

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUY NHƠN  
KHOA KINH TẾ & KẾ TOÁN**

**\*\*\***

**Kinh tế học vi mô  
nâng cao**

**Giảng viên: TS. Hoàng Thị Hoài Hương**

# **Chương 1**

## **Mô hình kinh tế và phương pháp tối ưu hóa**

- ✓ Mô hình kinh tế
- ✓ Phương pháp tối ưu hóa

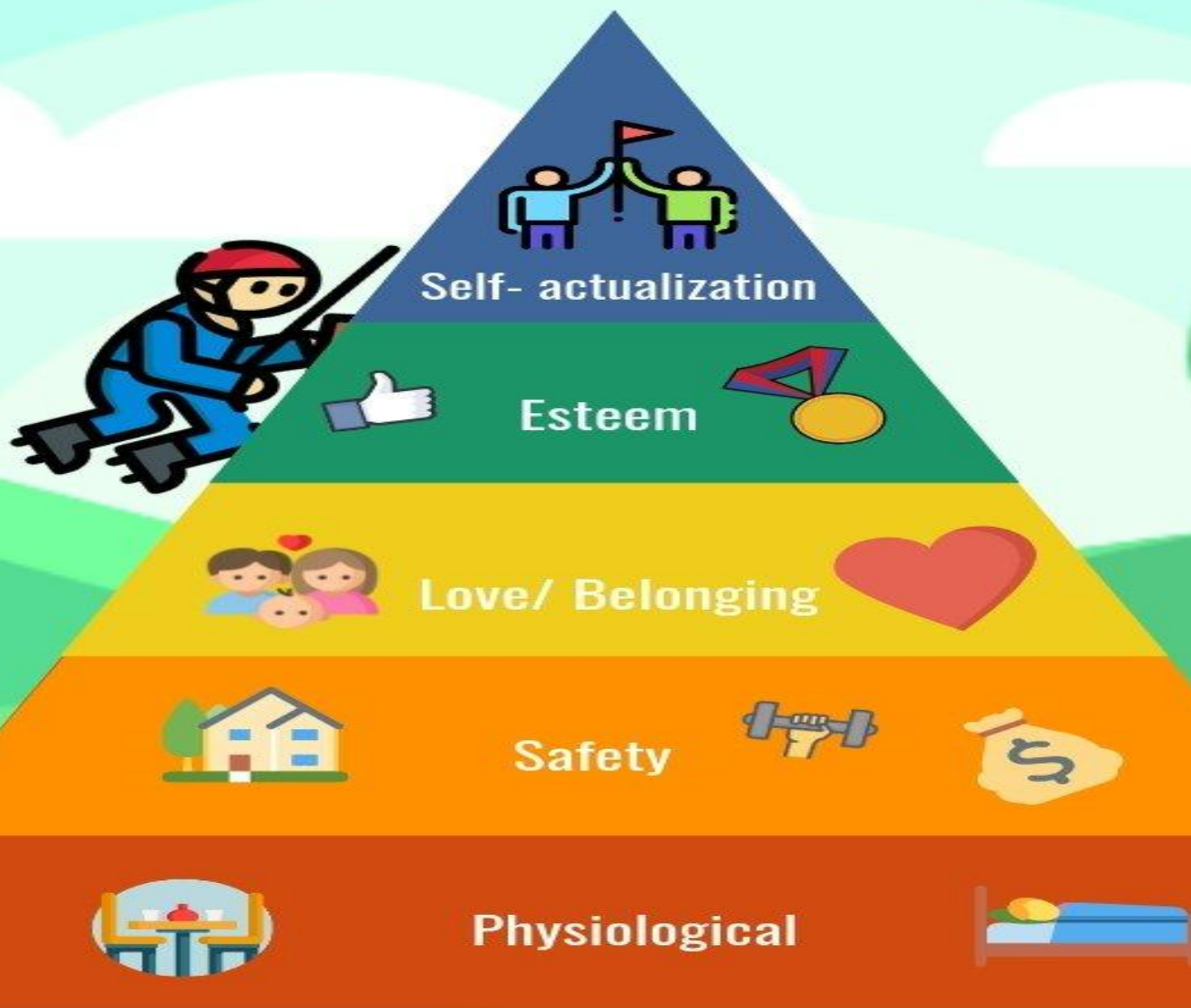
# MỘT SỐ CÂU HỎI THẢO LUẬN

- Con người sống vì gì?
- Tạo sao bạn đi học?
- Tại sao bạn đi làm?
- Mục tiêu của mỗi người khi đi làm là gì?

# Bản chất và hành vi của con người?

- Duy lý
- Vì mình
- Bắc cầu
- Thích nhiều hơn ít

# Tháp nhu cầu của Maslow



# Adam Smith

- “Chúng ta có được bữa ăn ngon chẳng phải vì sự trác ẩn (lòng tốt) của anh hàng thịt, người nấu rượu hay gã làm bánh, mà nhờ họ quan tâm đến lợi ích của chính họ.”

- “Khi hướng lĩnh vực đó theo cách tạo ra những sản phẩm có giá trị lớn nhất, anh ta chỉ có ý định thu lợi cho mình, và trong trường hợp này cũng như nhiều trường hợp khác, anh ta đang được dẫn dắt bởi bàn tay vô hình hướng đến một mục tiêu vốn không nằm trong dự định của anh ta.”

# Kinh tế học là gì?

Kinh tế học là một ngành khoa học xã hội nghiên cứu về hành vi con người.

Kinh tế học nghiên cứu sự lựa chọn của các cá nhân, tổ chức và xã hội trong việc phân bổ các nguồn lực khan hiếm cho các mục đích sử dụng có tính cạnh tranh, nhằm tối ưu hóa lợi ích của mình.

# Phương pháp nghiên cứu kinh tế

Xây dựng lý thuyết/mô hình để giải thích và/hay đưa ra dự đoán về hành vi của tác nhân kinh tế.

Kiểm định dự đoán về hành vi của tác nhân kinh tế này bằng số liệu thực tế với sự hỗ trợ của các kỹ thuật thống kê và kinh tế lượng.

- Phương pháp diễn dịch hoặc quy nạp
  - *Phương pháp quy nạp*: từ thực tế khái quát hoá thành lý thuyết
  - *Phương pháp diễn dịch*: lấy thực tế chứng minh hoặc bác bỏ lý thuyết



# I. Mô hình kinh tế

- Lý thuyết được sử dụng để giải thích hiện tượng quan sát được trên thực tế và/hoặc dự báo về những sự kiện sẽ xảy ra.
- Lý thuyết kinh tế được xây dựng trên cơ sở các giả định ban đầu, các quy luật kinh tế và các thao tác logic
- Lý thuyết là một hệ thống khái niệm về các nhân tố và mối quan hệ giữa chúng, thể hiện cách nhìn nhận về quy luật của thế giới.
- Linh hồn của các lý thuyết là các luận điểm về mối quan hệ bản chất, lặp lại giữa các nhân tố và biến số. Ví dụ: Lý thuyết cung – cầu là luận điểm về mối quan hệ giữa khối lượng hàng hóa dịch vụ (cung – cầu) với giá cả
- Xương sống của một lý thuyết là mối quan hệ bản chất, lặp lại giữa các nhân tố dù mối quan hệ này được trình bày rõ ràng hay ngầm ý

- Kinh tế học mô tả/kinh tế học kinh nghiệm
  - Thu thập phân tích số liệu liên quan đến một vấn đề cụ thể
- Lý thuyết kinh tế/phân tích kinh tế
  - Khái quát hoá hành vi của các cá nhân/tổ chức
- Kinh tế học ứng dụng/chính sách
  - Xây dựng chính sách

# Mô hình kinh tế

Mô hình kinh tế là hình thức biểu hiện đơn giản hóa thực tiễn dựa trên một hay nhiều lý thuyết kinh tế dưới dạng ngôn ngữ có tính cấu trúc.

Thông thường, ngôn ngữ có tính cấu trúc được sử dụng là toán học.

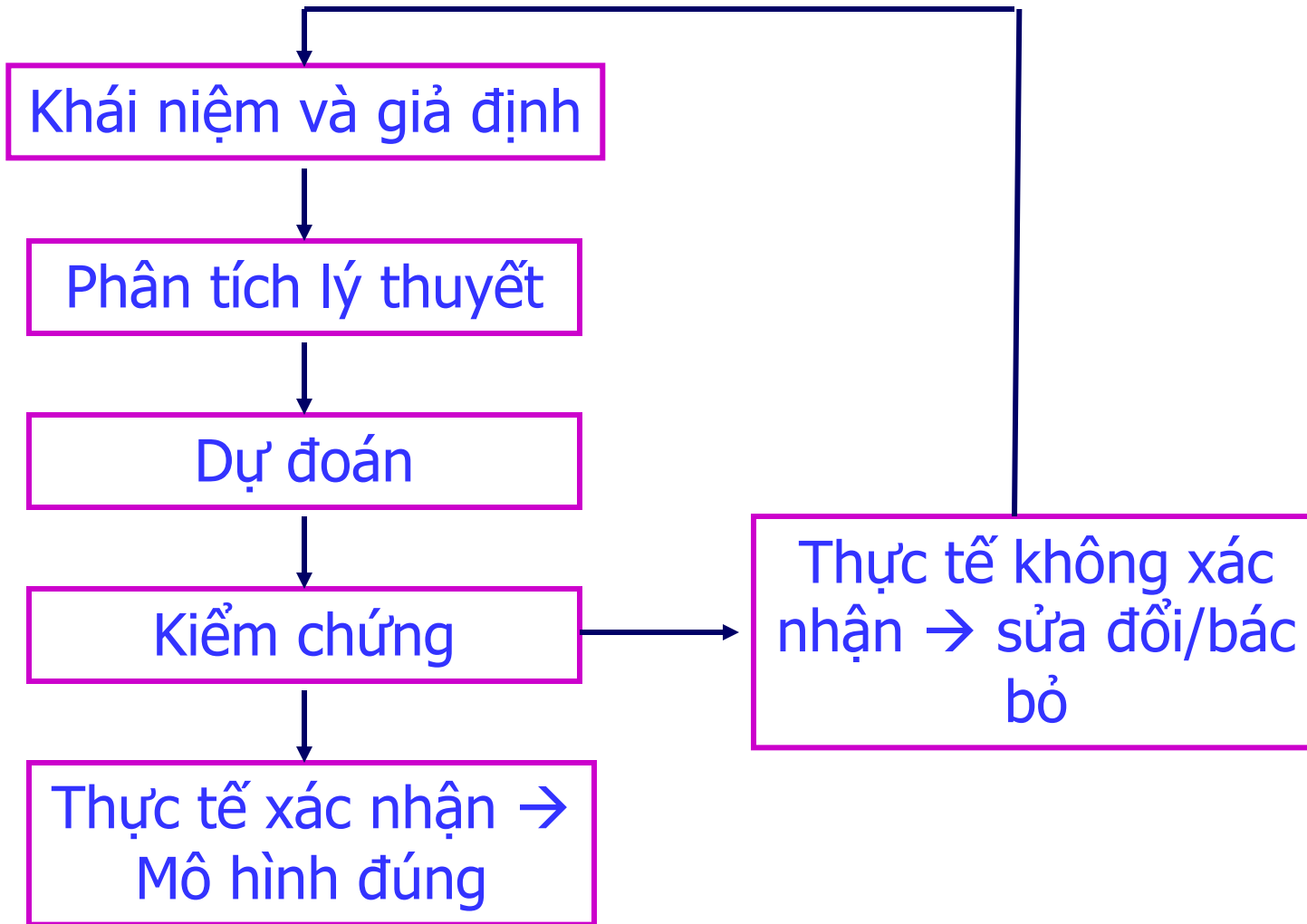
$$Q_d = f(P) = a - b.P \text{ hoặc } P_d = f(Q)$$

- **Mô hình kinh tế** (*economic model*) là mô hình liên kết hai hay nhiều biến số kinh tế.
- **Mô hình kinh tế** được sử dụng cho 3 mục đích: mô tả mối qua hệ tồn tại giữa các biến số kinh tế, xác định kết cục kinh tế rút ra từ các mối liên hệ của các biến số kinh tế, dự báo ảnh hưởng của những thay đổi trong các biến số kinh tế đối với kết cục kinh tế.
- Có nhiều ví dụ về **mô hình kinh tế** như mô hình về giá cân bằng thị trường, về những thay đổi trong giá cân bằng thị trường, về mức cân bằng của thu nhập quốc dân và nhân tử
- (Tài liệu tham khảo: Nguyễn Văn Ngọc, *Từ điển Kinh tế học, Đại học Kinh tế Quốc dân*)

# Mô hình kinh tế

- Điểm chung của các mô hình kinh tế
  - Giả thiết *ceteris paribus*
  - Giả thiết tối ưu hóa
  - Phân biệt rõ các vấn đề thực chứng và các vấn đề chuẩn tắc
- Mô hình là sự trừu tượng hóa thực tế để có cái nhìn mạch lạc về vấn đề nghiên cứu

# Xây dựng mô hình kinh tế



# Mô hình kinh tế

- Kiểm chứng mô hình
  - Phương pháp trực tiếp
    - Tìm cách xác nhận tính xác thực của các giả định cơ sở của mô hình
  - Phương pháp gián tiếp
    - Tìm cách xác nhận rằng cho dù mô hình đã đơn giản hóa thực tế nhưng vẫn dự đoán đúng các sự kiện trong thực tế
- Ví dụ mô hình tối đa hóa lợi nhuận

- Mô hình cung – cầu Marshall
- Mô hình cân bằng tổng quát





# CONSUMER BEHAVIOR



## *CHƯƠNG II: LÝ THUYẾT HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG*



## 2.1. CẦU VÀ CƠ GIẪN

- Hàm cầu và đường cầu
- Cơ giãn của cầu theo giá
- Cơ giãn của cầu theo thu nhập
- Cơ giãn của cầu theo giá chéo

## Bài tập

Trên thị trường của một loại hàng hóa X, có lượng cung và lượng cầu được cho bởi bảng số liệu sau:

P	20	22	24	26	28
Qd	40	36	32	28	24
Qs	18	24	32	40	48

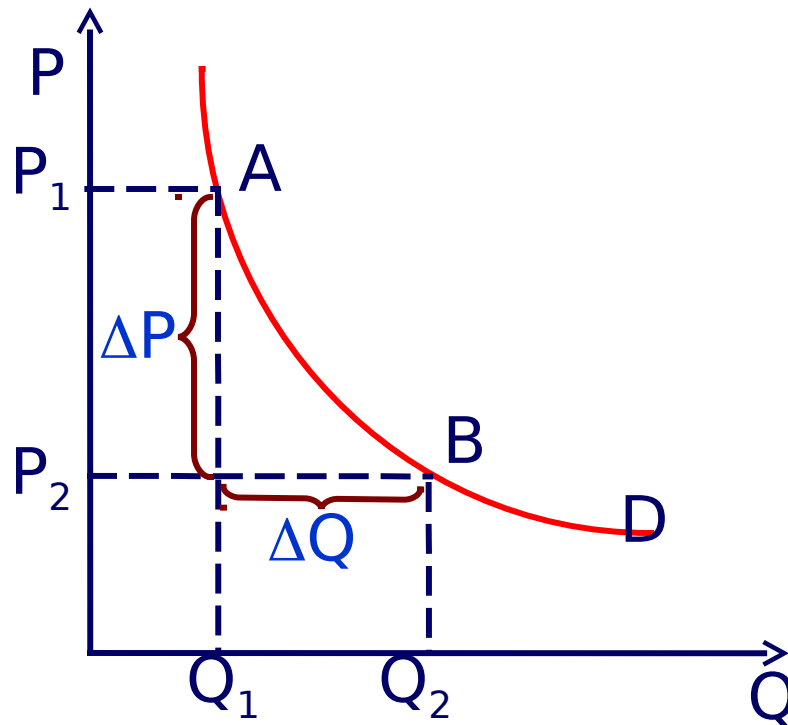
- Viết phương trình đường cung, đường cầu của hàng hóa X.
- Xác định giá và lượng cân bằng của hàng hóa X trên thị trường, tính độ co giãn của cung và cầu theo giá tại mức giá cân bằng.
- Tính độ co giãn của cầu theo giá tại  $P = 22$ . Tại mức giá này hàng nên tăng hay giảm giá bán để tăng tổng doanh thu

# Hàm cầu và đường cầu

- Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu
  - Thu nhập
  - Giá hàng hóa khác
  - Thị hiếu
  - Kỳ vọng
  - Số lượng người tiêu dùng
  - Sự sẵn có của tín dụng
  - Lãi suất
  - Quảng cáo
  - Một số nhân tố khác

# Co giãn của cầu theo giá

- Khái niệm



## *Khái niệm:*

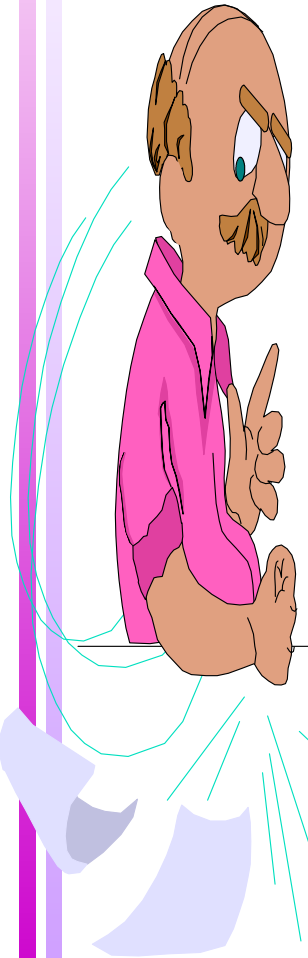
*Độ co giãn của cầu theo biến số  $x$  là % thay đổi của lượng cầu khi biến số  $x$  thay đổi 1%.*

## *Công thức tính:*

$$E_x = \% \Delta Q^D / \% \Delta x$$

*Nghiên cứu ba loại co giãn của cầu:*

- Độ co giãn của cầu theo giá:  $E_{DP}$*
- Độ co giãn của cầu theo thu nhập:  $E_{DI}$*
- Độ co giãn chéo:  $E_{XY}$*



Độ co giãn của cầu theo giá là phần trăm thay đổi của lượng cầu so với phần trăm thay đổi của giá hàng hóa dịch vụ đó (*ceteris paribus*)

- Ký hiệu:  $E_{DP}$

$E_{DP}$  cho biết mức độ phản ứng của người tiêu dùng (sự thay đổi của lượng cầu) khi giá hàng hóa thay đổi

# Công thức tính $E_{DP}$

$$E_P = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}}$$

Ý nghĩa:  $E_{DP}$  cho biết lượng cầu tăng (giảm)  $|E_{DP}| \%$  (đơn vị) khi giá giảm (tăng) sản phẩm thay đổi 1% (đơn vị) trong điều kiện ceteris paribus



## Co giãn đoạn

$$E_P = \frac{Q_1 - Q_2}{Q_1 + Q_2} \cdot \frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2}$$

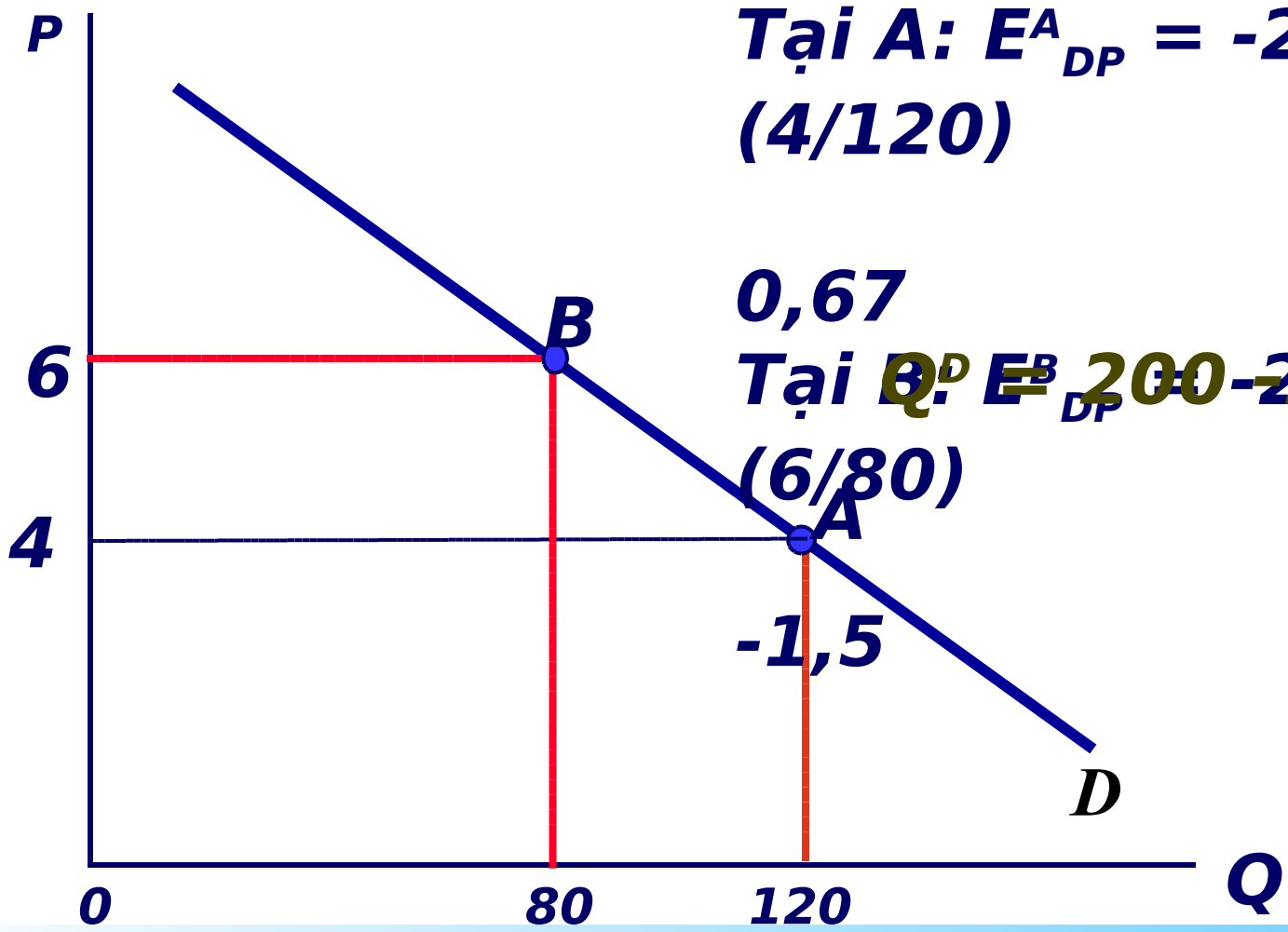
## Co giãn điẽm

$$E_P = \frac{Q}{P} = \frac{dQ}{dP} \frac{P}{Q}$$

$$E_P = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}}$$

# Độ co giãn điểm

Giá cam,



Tại A:  $E_{DP}^A = -20.$   
 (4/120)

0,67  
 Tại B:  $E_{DP}^B = -200 - 200.P$   
 (6/80)

-1,5

= -

=

# CO GIẢN KHOẢNG: PP trung điểm

$$E_{DP}^{AB} = \frac{(Q_2 - Q_1)/[(Q_1 + Q_2)/2]}{(P_2 - P_1)/[(P_1 + P_2)/2]}$$

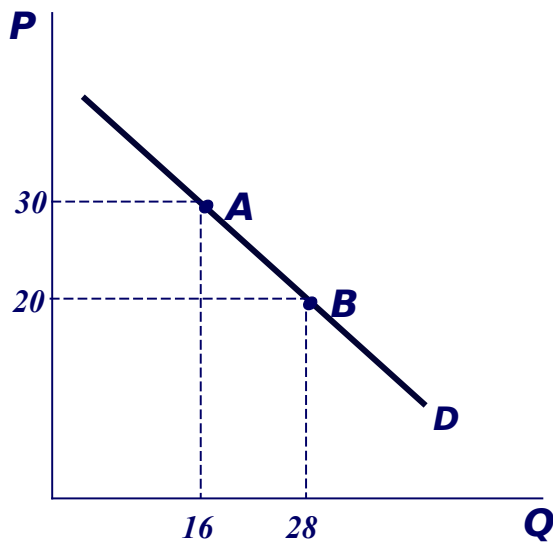
$$E_{DP} = \frac{(Q_2 - Q_1)}{(P_2 - P_1)} \times \frac{(P_1 + P_2)}{(Q_1 + Q_2)}$$

**Tại A:  $P_1 = 4$  đô la;  $Q_1 = 120$**

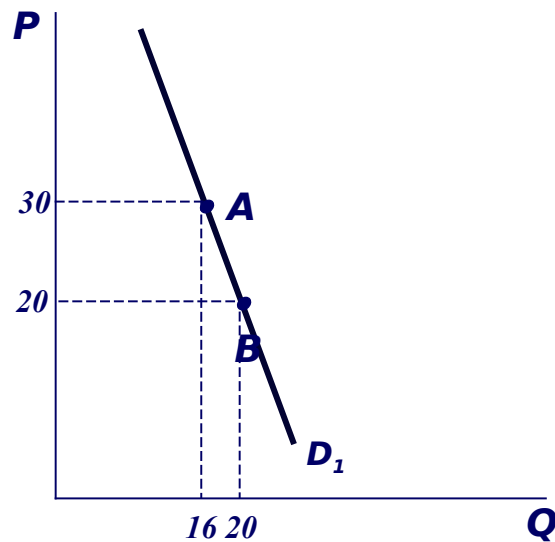
**Tại B:  $P_2 = 6$  đô la;  $Q_2 = 80$**

$$\rightarrow E_{DP}^{AB} = -20 \cdot (10/200) = -1$$

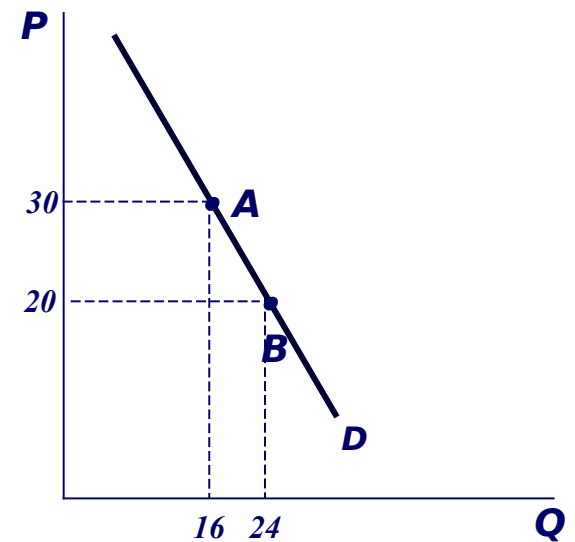
# Độ co giãn của cầu theo giá



$P$  giảm 40%  $\rightarrow$   $Q$  tăng 55%



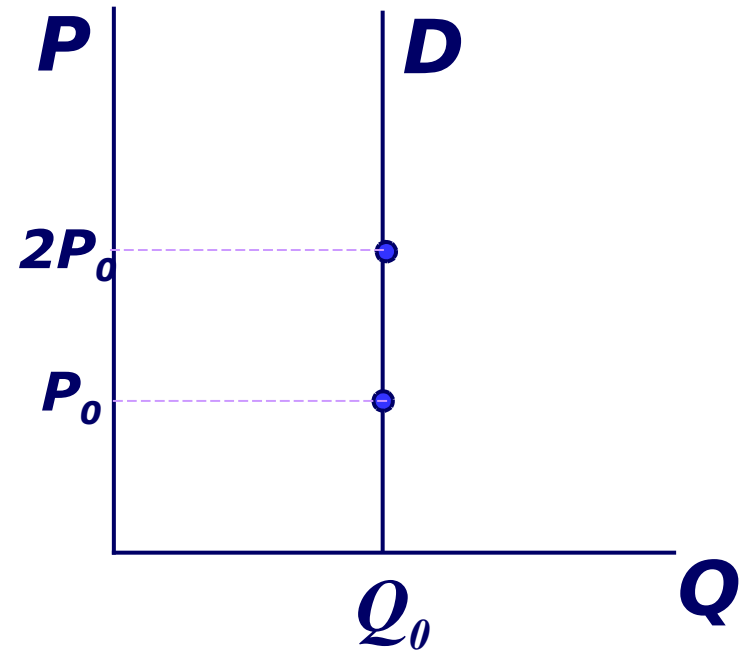
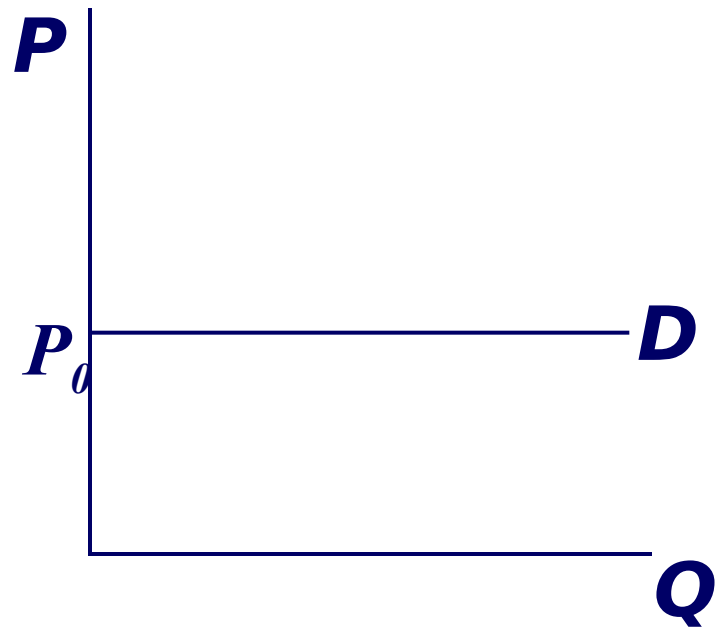
$P$  giảm 40%  $\rightarrow$   $Q$  tăng 22%



$P$  giảm 40%  $\rightarrow$   $Q$  tăng 40%

$E_p < -1$ : Cầu co giãn  $E_p = -1$ : Cầu ít co giãn  $E_p > -1$ : Cầu co giãn

# *Độ co giãn của cầu theo giá*



$E_p = -\infty$ : Cầu hoàn toàn co giãn  $E_p = 0$ : Cầu hoàn toàn không co g

# Phân loại độ co giãn của cầu theo giá,

$|E_p| > 1$ : Cầu co giãn nhiều

$(\% \Delta Q > \% \Delta P)$

$|E_p| < 1$ : Cầu ít co giãn

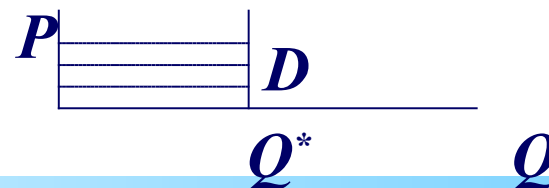
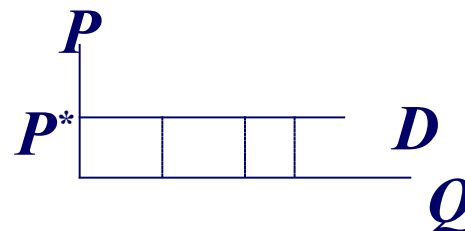
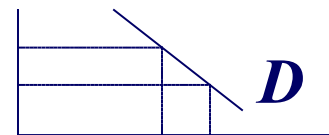
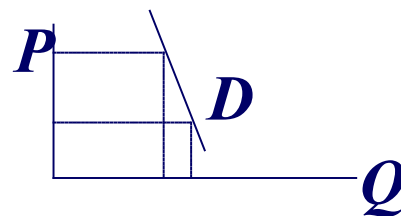
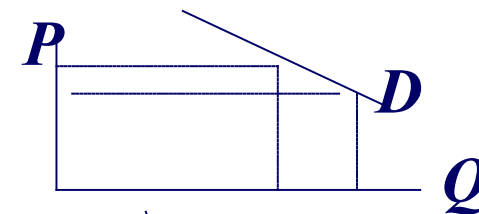
$(\% \Delta Q < \% \Delta P)$

$|E_p| = 1$ : Cầu co giãn đơn vị,

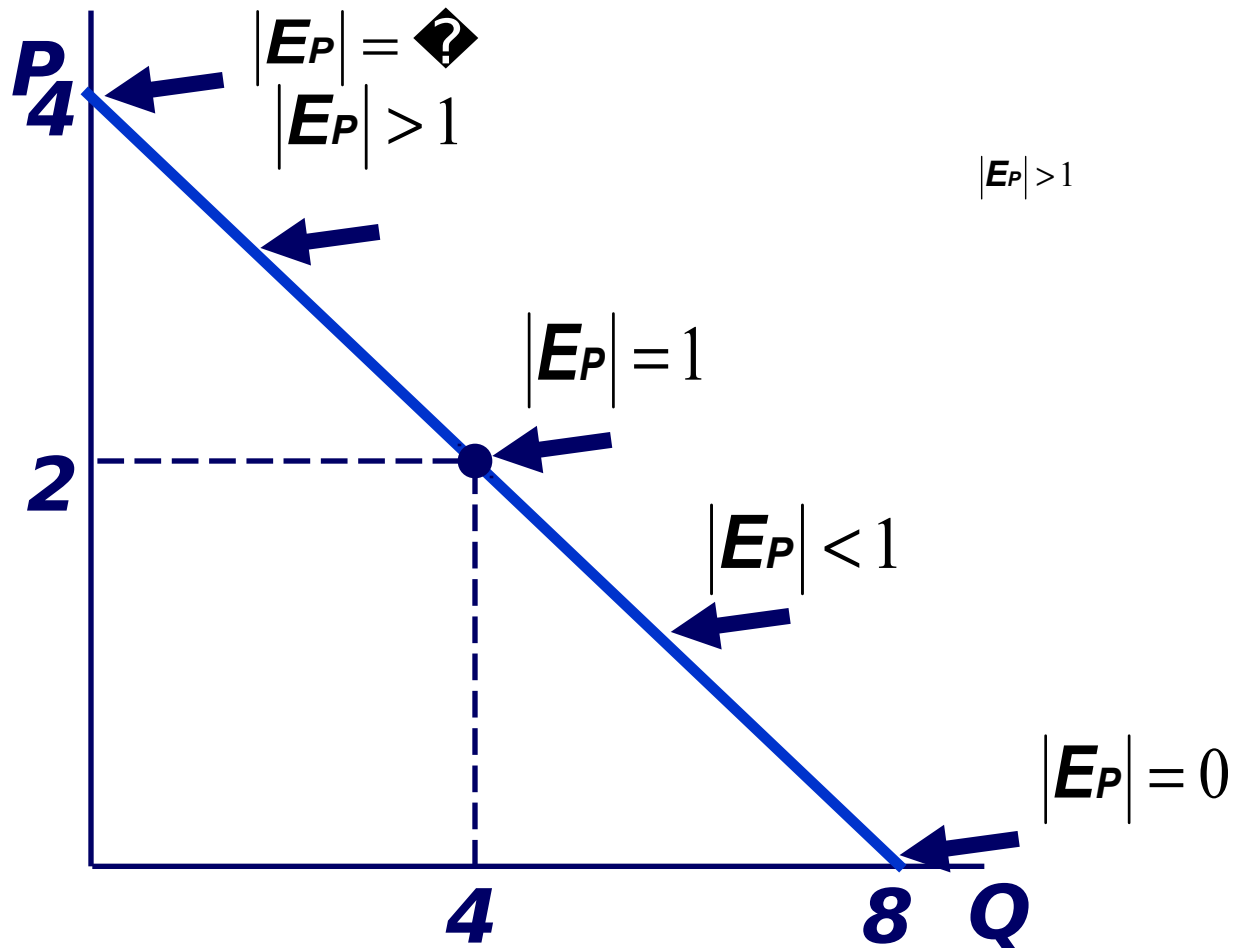
$(\% \Delta Q = \% \Delta P)$

$|E_p| = \infty$ : Cầu hoàn toàn co giãn,  $(\% \Delta P = 0)$

$|E_p| = 0$ : Cầu không co giãn,  $(\% \Delta Q = 0)$



# Độ co giãn của cầu theo giá



# Các yếu tố ảnh hưởng đến co giãn của cầu theo giá

## 1. Tỷ lệ chi tiêu của hàng hóa trong thu nhập

- Lớn: cầu co giãn
- Nhỏ: cầu kém co giãn

## 2. Khoảng thời gian khi giá hàng hóa thay đổi

- Ngắn hạn: cầu kém co giãn
- Dài hạn: cầu co giãn

## 3. Sự sẵn có của các hàng hóa thay thế

- Sẵn: cầu co giãn
- Hiếm: cầu kém co giãn

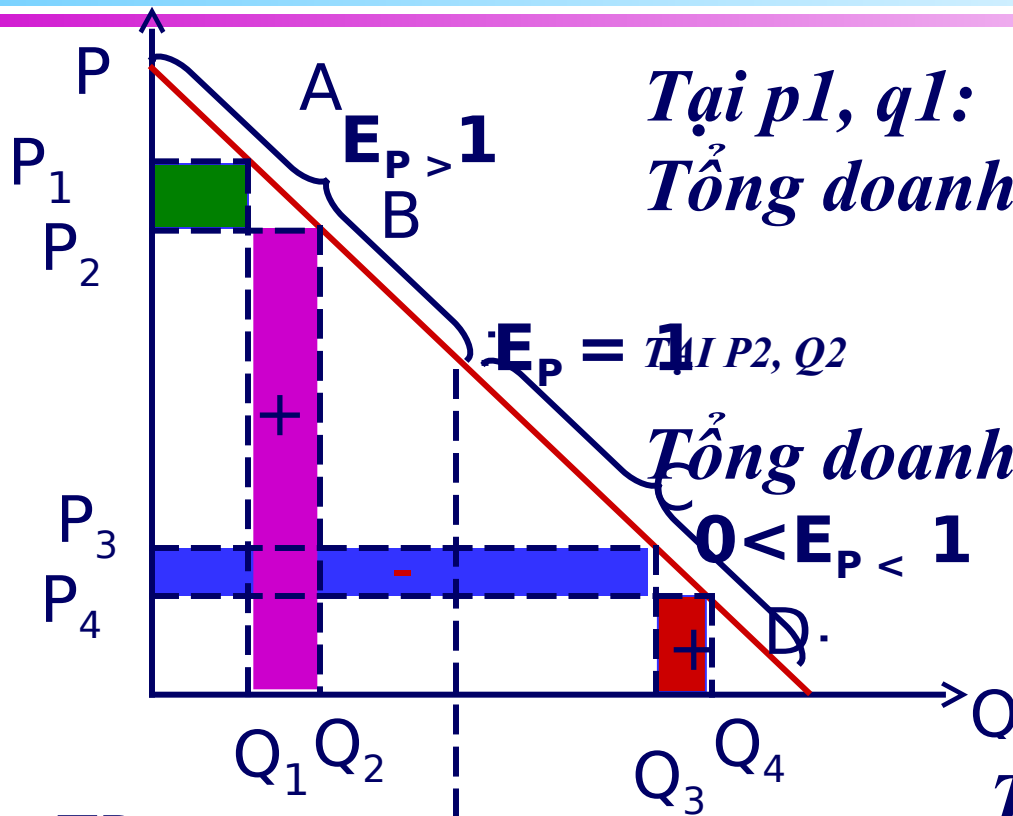
## 4. Bản chất của hàng hóa (hh cấp thấp, thiết yếu, xa xỉ)

- Hàng hóa xa xỉ: cầu co giãn
- Hàng hóa thiết yếu: cầu kém co giãn



# Một số ứng dụng độ Co giãn của cầu theo giá

- Mối quan hệ giữa độ co giãn, mức giá và tổng doanh thu
- Chính sách thương mại
- Chính sách đầu tư



Tại  $p_1, q_1$ :

Tổng doanh thu:  $TR_1 = S^{P_1 A Q_1 O}$

$E_P = 1$  tại  $P_2, Q_2$

Tổng doanh thu:  $TR_2 = S^{P_2 B Q_2 O}$

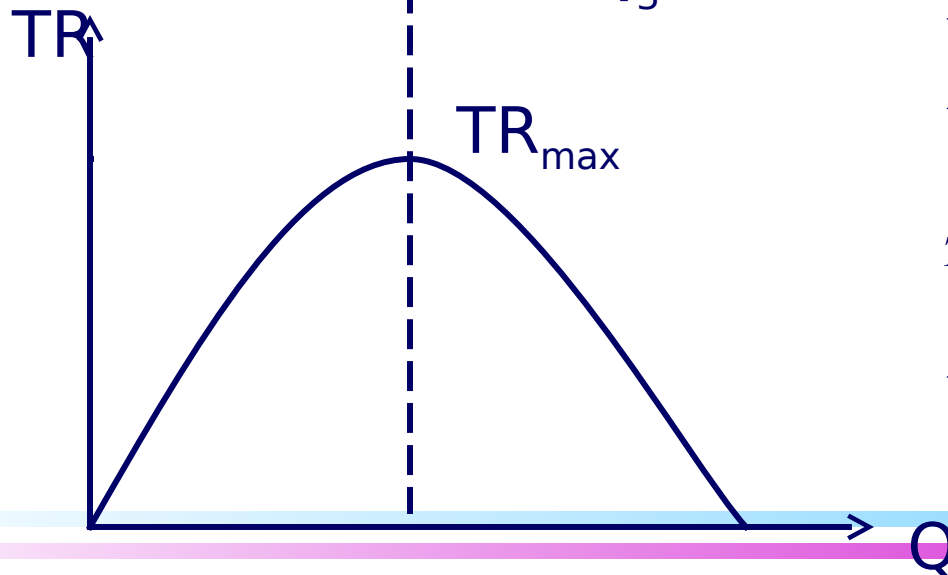
$0 < E_P < 1$

Tại  $p_3, q_3$ :

Tổng doanh thu:  $TR_3$

TẠI  $P_4, Q_4$

Tổng doanh thu:  $TR_4$



$$\begin{aligned}
 MR &= \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta(PQ)}{\Delta Q} \\
 &= \frac{P\Delta Q + Q\Delta P}{\Delta Q} = P + Q \frac{\Delta P}{\Delta Q} \\
 &= P \left( 1 + \frac{Q}{P} \frac{\Delta P}{\Delta Q} \right) \\
 &= P \left( 1 + \frac{1}{E} \right)
 \end{aligned}$$

$E < -1 \longrightarrow P \downarrow \longrightarrow MR > 0, TR \uparrow$

$-1 < E < 0 \longrightarrow P \downarrow \longrightarrow MR < 0, TR \downarrow$

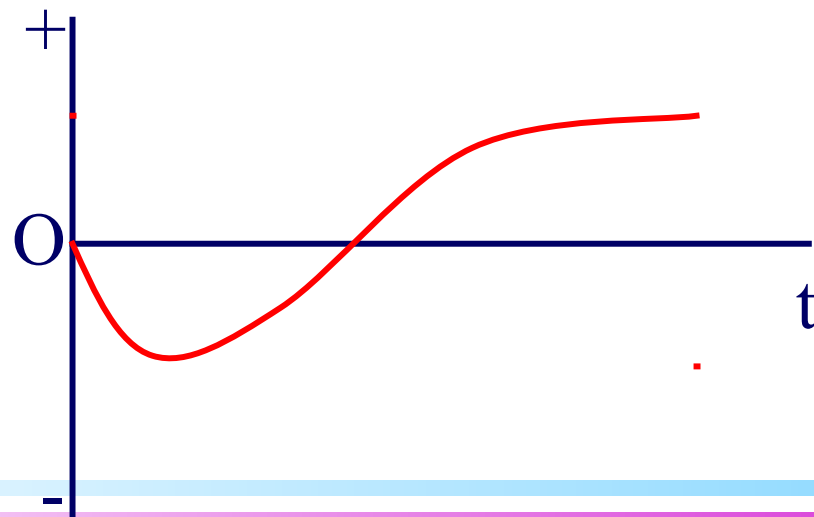
$E = -1 \longrightarrow P \updownarrow \longrightarrow MR = 0, TR = \text{const} (TR_{\max})$

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

	P tăng	P giảm
$E > 1$	TR giảm	TR tăng
$E < 1$	TR tăng	TR giảm
$E = 1$	TR không đổi	TR không đổi

- Co giãn của cầu theo giá và chính sách tỷ giá
  - Phá giá tỷ giá sẽ cải thiện cán cân thương mại khi thỏa mãn điều kiện Marshall-Lerner

$$E_{P_M} + E_{P_X} > 1$$



# Co giãn của cầu theo thu nhập

$$E_I = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta I}{I}}$$

# Co giãn của cầu theo thu nhập

- $E_d > 0$  hàng hóa bình thường
  - $E_d > 1$  hàng hóa xa xỉ
  - $E_d < 1$  hàng hóa thiết yếu
- $E_d > 0$  hàng hóa cấp thấp
- Co giãn của cầu theo thu nhập và chính sách đầu tư

# Cơ giãn của cầu theo giá các hàng hóa liên quan (Độ co giãn chéo)

$$E_{XY} = \frac{\% \Delta Q_X}{\% \Delta P_Y} = \frac{\frac{\Delta Q_X}{Q_X}}{\frac{\Delta P_Y}{P_Y}}$$



# Co giãn của cầu theo giá hàng hóa liên quan

- $E_{XY} > 0$ : X và Y là các hàng hóa thay thế
- $E_{XY} < 0$ : X và Y là các hàng hóa bổ sung
- $E_{XY}$  và chính sách thương mại

## 2.2. CÁC LÝ THUYẾT KINH TẾ VỀ HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

- Lý thuyết cơ bản về hành vi của người tiêu dùng
- Lý thuyết sở thích bộc lộ
- Lý thuyết cầu về các đặc tính của hàng hóa

# Lý thuyết cơ bản về hành vi của người tiêu dùng

- Lý thuyết lợi ích đo được
- Lý thuyết lợi ích so sánh được  
( Phân tích bàng quan – ngân sách)
- Lý thuyết sở thích bộc lộ

**Tiêu dùng** là hành động nhằm thỏa mãn những nguyện vọng, trí tưởng tượng, và các nhu cầu về tình cảm, vật chất thông qua việc mua sắm và sử dụng các hàng hóa dịch vụ

## **Hộ gia đình**

- Tham gia vào thị trường hàng hoá tiêu dùng
- + Sử dụng các hàng hóa và dịch vụ do thị trường cung cấp
- + Quyết định tiêu dùng loại hàng hóa nào?
- Tham gia vào thị trường các yếu tố
- + Chủ thể sử dụng các nguồn lực sản xuất
- + Quyết định sử dụng các nguồn lực nào?

# MỤC TIÊU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

- Người tiêu dùng đều muốn tối đa hóa lợi ích
- Giả định lợi ích là có thể lượng hóa được đơn vị đo được biểu thị bằng 1 đơn vị tương đương là lợi ích (Utils)
- Thông qua việc mua sắm thực tế, người tiêu dùng đã bộc lộ sở thích ưa thích nhất của họ
- Với 1 quyết định hợp lý, trên cơ sở  
lượng I (thu nhập) = const  $\Rightarrow$  TU<sub>MAX</sub>

# 2.2.1. Lý thuyết lợi ích đo được

## Giả định

- Người tiêu dùng hợp lý: tối đa hóa lợi ích, thích nhiều hơn ít
- Giả định ích lợi đo được và được đo bằng tiền biểu thị ở lượng tiền người tiêu dùng sẵn sàng chi trả
- Giả định ích lợi cận biên của tiền không đổi
- Quy luật ích lợi cận biên giảm dần

- U, TU, MU
- Qui luật lợi ích cận biên giảm dần giảm dần

## Các giả định của lý thuyết

- Thị hiếu hoàn chỉnh
- Thị hiếu có tính bắc cầu
- Người tiêu dùng thích nhiều hơn ít
- Lợi ích có thể đo được



# Một số khái niệm cơ bản

- Lợi ích (U):

Là sự thỏa mãn, hài lòng do tiêu dùng hàng hóa hoặc dịch vụ đem lại.

- Tổng lợi ích (TU)

Là tổng thể sự thỏa mãn hoặc hài lòng thu được khi tiêu dùng toàn bộ hàng hóa hoặc dịch vụ mang lại.

# Lợi ích cận biên (MU)

Phản ánh mức lợi ích tăng thêm khi tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa hay dịch vụ

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

TU là hàm liên tục  $MU = dTU/dQ = TU'$

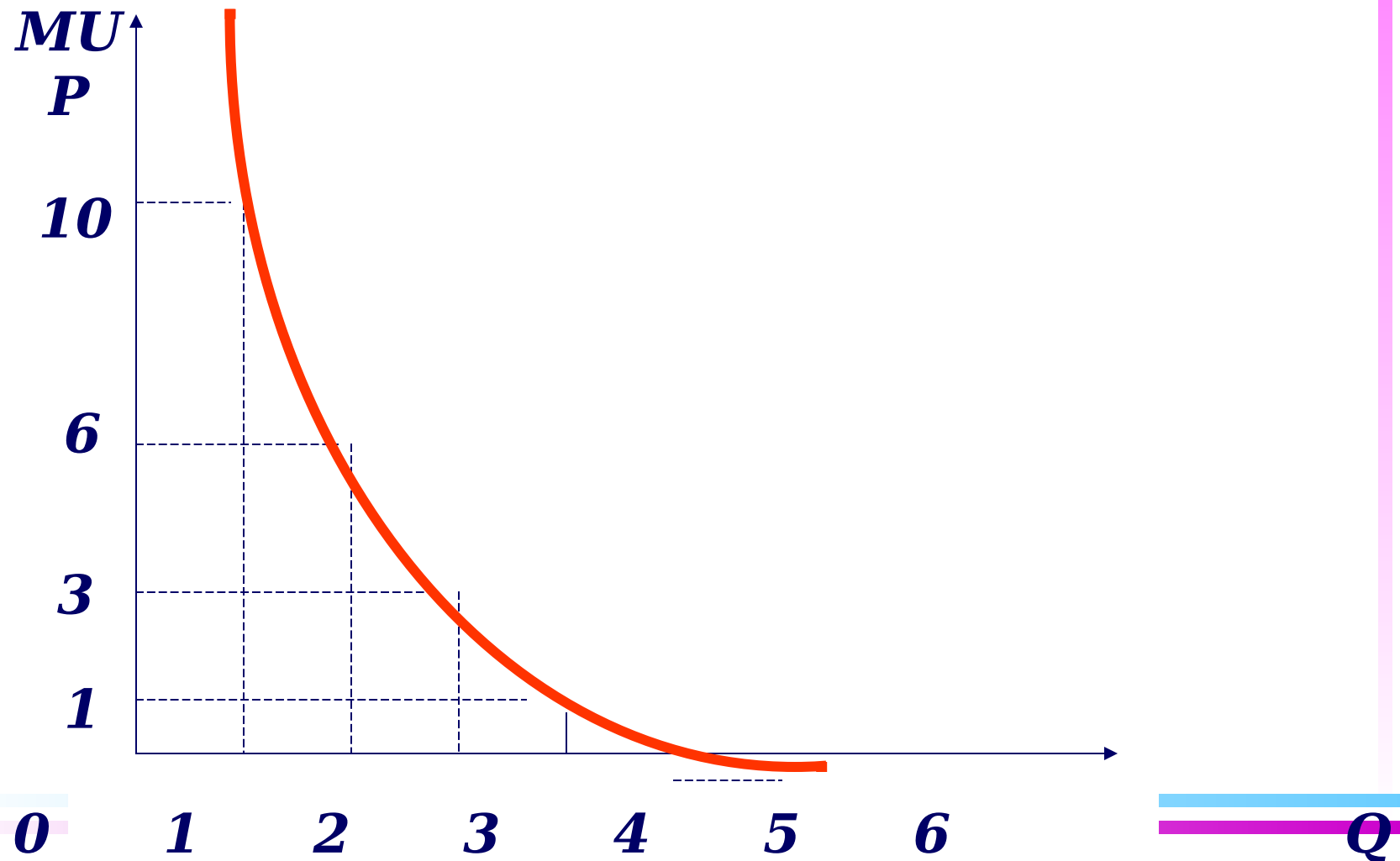
TU là hàm rời rạc  $MU_i = TU_i - TU_{i-1}$

# Quy luật lợi ích cận biên giảm dần

## **Nội dung**

Nếu cứ tiếp tục tăng dần lượng tiêu dùng một loại hàng hóa nào đó trong 1 khoảng thời gian nhất định, thì tổng lợi ích sẽ tăng nhưng với tốc độ chậm dần, còn lợi ích cận biên luôn có xu hướng giảm đi

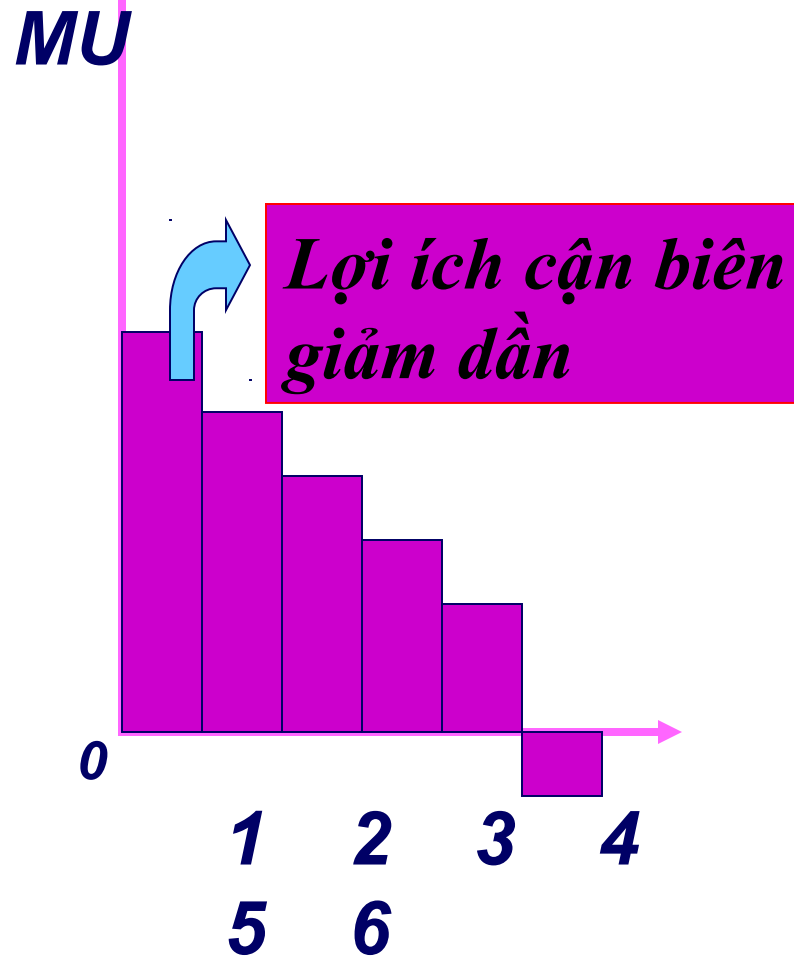
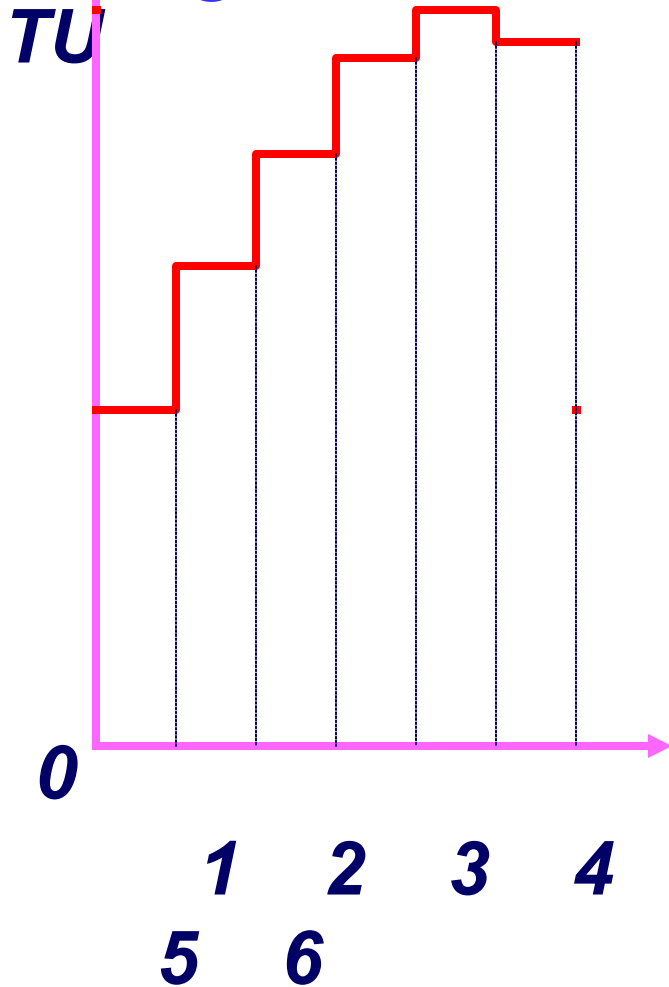
# ĐỒ THỊ: MU ↓



# Quy luật lợi ích cận biên giảm dần

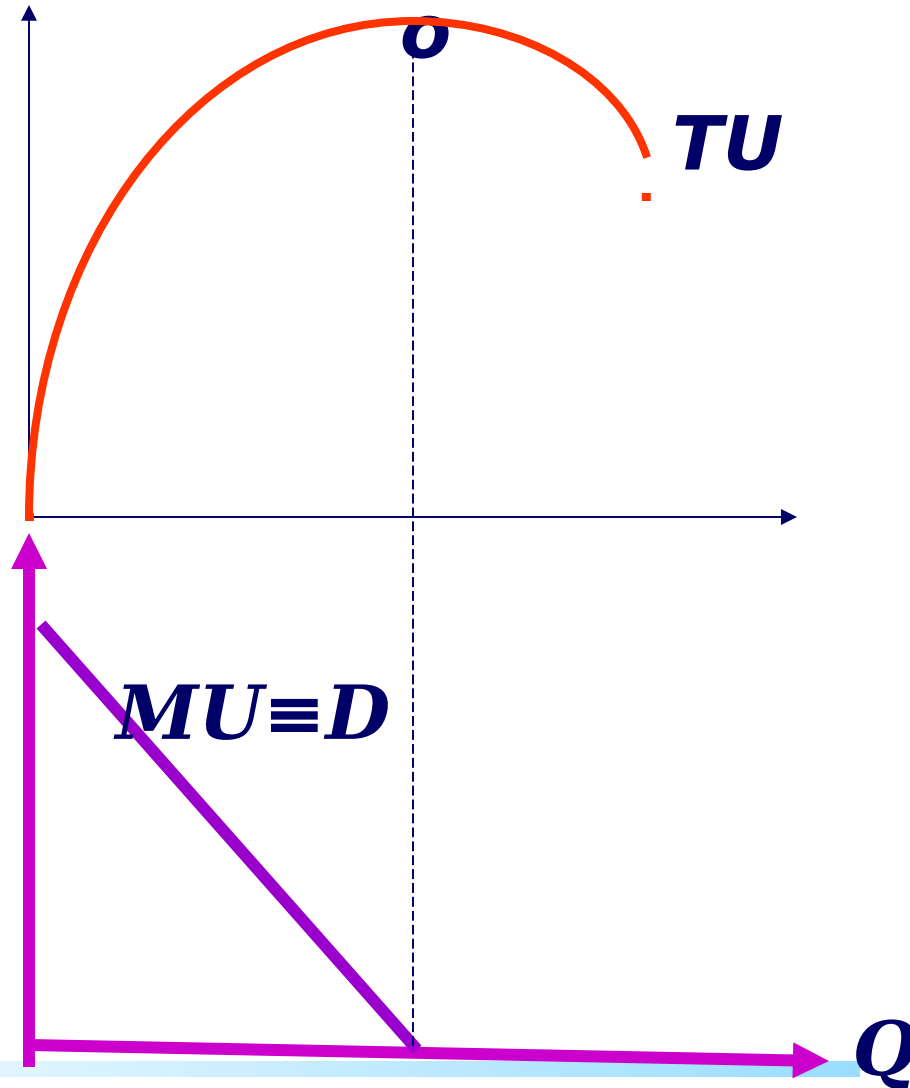
<b>Q</b>	<b>TU</b>	<b>MU</b>	<b>MU</b>
0	0	0	
1	6	$MU1 = TU1 - TU0 = 6$	
2	11	$MU2 = TU2 - TU1 = 5$	
3	15	$MU3 = TU3 - TU2 = 4$	
4	18	$MU4 = TU4 - TU3 = 3$	

# Tổng lợi ích và lợi ích cận biên



# Đồ thị đường cầu dốc xuống và TU

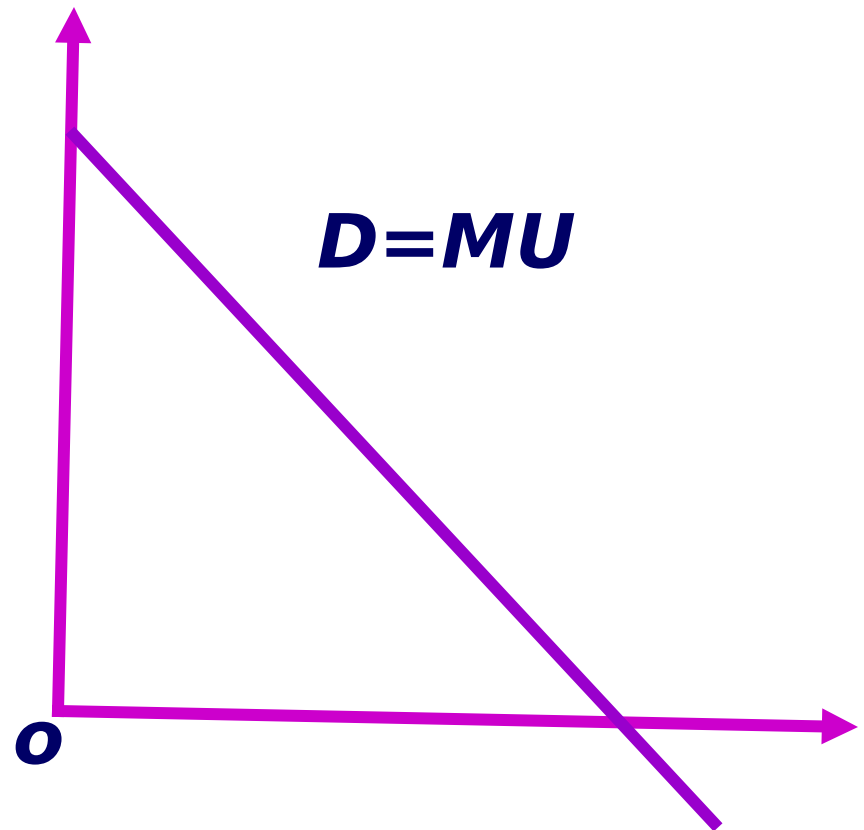
## Lợi ích cận biên và đường cầu



# Giải thích đường cầu dốc xuống

*Lợi ích cận biên của hàng hóa dịch vụ tiêu dùng càng lớn thì người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao hơn, còn lợi ích cận biên giảm thì sự sẵn sàng chi trả cũng giảm đi.*

*Do quy luật lợi ích cận biên giảm dần, đường cầu dốc xuống*





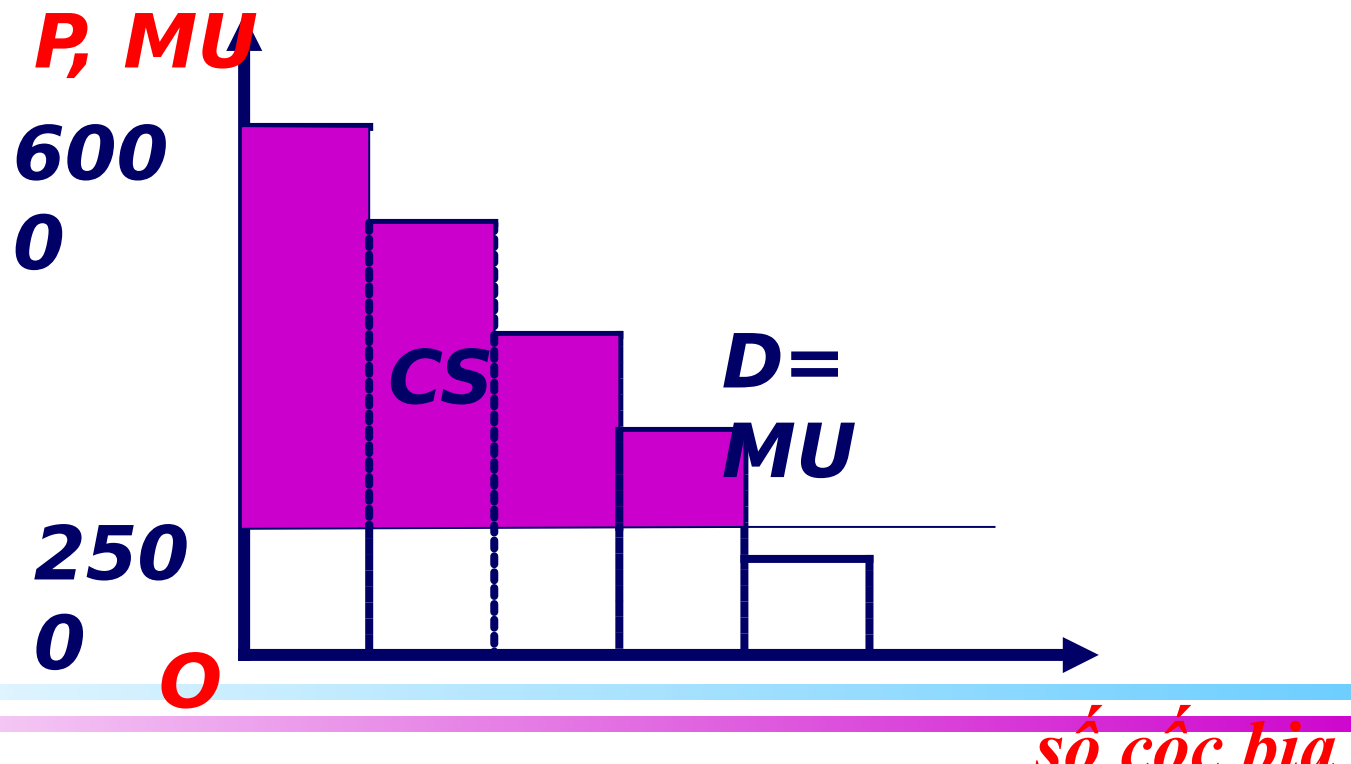
## *Thặng dư tiêu dùng*

Thặng dư tiêu dùng (CS) khi tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa là chênh lệch giữa lợi ích cận biên của người tiêu dùng với chi phí tăng thêm để thu được lợi ích đó hay giá của bản thân hàng hóa tức là sự khác nhau giữa giá mà người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cho một hàng hóa và giá thực tế phải trả khi mua hàng hóa đó

Tổng hợp thặng dư tiêu dùng của cá nhân sẽ hình thành nên thặng dư tiêu dùng của thị trường

# Thặng dư tiêu dùng

- Thặng dư tiêu dùng là khái niệm phản ánh sự chênh lệch giữa lợi ích của người tiêu dùng một đơn vị hàng hóa nào đó (MU) với chi phí thực tế để thu được lợi ích đó (MC)
- Ví dụ: giá của một cốc bia là 2500 VND



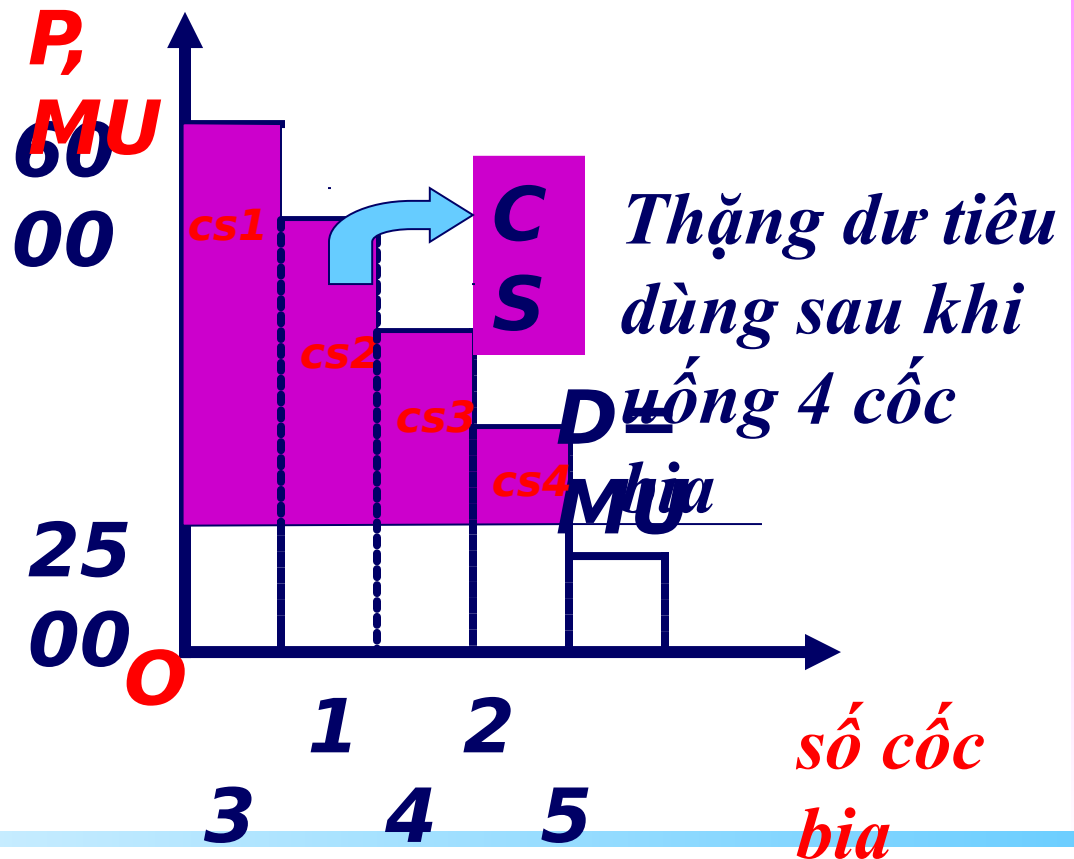
# Thặng dư tiêu dùng

## Cốc bia 1

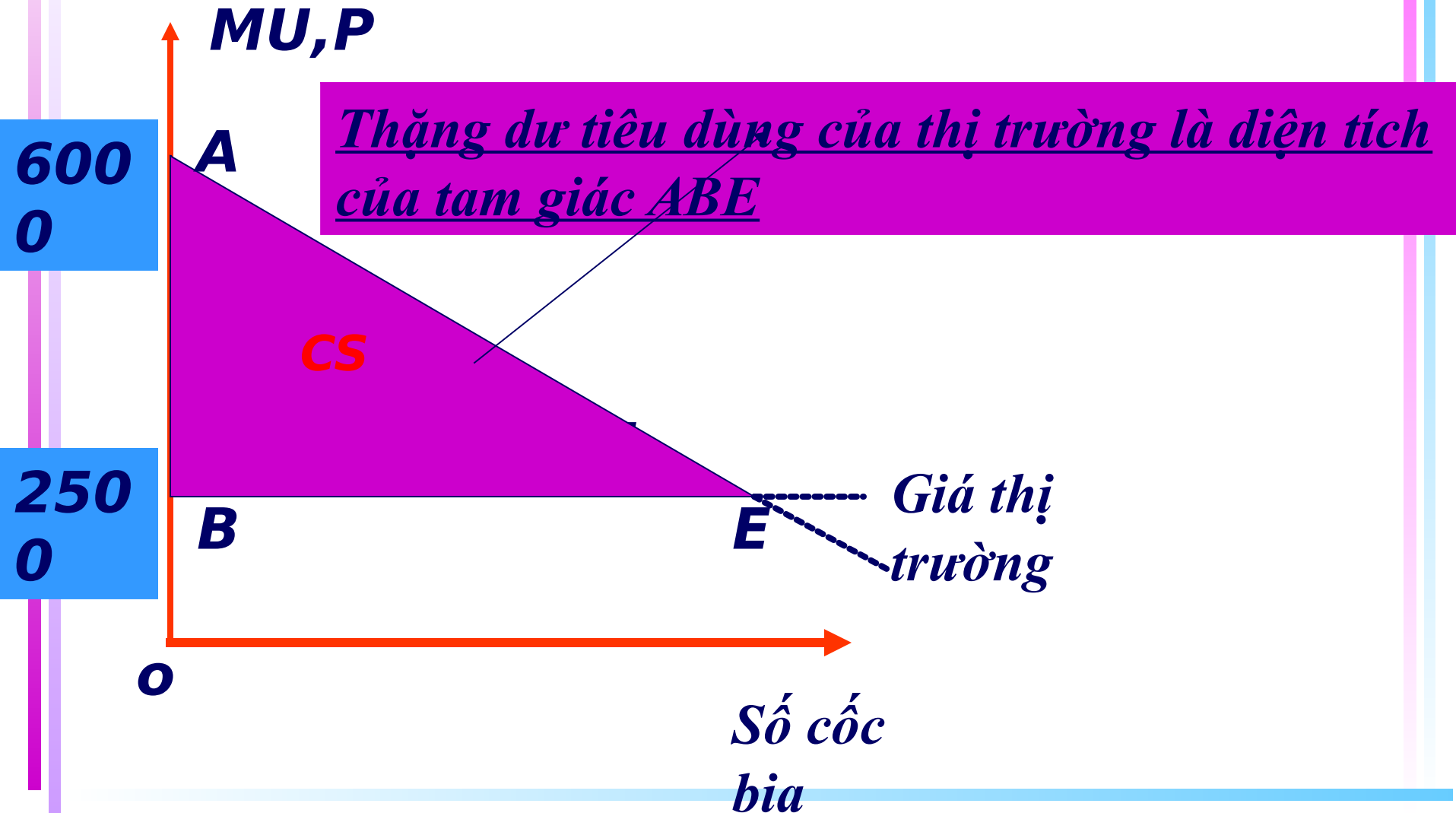
$MU=6000$ , giá thực tế 2500, người tiêu dùng được hưởng 1 khoản thặng dư là  $(6000-2500)$ .

Tương tự đối với cốc bia 2,3,4

Cốc bia 5:  $MU=2000$ , nhỏ hơn chi phí phải bỏ ra



# Thặng dư tiêu dùng của toàn bộ thị trường



## ÍCH

### **Mục đích và giới hạn tiêu dùng:**

- Người tiêu dùng đứng trước sự lựa chọn
- Người tiêu dùng lựa chọn hàng hóa bị ràng buộc bởi:  
khách quan là sở thích; chủ quan là thu nhập & giá của hàng hóa
- Cơ sở của sự lựa chọn:
  - Theo thuyết lợi ích: chọn chọn hàng hóa có lợi ích lớn.
  - Theo luật cầu: việc lựa chọn còn xem xét đến giá.

# Nguyên tắc tối đa hoá lợi ích:

- Ví dụ: 2 hàng hóa X và Y, giá của lần lượt là  $P_X, P_Y$

Nguyên tắc lựa chọn :  $(MU_i/P_i) \max$

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} \quad (1)$$

$$I = XP_X + YP_Y \quad (2)$$

# Nguyên tắc tiêu dùng cận biên

Trạng thái cân bằng tiêu dùng nhiều hàng hóa dịch vụ đạt được khi lợi ích cận biên trên một đồng chi tiêu cho hàng hóa này phải bằng lợi ích cận biên trên một đồng chi tiêu cho mỗi hàng hóa khác

$$MU_X/P_X = MU_Y/P_Y = \dots MU_Z/P_Z$$

## 2.2.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được

- Sở thích của người tiêu dùng
- Ràng buộc ngân sách
- Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng
- Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập



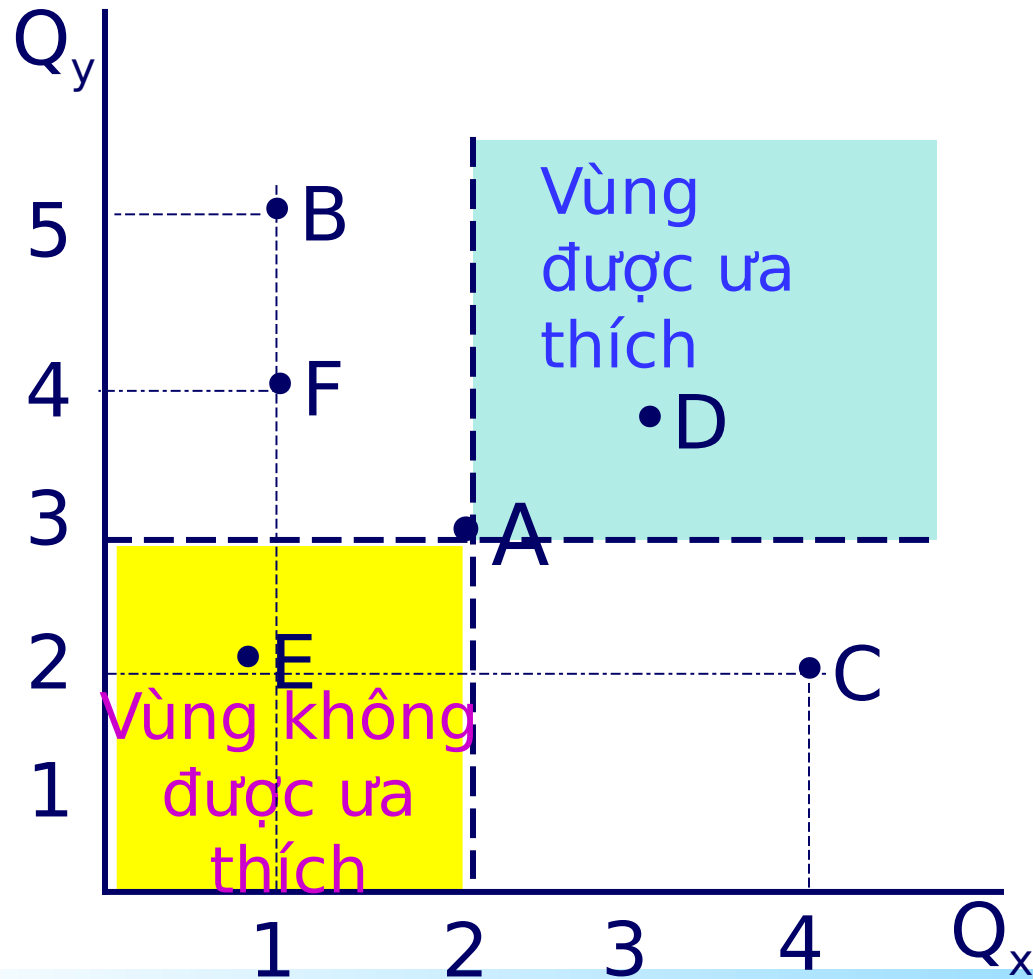
# Phê phán lợi ích đo được

- Lợi ích đo được nhưng trên thực tế là rất khó đo lường
- Lợi ích của tiền không thay đổi là không thực tế. Giá trị của tiền thay đổi theo thời gian
- Quy luật lợi ích cận biên giảm dần bị chi phối bởi tâm lý cá nhân

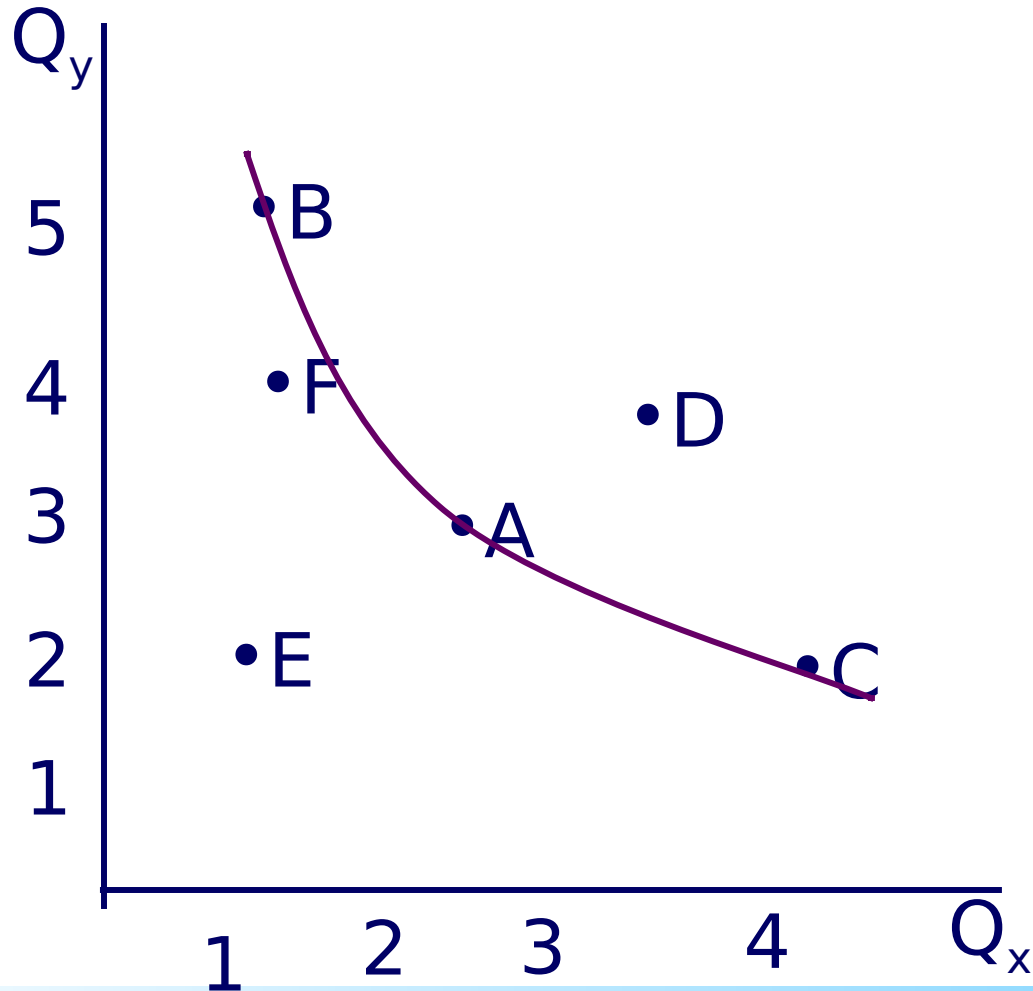
# Giả định của lý thuyết lợi ích so sánh được

- Tính hợp lý của người tiêu dùng
- Lợi ích có thể so sánh được, Lợi ích cận biên giảm dần
- Sở thích nhất quán và tính bắc cầu của sở thích
- Người tiêu dùng thích nhiều hơn ít

## Đường bàng quan



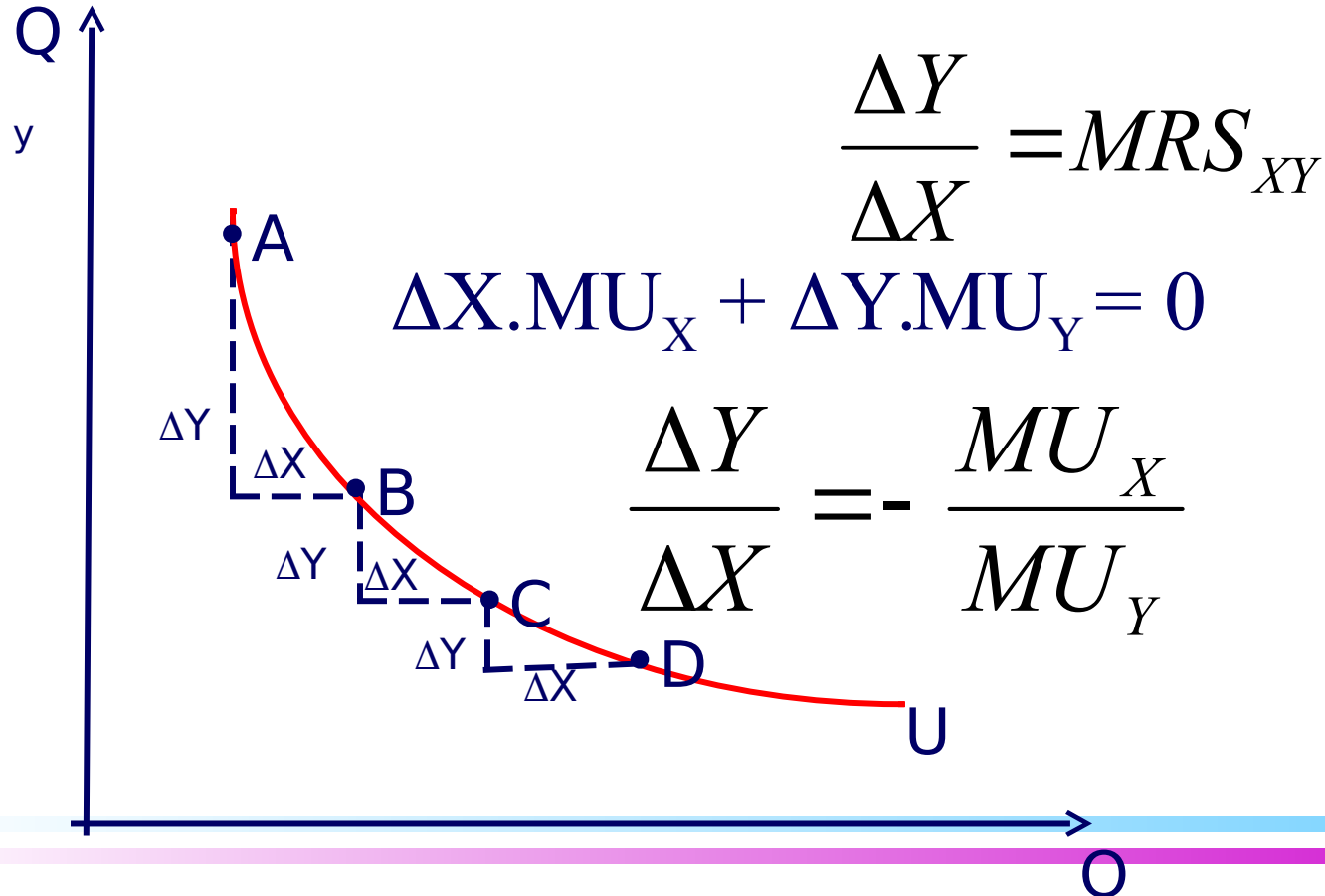
# Đường bàng quan



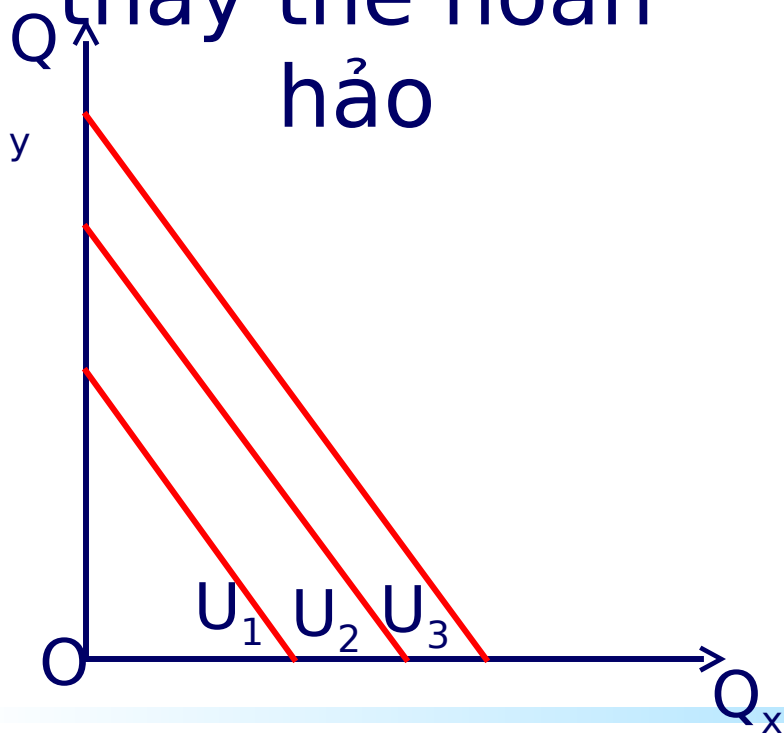
## **Tính chất của đường bàng quan**

- Các đường bàng quan không cắt nhau
- Các đường bàng quan có độ dốc âm
- đường bàng quan nằm xa gốc tọa độ hơn biểu thị mức thỏa mãn cao hơn
- Các đường bàng quan lồi so với gốc tọa độ

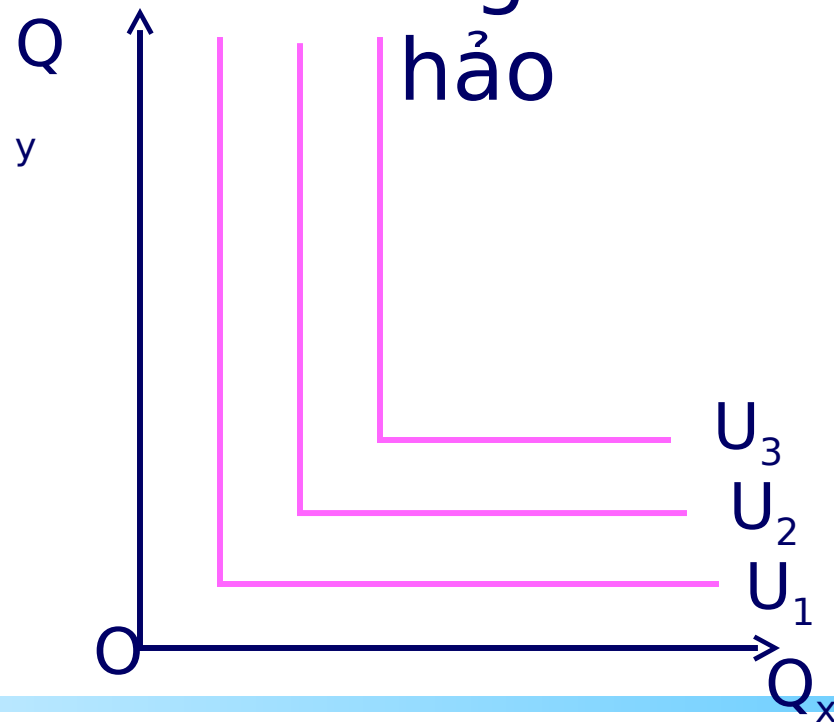
# Các đường bàng quan lồi



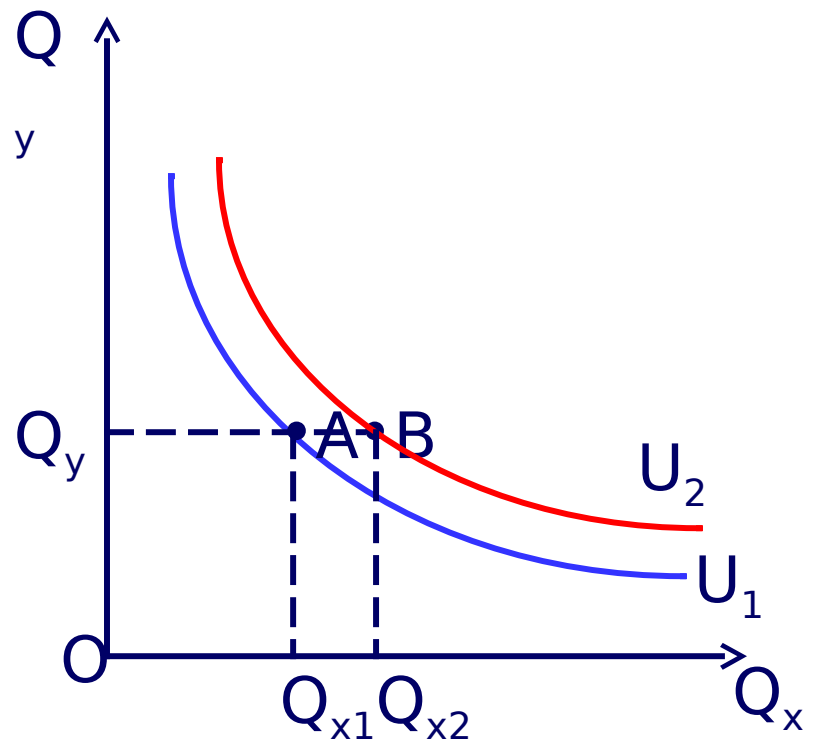
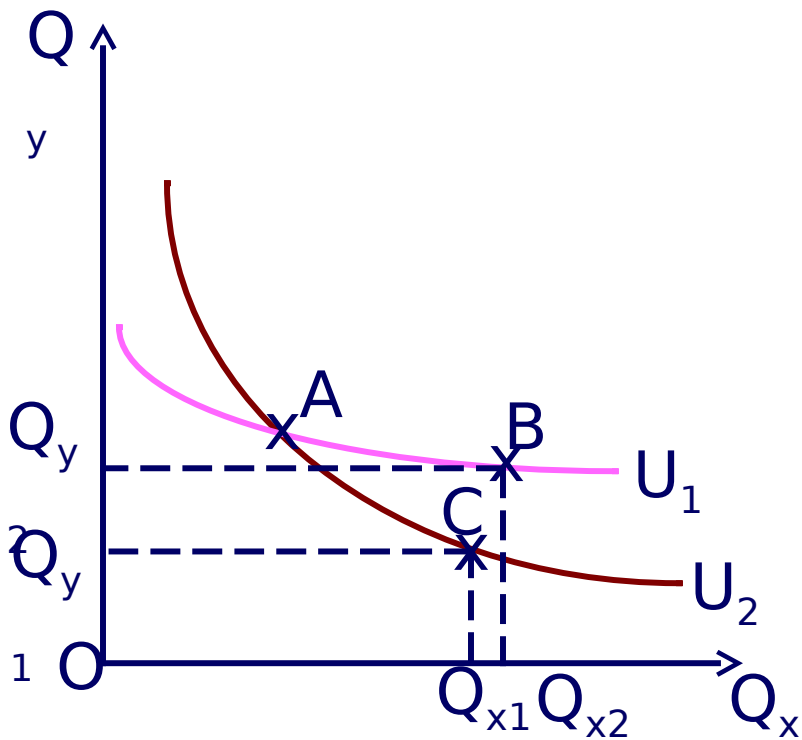
# Hai hàng hóa thay thế hoàn hảo



# Hai hàng hóa bổ sung hoàn hảo



# Chứng minh





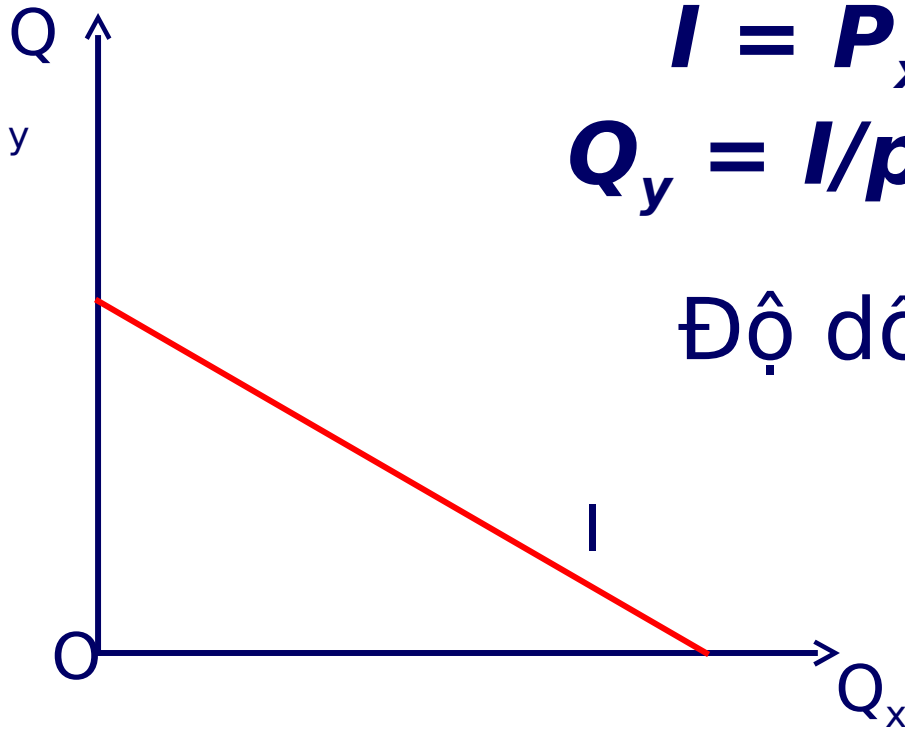
# Đường ngân sách

Phương trình đường ngân sách (BL)

$$I = P_x Q_x + P_y Q_y$$

$$Q_y = I/p_y - (P_x/P_y)Q_x$$

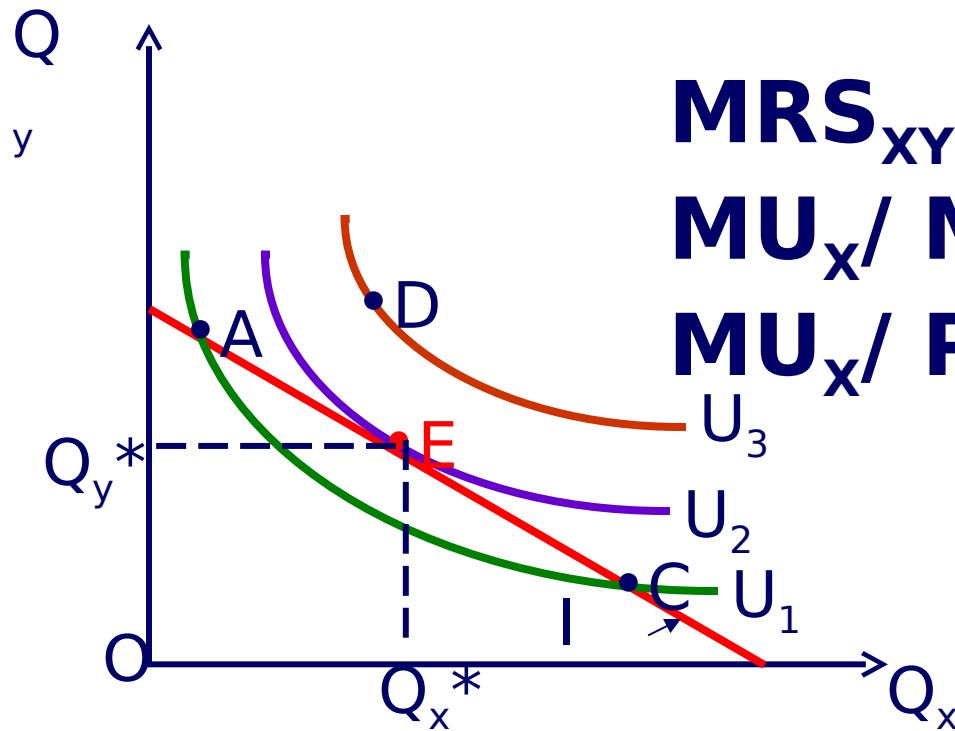
Độ dốc của BL =  $-P_x/P_y$



# Sự lựa chọn của người tiêu dùng

- Phối hợp tối ưu:
  - Là phối hợp mà đường ngân sách tiếp xúc với đường bàng quan.
  - Là phối hợp mà độ dốc của đường bàng quan bằng độ dốc của đường ngân sách

# Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

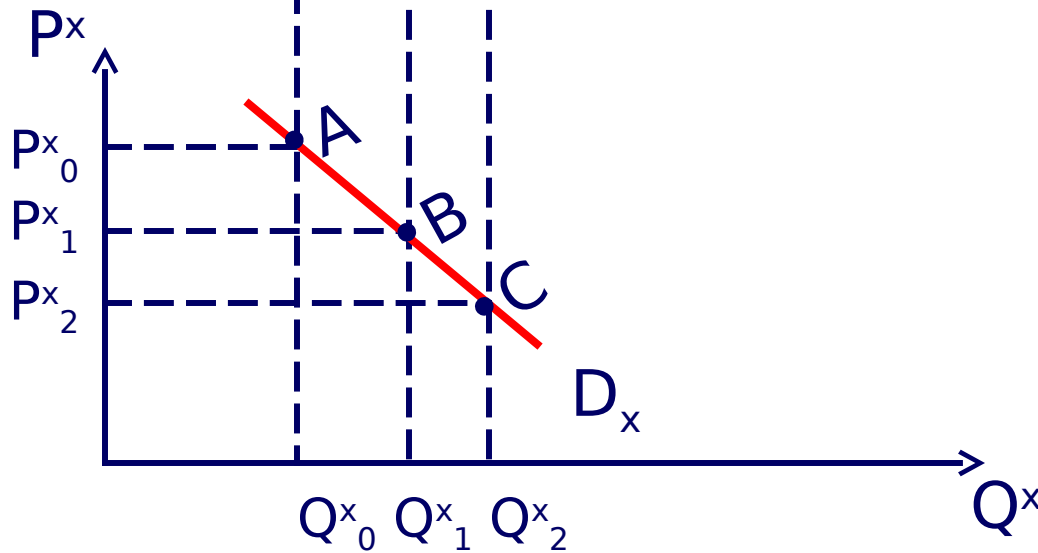
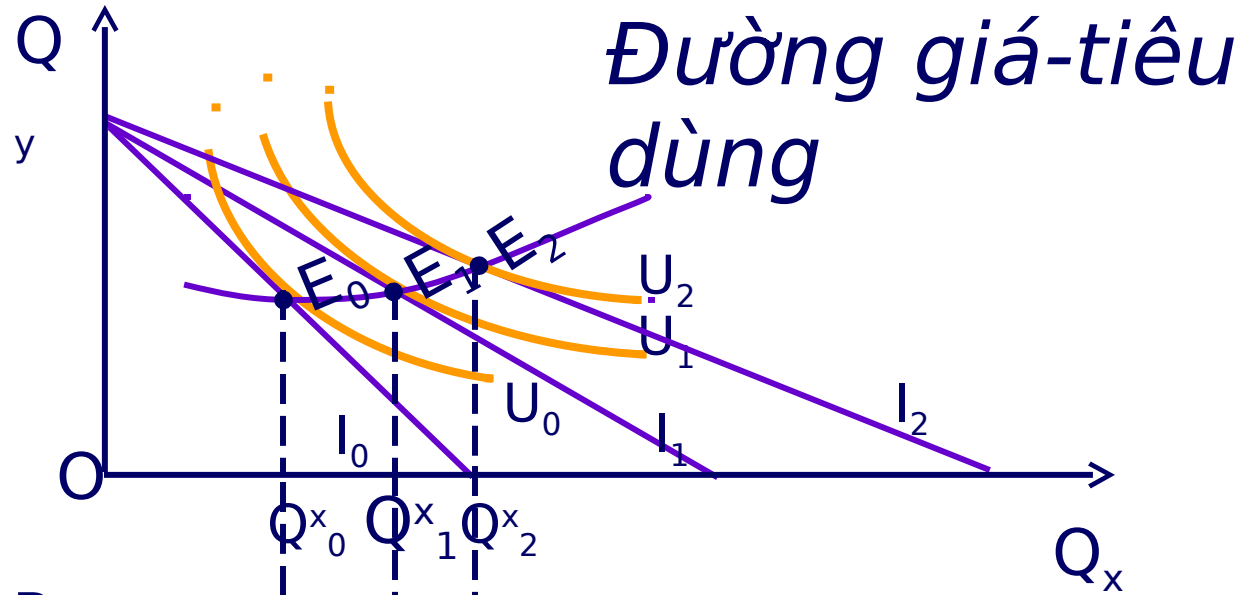


$$MRS_{XY} = -P_X/P_Y$$

$$MU_X / MU_Y = P_X / P_Y$$

$$MU_X / P_X = MU_Y / P_Y$$

- Xây dựng đường cầu



Đường giá - tiêu dùng

# Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập

Giả sử, khi giá sản phẩm X tăng lên (hay giảm xuống) trong điều kiện các yếu tố khác không đổi thì lượng tiêu thụ sản phẩm X giảm xuống (hay tăng lên) là kết quả tổng hợp của hai tác động: tác động thay thế và tác động thu nhập.

Giả sử giá của hàng hóa X giảm xuống gây nên hai tác động.

Thứ nhất, sức mua thực tế của người tiêu dùng tăng lên

Thứ hai, họ sẽ tăng tiêu dùng một mặt hàng nào trở nên rẻ hơn và giảm tiêu dùng mặt hàng trở nên đắt hơn một cách tương đối.

(Theo quy luật cầu)

Thông thường cả hai tác động nay xảy ra đồng thời nhưng để rõ hơn chúng ta cần phân biệt hai tác động này

# Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập

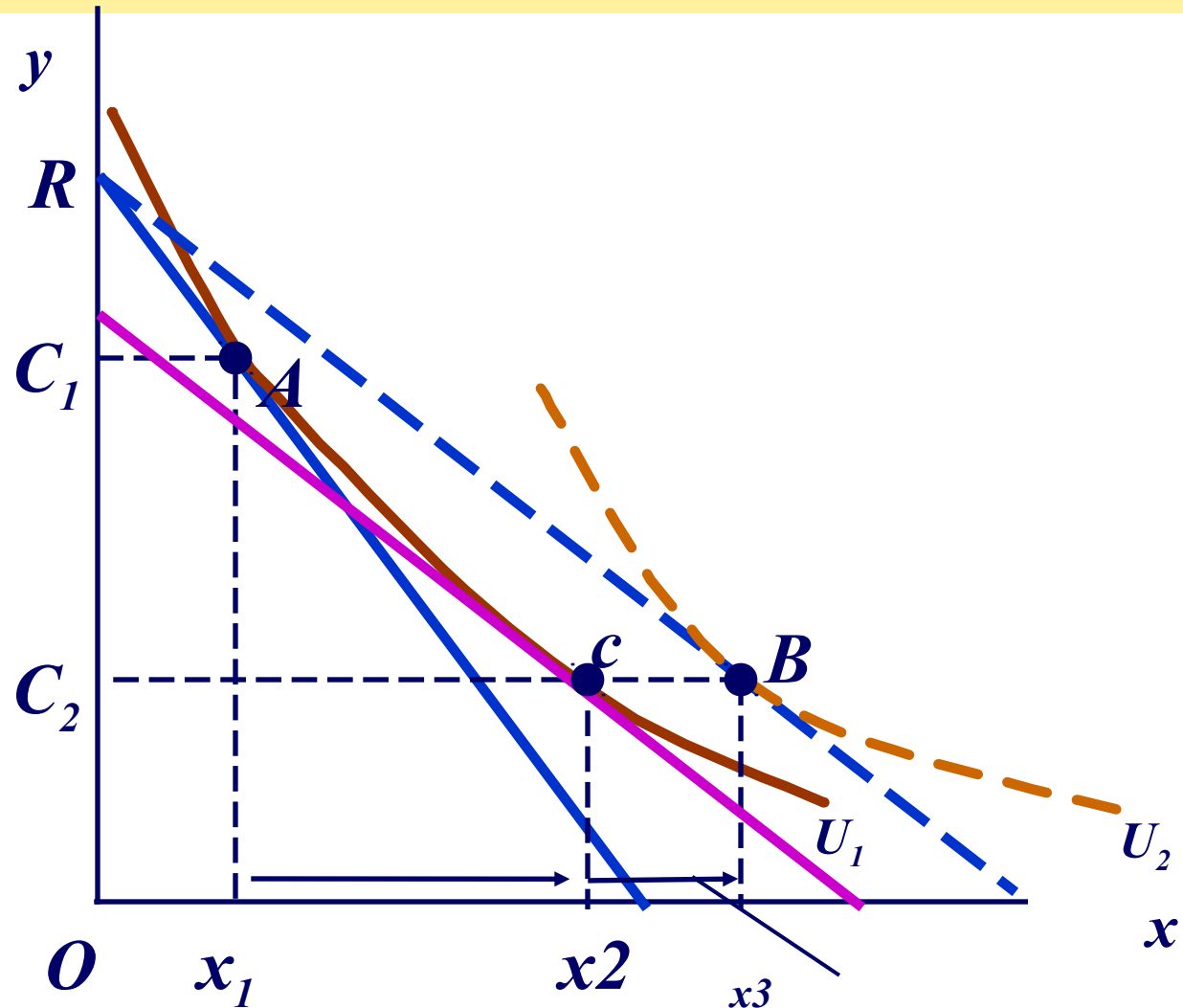
- Ảnh hưởng thay thế (SE) thay đổi trong tiêu dùng chỉ do thay đổi giá tương đối gây ra
- Ảnh hưởng thu nhập (IE) thay đổi trong tiêu dùng chỉ do thay đổi trong thu nhập thực tế gây ra

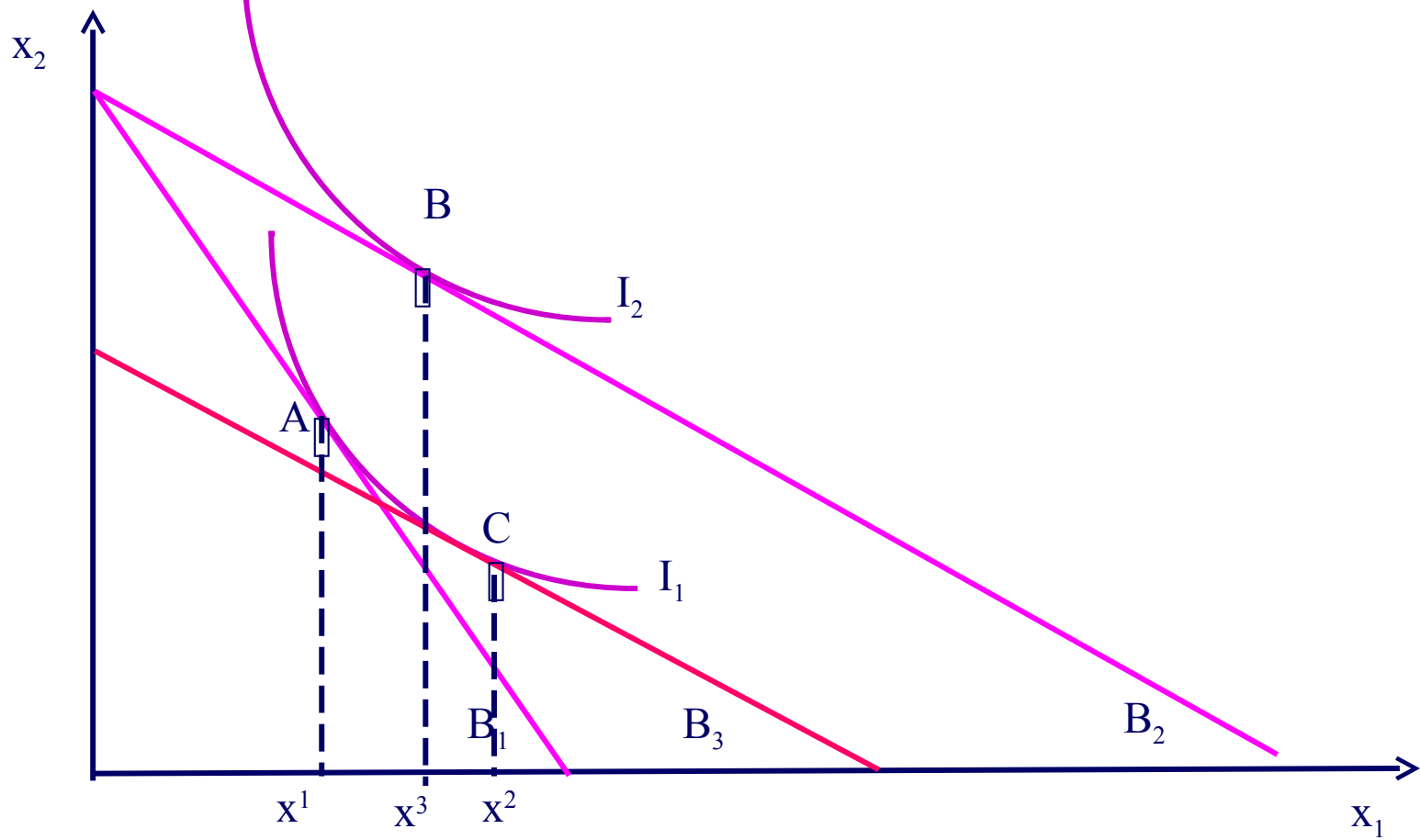


# Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập

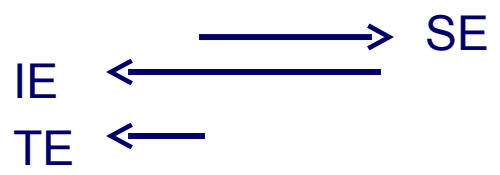
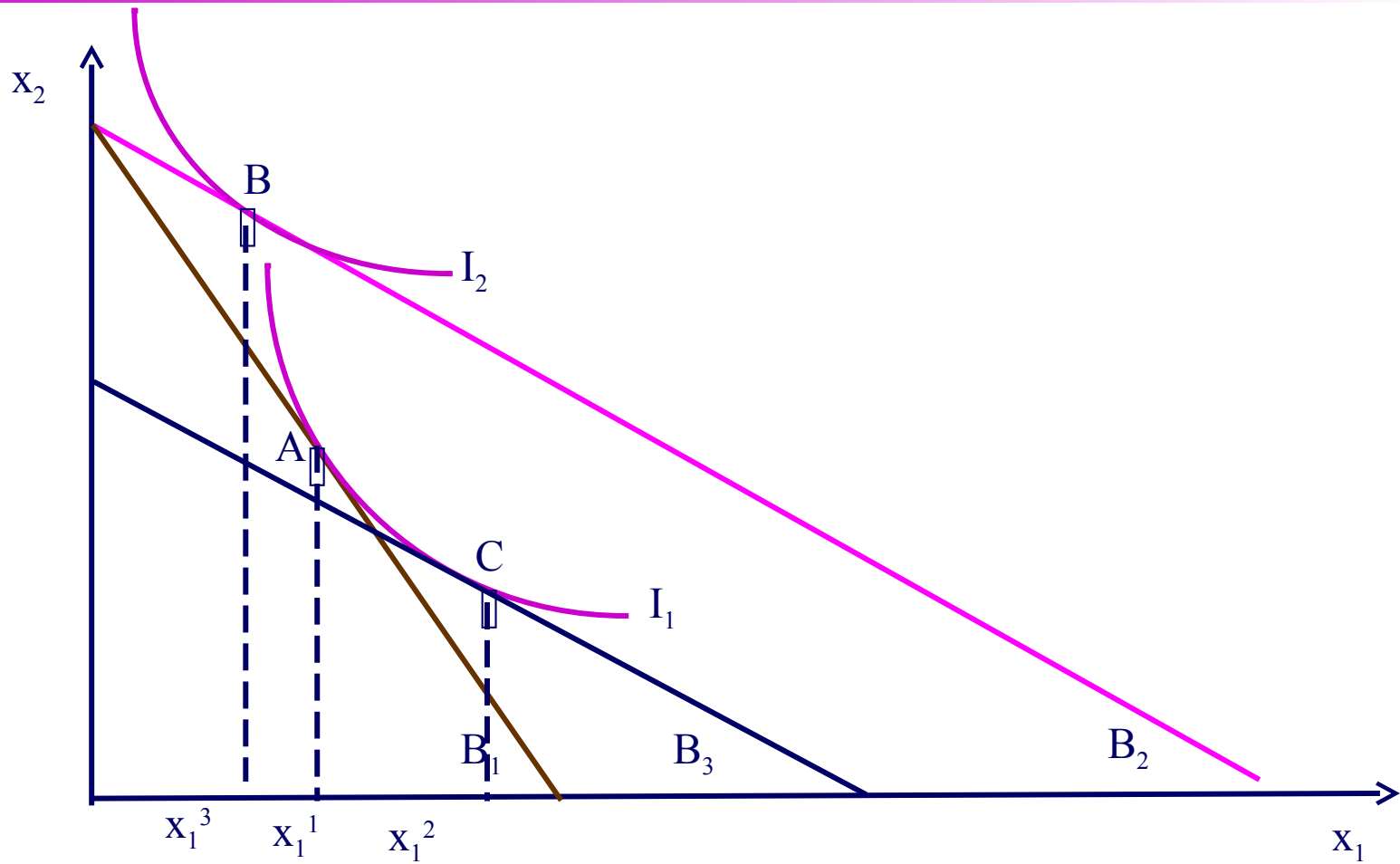
- Ảnh hưởng thay thế (SE): là sự thay đổi lượng cầu khi giá của hàng hóa giảm xuống (tăng lên) trong điều kiện mức thỏa mãn không đổi (hay thu nhập thực tế không đổi). Sự thay thế này được đánh dấu bằng sự dịch chuyển dọc theo đường bàng quan.
- Ảnh hưởng thu nhập (IE): là sự thay đổi của lượng cầu khi giá hàng hóa giảm xuống (tăng lên) làm cho thu nhập thực tế của người tiêu dùng tăng lên (giảm xuống). Sự ảnh hưởng này được đánh dấu bằng sự di chuyển dọc theo đường thu nhập - tiêu dùng.

# Ảnh hưởng thu nhập và ảnh hưởng thay thế





→ SE  
 ← IE  
 → TE



- $TE > 0, SE > 0, IE > 0$ : Hàng hóa thông thường
- $TE > 0, SE > 0, IE < 0$ : Hàng hóa cấp thấp
- $TE < 0, SE > 0, IE < 0$ : Hàng hóa Giffen

# Lý thuyết cơ bản về hành vi của người tiêu dùng

- Khi  $P_x$  giảm SE luôn dương, IE có thể dương có thể âm.
  - Nếu **SE > 0** và **IE > 0** thì đường cầu dốc xuống
  - Nếu **SE > 0** và **IE < 0** thì xảy ra hai trường hợp

# Lý thuyết cơ bản về hành vi của người tiêu dùng

Nếu  $|SE| > |IE|$  thì đường cầu dốc xuống

Nếu  $|SE| < |IE|$  thì đường cầu dốc lên

## 2.2.3. Lý thuyết sở thích bộc lộ

- Giả định
- Tìm đường cầu



# Lý thuyết sở thích bộc lộ

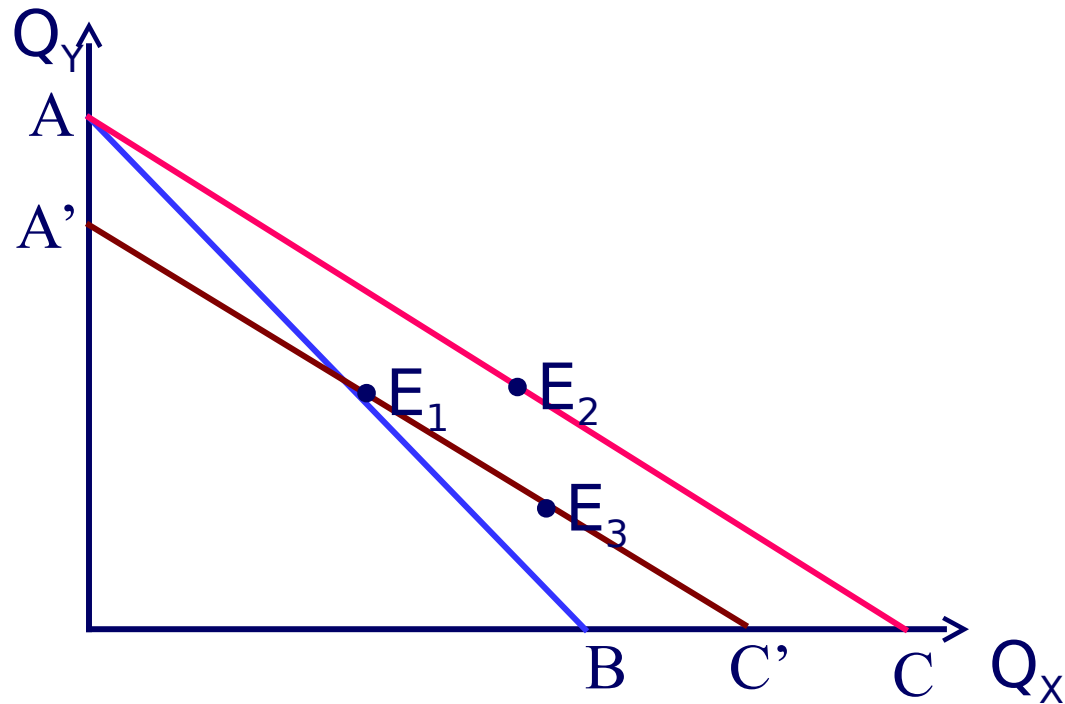
- Giả định
  - với thu nhập danh nghĩa và giá hàng hóa cố định, người tiêu dùng chi hết số tiền của mình.
  - Gặp một tình huống giá, thu nhập, người tiêu dùng chỉ chọn một bố hàng hóa.

# Lý thuyết sở thích bộc lộ

- Giả định
  - Tồn tại một và chỉ một tình huống giá, thu nhập cho mỗi bó hàng hóa được chọn
  - Sự lựa chọn của người tiêu dùng là nhất quán

# Lý thuyết sở thích bộc lộ

- Tìm đường cầu



# Ví dụ 1: Nghịch lí Ellberg

Trong 1 hộp kín 300 quả bóng, 100 trắng, 200 hoặc đỏ hoặc xanh nhưng không biết số lượng cụ thể

- **Luật chơi:** Chọn 1 trong 2 trò chơi sau:
  - (1) Được \$10 nếu bóng rút ra màu Trắng
  - (2) Được \$10 nếu bóng rút ra màu Đỏ

Bạn  
chọn  
trò  
chơi  
nào?



# Đổi luật chơi

- Chọn 1 trong 2 trò chơi sau:  
(1) Được \$10 nếu bóng rút ra không phải Trắng  
(2) Được \$10 nếu bóng rút ra không phải Đỏ



## **Nhận xét:**

- Trong cuộc sống, có nhiều tình huống phải ra quyết định trong điều kiện không chắc chắn (mạo hiểm / may rủi)
- Con người thường không thích sự bất trắc
- Thái độ trước tình huống không chắc chắn của mỗi người là khác nhau

# CHƯƠNG 3: LỰA CHỌN TRONG ĐIỀU KIỆN RỦI RO

- ✓ **Rủi ro**
- ✓ **Ra quyết định trong điều kiện rủi ro**
- ✓ **Giảm rủi ro**
- ✓ **Câu về tài sản rủi ro**

# RỦI RO

- Các trạng thái khác nhau của thông tin
- Mô tả rủi ro



# Các trạng thái khác nhau của thông tin

- Chắc chắn
  - Tình huống trong đó một quyết định có một kết quả, người ra quyết định biết kết quả đó một cách chắc chắn
- Rủi ro
  - Tình huống trong đó một quyết định có nhiều kết quả, người ra quyết định biết giá trị của các kết quả đồng thời biết xác suất xảy ra các kết quả đó.
- Không chắc chắn
  - Tình huống trong đó một quyết định có nhiều kết quả, người ra quyết định biết giá trị của các kết quả nhưng không biết xác suất xảy ra các kết quả đó.

# Mô tả rủi ro

- Xác suất
  - Khách quan: tần suất xuất hiện của kết quả thứ  $i$ 
    - Biết trước: có thể biết trước khi xảy ra nhờ những kiến thức có sẵn
    - Biết sau: chỉ có thể biết khi đã xảy ra
  - Chủ quan: nhận thức về kết quả xảy ra

# Đo lường mức độ hấp dẫn: Giá trị kì vọng

- Công thức tính giá trị kì vọng:

$$EV = \sum p_i V_i$$

- Giá trị kì vọng của một tình huống là bình quân gia quyền giá trị của các kết cục có thể xảy ra, với trọng số (hay quyền số) là xác suất xảy ra các kết cục tương ứng

- **Đo lường mức độ may rủi**

**Ví dụ:** Trò chơi tung đồng xu (cân đối, đồng chất). Mua vé \$1 để đặt cược cho mặt sấp hay ngửa:

- G1: Nếu trúng được thưởng \$3, thua mất tiền?
- G2: Nếu trúng được thưởng \$1, thua mất tiền?
- G3: Nếu trúng được thưởng \$2, thua mất tiền?

# Mô tả rủi ro

- Phương sai
  - $S^2 = \sum(V_i - EV)$
  - $\sqrt{S^2}$  Độ lệch chuẩn

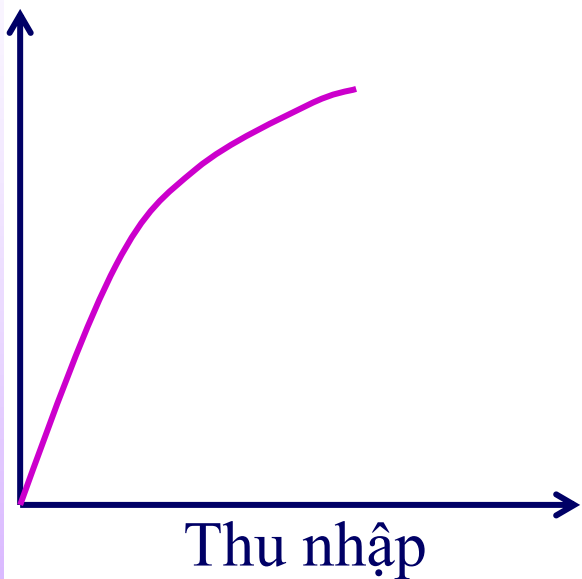
$$\sigma = \sqrt{S^2}$$

# Ra quyết định trong điều kiện rủi ro

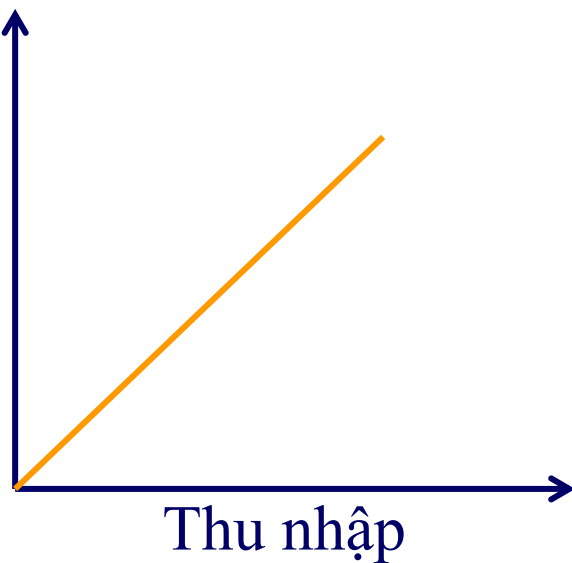
- Sử dụng tiêu thức EV
  - Tính EV cho mỗi hoạt động
  - Chọn hoạt động có EV cao nhất
  - Ưu điểm: chọn được hoạt động có EV cao nhất
  - Nhược điểm: không tính đến thái độ của người ra quyết định đối với rủi ro

# Sự khác nhau về

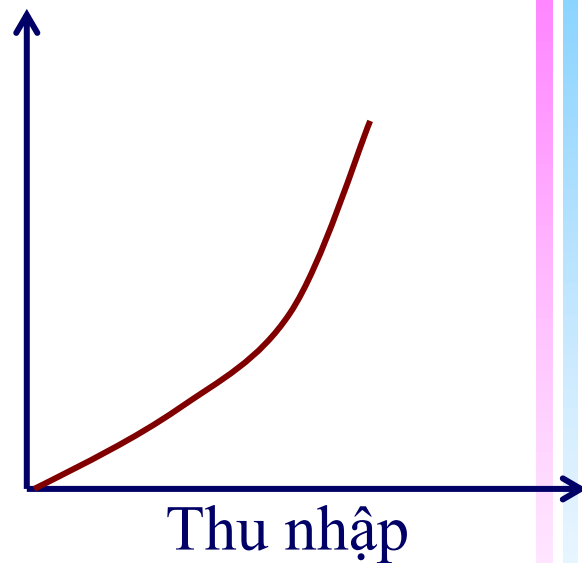
Ý thích



Ý thích



Ý thích



*Người ghét rủi ro*      *Người trung lập với rủi ro*      *Người thích rủi ro*

# SỞ THÍCH ĐỐI VỚI RỦI RO

- Con người có thái độ khác nhau về sở thích đối với rủi ro
- Có người **không thích rủi ro**, có người **trung lập**, có người lại **thích rủi ro**

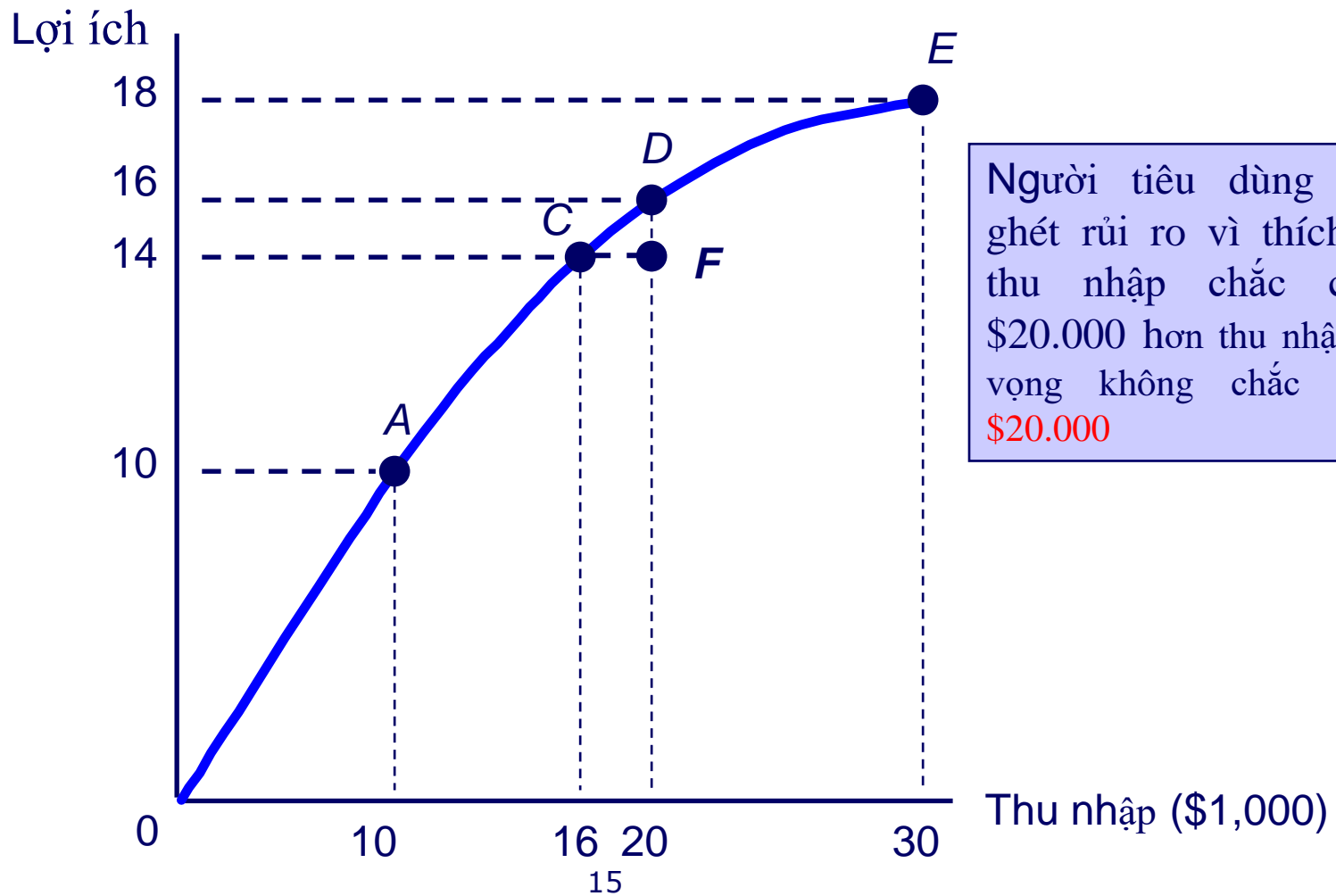


# Sở thích đối với rủi ro

- Ghét rủi ro

- Là người thích có mức thu nhập chắc chắn so với thu nhập rủi ro với cùng một giá trị kỳ vọng như nhau
- Người này có lợi ích cận biên giảm dần theo thu nhập
- Đa số có thái độ đối với rủi ro
  - Ví dụ: thị trường bảo hiểm

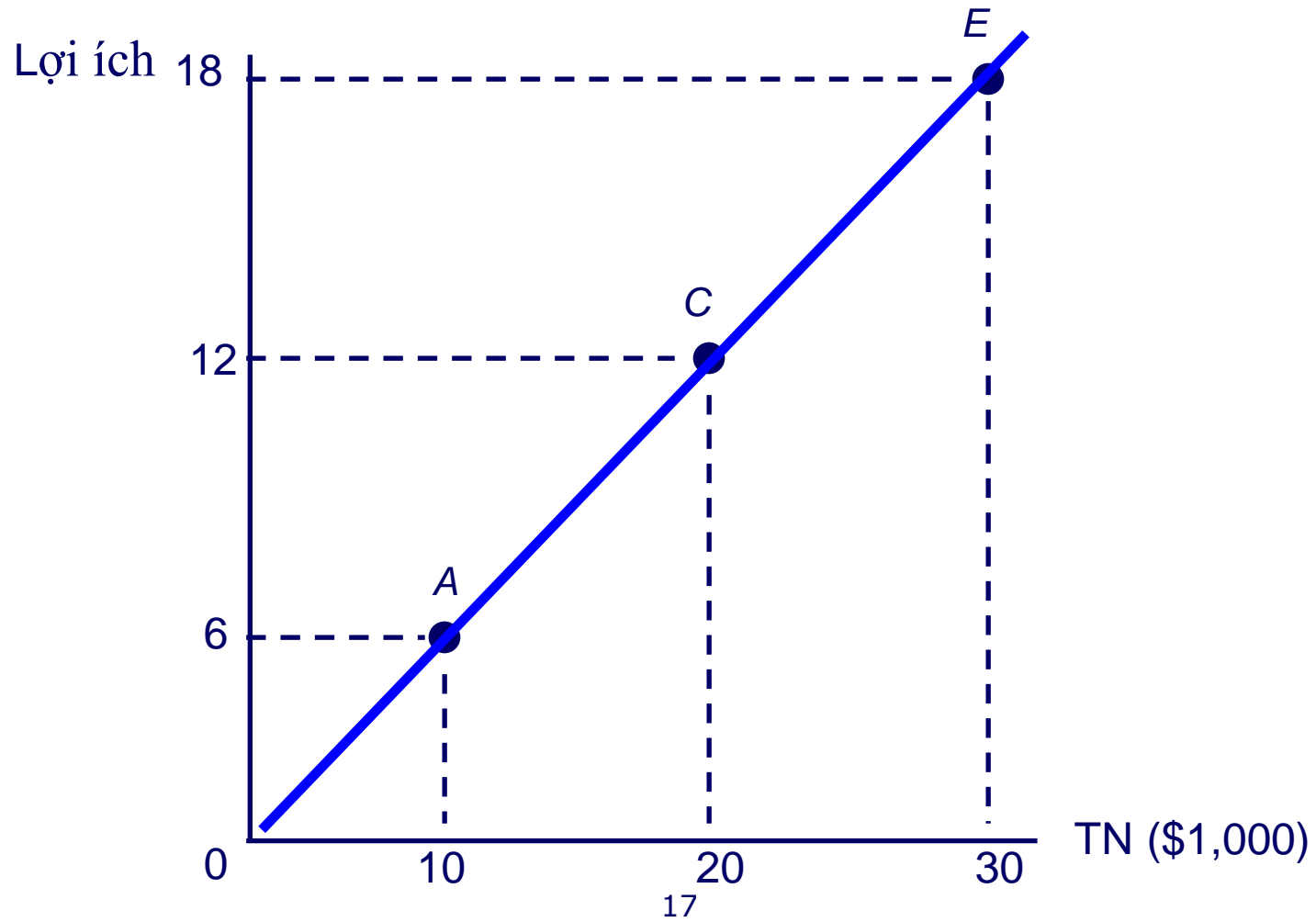
# Hàm lợi ích của người ghét rủi ro



## Sở thích đối với rủi ro

- **Người trung lập** với rủi ro là người bàng quan giữa thu nhập chắc chắn và thu nhập không chắc chắn với cùng một giá trị kỳ vọng như nhau
- Lợi ích cận biên của thu nhập không đổi

# Người trung lập với rủi ro



## Sở thích đối với rủi ro

- Người thích rủi ro là người thích thu nhập không chắc chắn hơn mức thu nhập chắc chắn với cùng một giá trị kỳ vọng
  - Ví dụ: Cờ bạc, tội phạm
- Lợi ích cận biên của thu nhập tăng

## Người thích rủi ro

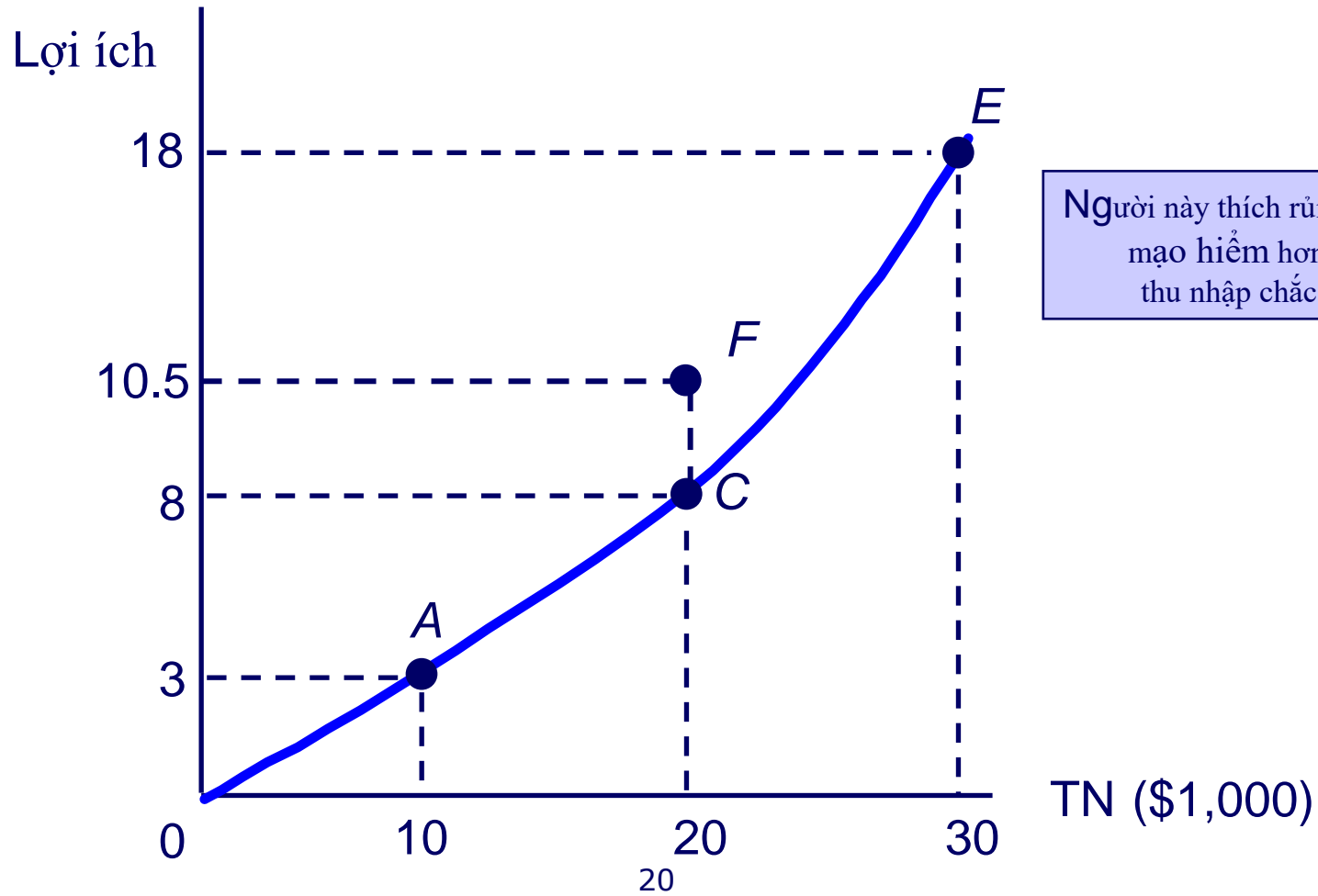
- Giá trị kỳ vọng của lựa chọn rủi ro - điểm F

$$\begin{aligned} E(I) &= (0.5)(\$10,000) + (0.5)(\$30,000) \\ &= \$20,000 \end{aligned}$$

$$E(u) = (0.5)(3) + (0.5)(18) = 10.5$$

- Thu nhập chắc chắn là \$20.000 với lợi ích bằng 8 - tại điểm C
- Các cơ hội rủi ro được ưa thích

# Người thích rủi ro



## Sở thích đối với rủi ro

- Cái **giá của rủi ro** là lượng tiền tối đa mà một người ghét rủi ro sẽ trả để tránh gặp rủi ro
- Giá của rủi ro phụ thuộc vào các cơ hội lựa chọn rủi ro mà người ta đối mặt



# Ra quyết định trong điều kiện rủi ro

- Sử dụng tiêu thức EU

- $EU = \sum P_i U_i$

- Tính EU cho mỗi hoạt động

- Chọn hoạt động có EU cao nhất

- Ưu điểm: đưa thái độ đối với rủi ro của người ra quyết định vào việc mô hình hóa cách thức ra quyết định.

- Nhược điểm: đôi khi việc xác định các giá trị ích lợi cho các giá trị bằng tiền gặp khó khăn

# Ra quyết định trong điều kiện rủi ro

- Sử dụng tiêu thức mức độ rủi ro ( $\sigma$ )
  - Tính  $\sigma$  cho mỗi hoạt động
  - Chọn hoạt động có  $\sigma$  thấp nhất
  - Ưu điểm: Chọn được hoạt động có  $\sigma$  thấp nhất
  - Nhược điểm: không tính đến EV

# Ra quyết định trong điều kiện rủi ro

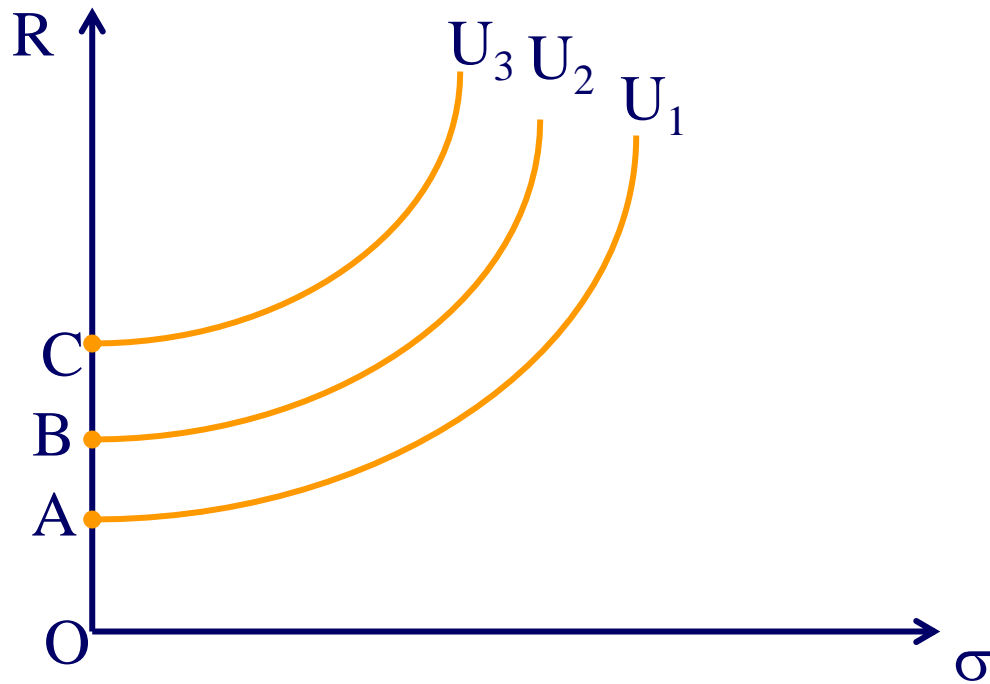
- Sử dụng tiêu thức mức độ biến thiên (CV)
  - Tính CV cho mỗi hoạt động
  - Chọn hoạt động có CV thấp nhất

$$CV = \frac{\sigma}{EV}$$

# Ra quyết định trong điều kiện rủi ro

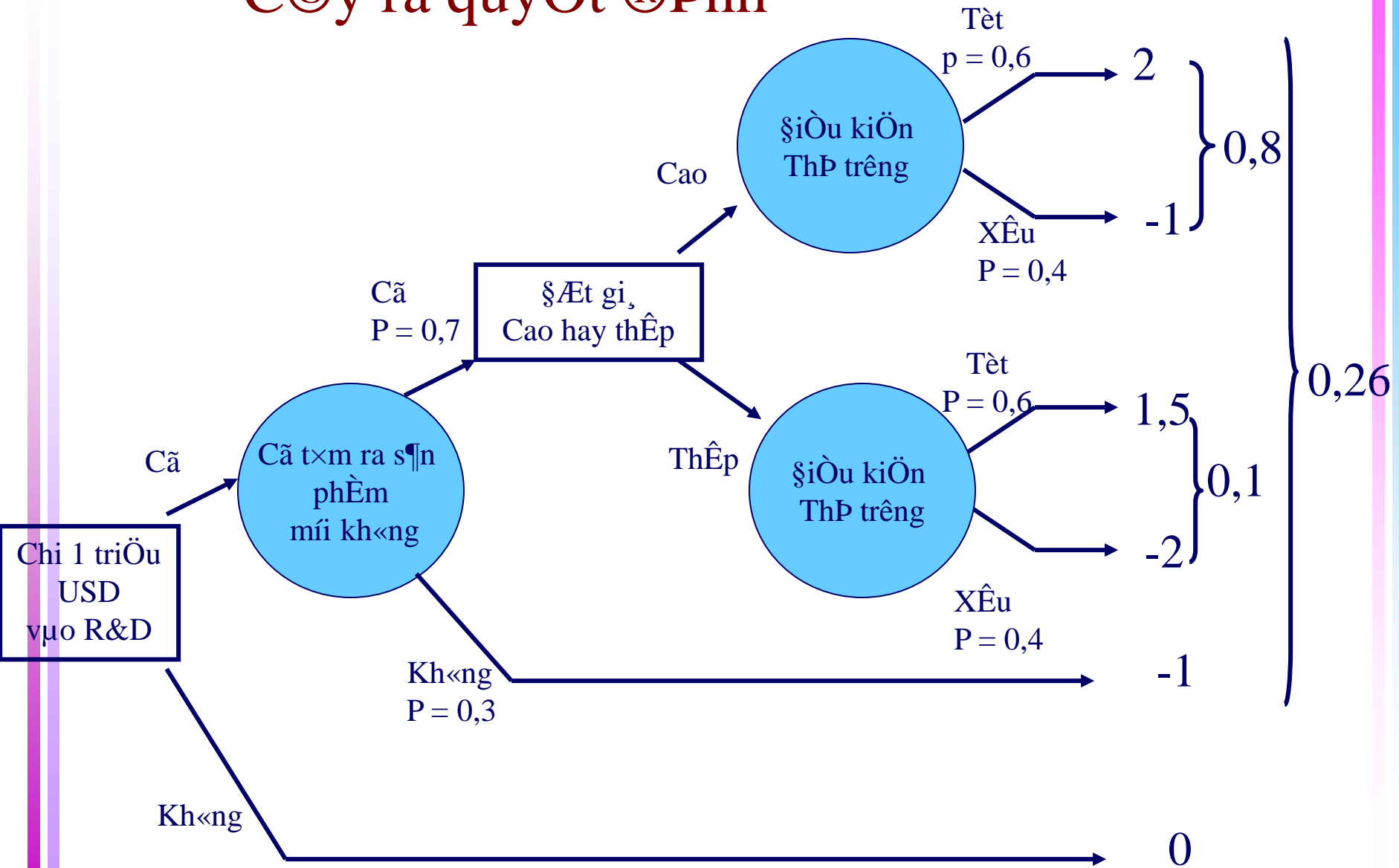
- Sử dụng tiêu thức mức tương đương chắc chắn CE
  - Tương đương chắc chắn của hành động rủi ro là lượng tiền sẵn có chắc chắn làm cho người ra quyết định thỏa mãn như khi thực hiện hành động rủi ro.
  - Tính CE cho mỗi hành động
  - Chọn hành động có CE cao nhất

# Tương đường chắc chắn



# • Công ty ra quyết định

$\pi$  (tr USD)



# GIẢM RỦI RO

- Đa dạng hóa
- Bảo hiểm
- Thu thập thêm thông tin

# Đa dạng hóa

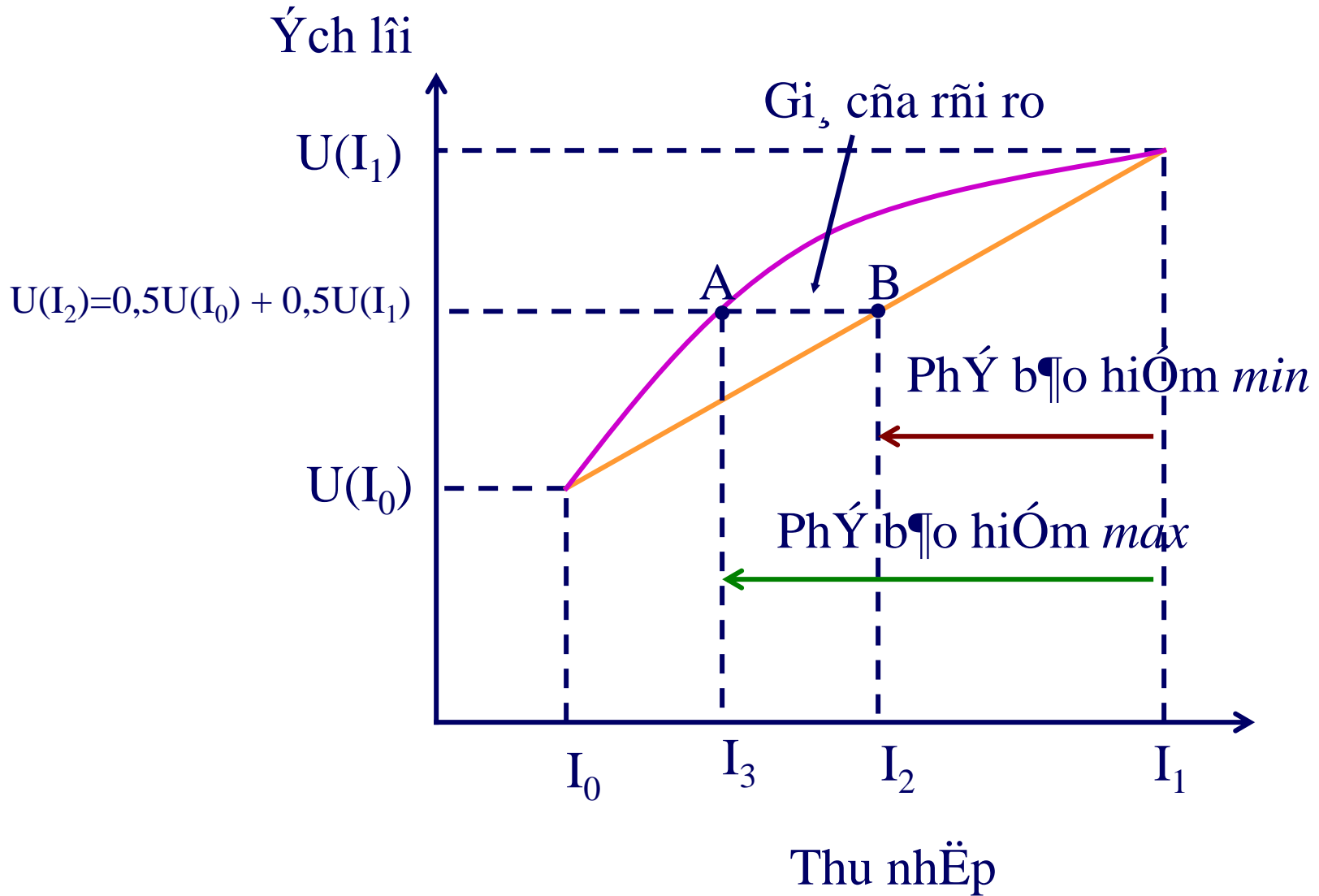
	Bán máy điều hoà không khí	Bán chăn đệm
Trời nóng ( $p = 0,5$ )	20 triệu đồng	10 triệu đồng
Trời lạnh ( $p = 0,5$ )	10 triệu đồng	20 triệu đồng



# Bảo hiểm

- Bảo hiểm
  - là hy sinh một phần thu nhập để biến kết quả rủi ro thành kết quả chắc chắn
- Phí bảo hiểm công bằng
  - là giá trị kỳ vọng của tổn thất
- Giá của rủi ro
  - Là chênh lệch giữa mức thu hhaajp rủi ro và mức thu nhập chắc chắn mang lại cho người rđ cùng một mức thỏa mãn

# Bảo hiểm



# Thu thập thêm thông tin

- Giá trị của thông tin
  - Là chênh lệch giữa kết quả với thông tin hoàn hảo và kết quả với thông tin hiweejn có.
- Thu thập thêm thông tin chừng nào MB còn lớn hơn MC

# CÂU VỀ TÀI SẢN RỦI RO

- Tài sản
  - Là cái mang lại thu nhập cho chủ sở hữu
- Tài sản không rủi ro
  - Là tài sản mang lại thu nhập chắc chắn cho chủ sở hữu
- Tài sản rủi ro
  - Là tài sản mang lại thu nhập mang tính ngẫu nhiên ở một mức độ nào đó cho chủ sở hữu

# CÂU VỀ TÀI SẢN RỦI RO

- Lợi tức từ Tài sản
  - Là thu nhập ròng từ tài sản tính trên giá trị của tài sản
- Lợi tức thực từ tài sản
  - Là lợi tức danh nghĩa trừ tỷ lệ lạm phát
- Lợi tức kỳ vọng từ tài sản

# CÂU VỀ TÀI SẢN RỦI RO

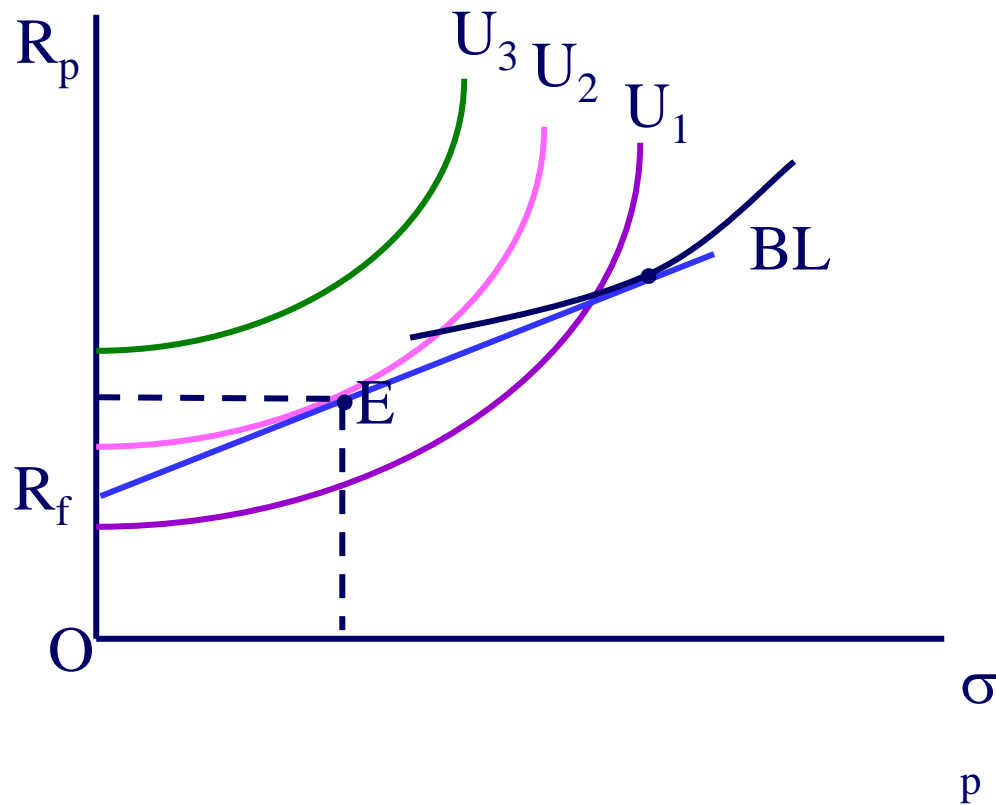
- Lựa chọn danh mục đầu tư
  - Đầu tư tỷ lệ  $b$  vào tài sản rủi ro
  - Đầu tư tỷ lệ  $(1 - b)$  vào tài sản không rủi ro
  - Rủi ro của danh mục đầu tư

$$\sigma_p = b\sigma_m$$

- Lợi tức từ danh mục đầu tư

$$R_p = R_f + \frac{(R_m - R_f)\sigma_p}{\sigma_m}$$

# Lựa chọn danh mục đầu tư



# Lý thuyết hăng

- Lý thuyết hăng
- Sản xuất
- Chi phí
- Lợi nhuận
- Phân tích hòa vốn



# Các loại hình hãng

- Hãng một chủ sở hữu
  - Chủ sở hữu đồng thời là người quản lý
  - Trách nhiệm vô hạn
- Hãng đồng sở hữu
  - Có hai hoặc nhiều hơn một chủ sở hữu
  - Trách nhiệm vô hạn và trách nhiệm liên đới
- Công ty
  - Có sự tách rời giữa quyền sở hữu và quyền quản lý
  - Trách nhiệm hữu hạn

# Lý thuyết cổ điển về hãng

- Giả định
  - Mục tiêu của hãng: tối đa hóa lợi nhuận
  - Sản phẩm và mối quan hệ giữa sản lượng và chi phí trung bình
    - Hãng sản xuất một loại sản phẩm chuẩn hóa
    - Đường chi phí trung bình là đường hình chữ  $U$
  - Điều kiện cầu
    - Hãng có thông tin chắc chắn về cầu
    - Cầu phụ thuộc vào 4 yếu tố: thu nhập, giá hàng hóa liên quan, thị hiếu và kỳ vọng

# Lý thuyết cổ điển về hãng

- Cân bằng
  - $MC = MR$
  - $dR/dQ < dMC/dQ$

# Các lý thuyết khác về hãng

- Phê phán lý thuyết cổ điển
  - Không phản ánh sát hành vi của hãng trong thực tế

# Các lý thuyết khác về khác

- Lý thuyết tối đa hóa doanh thu
- Lý thuyết tối đa hóa doanh thu có ràng buộc về lợi nhuận
- Lý thuyết tối đa hóa ích lợi quản lý
- Tối đa hóa giá trị doanh nghiệp

# Lý thuyết tối đa hóa doanh thu

- Giả định
  - Mục tiêu của hãng: tối đa hóa doanh thu
  - Sản phẩm và mối quan hệ giữa sản lượng và chi phí trung bình
    - Hãng sản xuất một loại sản phẩm chuẩn hóa
    - Đường chi phí trung bình là đường hình chữ  $U$
  - Điều kiện cầu
    - Hãng có thông tin chắc chắn về cầu
    - Cầu phụ thuộc vào 4 yếu tố: thu nhập, giá hàng hóa liên quan, thị hiếu và kỳ vọng

# Lý thuyết tối đa hóa doanh thu

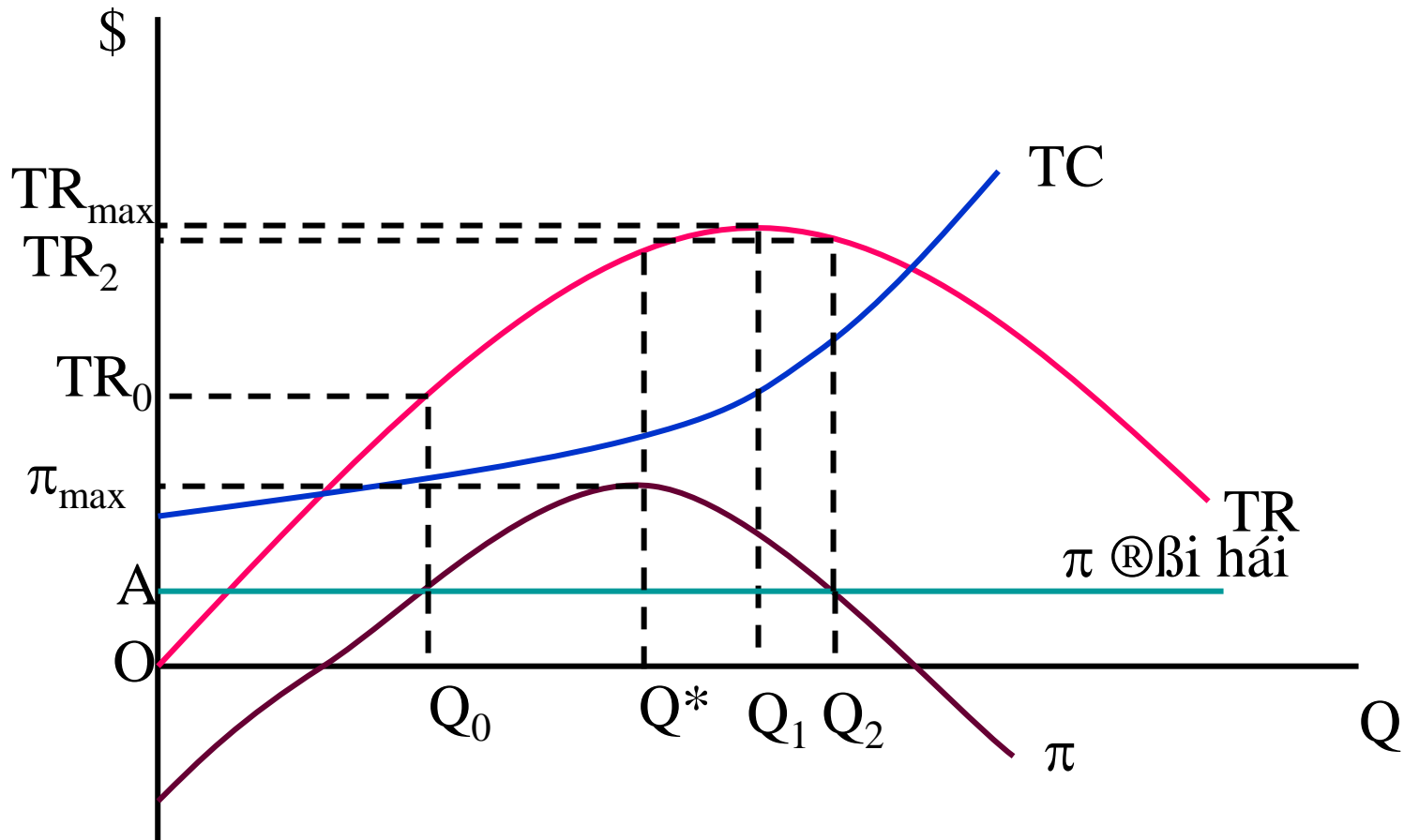
- Cân bằng
  - $MR = 0$
- Phê phán lý thuyết tối đa hóa doanh thu
  - lý thuyết này không sát thực, vì trong thực tế những người quản lý chịu sự giám sát của cổ đông

# Lý thuyết tối đa hóa doanh thu có ràng buộc về lợi nhuận

- Các cổ đông đòi hỏi phải đạt được một mức lợi nhuận tối thiểu nào đó
  - cân bằng:  $TR_{\max}$  với ràng buộc về  $\pi$



# Lý thuyết tối đa hóa doanh thu có ràng buộc về lợi nhuận



# Mô hình tối đa hóa ích lợi quản lý/mô hình ưa thích chi tiêu

- Mục tiêu của hãng:
  - Tối đa hóa ích lợi quản lý
  - $U = f(S, M, D)$ , trong đó
  - $D = TR - TC - S - M - T - Z$
- Cân bằng
  - $MU_S = MU_M = MU_D$

# LÝ THUYẾT SẢN XUẤT

# SẢN XUẤT

- Hàm sản xuất
- Ngắn hạn và dài hạn
- Sản xuất trong ngắn hạn
- Sản xuất trong dài hạn

# Hàm sản xuất

- Hàm sản xuất
  - $Q = F(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$
  - hàm sản xuất với 2 đầu vào:  $Q = F(K, L)$
- Hàm sản xuất Cobb-Douglas
  - $Q = AK^\alpha L^\beta$
  - $A, \alpha, \beta$ : các hệ số dương

# Hàm sản xuất

## Hàm sản xuất Cobb-Douglas

- $\alpha + \beta > 1$ : Hiệu suất tăng theo quy mô
- $\alpha + \beta = 1$ : Hiệu suất không đổi theo quy mô
- $\alpha + \beta < 1$ : Hiệu suất giảm theo quy mô

# Ngắn hạn và dài hạn

- Ngắn hạn
  - Là khoảng thời gian trong đó hãng không thể thay đổi được tất cả các yếu tố sản xuất hay là khoảng thời gian tồn tại ít nhất một yếu tố sản xuất cố định
- Dài hạn
  - Là khoảng thời gian trong đó hãng có thể thay đổi được tất cả các yếu tố sản xuất

# Sản xuất trong ngắn hạn

- Một yếu tố sản xuất cố định: K
- Một yếu tố sản xuất biến đổi: L



# Ví dụ hàm sản xuất trong ngắn hạn

L	K	Q	$AP_L$	$MP_L$
0	1	0		
1	1	4		
2	1	10		
3	1	13		
4	1	15		
5	1	16		

# Sản xuất trong ngắn hạn

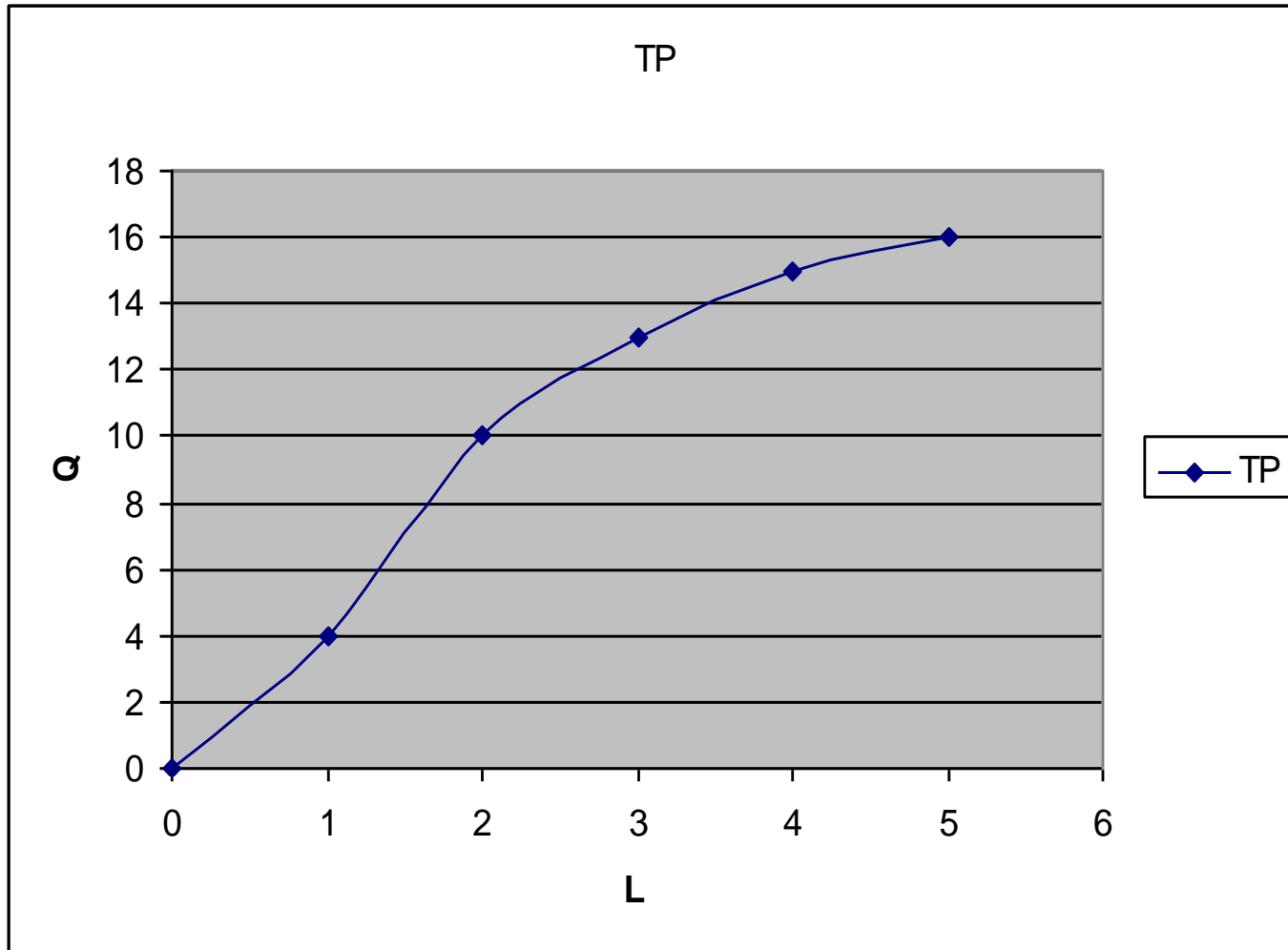
- Tổng sản phẩm:  $Q$
- Sản phẩm trung bình

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

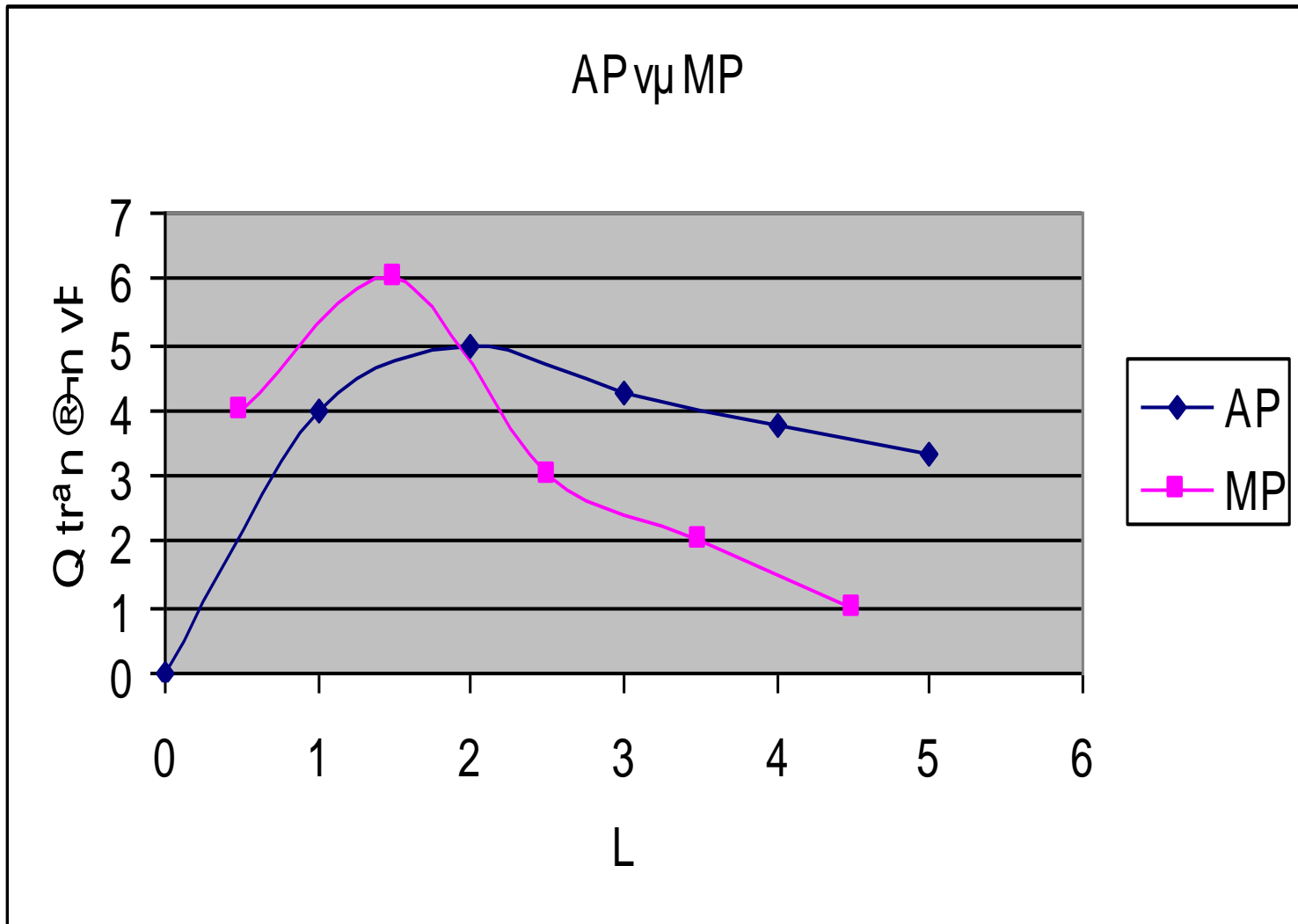
- Sản phẩm cận biên

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

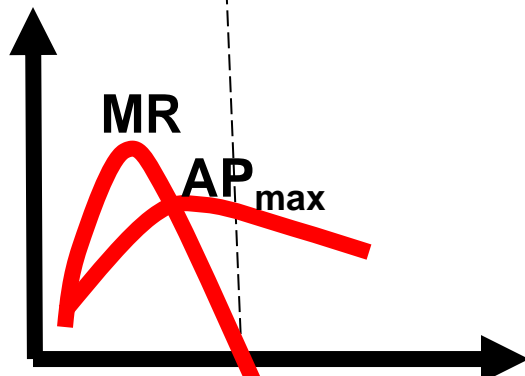
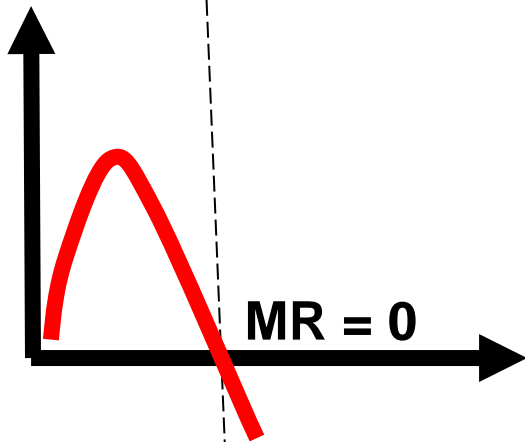
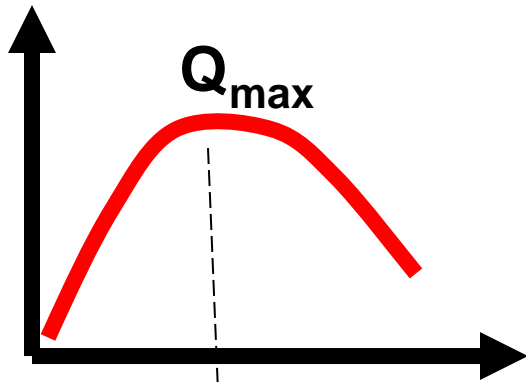
# Đường tổng sản phẩm



# Đường sản phẩm trung bình và sản phẩm cận biên



# Nhận xét

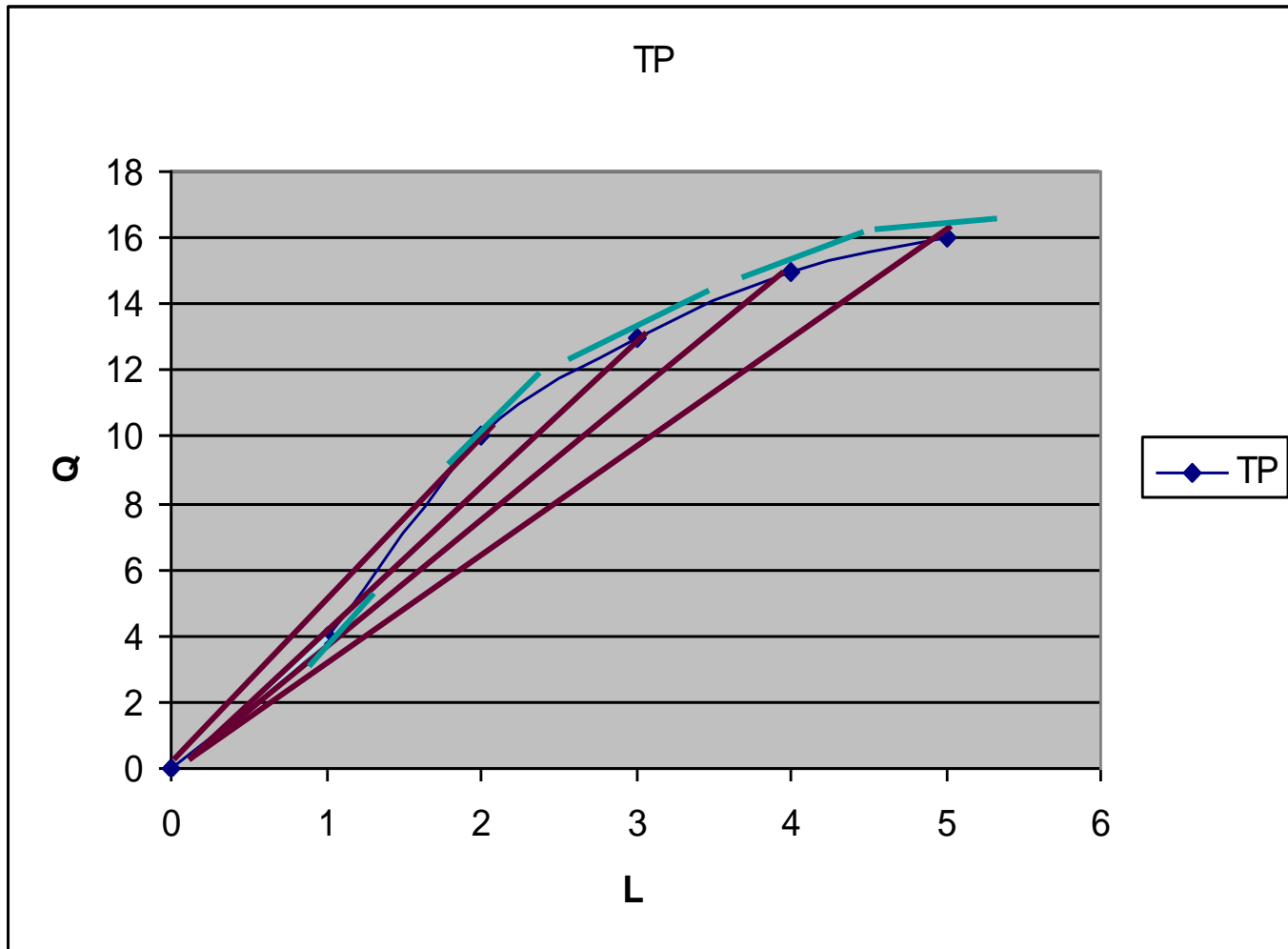


- . Mối quan hệ  $AP_L$  và  $MP_L$ :
- . Mối quan hệ  $MP_L$  và  $Q$ :
- . **Quy luật: MP giảm dần**

Điều kiện:

- + Có ít nhất 1 đầu vào cố định,
- + Thường áp dụng trong ngắn hạn.

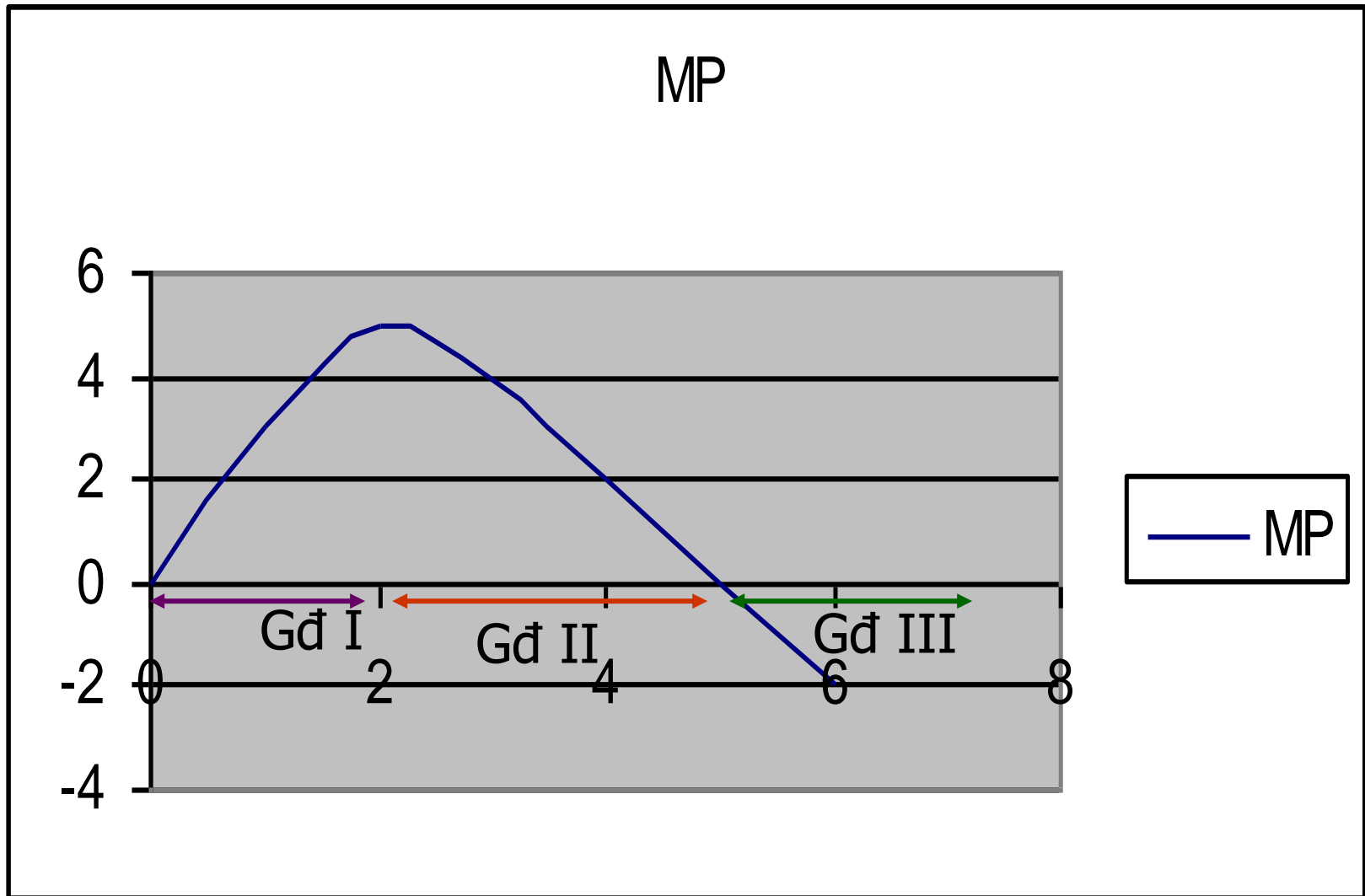
# Mối quan hệ giữa $TP_L$ , $AP_L$ , $MP_L$



# Các giai đoạn của quá trình sản xuất

- $MP_L > 0$  và đang tăng: giai đoạn I theo lao động
- $MP_L > 0$  và đang giảm: giai đoạn II theo lao động
- $MP_L < 0$  : giai đoạn III theo lao động

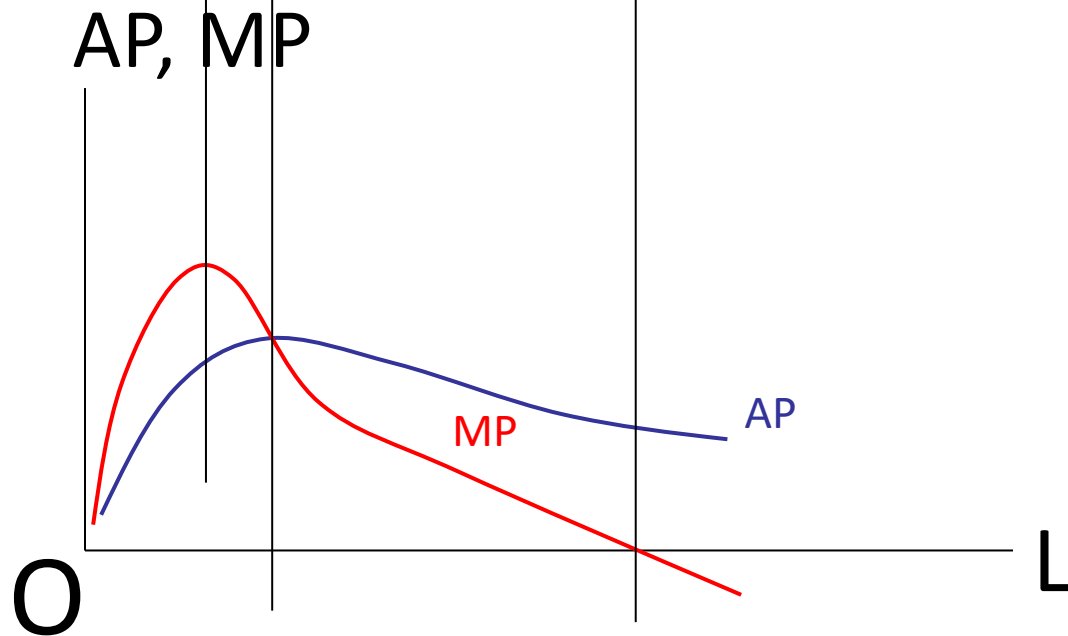
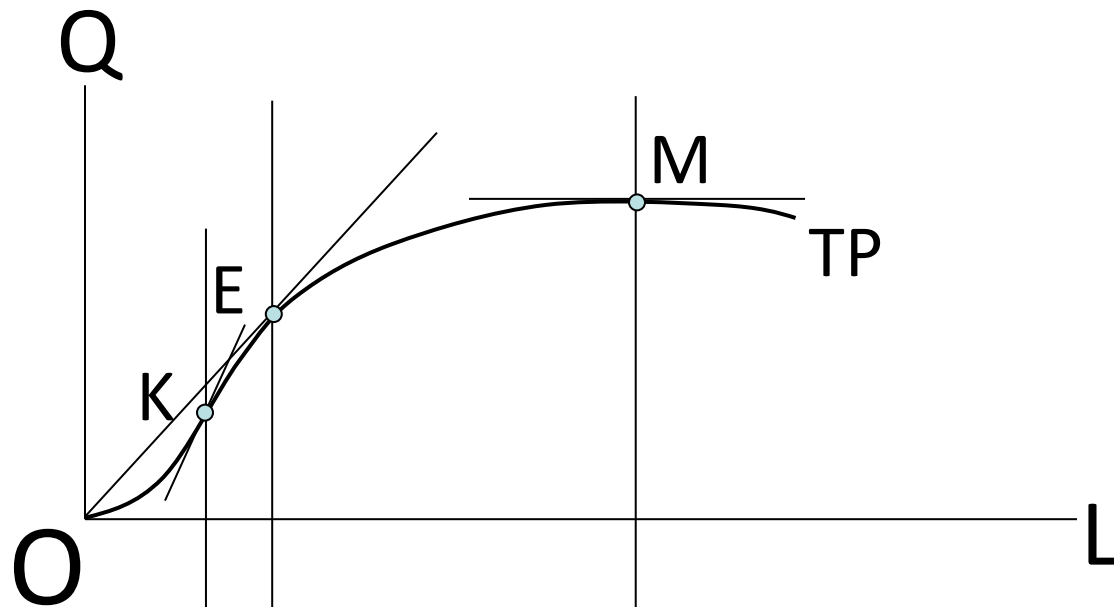
# Các giai đoạn của quá trình sản xuất



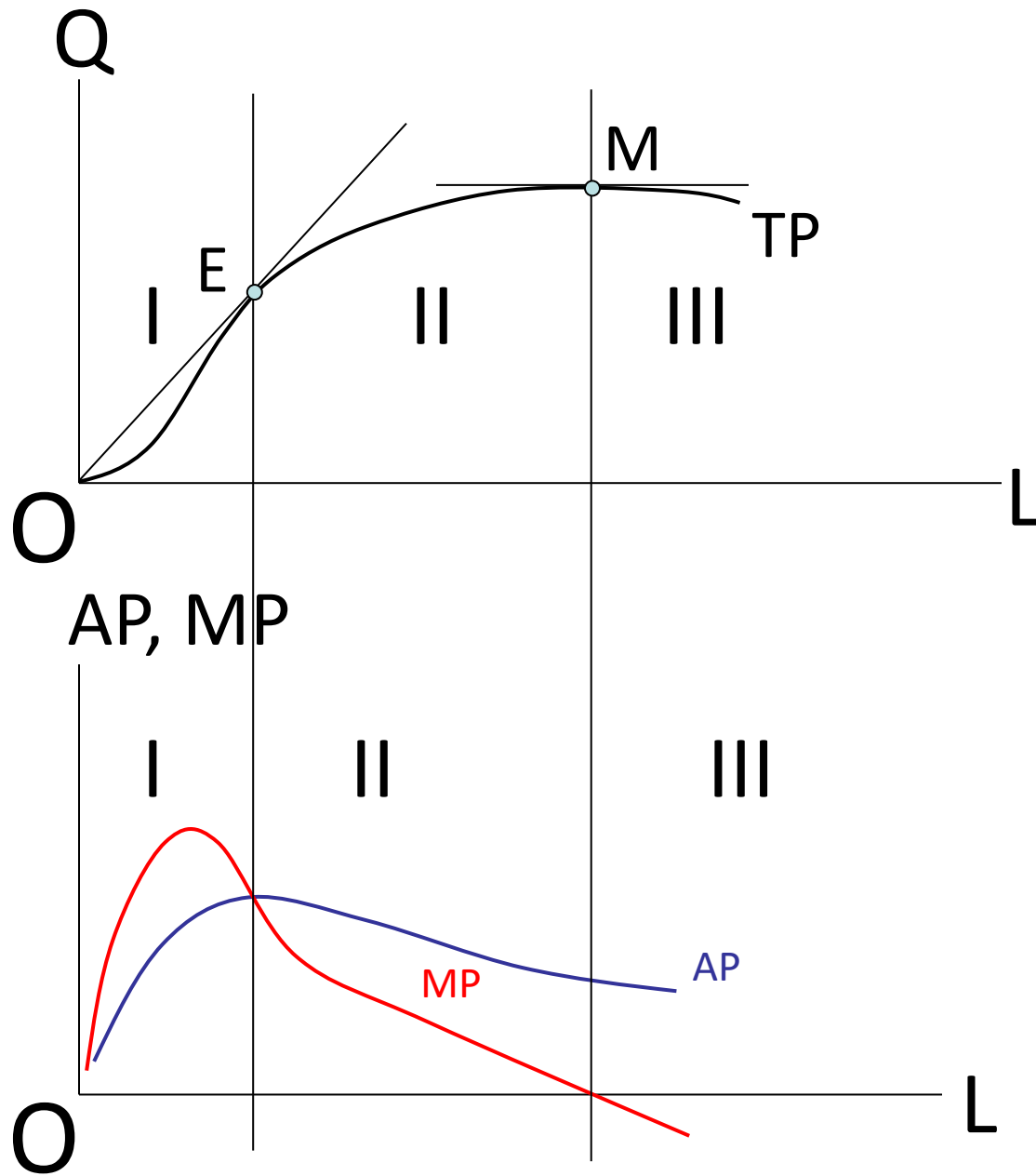


# Quy luật hiệu suất giảm dần

- Sản phẩm cận biên của đầu vào biến đổi giảm dần tại một điểm nào đó khi sử dụng thêm đầu vào đó với một lượng xác định đầu vào cố định khác



Hình. Quan hệ giữa TP, AP và MP



Hình. Các giai đoạn của quá trình sản xuất

Ở vùng II, ta thấy MP dốc xuống về phía phải. Điều này thể hiện một qui luật phổ biến trong sản xuất. Đó là qui luật năng suất biên giảm dần.

Qui luật năng suất biên giảm dần = ?

## Sản xuất với hai đầu vào biến đổi

Giả sử xí nghiệp sử dụng các phối hợp khác nhau giữa vốn (K) và lao động (L) trong quá trình sản xuất.

# Sản xuất trong dài hạn

- Đường đồng lượng
- Biểu thị hiệu suất theo quy mô bằng các đường đồng lượng

# Sản xuất trong dài hạn

- Đường đồng lượng
  - Biểu thị những kết hợp yếu tố sản xuất khác nhau đem lại cùng một mức sản lượng

VÝ dô

T b n

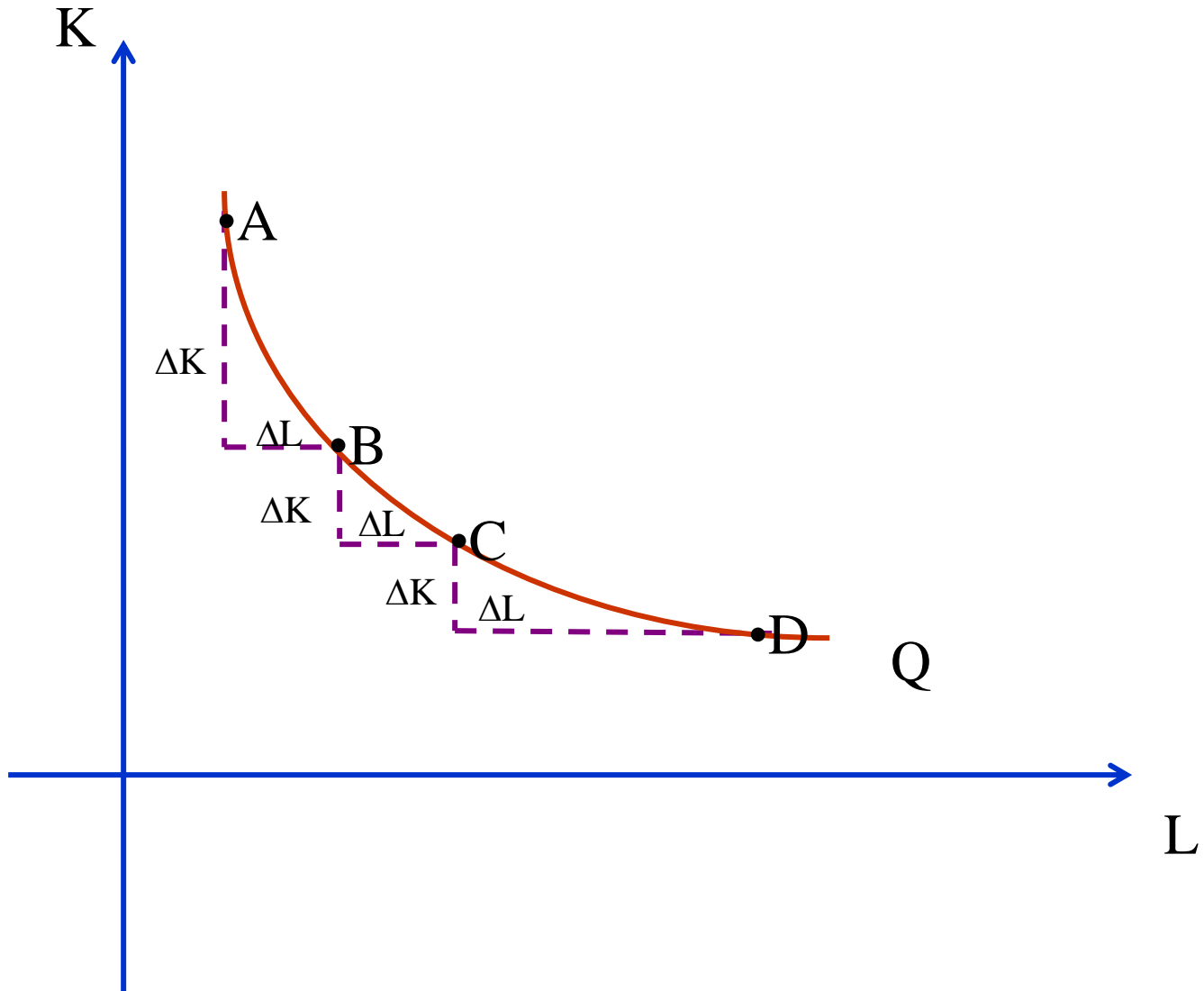
6	10	24	31	36	40	39
5	12	28	36	40	42	40
4	12	28	36	40	40	36
3	10	23	33	36	36	33
2	7	18	28	30	30	28
1	3	8	12	14	14	12
	1	2	3	4	5	6

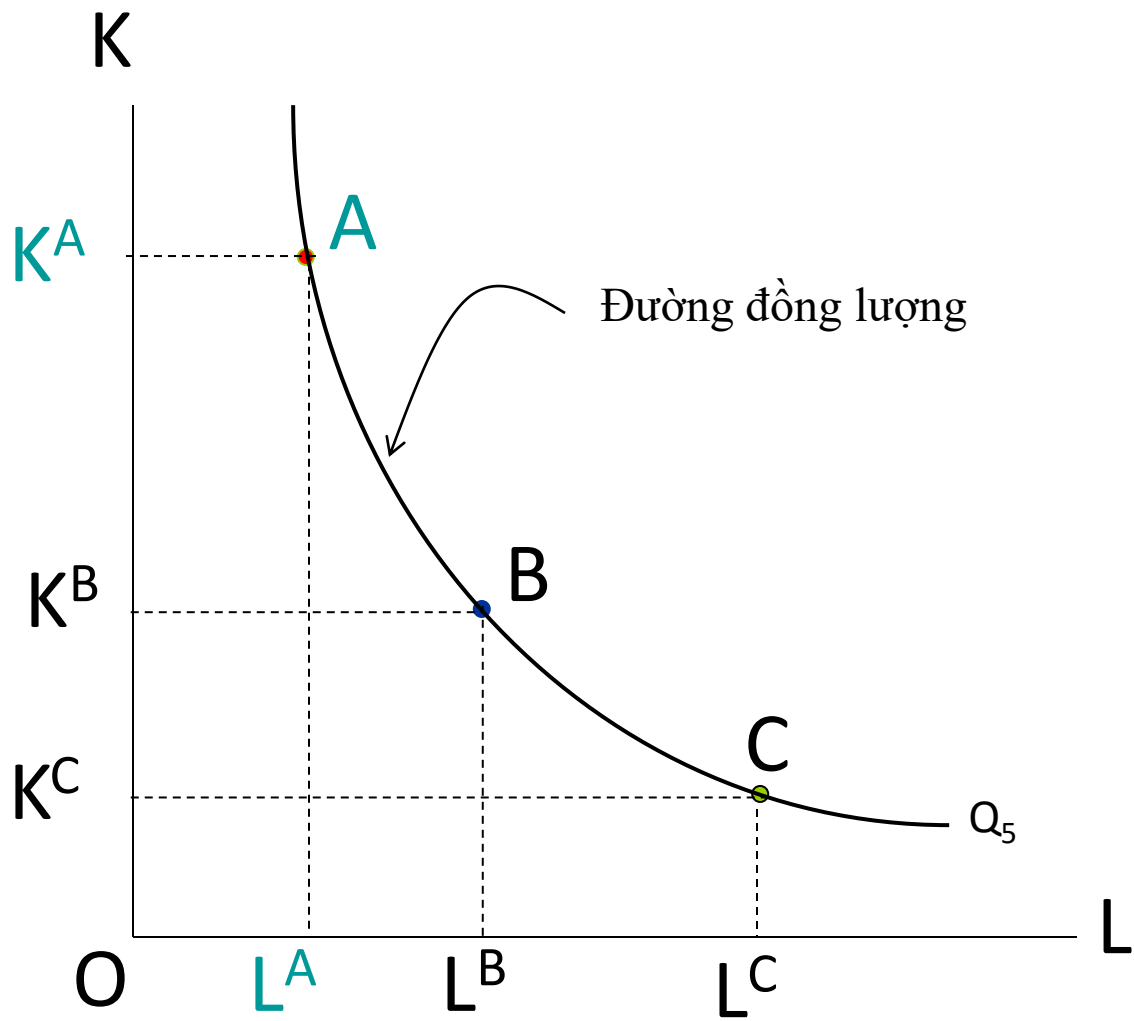
Lao ®éng

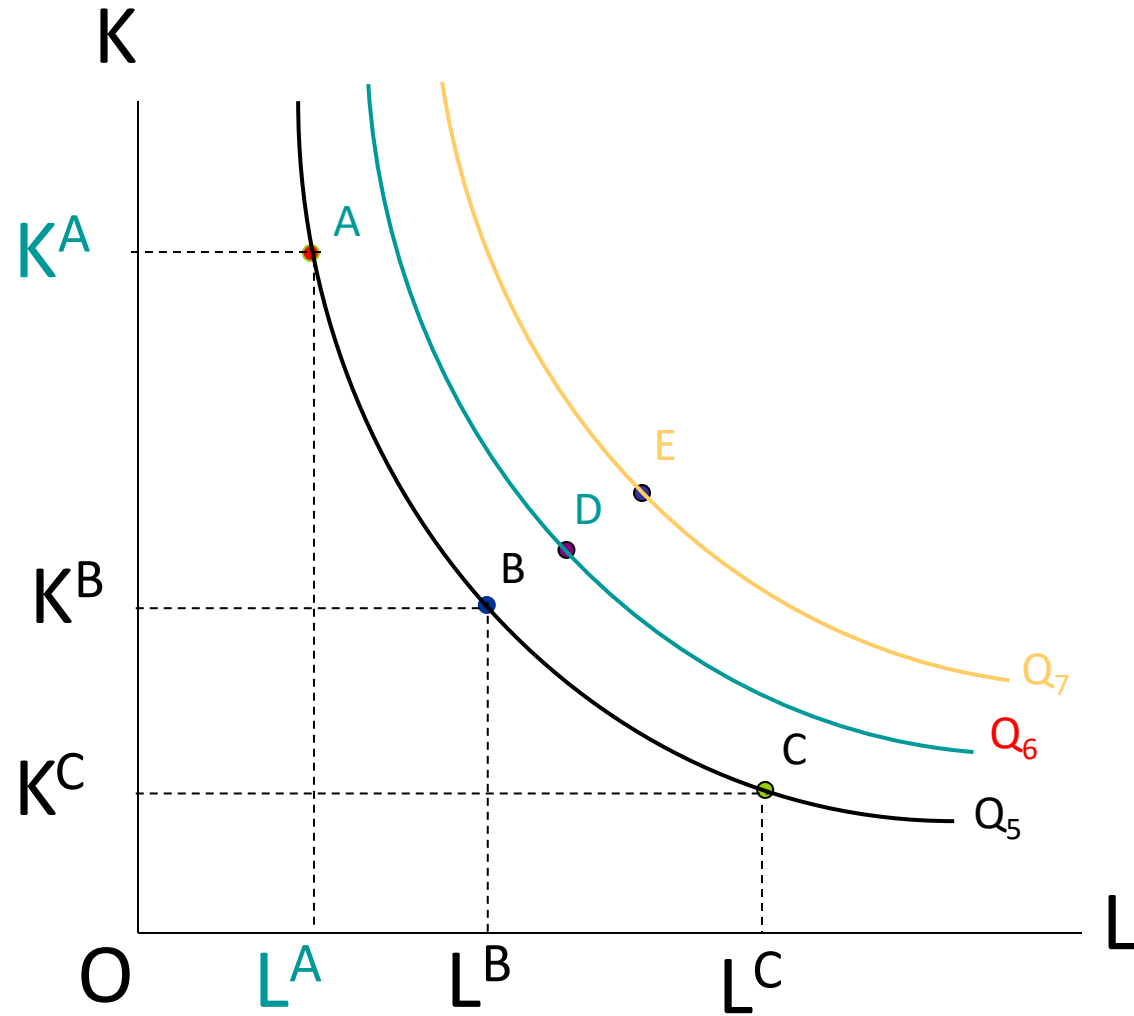


Hàm sản xuất được gọi là hiệu quả kỹ thuật khi mức sản lượng được sản xuất là lớn nhất từ một tập hợp đầu vào đã cho

# Đường đồng lượng dốc xuống

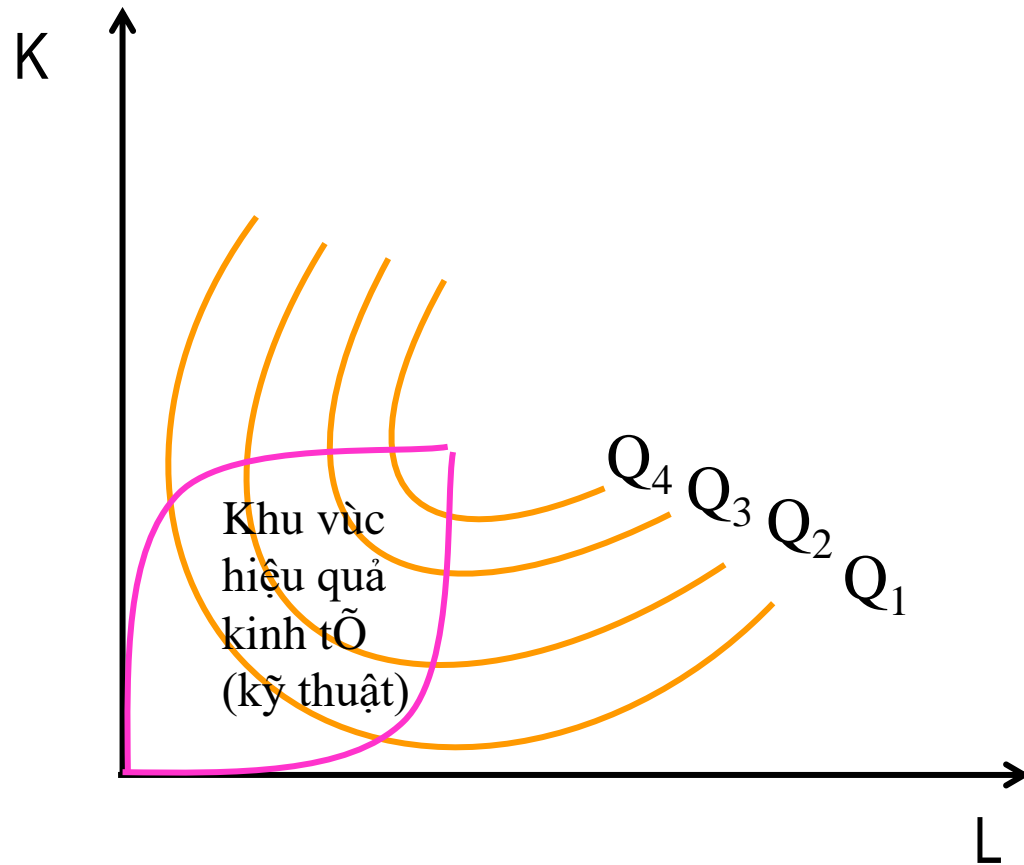






Tập hợp các đường đồng lượng

# Bản đồ đồng lượng

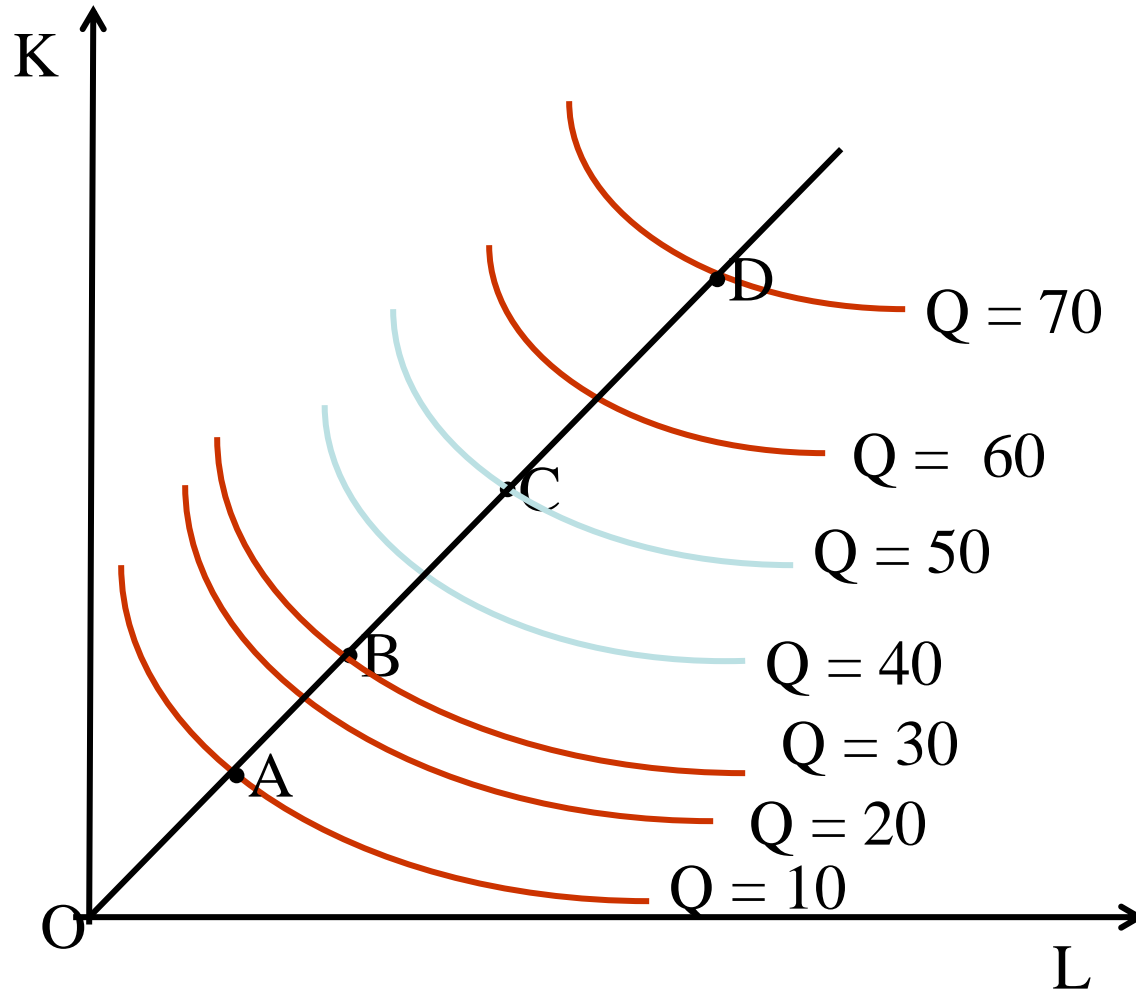


# Tính chất của đường đồng lượng

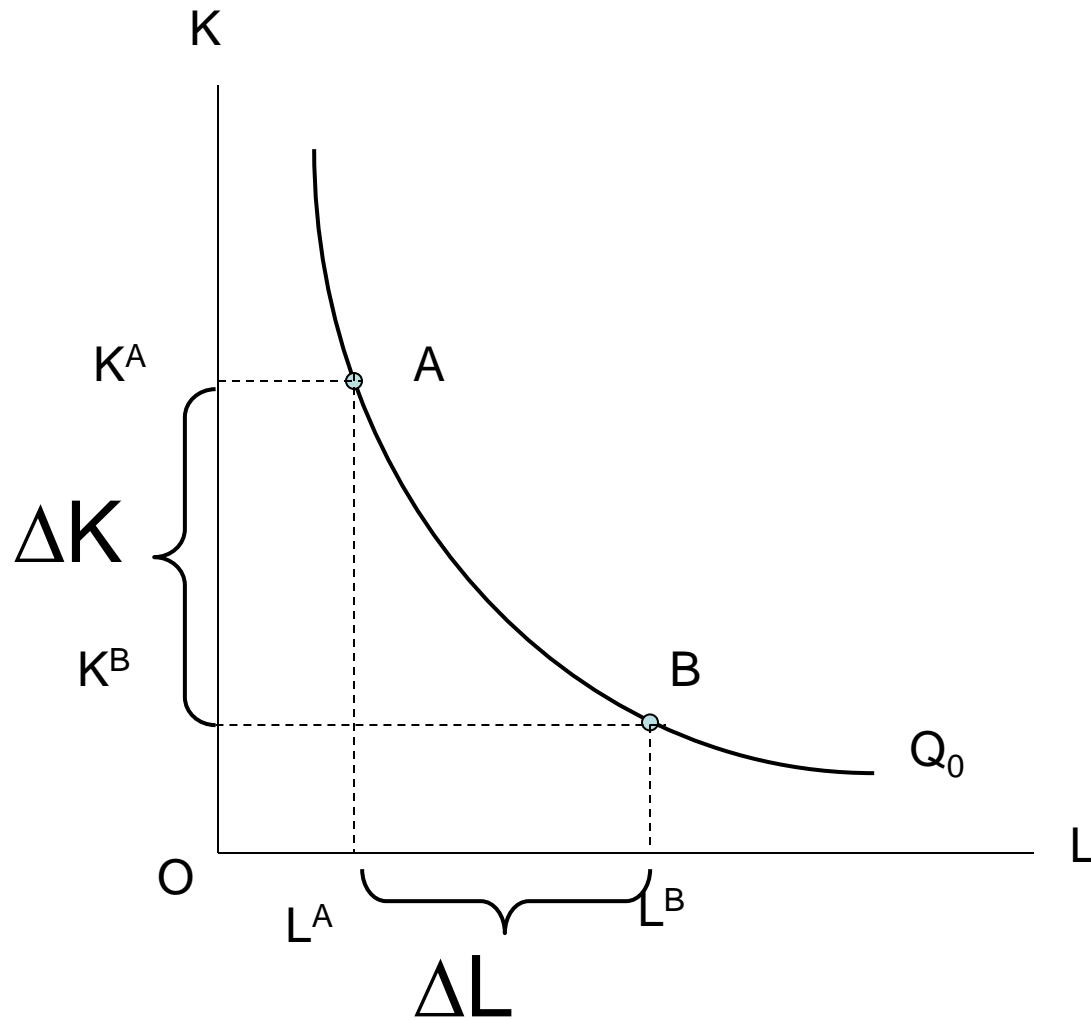
- Trơn
    - Khả năng thay thế liên tục của các đầu vào
  - Dốc xuống
    - sản xuất hiệu quả
  - Lồi
    - $MRTS_{LK}$  giảm dần
- $$\Delta K.MPK + \Delta L.MPL = 0$$

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

# Biểu thị hiệu suất theo quy mô bằng các đường đồng lượng



# Tỉ lệ thay thế kỹ thuật biên





## Tỉ lệ thay thế kỹ thuật biên

$$MRTS_{L,K} = -\frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{dK}{dL}$$

$\Delta$  = sự thay đổi

Tỉ lệ thay thế kỹ thuật biên của lao động cho vốn thể hiện lượng vốn có thể giảm đi khi sử dụng thêm một lao động mà vẫn giữ nguyên được mức sản lượng sản xuất.

## Nhận xét:

- Khi di chuyển dọc đường đẳng lượng từ trên xuống dưới thì  $MRTS_{L, K}$  có xu hướng ??
- Tỷ lệ thay thế kỹ thuật biên tại một điểm trên đường đẳng lượng bằng độ dốc của tiếp tuyến với đường đẳng lượng tại điểm đó.

## II. LÝ THUYẾT CHI PHÍ

- Phân biệt các loại chi phí
- Tính kinh tế của quy mô
- So sánh chi phí ngắn hạn và dài hạn
- Ước lượng chi phí

# 1. Phân biệt các loại chi phí

- Chi phí tài nguyên
- Chi phí kinh tế
- Chi phí kế toán
- Chi phí chìm
- Chi phí ngắn hạn
- Chi phí dài hạn

Chi phí tài nguyên là chi phí các nguồn lực tính bằng hiện vật để sản xuất ra sản phẩm

## a. Theo tính chất của chi phí

Chi phí hiện : các chi phí trực tiếp chi ra trong một chu kỳ sản xuất. Thí dụ: chi nguyên vật liệu, chi phí năng lượng, tiền lương công nhân, sửa chữa máy móc, ..

Chi phí ẩn: chi phí không trực tiếp chi ra trong một chu kỳ sản xuất nhưng cần phải được tính vào chi phí sản xuất của chu kỳ sản xuất đó. Thí dụ:

(i) khấu hao máy móc/thiết bị; hoặc

(ii) chi phí cơ hội. Thí dụ: công sức tự quản lý doanh nghiệp của người chủ doanh nghiệp.

→ phân biệt chi phí kinh tế và chi phí kế toán.

b. Theo quan hệ với sản lượng

(i) Chi phí biến đổi = thay đổi khi sản lượng thay đổi

(ii) Chi phí cố định = Không thay đổi khi sản lượng thay đổi



Toảng CPSX = Tổng CPCĐ+ Tổng CPBĐ

TC = TFC + TVC

(Total Cost = Total Fixed Cost + Total Variable Cost)

c. Phân loại chi phí sản xuất theo thời gian

Ngắn hạn: thời gian tương đối ngắn → xí nghiệp không thể thay đổi một số đầu vào như thay đổi qui mô của xí nghiệp (diện tích, công suất xí nghiệp)

Dài hạn: thời gian tương đối dài → xí nghiệp có thể thay đổi tất cả các đầu vào, kể cả qui mô của xí nghiệp.

→ trong dài hạn  $TC = TVC$  vì  $TFC$  không tồn tại.



## 2. Chi phí ngắn hạn

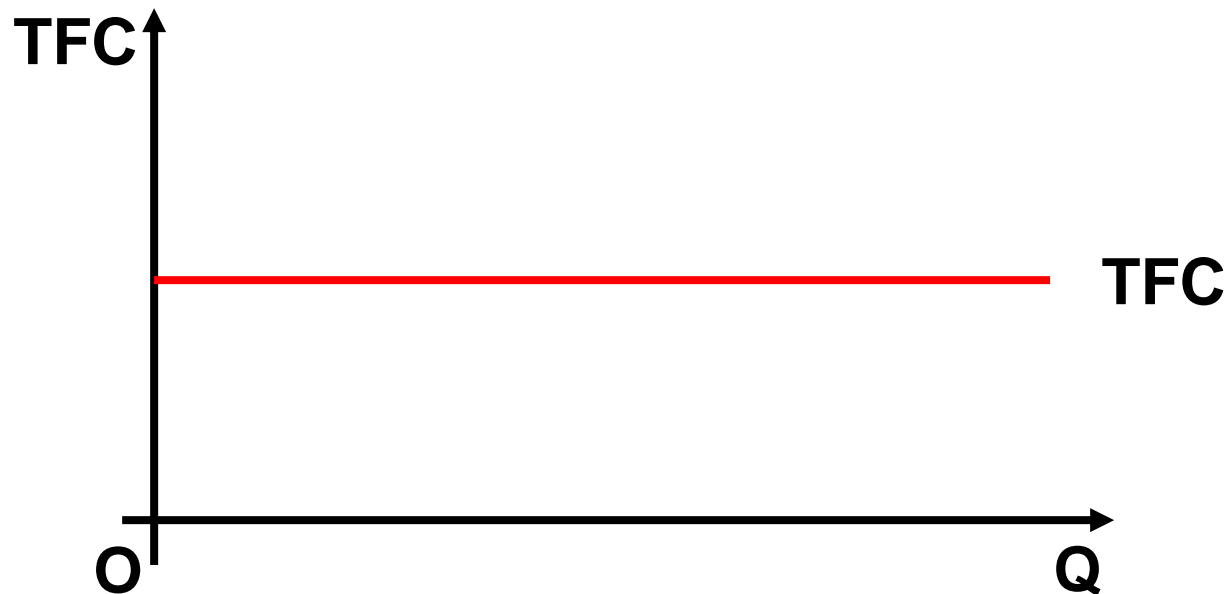
Chi phí ngắn hạn

- Chi phí cố định
- Chi phí biến đổi
- Tổng chi phí

# Phân tích chi phí trong ngắn hạn

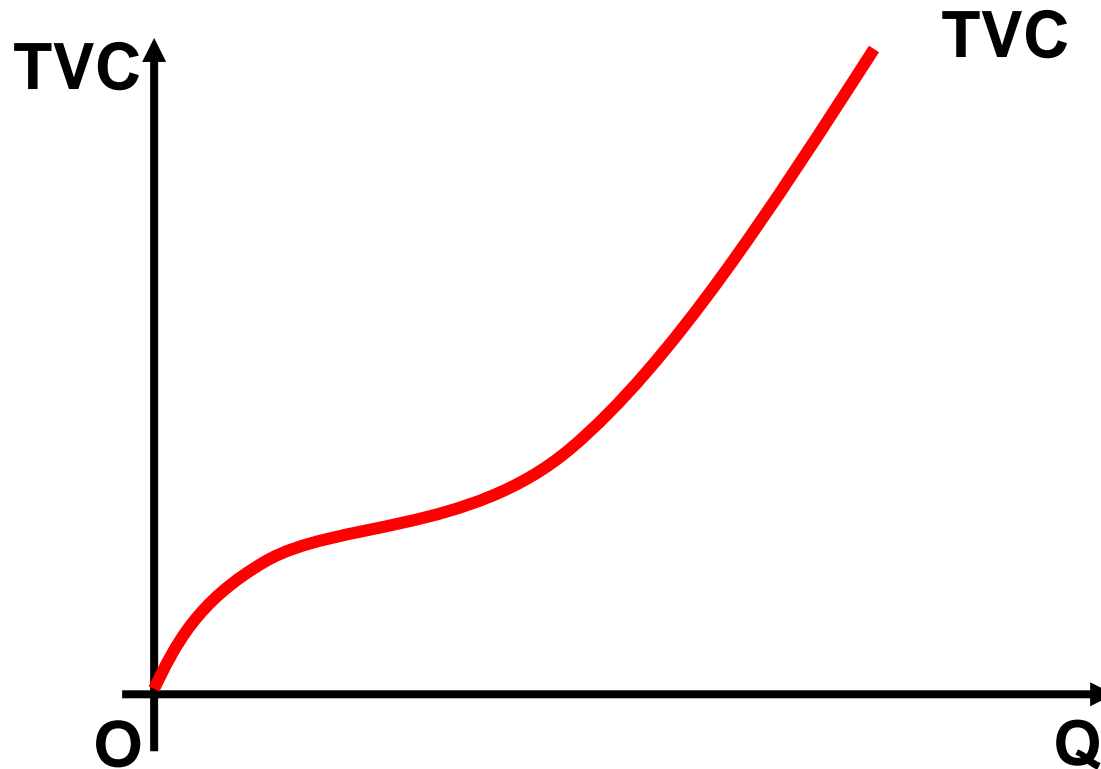
## 1. Các loại chi phí tổng

- Tổng chi phí cố định (TFC):



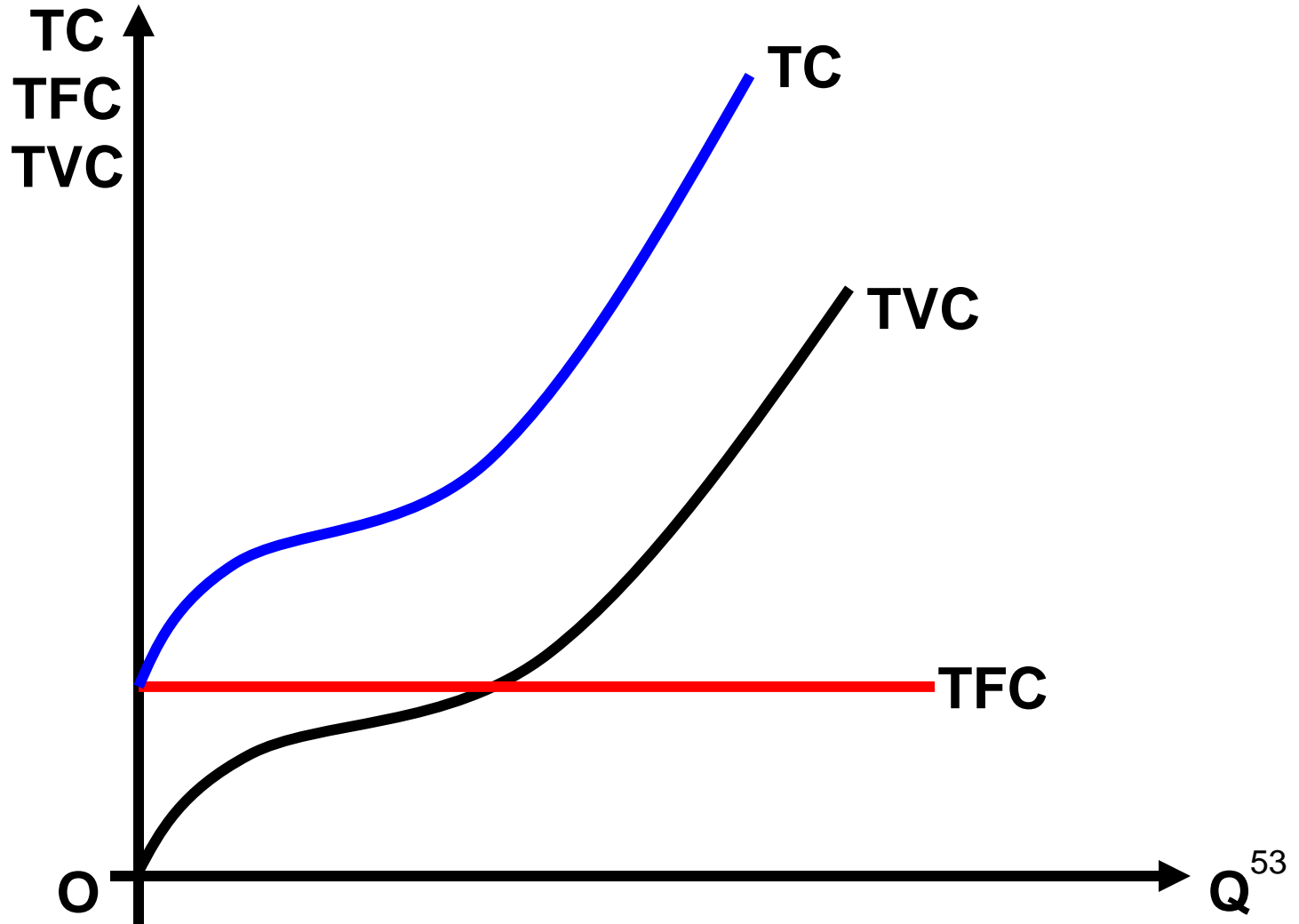
**Hàm TFC:  $TFC^* = K$**

## - Tổng chi phí biến đổi (TVC):



- **Tổng chi phí (TC):** Toàn bộ CF mà DN bỏ ra trong 1 đơn vị t.gian

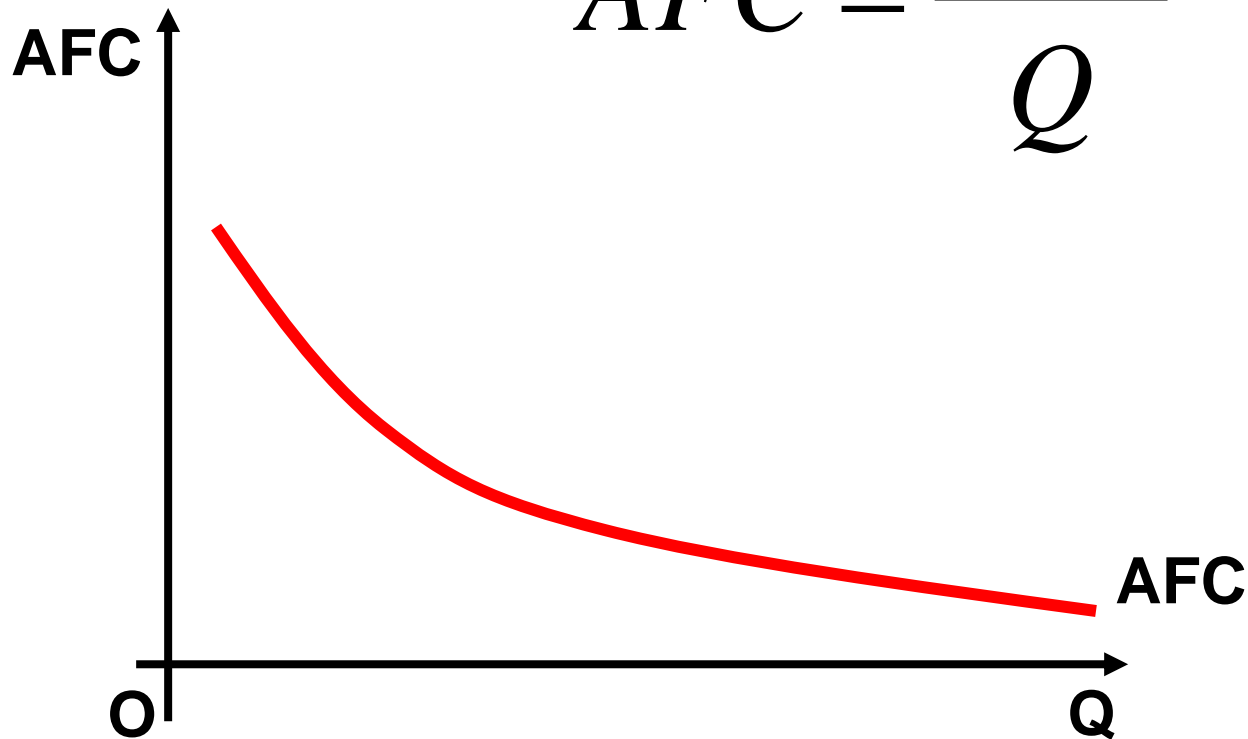
$$TC = TFC + TVC$$



## 2. Các loại chi phí đơn vị

- **CF cố định trung bình (AFC):** Là CF cố định tính trên mỗi đ.vị SP.

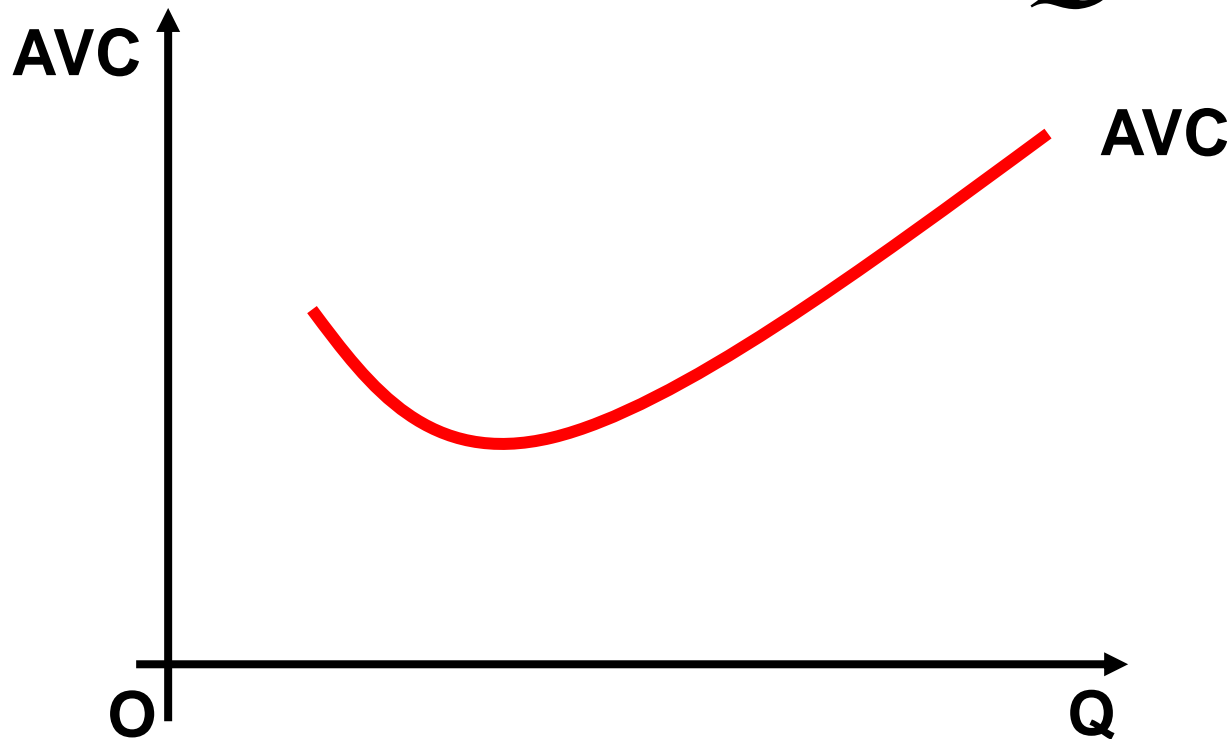
$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$



- **Chi phí biến đổi trung bình (AVC):**

Là CF tính trung bình cho mỗi đ.vị SP

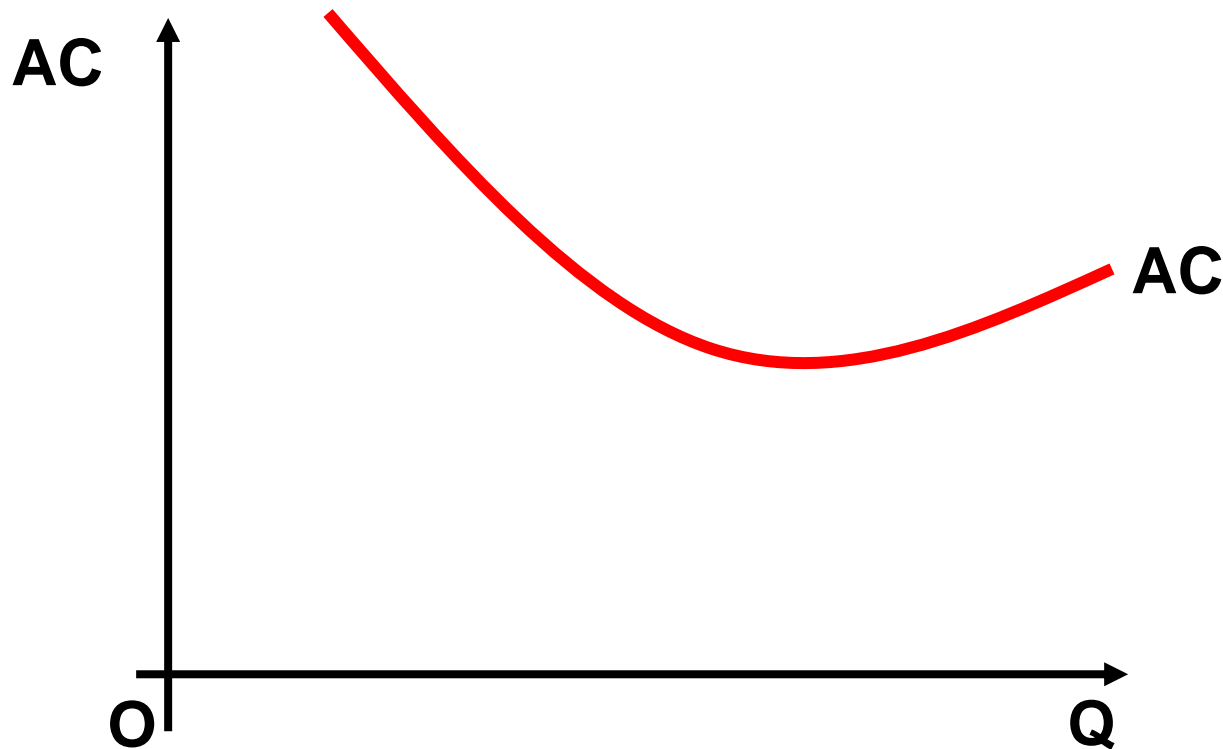
$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$



- **Chi phí trung bình (AC):** Là tổng CF tính trung bình cho mỗi đ.vị SP

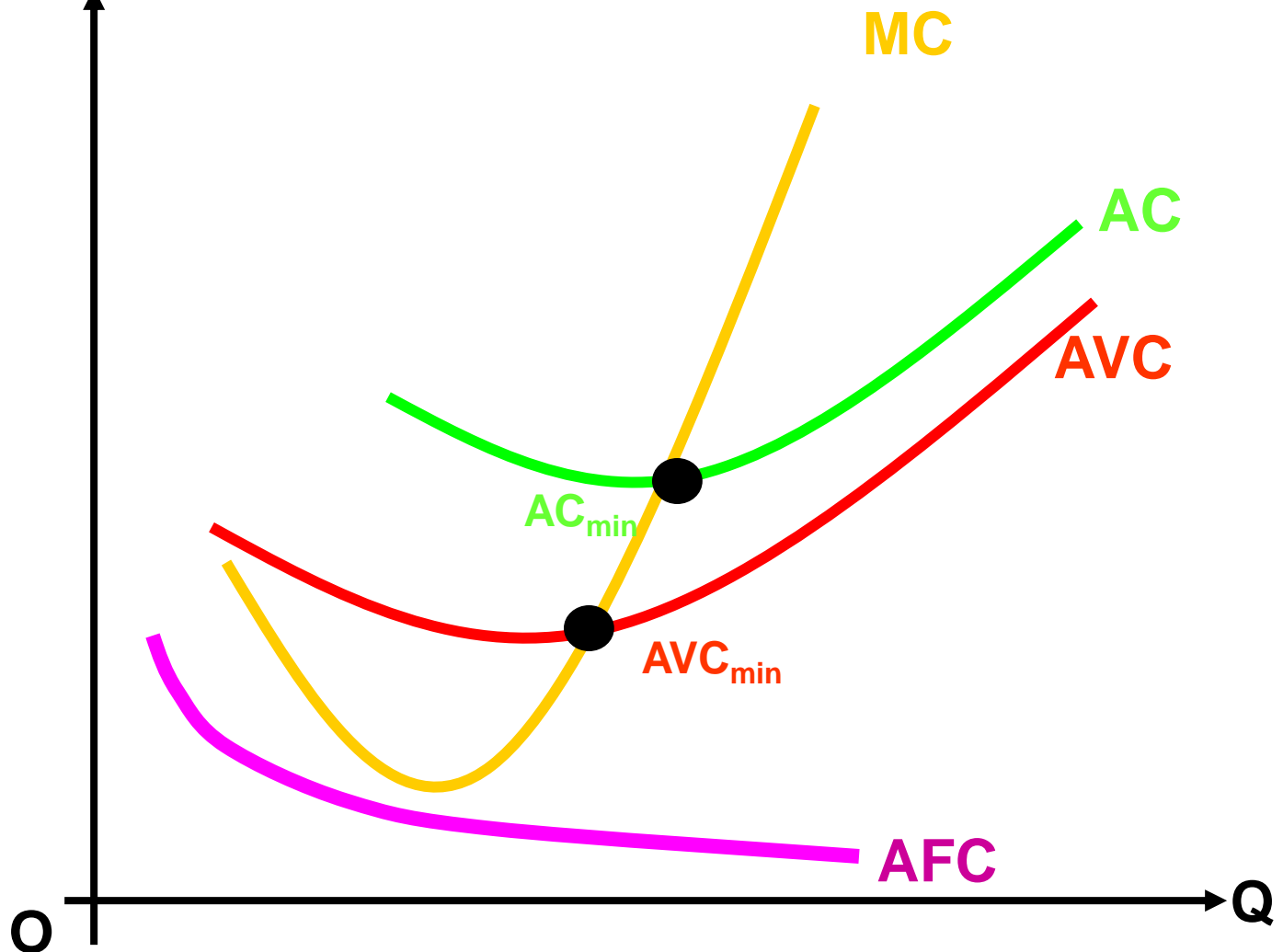
$$AC = \frac{TC}{Q}$$

$$AC = AFC + AVC$$



# - Mối quan hệ MC, AC, AVC:

MC, AFC, AC, AVC





# Chi phí ngắn hạn

- Chi phí cố định trung

b×nh

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

- Chi phí biến đổi trung b×nh

$$AVC = \frac{VC}{Q}$$

# Chi phí dài hạn

- Đường đồng phí
- Lựa chọn tối thiểu hóa chi phí
- Tổng chi phí dài hạn
- Chi phí trung bình dài hạn
- Chi phí cận biên dài hạn
- Ước lượng chi phí

# Chi phí dài hạn

- Đường đồng phí (isocosts)
  - biểu thị những kết hợp yếu tố sản xuất khác nhau phải chi hết cùng một lượng tiền
- Ví dụ
  - $C = 120.000đ$ ,  $w = 20.000đ$ ,  $r = 30.000đ$
  - Phương trình đường đồng phí

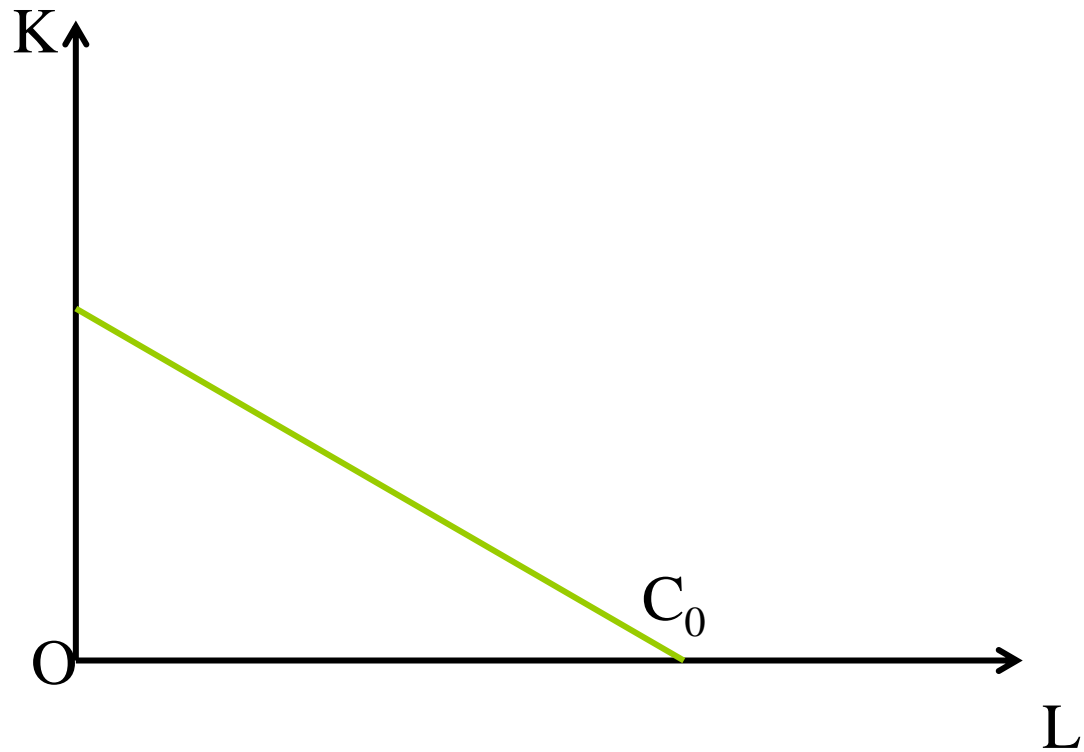
$$C = wL + rK$$

$$K = \frac{C}{r} - \frac{w}{r}L$$

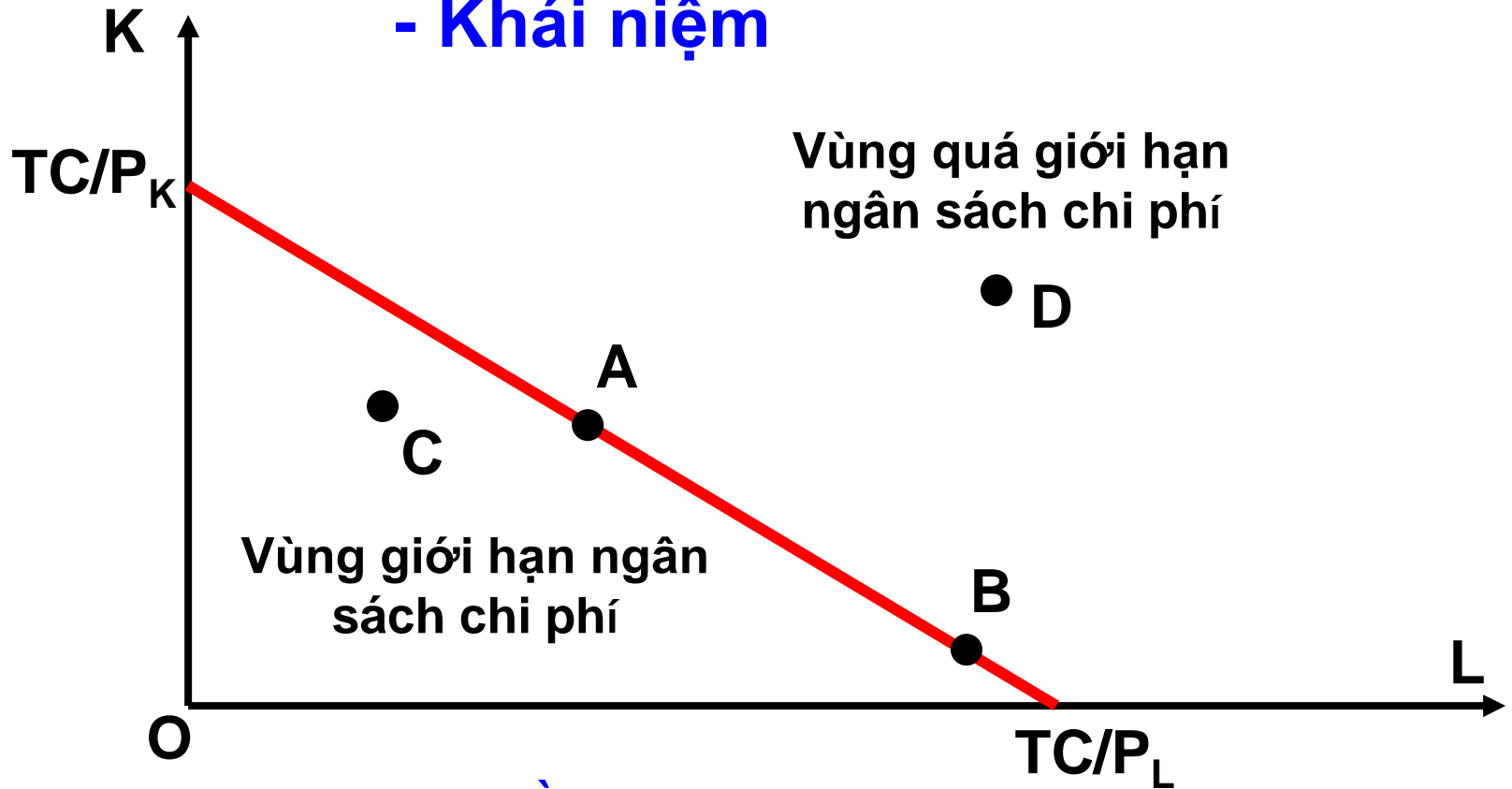
# 3. Chi phí dài hạn

- Đường đồng phí (isocosts)
  - Độ dốc của đường đồng phí  $= -w/r$

# Đường đồng phí



## - Khái niệm

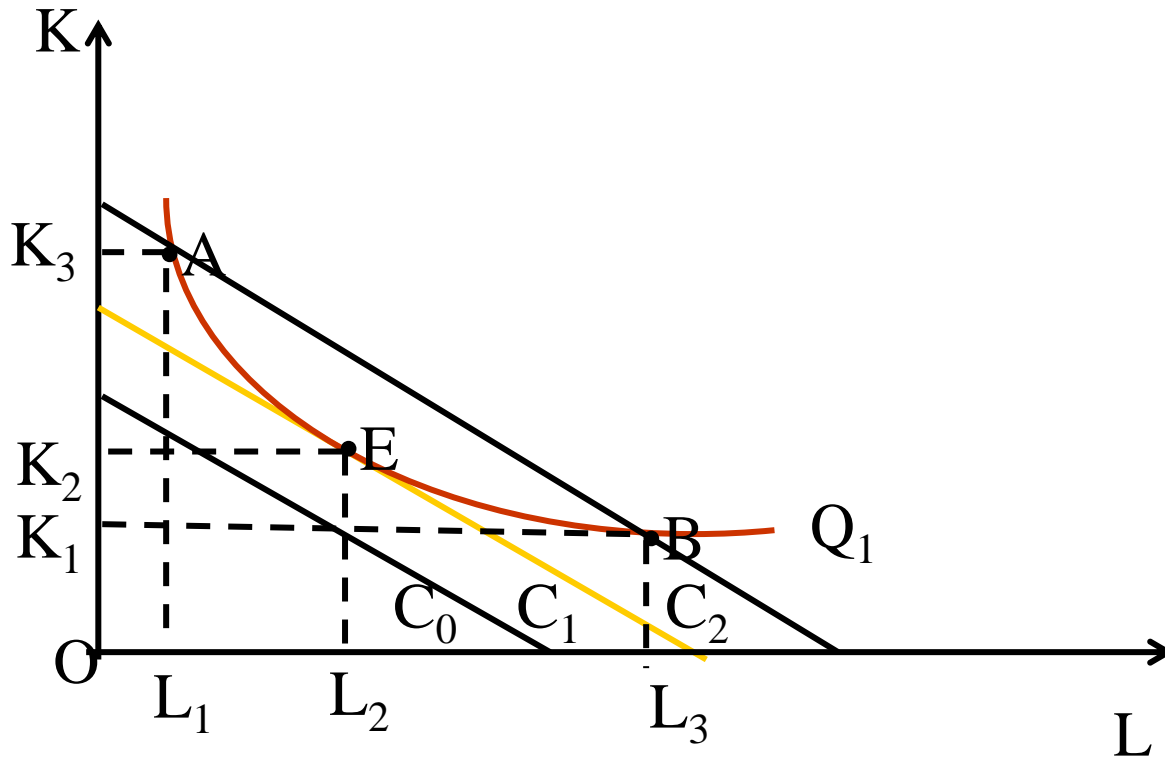


- Phương trình đường đồng phí có dạng:

$$K \cdot P_K + L \cdot P_L = TC$$

$$\text{Độ dốc (TC)} = - \frac{P_L}{P_K}$$

# Lựa chọn tối thiểu hóa chi phí



# Lựa chọn tối thiểu hóa chi phí

$$\text{MRTS}_{LK} = -w/r$$

$$\text{MP}_L/\text{MP}_K = w/r$$

$$\text{MP}_L/w = \text{MP}_K/r$$

## Tối đa hoá lợi nhuận

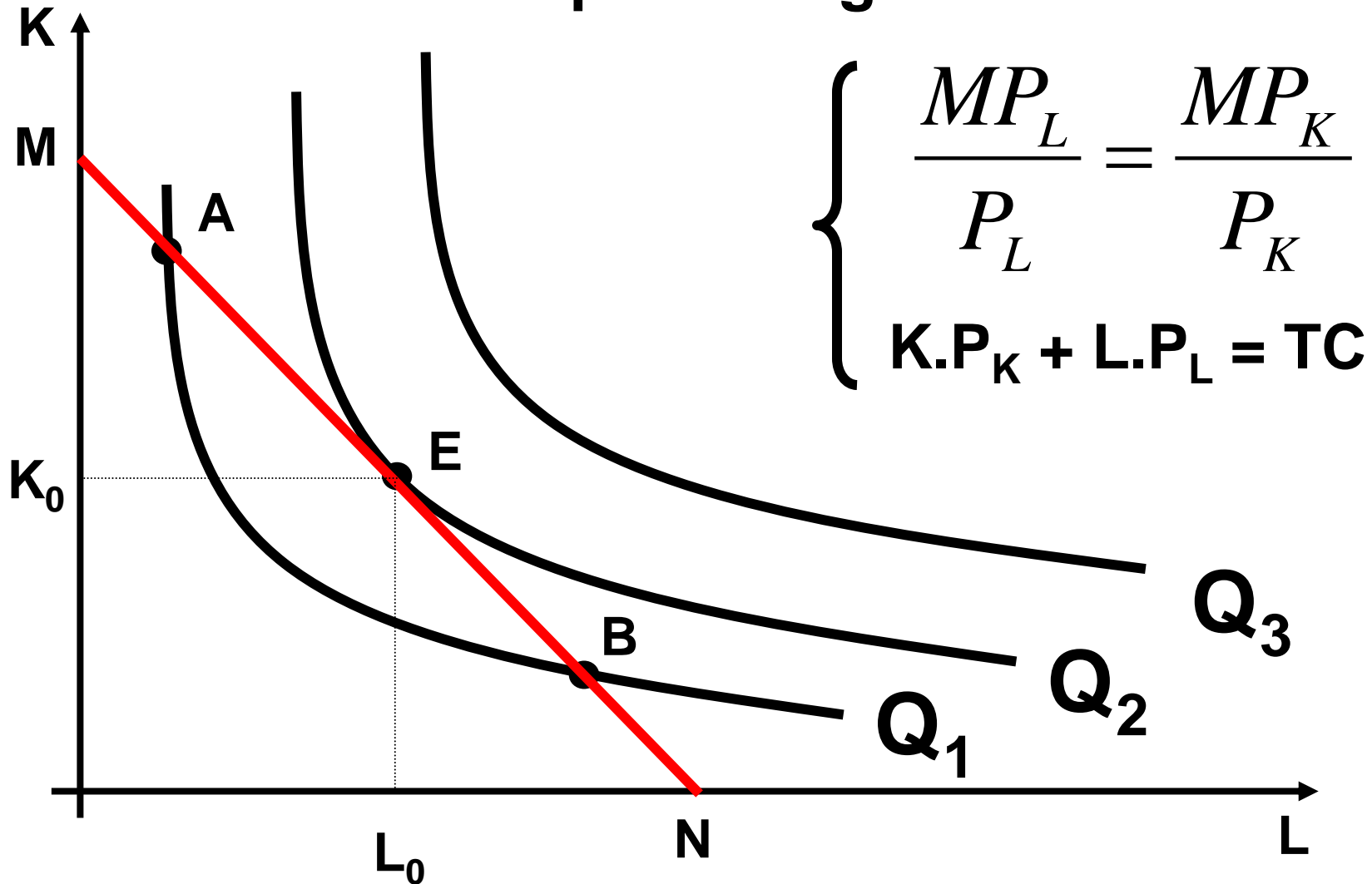
$$\text{MRP}_L = w$$

$$\text{MRP}_K = r$$



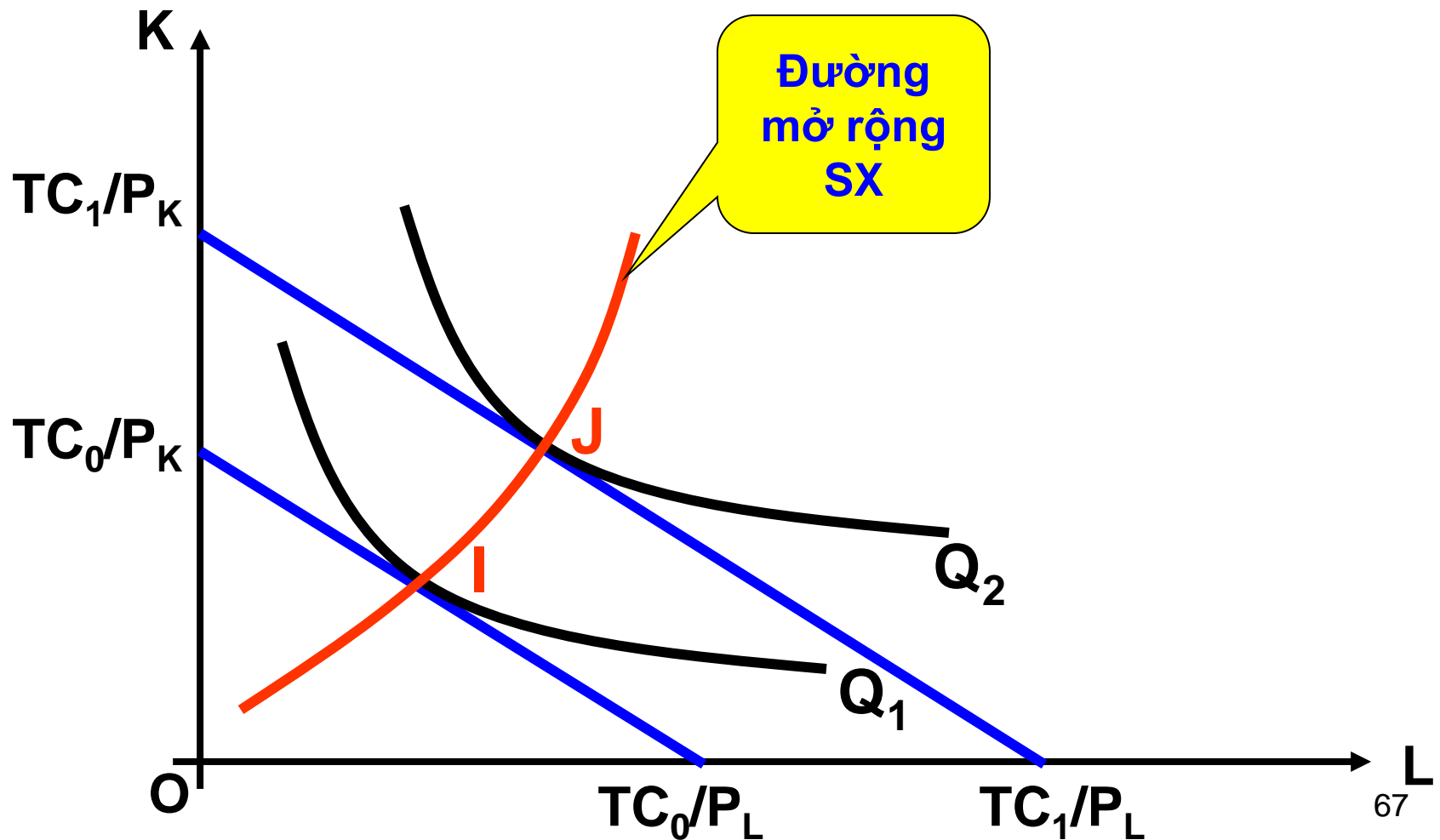
### 3. Nguyên tắc sản xuất tối ưu

Mục tiêu: Tối đa hóa sản lượng trong điều kiện chi phí không đổi

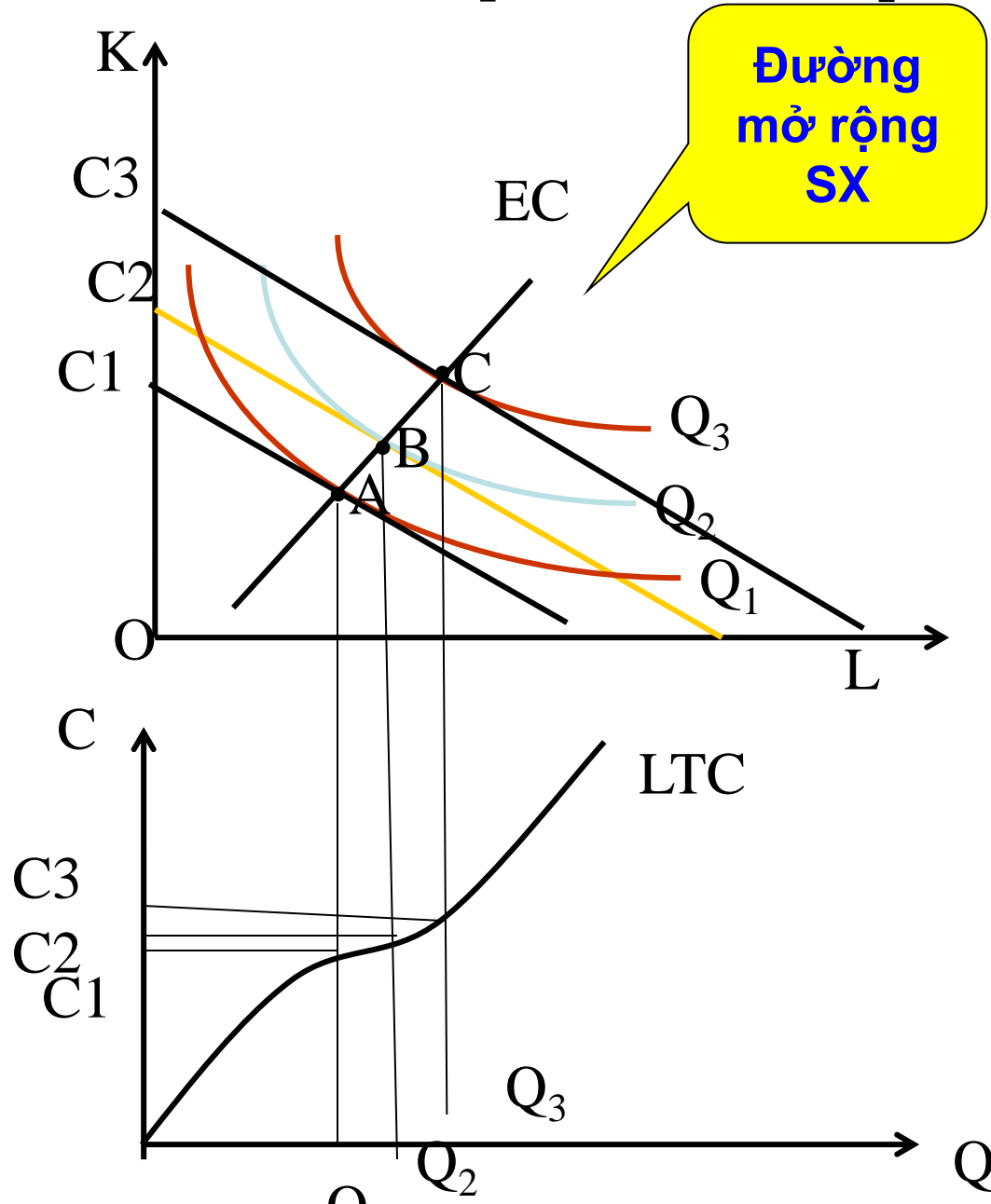


# III. Những vấn đề khác

## 1. Đường mở rộng sản xuất (phát triển)



# Chi phí dài hạn



# Chi phí dài hạn

- Chi phí trung bình dài hạn

$$LAC = LTC/Q$$

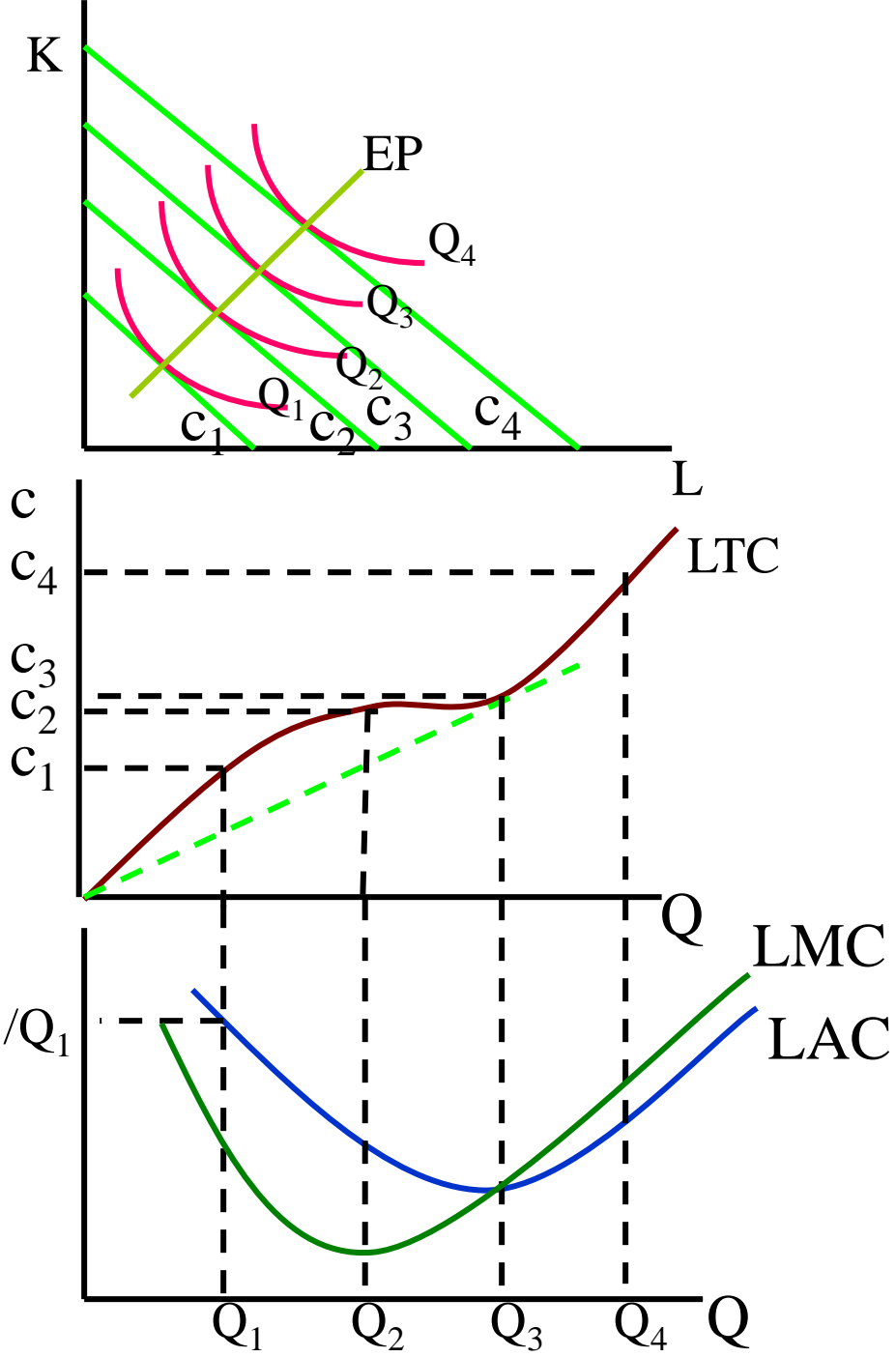
- Chi phí cận biên dài hạn

$$LMC = \partial LTC / \partial Q$$

- *Co giãn của chi phí theo sản lượng*

$$E_Q^C = \frac{\frac{\partial LTC}{\partial Q} \cdot Q}{LTC} = \frac{LMC}{LAC}$$

Chi phÝ ®-n vP



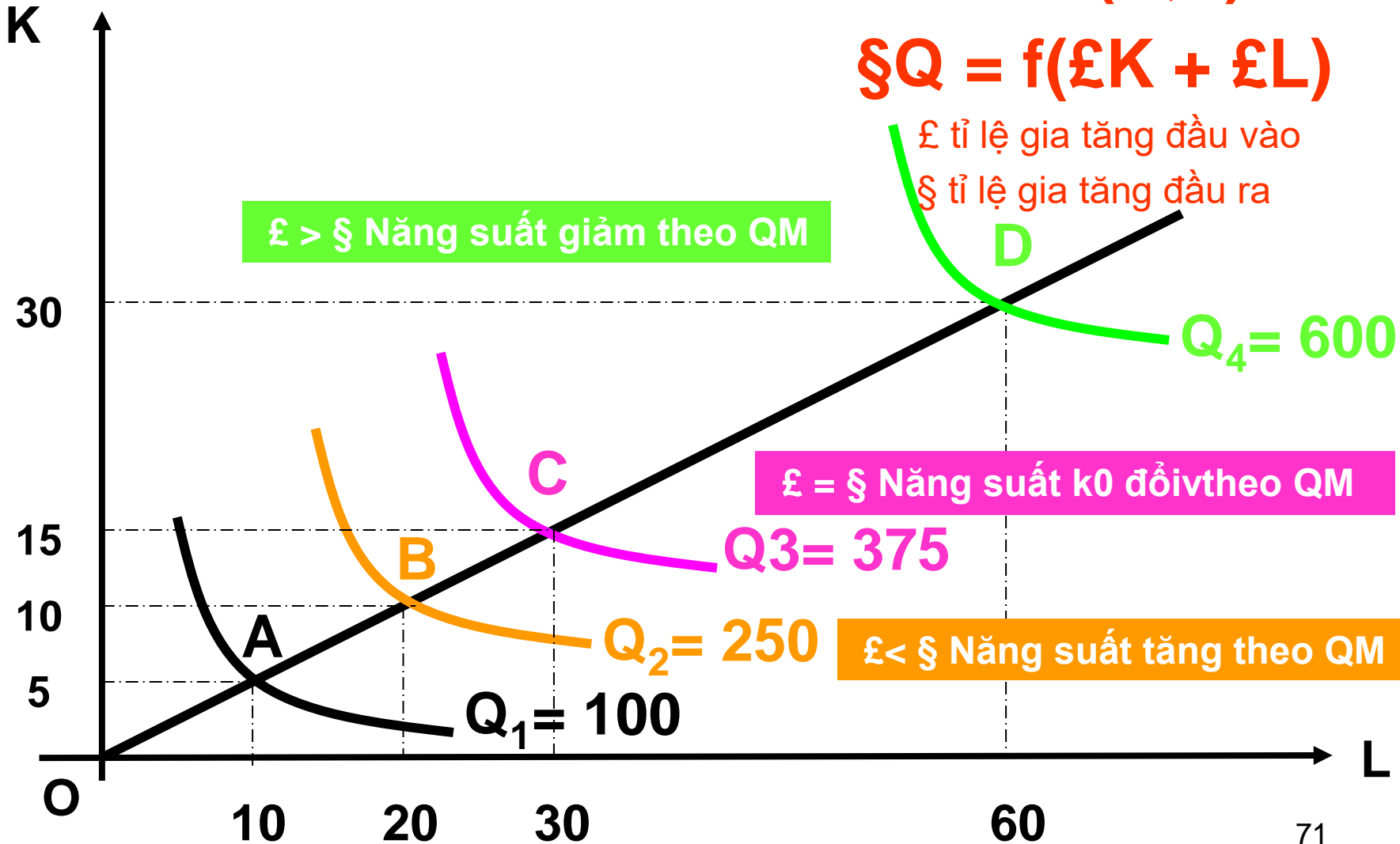
# 4. Năng suất theo quy mô

( Tính kinh tế theo qui mô- Hiệu suất theo qui mô)

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

$$\xi Q = f(\xi K + \xi L)$$

$\xi$  tỉ lệ gia tăng đầu vào  
 $\xi$  tỉ lệ gia tăng đầu ra



# Tính kinh tế của quy mô

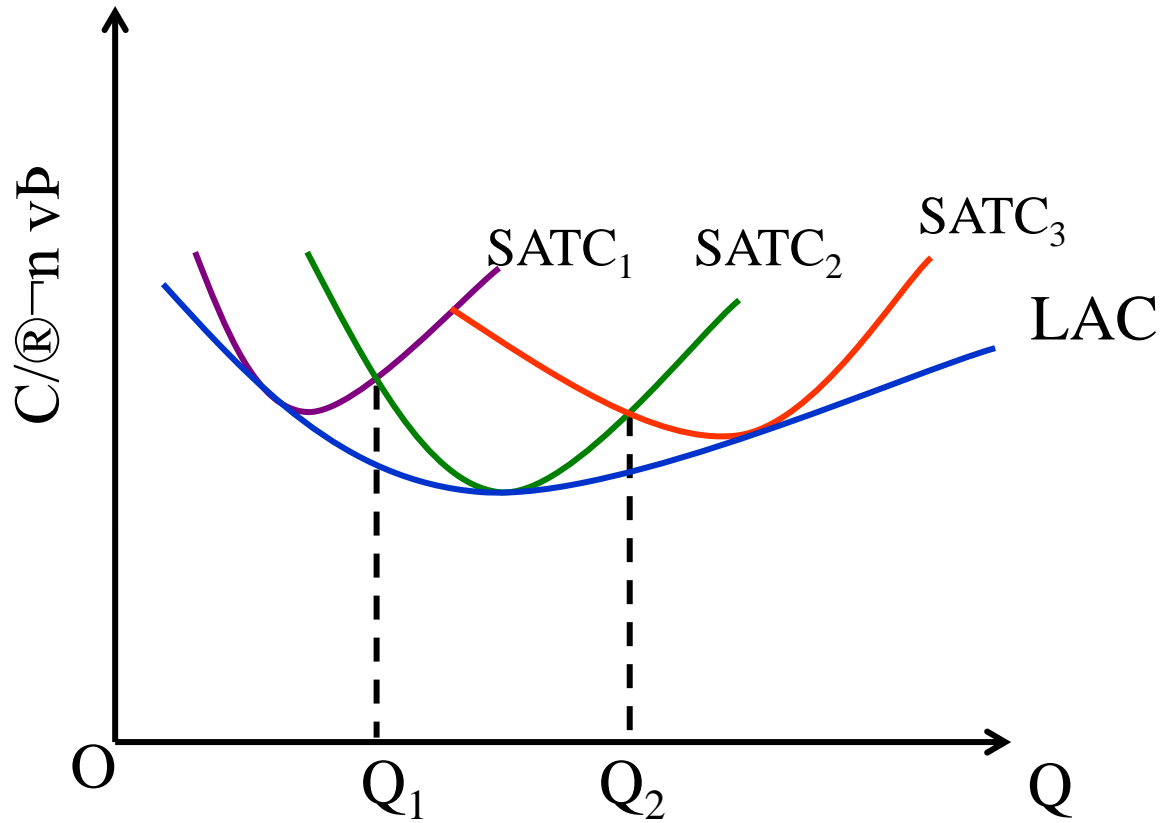
- Tính kinh tế của quy mô
  - Tăng quy mô sản xuất làm giảm chi phí trung bình tối thiểu
  - Nguồn gốc
    - Các đầu vào không chia nhỏ được
    - Chuyên môn hóa
    - Mối quan hệ sản xuất – kỹ thuật

# Tính phi kinh tế của quy mô

- Tính phi kinh tế của quy mô
  - Tăng quy mô sản xuất làm tăng chi phí trung bình tối thiểu
  - Nguồn gốc
    - Yếu tố quản lý
    - Yếu tố địa lý



# So sánh chi phí ngắn hạn và dài hạn



# Ước lượng chi phí

- Ước lượng chi phí ngắn hạn
- Ước lượng chi phí dài hạn

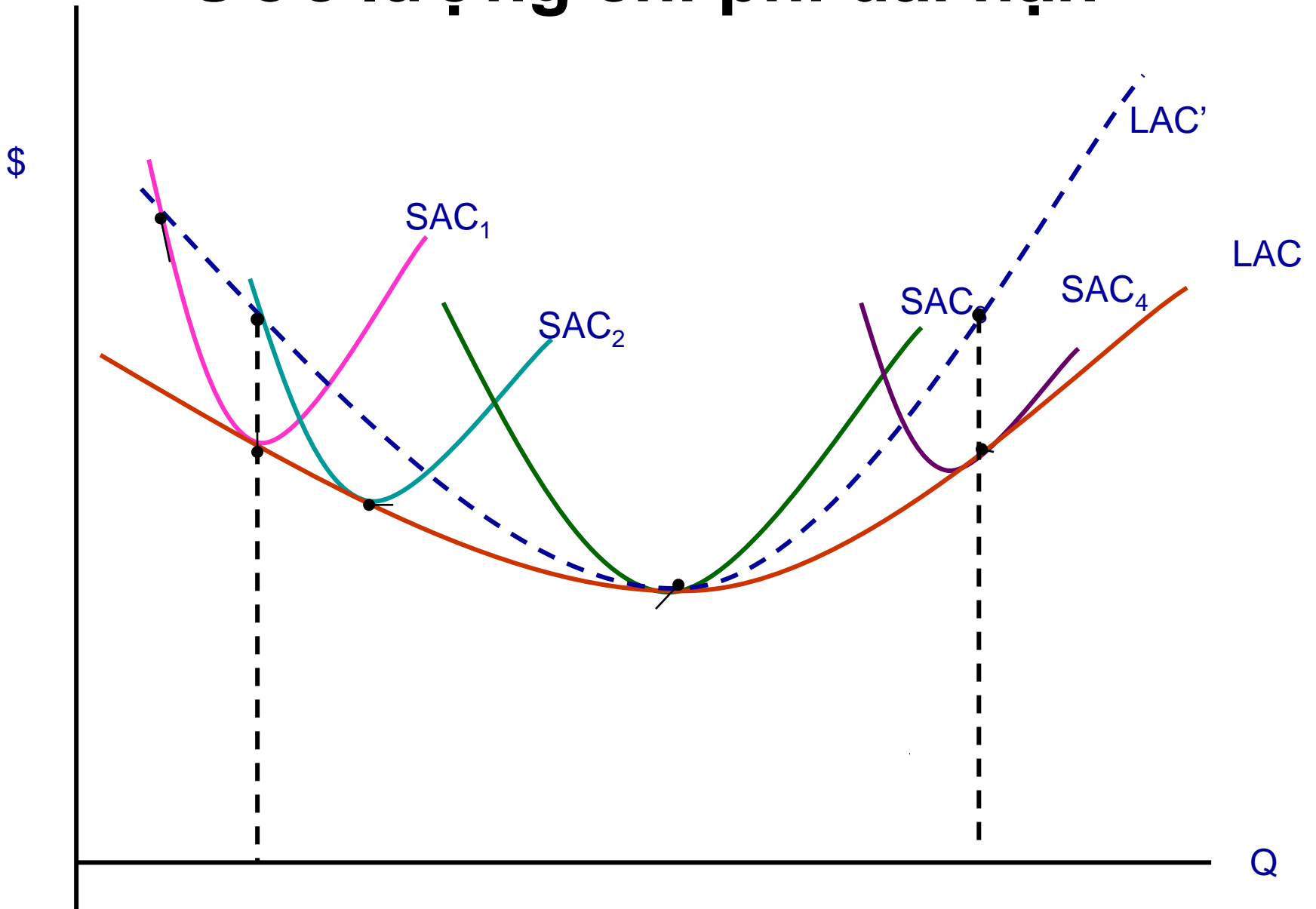
# Ước lượng chi phí

- Ước lượng chi phí ngắn hạn
  - Ước lượng các hàm chi phí ngắn hạn của hãng bằng hồi quy. Thường ước lượng hàm VC vì khó phân bổ FC. Sau đó cộng thêm ước lượng tốt nhất về FC.

# Ước lượng chi phí

- Ước lượng chi phí dài hạn bằng phân tích hồi quy số liệu thời điểm
  - Dài hạn hãng thay đổi quy mô vài lần → công nghệ sử dụng và thay đổi cả sản phẩm, khó ước lượng được chi phí chính xác nên phải phân tích hồi quy số liệu thời điểm.
  - **Khó khăn**
    - chi phí mua đầu vào của các hãng ở các vùng khác nhau sẽ khác nhau, tiền lương khác nhau, chăm sóc y tế cũng khác nhau.
    - khó xác định được hãng có hoạt động ở quy mô tối ưu không

# Ước lượng chi phí dài hạn



Trong trường hợp **hãng** có thể lựa chọn qui mô **hãng** ứng với vô số qui mô khác nhau có thể được lựa chọn để sản xuất, với mục tiêu là có chi phí sản xuất bình quân là thấp nhất thì đường LAC là đường bao của tất cả các đường SAC có thể có.

# Ước lượng chi phí dài hạn

- Phương pháp kỹ thuật
  - sử dụng mối quan hệ hiện vật giữa đầu vào và đầu ra thể hiện trong hàm sản xuất để xác định kết hợp đầu vào tối ưu để sản xuất ra các mức sản lượng khác nhau. Nhân số lượng tối ưu của mỗi đầu vào với giá ta được hàm chi phí.
  - *Ưu điểm*: dựa trên công nghệ hiện thời; tránh được sự khác nhau của giá đầu vào theo khu vực địa lý, vấn đề phân bổ chi phí.

# Ước lượng chi phí dài hạn

- Phương pháp kỹ thuật
  - **Nhược điểm**: chỉ xử lý về mặt kỹ thuật của sản xuất mà không tính đến chi phí quản lý, tài chính, marketing; xử lý việc sản xuất trong thế giới lý tưởng; dựa trên công nghệ hiện thời.



# Ước lượng chi phí dài hạn

- Phương pháp sống sót
  - Giả định có một số lớn các hãng nhỏ cùng tồn tại trong ngành, trong dài hạn phải có hiệu suất không đổi theo quy mô hoặc gần như thế. Với tính kinh tế của quy mô trong chuỗi lớn sản lượng, các hãng lớn và hiệu quả sẽ đẩy các hãng nhỏ và không hiệu quả ra khỏi ngành, chỉ còn các hãng lớn trong dài hạn. Chia các hãng trong ngành theo quy mô và tính phần trong tổng sản lượng ngành của mỗi nhóm.

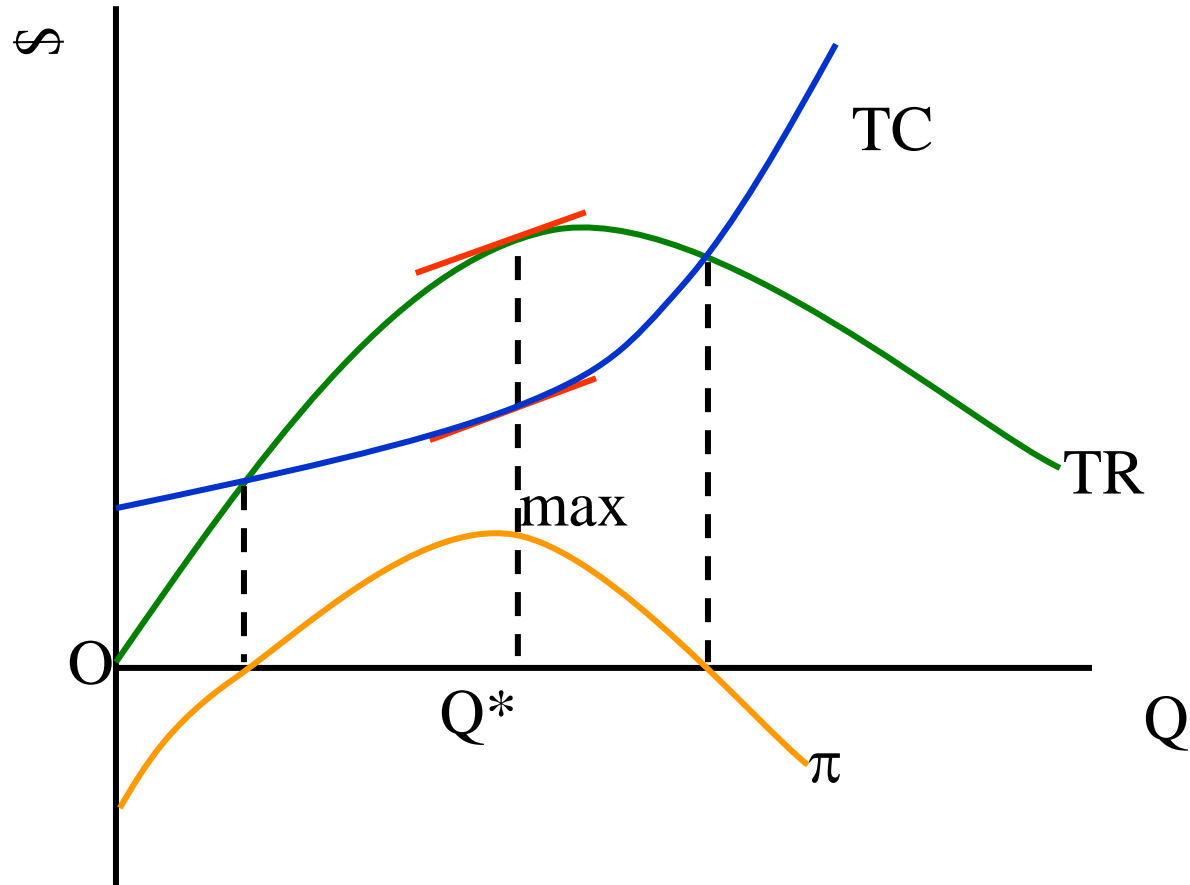
# Ước lượng chi phí dài hạn

- Phương pháp sống sót
  - Nếu theo thời gian, phần trong tổng sản lượng ngành của các hãng nhỏ giảm, của các hãng lớn tăng thì có tính kinh tế của quy mô, ngược lại thì có tính phi kinh tế của quy mô.

# LỢI NHUẬN

- Khái niệm lợi nhuận
- Nguồn gốc của lợi nhuận
- Quy tắc tối đa hóa lợi nhuận

# Quy tắc tối đa hóa lợi nhuận



# Quy tắc tối đa hóa lợi nhuận

Điều kiện cần:

$$\partial\pi/\partial Q = 0$$

$$\partial(\text{TR} - \text{TC})/\partial Q = 0$$

$$\partial\text{TR}/\partial Q - \partial\text{TC}/\partial Q = 0$$

$$\text{MR} - \text{MC} = 0$$

$$\text{MR} = \text{MC}$$

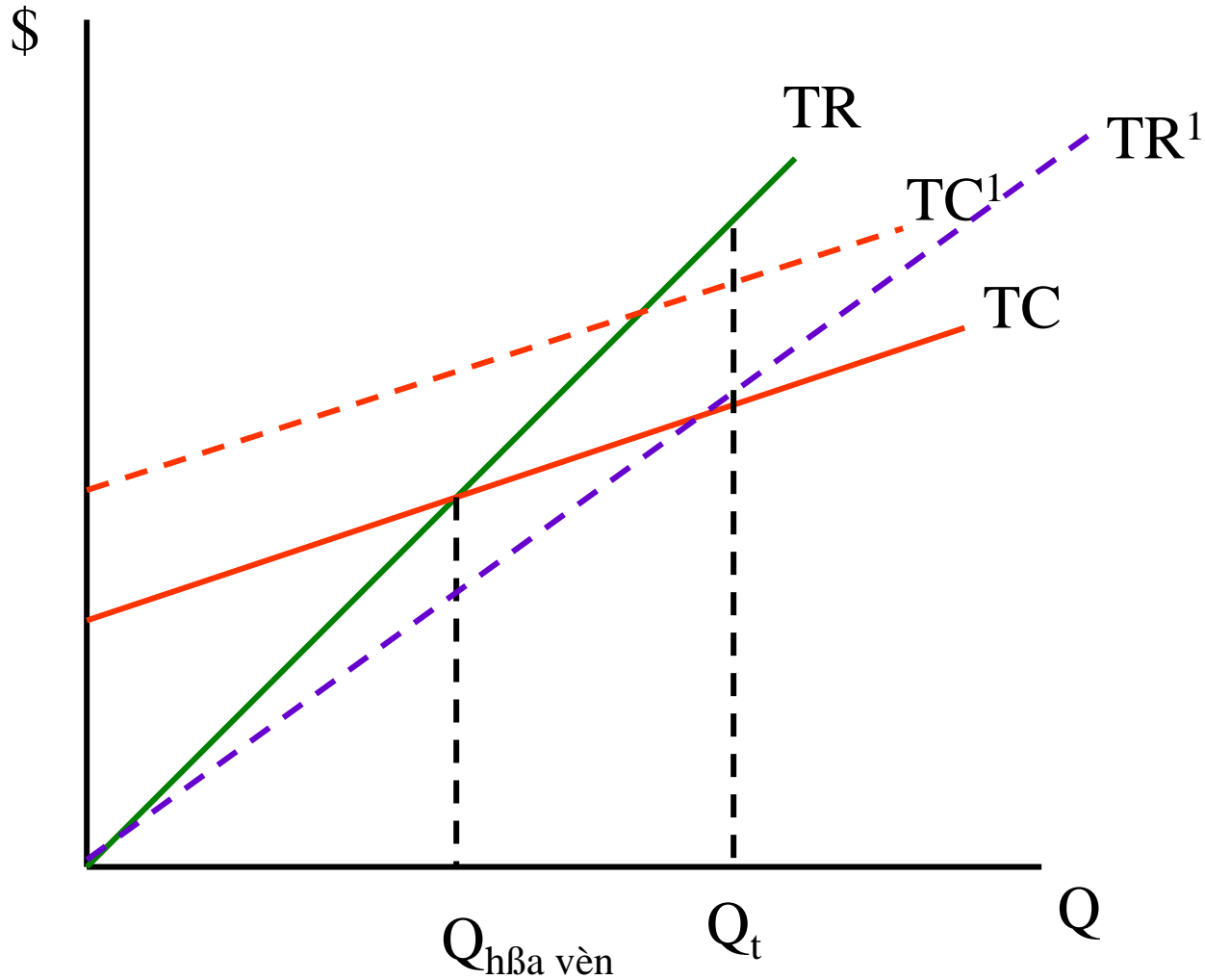
Điều kiện đủ:

$$\partial\text{MR}/\partial Q < \partial\text{MC}/\partial Q$$

# PHÂN TÍCH HÒA VỐN

- Phương pháp đồ thị
- Phương pháp phương trình
- Phương pháp đóng góp cận biên

# Phương pháp đồ thị



# Phương pháp phương trình

- $\pi = P.Q - FC - AVC.Q$
- $Q_{\text{hòa vốn}} = FC/(P - AVC)$
- ứng dụng
  - tính sản lượng mang lại lợi nhuận mục tiêu



# Phương pháp đóng góp cận biên

- $Q_{\text{hòa vốn}} = FC / \text{Đóng góp cận biên}$
- ứng dụng
  - tính sản lượng mang lại lợi nhuận mục tiêu

## II. CHI PHÍ SẢN XUẤT

2) Chi phí sản xuất trong ngắn hạn

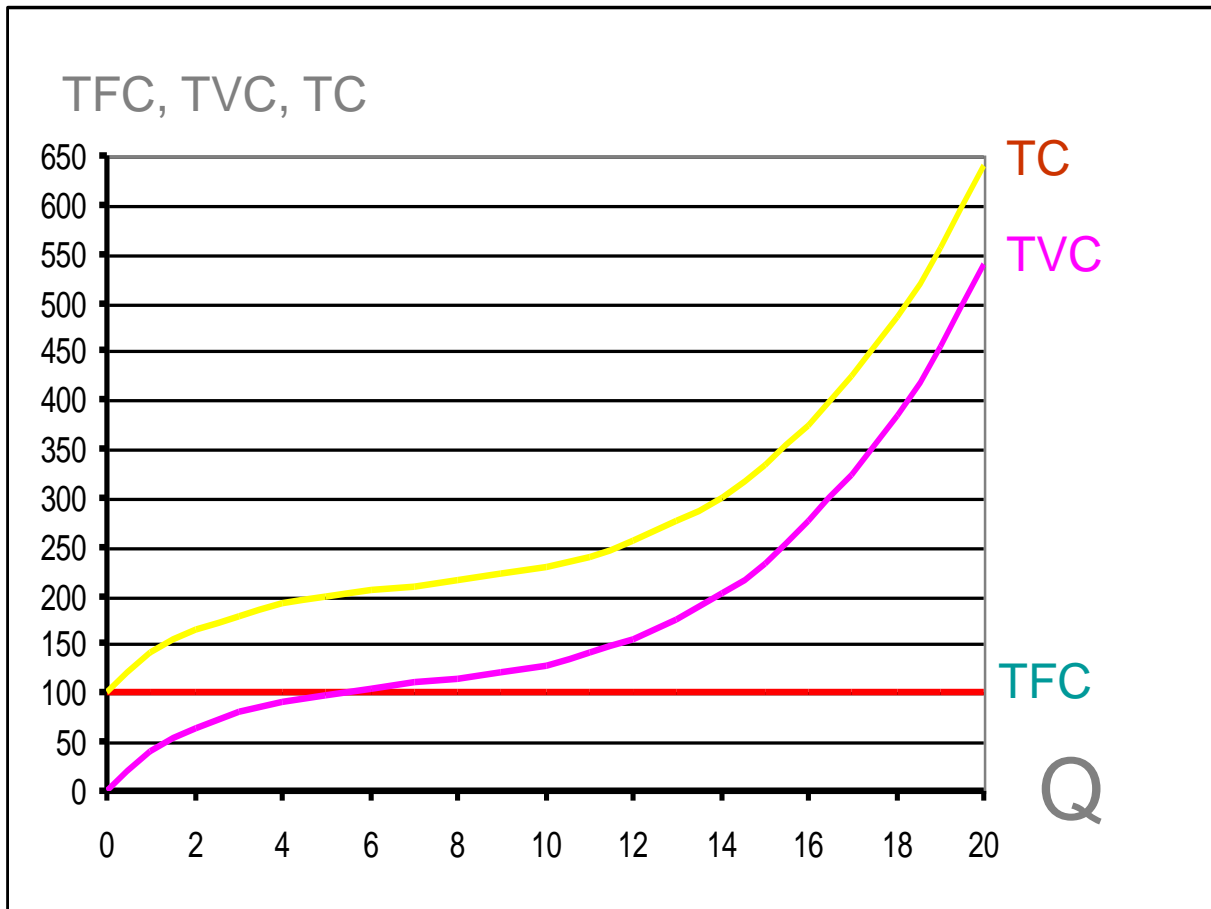
Trong ngắn hạn thì tổng chi phí sản xuất (TC) bao gồm TFC và TVC

$$TC = TFC + TVC$$

→ thí dụ minh họa ...

## Bảng. Chi phí sản xuất ngắn hạn của xí nghiệp

Q	TFC	TVC	TC
0	100	0	100
2	100	65	165
4	100	91	191
6	100	105	205
8	100	115	215
10	100	129	229
12	100	155	255
14	100	201	301
16	100	275	375
18	100	385	485
20	100	539	639



Hình. Các đường tổng chi phí

# CẠNH TRANH HOÀN HẢO VÀ ĐỘC QUYỀN

- **Cạnh tranh hoàn hảo**
- **Độc quyền**

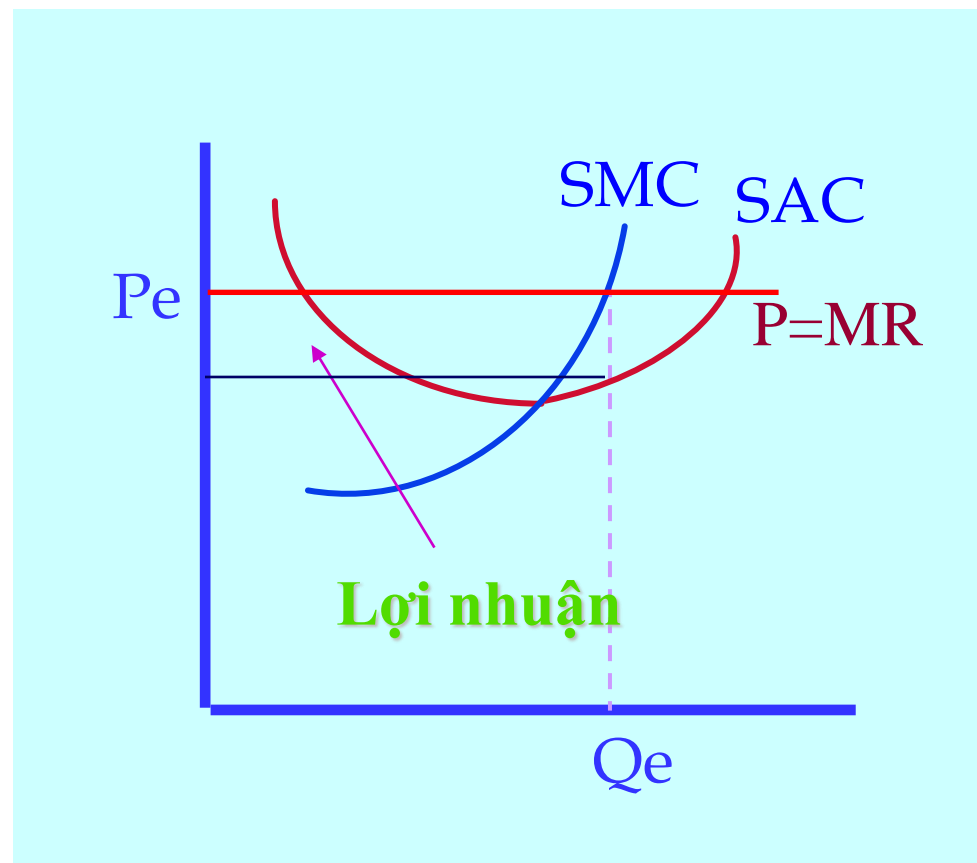
# CẠNH TRANH HOÀN HẢO

- Tối đa hóa lợi nhuận
- Xác định giá trong ngắn hạn
- Hãng và ngành trong dài hạn
- Các giả định khác về hiệu suất theo quy mô
- Sự thay đổi giá yếu tố sản xuất trong ngắn hạn
- Sự thay đổi giá yếu tố sản xuất trong dài hạn

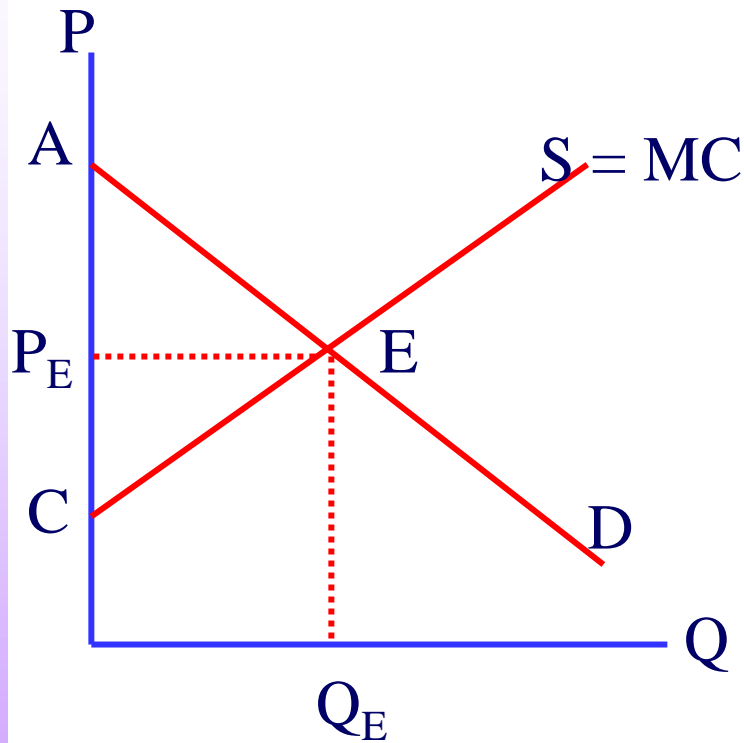
# CẠNH TRANH HOÀN HẢO

- **Ngắn hạn:** hãng lựa chọn sản lượng  $Q^*$  theo nguyên tắc  $P = MC$

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



# CANH TRANH HOÀN HẢO VÀ LỢI ÍCH RÒNG XÃ HỘI



**Ở giá cân bằng**

$$CS = \text{dt } AP_E E$$

$$PS = \text{dt } CP_E E$$

$$NSB = CS + PS = \text{dt } AEC$$

**CTHH mang lại NSB lớn nhất**

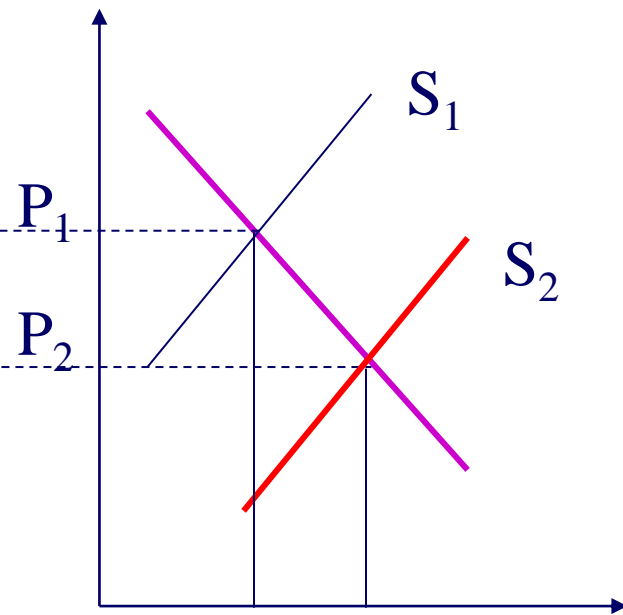
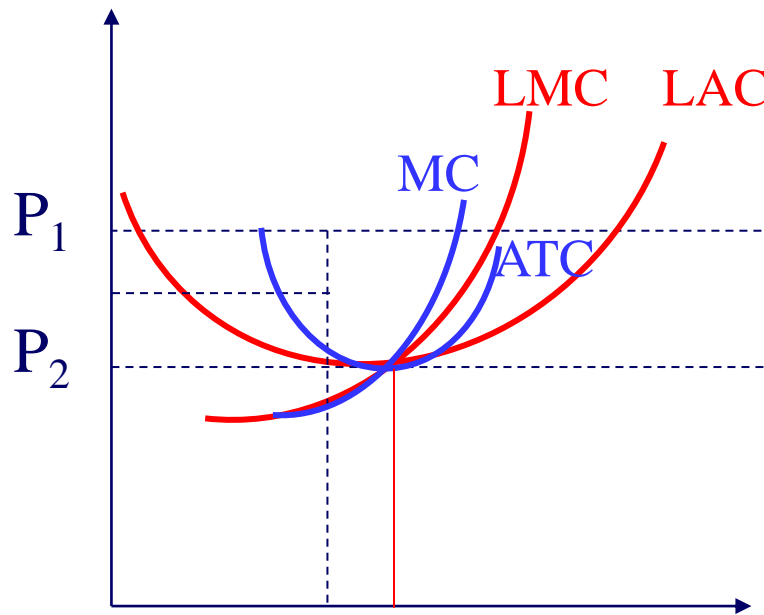


# CẠNH TRANH HOÀN HẢO VÀ CÂN BẰNG DÀI HẠN

- Lợi nhuận dương dẫn tới:

- các hãng mới gia nhập thị trường
- Các hãng hiện có mở rộng sản xuất

=> Cung thị trường tăng => giá thị trường giảm tới  $P=LAC_{min}$ ,  $\Pi=0$



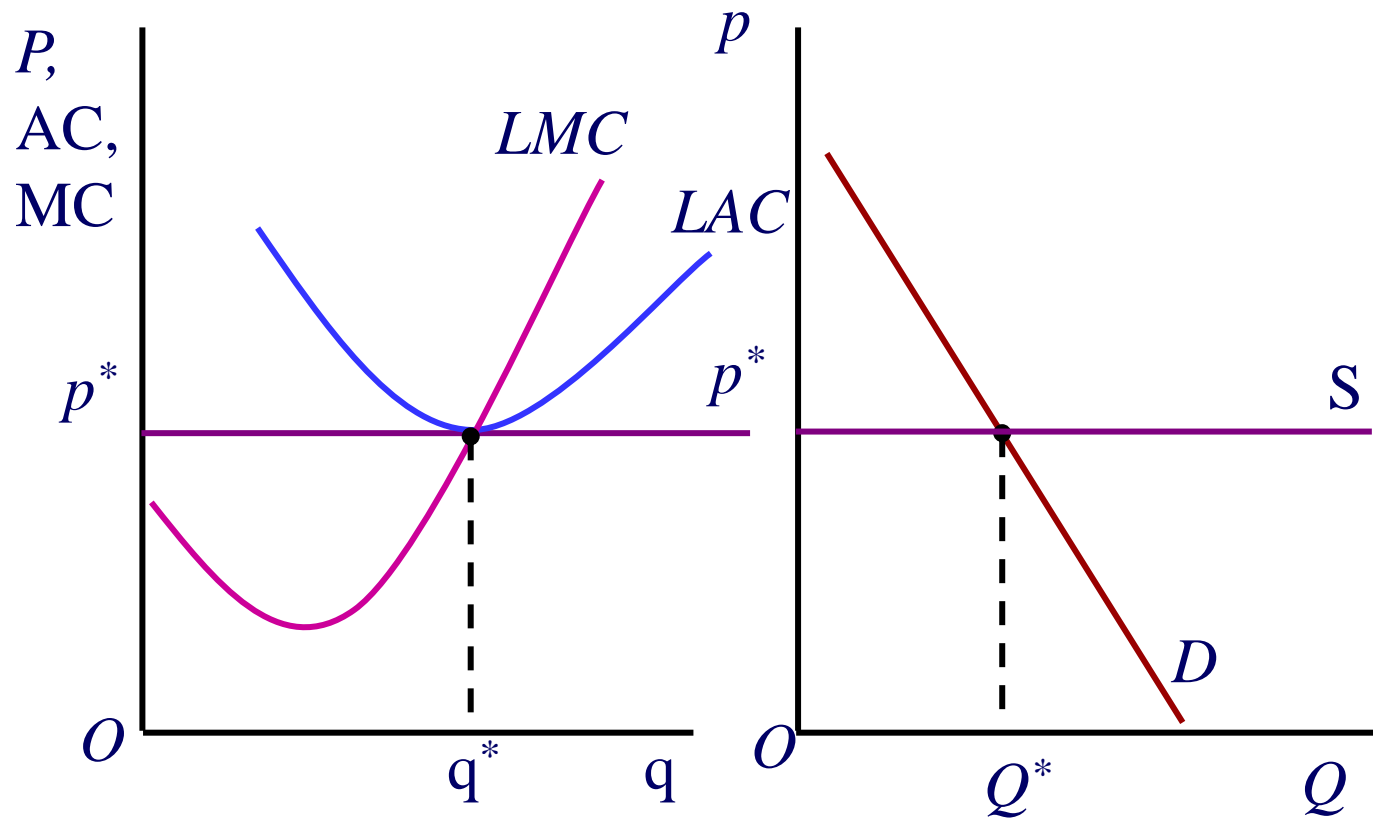
$q_1$   $q_2$

Hãng

$Q_1$   $Q_2$

Thị trường

# Hãng và ngành trong dài hạn



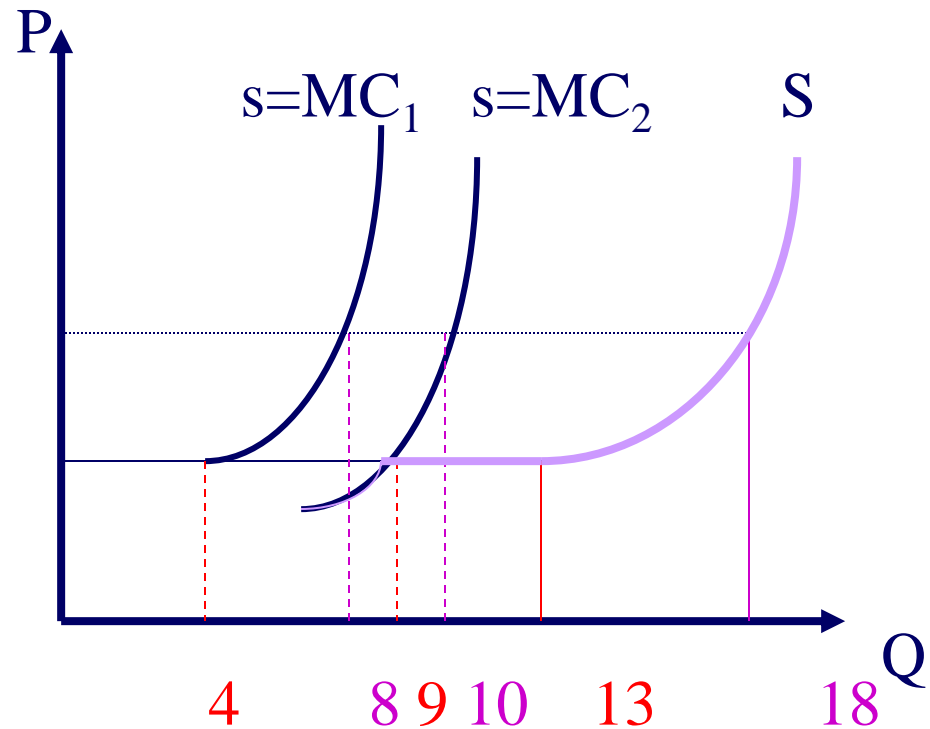
# CẠNH TRANH HOÀN HẢO ĐIỀU KIỆN CÂN BẰNG DÀI HẠN

- Tất cả các hãng trong ngành đều chọn sản lượng theo nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận
  - Không có động cơ cho thay đổi sản lượng ( $SMC=MR=P$ )
  - Không có động cơ cho thay đổi quy mô nhà máy ( $LMC=MR=P$ )
- Tất cả các hãng đều thu được lợi nhuận kinh tế bằng 0
  - Không còn động cơ gia nhập hoặc rút lui khỏi ngành
- Lượng cung thị trường bằng lượng cầu thị trường

# Đường cung ngắn hạn

Đường cung ngắn hạn của hãng là đường MC phần nằm trên  $AVC_{MIN}$

Đường cung ngắn hạn của cả thị trường là tổng của tất cả các đường cung của các hãng theo chiều sản lượng

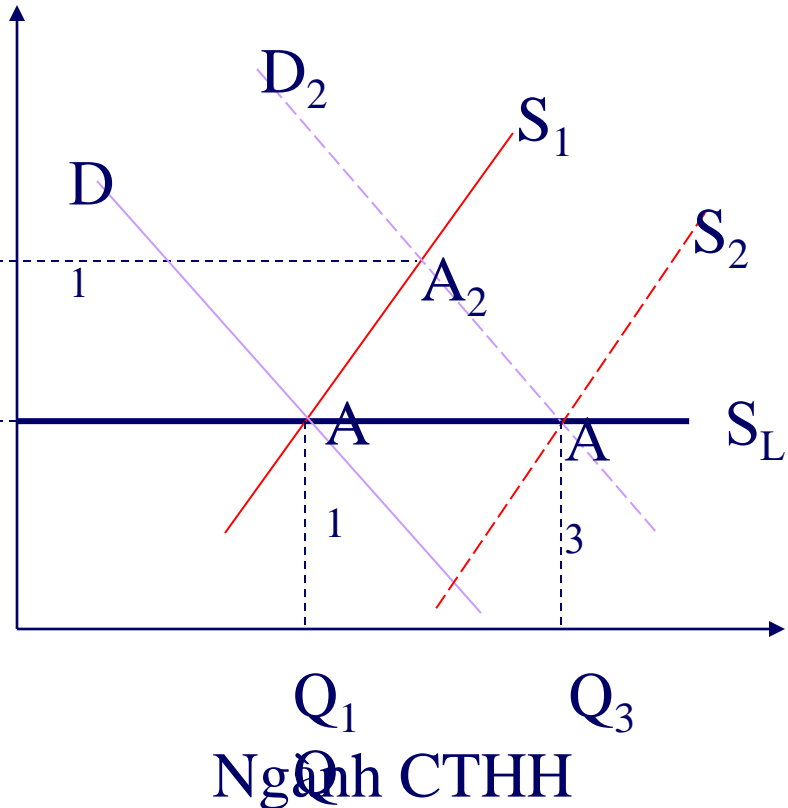
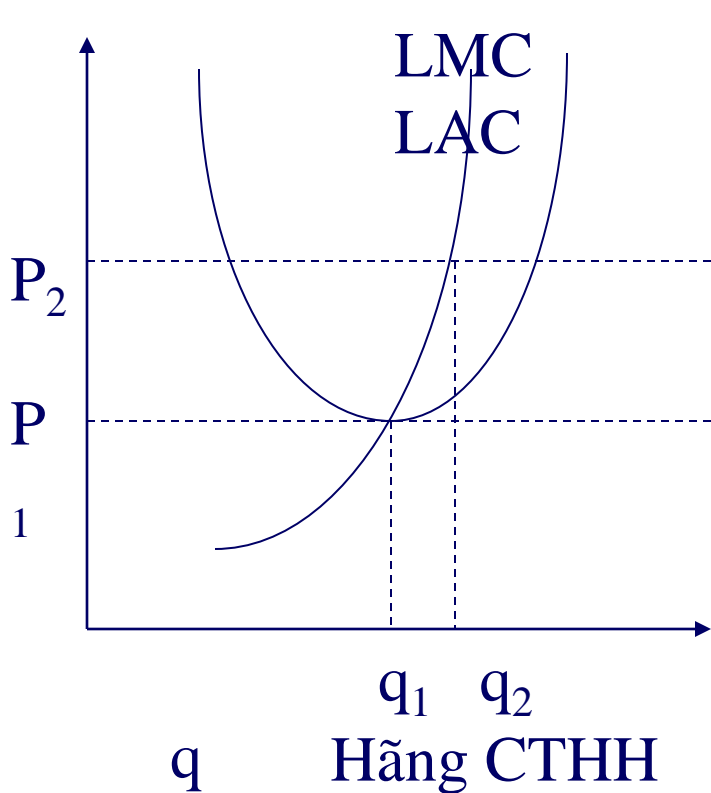


# Đường cung dài hạn

- Giả định
  - các hãng có cùng công nghệ
  - $Q$  tăng là do sử dụng nhiều yếu tố đầu vào, không phải do cải tiến
  - các điều kiện trên thị trường yếu tố đầu vào không thay đổi

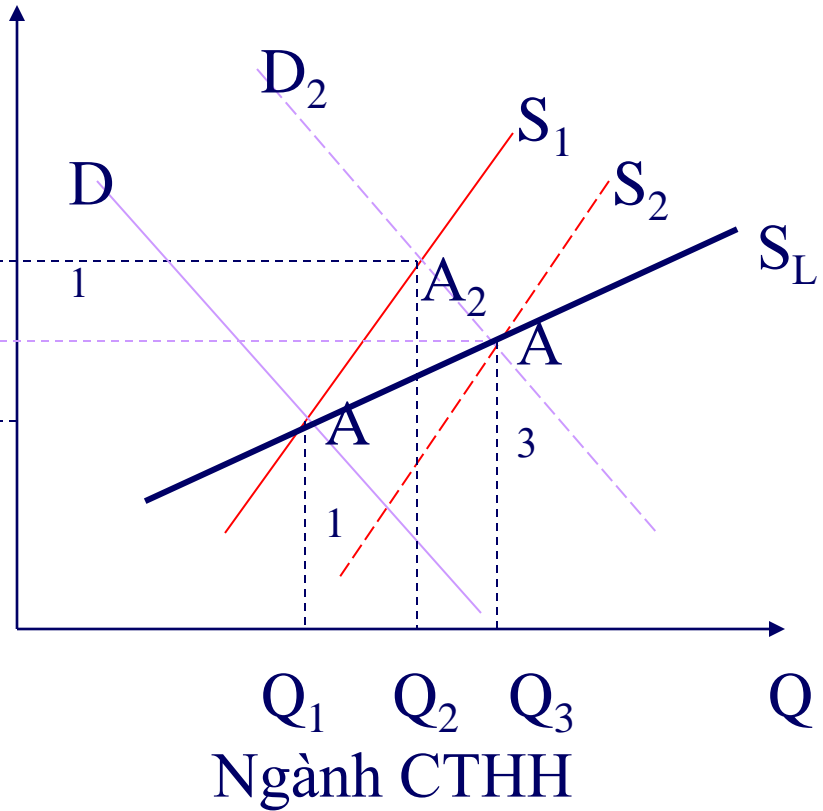
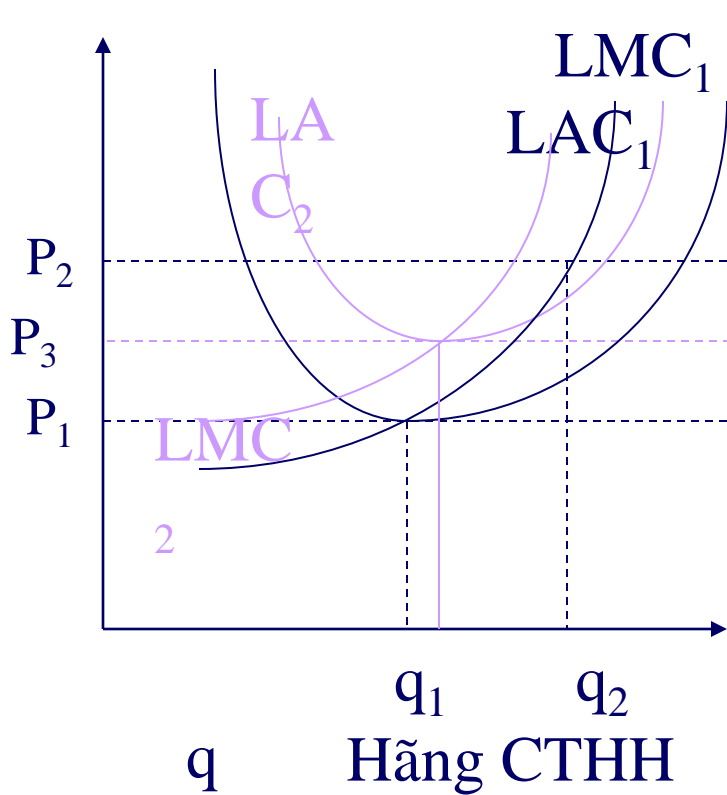
Vậy đường cung dài hạn phụ thuộc vào sự tăng giảm sản lượng của ngành ảnh hưởng như thế nào đến giá của các yếu tố đầu vào

# Đường cung dài hạn Ngành có chi phí không đổi



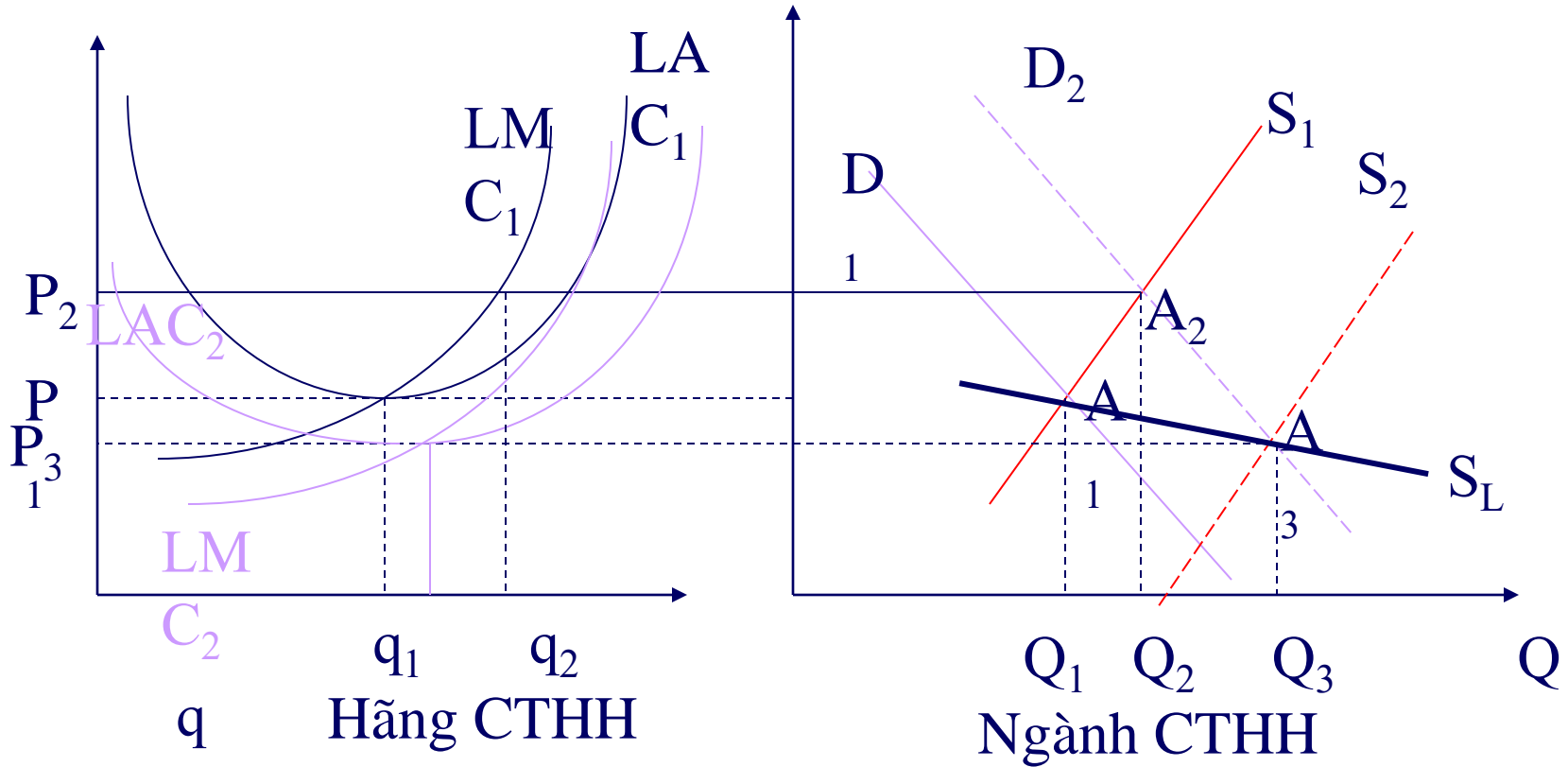
Ngành có chi phí không đổi có đường LAC nằm ngang, có đường cung dài hạn là đường nằm ngang tại mức giá bằng  $LAC_{MIN}$ .

# Đường cung dài hạn Ngành có chi phí tăng



Ngành có chi phí tăng có đường LAC dốc lên, có đường cung dài hạn là đường dốc lên.

# Đường cung dài hạn Ngành có chi phí giảm



Ngành có chi phí giảm có đường LAC dốc xuống,  
có đường cung dài hạn là đường dốc xuống.



# ĐỘC QUYỀN

- Nguyên nhân dẫn đến độc quyền
- Đường cầu và doanh thu cận biên
- Tối đa hóa lợi nhuận
- Thiệt hại của xã hội từ sức mạnh độc quyền
- Phân biệt giá
- Định giá chuyển giao

# KHÁI NIỆM VÀ PHÂN LOẠI

- Khái niệm

Nhà độc quyền là người đảm nhận hoặc toàn bộ việc mua hoặc toàn bộ việc bán một loại hàng hóa nào đó trên thị trường, không có sản phẩm thay thế gần gũi

- Phân loại

+ ĐQ MUA: đảm nhận toàn bộ việc mua

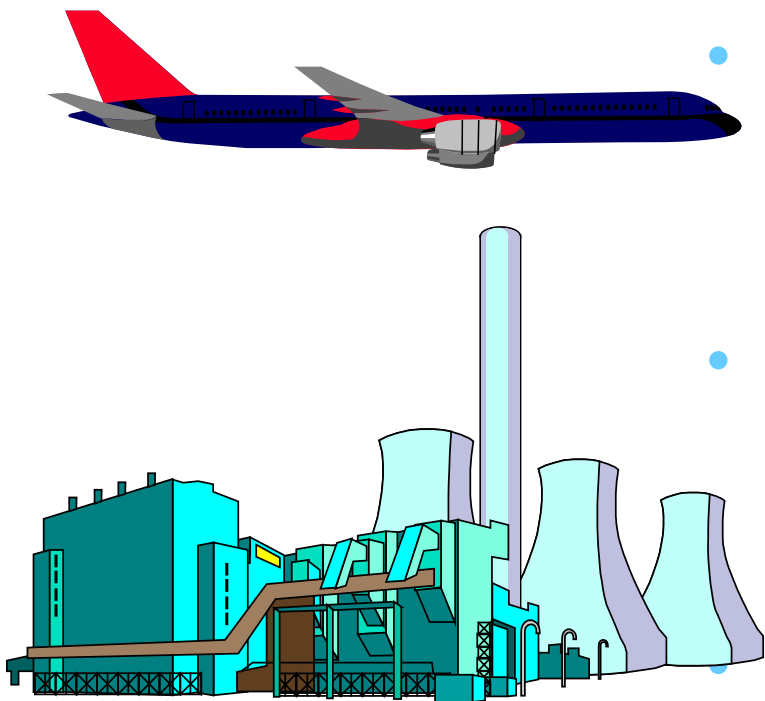
+ ĐQ BÁN: đảm nhận toàn bộ việc bán

+ ĐQ SONG PHƯƠNG

1 người mua x 1 người bán

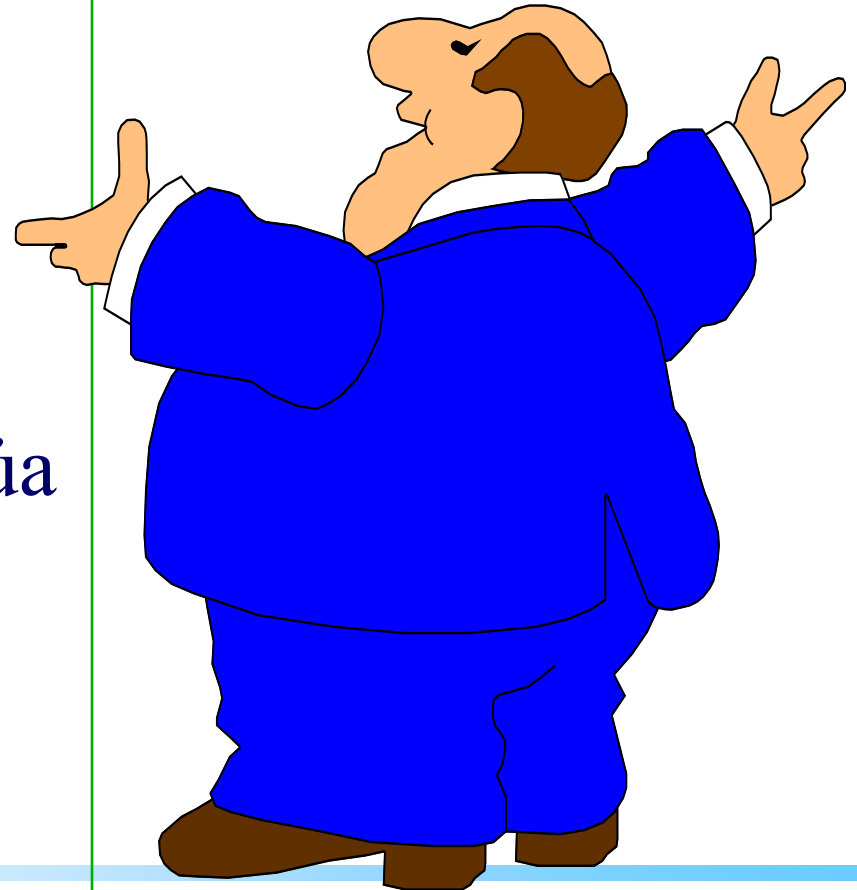
# ĐỘC QUYỀN BÁN

- Một người bán
- Không có hàng hóa thay thế gần gũi
- Hãng có sức mạnh thị trường lớn. Là người ấn định giá Rào cản gia nhập hoặc rút lui lớn



# CÁC NGUYÊN NHÂN DẪN ĐẾN ĐỘC QUYỀN BÁN

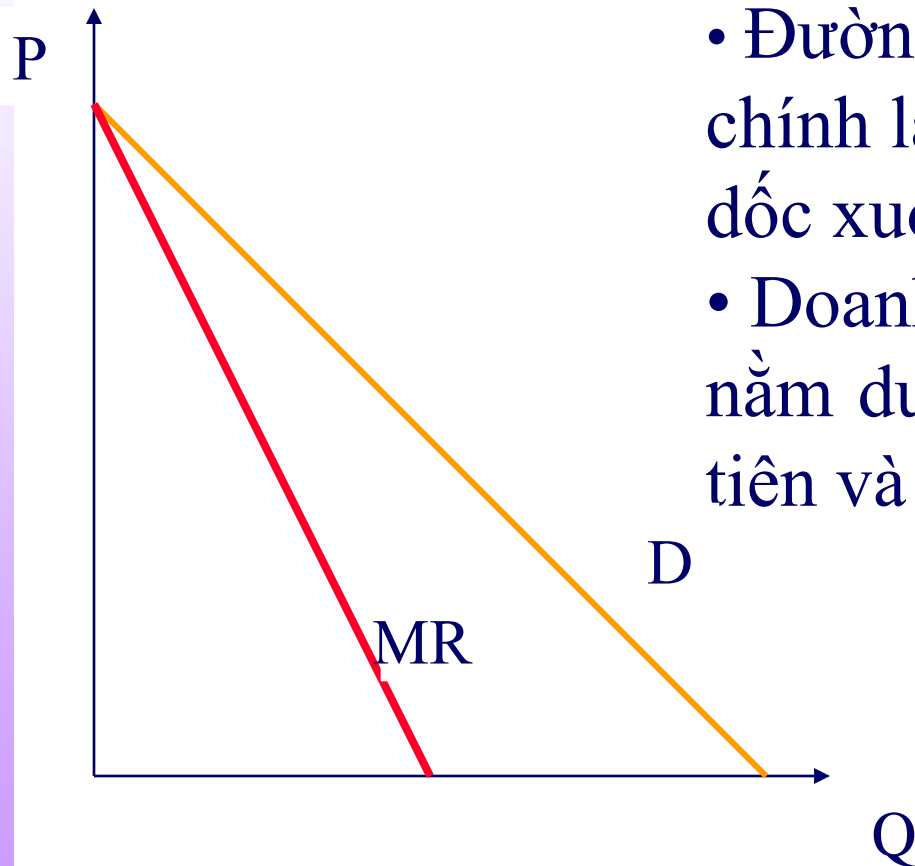
- Kiểm soát được các đầu vào
- Bằng phát minh, sáng chế
- Điều kiện tự nhiên ưu đãi
- Quy định của Chính phủ
- Hạ̃ng đạt lợi thế kinh tế của quy mô lớn



# ĐẶC ĐIỂM CỦA NHÀ ĐỘC QUYỀN BÁN

- Một người bán
- Không có hàng hóa thay thế gần gũi
- Hãng có sức mạnh thị trường lớn. Là người ấn định giá ( $P > MC$ )
- Rào cản gia nhập hoặc rút lui lớn
- Đường cầu nghiêng xuống về phía phải

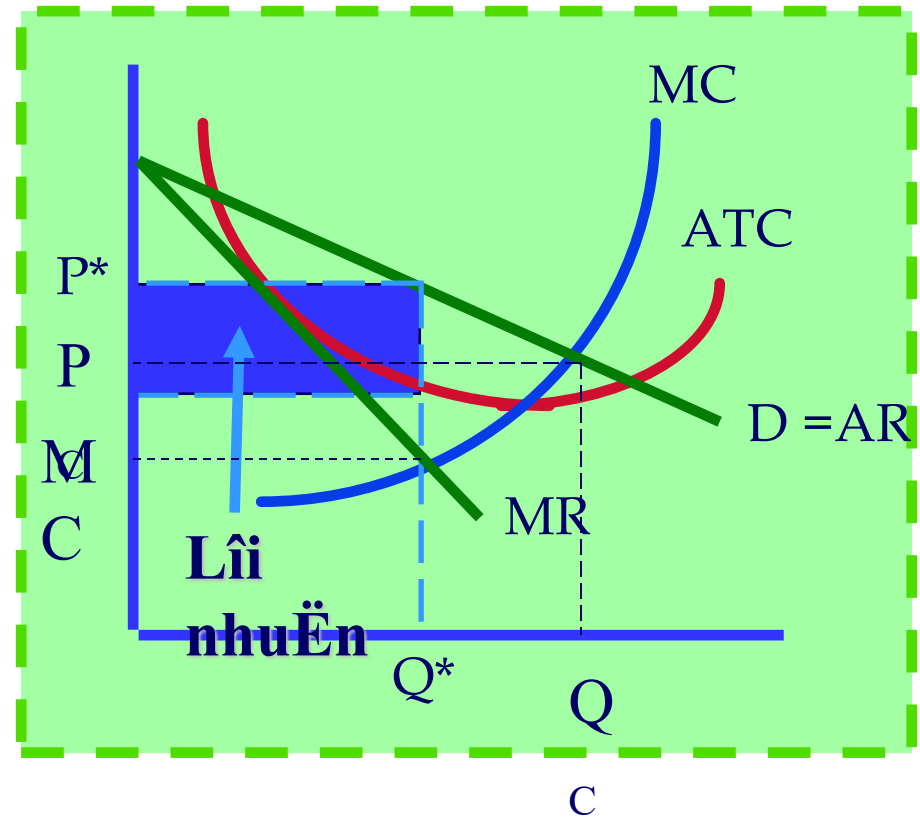
# ĐƯỜNG CẦU VÀ DOANH THU BIÊN TRONG ĐỘC QUYỀN



- Đường cầu của nhà độc quyền chính là đường cầu của thị trường, dốc xuống dưới về bên phải
- Doanh thu cận biên MR luôn nằm dưới đường cầu trừ điểm đầu tiên và  $MR < P$

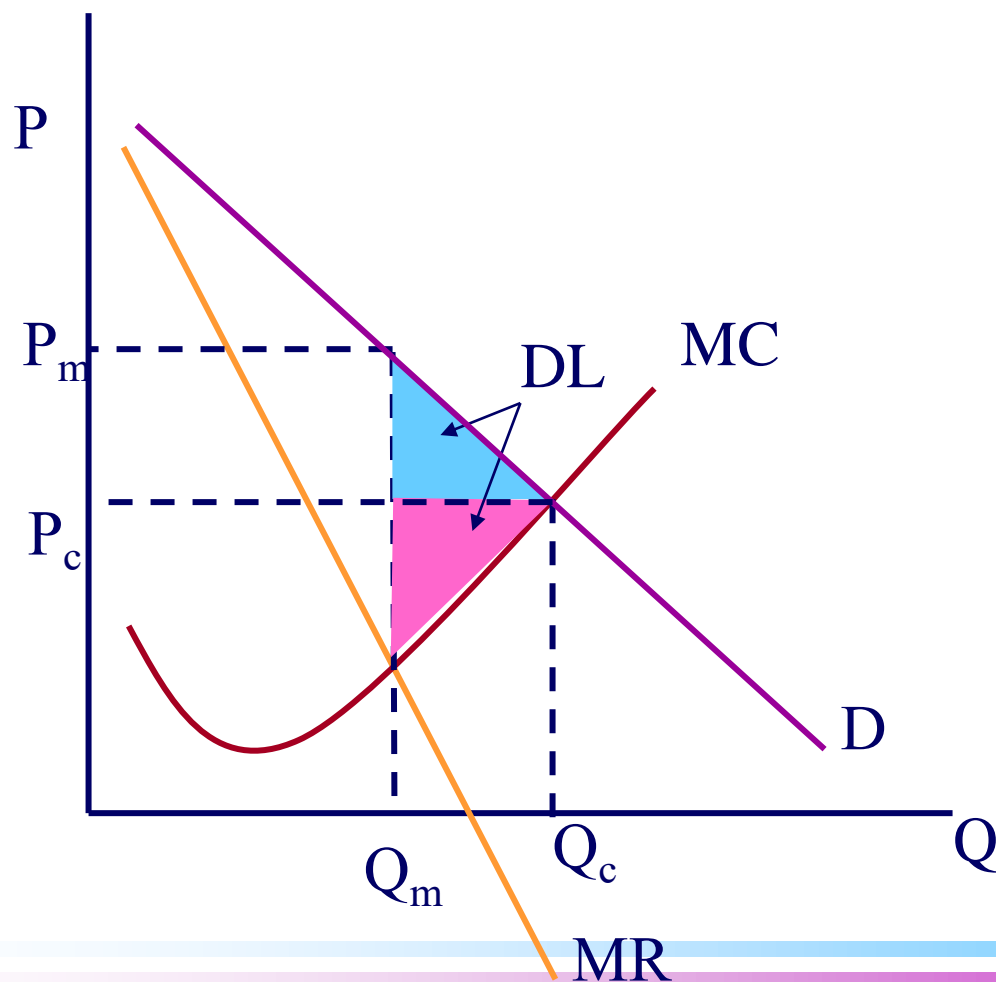
# TỐI ĐA HÓA LỢI NHUẬN TRONG ĐỘC QUYỀN

- Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận:  $MR = MC$
- $P^* = MC / [1 + (1/E)]$
- $P^* > MC$
- $P^* > P_C$ ,  $Q^* < Q_C$
- $L = -1/E$



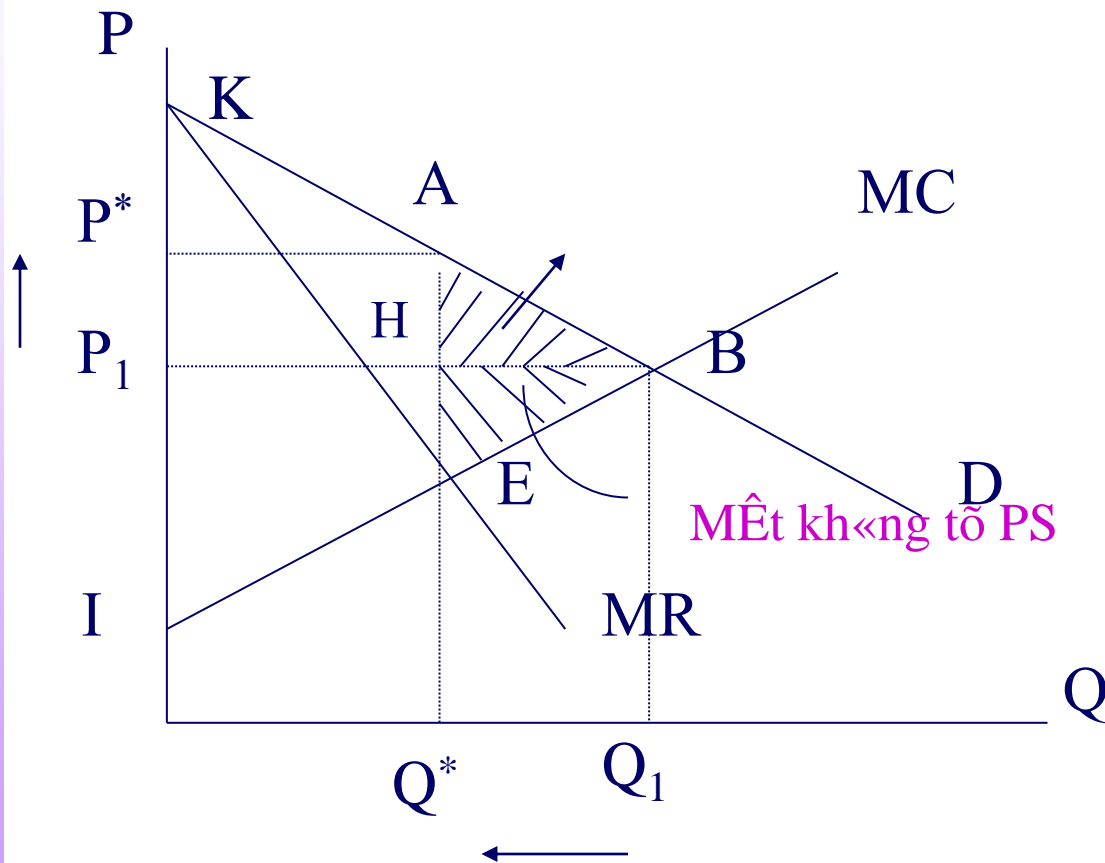
# Thiệt hại của xã hội từ sức mạnh độc quyền

- Phân bổ tài nguyên không hiệu quả





# ĐỘC QUYỀN VÀ PHÂN BỐ NGUỒN LỰC



Giá  $P_1$ :

$$CS_1 = KBP_1$$

$$PS_1 = IBP_1$$

$$NSB_1 = KBI$$

Giá  $P^*$ :

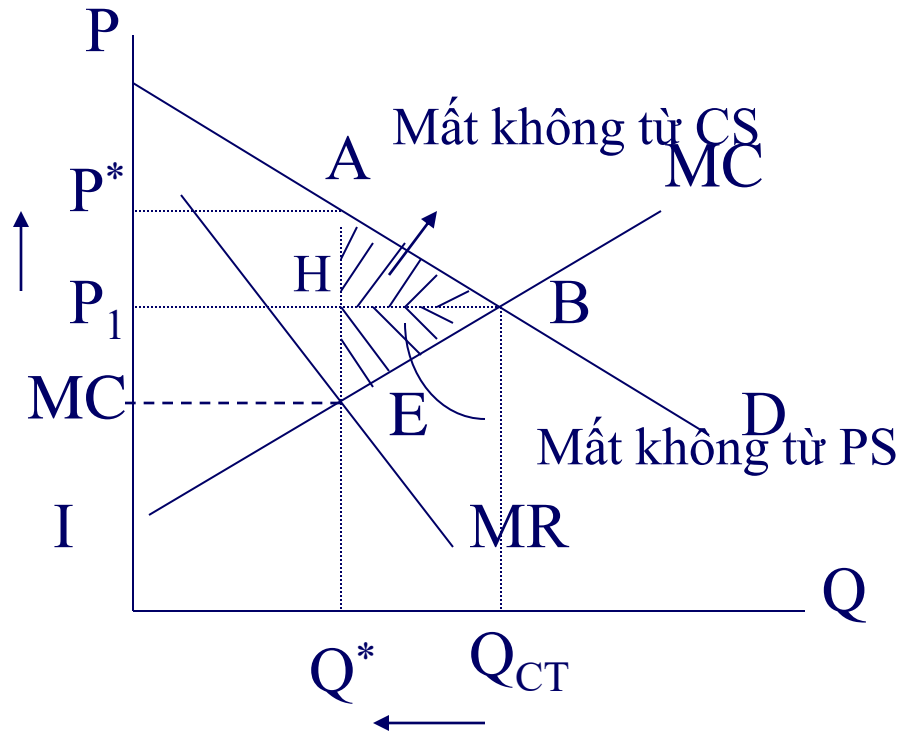
$$CS_2 = KAHP_1$$

$$PS_2 = IEHP_1$$

$$NSB_2 = KAEI$$

$$DWL = AEB$$

# MẤT KHÔNG TỪ SỨC MẠNH ĐỘC QUYỀN (DWL)



$$DWL = (P^* - MC)(Q_{CT} - Q^*)/2$$

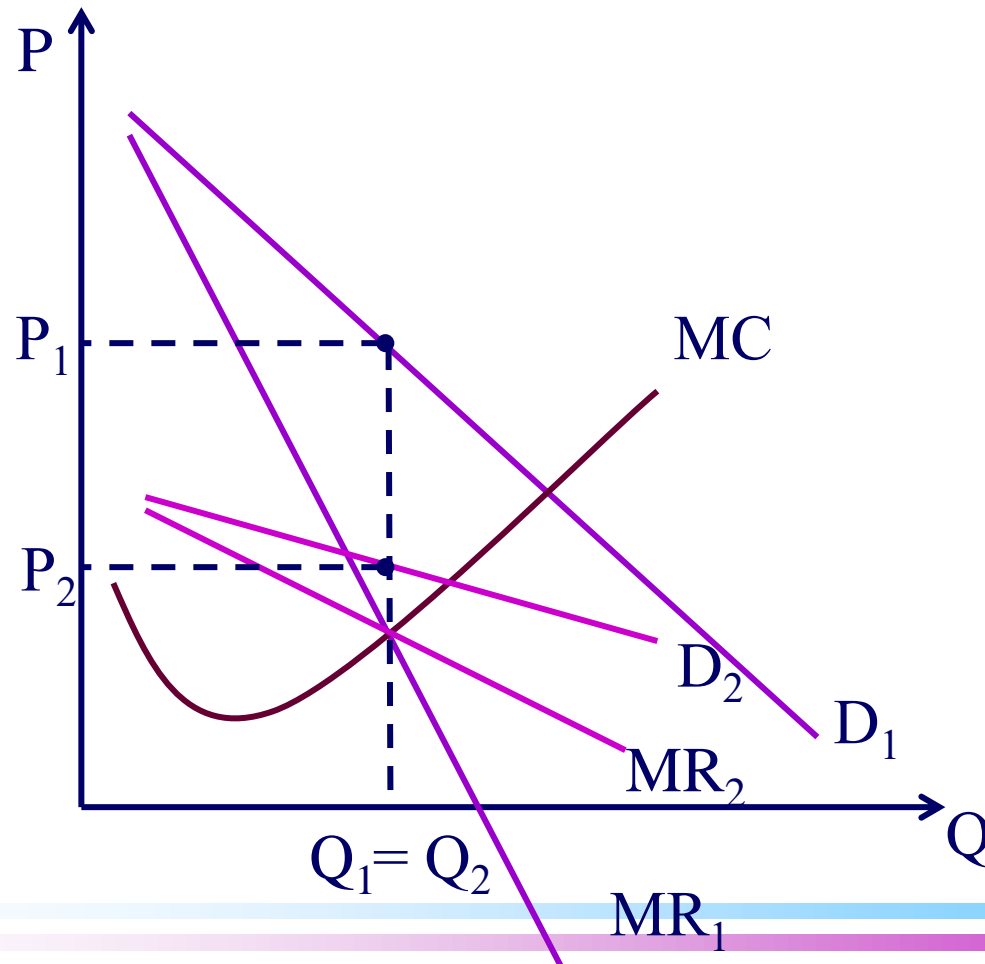
# Sức mạnh độc quyền

Chỉ số Lerner

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

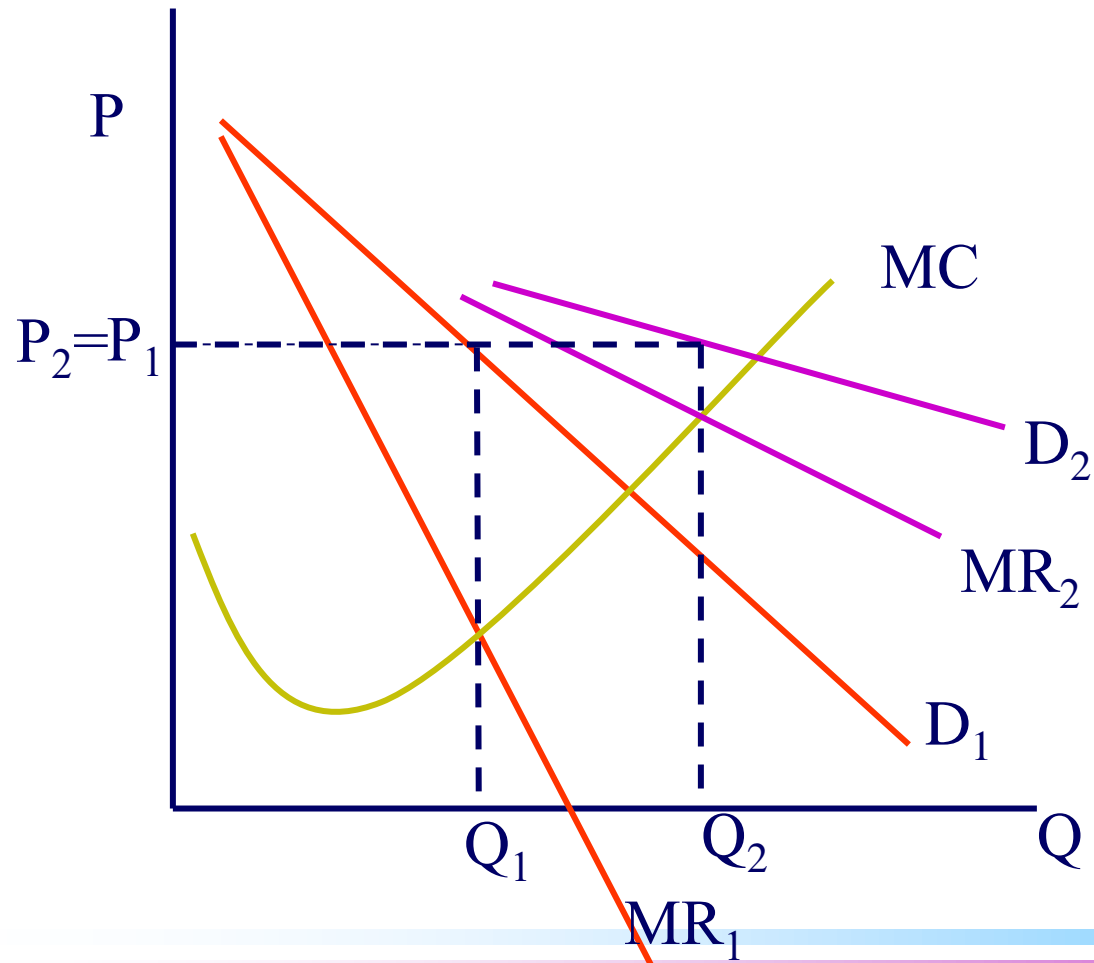
# Trong độc quyền không có đường cung

- Cầu thay đổi dẫn đến giá thay đổi, sản lượng giữ nguyên

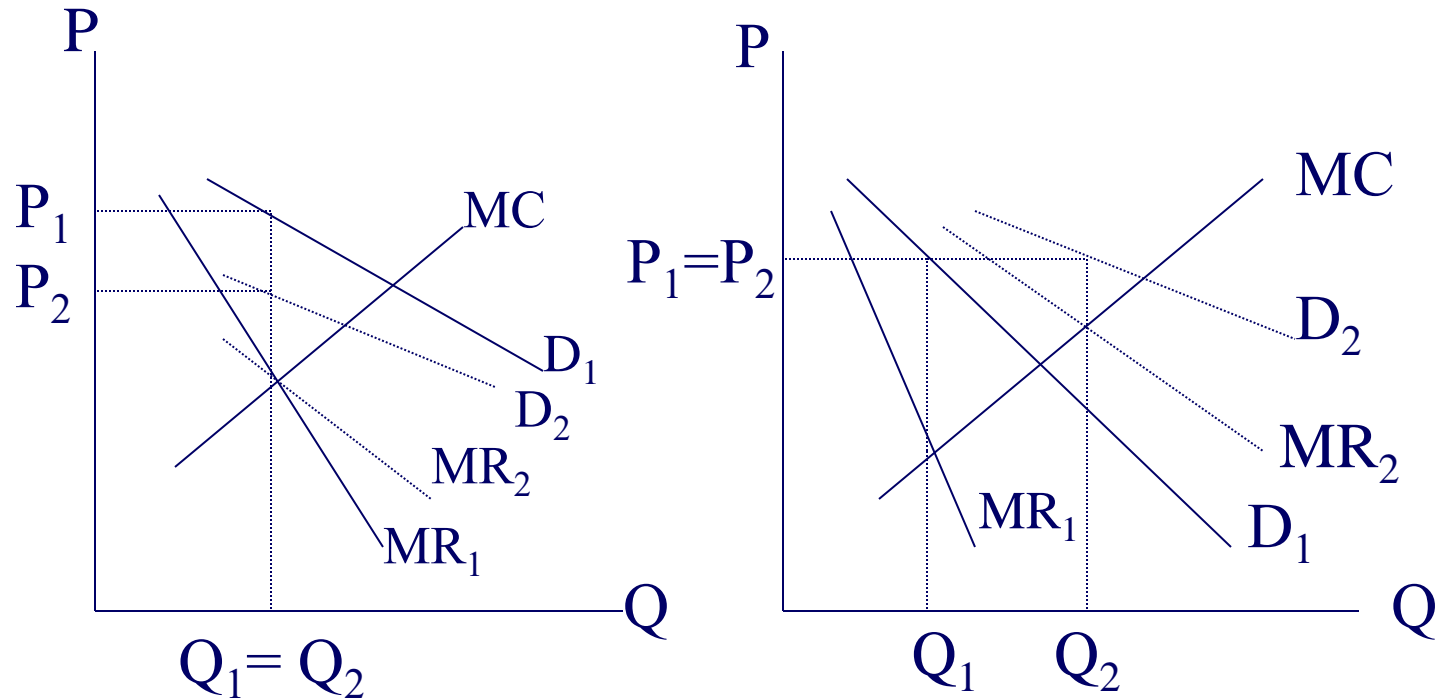


# Trong độc quyền không có đường cung

- Cầu thay đổi dẫn đến sản lượng thay đổi, giá giữ nguyên



# KHÔNG CÓ ĐƯỜNG CUNG TRONG ĐỘC QUYỀN BÁN



Sự dịch chuyển của cầu chỉ dẫn đến sự thay đổi của giá hoặc lượng chứ không phải cả hai (không có mối quan hệ 1:1 giữa giá và lượng)

# CHÍNH SÁCH PHÂN BIỆT GIÁ

## Phân biệt giá là gì?

- **Theo Robinson**, “sự phân biệt giá đang tính các mức giá khác nhau cho cùng một sản phẩm hoặc cùng một mức giá cho sản phẩm khác biệt.”
- **Theo Stigler**, “Phân biệt giá là việc bán các sản phẩm khác nhau ở mức giá không tỷ lệ thuận với chi phí cận biên của sản phẩm.”
- **Theo Dooley**, “Sự phân biệt trong độc quyền có nghĩa là tính phí khác nhau cho những khách hàng khác nhau cho cùng một hàng hóa hoặc dịch vụ.”
- **Theo J.S. Bains**, “Sự phân biệt giá dựa vào việc người bán thực hiện việc tính giá khác nhau cho những người mua khác nhau đối với cùng một hàng hóa.”

Như vậy, nhà độc quyền thường tính giá khác nhau cho những người tiêu dùng khác nhau với cùng một sản phẩm được gọi là phân biệt giá.



- **Mục đích của phân biệt giá**

Chuyển dần thặng dư của người tiêu dùng thành thặng dư của nhà sản xuất

- **Yêu cầu để thực hiện được phân biệt giá**

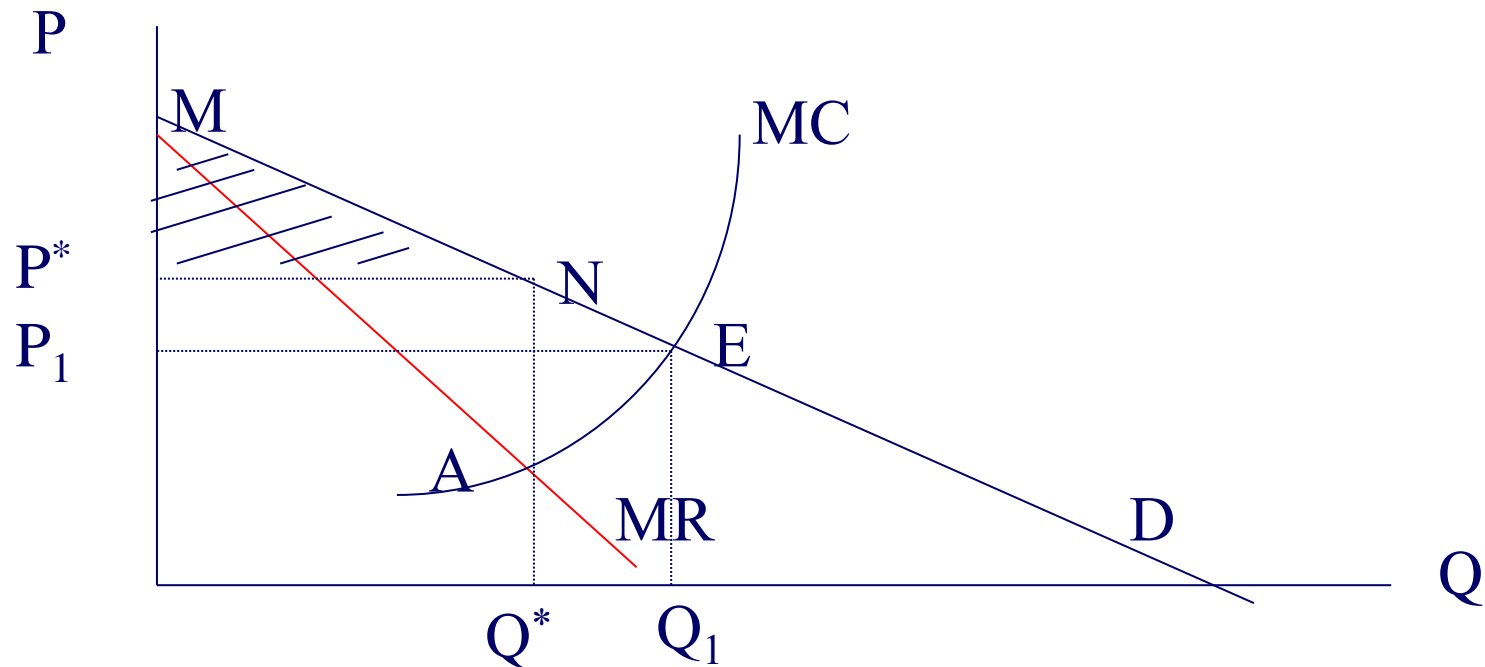
- Hãng có sức mạnh độc quyền
- Thị trường tách biệt
- Đường cầu riêng biệt

# ĐỘC QUYỀN VÀ PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ BẰNG GIÁ

- Phân biệt giá: là việc đặt các mức giá khác nhau cho những người mua khác nhau hoặc cho những lượng mua khác nhau nhằm chiếm được thặng dư tiêu dùng
- **Các hình thức phân biệt giá**
  - Phân biệt giá cấp 1 (phân biệt giá hoàn hảo)
  - Phân biệt giá cấp 2 (phân biệt theo khối sản phẩm)
  - Phân biệt giá cấp 3 (phân biệt theo nhóm khách hàng)
  - phân biệt giá thời kỳ, giá cao điểm, giá 2 phần....

# PHÂN BIỆT GIÁ HOÀN HẢO

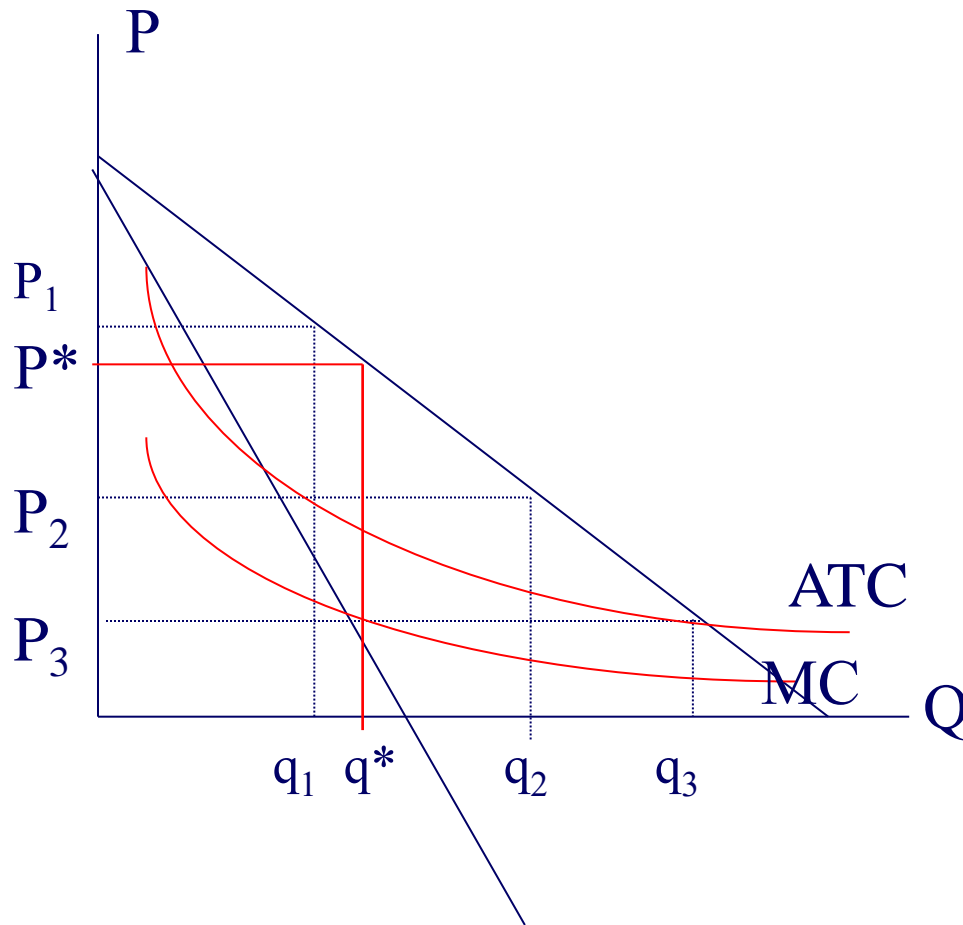
- Là việc đặt cho mỗi đơn vị sản phẩm một mức giá bằng giá tối đa mà khách hàng sẵn sàng trả cho đơn vị hàng hóa đó. Khi đó  $MR=P$  và hãng cung ứng tới sản lượng  $Q_1$  tại  $P=MC$



# PHÂN BIỆT GIÁ HOÀN HẢO

- Trước khi phân biệt giá:  $CS = dt P^*MN$
- Sau khi phân biệt giá:  $CS = 0$
- Khi phân biệt giá:  $TR = dt MEQ_1O$
- $\Pi_{pbghh} = \Pi_{max} + CS + DWL$

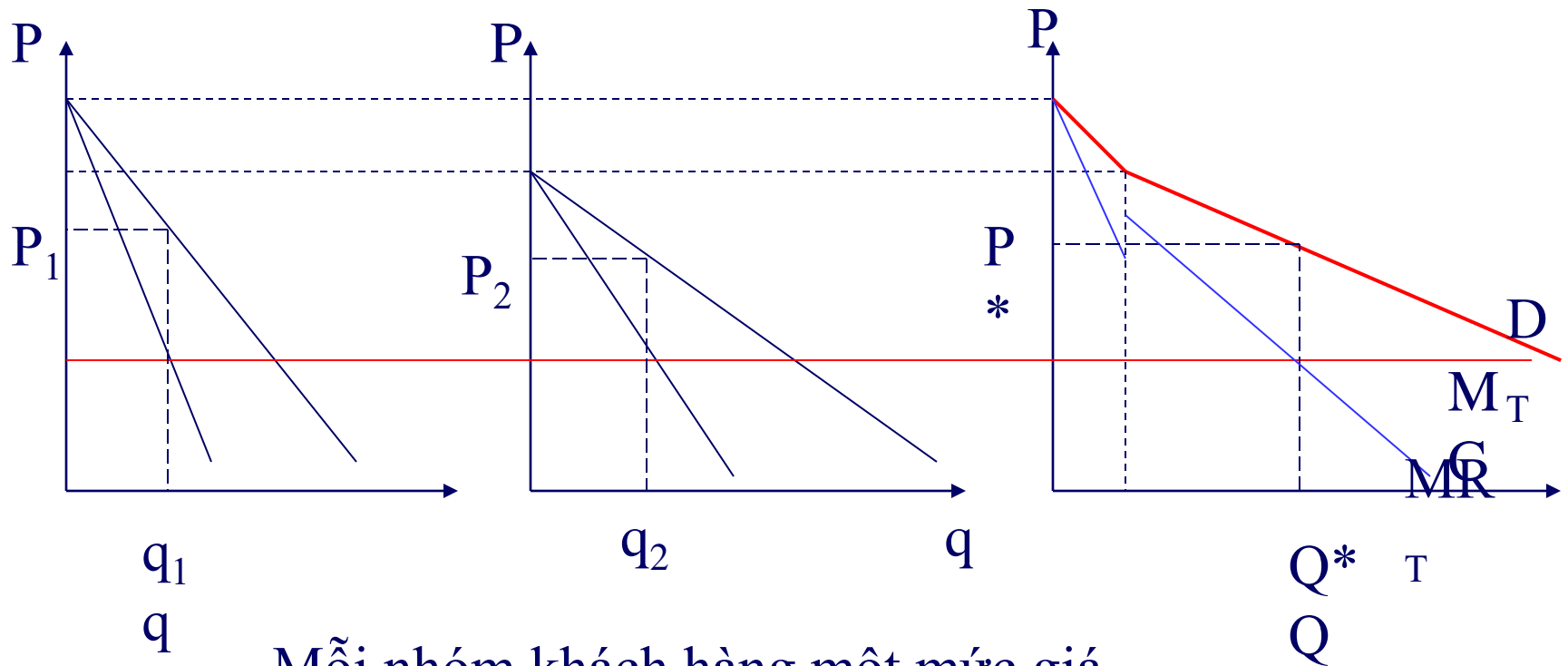
# PHÂN BIỆT GIÁ CẤP 2



- Nếu không phân biệt giá: sản lượng là  $q^*$ , giá là  $P^*$

- Nếu phân biệt giá: mỗi khối sản phẩm một mức giá, tổng số lượng sản phẩm là  $q_3$ .

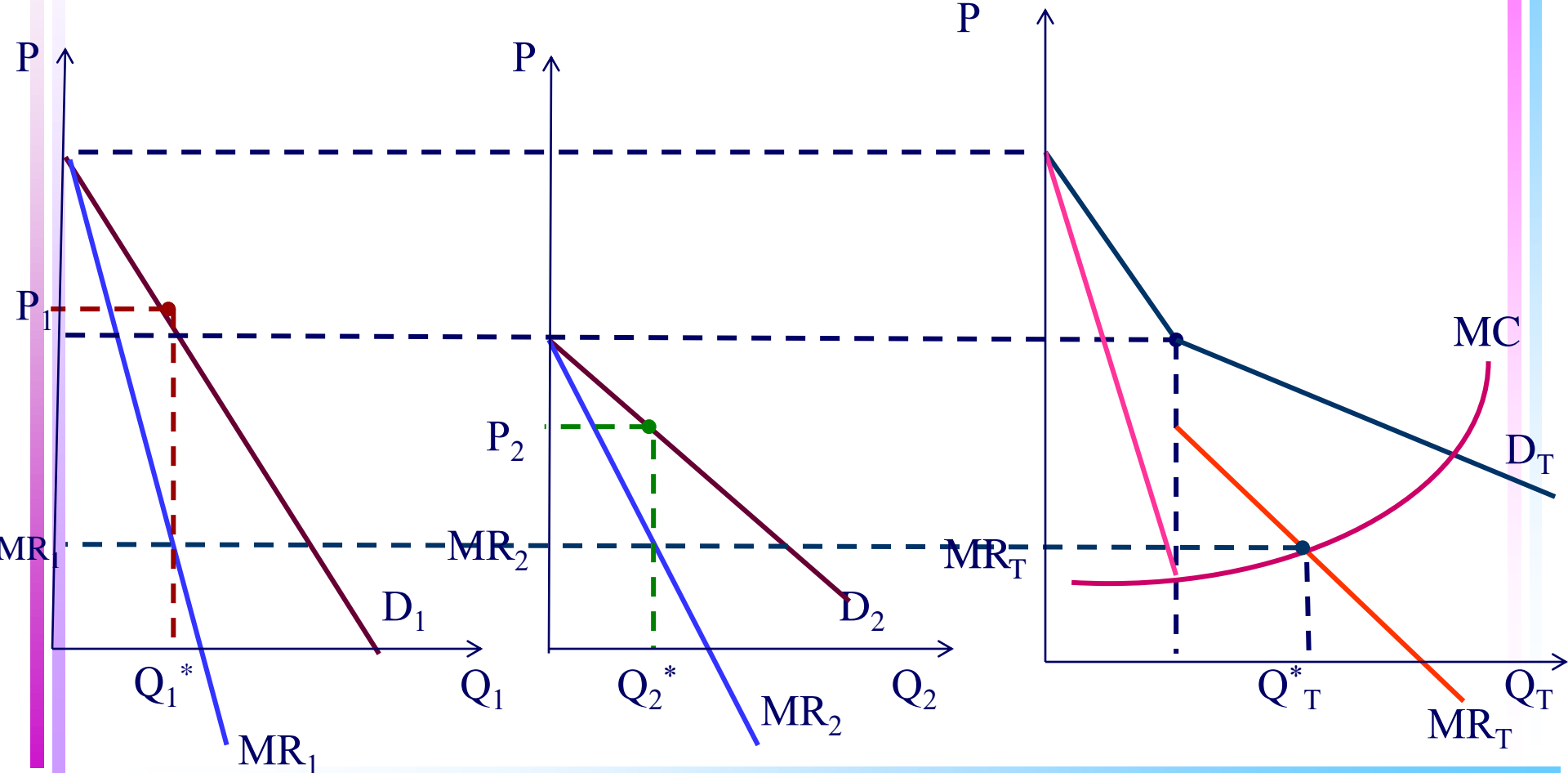
# PHÂN BIỆT GIÁ CẤP 3



Mỗi nhóm khách hàng một mức giá

Nguyên tắc:  $MR_1 = MR_2 = \dots = MR_n = MC$

# Phân biệt giá cấp 3 – Phân khúc thị trường



## Nguyên tắc

Phân chia sản lượng cho mỗi nhóm khách hàng theo nguyên tắc:

$$MR_1 = MR_2 = \dots = MR_n = MC$$

Khối lượng sản phẩm:

$$Q_1 + Q_2 + \dots = Q_T$$



## Ví dụ

Hãng độc quyền X phân bổ sản phẩm của mình trên 2 thị trường tách biệt nhau về mặt địa lý có đường cầu như sau:

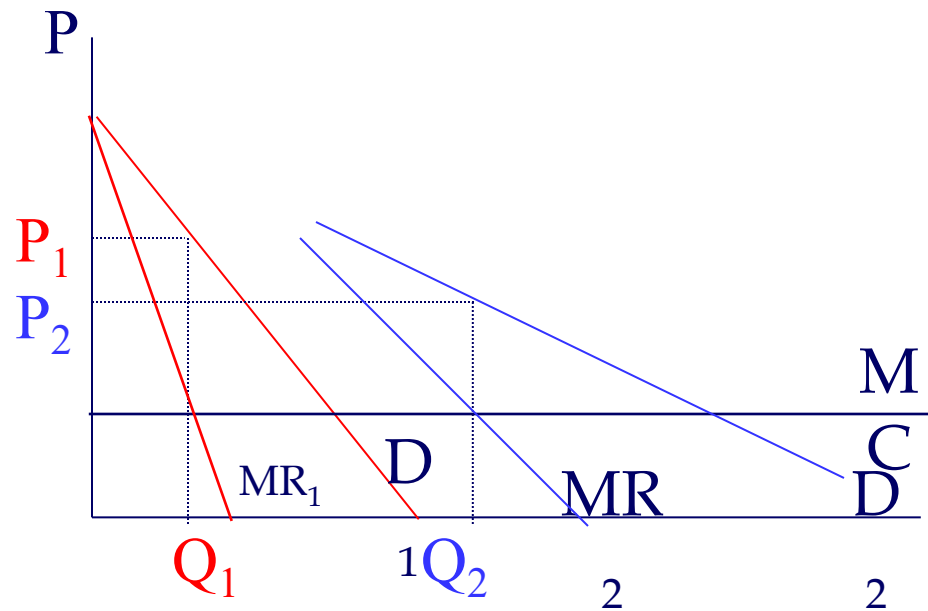
Thị trường thành thị:  $P_1 = 160 - Q_1$ ;

Thị trường nông thôn:  $P_2 = 100 - 2Q_2$

Hãng có chi phí cận biên không đổi là  $MC = Q - 10$ , Chi phí cố định:  $FC = 100$  \$ (Sản lượng tính bằng đơn vị, Chi phí tính bằng \$)

- Xác định phương trình đường cầu, đường doanh thu cận biên, doanh thu trung bình của hãng
- Nếu hãng thực hiện phân biệt giá cấp 3 thì giá bán và sản lượng trên mỗi thị trường là bao nhiêu? Tính doanh thu, lợi nhuận của hãng trong trường hợp này
- Nếu chính phủ cấm phân biệt giá thì giá, sản lượng, doanh thu và lợi nhuận hãng X là bao nhiêu?
- Minh họa các kết quả trên bằng đồ thị.

# ĐẶT GIÁ THEO THỜI KỲ



Thời kỳ đầu: giá là  $P_1$ , sản lượng là  $Q_1$

Thời kỳ sau: giá là  $P_2$ , sản lượng là  $Q_2$

## Tối đa hóa lợi nhuận

$$MR = P\left(1 + \frac{1}{E}\right)$$

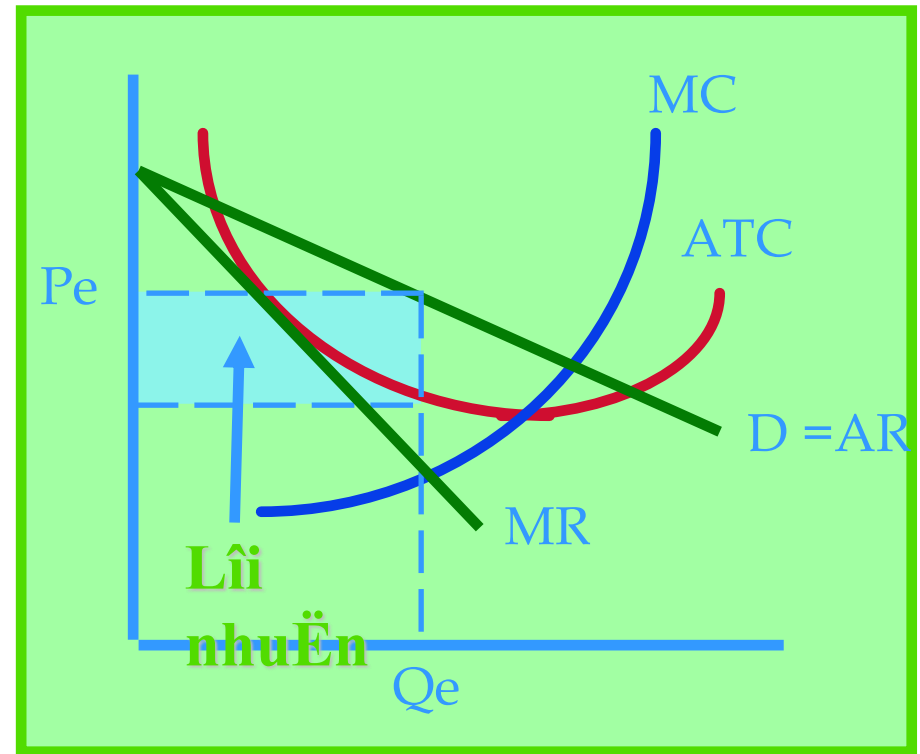
$$MR = MC$$

$$P\left(1 + \frac{1}{E}\right) = MC$$

$$P = \frac{MC}{1 + \frac{1}{E_P}}$$

# TỐI ĐA HÓA LỢI NHUẬN TRONG ĐỘC QUYỀN

- Hãng sản xuất theo nguyên tắc  $MR=MC$  nhằm tối đa hóa lợi nhuận
- Giá bán lớn hơn MC
- Sản lượng của hãng nhỏ hơn so với cạnh tranh hoàn hảo
- Gây phần mất không cho xã hội



## Các loại phân biệt giá

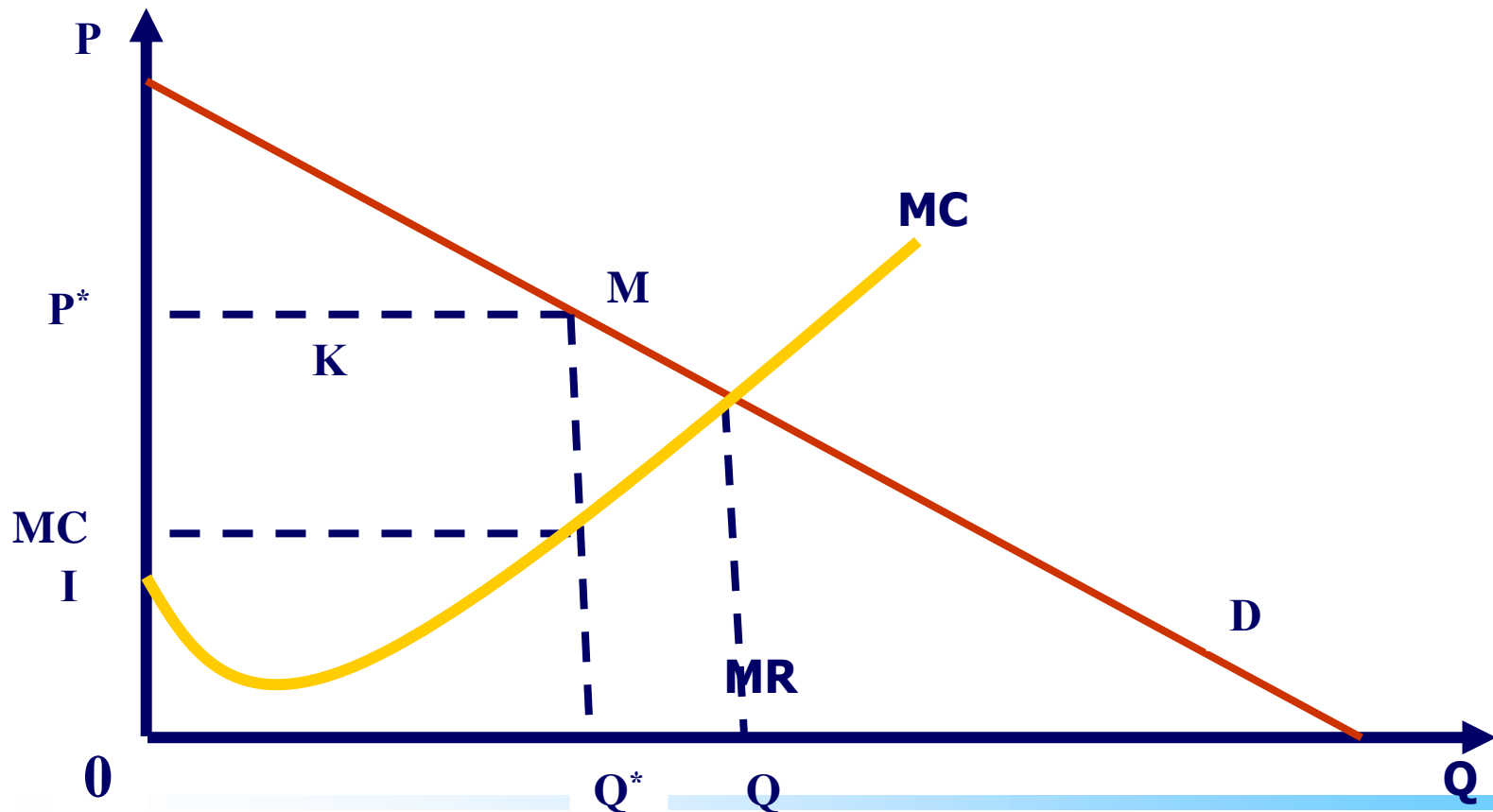
- Phân biệt giá cấp 1 (Phân biệt giá hoàn hảo)
- Phân biệt giá cấp 2 (Phân biệt theo khối sản phẩm)
- Phân biệt giá cấp 3 (Phân biệt theo nhóm khách hàng)
- Chiến lược giá theo thời kỳ
- Đặt giá cao điểm
- Đặt giá 2 phần
- Bán trọn gói
- Bán kèm
- Bán theo số lượng,...

## PHÂN BIỆT GIÁ CẤP 1

Là việc đặt cho mỗi đơn vị sản phẩm một mức giá bằng giá tối đa mà khách hàng sẵn sàng trả cho đơn vị hàng hóa đó.

CS = giá người tiêu dùng sẵn sàng chi trả - giá bán thực tế của sản phẩm

Khi thực hiện phân biệt giá cấp 1 thì  $MR = P$  và hãng cung ứng tới sản lượng  $Q$



## PHÂN BIỆT GIÁ CẤP 2

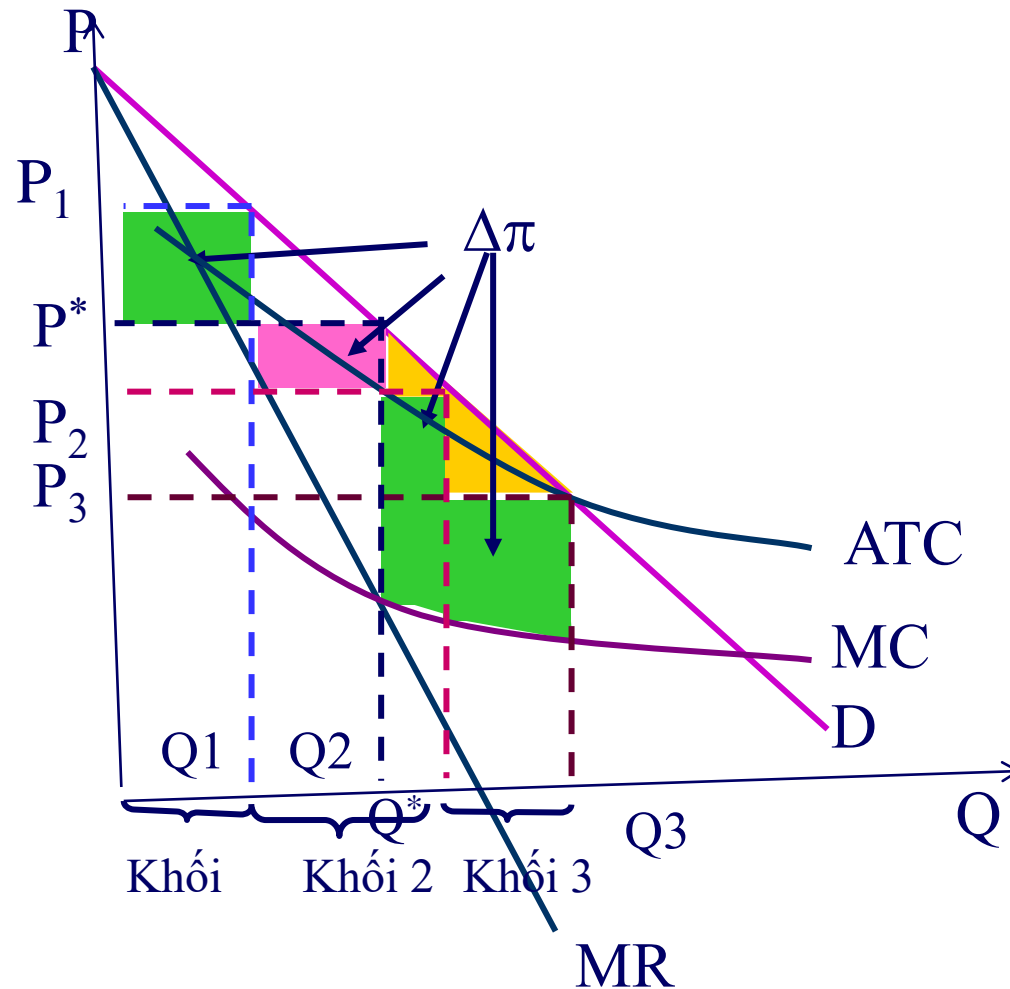
- Là việc nhà độc quyền đặt ra các mức giá bán khác nhau theo khối lượng/số lượng sản phẩm bán ra tương ứng



## Phân biệt giá cấp 2

Nếu không phân biệt giá: sản lượng là  $Q^*$ , giá là  $P^*$

Nếu phân biệt giá cấp 2: mỗi khối sản phẩm một mức giá, tổng số lượng sản phẩm là  $Q_3$

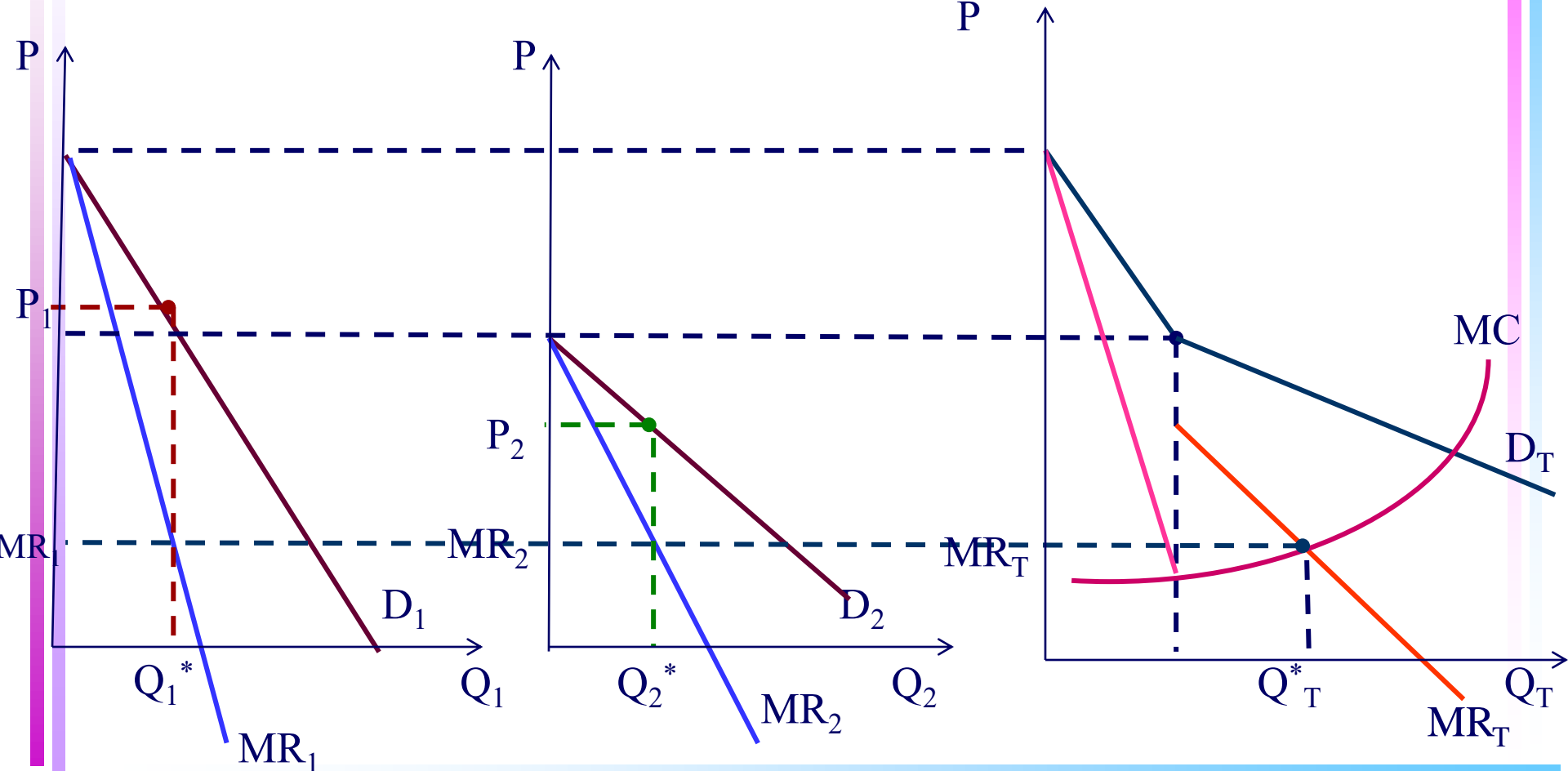


## PHÂN BIỆT GIÁ CẤP 3

Nhà độc quyền có thể thực hiện phân biệt giá cấp 3 khi nhà độc quyền có thể phân chia khách hàng/thị trường của mình thành các nhóm nhỏ theo những tiêu chí khác nhau và đặt cho mỗi nhóm một mức giá bán sản phẩm khác nhau

Đây là hình thức phân biệt giá phổ biến nhất cho phép nhà độc quyền đạt được giá cả độc quyền, khai thác mọi đối tượng.

# Phân biệt giá cấp 3



- Phân biệt này đòi hỏi doanh thu cận biên ( $MR_1, MR_2$ ) từ các mức sản lượng  $Q_1, Q_2$  theo các  $D_1, D_2$  phải bằng nhau và bằng với doanh thu biên chung và chi phí chung:  $MR_1 = MR_2 = MR_T = MC$

- Còn số lượng sản phẩm:

$$Q_1 + Q_2 + \dots = Q_T$$

## Ví dụ

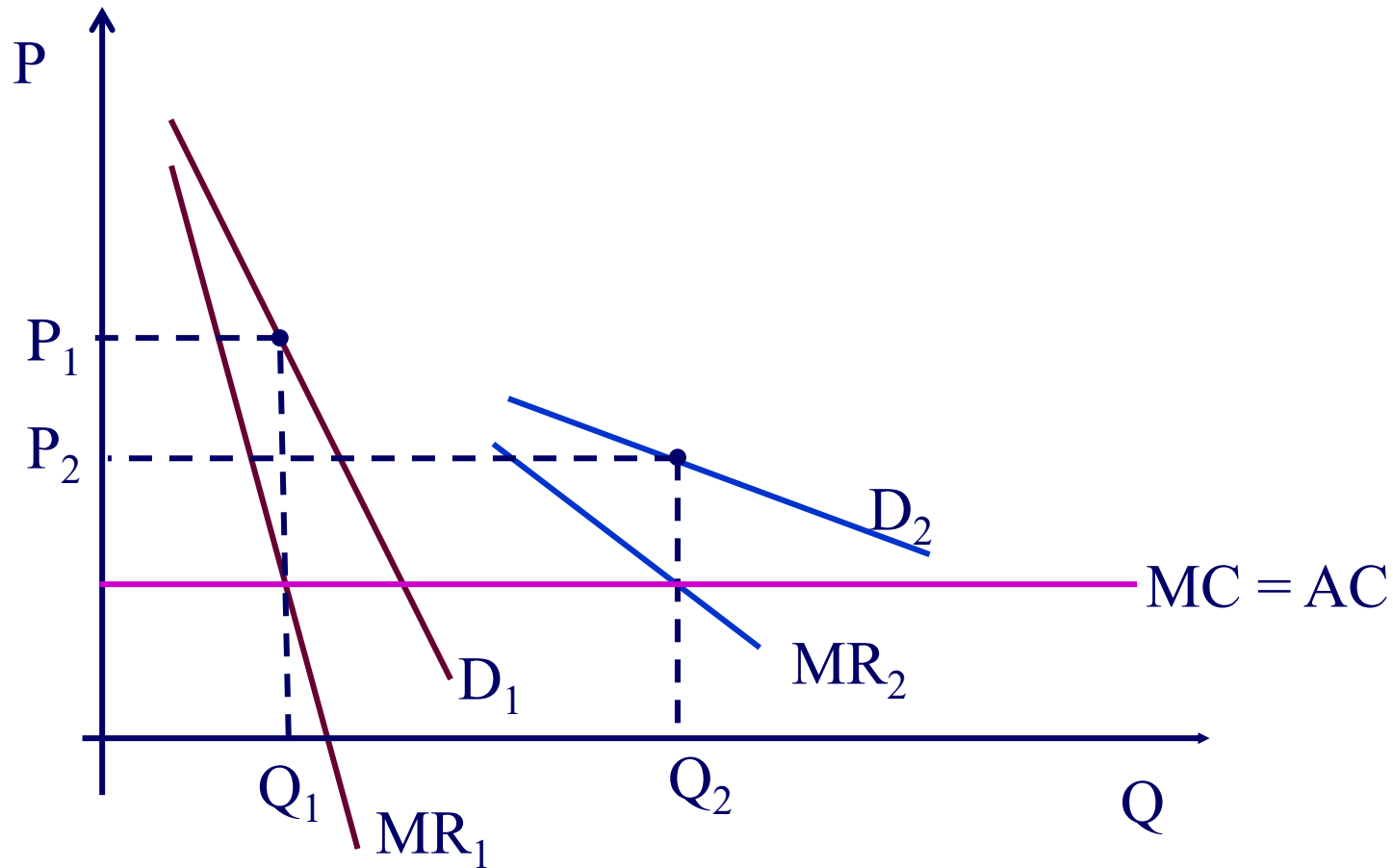
Hãng độc quyền X phân bổ sản phẩm của mình trên 2 thị trường tách biệt nhau về mặt địa lý có đường cầu như sau:

Thị trường thành thị:  $P_1 = 160 - Q_1$ ; Thị trường nông thôn:  $P_2 = 100 - 2Q_2$

Hãng có chi phí cận biên không đổi là  $MC = Q - 10$ , Chi phí cố định:  $FC = 100$  \$ (Sản lượng tính bằng đơn vị, Chi phí tính bằng \$)

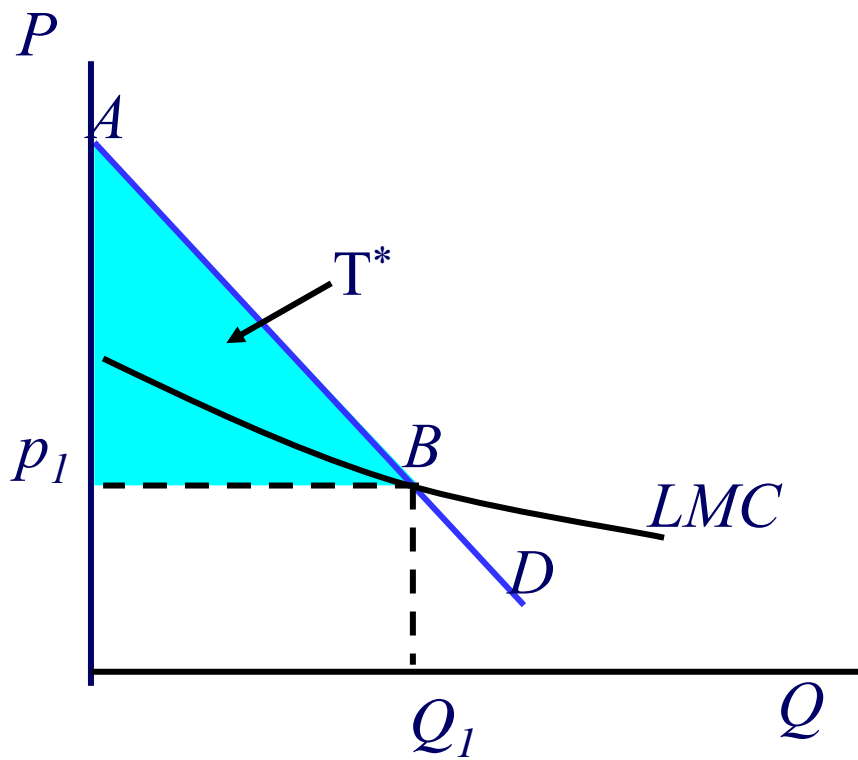
- Xác định phương trình đường cầu, đường doanh thu cận biên, doanh thu trung bình của hãng
- Nếu hãng thực hiện phân biệt giá cấp 3 thì giá bán và sản lượng trên mỗi thị trường là bao nhiêu? Tính doanh thu, lợi nhuận của hãng trong trường hợp này
- Nếu chính phủ cấm phân biệt giá thì giá, sản lượng, doanh thu và lợi nhuận hãng X là bao nhiêu?
- Minh họa các kết quả trên bằng đồ thị.

# PHÂN BIỆT GIÁ THEO THỜI KỲ



ĐẶT GIÁ CAO ĐIỂM

# Định giá hai phần





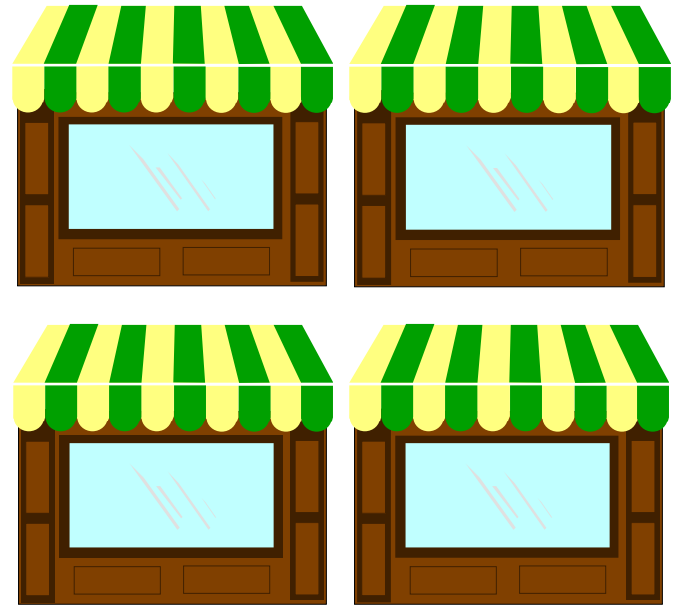
# CẠNH TRANH KHÔNG HOÀN HẢO

- Cạnh tranh độc quyền
- Độc quyền tập đoàn

# CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN

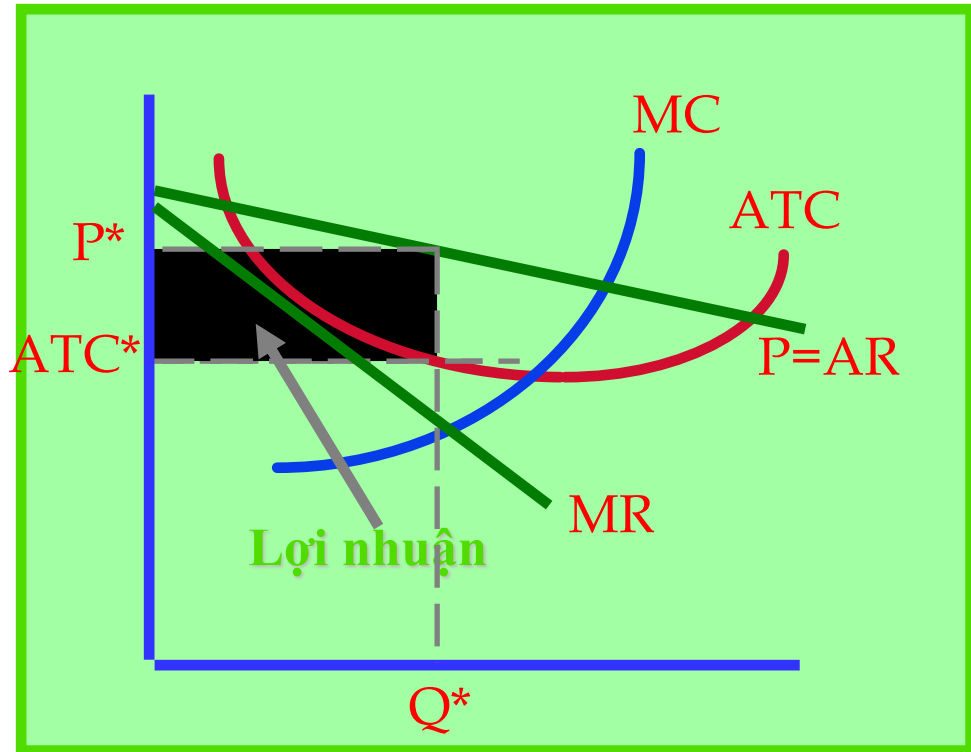
## ĐẶC ĐIỂM

- Nhiều người bán
- Sản phẩm khác biệt, nhưng thay thế ở mức độ cao
- Sử dụng quảng cáo và khác biệt hóa sản phẩm
- Gia nhập và rút lui khỏi thị trường dễ dàng



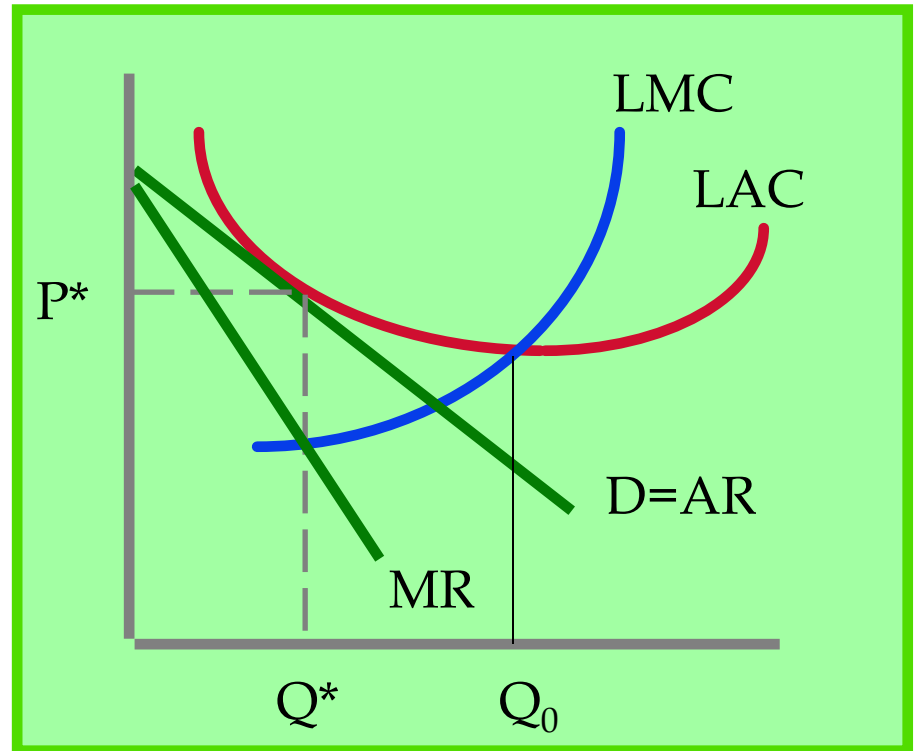
# Cạnh tranh độc quyền và quyết định sản xuất ngắn hạn

- Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận  $MR = MC$
- $P^* > MC$
- $\Pi_{max} = (P^* - ATC^*)Q^*$
- Phân bổ nguồn lực không hiệu quả vì có DWL



# CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN VÀ CÂN BẰNG DÀI HẠN

- Lợi nhuận kinh tế = 0
- Hãng sản xuất ở mức sản lượng nhỏ hơn sản lượng tại LACmin  
=> công suất thừa



# ĐỘC QUYỀN TẬP ĐOÀN (ĐỘC QUYỀN NHÓM)

## ĐẶC ĐIỂM

- Một số hãng lớn chia nhau tỷ phần thị trường
- Sức mạnh thị trường tương đối lớn
- Rào cản tương đối cao với việc gia nhập và rút lui (luật pháp, thuế nhập khẩu, tính kinh tế của quy mô, liên kết của các hãng)
- Sản phẩm có thể đồng nhất hoặc phân biệt
- Các hãng phụ thuộc lẫn nhau chặt chẽ
- Thông tin không hoàn hảo

# CÂN BẰNG NASH

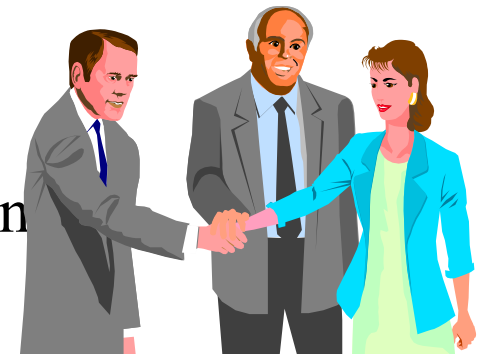
## Cân bằng Nash

Tại điểm cân bằng, các hãng độc quyền tập đoàn luôn làm điều tốt nhất mà nó có thể, có tính đến cái mà đối thủ đang làm

Điều tốt nhất mà một hãng có thể làm là xác định giá và sản lượng để thu được lợi nhuận lớn nhất, nhưng có tính đến hành vi của các đối thủ.

# CẠNH TRANH VÀ CẦU KẾT

- Chiến lược cạnh tranh
  - Chiến tranh giá cả và cạnh tranh phi giá cả
  - Cầu kết và Cartel
- Các cản trở đối với việc cầu kết
  - Luật chống độc quyền
  - Sự gian lận
  - Khó khăn trong theo đuổi mục tiêu chung

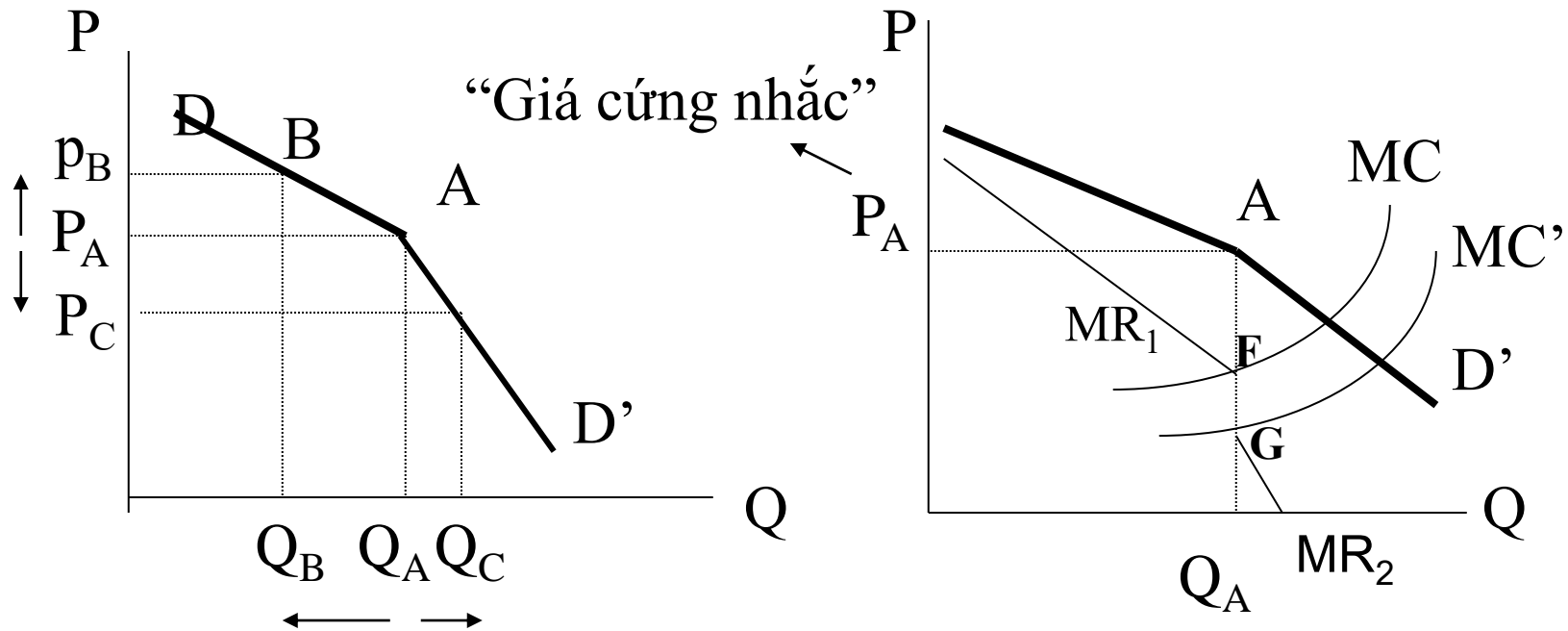


# Các mô hình của độc quyền tập đoàn

- Cạnh tranh (Không cấu kết):
  - Mô hình đường cầu gãy
  - Cân bằng Cournot
  - Mô hình Stackelberg
  - Cạnh tranh bằng giá
- Cấu kết công khai: Cartel
- Cấu kết ngầm và chỉ đạo giá
- Lý thuyết trò chơi



# MÔ HÌNH ĐƯỜNG CẦU GỠY VÀ GIÁ KÉM LINH HOẠT



Giả định: - Các hãng không cấu kết

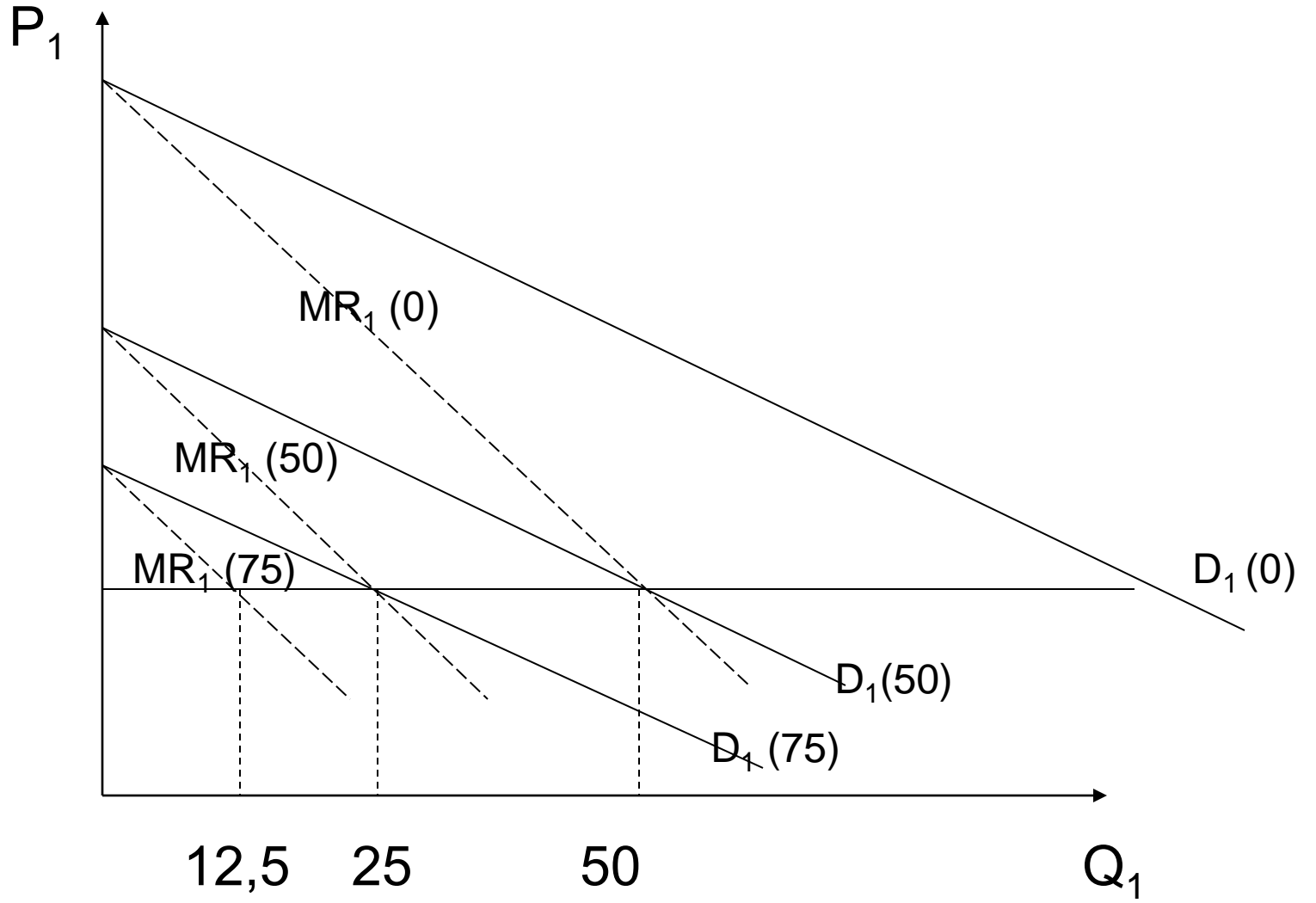
- Sản phẩm là đồng nhất, bán cùng 1 mức giá

# Mô hình Cournot

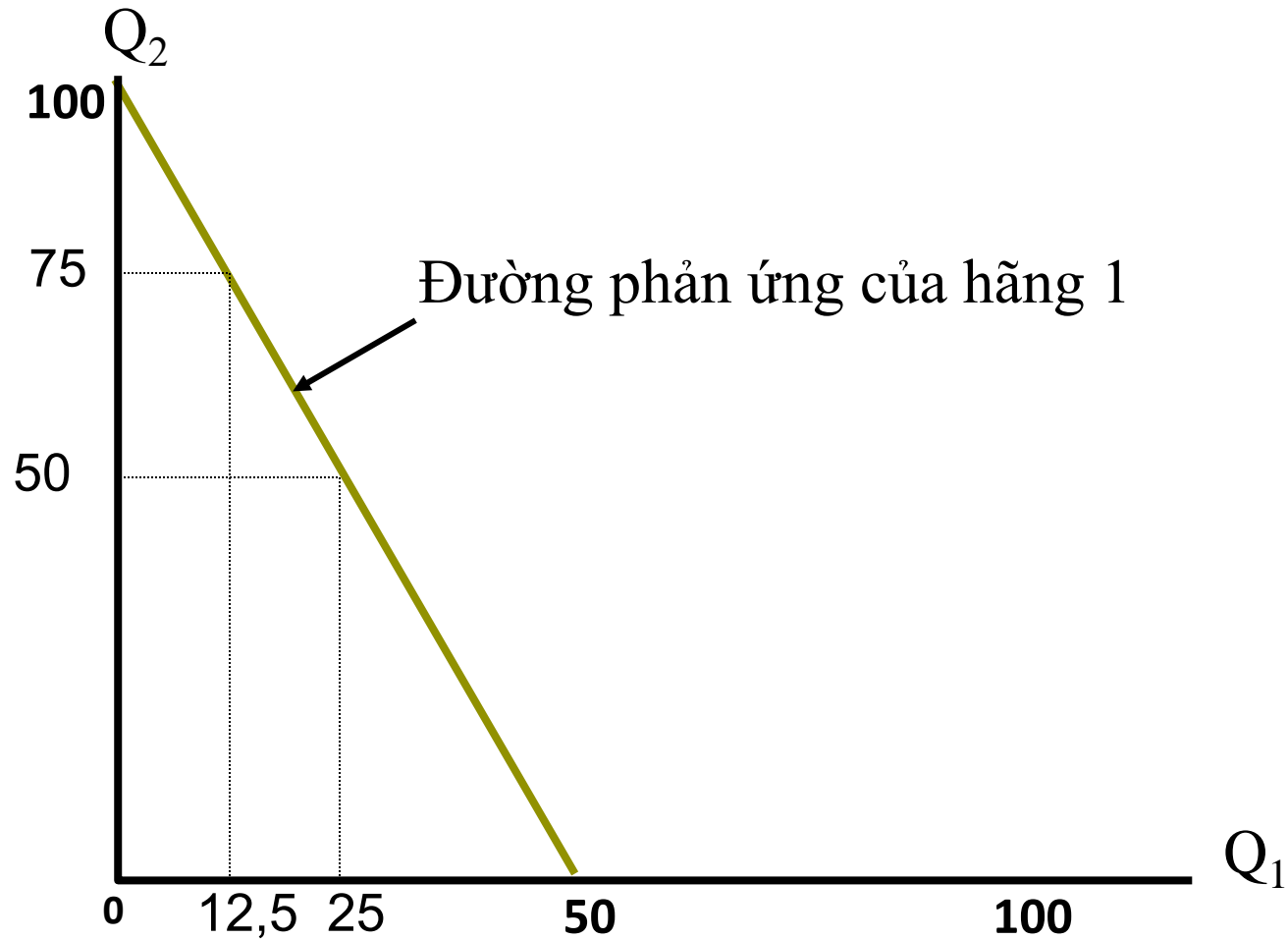
- Mô hình **Cournot** độc quyền tay đôi là mô hình trong đó mỗi hãng giả định sản lượng của hãng đối thủ là không đổi, và khi đó hãng quyết định sản lượng của chính mình.
- Giả định:
  - Có 2 hãng, sản phẩm đồng nhất
  - cho trước đường cầu D:
  - 2 hãng ra quyết định đồng thời

# Đường phản ứng của mỗi hãng

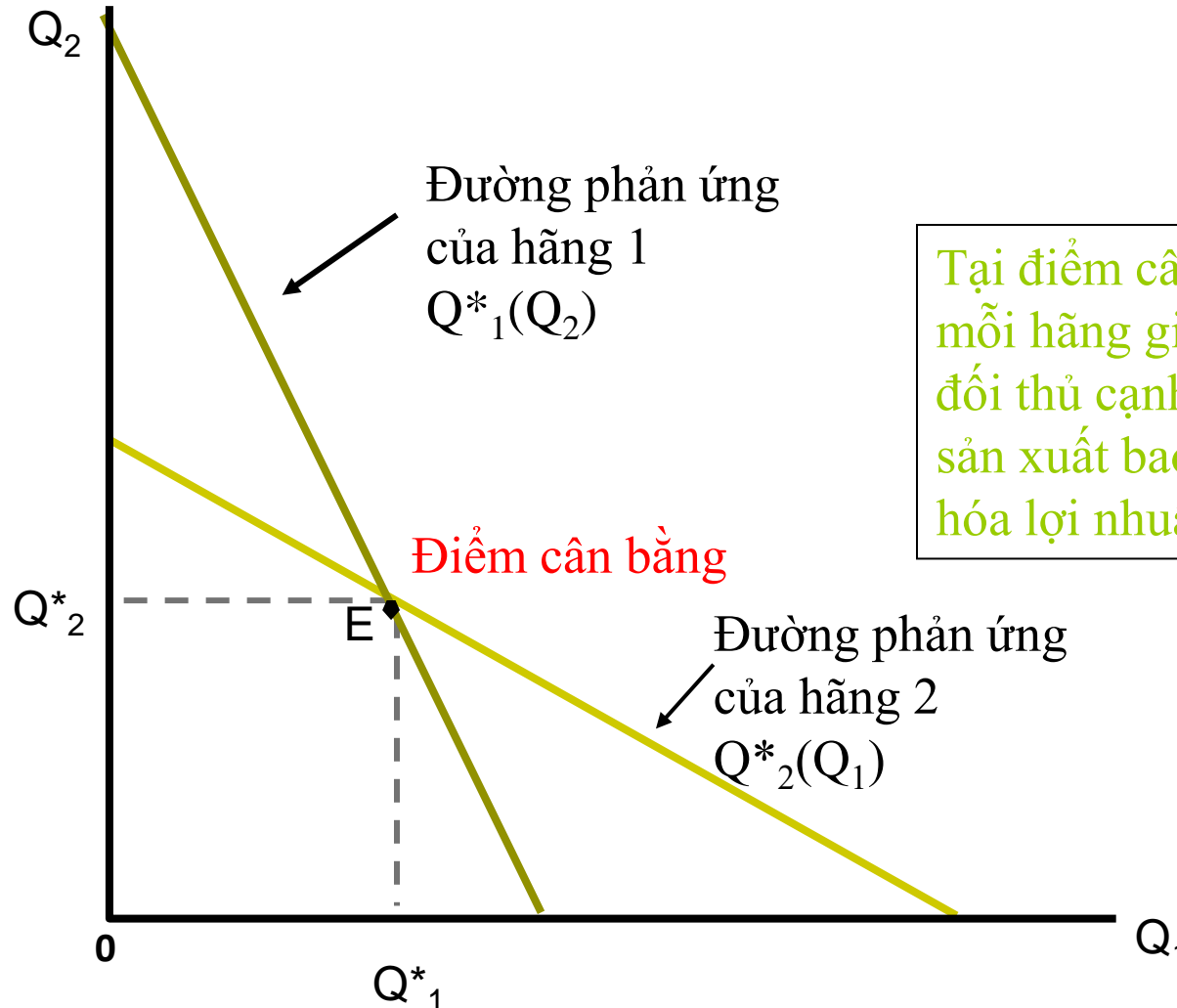
- Ví dụ: **Lượng cầu của thị trường là  $Q = 100$ .**
- Nếu hãng 1 nghĩ hãng 2 không sản xuất thì hãng sẽ sản xuất  $q = 50$
- Nếu hãng 1 nghĩ hãng 2 sản xuất 50 thì hãng sẽ sản xuất  $q = 25$
- Nếu hãng 1 nghĩ hãng 2 sản xuất 75 thì hãng sẽ sản xuất  $q = 12,5$
- Nếu hãng 1 nghĩ hãng 2 sản xuất 100 thì hãng sẽ sản xuất  $q = 0$
- Vậy sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của hãng 1 là biểu đồ giảm dần so với số lượng mà hãng nghĩ rằng hãng 2 sẽ sản xuất. **Biểu đồ này gọi là đường phản ứng của hãng 1,**  
 $Q^*_1(Q_2)$



# Đường phản ứng của hãng 1



# Cân bằng Cournot



Tại điểm cân bằng Cournot, mỗi hãng giả định chính xác đối thủ cạnh tranh của mình sản xuất bao nhiêu, và tối đa hóa lợi nhuận của mình.

# Cân bằng Cournot

- Hai hãng gặp đường cầu thị trường là:  
 $P = 30 - Q$
- Giả sử  $MC_1 = MC_2 = 0$
- Hãy xác định đường phản ứng của mỗi hãng
- Xác định sản lượng của mỗi hãng ở cân bằng Cournot.

# Mô hình Stackelberg – Lợi thế của người hành động trước

- **Giả định:**

- Có 2 hãng, sản phẩm đồng nhất
- Cho trước đường cầu D
- 1 hãng ra quyết định trước

- **Nội dung:**

- Giả sử hãng 1 đặt sản lượng trước
- Hãng 2, sau khi quan sát sản lượng của hãng 1, ra quyết định sản lượng của mình.

(Hãng 1, khi đặt sản lượng phải cân nhắc xem hãng 2 sẽ phản ứng như thế nào)



# Mô hình Stackelberg – Lợi thế của người hành động trước

- Hai hãng gặp đường cầu thị trường là:

$$P = 30 - Q$$

- Giả sử  $MC_1 = MC_2 = 0$
- Xác định sản lượng của mỗi hãng nếu hãng 1 là người ra quyết định trước.

# Cạnh tranh bằng giá và khác biệt sản phẩm

- Giả định:
  - Có 2 hãng, sản phẩm khác nhau và có thể thay thế được cho nhau
  - Lựa chọn giá bán để cạnh tranh với nhau
  - Cho trước đường cầu của mỗi hãng
  - 2 hãng ra quyết định đồng thời

# Cạnh tranh bằng giá và khác biệt sản phẩm

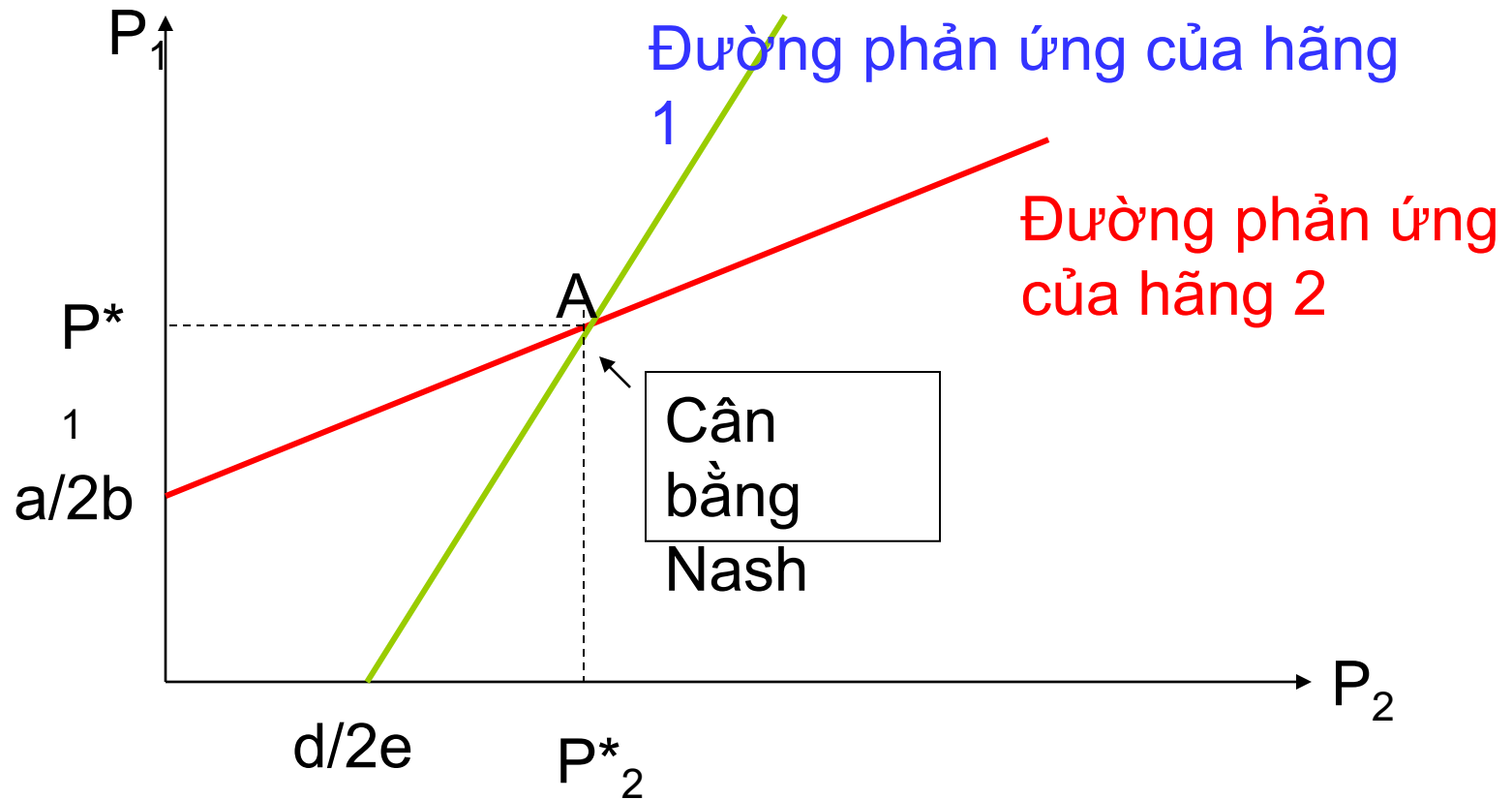
- Giả sử mỗi hãng gặp phải các đường cầu sau:

$$\text{Hãng 1: } Q_1 = a - bP_1 + cP_2$$

$$\text{Hãng 2: } Q_2 = d - eP_2 + fP_1$$

- Giả sử  $TC_1 = TC_2 = 0$
- Hãy xác định mức sản lượng của mỗi hãng nếu 2 hãng ra quyết định đồng thời

# Cạnh tranh bằng giá và khác biệt sản phẩm



# CẦU KẾT VÀ HỢP NHẤT

- Cầu kết là việc các hãng trong độc quyền nhóm thực hiện sự liên kết (bất hợp pháp) và thỏa thuận (ngầm) với nhau nhằm thống nhất việc *hạn chế sản lượng để tăng giá, hoặc cố định giá nhằm giảm nguy cơ chiến tranh giá cả, hoặc giảm giá để tạo ra rào cản thị trường*
- Hợp nhất: là các hãng trong thị trường độc quyền thực hiện sự liên kết công khai, tạo ra một tổ chức mới nhằm hạn chế sản lượng và tăng giá.

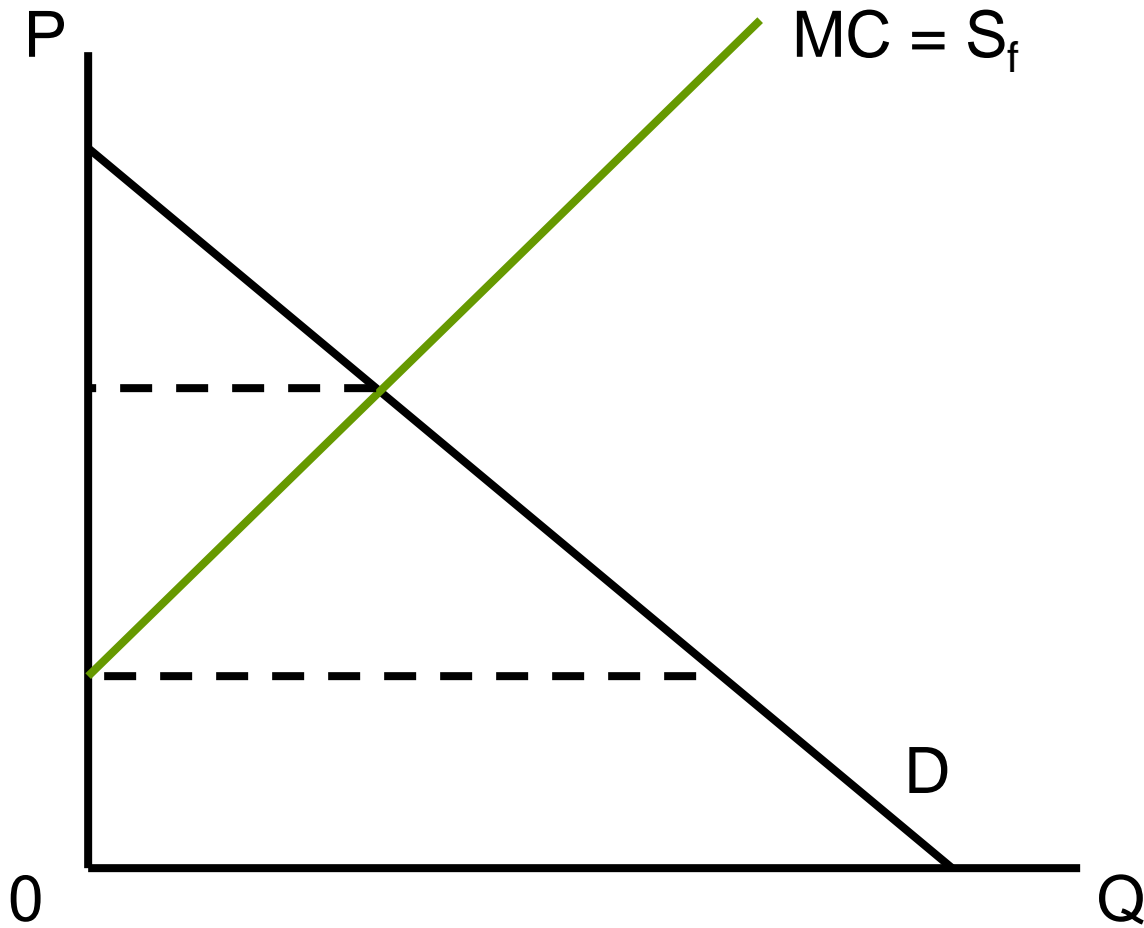
# Mô hình chỉ đạo giá

- Giả định:
  - Có sự cấu kết ngầm giữa các hãng
  - Sản phẩm có thể giống nhau hoặc khác nhau
  - Ra quyết định về giá chứ không phải về sản lượng
  - Có thể có hãng trội hoặc không có hãng trội

# Mô hình hăng trội

- Mô hình hăng trội là một tình huống có một hăng có qui mô lớn hoặc chi phí sản xuất thấp, hoặc một đặc điểm đặc biệt nào đó, xác định mức giá tối đa hóa lợi nhuận và các hăng khác bán theo mức giá đó.
- Những hăng khác bán theo mức giá của hăng lớn trở thành người chấp nhận giá.

# Mô hình hãng trại

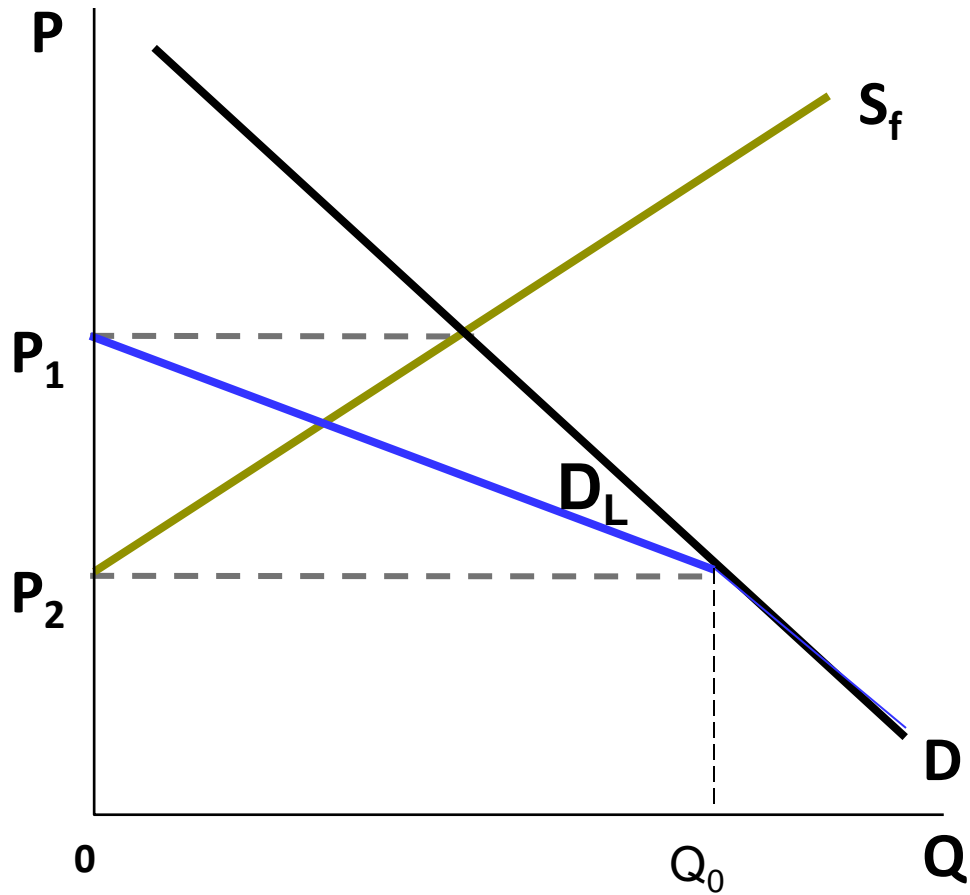




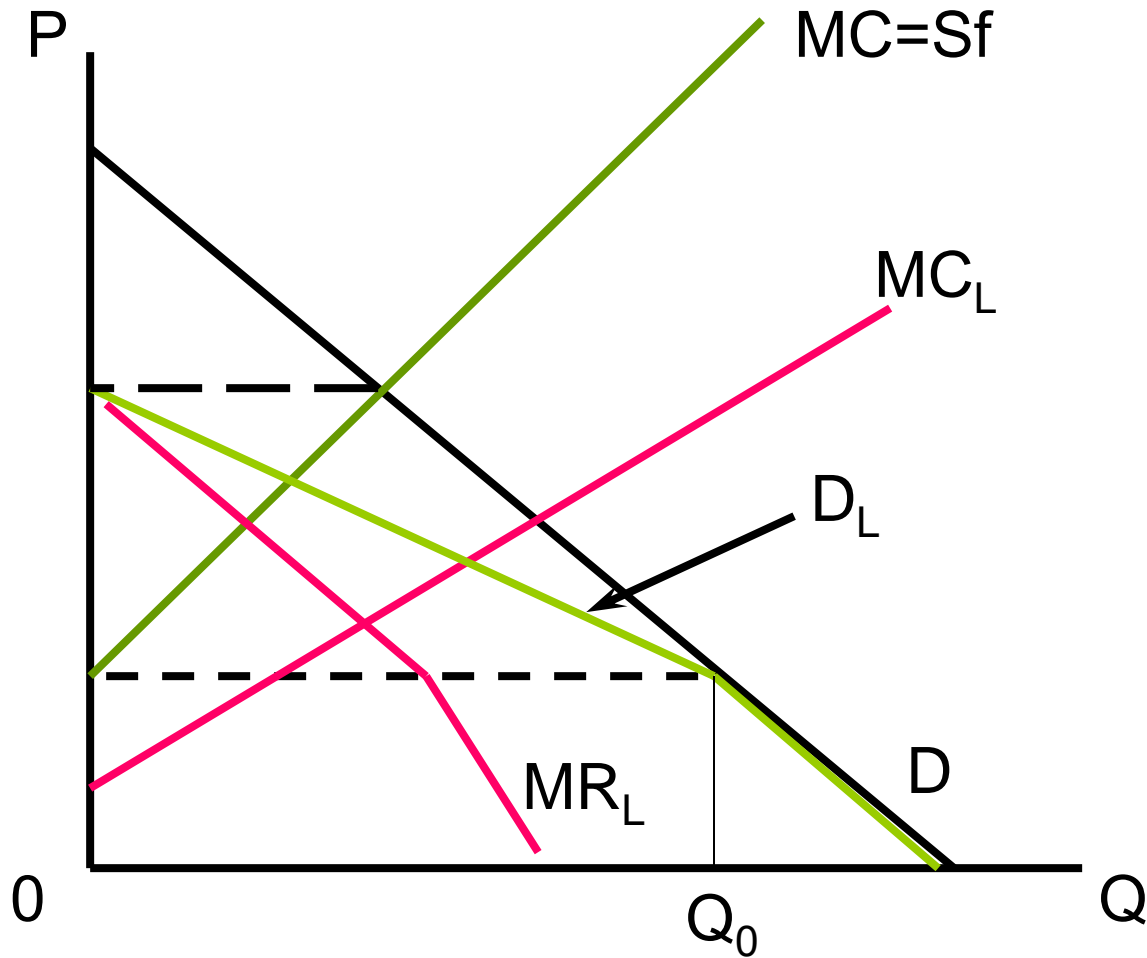
# Mô hình hãng trội

- Đường cầu  $D$  là đường cầu thị trường về sản phẩm của ngành.
- Đường cung  $S_f$  là đường cung của tất cả các hãng nhỏ (các hãng chấp nhận giá)

M« h×nh chØ<sup>®1</sup>o gi,



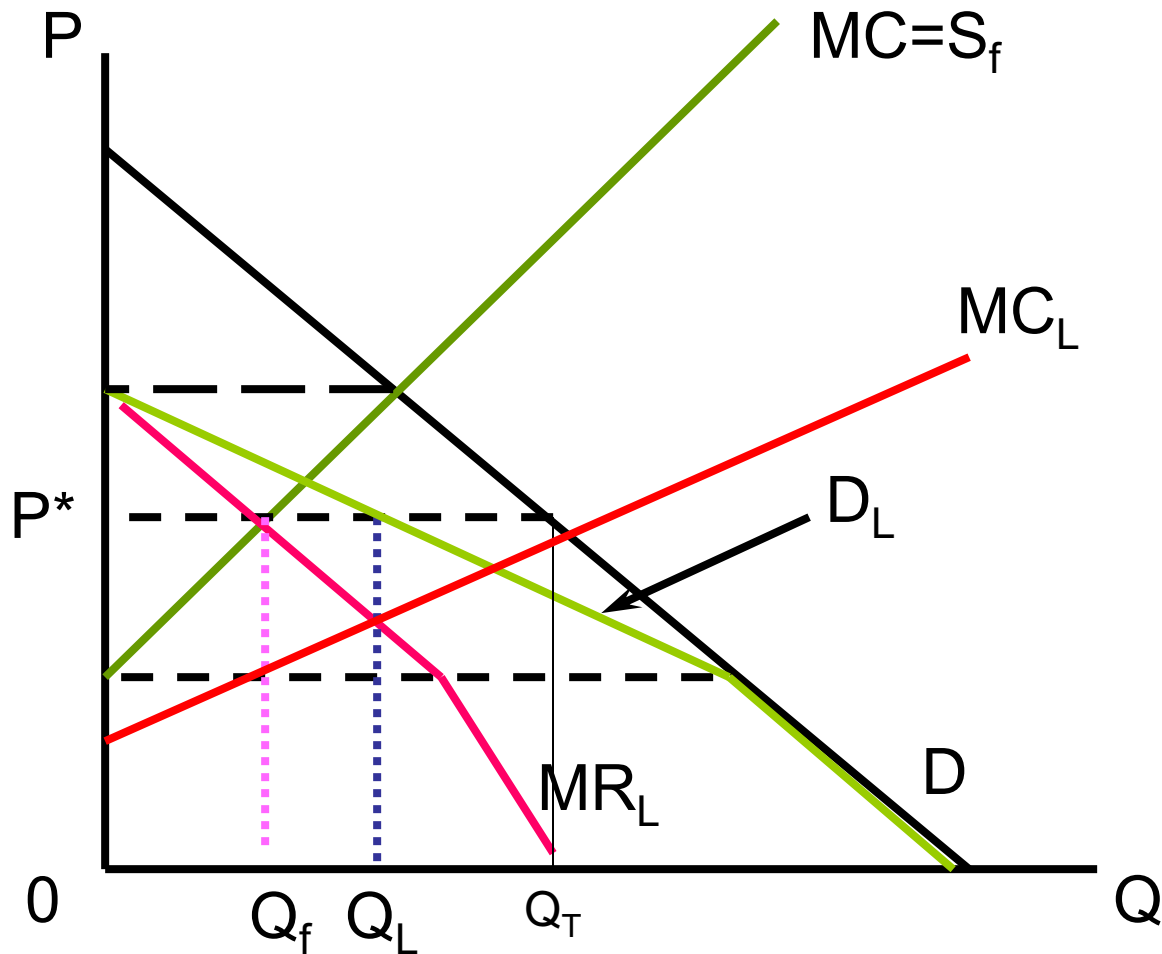
# Mô hình hãng trội



# Mô hình hãng trội

- Đường cầu  $D_L$  của hãng trội được xác định như sau :
  - Từ mức giá  $P_1$  trở lên, các hãng cạnh tranh sẽ cung cho toàn bộ thị trường.
  - Dưới mức giá  $P_2$ , hãng trội sẽ cung cho toàn bộ thị trường.
  - Giữa mức giá  $P_2$  và  $P_1$ , đường cung  $D_L$  được xác định bằng tổng cầu thị trường trừ đi phần các hãng cạnh tranh cung cho thị trường.

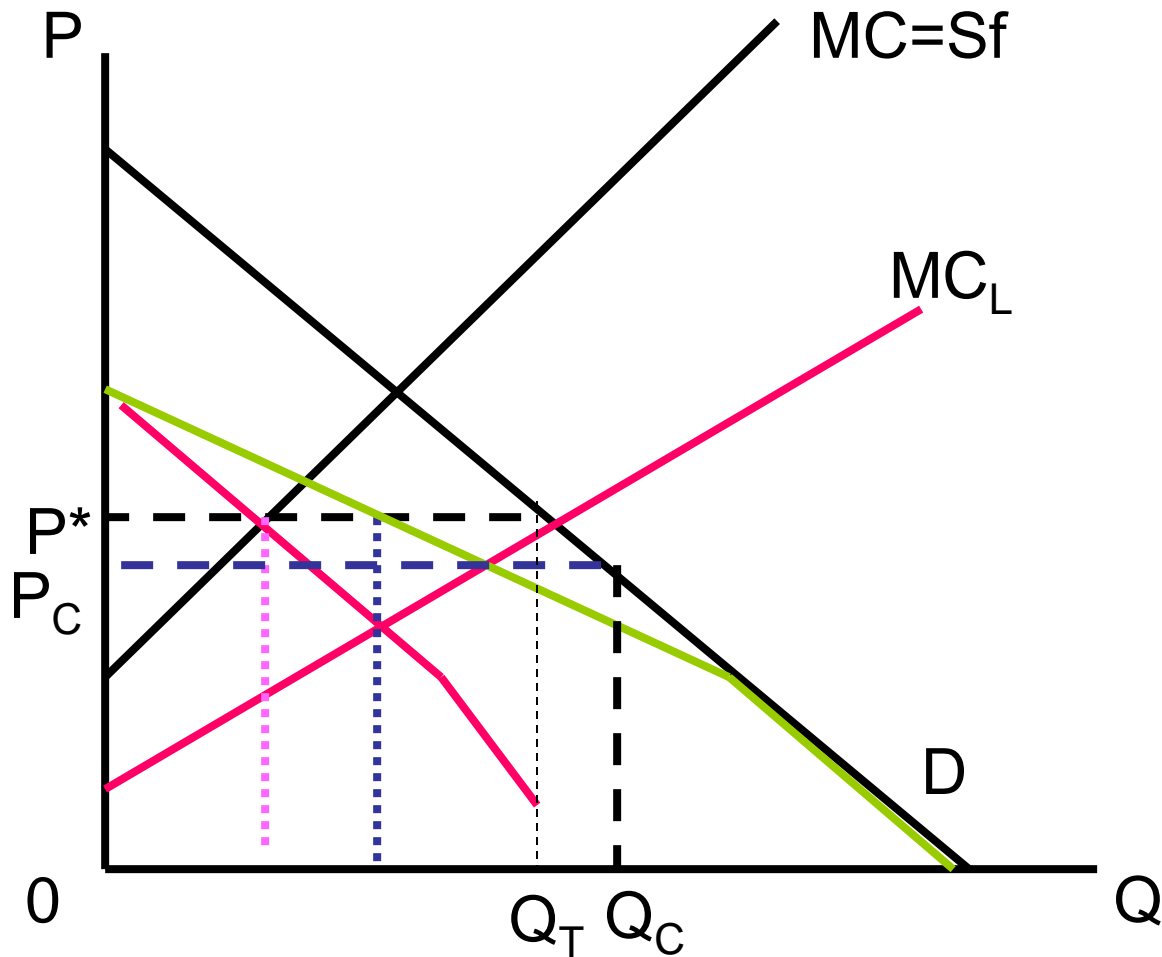
# Mô hình hăng trội



# M« h×nh hãng trội

- Với  $D_L$ ,  $MR_L$ , hãng trội tóỉ đả hóả lợi nhuậ theo nguyên tắ  $MR = MC$  sản lượng là  $Q_L$ .
- Giá thị trường là  $P^*$ , tồg sản lượng  $Q_T = Q_f + Q_L$ .

# So sánh hãng trội và cạnh tranh hoàn hảo.



# Cartel

- Mô hình trong đó các hãng cấu kết công khai với nhau hành động như một nhà độc quyền nhằm mục đích tăng giá bán được gọi là Mô hình Cartel
- **Cách thức hoạt động:**
  - Xác định  $MC_{\text{CARTEL}}$
  - Xác định  $\Pi_{\text{MAX}}$  của cả Cartel:  $MR = MC_{\text{CARTEL}}$
  - Phân chia sản lượng cho các thành viên:  
 $MC_1 = MC_2 = MR^*$   
(Việc phân chia sản lượng quyết định việc phân chia lợi nhuận)



# Cartel

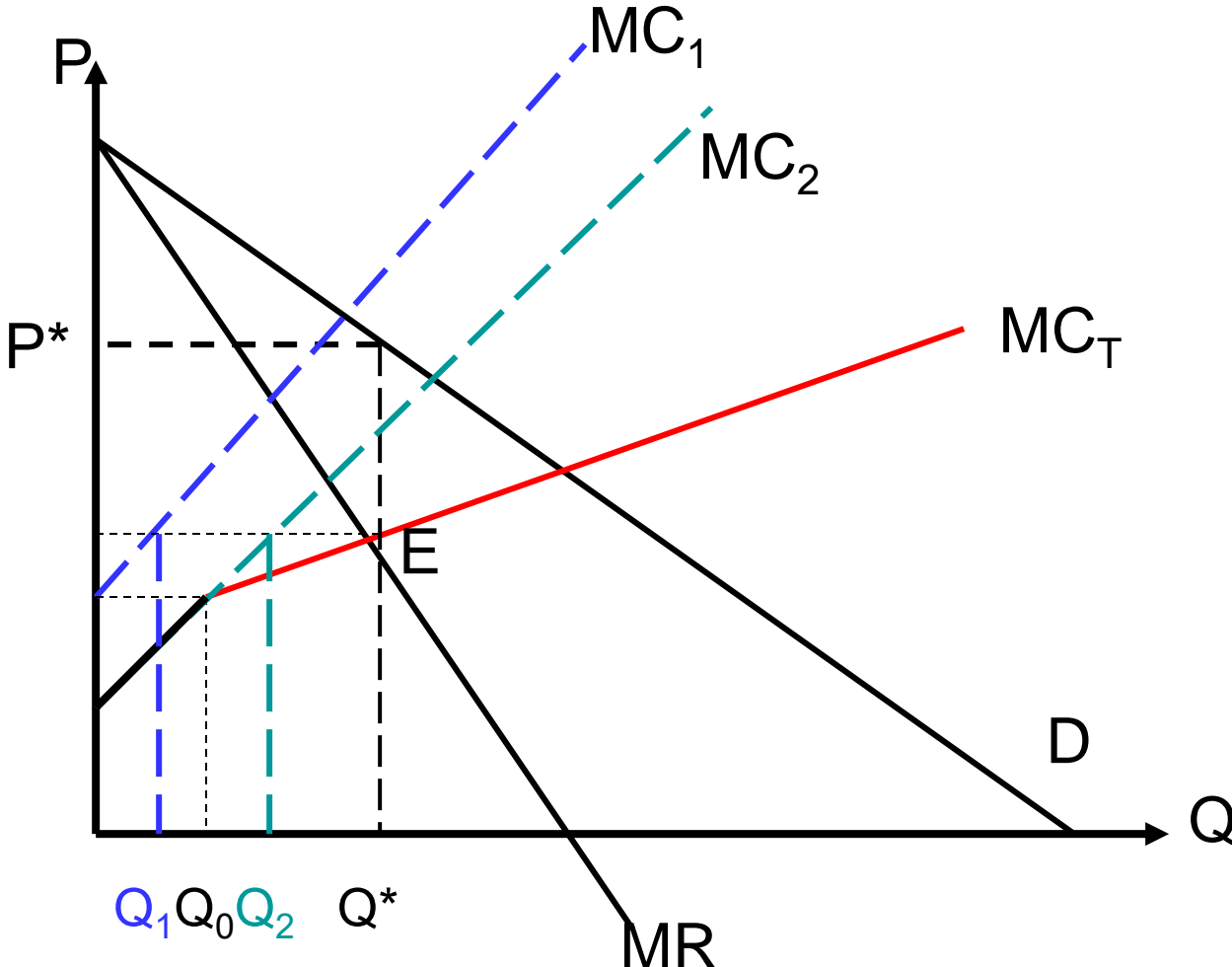
- **Điều kiện để Cartel thành công**

- Được hình thành từ các thành viên nhất trí về P, Q và tuân theo các thỏa thuận được thông qua.
- Tiềm năng về sức mạnh độc quyền (cầu không co giãn)
- Sản phẩm thay thế
- Mối đe dọa gia nhập mới

- **Sự gian lận của Cartel phụ thuộc:**

- Số lượng hãng tham gia Cartel
- Khoảng thời gian công bố giá
- Sự khác biệt sản phẩm

# Cartel



# Lý thuyết trò chơi

- Trò chơi là gì?
  - Tình huống trong đó các cá nhân tương tác, phụ thuộc lẫn nhau trong việc xác định chiến lược.
- Chiến lược
  - là kế hoạch trò chơi mô tả cách thức người chơi sẽ hành động hay đi như thế nào trong mỗi tình huống có thể.
- **Chiến lược trội**
  - là chiến lược tối ưu đối với người chơi bất kể đối thủ phản ứng như thế nào.

# Lý thuyết trò chơi

- **Lý thuyết trò chơi** đưa ra một bài toán trong đó những người ra quyết định phải lựa chọn các chiến lược hành động căn cứ trên những phản ứng không chắc chắn của đối thủ
- **Câu hỏi:** Nếu tôi tin rằng các đối thủ cạnh tranh là những người có lý trí và hành động để tôi đa hóa lợi nhuận thì tôi phải tính đến hành vi của họ ntnào khi ra những quyết định tối đa hóa lợi nhuận của mình
- Trò chơi có thể là:
  - Trò chơi hợp tác
  - Trò chơi không hợp tác

# Một trò chơi đơn giản

- 2 người chơi
- Mỗi người có 2 chiến lược
- Sẽ có 4 giải pháp
- *Trò chơi tình thế lưỡng nan của những người tù*

# Lý thuyết trò chơi

- Cân bằng Nash

- Trong nhiều trò chơi, 1 hoặc nhiều người chơi không có chiến lược trội → cần một cân bằng tổng quát hơn

- Cân bằng Nash

- là một tập hợp các chiến lược mà mỗi người chơi có thể làm điều tốt nhất cho mình, với hành động của đối thủ là xác định.

- Cân bằng chiến lược trội là trường hợp đặc biệt của cân bằng Nash.

# Lý thuyết trò chơi

- **Các trò chơi lặp lại**

- Giả sử trò chơi *lặp lại hữu hạn*. → Đặt giá thấp cho mọi tháng.
- Vì phần lớn mọi người đều kỳ vọng sống mãi nên chiến lược *ăn miếng trả miếng* ít có giá trị.
- Nếu thời gian đủ dài thì chiến lược hợp tác là chiến lược tốt.
- Mặc dù số tháng các hãng cạnh tranh là hữu hạn nhưng các nhà quản lý không biết là bao nhiêu nên chơi *ăn miếng trả miếng* sẽ là hợp lý.

# Lý thuyết trò chơi

- **Trò chơi tuần tự**

- Trò chơi → kế hoạch trò chơi: xác định tất cả các hành động bao trùm tất cả các tình huống có thể xảy ra trong các tương tác chiến lược
- ***Tương tác chiến lược***: hai hoặc nhiều người tham gia, mỗi người cố gắng gây ảnh hưởng, dự đoán, hoặc thích nghi với các quyết định hoặc các đường lối về hành vi mà người khác thực hiện hoặc được kỳ vọng là thực hiện (Thomas Schelling)



# Lý thuyết trò chơi

- Những tương tác chiến lược trong đó có:
  - sự xác định rõ ràng trình tự đi
  - mỗi người chơi lần lượt và biết điều gì đã xảy ra
  - những người chơi tính trước và suy nghĩ “nếu tôi hành động như thế thì đối thủ sẽ phản ứng như thế nào?”
- *Câu hỏi:* Khi nào thì người đi trước có lợi thế? Khi nào thì người đi sau có lợi thế?
- Những người chơi có thể nghĩ ra các *nước đi chiến lược* làm thay đổi trình tự đi có lợi cho mình

# Tình thế lưỡng nan của những người tù

<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <span style="color: red; font-size: 2em; margin-right: 10px;">2</span> <span style="color: blue; font-size: 2em;">1</span> </div>	Thú tội	Không thú tội
Thú tội	<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <span style="color: blue;">1: 3 năm</span> <span style="color: red;">2: 3 năm</span> </div>	<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <span style="color: blue;">1: 6 năm</span> <span style="color: red;">2: 1 năm</span> </div>
Không thú tội	<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <span style="color: blue;">1: 1 năm</span> <span style="color: red;">2: 6 năm</span> </div>	<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <span style="color: blue;">1: 2 năm</span> <span style="color: red;">2: 2 năm</span> </div>

# Tình thế lưỡng nan của những người tù

- Trong trò chơi tình thế lưỡng nan của những người tù, chiến lược thống trị đối với mỗi người là “thú tội”, mặc dù nếu cả 2 không thú tội thì họ cũng không được lợi hơn.
- Một trạng thái tồn tại chiến lược thống trị cho mỗi người chơi được gọi là **cân bằng chiến lược thống trị**

# • Chiến lược maximin

Cân bằng chiến lược maximin

		Người chơi 2	
		Trái	Phải
Người chơi 1	Trên	1, 0	1, 1
	Dưới	-1000, 0	2, 1

Cân bằng Nash

# Lý thuyết trò chơi

- **Các trò chơi lặp lại**
  - Trong đời thực các hãng chơi *trò chơi lặp lại*.
  - Chiến lược tốt nhất là *ăn miếng trả miếng*.

# Vấn đề đặt giá

		Hãng 2	
		Giá thấp	Giá cao
Hang 1	Giá thấp	10, <b>10</b>	100, <b>-50</b>
	Giá cao	<b>-50</b> , <b>100</b>	50, <b>50</b>

Giá sử trò chơi *lặp lại vô tận*. Cắt giảm giá là không hợp lý vì có sự trả đũa.

# Vấn đề lựa chọn sản phẩm

Hai công ty cùng đưa ra sản phẩm mới: đồ ăn sáng. Hai công ty sẽ thành công khi mỗi công ty chỉ đưa ra một loại.

		Hãng 2	
		Bánh mặ	Bánh ngọt
Hang 1	Bánh mặ	-5, <b>-5</b>	10, <b>20</b>
	Bánh ngọt	20, <b>10</b>	-5, <b>-5</b>

# Chiến lược trò chơi

- *Các chiến lược thống trị*: là một chiến lược tối ưu đối với một người chơi, bất kể đối thủ phản ứng như thế nào.
- Chiến lược thống trị có sửa đổi
- Chiến lược ăn miếng trả miếng

Nếu có chiến lược thống trị thì có thể dự báo được kết quả

Nếu không có cân bằng chiến lược thống trị thì không thể dự báo kết quả



# Một trò chơi đơn giản

 1 2	Không quảng cáo	Quảng cáo
Không quảng cáo	1: \$10 m 2: \$5 m	1: \$15 m 2: \$0 m
Quảng cáo	1: \$6 m 2: \$8 m	1: \$10 m 2: \$2 m

# Một trò chơi đơn giản

- Chiến lược đối với người chơi 1 là “quảng cáo” bất kể người chơi 2 làm gì
- Chiến lược đối với người chơi 2 là “quảng cáo” bất kể người chơi 1 làm gì

# Một trò chơi đơn giản

 1 2	Không quảng cáo	Quảng cáo
Không quảng cáo	1: \$10 m 2: \$5 m	1: \$15 m 2: \$0 m
Quảng cáo	1: \$6 m 2: \$8 m	1: \$4 m 2: \$2 m

# Quảng cáo hay không quảng cáo ???

- Người chơi 1 không có chiến lược thống trị. Quyết định tối ưu của họ tùy thuộc vào người chơi 2 làm gì?
- Chiến lược đối với người chơi 2 là “quảng cáo”
- Chiến lược đối với người chơi 1 phụ thuộc vào quyết định của người chơi 2

# THỊ TRƯỜNG YẾU TỐ SẢN XUẤT

- ✓ **Thị trường lao động**
- ✓ **Thị trường đất đai**
- ✓ **Thị trường tư bản**

# THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG

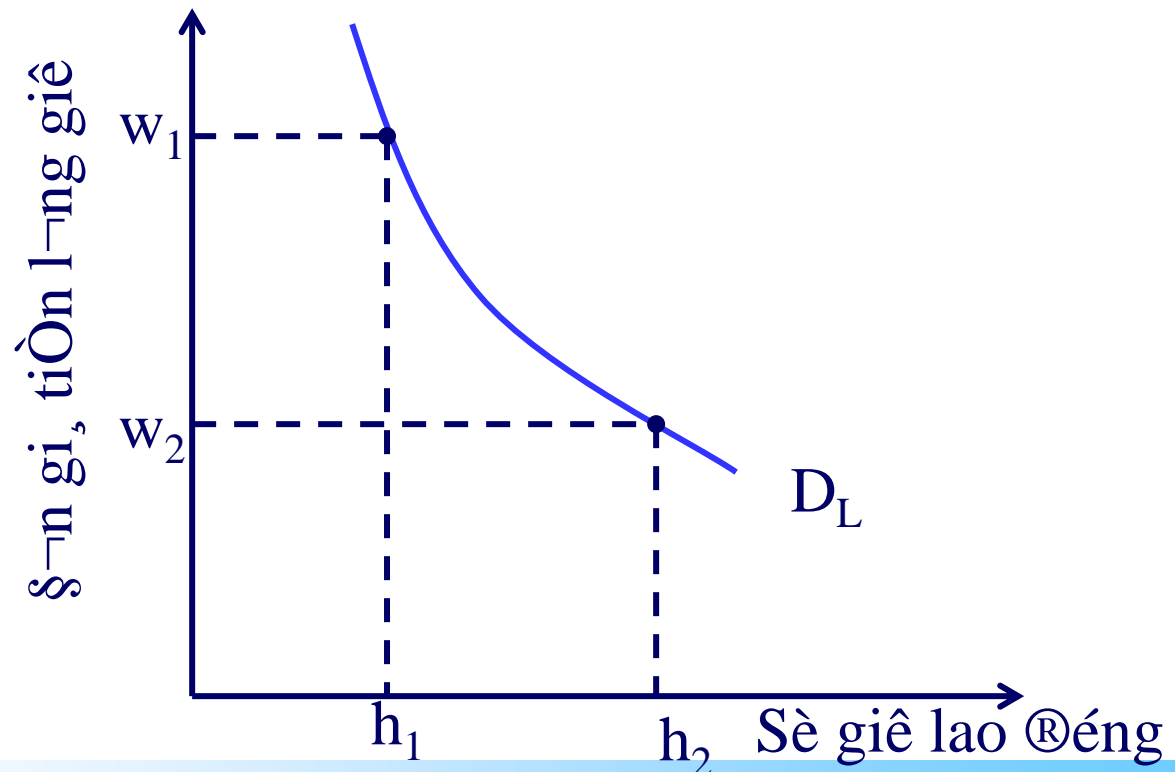
- Cầu lao động
- Cung lao động
- Cân bằng thị trường lao động

# Cầu lao động

- Cầu lao động của hãng
- Cầu lao động của ngành
- Cầu lao động của thị trường

# Cầu lao động của hãng

- Khái niệm cầu lao động
  - Là số công nhân mà hãng có khả năng và sẵn sàng thuê ở các mức lương khác nhau trong một khoảng thời gian xác định, *ceteris paribus*





# Cầu lao động của hãng

- Cầu lao động của là cầu thứ phát
- Đường cầu lao động của hãng trong ngắn hạn

$$MC = MR$$

$$MC = \frac{\Delta VC}{\Delta Q} = \frac{w}{MP_L}$$

$$\frac{w}{MP_L} = MR$$

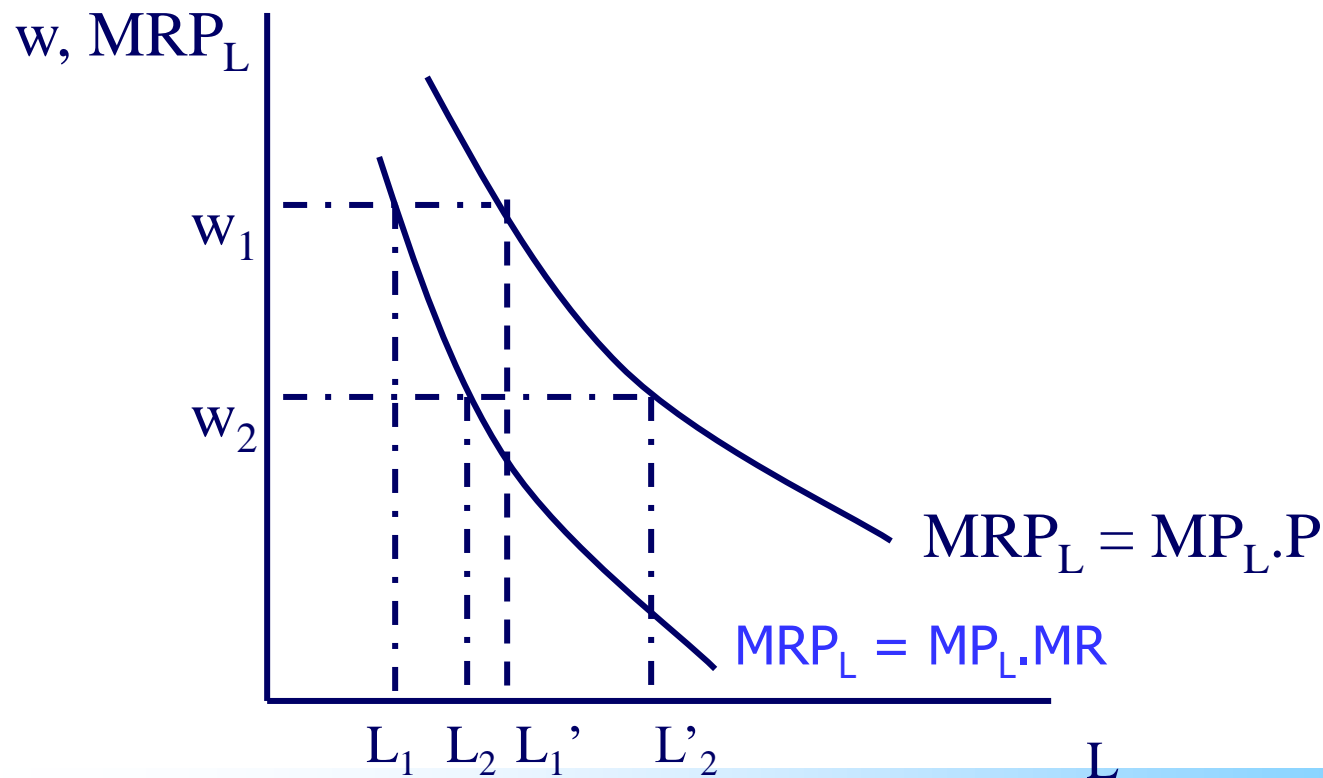
$$w = MP_L \cdot MR$$

$$w = MP_L \cdot P$$

$$w = MRP_L$$

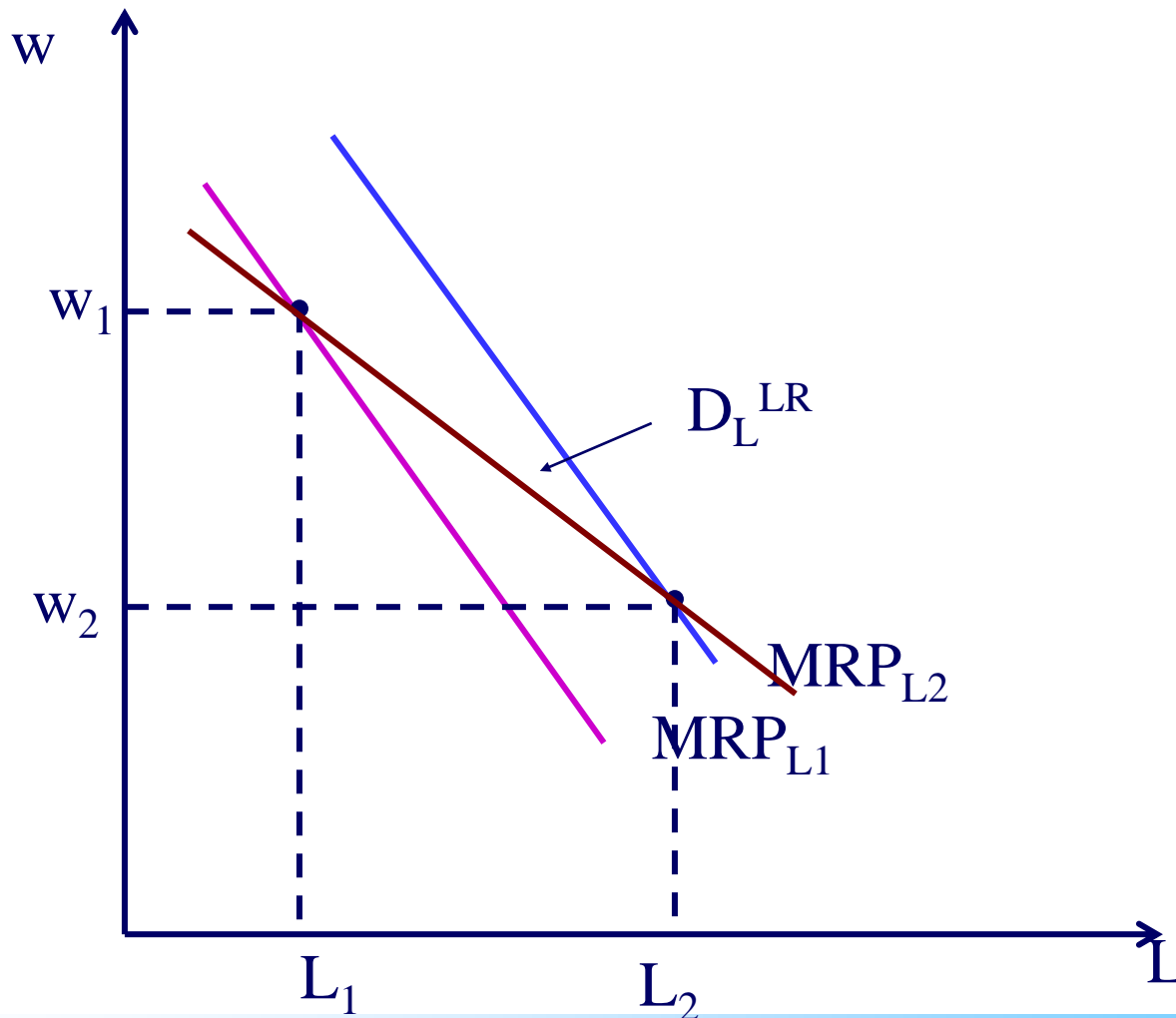
# Cầu lao động của hãng

- Đường cầu lao động của hãng trong ngắn hạn là đường sản phẩm doanh thu cận biên của lao động



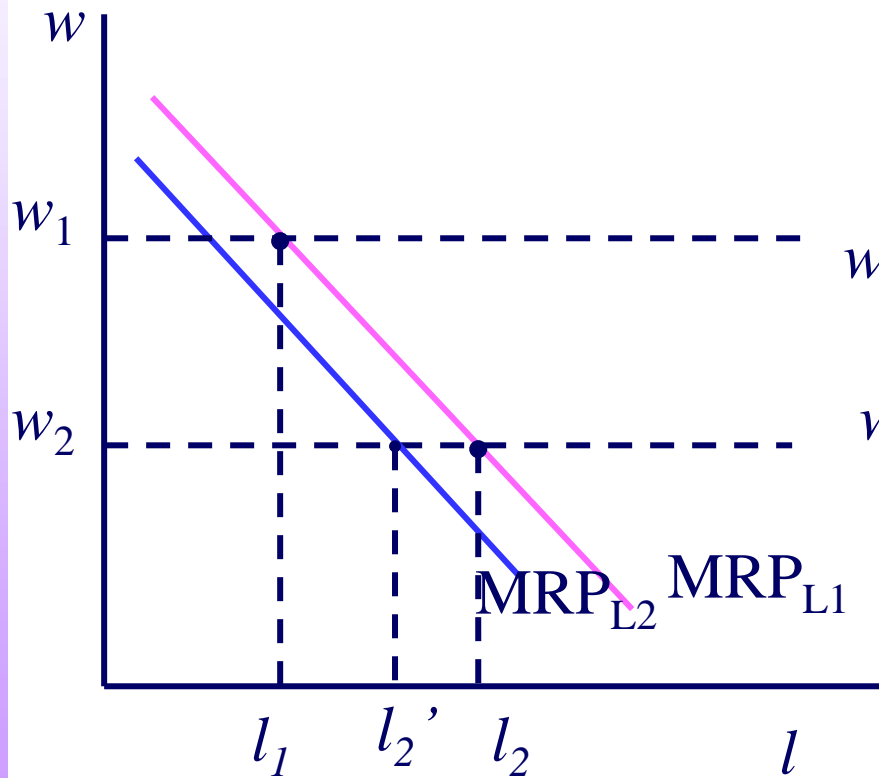
# Cầu lao động của hãng

- Đường cầu lao động của hãng trong dài hạn

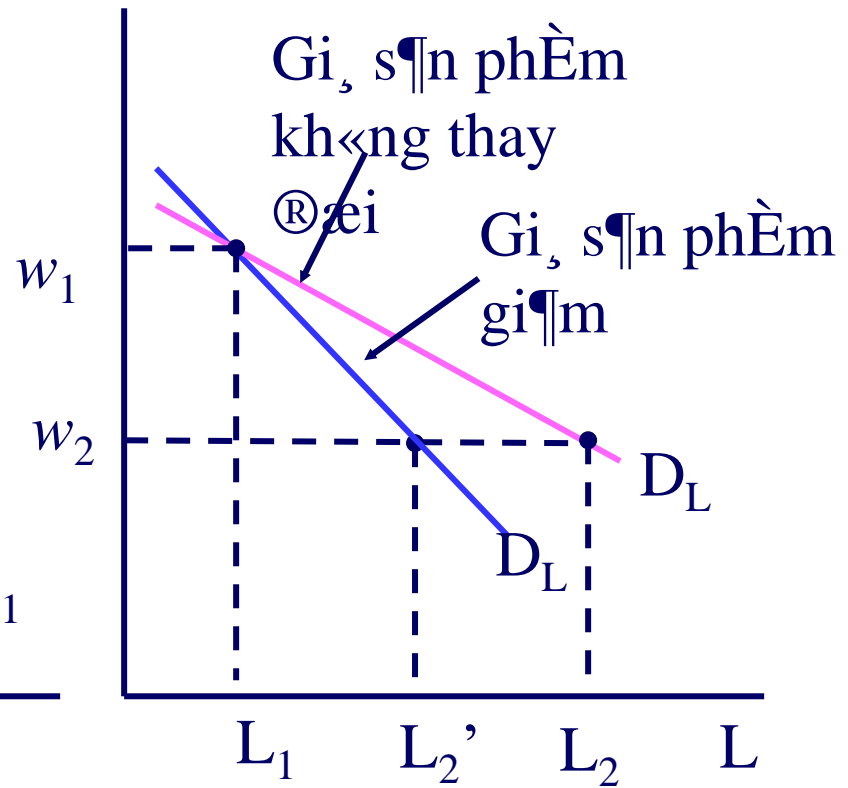


# Cầu lao động của ngành

- Cầu lao động của ngành là tổng cầu lao động của các hãng, tính đến giả sản phẩm có thể thay đổi



H·ng



Ngành

# Cầu lao động của thị trường

- Cầu lao động của thị trường là tổng cầu lao động của các ngành

# Cung lao động

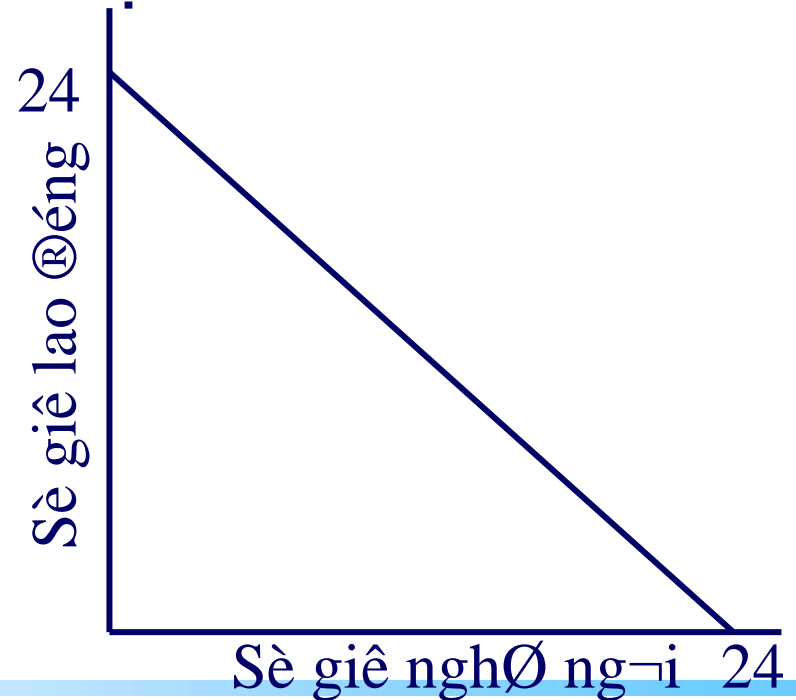
- Cung lao động của cá nhân
- Đường cung lao động của cá nhân
- Cung lao động của thị trường

# Cung lao động của cá nhân

- Cung lao động của cá nhân
  - Là lượng thời gian mà cá nhân có khả năng và sẵn sàng làm việc ở các mức lương khác nhau trong một khoảng thời gian xác định, *ceteris paribus*

# Cung lao động của cá nhân

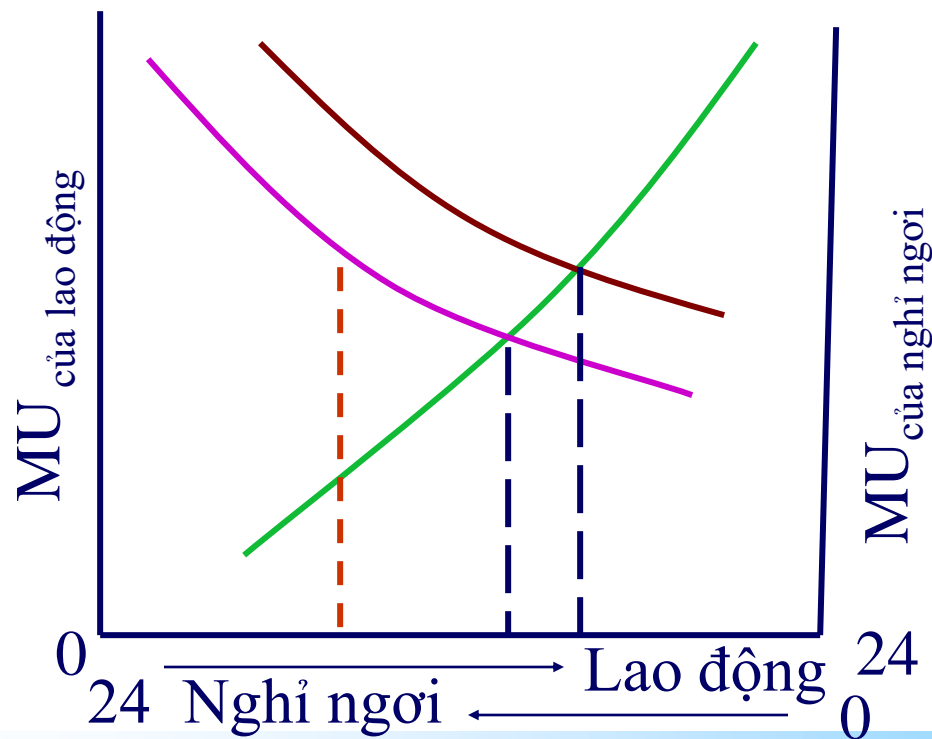
- Các yếu tố ảnh hưởng đến cung lao động của cá nhân
  - Sự ràng buộc phải làm việc
  - Áp lực tâm lý xã hội
  - Phạm vi thời gian





# Cung lao động của cá nhân

- Các yếu tố ảnh hưởng đến cung lao động của cá nhân
  - Áp lực kinh tế ích lợi cận biên của lao động và ích lợi cận biên của nghỉ ngơi

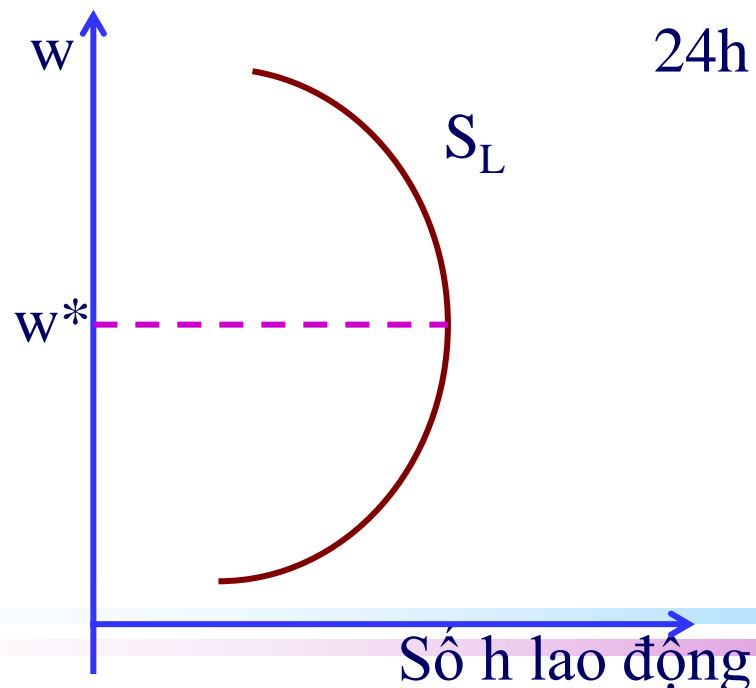
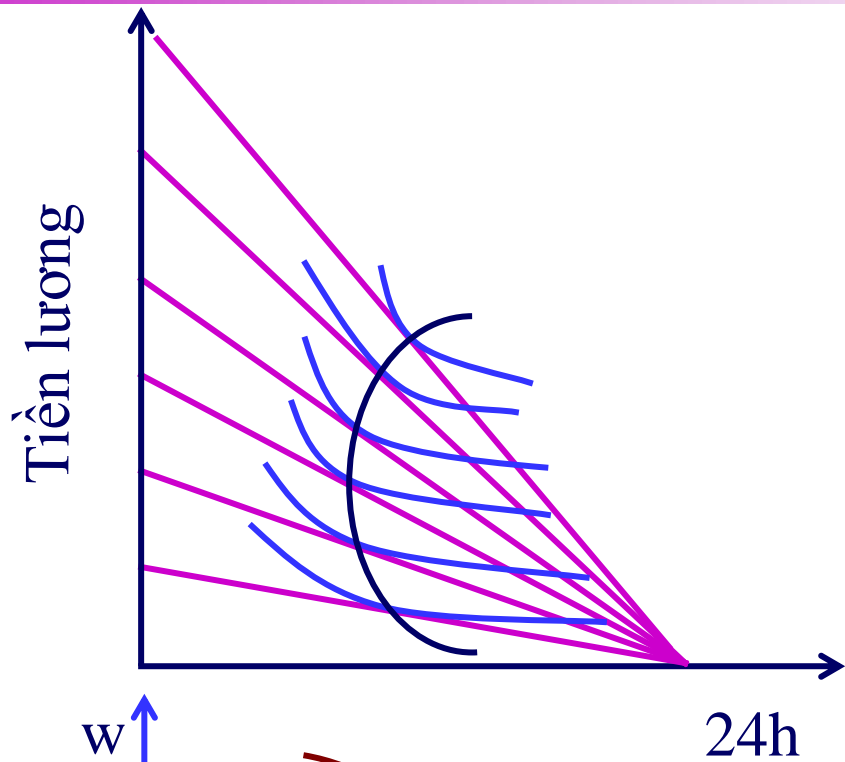


# Cung lao động của cá nhân

- Các yếu tố ảnh hưởng đến cung lao động của cá nhân
  - Mức lương

# Đường cung lao động của cá nhân

- Giả định
  - Các hoạt động của con người được chia thành hai nhóm: lao động và nghỉ ngơi
  - Mỗi cá nhân có thể làm việc một số giờ tùy ý
- Quyết định làm việc – nghỉ ngơi của mỗi cá nhân nhằm tối đa hóa mức thỏa mãn.



## **Cung lao động của thị trường**

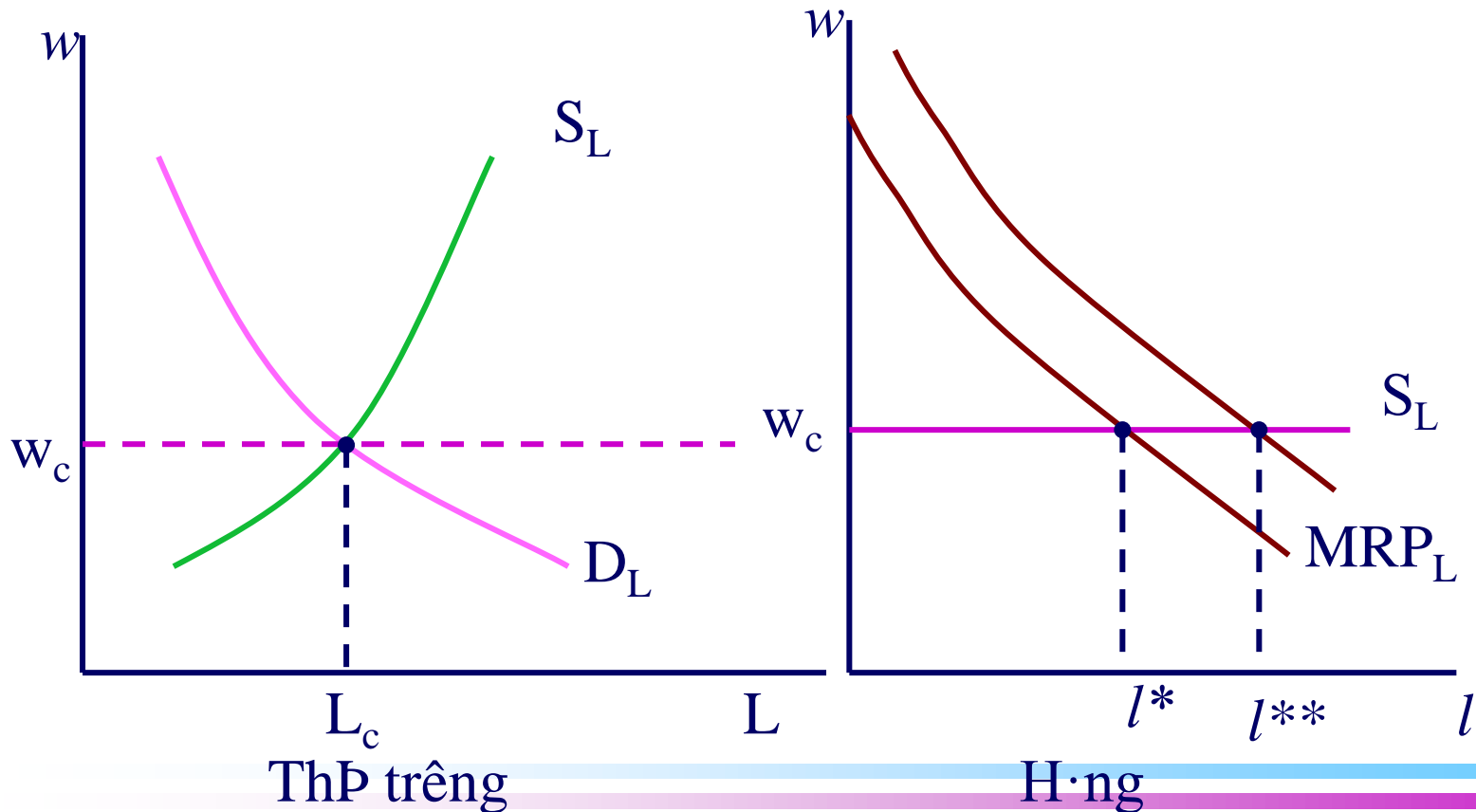
- Cung lao động của thị trường là tổng cung lao động của cá nhân

# Cân bằng thị trường lao động

- Thị trường lao động cạnh tranh hoàn hảo
- Thị trường lao động phi cạnh tranh
  - Độc quyền mua
  - Độc quyền bán
  - Độc quyền song phương

# Thị trường lao động cạnh tranh hoàn hảo

- Có nhiều người bán, nhiều người mua



# Độc quyền mua

- Hãng là người mua duy nhất
  - $TIC_L = wL$
  - $AIC_L = TIC_L/L = w$
  - $MIC_L = \Delta TIC_L / \Delta L$
- Công nhân là những người chấp nhận giá
- Cân bằng:  $MIC_L = MRP_L$

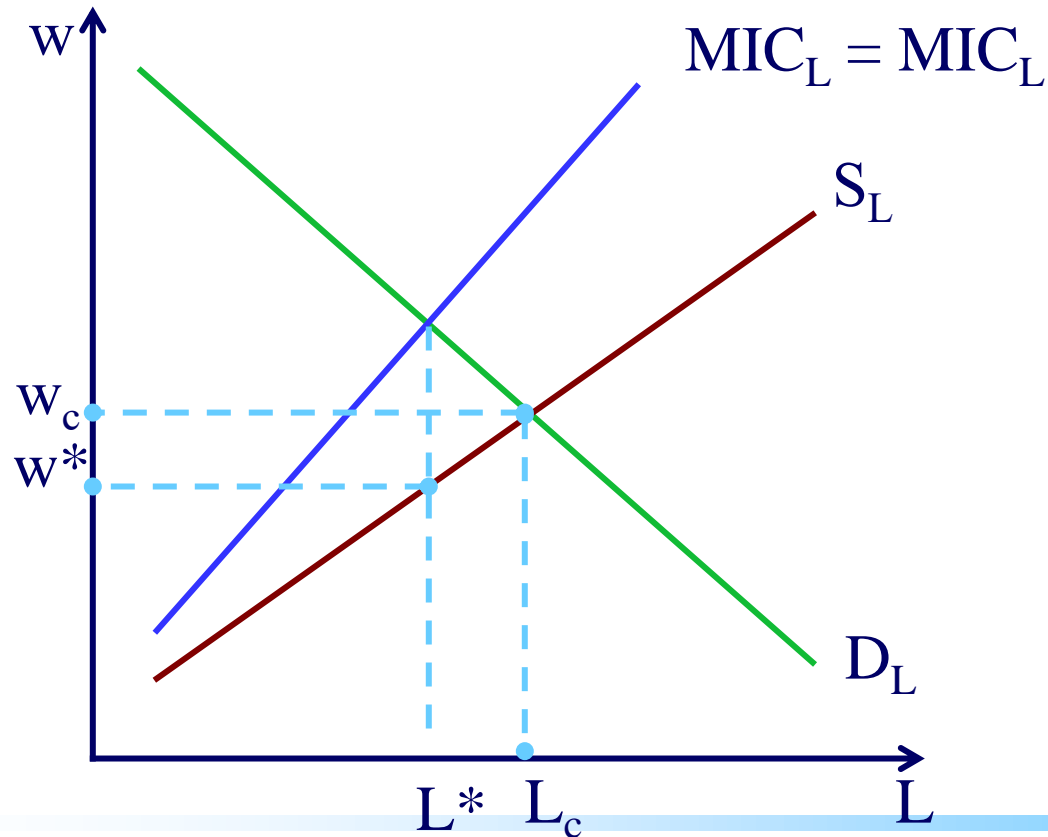


# Độc quyền mua

- Cân bằng:

$L^*: MIC_L = MRP_L$

$w^*$ : xác định theo  $S_L$

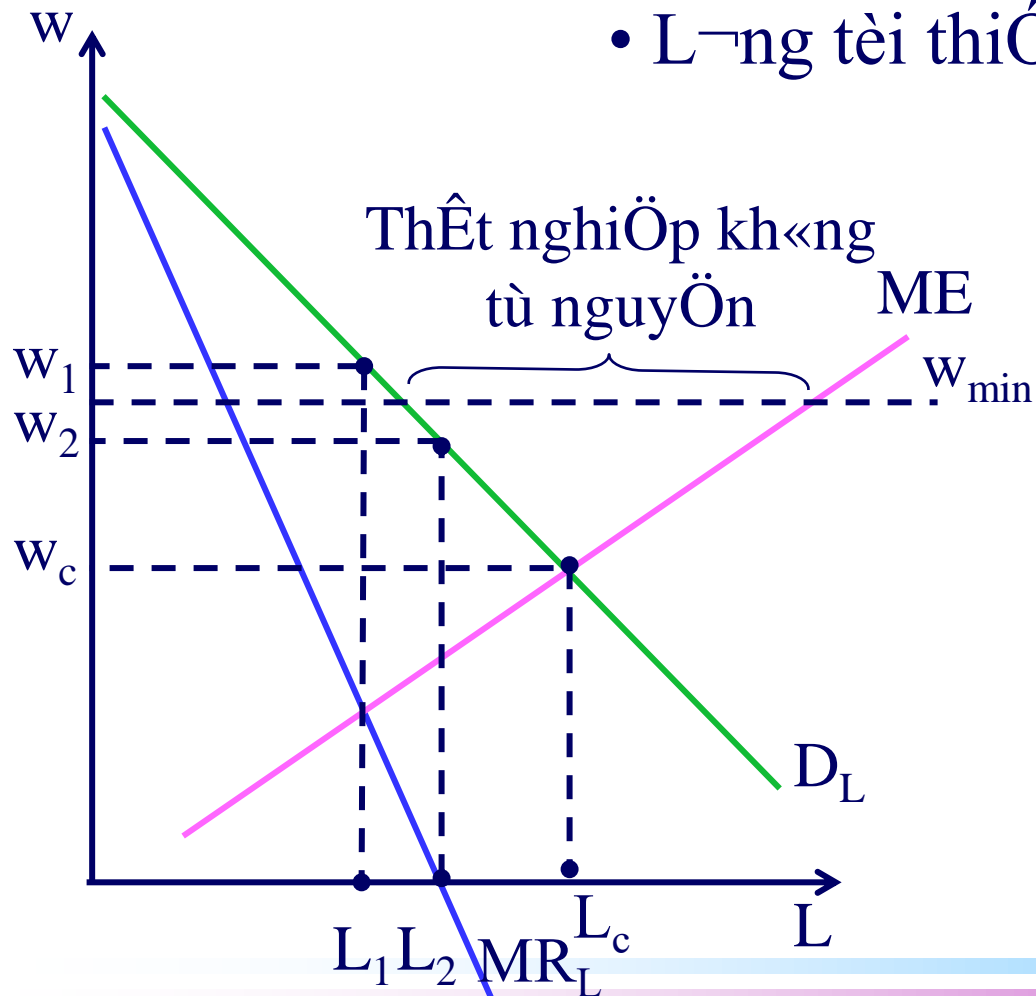


# Độc quyền bán

- Các hãng là người mua cạnh tranh
- Nghiệp đoàn là người bán duy nhất
  - Theo đuổi mục tiêu
    - Tối đa hóa tô kinh tế
    - Tối đa hóa tổng tiền lương
    - Lương tối thiểu

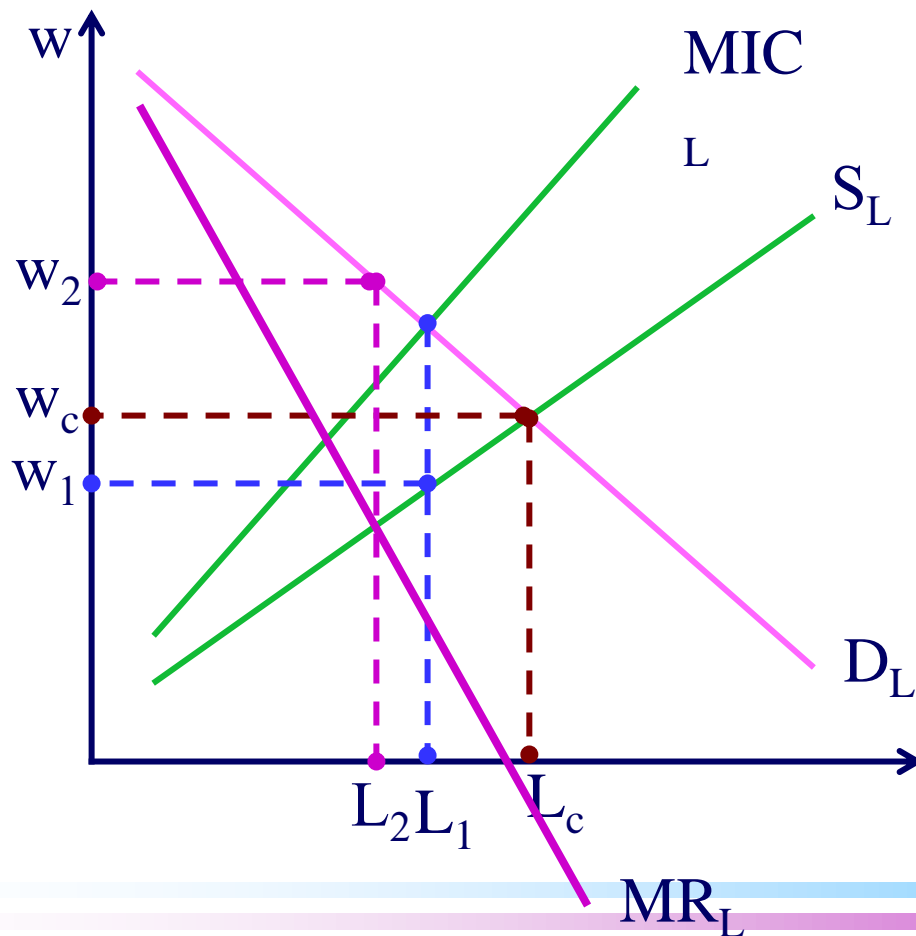
# Độc quyền bán

- Tài sản xã hội << kinh tế
- Tài sản xã hội tăng tỉ lệ
- Lượng tài sản thiếu



# Độc quyền song phương

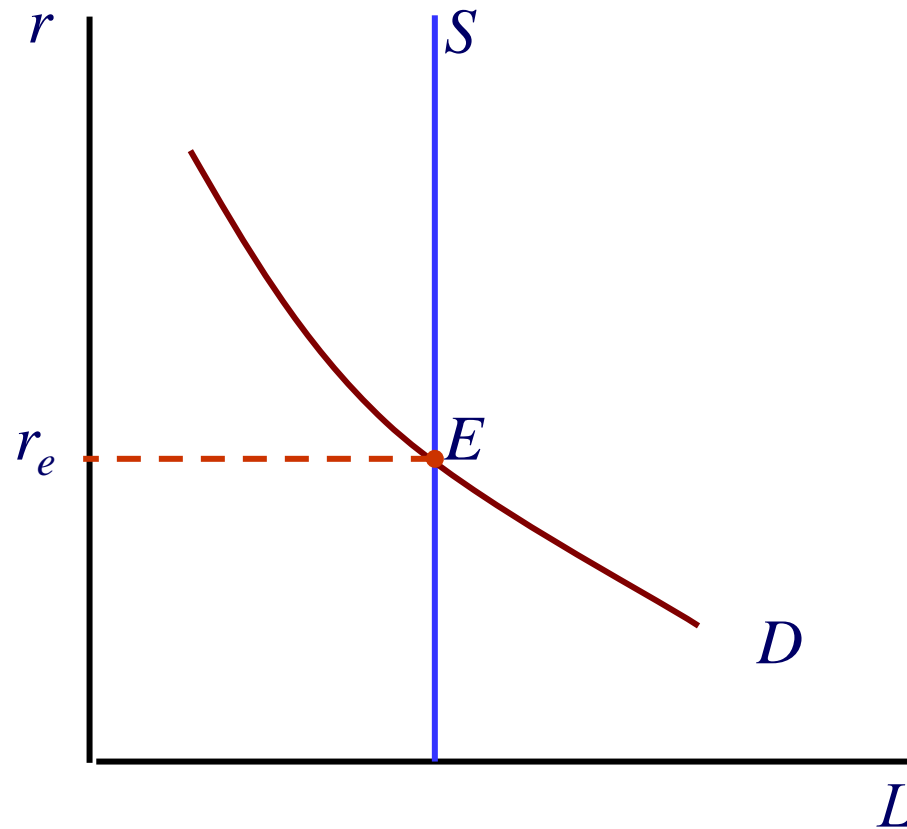
- Nghiệp đoàn là người bán duy nhất
- Hãng là người mua duy nhất



# THỊ TRƯỜNG ĐẤT ĐAI

- Đường cung thẳng đứng
- Đường cầu dốc xuống
  - Vì  $MRP_L$  giảm dần

# Cân bằng thị trường đất đai



# THỊ TRƯỜNG TƯ BẢN

- Quyết định thuê
- Quyết định mua
- Cân bằng thị trường tư bản

# Quyết định thuê tư bản

- Số lượng K tối ưu
  - $MRP_K = r$



# Quyết định mua tư bản

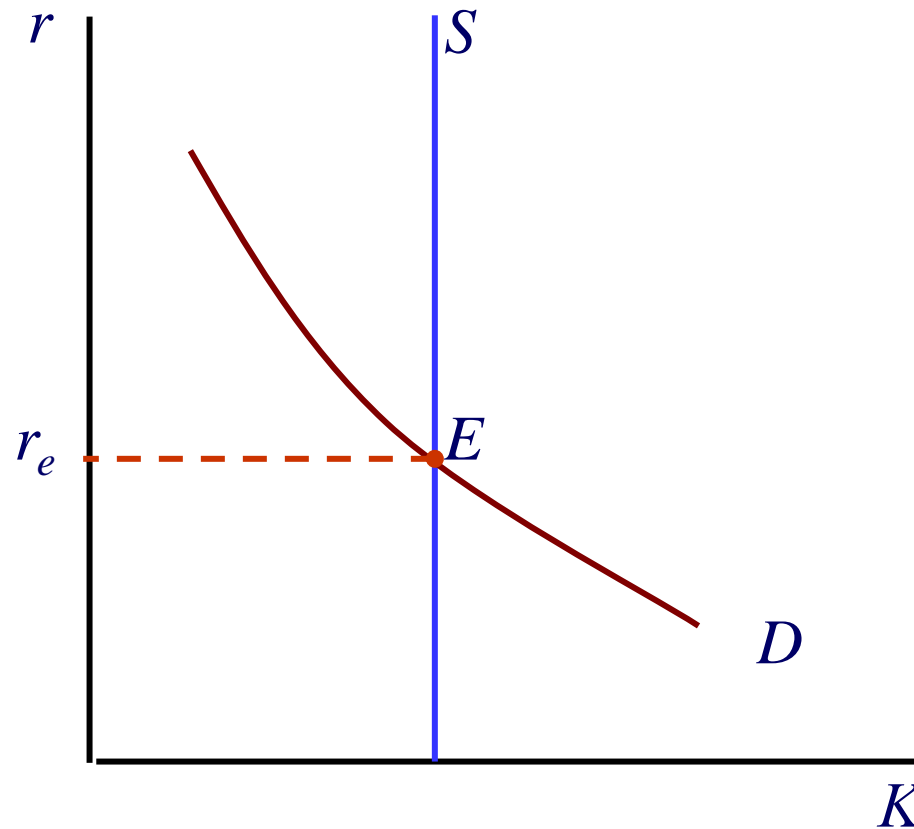
- Sử dụng NPV để ra quyết định
  - Mua khi NPV không âm

$$NPV = -C_0 + \frac{C_1}{1+r} + \frac{C_2}{(1+r)^2} + \frac{C_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

- $C_0$  giá mua ban đầu
- $C_{1,2,\dots,t}$  luồng tiền ròng trong các năm 1, 2, ..., t
- R tỷ lệ chiết khấu

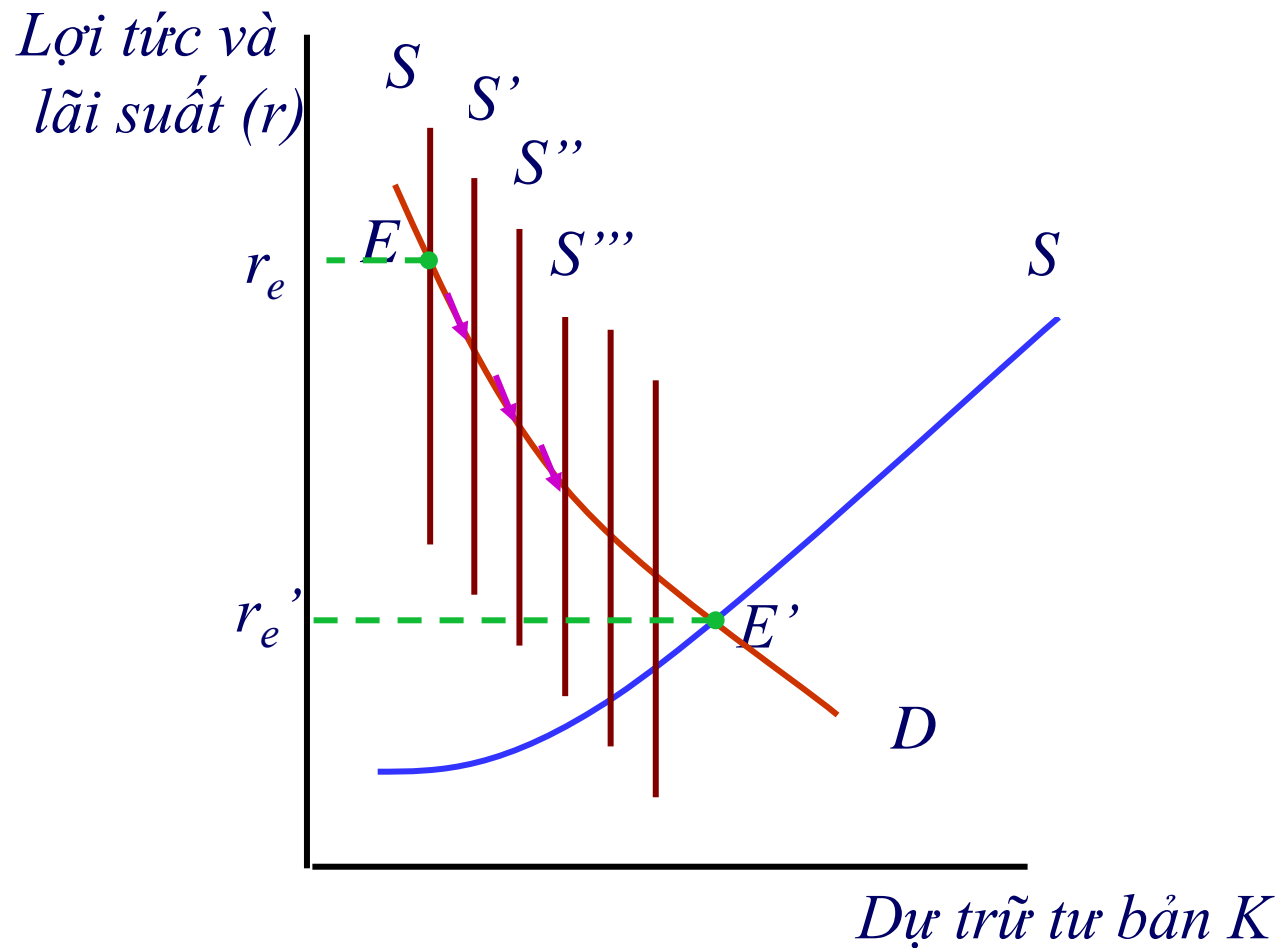
# Cân bằng thị trường tư bản

- Ngắn hạn



# Cân bằng thị trường tư bản

- Dài hạn



# Vai trò của chính phủ trong nền kinh tế thị trường

- Vai trò, chức năng của chính phủ trong nền kinh tế thị trường
- Nguyên nhân dẫn đến sự can thiệp của chính phủ

# **Vai trò, chức năng của chính phủ trong nền kinh tế thị trường**

- Vai trò của chính phủ
- Chức năng của chính phủ

# Vai trò của chính phủ

- Quan điểm chủ động
- Quan quan điểm can thiệp
- Quan điểm thân thiện với thị trường

# ***Chức năng của chính phủ***

- Chức năng kinh tế vi mô
- Chức năng điều tiết

# Quy tắc cố định hay chính sách năng động

- Quy tắc cố định
  - Nền kinh tế giao động thường xuyên vì chịu sự tác động của các yếu tố bên ngoài
  - Không thể trao nền kinh tế vào tay các nhà chính trị
- Chính sách năng động
  - Đối mặt với sự không chắc chắn, các quy tắc cố định có thể làm cho nền kinh tế xấu đi
  - Việc dự báo không chính xác có thể làm mất niềm tin của công chúng



# Quan điểm về cách thức thực hiện các chức năng kinh tế vi mô

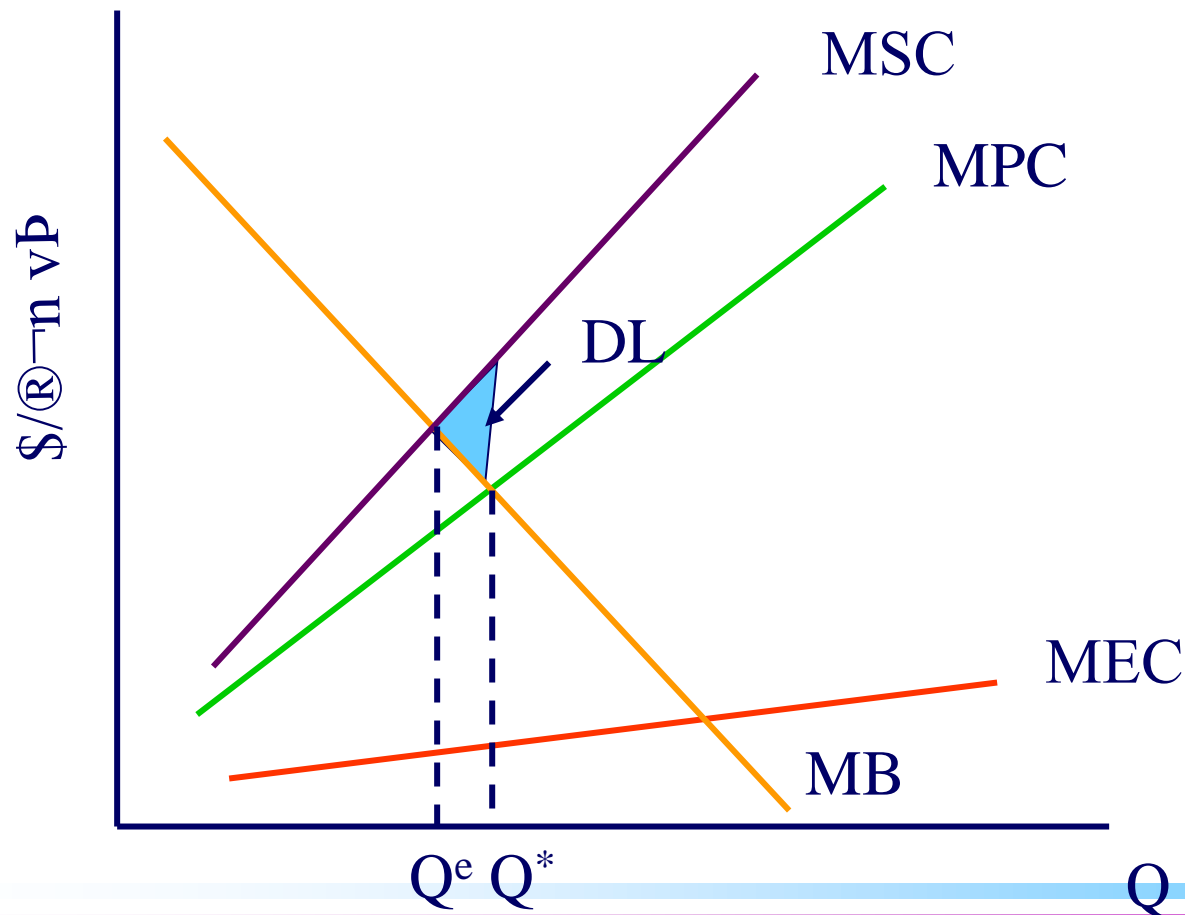
- Lập trường chính sách chủ động (activist)
- Lập trường chính sách không chủ động (non-activist)

# Nguyên nhân dẫn đến sự can thiệp của chính phủ

- Ảnh hưởng hướng ngoại/ ngoại ứng
- Hàng hóa công cộng
- Sức mạnh thị trường
- Bất bình đẳng về kinh tế

# Ảnh hưởng hưởng ngoại

Ảnh hưởng hưởng ngoại tiêu cực

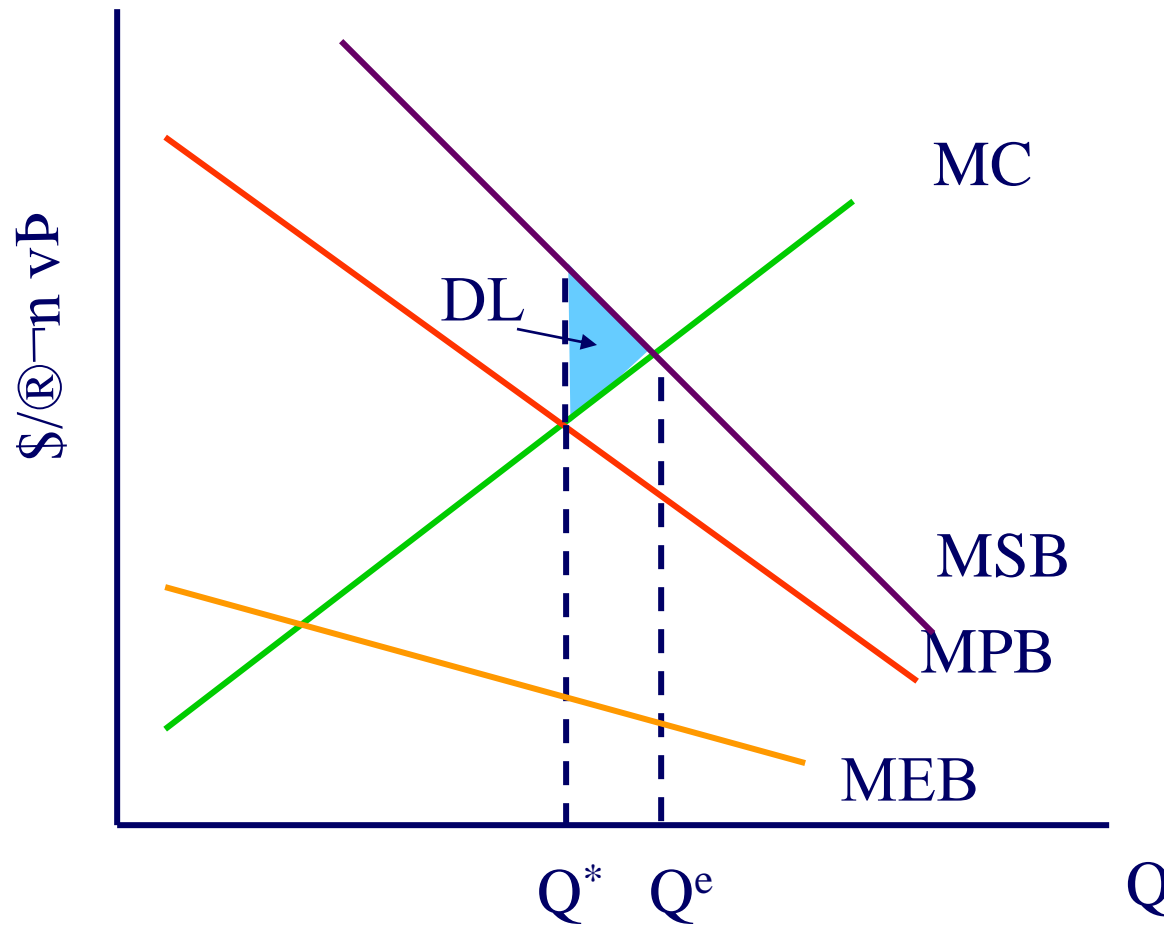


## ***Biện pháp***

- Chuẩn chất thải
- Phí xả chất thải
- Giấy phép xả chất thải có thể chuyển nhượng
- Quyền sở hữu tài sản

# Ảnh hưởng hưởng ngoại

## Ảnh hưởng hưởng ngoại tích cực



# Ảnh hưởng hướng ngoại tích cực

## Biện pháp

- Quyền sở hữu trí tuệ
- Chính phủ cung cấp với giá thấp hơn chi phí
- Trợ cấp

# Hàng hóa công cộng

Không cạnh tranh (non-rival)

Không loại trừ (non-exclusive)

Vấn đề kẻ ăn không

*Biện pháp*

Sự lựa chọn công cộng

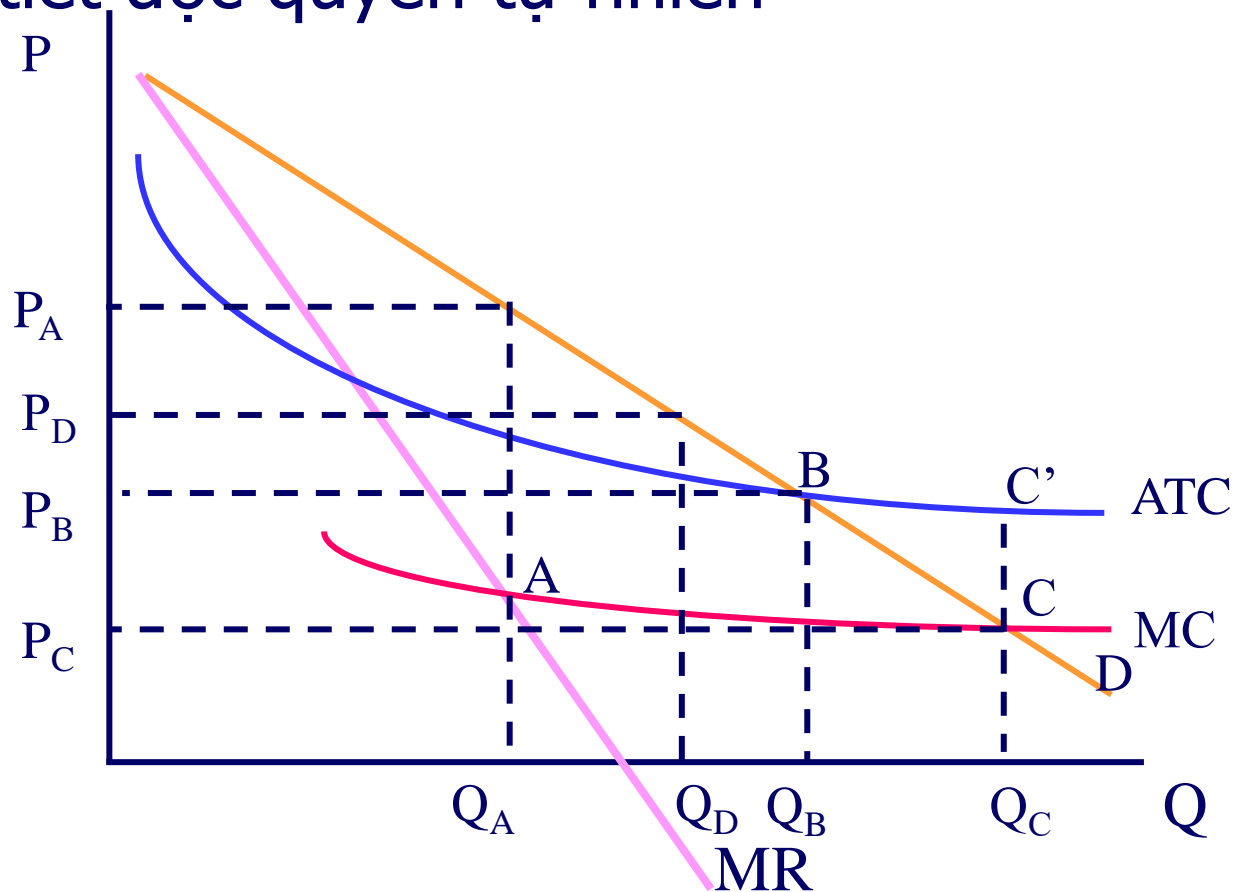
# Sức mạnh thị trường

- *Biện pháp*
  - Chính sách cạnh tranh (luật chống độc quyền, chống cấu kết)
  - Sở hữu công cộng
  - Điều tiết giá



# Sức mạnh thị trường

Điều tiết độc quyền tự nhiên

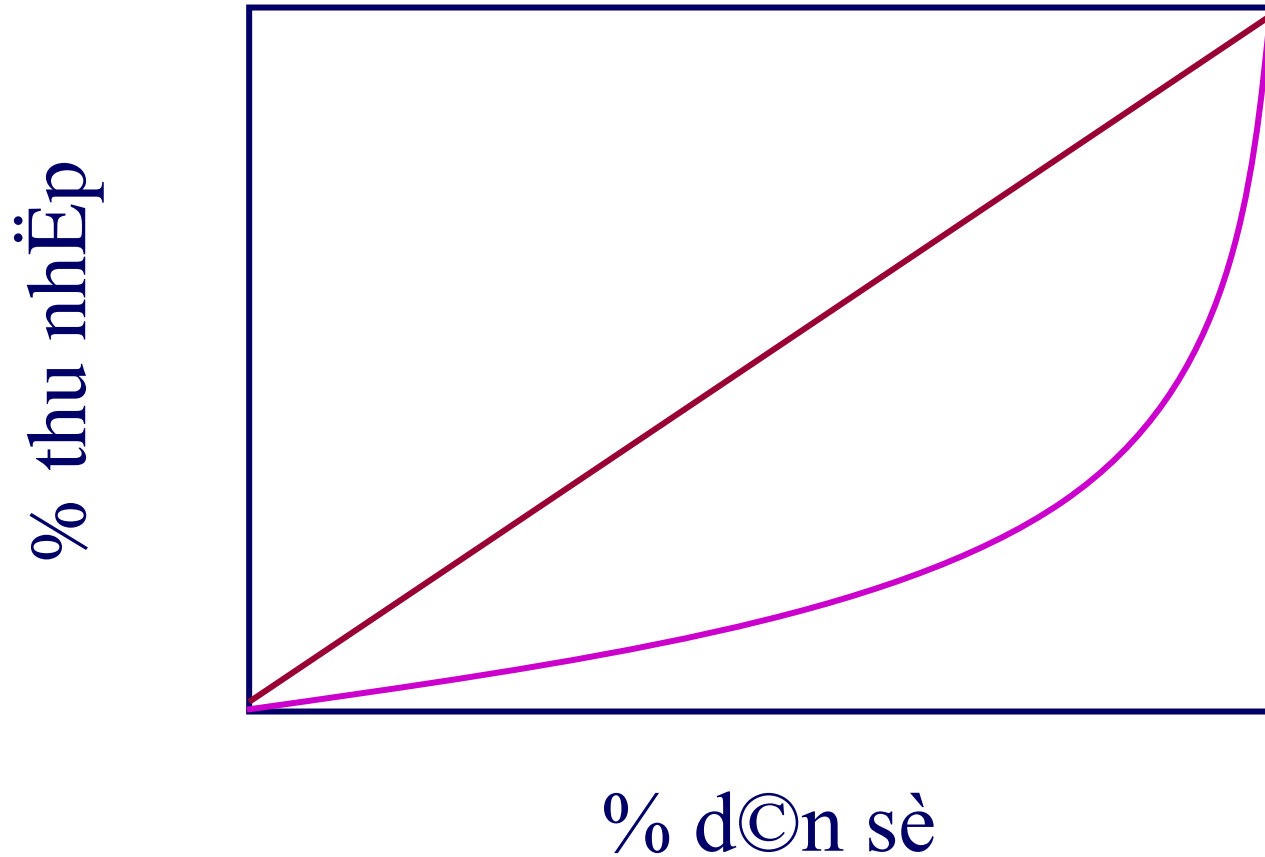


# Sức mạnh thị trường

- Các vấn đề về điều tiết
  - Thông tin
  - Mua chuộc điều tiết
  - Các nhà điều tiết khó cam kết về hành vi tương lai của mình

# Bất bình đẳng về kinh tế

Đường Lorenz



# Bất bình đẳng về kinh tế

- Nguyên nhân
  - Giá yếu tố sản xuất
  - Lượng yếu tố sẵn có ban đầu
  - Lựa chọn của các thành viên trong gia đình
- Biện pháp
  - Phân phối lại thu nhập
  - Các chương trình duy trì thu nhập