2, sản lượng tối đa hoá lợi nhuận dài hạn là tại điểm như điểm B, tại đó:

$$MPL = w \text{ và } MPK = r \tag{A2}$$

Nếu phương trình (A2) là đúng thì phương trình (A1) tự động được thỏa mãn. Lợi nhuận được tối đa hoá chỉ khi nào sản lượng lựa chọn được sản xuất theo hướng tối thiểu hoá chi phí.

Sau cùng chúng ta minh hoạ ảnh hưởng tăng giá của một yếu tố. Hình 10.A3 cho thấy vị trí ban đầu B tại đó đường đồng phí L_1K_1 tiếp tuyến với đường đồng lượng I'' . Giá sử tiền lương tăng lên. Mỗi đường đồng phí trở nên thoải hơn. Hy sinh một đơn vị lao động cho phép tăng vốn nhiều hơn tại một mức tổng chi phí cho trước. Tại mức sản lượng ban đầu trên đường đồng lượng I'' điều này dẫn đến một ảnh hưởng thay thế thuần túy từ B sang B' , điểm trên đường đồng lượng cũ tiếp tuyến với đường đồng phí với độ dốc mới thoải hơn. Nhưng tiền lương cao hơn cũng làm dịch chuyển đường tổng chi phí và đường chi phí cận biên đối với sản lượng lên trên. Sản lượng tối đa hoá lợi nhuận giảm.

Đường đồng lượng I thấp hơn minh hoạ mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận mới. L_2K_1 là đường đồng phí thấp nhất có thể đạt được với độ dốc thoải hơn tương ứng với giá đầu vào mới. Hãng bây giờ lựa chọn điểm C . Sự thay đổi từ B' sang C là ảnh hưởng thuần túy của sự gia tăng tiền lương đối với sản lượng. Sự thay đổi thực tế từ B sang C có thể tách ra thành ảnh hưởng thay thế từ B sang B' và ảnh hưởng sản lượng từ B' sang C . Cả hai ảnh hưởng đều làm giảm lượng cầu lao động.

Chương 11

Các loại lao động

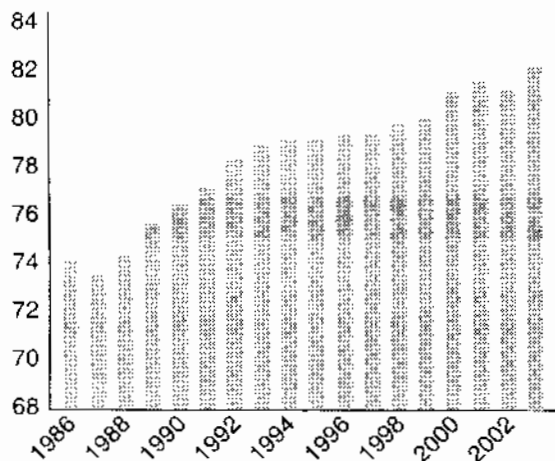
Mục tiêu nghiên cứu

Trong chương này, bạn cần nắm được những vấn đề sau:

- 1 Kết quả khác nhau của người lao động.
- 2 Đầu tư vào vốn nhân lực.
- 3 Những lao động khác nhau bộc lộ những dấu hiệu như thế nào.
- 4 Các loại phân biệt đối xử.
- 5 Nghiệp đoàn làm tăng lương và cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động như thế nào?

Tại hầu hết các nước EU đàn ông kiếm nhiều tiền hơn phụ nữ và người da trắng kiếm nhiều tiền hơn người da màu. Có phải điều này phản ánh sự phân biệt đối xử trong thị trường lao động hoặc đơn giản là sự khác nhau về năng suất của những người lao động khác nhau?

Hình 11.1 Tiền lương của phụ nữ ở Anh so với nam giới (%)



Chương này nghiên cứu sự khác nhau về lao động theo giới tính, chủng tộc, độ tuổi, kinh nghiệm, giáo dục, đào tạo, khả năng bẩm sinh và việc họ có thuộc nghiệp đoàn hay không. Những sự khác nhau đó ảnh hưởng tới thu nhập như thế nào? Hình 11.1 chỉ ra rằng phụ nữ chỉ kiếm được 80 phần trăm so với đàn ông, mặc dù khoảng cách về giới đã dần dần được thu hẹp.

Khoảng cách về giới phản ánh tính liên tục của công việc. Phụ nữ độc thân thu nhập khoảng 90 phần trăm so với nam giới. Chúng ta quan niệm điều này là sự phân biệt đối xử với phụ nữ - người phải dành thời gian để chăm sóc gia đình là tâm điểm quan niệm của chúng ta về việc xã hội được tổ chức như thế nào.

Bảng 11.1 chỉ ra sự chênh lệch tiền lương đối với đàn ông, nhóm người mà phần lớn số liệu là sẵn có. Nó minh họa những ước tính riêng biệt đối

với người lao động ở trong hay ngoài nghiệp đoàn. Ảnh hưởng của nghiệp đoàn được xem xét ở phần sau của chương này.

Bảng 11.1 Chênh lệch thu nhập của nam giới tại Anh

% thu nhập tăng thêm cho	Nghệp đoàn	Phi nghiệp đoàn
Giáo dục và đào tạo		
Bằng tốt nghiệp phổ thông	+ 5	+ 13
Trình độ A	+ 16	+ 21
Bằng đại học	+ 32	+ 47
Bằng cao học	+ 50	+ 50
Bằng cao hơn	+ 18	+ 21
Chứng chỉ học nghề	+ 11	+ 9
Cá nhân		
Nhóm thiểu số	- 1	- 5
Số năm kinh nghiệm		
5	+ 13	+ 10
10	+ 23	+ 20
15	+ 30	+ 28
30	+ 35	+ 32
Đặc tính công việc		
Đông Nam	+ 15	+ 16
Luân Đôn	+ 23	+ 15
Lao động chân tay	+ 17	- 21
Công việc theo ca	+ 12	+ 8
% làm thêm giờ	+ 52	+ 47

Nguồn: A. Booth, "Seniority, Earnings and Unions", *Economica*, 1996.

kinh nghiệm vẫn là lợi thế, thậm chí ngay cả trong lao động chân tay. Bảng 11.1 chỉ ra rằng đặc tính của công việc cũng ảnh hưởng tới tiền lương. Công việc theo ca và làm việc ngoài giờ liên quan đến các khoản trả thêm (bình quân hoá các mức chênh lệch tiền lương). Lao động chân tay, có lẽ có ít kỹ năng, kiếm ít tiền hơn lao động phi chân tay. Và các doanh nghiệp tại vùng Đông Nam đông đúc (và đắt đỏ), gồm cả Luân Đôn, phải trả cho người lao động nhiều hơn.

Mục 11.1 giải thích lý do tại sao những người lao động khác nhau lại có năng suất khác nhau. Nếu người công nhân được trả theo sản phẩm cận biên của lao động, những người lao động khác nhau sẽ có thu nhập khác nhau. Mục 11.2 bàn về sự phân biệt đối xử và sự công bằng về cơ hội trên thị trường lao động. Mục 11.3 nghiên cứu về vai trò của nghiệp đoàn.

11.1 Sự khác biệt về năng suất lao động

Mục này đưa ra hai quan điểm trái ngược nhau về việc tại sao người lao động có năng suất lao động khác nhau: họ học tập được các kỹ năng đó hay chúng là bẩm sinh.

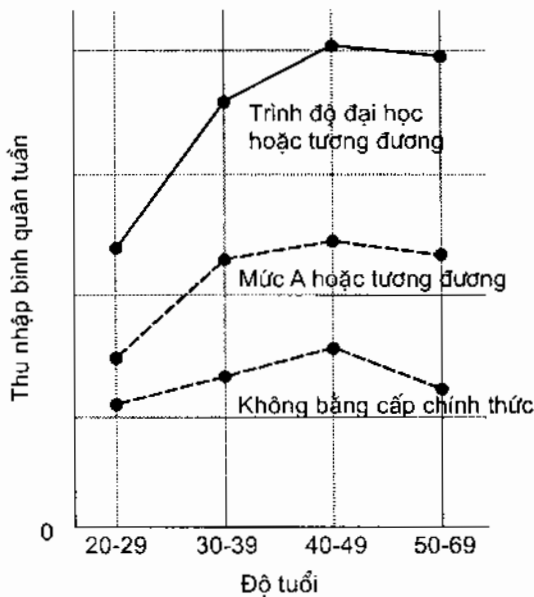
Vốn nhân lực

Vốn nhân lực là toàn bộ những kiến thức chuyên môn mà người lao động tích lũy được để nâng cao năng suất lao động trong tương lai.

Vốn nhân lực là kết quả của đầu tư quá khứ để tăng thu nhập tương lai. Chi phí đầu tư trong những năm học ở trường hoặc những bằng cấp khác là chi phí trực tiếp, ví dụ học phí, cộng với chi phí cơ hội của thời gian liên quan, cụ thể là việc trì hoãn cơ hội đi làm. Lợi ích của sự đầu tư là khoản thu nhập bằng tiền cao hơn trong tương lai hoặc công việc tương lai đem lại nhiều sự hài lòng với công việc.

Phương pháp tiếp cận vốn nhân lực giả định rằng những chênh lệch tiền lương phản ánh những khác biệt trong năng suất của những người lao động khác nhau. Những lao động có kỹ năng thì có sản phẩm giá trị cận biên cao hơn do đó kiếm nhiều tiền hơn. Vấn đề của người lao động là quyết định đầu tư bao nhiêu để nâng cao năng suất lao động của bản thân mình.

Hình 11.2 Thang lương tính theo độ tuổi và trình độ học vấn



Hình vẽ này trình bày các mức tiền công ở Anh đối với công nhân nam giới làm đầy đủ quỹ thời gian. Mức tiền công càng cao khi trình độ đào tạo càng cao và tăng đến một mức nào đó rồi giảm cùng với tuổi tác.

Thang lương tính theo độ tuổi và trình độ học vấn

Bảng 11.1 chỉ ra rằng giáo dục và kinh nghiệm làm việc góp phần làm tăng thu nhập. Hình 11.2 chỉ ra thu nhập thay đổi như thế nào theo độ tuổi. Nó chỉ ra các mối quan hệ giữa độ tuổi và thu nhập ở ba cấp độ khác nhau về trình độ học vấn: đại học hoặc những bằng cấp cao khác, trình độ A hoặc tương đương và không có bằng cấp.

Hình này đề cập hai điểm. Những người có trình độ cao hơn đương nhiên sẽ kiếm nhiều tiền hơn và sự chênh lệch tăng đều đặn theo độ tuổi và kinh nghiệm. Những người trẻ và khỏe mạnh mà không có bằng cấp có thể làm việc chăm chỉ và kiếm được nhiều tiền nhưng họ không thể hy vọng được tăng lương đều đặn. Đến độ tuổi 45 thu nhập của họ là cao nhất. Ngược lại, người có trình độ cao bắt đầu tại mức lương chỉ nhỉnh hơn một ít so với những người không có bằng cấp nhưng sau đó thu nhập của họ tăng đều đặn trong suốt thời gian làm việc. Những người có trình độ cao nhất làm những công việc khó nhất mà phải mất nhiều thời gian mới thành thạo. Với kinh nghiệm tăng thêm, năng suất và thu nhập tăng dần.

Thị trường đối với lao động có học vấn

Giả sử trình độ đại học góp phần vào năng suất lao động. Hình 11.3 minh họa thị trường đối với lao động có trình độ đại học. Trục tung minh họa sự khác biệt về tiền lương của những người lao động có trình độ đại học và của người lao động không có trình độ đại học. Đây là phần tiền lương phụ trội đối với những lao động có trình độ đại học. Trục hoành minh họa bộ phận lực lượng lao động có trình độ đại học.

DD là đường cầu về lao động có trình độ đại học. Tại điểm B sự chênh lệch tiền lương là cao và doanh nghiệp chỉ muốn có một bộ phận nhỏ lao động có học vấn cao thế này. Tại mức chênh lệch ít hơn tại điểm C cầu về lao động có học vấn là cao hơn nhiều. Đường cung DD giả định rằng người lao động có trình độ đại học có năng suất cao hơn nhưng các doanh nghiệp gặp phải hiện tượng hiệu suất giảm dần trong sử dụng lao động có học vấn. Trong bất kỳ tình huống nào, đường cung lao động là cố định bởi những quyết định về giáo dục trong quá khứ. Đường cung ngắn hạn SS là thẳng đứng.

Trong dài hạn, đường cung lao động có trình độ đại học S'S' là dốc lên. Mức chênh lệch tiền lương đối với những lao động có trình độ đại học càng cao thì số học sinh phổ thông trì hoãn đi làm và tiếp tục học thêm là càng lớn. Thị trường bắt đầu cân bằng ngắn hạn và dài hạn tại E. Mức lương chênh lệch WD vừa đủ bù đắp cho người lao động về

chi phí để đạt được những bằng cấp cao hơn và về khoản lương không kiếm được trong khi học đại học.

Hộp 11-1 Mức lương cho lao động có trình độ cao

Ngày nay hầu hết sinh viên phải trả chi phí cho đào tạo ở trình độ cao. Chúng ta có thể nói gì với họ về lợi ích tài chính có thể tích lũy trong lương lai? Bảng sau chỉ ra kết quả của nghiên cứu thực nghiệm về các nhân tố quyết định đến tiền lương mọi người khi họ 33 tuổi.

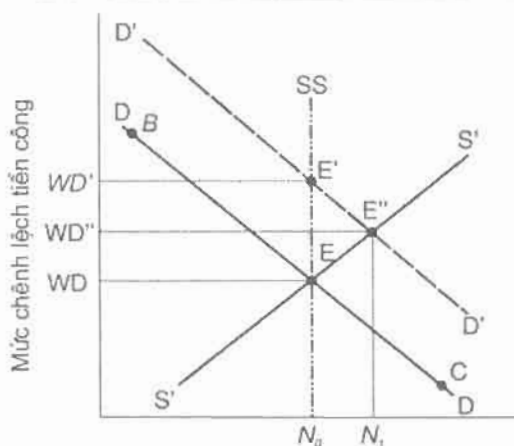
Nghiên cứu cho thấy rằng bằng cấp làm tăng rất nhiều thu nhập tương lai nhưng ngành học cũng là vấn đề. Sinh viên kinh tế học có thể hy vọng kiếm được nhiều tiền hơn sinh viên ngành lịch sử hay ngôn ngữ.

% tiền lương gia tăng ở độ tuổi 33 tại Anh

	Đàn ông	Phụ nữ
Bằng đại học	+ 15	+ 32
Bằng cao học	+ 15	+ 35
Ảnh hưởng tăng thêm của ngành nghiên cứu		
Nghệ thuật	- 10	+ 5
Kinh tế	+ 10	+ 24
Hoà học/Sinh học	- 17	- 11
Toán học/Vật lý	+ 9	+ 16

Nguồn: R.Blundell et al, "Returns to higher education in Britain", *Economic Journal*, 2000.

Hình 11.3 Thị trường lao động trình độ cao



Bộ phận lao động có trình độ đại học

Trong ngắn hạn đường cung lao động có trình độ đại học là cố định tại mức N_0 , nhưng trong dài hạn việc mức chênh lệch tiền lương đối với lao động có trình độ tăng lên sẽ làm cho số lượng người tham gia vào đào tạo đại học tăng lên. Đường cung dài hạn là $S'S'$. DD là đường cầu dốc xuống đối với lao động có trình độ đại học. Từ vị trí cân bằng ban đầu E với mức tiền lương chênh lệch là WD , việc đường cầu đối với lao động trình độ cao dịch chuyển lên phía trên làm cho tiền lương chênh lệch tăng lên đến WD' . Số lượng người có trình độ đại học ngày càng tăng, cân bằng dài hạn mới xảy ra tại E'' .

Giả sử đường cầu về lao động có trình độ đại học dịch lên trên tới $D'D'$. Những doanh nghiệp công nghệ cao muốn có nhiều lao động có học vấn. Trong ngắn hạn, với đường cung cố định SS , lương chênh lệch tăng lên tới WD' . Các doanh nghiệp đặt mức lương cao hơn trong việc cạnh tranh để có được những lao động khan hiếm. Nền kinh tế đạt vị trí E' .

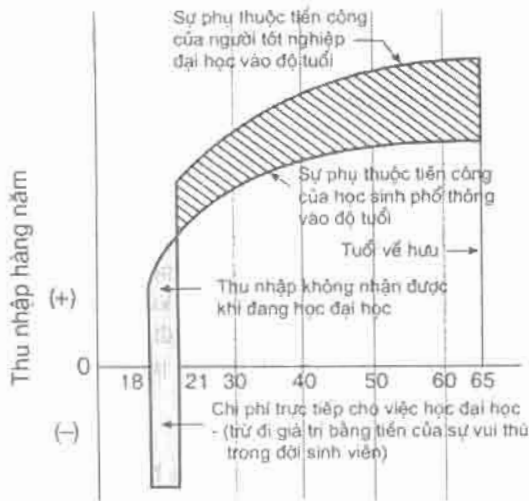
Này nay, lương phụ trội cho trình độ đại học là rất cao cho nên càng nhiều người muốn vào đại học. Trong dài hạn, cung lao động có trình độ tăng. Phần phụ trội cho lao động có trình độ giảm xuống. Cân bằng dài hạn là tại E'' với số lượng lao động có trình độ nhiều hơn và lương chênh lệch là WD'' .

Đầu tư vào vốn nhân lực: phân tích chi phí - lợi ích

Học sinh tốt nghiệp phổ thông sẽ tiếp tục học hay sẽ đi làm ngay? Có hai loại chi phí và hai loại lợi ích. Chi phí tức thời là trả cho giáo trình và học phí để tiếp tục học và thu nhập đáng lẽ ra có được nếu đi làm ngay (trừ đi thu nhập nhận được từ chính phủ như là học bổng).

Lợi ích thứ nhất, trong tương lai, là dòng thu nhập bổ sung mà người tốt nghiệp đại học có thể kiếm được. Lợi ích thứ hai diễn ra ngay lập tức nhưng dưới dạng phi tiền tệ. Đó là niềm vui hay lợi ích tiêu dùng do được đi học cao đẳng hoặc đại học. Hầu hết sinh viên đều có được khoảng thời gian tốt đẹp.

Để quyết định có đi học đại học không, học sinh tốt nghiệp phổ thông phải so sánh giữa chi phí hiện tại và dòng lợi ích tương lai. Hình 11.4 so sánh thu nhập của người tốt nghiệp phổ thông tham gia vào lực lượng lao động ở tuổi 18 và thu nhập của người tốt nghiệp đại học bắt đầu đi làm từ tuổi 21. Chi phí của việc học đại học, vùng màu xám, là thu nhập bị từ bỏ vì không có việc làm từ 18 đến 21 tuổi, cộng với chi phí trực tiếp cho học phí và giáo trình, trừ đi khoản tiền mà người tốt nghiệp phổ thông lẽ ra phải trả

Hình 11.4 Đầu tư cho đại học

Đồ thị minh họa các cách thức trả lương theo thâm niên công tác đối với một học sinh rời trường phổ thông vào năm 18 tuổi để tham gia vào lực lượng lao động và đối với một sinh viên trì hoãn việc tham gia vào lực lượng lao động cho đến năm 21 tuổi. Vùng diện tích gạch chéo minh họa phần thu nhập tăng thêm mà sinh viên đó sẽ thu được. Vùng màu xám phía trên 0 cho thấy thu nhập bị bỏ qua khi đang học đại học. Vùng màu xám phía dưới 0 minh họa giá trị bằng tiền của các chi phí và lợi ích khi đang học đại học; đồ thị giả định rằng những chi phí này cao hơn so với lợi ích. Quyết định tham gia vào đào tạo đại học hay không phụ thuộc vào việc so sánh giữa 2 vùng diện tích này.

để hưởng sự vui vẻ khi trở thành sinh viên. Lợi ích, vùng gạch chéo, là dòng thu nhập bổ sung kiếm được từ sau tuổi 21.

Học nhiều hơn có ý nghĩa nếu lợi ích lớn hơn chi phí. Nhưng lợi ích này là lợi ích trong tương lai. Mọi người đều thích 100£ ngày hôm nay hơn là khả năng 100£ trong 5 năm tới. Để so sánh loại này với loại kia, chúng ta cần chiết khấu, hoặc giảm giá trị của lợi ích tương lai (hoặc chi phí tương lai) để chuyển chúng về giá trị danh nghĩa của lợi ích hoặc chi phí hiện tại. Chương 12 chỉ ra chúng được chuyển cụ thể như thế nào.

Hiện tại, chúng ta bỏ qua các chi tiết về kỹ thuật. Khái niệm chung là đủ. Tuy nhiên, nếu lợi ích hiện tại lớn hơn chi phí hiện tại, việc đầu tư để nâng cao vốn nhân lực bằng đào tạo là có ý nghĩa. Nếu giá trị lợi ích hiện tại nhỏ hơn giá trị hiện tại của chi phí, việc đào tạo đại học là một sự đầu tư tồi. Tốt hơn là nên đi làm ngay.

Theo dạng của Hình 11.4, học đại học là một quyết định đúng cho sinh viên khi giá trị hiện tại của vùng gạch chéo (thu nhập tăng thêm trong tương lai nhờ đào tạo tốt hơn tạo ra) lớn hơn giá trị hiện tại của vùng màu xám (chi phí ròng của việc học đại học).

Hộp 11-2 · Đại học là một ước mơ xa vời đối với người nghèo

Đại học là rất xa xôi đối với thanh niên vùng nghèo nhất Merseyside, Alan Johnson, Bộ trưởng giáo dục nói như vậy ngày hôm qua. Ông ấy nói rằng trợ cấp đầu tư học phí sẽ động viên những trẻ em nghèo đi học đại học bởi nó giảm được gánh nặng tài chính lên gia đình bọn trẻ.

Tricia Jenkins, tại trường đại học Liverpool nói rằng: "Không phải những thanh niên thuộc 55% bảo trợ của Liverpool, Halton và Knowsley không có khả năng mà cái họ thiếu là cơ hội được vào học đại học. Phần lớn là bởi vì thông thường gia đình và xã hội không kỳ vọng vào việc đi học đại học".

Adapted from *The Guardian*, 21 May 2004.

Sử dụng học phí được trợ cấp đầy đủ để tài trợ học bổng cho những sinh viên nghèo hơn sẽ làm giảm chi phí đào tạo đại học và làm tăng giá trị của đào tạo đại học cho sinh viên nghèo. Tuy nhiên, vấn đề nảy sinh là việc chỉ ra giá trị của đào tạo đại học. Nếu đào tạo không có giá trị trong cộng đồng nghèo và cá nhân không được mong đợi thực hiện việc học đại học, thì sẽ không có sự gia tăng giá trị hiện tại ròng của bằng cấp đó.

Đào tạo trong quá trình làm việc và cách thức trả lương theo thâm niên

Hình 11.1 chỉ ra rằng giáo dục làm tăng khả năng thu nhập tương lai. Nhưng thu nhập cũng tăng theo kinh nghiệm trong công việc, đặc biệt là những công việc phức tạp thường đòi hỏi công nhân có khả năng và được đào tạo bài bản hơn. Học tập trong khi làm việc là quan trọng đối với cách thức trả lương theo thâm niên cho những người được

đào tạo bài bản hơn nhưng ít quan trọng hơn đối với người không có bằng cấp gì mà chỉ làm những công việc thường nhật để quen tay.

Nếu đào tạo trong khi làm việc làm tăng năng suất lao động của công nhân, vậy tại sao công nhân không trả cho doanh nghiệp giá trị của cơ hội học tập mà doanh nghiệp tạo ra? Một phần họ đã làm. Để hiểu như thế nào và tại sao, chúng ta phải phân biệt hai loại kỹ năng.

Các kỹ năng đặc thù của doanh nghiệp làm tăng năng suất lao động của một người công nhân chỉ khi nào người đó làm việc cho một doanh nghiệp nhất định.

Kỹ năng đặc thù của doanh nghiệp

Vốn nhân lực đặc thù của doanh nghiệp có thể hiểu một cách đơn giản là nắm bắt được hệ thống công việc hoạt động như thế nào hay hiểu một cách tinh vi là nắm được cách thức hiệu quả nhất để kết hợp các quá trình sản xuất khác nhau của một xí nghiệp nhất định. Trong cả hai trường hợp, kỹ năng đó không có giá trị đối với doanh nghiệp khác.

Kỹ năng chung nâng cao năng suất trong nhiều công việc; không chỉ công việc đang làm.

Kỹ năng chung

Ví dụ, như học để sử dụng Microsoft Word hoặc tìm hiểu thị trường chứng khoán hoạt động như thế nào.

Doanh nghiệp có khả năng tài trợ cho việc đào tạo kỹ năng đặc thù trong nội bộ doanh nghiệp. Sau đó, năng suất của công nhân trong doanh nghiệp đó sẽ cao hơn trong các doanh nghiệp khác. Doanh nghiệp sẽ không để mất người công nhân đó. Các kỹ năng càng tổng quát hay càng dễ chuyển nhượng, thì các doanh nghiệp càng muốn những người lao động trả chi phí đào tạo cho những kỹ năng đó. Không có doanh nghiệp nào đầu tư lớn cho đào tạo công nhân mà chỉ để thấy họ chuyển sang làm việc cho các doanh nghiệp khác.

Doanh nghiệp khi đào tạo kỹ năng chung thì cố bắt buộc những người lao động chỉ trả chi phí đào tạo. Doanh nghiệp đưa ra cách thức trả lương theo thâm niên bắt đầu dưới mức sản phẩm cận biên của người lao động nhưng đảm bảo sẽ tăng lên theo thời gian. Việc học nghề, cả trong công nghiệp lẫn các ngành chuyên môn cao là những ví dụ cụ thể. Công nhân chỉ trả cho đào tạo bằng cách làm việc mà hưởng dưới mức sản phẩm cận biên hiện tại. Công nhân trả chi phí đầu tư vào vốn nhân lực vì doanh nghiệp cam kết cách thức trả lương theo thâm niên nên người công nhân sẽ bù đắp khoản đầu tư ban đầu bằng lợi ích tương lai. Trên Hình 11.2 cách thức trả lương theo thâm niên tăng rất nhanh đối với những người có học vấn hơn là những công nhân không có trình độ mà quá trình đào tạo của họ bị giới hạn.

Bộ lọc đầu hiệu

Lý thuyết về vốn nhân lực cho rằng giáo dục và đào tạo làm tăng năng suất lao động của công nhân. Một lý thuyết khác về đào tạo là lý thuyết về đầu hiệu. Lý thuyết này cho rằng đầu tư thích đáng cho đào tạo với chi phí cao là hành vi hợp lý ngay cả khi nó không làm tăng trực tiếp sản phẩm cận biên của lao động. Lý thuyết này có thể là hữu ích hơn trong việc giải thích tại sao những người tốt nghiệp ngành sử học có thể kiếm nhiều tiền trong lĩnh vực ngân hàng.

Lý thuyết này giả định rằng con người sinh ra có những khả năng bẩm sinh khác nhau. Một số người có khả năng tốt trong hầu hết mọi công việc, trong khi đó những người khác thì kém thông minh hơn và năng suất làm việc thấp hơn. Không phải tất cả những người thông minh đều có mắt xanh. Vấn đề đối với doanh nghiệp là làm như thế nào để nhận ra những người thông minh và có năng suất lao động cao. Nhìn vào mắt họ là không đủ.

Bộc lộ dấu hiệu là quyết định thực hiện một hành động để bộc lộ thông tin bên trong.

Giả sử rằng trình độ học vấn cao không đóng góp gì đối với năng suất lao động. Lý thuyết dấu hiệu cho rằng, khi đang tiếp tục học vấn, những người thông minh phát tín hiệu cho các doanh nghiệp rằng họ có năng suất lao động cao trong tương lai. Trình độ học vấn cao cho thấy những người có năng suất lao động cao và thông minh. Các doanh nghiệp có thể trả cho sinh viên tốt nghiệp đại học nhiều hơn bởi vì họ biết rằng đó là những người lao động có năng suất cao.

Tuyển chọn là quá trình tìm hiểu thông tin nội bộ bằng việc quan sát sự khác nhau trong hành vi.

Để có hiệu quả, quá trình chọn lọc phải tách biệt những người lao động có khả năng tốt ra khỏi những người khác. Tại sao những người lao động có khả năng thấp hơn không đi học đại học và lựa chọn doanh nghiệp trả cho họ lương cao? Những người lao động có khả năng thấp hơn sẽ không tự tin để vượt qua quá trình lựa chọn.

Nếu học tập làm tăng năng suất, doanh nghiệp nên trả lương cao cho những người học đại học, dù cho họ có vượt qua kỳ thi tốt nghiệp hay không. Nếu trường đại học tuyển chọn những người tốt, doanh nghiệp sẽ không quan tâm đến việc đi học đại học mà quan tâm tới kết quả học tập.

Hộp 11-3 Thông tin không đối xứng

Giải thưởng Nobel Kinh tế học năm 2001 được trao cho ba nhà kinh tế, những người tiến hành phân tích thông tin nội bộ, con người ta biết rõ về mình hơn là những người khác biết về họ.

George Akerlof ở trường đại học California lần đầu tiên tiến hành phân tích hành vi trong thị trường xe ô tô cũ, nơi mà người tiêu dùng hoài nghi rằng người bán cố gắng bán những chiếc xe không thể sử dụng được nữa, trong trường hợp này người bán có thông tin nhiều hơn so với người mua. Akerlof chỉ ra rằng tại điểm cân bằng, những người mua giả định rằng tất cả những chiếc xe đều không tốt. Người bán những chiếc xe tốt không thể đạt được mức giá hợp lý. Những phân tích tương tự giúp chúng ta hiểu được những khoản vay mạo hiểm, các trái phiếu rủi ro cao và các dạng phân biệt đối xử với các nhóm người thiểu số. Chương 12 sẽ xem xét sự lựa chọn bất lợi này một cách chi tiết hơn.

Michael Spence ở trường đại học Stanford cho rằng vấn đề này phần nào được giải quyết nếu những người có phẩm chất tốt thực thi những hành động tốn kém để bộc lộ một cách đáng tin cậy

rằng họ là những người tốt. Nghiên cứu của ông nhấn mạnh học vấn có thể bộc lộ dấu hiệu về tài năng bẩm sinh. Việc bộc lộ dấu hiệu cũng giải thích các doanh nghiệp sử dụng cổ tức như thế nào để đưa ra dấu hiệu về mục tiêu tối ưu hoá lợi nhuận tương lai cho thị trường cổ phiếu.

Joseph Stiglitz ở trường đại học Columbia, hiện là nhà Kinh tế trưởng của Ngân hàng Thế giới, đã xây dựng một giải pháp khác cho bài toán lựa chọn bất lợi của Akerlof, dựa vào sự tuyển chọn của những người không được thông tin hơn là sự bảo hiểm của những người được thông tin. Bằng việc đưa ra mức phí bảo hiểm thấp hơn trong trao đổi cho một sự khấu trừ cao hơn, các công ty bảo hiểm có thể khiến những người biết mình có rủi ro thấp bộc lộ bản thân mình. Một cách tương tự, cách thức trả lương theo thâm niên tăng nhanh, bắt đầu với mức rất thấp và kết thúc với mức lương rất cao, sẽ hấp dẫn chi đối với những người lao động không có ý định rời bỏ công việc sớm.

For other Nobel Prize winners see www.nobel-prize.org

Một số hãng thuê sinh viên đại học trước khi họ thi tốt nghiệp. Có phải đó là dẫn chứng chống lại lý thuyết dấu hiệu? Cũng không hẳn như vậy. Tuyển chọn lao động vận hành theo cách thứ hai. Vì hầu hết mọi người đều biết khả năng của bản thân, các doanh nghiệp có thể tin tưởng rằng những người tiếp tục học đại học cho đến năm tốt nghiệp họ sẽ có khả năng tốt hơn khi tốt nghiệp.

Dường như học vấn (cho đến mức cao nhất) có đóng góp ít nhiều đối với năng suất lao động. Nhưng nó cũng là một yếu tố của việc tuyển chọn. Các bằng cấp cơ khí, luật và kinh doanh có lẽ góp phần làm tăng năng suất lao động nhiều hơn so với triết học, lịch sử hay tiếng pháp trung cổ.

Nếu học vấn trực tiếp làm tăng năng suất lao động, điều đó tốt cho xã hội. Nó làm tăng số lượng sản phẩm mà lực lượng lao động tạo ra. Điều gì xảy ra nếu học vấn cao chỉ để bộc lộ dấu hiệu của những người lao động có khả năng tốt hơn? Việc đi học đại học vẫn có ý nghĩa. Nó làm tăng thu nhập tương lai của những người lao động. Điều này có ý nghĩa trên giác độ toàn xã hội không? Xã hội cũng có lợi từ việc nhận biết đâu là những người lao động có khả năng tốt hơn từ việc bố trí những người có khả năng vào những công việc phức tạp, xã hội như vậy sẽ tạo ra sản lượng lớn hơn.

Nếu chức năng duy nhất của đào tạo trình độ cao là để tuyển chọn những người lao động có khả năng tốt, thì có một cách thức ít tốn kém hơn để xã hội đạt được điều đó. Một sự kiểm tra IQ quốc gia, với các kết quả được điều chỉnh về những bất lợi ban đầu và cơ hội trước khi đi học, cũng có thể tuyển chọn (thậm chí tốt hơn) với chi phí thấp hơn cho toàn xã hội.

11.2 Phân biệt đối xử

Bảng 11.1 cho thấy nữ giới thu nhập ít hơn so với nam giới. Bảng 11.2 chỉ ra các nhóm thiểu số thu nhập ít hơn so với người da trắng. Đó có phải là bằng chứng về phân biệt giới tính và chủng tộc trong thị trường lao động ở Anh?

Một số công việc được trả lương nhiều hơn những công việc khác. Những chênh lệch trong thu nhập trung bình giữa những nhóm có thể nảy sinh vì hai lý do khác biệt. Những nhóm người khác nhau có thể có tỷ trọng khác nhau trong những công việc có thu nhập cao hoặc được trả lương khác nhau cho cùng một công việc.

Sự khác biệt giữa nữ giới và nam giới

Bảng 11.2 chỉ ra thu nhập tuần năm 2002 cho các công việc khác nhau và xu hướng việc làm của nữ giới và nam giới. Nữ giới làm việc ít trong ngành sản xuất công nghiệp và chủ yếu là làm trong ngành dịch vụ. Xu hướng việc làm không phải là nguyên nhân chính dẫn đến một thực tế là trung bình nữ giới thu nhập ít hơn nam giới 8000£ một năm. Nếu nữ giới có khuynh hướng việc làm như nam giới trong Bảng 11.2 nhưng được trả với mức thu nhập của nữ giới, thì thu nhập trung bình của nữ giới hầu như không thay đổi. Nguyên nhân chính của việc nữ giới có thu nhập ít hơn là họ kiếm được ít hơn so với nam giới ở bất kỳ công việc nào mà họ làm.

Bảng 11.2 Việc làm và thu nhập hàng năm ở Liên hiệp Anh, 2000
(Việc làm toàn bộ thời gian)

Nghề nghiệp	Thu nhập nam giới (1000£)	% lao động nam giới	Thu nhập nữ giới (1000£)	% lao động nữ giới
Sản xuất công nghiệp	25,6	57	18,2	82
Dịch vụ	29,2	43	20,6	18

Nguồn: ONS, New Earnings Survey.

Bảng 11.2 chỉ xem xét các nhóm công việc chủ yếu. Trong mỗi nhóm có nhiều mức độ khác nhau. Bảng 11.2 cũng cho thấy nữ giới được trả ít hơn nam giới ở cùng một công việc và nam giới được thăng chức và được đào tạo sớm hơn so với nữ giới trong các nhóm công việc chung đó. Tỷ lệ nữ giới trong các công việc có chuyên môn cao hay các công việc quản lý là có thể so sánh được với nam giới nhưng có rất ít nữ giới là thành viên của ban giám đốc trong các công ty lớn.

Tại sao các công ty thường đào tạo và thăng chức cho nữ giới chậm hơn so với nam giới. Giả sử các công ty chịu một số chi phí cho việc đào tạo. Điều này có nghĩa là công

ty đưa ra một quyết định đầu tư dài hạn. Giả sử nữ giới và nam giới có khả năng và trình độ học vấn như nhau, điều đó có nghĩa là công ty có cùng chi phí để đào tạo với cả hai giới tính.

Giả sử các công ty cho rằng nữ giới là dễ bị gián đoạn hay thậm chí kết thúc công việc của mình khi tuổi còn trẻ hơn so với nam giới. Vì lý do về mặt sinh lý, nữ giới sẽ có con. Các công ty có thể cho rằng giá trị hiện tại của các lợi ích năng suất tăng thêm trong tương lai là thấp hơn đối với nữ giới bởi vì rất nhiều nữ giới làm việc với số năm ít hơn trong tương lai. Sẽ là có lợi hơn đối với công ty nếu đào tạo và thăng chức cho nam giới.

Một số nữ giới dự định làm công việc toàn bộ thời gian, không sinh con hoặc quay trở lại làm việc hầu như ngay lập tức sau khi sinh con. Trong trường hợp này các công ty có thể thực hiện việc đầu tư cho những nữ giới như vậy. Một công ty làm thế nào để nhận biết một nữ giới trẻ sẽ có ý định như vậy? Việc hỏi ý kiến người nữ giới đó là không có ý nghĩa. Không có bất kỳ một động cơ nào để người nữ giới trẻ nói ra sự thật.

Giả sử các công ty đưa ra cho các công nhân trẻ một sự lựa chọn giữa cách trả lương tương đối đồng đều và một cách trả lương mà bắt đầu với mức lương thấp hơn nhưng sau đó sẽ trả cao hơn rất nhiều. Theo cách này các công ty có thể tạo ra hai cách trả lương với giá trị như nhau cho những người làm việc trong suốt quãng đời của họ. Sự hy sinh ban đầu (lương thấp) được bù đắp bằng lợi ích về sau (lương cao). Một người dự định bỏ việc ví dụ ở tuổi 30, sẽ không bao giờ lựa chọn cách trả lương tăng nhanh về sau (cách trả lương thứ hai).

Các cách thức trả lương liên quan đến độ tuổi có khả năng phát hiện các dự định việc làm thực tế của công nhân. Nếu nữ giới hay một nhóm nào khác có nhiều khả năng bỏ việc ở độ tuổi trẻ chấp nhận cách trả lương tăng nhanh về sau, công ty có thể tin tưởng thực hiện việc đào tạo mà không sợ khoản đầu tư đó là lãng phí.

Một số công ty có thể vẫn trả lương cho nữ công nhân thấp hơn so với nam giới cho dù họ giống nhau trên tất cả các mặt kể cả rủi ro bỏ việc. Đây là sự phân biệt đối xử một cách công khai.

Xã hội ngày càng trở nên bình đẳng hơn đối với nữ giới. Phân tích của chúng tôi cho thấy rằng việc xóa bỏ chế độ phụ hệ, hay sự thừa nhận rộng rãi hơn đối với việc làm bán thời gian cho cả 2 giới làm giảm động cơ đối với các công ty khi quyết định ưu tiên hơn trong việc đào tạo nam giới. Cho dù xã hội cổ mong muốn tổ chức công việc và cuộc sống theo những nguyên tắc như vậy hay không cũng không phải là vấn đề đối với kinh tế học.

Phân biệt đối xử là sự đối xử khác nhau với những người có các đặc tính như nhau.

Bảng 11.3 Sinh viên ở Anh 1971 - 2002 (đơn vị 1 000 người)

	Nam giới		Nữ giới	
	1971	2002	1971	2002
Bổ túc nghề				
Toàn thời gian	116	569	95	559
Bán thời gian	891	1665	630	2562
Đại học				
Toàn thời gian	241	519	173	620
Bán thời gian	127	263	19	412
Sau đại học				
Toàn thời gian	33	94	10	93
Bán thời gian	15	133	3	153

Nguồn: ONS, *Social Trends*.

Tiếp cận giáo dục

Một số công ty đối xử với các công nhân giống nhau một cách bình đẳng nhưng vẫn trả lương cho nam giới cao hơn so với nữ giới vì nam giới có trình độ học vấn tốt hơn so với nữ giới. Như vậy, nguyên nhân của việc tiến lương khác nhau không phải là tại thị trường lao động mà là do sự khác biệt về trình độ học vấn.

Bảng 11.3 minh họa các sinh viên học bán thời gian và toàn thời gian ở 3 cấp độ học vấn: bổ túc nghề, đại học và sau đại học. Năm 1971 các sinh viên nam chiếm

đa số so với sinh viên nữ ở tất cả các cấp độ học vấn. Ngày nay, khoảng cách giới tính này không còn nữa.

Tuy nhiên, số liệu hiện tại về khuynh hướng thu nhập phản ánh tình hình giáo dục qua nhiều thập kỷ trước. Các giảm độc điều hành ngày nay đã tốt nghiệp đại học vào những năm 1970. Sự bất công bằng về giáo dục trong quá khứ tạo ra cái bóng của nó đối với thị trường lao động ngày nay.

Phân biệt chủng tộc

Cùng nguyên tắc chung như vậy có thể áp dụng đối với phân biệt chủng tộc và sự chênh lệch thu nhập giữa người da trắng và người da màu. Rất nhiều nghiên cứu đã đưa ra số liệu trong Bảng 11.4. Bình quân, người da màu thu nhập thấp hơn so với người da trắng.

Bảng 11.4 Các nhóm chủng tộc, Liên hiệp Anh, 2002

	Tỷ trọng tham gia lao động		Tỷ lệ thất nghiệp	
	Nam	Nữ	Nam	Nữ
Da trắng	85	75	5	4
Da đen	77	64	17	13
Ấn Độ	80	69	6	8
Pakistan	74	36	14	19
Bangladesh	75	22	21	16

Nguồn: ONS, *Labour Market Trends*.

Các cách trả lương theo độ tuổi đối với nam giới da màu là bằng phẳng (đồng đều qua các năm) hơn nhiều so với da trắng. Nam giới da trắng cũng dễ dàng được thăng chức và tăng lương hơn. Tiếp đến, điều này cũng tạo ra động cơ cho những nhân viên da trắng thực hiện những công việc phức tạp hơn đòi hỏi chuyên môn và kinh nghiệm. Một trong những nguyên nhân của vấn đề này đối với người da màu là mức học vấn mà họ có. Tiến trợ cấp giáo dục là thấp đối với những người da màu do học tập tại các trường nội thị nghèo khổ.

Cho dù điều này có phản ánh sự thiếu hụt nguồn lực hay những hạn chế về trình độ học vấn hay không thì các công ty vẫn cho rằng những công nhân này sẽ có năng suất lao động thấp và khó đào tạo hơn. Như vậy, các công nhân này sẽ nhận được sự đào tạo ít hơn từ phía các công ty. Một số lượng lớn những người da màu bị hạn chế trong những công việc không cần kỹ năng và lương thấp.

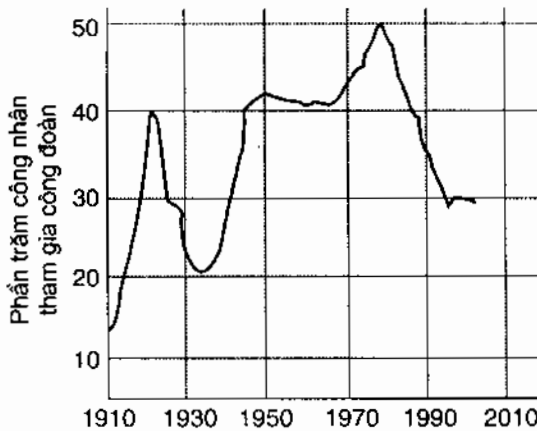
Bảng 11.4 kết thúc phần xem xét của chúng ta về phân biệt chủng tộc. Phụ nữ hồi giáo từ Pakistan và Bangladesh có tỷ trọng thấp nhất trong lực lượng lao động. Điều này phản ánh cả sự khác biệt trong việc sẵn sàng cung ứng sức lao động của họ cũng như bằng chứng về sự phân biệt trong cấu trúc lao động của các công ty. Tuy nhiên, tất cả các nhóm thiểu số đều có tỷ lệ thất nghiệp cao hơn so với người da trắng.

Một lần nữa chúng ta khẳng định rất khó tách biệt rõ ràng giữa phân biệt đối xử trên thị trường lao động và trong xã hội. Các công ty phải hành động vì lợi ích cho các cổ đông của mình. Do đó, các công ty cho rằng các nhóm công nhân khác nhau đã có những đặc điểm khác nhau, hay sẽ hành động một cách khác nhau trong suốt quãng đời làm việc, các công ty sẽ đối xử với các nhóm khác nhau một cách khác nhau. Nếu xã hội không loại bỏ được những khác biệt này trong đặc tính cá biệt, cơ hội và hành vi của các nhóm công nhân khác nhau thì sự loại trừ chủ nghĩa phân biệt chủng tộc hay phân biệt giới tính cũng sẽ góp phần nào thôi để loại trừ sự khác biệt về thu nhập giữa các nhóm công nhân khác nhau.

11.3 Nghiệp đoàn

Nghiệp đoàn là tổ chức của những người công nhân do bản thân họ tạo dựng lên để can thiệp vào tiền lương và điều kiện làm việc. Có thực sự các nghiệp đoàn bảo vệ những người công nhân chống lại sự bóc lột bởi những ông chủ có quyền lực hay họ sử dụng quyền lực của mình để đảm bảo việc tăng lương và chống lại những thay đổi công nghệ hay những cải tiến trong năng suất lao động mà có thể đe dọa việc làm của những thành viên nghiệp đoàn?

Hình 11.5 Thành viên nghiệp đoàn (% lao động thường dân)



Nguồn: Bain and Elsheik, *Union Growth and the Business Cycle*, Basil Blackwell, 1976; ONS, *Labour Market Trends*.

Vào năm 1980, có khoảng một nửa lao động thường dân ở Liên hiệp Anh tham gia nghiệp đoàn. Hình 11.5 minh họa những thay đổi từ năm 1910. Sau sự tăng lên đều đặn về số lượng thành viên nghiệp đoàn, đến năm 1920 thì có một sự giảm sút mạnh trong suốt thời kỳ khủng hoảng của những năm 1930. Sau khi có sự phục hồi mạnh mẽ cho đến năm 1950, mức độ nghiệp đoàn hoá lực lượng lao động tương đối ổn định cho đến cuối những năm 1960. Những năm 1970 cho thấy một sự tăng mạnh về số lượng thành viên nghiệp đoàn và đạt đỉnh điểm vào năm 1979 sau đó nó có xu hướng giảm mạnh.

Việc nghiệp đoàn hoá giảm phản ánh một số khuynh hướng. Thứ nhất, tỷ trọng của khu vực dịch vụ trong tổng sản phẩm quốc dân tăng lên, tỷ trọng trong công nghiệp truyền thống, lao động chân tay giảm xuống. Thứ hai, khu vực công cộng nơi mà các nghiệp đoàn có truyền thống là có tổ chức tốt cũng giảm xuống vì quá trình tư nhân hoá và cắt giảm quy mô của khu vực công cộng. Thứ ba, máy tính và các tiến bộ kỹ thuật khác đã làm cho sản xuất trở nên linh hoạt hơn và có quy mô nhỏ,

những tình huống này gây ra việc khó khăn hơn trong việc tổ chức một nghiệp đoàn. Thứ tư, việc tham gia của lao động nữ ngày càng lớn trong lực lượng lao động thường là trong các công việc bán thời gian nơi mà việc tổ chức nghiệp đoàn là khó khăn hơn. Cuối cùng, quá trình toàn cầu hoá có một ảnh hưởng lớn mà sắp tới chúng ta sẽ giải thích. Chúng ta cần tiếp tục phân tích những gì mà nghiệp đoàn làm trên thực tế.

Các nghiệp đoàn làm gì?

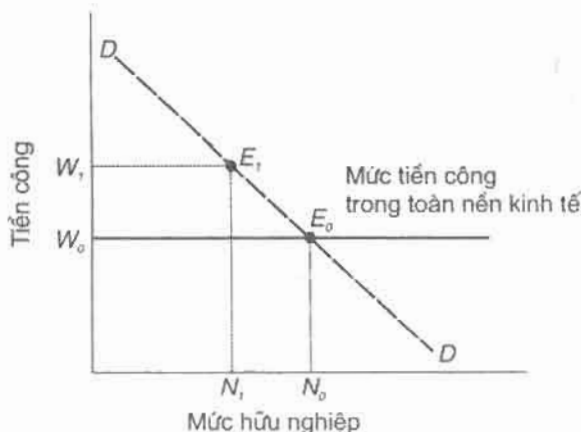
Quan điểm truyền thống về các nghiệp đoàn là chúng cân bằng với sức mạnh mà một hãng có trong việc đàm phán về mức lương và điều kiện làm việc. Một hãng đơn lẻ có nhiều công nhân. Nếu mỗi công nhân phải đàm phán riêng biệt với hãng, hãng có thể đưa ra đề nghị chấp nhận công việc đó hay từ bỏ nó. Một công nhân có kỹ năng đặc thù về vốn nhân lực đối với hãng mà kỹ năng đó sẽ là vô tác dụng đối với các hãng khác, có thể gặp phải sự giảm sút mạnh trong năng suất và tiền lương nếu từ bỏ đề nghị của hãng này. Hãng này sẽ có sức mạnh mặc cả lớn nếu nó ký hợp đồng riêng rẽ với từng công nhân. Ngược lại, bằng việc được đại diện bởi nghiệp đoàn, các công nhân có thể áp đặt những chi phí lớn đối với hãng nếu họ cùng từ bỏ công việc. Hãng có thể thay thế một công nhân nhưng không thể thay thế toàn bộ lực lượng lao động. Sự tồn tại của các nghiệp đoàn nâng cao sức mạnh mặc cả.

Khi một nghiệp đoàn được hình thành nó không chỉ có mục tiêu bảo vệ các thành viên của mình mà còn cải thiện tiền lương và điều kiện làm việc của họ. Để thành công

Một **hợp đồng đóng** là một hợp đồng mà đảm bảo tất cả các công nhân của một hãng đều là thành viên của nghiệp đoàn.

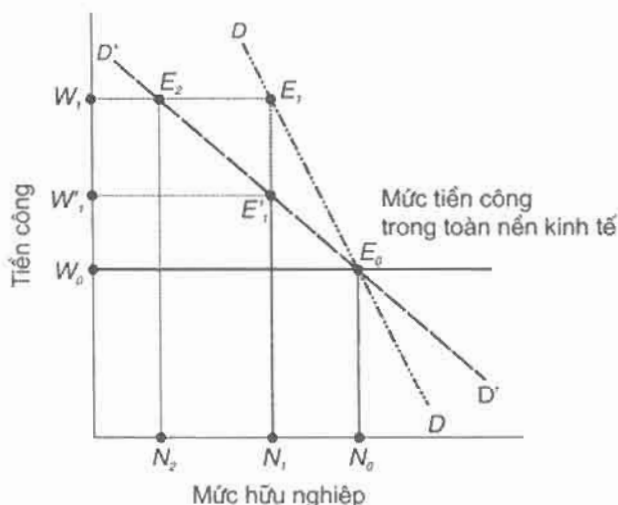
nghiệp đoàn phải có thể hạn chế cung lao động đối với hãng. Nếu hãng thuê lao động phi nghiệp đoàn, các nghiệp đoàn sẽ khó khăn trong việc duy trì mức tiền lương cao hơn so với mức mà hãng thuê các công nhân phi nghiệp đoàn. Điều này là một lý do tại sao các nghiệp đoàn ưa thích các hợp đồng đóng với các hãng⁽¹⁾.

Hình 11.6 Nghiệp đoàn trong thị trường lao động



Khi không có nghiệp đoàn ngành sẽ có đường cung lao động nằm ngang tại mức tiền lương W_0 . Với cấu lao động của ngành DD, cân bằng xảy ra tại E_0 . Bằng việc hạn chế cung lao động của ngành xuống mức N_1 , nghiệp đoàn có thể tăng tiền lương lên mức W_1 . Có sự đánh đổi số lượng lao động ít hơn trong ngành lấy tiền lương cao hơn.

Hình 11.7 Chênh lệch tiền lương và cấu lao động



Giả sử nghiệp đoàn hạn chế cung lao động từ N_0 đến N_1 . Nó làm tăng lương trong ngành và các thành viên nghiệp đoàn được hưởng mức tiền lương chênh lệch so với các công nhân phi nghiệp đoàn khác trong nền kinh tế. Nếu cấu lao động trong ngành càng không co giãn thì mức chênh lệch càng lớn khi số lượng việc làm giảm xuống.

Các nghiệp đoàn gia tăng tiền lương bằng việc hạn chế cung như thế nào? Hình 11.6 minh họa đường cầu lao động DD có độ dốc âm của một ngành. Tiền lương trong nền kinh tế là W_0 , chúng ta giả định ngành có đường cung lao động co giãn hoàn toàn tại mức tiền lương W_0 . Nếu thiếu vắng các nghiệp đoàn, thị trường cân bằng tại E_0 với mức việc làm N_0 .

Bây giờ, chúng ta giả định tất cả các công nhân trong ngành đều gia nhập một nghiệp đoàn và nghiệp đoàn này hạn chế lao động trong ngành ở mức N_1 . Ngành có đường cung lao động thẳng đứng ở mức N_1 . Thị trường cân bằng tại E_1 . Bằng việc hy sinh số lượng việc làm trong ngành, nghiệp đoàn tăng mức lương cho mỗi lao động từ W_0 lên W_1 . Ở mức tiền lương và chi phí sản xuất cận biên cao hơn mỗi hãng sẽ phải tăng giá bán sản phẩm của mình. Ảnh hưởng tổng thể của nghiệp đoàn không chỉ là tăng lương và giảm việc làm trong ngành mà còn làm tăng giá sản phẩm và giảm sản lượng cân bằng của ngành.

Phân tích này đặt ra hai vấn đề. Điều gì quyết định mức độ các nghiệp đoàn sẽ đánh đổi số lượng việc làm ít hơn lấy mức tiền lương cao hơn trong ngành? Và điều gì quyết định các nghiệp đoàn có sức mạnh đến đâu để kiểm soát cung lao động đối với những ngành cụ thể?

Giả định rằng nghiệp đoàn có toàn quyền kiểm soát cung lao động đối với một hãng hoặc một ngành. Nó có thể đánh đổi giữa việc làm và tiền lương tăng lên. Mức độ sẽ phụ thuộc vào sở thích hay thị hiếu của nghiệp đoàn và các thành viên. Nó có thể tối đa hóa tổng thu nhập (tiền lương x số người có việc làm) của các thành viên hoặc tối đa hoá thu nhập theo đầu người (tiền lương) của những người có việc làm. Điều đó phụ thuộc rất nhiều vào sức mạnh và cơ chế ra quyết định trong nội bộ nghiệp đoàn.

(1) Các nghiệp đoàn thường cho rằng nếu thiếu hợp đồng đóng, các công nhân phi nghiệp đoàn sẽ có lợi từ những cải thiện về tiền lương và điều kiện làm việc nhờ các nỗ lực của nghiệp đoàn. Các thành viên phi nghiệp đoàn có lợi thế "ăn không" mà không phải đóng nghiệp đoàn phí.

Nghiệp đoàn càng quan tâm đến các thành viên lâu năm thì càng có thể tối đa hóa tiền lương một cách độc lập với những gì xảy ra với việc làm. Các công nhân lâu năm có kỹ năng chuyên môn giỏi nhất và có khả năng thấp nhất bị sa thải khi ngành cắt giảm việc làm. Ngược lại, nếu nghiệp đoàn càng dân chủ và càng quan tâm đến những thành viên tiềm tàng của mình cũng như những thành viên hiện đang làm việc thì nó càng ít hạn chế số lượng việc làm để nâng cao mức lương cho những người đang còn làm việc trong ngành.

Việc giảm cung lao động sẽ làm tăng tiền lương nhiều nhất khi cầu co giãn ít nhất. Hình 11.7 minh họa điều này. Khi không có nghiệp đoàn ngành cân bằng tại vị trí E_0 , tại đó đường cung lao động nằm ngang cắt đường cầu lao động. DD minh họa đường cầu lao động không co giãn và $D'D'$ là đường cầu lao động co giãn hơn. Cầu lao động càng ít co giãn thì tiền lương tăng càng lớn khi nghiệp đoàn giảm cung lao động từ N_0 đến N_1 .

Khi ngành công nghiệp ô tô được công đoàn hoá, lúc đầu đường cầu thứ phát đối với các công nhân trong ngành này tương đối không co giãn. Bằng việc hạn chế mức việc làm đến N_1 nghiệp đoàn tăng tiền lương trong ngành từ W_0 đến W_1 . Sau đó, các nhà sản xuất ô tô Nhật Bản bắt đầu cạnh tranh trên thị trường Anh. Đường cầu về sản lượng của mỗi doanh nghiệp ở Anh trở nên co giãn theo giá hơn. Do vậy, đường cầu thứ phát đối với lao động cũng trở nên co giãn hơn, quay từ DD sang $D'D'$ trong Hình 11.7. Tại mức tiền lương W_1 , các doanh nghiệp nội địa bị mất thị phần và mức việc làm của nghiệp đoàn giảm từ N_1 xuống N_2 .

Nghiệp đoàn hoá và sự khác biệt tiền lương

Bảng 11.5 minh họa những ước tính về chênh lệch tiền lương nghiệp đoàn, một thành viên nghiệp đoàn sẽ thu nhập nhiều hơn bao nhiêu so với một công nhân phi nghiệp đoàn?

% tăng đối với thành viên nghiệp đoàn	1984	1990
Không có kỹ năng	10,5	7,5
Bán kỹ năng	10,5	6,5
Có kỹ năng	3,5	1,5

Nguồn: M.Stewart, "Union wage differentials in an era of declining unionisation", Oxford Bulletin of Economics and statistics, 1995.

Các thành viên nghiệp đoàn thu nhập cao hơn 7,5% so với những người không thuộc nghiệp đoàn trong những công việc không có kỹ năng, nhưng chỉ cao hơn 1,5% trong những công việc đòi hỏi kỹ năng. Sức mạnh nghiệp đoàn giảm xuống qua thời gian và như vậy sự chênh lệch tiền lương nghiệp đoàn cũng giảm xuống.

Sức mạnh của nghiệp đoàn cũng khác nhau giữa các ngành. Hình 11.7 chỉ ra độ dốc của đường cầu lao động là nhân tố quyết định sức mạnh của nghiệp đoàn trong việc tăng tiền lương mà không phải giảm số lượng lớn việc làm. Chương 10 chỉ ra cầu lao động là cầu thứ phát, nó phản ánh hay thể hiện cầu đối với sản phẩm của doanh nghiệp.

Trước hết, chúng ta xem xét một ngành không có sự cạnh tranh mạnh, có ít các doanh nghiệp nội địa và ít cạnh tranh với thị trường nước ngoài. Các doanh nghiệp trong ngành này có thể thu được siêu lợi nhuận. Bằng việc đe dọa đình công, các nghiệp đoàn có thể làm cho các doanh nghiệp chia sẻ lợi nhuận này dưới hình thức tiền lương cao hơn.

Mặt khác, trong một ngành cạnh tranh hoàn hảo, nếu nghiệp đoàn trong một doanh nghiệp tăng mức lương sẽ đẩy doanh nghiệp này ra khỏi ngành. Nếu nghiệp đoàn có thể tổ chức toàn bộ ngành thì nó sẽ chuyển ảnh hưởng tăng lương này sang những người tiêu dùng trên thị trường.

Hộp 11-4 Lá cờ của các nghiệp đoàn

Hình 11.5 minh họa sự giảm dần số lượng thành viên nghiệp đoàn. Chúng ta có tìm hiểu kỹ hơn về các nguyên nhân gây ra hiện tượng này bằng việc xem xét khu vực xảy ra sự giảm sút.

**Thành viên nghiệp đoàn
(% lực lượng lao động 1990 - 2003)**

	1990	2003	Thay đổi
Nam giới	43	29	-14
Nữ giới	32	29	- 3
Toàn thời gian	43	32	-11
Bán thời gian	22	21	- 1
Lao động chân tay	42	26	-16
Phi chân tay	35	29	- 6
Công nghiệp	44	27	-17
Dịch vụ	37	30	- 7
Công cộng	65	58	- 7
Tư nhân	24	12	-12

Nguồn: ONS, *Labour Market Trends*.

Bảng này xem xét những cách phân chia khác nhau: nam/nữ, toàn thời gian/bán thời gian, chân tay/phi chân tay, công nghiệp/dịch vụ, công cộng/tư nhân.

Không chỉ các công việc lao động chân tay toàn thời gian của nam giới giảm bớt khi ngành công nghiệp sản xuất trở nên ít quan trọng hơn đối với nền kinh tế Anh, mà số lượng thành viên nghiệp đoàn cũng giảm mạnh đối với những công việc này. Điều này là một sự bất lợi lớn đối với các thành viên nghiệp đoàn.

Cuối cùng, triển vọng của nghiệp đoàn rất ảm đạm với số lượng thành viên rất khác nhau theo độ tuổi. Chỉ 14% công nhân có độ tuổi từ 16 đến 24 là thành viên nghiệp đoàn so với 40% công nhân có độ tuổi trên 50.

Qua việc nghiên cứu nhiều ngành khác nhau, Mark Stewart ở trường đại học Warwick nhận định rằng điều này chắc chắn xảy ra trong thực tế⁽²⁾. Trong các ngành cạnh tranh có sự cạnh tranh mạnh từ thị trường nước ngoài, các nghiệp đoàn không đạt được sự chênh lệch tiền lương. Trong các ngành không có sự cạnh tranh từ thị trường nước ngoài nhưng có nhiều doanh nghiệp nội địa, sự chênh lệch trong tiền lương chỉ tồn tại khi xảy ra hiện tượng nghiệp đoàn hoá trên phạm vi toàn bộ ngành. Tuy nhiên, các nghiệp đoàn đạt được những thành quả lớn trong những ngành có ít doanh nghiệp nội địa và sự cạnh tranh từ thị trường nước ngoài là tương đối nhỏ.

Quá trình toàn cầu hoá cũng ảnh hưởng đến các nghiệp đoàn. Ngày càng nhiều ngành gặp phải cạnh tranh quốc tế mạnh hơn làm giảm lợi nhuận chảy vào túi của nhà độc quyền nội địa, lợi nhuận mà các nghiệp đoàn nhắm vào. Khi cạnh tranh tăng lên làm cho cấu trúc lao động thứ phát trở lên co giãn hơn, các nghiệp đoàn gặp phải tình trạng bất lợi hơn trong quan hệ đánh đổi giữa tiền lương và số lượng việc làm. Hạn chế cung lao động chỉ làm tăng lương khi phải hy sinh số lượng việc làm lớn. Khi sự đánh đổi trở nên ít hấp dẫn hơn thì điều đó cũng có nghĩa là lợi ích ít hơn khi tham gia vào nghiệp đoàn.

Tiền lương nghiệp đoàn giống như chênh lệch đến bù

Những chênh lệch tiền lương nghiệp đoàn không chỉ là do sự hạn chế thành công cung lao động. Công việc nghiệp đoàn có một số đặc điểm - thiết lập công việc có cơ cấu, thời gian làm việc cứng nhắc, người thuê lao động quyết định thời gian làm ngoài giờ và nhịp độ lao động nhanh hơn - hàng loạt các điều kiện không được ưa thích. Ở mức độ nào đó, tiền lương cao hơn trong các ngành như vậy thực chất là mức chênh lệch tiền lương đến bù cho những khía cạnh phi tiền tệ của công việc.

Có 2 quan điểm trái ngược nhau. Thứ nhất là sau khi nghiệp đoàn thắng thế và tăng được mức tiền lương, các doanh nghiệp phản ứng bằng cách lợi dụng nghiệp đoàn để nâng cao năng suất lao động. Cấu trúc công việc được tiêu chuẩn hoá và các nghiệp đoàn hỗ trợ trong việc thực hiện những chế độ làm việc mới. Các doanh nghiệp tài trợ

⁽²⁾ M Stewart, "Sự chênh lệch tiền lương nghiệp đoàn, những ảnh hưởng đến thị trường hàng hoá và cách thức phân chia tổ chức kinh tế", Tạp chí kinh tế, 1990.

cho việc tăng lương bằng cách bắt công nhân lao động ít thoải mái hơn nhưng có năng suất hơn.

Quan điểm khác là điều kiện làm việc thay đổi không phải là một phản ứng của người thuê lao động đối với sự hạn chế cung lao động của nghiệp đoàn để tăng lương mà chính là lý do tại sao có sự tồn tại của nghiệp đoàn. Các nghiệp đoàn tồn tại trong các ngành mà có thể đạt được năng suất lao động cao nhưng các điều kiện làm việc của công nhân lại không thoải mái. Nghiệp đoàn tồn tại không phải để hạn chế cung lao động mà để đảm bảo cho người lao động nhận được những chênh lệch đền bù có lợi đối với những điều kiện làm việc không được thoải mái mà các doanh nghiệp đưa ra. Dựa trên quan điểm này, các nghiệp đoàn không thực hiện những thoả thuận riêng rẽ về tiền lương và điều kiện làm việc. Họ đảm bảo đánh đổi giữa tăng lương và thay đổi trong điều kiện lao động.

Tóm lại, các nghiệp đoàn làm tăng mức tiền lương cho các thành viên vì 2 lý do khác nhau. Thứ nhất, họ hạn chế cung lao động, đánh đổi giữa số lượng việc làm trong ngành với mức tiền lương cao hơn. Thứ hai, họ đàm phán về những thay đổi trong điều kiện làm việc mà làm tăng năng suất lao động và chuyển một phần lợi ích này cho người lao động.

Mặc cả và đình công

Các cuộc đình công nghiêm trọng như thế nào? Bảng 11.6 minh hoạ số ngày làm việc bị mất trên mỗi người lao động vì những bất hoà trong ngành. Ngày nay, các cuộc đình công làm tổn thất cho nền kinh tế một ngày lao động trên mỗi công nhân trong một năm. Số ngày lao động bị tổn thất do những bất hoà giảm xuống từ những năm 1970.

Bảng 11.6 Những bất hoà trong ngành: số ngày lao động bị tổn thất hàng năm tính trên 1000 công nhân, 1975 - 2002

	75-79	85-89	90-94	94-99	00-02
Italy	1510	300	240	77	146
Canada	940	424	231	218	168
Liên hiệp Anh	510	180	37	21	30
Mỹ	260	86	43	38	59
Pháp	210	57	30	105	98

Nguồn: ONS, *Labour Market Trends*.

Tại sao xảy ra các cuộc đình công? Mặc dù những người sử dụng lao động và những người công nhân đang tranh giành một tỷ phần trong tổng doanh thu của doanh nghiệp, nhưng họ cũng có cùng một lợi ích chung. Nếu doanh nghiệp hoạt động tốt hơn, doanh nghiệp có thể trả lương nhiều hơn. Sự thoả thuận giữa doanh nghiệp và nghiệp đoàn thường được hoàn tất mà không có đình công. Nếu các cuộc đình công xảy ra thì sẽ có nhiều tiền hơn để phân chia giữa các cổ đông và những người lao động.

Với lợi ích chung đó tại sao các cuộc đình công lại xảy ra? Nếu cả hai bên đã biết trước kết cục đạt được sau một cuộc đình công thì tốt hơn là sắp xếp ngay lập tức để tránh sự giảm sút sản lượng và doanh thu khi đình công xảy ra. Một lý do cho các cuộc đình công là một bên đánh giá sai lập trường của bên kia. Khi đình công diễn ra mỗi bên sẽ hiểu rõ được nhu cầu của bên kia.

Không phải tất cả các cuộc đình công đều là sai lầm mà có thể tránh được với những nhận thức ban đầu tốt hơn về những yêu cầu của phía bên kia. Các cuộc đình công cũng xảy ra nhằm tạo lập niềm tin lâu dài. Nếu một doanh nghiệp cho rằng những người

như vậy làm tăng tiền lương và làm giảm số lượng việc làm. Các nghiệp đoàn khiến các doanh nghiệp vận động dọc lên phía trên đường cầu lao động của họ.

- Các nghiệp đoàn càng đạt được mức **chênh lệch tiền lương** cao hơn cho các thành viên của mình, nếu cầu lao động càng ít co giãn và các nghiệp đoàn càng sẵn sàng hay có thể hạn chế cung lao động. Tuy nhiên, một số sự chênh lệch tiền lương nghiệp đoàn là sự chênh lệch tiền lương đền bù mà các nghiệp đoàn đạt được do những thay đổi trong điều kiện làm việc làm tăng năng suất lao động nhưng làm giảm sự thoả mãn trong công việc.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1 Một công nhân có thu nhập 20000£ một năm trong 33 năm tới. Làm cách khác, công nhân này có thể nghỉ 3 năm để tham gia một khoá tập huấn với học phí 10000£ một năm. Nếu lãi suất là 0, thu nhập tương lai mà người công nhân phải nhận được là bao nhiêu để việc tham gia khoá học là có lời?
- 2 Giả sử rằng những nhà kinh tế thành lập một nghiệp đoàn và cấp một chứng chỉ để làm công việc kinh tế học. Điều này làm tăng mức lương tương đối cho những nhà kinh tế như thế nào? Nghiệp đoàn này sẽ hạn chế sự tham gia vào lĩnh vực kinh tế học như thế nào?
- 3 Điều này là lý do tại sao những bác sĩ trẻ phải làm những công việc không đúng chuyên môn?
- 4 Nếu các nước thành viên EU tăng mức độ cạnh tranh giữa các công ty châu Âu, điều gì sẽ xảy ra đối với tiền lương của công nhân châu Âu? Tại sao? Liệu các nghiệp đoàn châu Âu có nên hợp nhất lại trong khuôn khổ EU hay không?
- 5 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định sau đây sai? (a) Nếu phụ nữ thu nhập ít hơn nam giới, điều này có nghĩa là người sử dụng lao động phân biệt đối xử theo giới tính. (b) Giáo dục miễn phí từ 16 đến 18 tuổi nhằm đảm bảo trẻ em trong những gia đình nghèo vẫn có thể đi học. (c) Vì rất nhiều công nhân thu nhập thấp gia nhập nghiệp đoàn, nên các nghiệp đoàn có rất ít ảnh hưởng tới việc cải thiện tiền lương và điều kiện làm việc.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, hãy mở trang 683.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

Để giúp bạn nắm vững các khái niệm then chốt của chương này hãy kiểm tra các tài liệu bổ sung bằng tiếng Anh trên Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg. Có các câu hỏi kiểm tra nhanh, các ví dụ kinh tế học và truy nhập vào các bài báo của Powerweb, tất cả đều miễn phí.

Muốn có bài tập, câu hỏi tư duy và các ví dụ kinh tế học trong thực tiễn (có đáp án và bình giải) phong phú hơn nữa bằng tiếng Việt để hỗ trợ cho việc nghiên cứu, hãy xem cuốn sách "Bài tập Kinh tế học" bán kèm theo.