

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

PHÍ MẠNH HỒNG

GIÁO TRÌNH

KINH TẾ VI MÔ

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

PGS.TS. PHÍ MẠNH HỒNG

GIÁO TRÌNH

KINH TẾ VI MÔ

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

MỤC LỤC

Lời nói đầu.....	05
Chương 1: Giới thiệu chung về Kinh tế học.....	08
1.1. Hoạt động kinh tế và những vấn đề cơ bản của nó.....	08
1.1.1 Hoạt động kinh tế-một dạng thái hoạt động đặc biệt của đời sống xã hội.....	08
1.1.2 Đường giới hạn khả năng sản xuất.....	12
1.1.3 Các vấn đề kinh tế cơ bản của xã hội.....	19
1.1.4 Các hệ thống kinh tế.....	21
1.2. Kinh tế học là gì?.....	27
1.2.1 Định nghĩa về kinh tế học.....	27
1.2.2 Kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô.....	28
1.2.3 Phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc trong kinh tế học.....	31
1.3. Các công cụ phân tích kinh tế.....	34
Chương 2: Thị trường : cầu, cung và giá cả.....	47
2.1. Thị trường – Khái niệm và phân loại.....	48
2.1.1. Khái niệm thị trường.....	48
2.1.2. Phân loại thị trường.....	49
2.2. Cầu, cung và giá cả thị trường.....	50
2.2.1. Cầu.....	51
2.2.2. Cung.....	55
2.2.3. Cân bằng cầu-cung.....	58
2.3. Sự thay đổi giá cân bằng.....	63
2.3.1. Những yếu tố làm dịch chuyển đường cầu.....	63
2.3.2. Những yếu tố làm dịch chuyển đường cung.....	70
2.3.3. Di chuyển dọc theo đường cầu và dịch chuyển đường cầu.....	77
2.4. Độ co giãn của cầu và cung.....	79
2.4.1. Độ co giãn của cầu.....	80
2.4.2. Độ co giãn của cung.....	89

2.5 . Một vài ứng dụng về phân tích cung-cầu.....	92
2.5.1. Thuế và ảnh hưởng của thuế.....	92
2.5.2. Vấn đề kiểm soát giá.....	95
Chương 3: Sự lựa chọn của người tiêu dùng.....	99
3.1. Sở thích của người tiêu dùng.....	99
3.1.1. Những giả định cơ bản về hành vi của người tiêu dùng.....	100
3.1.2. Đường bàng quan.....	103
3.2. Sự ràng buộc ngân sách.....	112
3.2.1. Đường ngân sách.....	112
3.2.2. Ảnh hưởng của thu nhập và giá cả đối với đường ngân sách.....	115
3.3. Sự lựa chọn của người tiêu dùng.....	116
3.3.1. Tối đa hóa độ thỏa dụng của người tiêu dùng.....	117
3.3.2. Sự thay đổi trong điểm lựa chọn của người tiêu dùng.....	119
3.4. Đường cầu cá nhân của người tiêu dùng và đường cầu thị trường.....	125
3.4.1. Rút ra đường cầu cá nhân từ sự lựa chọn của người tiêu dùng.....	125
3.4.2. Đường cầu thị trường.....	128
Chương 4: Tổ chức và hành vi cung ứng đầu ra của doanh nghiệp.....	131
4.1. Tổ chức doanh nghiệp.....	131
4.2. Phân tích chi phí.....	134
4.2.1. Chi phí kế toán và chi phí kinh tế.....	134
4.2.2. Các thước đo chi phí.....	139
4.2.3. Chi phí ngắn hạn và chi phí dài hạn.....	148
4.2.4. Lợi thế và bất lợi thế kinh tế của quy mô.....	156
4.3. Mô hình tổng quát về hành vi cung ứng của doanh nghiệp.....	158
4.3.1. Một vài khái niệm có liên quan.....	158
4.3.2. Các điều kiện tối đa hóa lợi nhuận.....	162
4.3.3. Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp khi nhằm mục tiêu tối đa hóa doanh thu.....	165
Chương 5: Thị trường cạnh tranh hoàn hảo.....	167
5.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo.....	167

5.1.1. Các khái niệm.....	167
5.1.2. Đặc điểm và điều kiện tồn tại của thị trường cạnh tranh hoàn hảo	169
5.2. Cung ứng sản phẩm của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo	174
5.2.1. Cung ứng trong ngắn hạn.....	174
5.2.2. Cung ứng trong dài hạn.....	179
5.3. Cung ứng sản phẩm của ngành cạnh tranh hoàn hảo.....	183
5.3.1. Đường cung ngắn hạn của ngành.....	183
5.3.2. Đường cung dài hạn của ngành.....	184
Chương 6: Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo	194
6.1. Đặc điểm và nguồn gốc của thị trường cạnh tranh không hoàn hảo.....	194
6.1.1. Đặc điểm chung	194
6.1.2. Nguồn gốc	198
6.2. Thị trường độc quyền thuần túy.....	203
6.2.1. Quyết định về sản lượng và giá cả của nhà độc quyền.....	203
6.2.2. Sự phân biệt đối xử về giá của doanh nghiệp độc quyền.....	211
6.3. Thị trường độc quyền nhóm	214
6.3.1. Khái niệm và đặc trưng.....	214
6.3.2. Cạnh tranh và hợp tác trên thị trường độc quyền nhóm	216
6.4. Thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền	230
6.4.1. Đặc điểm	230
6.4.2. Lựa chọn sản lượng và định giá.....	231
6.4.3. Cân bằng dài hạn.....	233
Chương 7: Thị trường các yếu tố sản xuất và sự lựa chọn của doanh nghiệp	236
7.1. Hàm sản xuất và quy luật về sản phẩm biên.....	237
7.1.1. Hàm sản xuất.....	237
7.1.2. Quy luật sản phẩm biên có xu hướng giảm dần.....	240
7.2. Cầu về các yếu tố sản xuất.....	246
7.2.1. Cầu về các yếu tố sản xuất của một doanh nghiệp	246
7.2.2. Cầu thị trường về yếu tố sản xuất	261

7.3. Cung về các yếu tố sản xuất và sự cân bằng trên thị trường yếu tố sản xuất	264
7.3.1. Cung về các yếu tố sản xuất.....	264
7.3.2. Cân bằng cung, cầu về yếu tố sản xuất trên thị trường cạnh tranh (ngắn hạn, dài hạn).....	268
7.3.3. Tiền thuê (yếu tố) tối thiểu và tiền thuê kinh tế.....	271
Chương 8: Thị trường lao động.....	274
8.1. Sự cân bằng trên thị trường lao động.....	274
8.1.1. Cầu, cung và cân bằng trên thị trường lao động	274
8.1.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự cân bằng của thị trường lao động	289
8.2. Sự chênh lệch về lương.....	295
8.2.1. Những lý do chủ yếu dẫn đến sự chênh lệch về lương	297
8.2.2. Vốn nhân lực và sự khác biệt về tiền lương	303
Chương 9: Thị trường vốn và đất đai	310
9.1. Thị trường vốn	311
9.1.1. Thị trường dịch vụ vốn hiện vật.....	311
9.1.2. Thị trường vốn hiện vật.....	323
9.2. Thị trường đất đai (và các tài nguyên thiên nhiên khác)	329
9.2.1. Đặc điểm của thị trường đất đai và sự hình thành tiền thuê đất	329
9.2.2. Thuế đất và các tài nguyên khan hiếm khác	335
9.2.3. Phân bổ đất đai cho những mục tiêu sử dụng khác nhau.....	336
Chương 10: Vai trò kinh tế của nhà nước	341
10.1. Thị trường và hiệu quả.....	342
10.1.1. Khái niệm hiệu quả Pareto	342
10.1.2. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo và hiệu quả Pareto	344
10.2. Các khuyết tật thị trường.....	349
10.3. Vai trò kinh tế của nhà nước trong nền kinh tế thị trường.....	361
10.3.1. Mục tiêu (chức năng) công cụ	361
10.3.2. Sửa chữa, khắc phục các khuyết tật của thị trường.....	364
Tài liệu tham khảo	377

LỜI NÓI ĐẦU

Cùng với Kinh tế vĩ mô, Kinh tế vi mô được coi là một trong những môn học quan trọng nhất cung cấp các kiến thức nền tảng cho những ai muốn hiểu về sự vận hành của nền kinh tế thị trường. Khác với Kinh tế vĩ mô nghiên cứu nền kinh tế như một tổng thể, Kinh tế vi mô tập trung vào việc phân tích các hành vi của các chủ thể kinh tế như người sản xuất, người tiêu dùng, thậm chí là chính phủ trên từng thị trường riêng biệt. Những tương tác khác nhau của các chủ thể này tạo ra những kết cục chung trên các thị trường cũng như xu hướng biến động của chúng. Hiểu được cách mà một thị trường hoạt động như thế nào và ảnh hưởng lẫn nhau giữa các thị trường, trên thực tế là cơ sở để hiểu được sự vận hành của cả nền kinh tế, cắt nghĩa được các hiện tượng kinh tế xảy ra trong đời sống thực, miễn đây là nền kinh tế dựa trên những nguyên tắc thị trường. Đây là điểm xuất phát cực kỳ quan trọng để mỗi cá nhân, tổ chức cũng như chính phủ có thể dựa vào để đưa ra những ứng xử thích hợp nhằm thích nghi và cải thiện trạng huống kinh tế.

Ngay từ những năm 90 của thế kỷ trước, cùng với quá trình chuyển đổi nền kinh tế dần sang nền kinh tế thị trường ở Việt Nam, Kinh tế vi mô đã được đưa vào giảng dạy ở Khoa Kinh tế (nay là trường Đại học Kinh tế), Đại học Quốc gia Hà Nội. Ban đầu nó tồn tại như một học phần trong môn học chung là Kinh tế học, sau đó được tách ra như một môn học riêng biệt. Ở những năm đầu, trong các chương trình đào tạo cử nhân, Kinh tế vi mô chỉ được giảng dạy cho sinh viên năm thứ nhất như là môn học cơ sở cho các môn kinh tế học cụ thể. Những năm gần đây, trong hầu hết các chương trình đào tạo, bên cạnh Kinh tế vi mô cơ sở (Kinh tế vi mô I), sinh viên các năm cuối còn được nghiên cứu Kinh tế vi mô nâng cao (Kinh tế vi mô II). Điều này thể hiện sự hoàn thiện dần của kết cấu chương trình cũng như tầm quan trọng của việc nghiên cứu các chủ đề kinh tế học trong hành trang kiến thức của sinh viên ngành kinh tế.

Giáo trình này là giáo trình Kinh tế vi mô cơ sở được dành cho những sinh viên lần đầu tiên được nghiên cứu Kinh tế học. Nó được biên soạn trên cơ sở các bài giảng mà tác giả đã tiến hành nhiều năm trong các

khóa học về kinh tế vi mô ở trong và ngoài trường. Từ năm học 2005 – 2006, bản thảo của nó đã được lưu hành nội bộ trong cơ sở đào tạo như một tài liệu tham khảo chính thức cho việc giảng dạy và học tập. Sau một thời gian thử nghiệm, trên cơ sở các ý kiến đóng góp của các đồng nghiệp và sinh viên, bản thảo đã được chỉnh sửa, nghiệm thu và giờ đây có điều kiện để công bố chính thức.

Là một cuốn sách giáo khoa có tính chất nhập môn, giáo trình này trình bày những nguyên lý cơ bản của môn Kinh tế vi mô. Nó được biên soạn thành 10 chương. Chương 1 được dành để giới thiệu chung về kinh tế học như một môn khoa học xã hội đặc thù, làm rõ sự phân nhánh trong cách tiếp cận kinh tế học thành Kinh tế (học) vi mô và Kinh tế (học) vĩ mô cũng như giúp sinh viên làm quen với một số công cụ chung thường được dùng trong phân tích kinh tế. Chương 2 tập trung trình bày về mô hình cung – cầu như là một mô hình cơ bản để tư duy về sự vận hành của một thị trường. Chương 3 đề cập đến mô hình về sự lựa chọn của người tiêu dùng nhằm vạch ra những gì ẩn giấu đằng sau đường cầu của thị trường. Sự lựa chọn của doanh nghiệp trên thị trường đầu ra (giúp người ta hiểu những gì nằm đằng sau đường cung) được phân tích trong các chương 4, 5, 6; trong đó chương 4 được dành để trình bày những nguyên tắc chung trước khi việc áp dụng chúng trong các cấu trúc thị trường cụ thể được phát triển ở các chương sau. Chủ đề về hoạt động của các thị trường các yếu tố đầu vào được thảo luận ở từ chương 7 đến chương 9 cũng theo nguyên tắc đi từ cái chung đến cái cụ thể. Cuối cùng, giáo trình khép lại với chương 10 như là sự tổng kết bước đầu về cơ chế phân bổ nguồn lực theo nguyên tắc thị trường. Bên cạnh những ưu thế rõ rệt của cơ chế này, các thất bại thị trường được xem như cơ sở của các hoạt động kinh tế của Nhà nước. Những khía cạnh sâu hơn bao gồm cả những vấn đề của kinh tế học phúc lợi sẽ không được giới thiệu trong giáo trình nhập môn này.

Để công bố cuốn giáo trình này, tác giả đã nhận được những lời cổ vũ và những đóng góp quý báu của nhiều người. Trước tiên đó là những đồng nghiệp ở bộ môn Kinh tế học của Khoa Kinh tế (nay thuộc Khoa Kinh tế phát triển, Trường Đại học Kinh tế), Đại học Quốc gia Hà Nội.

Trong số này tác giả muốn gửi lời cảm ơn đặc biệt đến TS. Vũ Đức Thanh, TS Phạm Quang Vinh, TS. Tạ Đức Khánh, GV Vũ Minh Viêng, Th.S. Trần Trọng Kim, Th.S. Nguyễn Hữu Sở - những người đã nhiều năm tham gia giảng dạy môn học và có những nhận xét, bình luận xác đáng giúp tác giả hoàn thiện giáo trình ngay khi nó còn ở dạng sơ thảo. Những góp ý của các đồng nghiệp khác như TS. Đào Bích Thủy, Th.S. Nguyễn Vĩnh Hà cũng được đánh giá cao. Về phía những đồng nghiệp ngoài trường, người viết đặc biệt trân trọng cảm ơn những nhận xét, góp ý chi tiết, nhiều thiện ý của GS.TS Nguyễn Khắc Minh (Trường Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội), PGS.TS. Nguyễn Ái Đoàn (Trường Đại học Bách khoa Hà Nội) về bản thảo giáo trình. Nhờ tất cả những góp ý này mà nội dung của giáo trình trở nên ít sai sót hơn.

Ngoài ra trong quá trình chuẩn bị bản thảo, tác giả cũng nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình về phương diện kỹ thuật của những người như: Nguyễn Thị Vũ Hà, Nguyễn Minh Phương, Ngô Thùy Dung. Cùng với sự hỗ trợ của các đồng nghiệp ở các bộ phận khác nhau trong nhà trường cũng như sự động viên của các em sinh viên - đối tượng mà giáo trình này hướng tới, sự giúp đỡ vô tư của họ được tác giả đánh giá cao.

Dù khá cẩn trọng và cố gắng để giáo trình ít khiếm khuyết nhất ở mức có thể, song cuốn sách này chắc chắn vẫn không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả hoàn toàn chịu trách nhiệm về những sai sót nếu có này và sẵn sàng đón nhận mọi góp ý. Những đóng góp về giáo trình này xin được gửi về địa chỉ:

Khoa Kinh tế phát triển, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Nhà E4, 144 Đường Xuân Thủy, Quận Cầu Giấy, Hà Nội.

Tác giả

Chương 1

GIỚI THIỆU CHUNG VỀ KINH TẾ HỌC

Chương này nhằm giới thiệu với người đọc cái nhìn tổng quan về kinh tế học, mà kinh tế học vi mô là một phân nhánh quan trọng của nó. Để làm điều này, trước tiên chúng ta hãy làm quen với một số khái niệm kinh tế đơn giản như tính khan hiếm, giới hạn khả năng sản xuất, sản phẩm kinh tế... nhằm hiểu được những vấn đề kinh tế cơ bản mà mọi xã hội đều phải đương đầu giải quyết. Đây cũng là cơ sở để chúng ta hiểu giới hạn, phạm vi nghiên cứu của kinh tế học, phân biệt kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô như là những cách thức tiếp cận khác nhau về đối tượng nghiên cứu. Chúng ta cũng sẽ thấy cách phân tích thực chứng có thể khác như thế nào với cách phân tích chuẩn tắc, mặc dù trong cuộc sống thực chúng ta cần cả hai cách phân tích này. Cuối cùng, chúng ta cũng sẽ bước đầu làm quen với một số công cụ mà các nhà kinh tế thường sử dụng để nghiên cứu các hiện tượng trong đời sống kinh tế. Những công cụ này sẽ được trở đi, trở lại nhiều lần trong toàn bộ môn học với mục đích giúp chúng ta có thể tư duy như một nhà kinh tế.

1.1. Hoạt động kinh tế và những vấn đề cơ bản của nó

1.1.1. Hoạt động kinh tế - một dạng thái hoạt động đặc biệt của đời sống xã hội

Trong cuộc sống của mình, con người thực hiện vô vàn các dạng hoạt động khác nhau: ăn uống, học tập, lao động, nghỉ ngơi, vui chơi, giải trí v.v... Các lĩnh vực hoạt động của con người cũng được phân chia một cách ước lệ thành kinh tế, thể thao, chính trị, văn hóa v.v... Thật ra, trên thực tế, sự phân chia như vậy chỉ có ý nghĩa tương đối. Chúng ta chẳng thường nghe nói, ngày nay bóng đá không chỉ là môn thể thao hấp dẫn hàng tỷ người trên thế giới mà nó còn là một ngành công nghiệp khổng lồ tạo ra hàng triệu việc làm, với nhiều tỷ đô la lợi nhuận. Vậy thì kinh doanh bóng đá có phải là một hoạt động kinh tế? Khi các nhà kinh tế học xem quốc phòng như một hàng hóa công cộng mà nhà nước phải cung

cấp, thì phải chăng chi tiêu cho quốc phòng như thế nào là hiệu quả không phải là một vấn đề kinh tế? Rõ ràng, trong các hoạt động của mình, con người luôn luôn phải đối diện với những vấn đề kinh tế. Chúng ta có thể dễ dàng xem việc sản xuất lúa gạo, lắp ráp ô tô, hay quá trình tổ chức bán hàng ở các siêu thị là những hoạt động kinh tế song các hoạt động khác (trong các lĩnh vực văn hóa, thể thao, chính trị, tôn giáo v.v...), dù không trực tiếp biểu hiện ra như là các hoạt động kinh tế thì chúng ít nhiều cũng liên quan đến các vấn đề kinh tế. Trong các hoạt động này, khi ra quyết định người ta vẫn luôn luôn phải lựa chọn giữa các phương án sử dụng nguồn lực khác nhau để đạt được một mục đích nào đó. Khi làm như vậy, thực chất người ta đã tiếp cận, xử lý các vấn đề kinh tế.

Như vậy, hoạt động kinh tế với tư cách là một hoạt động sử dụng nguồn lực của xã hội nhằm tạo ra các sản phẩm (hữu hình hay vô hình) thỏa mãn nhu cầu khác nhau của con người cho đến nay vẫn là hoạt động chủ yếu, đóng vai trò nền tảng trong đời sống xã hội loài người. Đối với mỗi quốc gia, thành công trong lĩnh vực phát triển kinh tế luôn là cơ sở quan trọng để tạo dựng những thành tựu trong các lĩnh vực khác.

Nói đến hoạt động kinh tế, người ta trước tiên thường nghĩ đến các hoạt động sản xuất. Đó là việc tổ chức, sử dụng theo một cách thức nào đó các nguồn lực (máy móc, thiết bị, nhà xưởng, lao động, nguyên vật liệu...) nhằm tạo ra những vật phẩm hay dịch vụ (các dòng lợi ích mà người ta thu được trong một thời kỳ, phát sinh từ các vật phẩm hữu hình hay từ các hoạt động của con người) thỏa mãn nhu cầu của con người. Các vật phẩm hay dịch vụ với tư cách là kết quả đầu ra của quá trình sản xuất thường được các nhà kinh tế học gọi là hàng hóa. Các nguồn lực hay bất cứ cái gì dùng để sản xuất ra các hàng hóa được gọi là các yếu tố đầu vào (hay các yếu tố sản xuất). Ở thời nguyên thủy, khi sản xuất con người chủ yếu lợi dụng chính những yếu tố đầu vào sẵn có của tự nhiên. Càng phát triển, con người càng ngày càng tạo ra những đầu vào nhân tạo cho phép họ sản xuất ra các đầu ra với hiệu suất cao hơn.

Nếu sản xuất là quá trình biến đổi các đầu vào thành các đầu ra thích hợp với nhu cầu của con người (theo nghĩa này, sản xuất bao gồm

cả sự dịch chuyển các vật phẩm trong không gian và thời gian), thì tiêu dùng chính là mục đích của sản xuất. Xã hội chỉ sản xuất ra những hàng hóa mà nó có nhu cầu tiêu dùng. Quyết định tiêu dùng của các cá nhân có ảnh hưởng to lớn đến các quyết định sản xuất. Khi thực hiện quyết định của mình, những người tiêu dùng lựa chọn các hàng hóa theo một cách nào đó, phù hợp với sở thích, nguồn thu nhập của mình và giá cả hàng hóa. Vì đối tượng lựa chọn của hành vi tiêu dùng là hàng hóa nên tiêu dùng cũng là một hoạt động kinh tế quan trọng.

Trao đổi hàng hóa cũng là một hoạt động kinh tế cơ bản của các xã hội hiện đại. Thông qua trao đổi, các cá nhân khác nhau có thể nhận được những hàng hóa mà mình cần chứ không phải trực tiếp sản xuất ra tất cả các loại hàng hóa. Nhờ trao đổi, quá trình sản xuất xã hội trở nên có hiệu quả hơn.

Xã hội không chỉ sản xuất ra các hàng hóa mà còn phải phân phối chúng giữa các thành viên khác nhau. Việc phân phối các hàng hóa đầu ra tùy thuộc nhiều vào việc phân phối các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất. Người nào nắm giữ được nhiều đầu vào hơn, người đó có nhiều khả năng chiếm giữ được phần lớn hơn trong số các đầu ra mà xã hội tạo ra. Cách thức phân phối thường gắn chặt với cách thức sản xuất.

Sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu dùng là những khâu khác nhau, có quan hệ chặt chẽ với nhau của quá trình kinh tế. Sở dĩ chúng là những hoạt động kinh tế vì ở đây người ta luôn phải đương đầu với sự lựa chọn khi ra các quyết định. Khi chúng ta phải cân nhắc sản xuất nhiều lúa gạo hơn hay lắp ráp nhiều ô tô hơn, điều đó tự nó đã hàm ý rằng chúng ta không thể cùng một lúc có cả hai thứ nhiều hơn. Chúng ta đang đứng trước một sự đánh đổi: được cái này thì buộc phải hy sinh thứ khác. Sự đánh đổi này khiến cho chúng ta phải lựa chọn để có thể đưa ra được những quyết định khôn ngoan, hợp lý hay nói cách khác, những quyết định có tính kinh tế. Lựa chọn – đó chính là thực chất của các quyết định kinh tế.

Tại sao người ta thường phải lựa chọn khi ra các quyết định? Nguồn gốc của mọi vấn đề kinh tế nằm ở mâu thuẫn giữa một bên là nhu

cầu có tính vô hạn của con người với một bên là các nguồn lực có tính khan hiếm. Vấn đề kinh tế phát sinh chính là do sức ép của việc giải quyết mâu thuẫn này.

Trong cuộc sống, con người luôn có các nhu cầu cần thỏa mãn. Nhu cầu về thức ăn, quần áo, chỗ ở, phương tiện đi lại... dường như liên quan đến nhu cầu cơ bản, có tính sinh tồn của con người. Bên cạnh chúng, con người còn có nhiều nhu cầu “cao cấp” hơn: học tập, đi du lịch, thưởng thức âm nhạc, xem phim, xem hay chơi thể thao... Khi còn ở trạng thái nghèo đói, người ta có xu hướng coi các nhu cầu “cao cấp” trên là xa xỉ, và tập trung vào việc thỏa mãn các nhu cầu sinh tồn. Tuy nhiên, vấn đề là ở chỗ, nhu cầu con người luôn luôn không có điểm dừng. Một khi một nhu cầu được thỏa mãn, người ta lại nảy sinh những nhu cầu mới, cao hơn. Sự mở rộng và nâng cấp liên tục các nhu cầu nằm trong bản chất của con người.

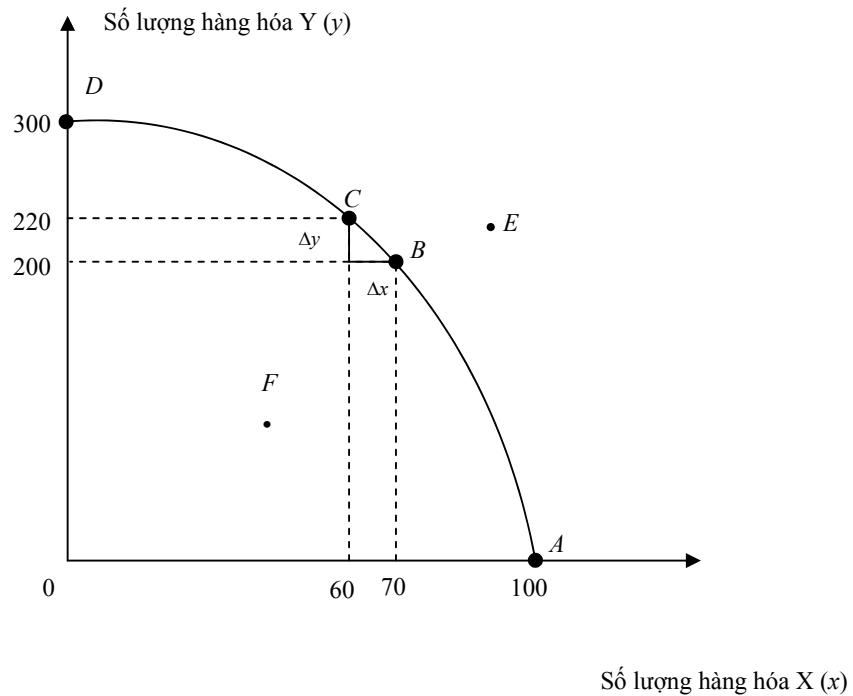
Để thỏa mãn các nhu cầu của mình, con người cần có các sản phẩm và dịch vụ. Nhưng các nguồn lực để sản xuất các hàng hóa này lại có tính khan hiếm. Về cơ bản, các nguồn lực trong xã hội đều không phải là vô hạn, người ta không thể cung cấp chúng một cách miễn phí mà không rơi vào trạng thái số lượng nguồn lực được yêu cầu vượt quá số lượng cung cấp sẵn có. Không chỉ lao động, đất đai, vốn là khan hiếm, mà thời gian để người ta sản xuất và tiêu dùng cũng khan hiếm. Tính khan hiếm này không cho phép con người có thể sản xuất mọi hàng hóa, với bất kỳ số lượng nào mà nó mong muốn. Với số lượng nguồn lực có hạn, khi xã hội sản xuất quá nhiều lương thực, nó buộc phải hy sinh các sản phẩm khác. Tính khan hiếm của nguồn lực khiến cho phần lớn các sản phẩm mà chúng ta thấy cũng mang tính khan hiếm. Người ta không thể có chúng mà không phải hy sinh hay từ bỏ một cái gì khác. Vì thế: Lựa chọn sản xuất cái gì, với số lượng bao nhiêu v.v.... để có thể thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của mình chính là bài toán kinh tế mà cho đến nay, loài người vẫn phải đương đầu. Điều đó làm nên các hoạt động kinh tế đa dạng của xã hội.

1.1.2. Đường giới hạn khả năng sản xuất

Đường giới hạn khả năng sản xuất: Một trong những công cụ kinh tế đơn giản nhất có thể minh họa rõ ràng tính khan hiếm nguồn lực và sự lựa chọn kinh tế là đường giới hạn khả năng sản xuất.

Đường giới hạn khả năng sản xuất của một nền kinh tế là đường mô tả các tổ hợp sản lượng hàng hóa tối đa mà nó có thể sản xuất ra được khi sử dụng toàn bộ các nguồn lực sẵn có.

Để đơn giản hóa, chúng ta hãy tưởng tượng nền kinh tế chỉ sản xuất hai loại hàng hóa X và Y. Hai ngành sản xuất này sử dụng toàn bộ các yếu tố sản xuất sẵn có (bao gồm cả một trình độ công nghệ nhất định) của nền kinh tế. Nếu các yếu tố sản xuất được tập trung toàn bộ ở ngành X, nền kinh tế sẽ sản xuất ra được 100 đơn vị hàng hóa X mà không sản xuất được một đơn vị hàng hóa Y nào. Điều này được minh họa bằng điểm *A* của hình 1.1. Trong trạng thái cực đoan khác, nếu các yếu tố sản xuất được tập trung hết ở ngành Y, giả sử 300 hàng hóa Y sẽ được tạo ra song không một đơn vị hàng hóa X nào được sản xuất (điểm *D* trên hình 1.1). Ở những phương án trung gian hơn, nếu nguồn lực được phân bổ cho cả hai ngành, nền kinh tế có thể sản xuất ra 70 đơn vị hàng hóa X và 200 đơn vị hàng hóa Y (điểm *B*), hoặc 60 đơn vị hàng hóa X và 220 đơn vị hàng hóa Y (điểm *C*)... Những điểm *A*, *B*, *C*, *D* (và những điểm khác, tương tự mà chúng ta không thể hiện) là những điểm khác nhau của đường giới hạn khả năng sản xuất. Mỗi điểm đều cho chúng ta biết mức sản lượng tối đa của một loại hàng hóa mà nền kinh tế có thể sản xuất ra được trong điều kiện nó đã sản xuất ra một sản lượng nhất định hàng hóa kia. Ví dụ, nếu nền kinh tế sản xuất ra 70 đơn vị hàng hóa X, trong điều kiện nguồn lực sẵn có, nó chỉ có thể sản xuất tối đa 200 đơn vị hàng hóa Y. Nếu muốn sản xuất nhiều Y hơn (chẳng hạn, 220 đơn vị hàng hóa Y), nó phải sản xuất ít hàng hóa X đi (chỉ sản xuất 60 đơn vị hàng hóa X).



Hình 1.1: Đường giới hạn khả năng sản xuất

Nền kinh tế không thể sản xuất ra được một tổ hợp hàng hóa nào đó biểu thị bằng một điểm nằm bên ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất (chẳng hạn điểm E). Điểm E nằm ngoài năng lực sản xuất của nền kinh tế ở thời điểm mà chúng ta đang xem xét, do đó nó được gọi là điểm không khả thi. Nền kinh tế chỉ có thể sản xuất ở những điểm nằm trên hoặc nằm trong đường giới hạn khả năng sản xuất (được gọi là những điểm khả thi). Những điểm nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất (các điểm A , B , C , D) được coi là các *điểm hiệu quả*. Chúng biểu thị các mức sản lượng tối đa mà nền kinh tế tạo ra được từ các nguồn lực khan hiếm hiện có. Tại những điểm này, người ta không thể tăng sản lượng của một loại hàng hóa nếu không cắt giảm sản lượng hàng hóa còn lại. Sở dĩ như vậy vì ở đây toàn bộ các nguồn lực khan hiếm đều đã được sử dụng, do đó, không có sự lãng phí. Trái lại, một điểm nằm trong đường giới hạn khả năng sản xuất, như điểm F trên hình 1.1 chẳng hạn, lại biểu thị một trạng thái *không hiệu quả* của nền kinh tế. Đó có thể là do nền kinh tế đang trong thời kỳ suy thoái, lao động cũng như các nguồn lực của nó

không được sử dụng đầy đủ, sản lượng các hàng hóa mà nó tạo ra thấp hơn so với năng lực sản xuất hiện có. Tại trạng thái không hiệu quả, (ví dụ, điểm F), xét về khả năng, người ta có thể tận dụng các nguồn lực hiện có để tăng sản lượng một loại hàng hóa mà không buộc phải cắt giảm sản lượng hàng hóa còn lại cũng như có thể đồng thời tăng sản lượng của cả hai loại hàng hóa.

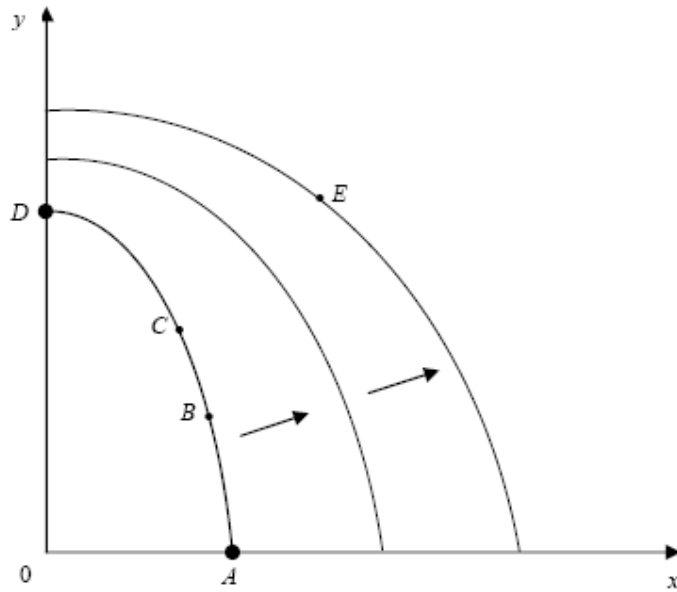
Giới hạn khả năng sản xuất của xã hội bị quy định bởi tính khan hiếm của các nguồn lực. Trong trường hợp này, xã hội phải đối mặt với sự đánh đổi và lựa chọn. Khi đã đạt đến trạng thái hiệu quả như các điểm nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất chỉ ra, nếu muốn có nhiều hàng hóa X hơn, người ta buộc phải chấp nhận sẽ có ít hàng hóa Y hơn và ngược lại. Cái giá mà ta phải trả để có thể được sử dụng nhiều hàng hóa X hơn chính là phải hy sinh một số lượng hàng hóa Y nhất định. Trong các trường hợp này, sự lựa chọn mà chúng ta thực hiện luôn luôn bao hàm một sự đánh đổi: để được thêm cái này, người ta buộc phải từ bỏ hay hy sinh một cái gì khác. Sự đánh đổi như thế là bản chất của các quyết định kinh tế. Rốt cuộc, điểm nào trên đường giới hạn khả năng sản xuất được xã hội lựa chọn? Điều này còn tùy thuộc vào sở thích của xã hội và trong các nền kinh tế hiện đại, sự lựa chọn này được thực hiện thông qua hoạt động của hệ thống thị trường.

Sự đánh đổi mà chúng ta mô tả thông qua đường giới hạn khả năng sản xuất cũng cho ta thấy thực chất khoản chi phí mà chúng ta phải gánh chịu để đạt được một cái gì đó. Đó chính là chi phí cơ hội.

Chi phí cơ hội để đạt được một thứ chính là cái mà ta phải từ bỏ để có nó. Trong nền kinh tế giả định chỉ có hai phương án sản xuất các hàng hóa X, Y nói trên, chi phí cơ hội của việc sản xuất thêm một lượng hàng hóa nào đó (ví dụ hàng hóa X) chính là số lượng hàng hóa khác (ở đây là hàng hóa Y) mà người ta phải hy sinh để có thể thực hiện được việc sản xuất nói trên. Nếu xuất phát chẳng hạn từ điểm C trên đường giới hạn khả năng sản xuất ở hình 1.1, ta thấy, nền kinh tế đang sản xuất ra 60 đơn vị hàng hóa X và 220 đơn vị hàng hóa Y. Chuyển từ C đến B , chúng ta nhận được thêm 10 đơn vị hàng hóa X, song phải từ bỏ 20 đơn vị hàng hóa Y.

Như vậy, 20 đơn vị hàng hóa Y là chi phí cơ hội để sản xuất 10 đơn vị hàng hóa X này. Xét một cách tổng quát hơn, chi phí cơ hội của việc sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa X chính là số lượng đơn vị hàng hóa Y ta phải từ bỏ để có thể dành nguồn lực cho việc sản xuất thêm này. Nó được đo bằng tỷ số $-\Delta Y/\Delta X$, vì thế có thể đo bằng giá trị tuyệt đối của độ dốc của đường giới hạn khả năng sản xuất tại từng điểm. Trong một số trường hợp, vì lý do đơn giản hóa, người ta giả định rằng, chi phí cơ hội của việc sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa nào đó là không đổi ở mọi điểm xuất phát. Khi đó đường giới hạn khả năng sản xuất được xem như một đường thẳng (có độ dốc không đổi). Trên thực tế, chi phí cơ hội của việc sản xuất một loại hàng hóa thường tăng dần lên khi chúng ta cứ tăng mãi sản lượng hàng hóa này. Vì thế, đường giới hạn khả năng sản xuất thường được biểu thị như một đường cong lồi, hướng ra ngoài gốc tọa độ.

Một đường giới hạn khả năng sản xuất cho ta thấy các số lượng hàng hóa tối đa mà xã hội có thể có được trong một giới hạn nhất định về nguồn lực. Như trên ta đã nói, điểm E là điểm không khả thi, vì với lượng nguồn lực khan hiếm hiện có, người ta không thể tạo ra được các khối lượng hàng hóa như điểm này biểu thị. Tuy nhiên, xã hội có thể sản xuất được tại điểm E nếu như nó có nhiều yếu tố sản xuất hơn, hoặc có được những công nghệ sản xuất tiên tiến hơn. Gắn với trạng thái mới về các nguồn lực (bao hàm cả trình độ công nghệ sản xuất), nền kinh tế của xã hội lại có một đường giới hạn khả năng sản xuất mới. Khi các nguồn lực gia tăng (theo thời gian, xã hội tích lũy được nhiều máy móc thiết bị hơn, tìm ra được các phương pháp sản xuất tiên tiến hơn v.v...), đường giới hạn khả năng sản xuất của xã hội dịch chuyển ra phía ngoài. Giới hạn khả năng sản xuất được mở rộng tạo khả năng cho xã hội có thể có thể sản xuất được nhiều hơn cả hàng hóa X lẫn hàng hóa Y. Liên tục mở rộng giới hạn khả năng sản xuất của mình theo thời gian chính là thực chất của quá trình tăng trưởng kinh tế của xã hội (hình 1.2).



Quy luật hiệu suất giảm dần: Hình dạng đường giới hạn khả năng sản xuất điển hình như một đường cong lõm cũng như giả định về chi phí cơ hội của việc sản xuất một loại hàng hóa có xu hướng tăng dần có liên quan đến một quy luật kinh tế được gọi là quy luật hiệu suất giảm dần.

Quy luật hiệu suất giảm dần phản ánh mối quan hệ giữa lượng hàng hóa đầu ra và lượng đầu vào góp phần tạo ra nó. Nội dung của quy luật này là: nếu các yếu tố đầu vào khác được giữ nguyên thì việc gia tăng liên tiếp một loại đầu vào khả biến duy nhất với một số lượng bằng nhau sẽ cho ta những lượng đầu ra tăng thêm có xu hướng ngày càng giảm dần. Có thể minh họa quy luật này bằng ví dụ sau.

Giả sử việc sản xuất lương thực cần đến hai loại đầu vào là lao động và đất đai (ở đây, đất đai đại diện cho các đầu vào khác không phải là lao động). Với một lượng đất đai cố định (ví dụ là 10 ha), sản lượng lương thực đầu ra tạo ra được sẽ tùy thuộc vào số lượng lao động (yếu tố đầu vào khả biến duy nhất) được sử dụng. Khi chưa có một đơn vị lao động nào được sử dụng, sản lượng lương thực đầu ra là bằng 0. Với 1 đơn vị lao động canh tác trên 10 ha nói trên, giả sử trong 1 năm người này sản xuất được 15 tấn lương thực. Khi bổ sung thêm 1 đơn vị lao động nữa, 2 lao động này có thể tạo ra trong 1 năm một khối lượng lương thực là 27

tấn. Ta nói rằng lượng lương thực tăng thêm nhờ có thêm đơn vị lao động thứ hai là 12 tấn ($27-15=12$). Vẫn với diện tích đất đai cố định như trên, nếu số lượng lao động lần lượt là 3, 4, 5 sản lượng lương thực được tạo ra giả sử lần lượt là 37, 46, 54,5 tấn. Khi lượng lao động gia tăng, tổng sản lượng lương thực ngày càng được sản xuất ra nhiều hơn, song lượng lương thực tăng thêm từ mỗi đơn vị lao động bổ sung thêm lại có xu hướng giảm dần (lượng lương thực có thêm nhờ đơn vị lao động thứ ba là 10 tấn, nhờ đơn vị lao động thứ tư là 9 tấn, nhờ đơn vị lao động thứ năm là 8,5 tấn).

Bảng 1.1: Số liệu minh họa quy luật hiệu suất giảm dần

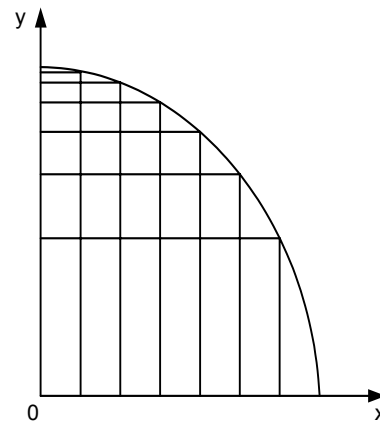
Lượng lao động	Sản lượng lương thực	Lượng lương thực tăng thêm nhờ có thêm 1 đơn vị lao động (tấn)
0	0	
1	15	15
2	27	12
3	37	10
4	46	9
5	54,5	8,5

Quy luật hiệu suất giảm dần là một hiện tượng thường bộc lộ trong nhiều trường hợp của đời sống kinh tế. Điều giải thích cho quy luật này nằm ở chỗ các đầu vào được gia tăng một cách không cân đối. Khi các đầu vào khác (ví dụ, đất đai) là cố định, việc tăng dần đầu vào lao động cũng có nghĩa là càng về sau, mỗi đơn vị lao động càng có ít hơn các đầu vào khác (ở đây là đất đai) để sử dụng. Đây là lý do khiến cho càng về sau, mỗi đơn vị lao động tăng thêm lại chỉ góp phần tạo ra lượng sản phẩm đầu ra tăng thêm (trong ví dụ trên là lương thực) giảm dần. Ở ví dụ trên, với mục đích minh họa, chúng ta cho quy luật hiệu suất giảm dần bộc lộ hiệu lực của nó ngay khi chúng ta bổ sung đơn vị lao động đầu tiên. Trên thực tế, quy luật này chỉ thể hiện như là một xu hướng. Khi số lượng lao động được sử dụng còn ít, việc tăng thêm một đơn vị lao động

có thể không chỉ làm tổng sản lượng đầu ra tăng thêm mà còn làm lượng đầu ra bổ sung cũng ngày một tăng (ở đây hiệu suất là tăng dần). Tuy nhiên, khi lượng lao động được sử dụng là đủ lớn (trong tương quan với lượng đầu vào khác là cố định), việc cứ tiếp tục bổ sung thêm lao động chắc chắn sẽ làm xu hướng hiệu suất giảm dần phát huy hiệu lực.

Quy luật hiệu suất giảm dần là một trong những lý do có thể giải thích xu hướng chi phí cơ hội tăng dần khi chúng ta muốn sản xuất ngày một nhiều hơn một loại hàng hóa trong điều kiện bị giới hạn bởi một tổ hợp đầu vào sẵn có nhất định. Thường thì các hàng hóa khác nhau có các yêu cầu về đầu vào không giống nhau. Mỗi ngành sản xuất đều sử dụng một số yếu tố sản xuất đặc thù (ví dụ, đất đai là đầu vào quan trọng của việc sản xuất nông sản, song nó lại có ý nghĩa ít hơn nhiều trong việc sản xuất ô tô. Việc bổ sung đất đai cho ngành sản xuất ô tô bằng cách rút nó ra khỏi ngành nông nghiệp có thể làm giảm nhiều sản lượng nông sản mà lại không làm tăng thêm bao nhiêu sản lượng ô tô. Ngược lại, chuyển những lao động lành nghề từ ngành công nghiệp ô tô sang ngành nông nghiệp có thể làm sản lượng nông nghiệp tăng lên không nhiều trong khi lại có thể làm sản lượng ô tô sụt giảm mạnh). Do đó, khi muốn tăng thêm sản lượng của một loại hàng hóa X chẳng hạn, ở điểm hiệu quả trên đường giới hạn khả năng sản xuất, người ta buộc phải phân bổ lại nguồn lực bằng cách rút chúng ra khỏi lĩnh vực sản xuất hàng hóa Y. Việc bổ sung các nguồn lực cho việc sản xuất X thường không thực hiện được một cách cân đối: các yếu tố sản xuất đặc thù mà ngành sản xuất X đòi hỏi thường không được bổ sung một cách tương ứng như các yếu tố sản xuất khác. Điều này làm cho quy luật hiệu suất giảm dần có thể phát huy tác dụng. Với những lượng hàng hóa Y hy sinh bằng nhau, ta chỉ nhận được lượng hàng hóa X tăng thêm ngày một giảm dần. Nói cách khác, để có thể sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa X như nhau, số lượng hàng hóa Y ta phải từ bỏ sẽ tăng dần. Chi phí cơ hội của việc sản xuất, vì thế, thường được giả định một cách hợp lý là tăng dần. (Chúng ta cũng có thể nói như vậy đối với chi phí cơ hội của việc sản xuất hàng hóa Y). (Hình 1.3).

Khi chi phí cơ hội của việc sản xuất một loại hàng hóa được xem là tăng dần, độ dốc của đường giới hạn khả năng sản xuất không phải là cố định mà có xu hướng tăng dần khi ta di chuyển từ trái sang phải. Vì thế đường giới hạn khả năng sản xuất điển hình thường được mô tả như một đường cong lồi.



Hình 1.3: Chi phí cơ hội tăng dần và hình dáng PPF

1.1.3. Các vấn đề kinh tế cơ bản của xã hội

Sự khan hiếm của các nguồn lực quy định sự khan hiếm của các sản vật đầu ra (trong kinh tế học, người ta thường gọi chung là các hàng hóa). Trong thế giới thực, ta thấy có rất ít hàng hóa miễn phí, được hiểu là những thứ mà ta có thể nhận được song không phải từ bỏ bất cứ cái gì. (Trong một chừng mực nào đó, có thể coi không khí mà chúng ta cần để hít thở là một loại hàng hóa không khan hiếm, hay hàng hóa miễn phí. Tuy nhiên, cùng với việc dân số tăng lên, môi trường càng ngày càng ô nhiễm, không khí trong lành cũng dần trở nên khan hiếm). Khi trạng thái khan hiếm được coi là phổ biến, để duy trì sự tồn tại và phát triển của mình, mọi xã hội đều phải đương đầu với những sự lựa chọn: sản xuất cái gì? Sản xuất như thế nào? và sản xuất cho ai? Đây chính là ba vấn đề kinh tế cơ bản mà mọi xã hội đều phải giải quyết.

Sản xuất cái gì? Nội dung của vấn đề này bao gồm: ở mỗi thời điểm xác định, xã hội nên sản xuất những hàng hóa hay dịch vụ nào? với các chủng loại cụ thể ra sao? Mỗi thứ hàng hóa hay dịch vụ cần được sản xuất với những khối lượng nào? Do buộc phải đánh đổi hay lựa chọn nên người ta không thể không cân nhắc giữa việc nên sản xuất nhiều lương thực, thực phẩm hơn để tiêu dùng hay để dành nguồn lực cho việc sản xuất vũ khí nhiều hơn để đáp ứng nhu cầu về quốc phòng? Nên tăng cường việc sản xuất những mặt hàng tiêu dùng cho nhu cầu hiện tại hay

để dành nguồn lực cho việc xây dựng thêm các nhà máy, đường xá v.v... nhằm tăng cường năng lực sản xuất của xã hội?

“Sản xuất cái gì?” sở dĩ được coi là một vấn đề kinh tế cơ bản vì các nguồn lực mang tính khan hiếm. Nếu các nguồn lực là vô hạn, việc sản xuất quá nhiều lương thực do hậu quả của những quyết định ngẫu hứng, thiếu cân nhắc sẽ không buộc chúng ta phải trả giá gì. Có thể một số lượng lương thực nào đó được sản xuất ra song không được sử dụng, song vì nguồn lực là vô hạn, chúng ta vẫn có thể sản xuất đủ các hàng hóa khác mà chúng ta mong muốn. Việc sản xuất quá nhiều lương thực không buộc chúng ta phải từ bỏ các hàng hóa khác. Rõ ràng, trong trường hợp này, vấn đề lựa chọn để sản xuất hàng hóa nào không cần thiết phải đặt ra.

Sản xuất như thế nào? Với danh mục và số lượng các hàng hóa được lựa chọn để sản xuất, xã hội cũng cần phải cân nhắc xem có thể sản xuất ra chúng bằng những cách thức sản xuất thích hợp nào? Để tạo ra cùng một loại hàng hóa, người ta có thể sử dụng những hình thức và công nghệ sản xuất khác nhau. Chẳng hạn, có thể sản xuất ra một sản lượng điện nhất định bằng cách xây dựng một nhà máy thủy điện lớn hay nhiều nhà máy thủy điện nhỏ, đặt phân tán ở những vùng khác nhau. Cũng có thể làm ra điện từ các nhà máy nhiệt điện. Việc sản xuất điện thông qua xây dựng các nhà máy nhiệt điện lại có thể thực hiện trên cơ sở các phương án khác nhau, dựa trên các nguồn năng lượng khác nhau: than đá, dầu mỏ hay khí đốt tự nhiên... Cuối cùng, việc cung cấp điện cho nền kinh tế có thể được thực hiện thông qua các công ty nhà nước song cũng có thể thực hiện thông qua các công ty tư nhân. Cần phải lựa chọn cách thức sản xuất như thế nào, với các kết hợp đầu vào ra sao, công nghệ gì? v.v... chính là vấn đề kinh tế cơ bản thứ hai mà xã hội phải giải quyết. Nguồn gốc của vấn đề này cũng liên quan đến sự khan hiếm. Một khi nguồn lực không phải là vô hạn, việc lựa chọn cách thức sản xuất hợp lý là cần thiết, vì nếu không, người ta sẽ buộc phải trả giá.

Sản xuất cho ai? Rót cục những hàng hóa hay dịch vụ mà xã hội tạo ra được phân phối ra sao giữa những nhóm xã hội hay cá nhân khác nhau?

Ai là những người được sử dụng, hưởng lợi từ những hàng hóa này? Trong tổng sản lượng hàng hóa hay dịch vụ mà xã hội sản xuất ra, ai là người nên được hưởng phần nhiều hơn, còn ai buộc phải hưởng ít hơn? Nên phân phối đồng đều các hàng hóa giữa các cá nhân hoặc nhóm xã hội hay chấp nhận sự chênh lệch giàu, nghèo? Sự chênh lệch trong phân phối này, nếu được phép tồn tại thì liệu nó có cần phải đặt trong một giới hạn nào đó không? Nói tóm lại, phân phối những hàng hóa khan hiếm như thế nào cũng là một vấn đề kinh tế cơ bản mà mọi xã hội đều phải xử lý. Khi không có tình trạng khan hiếm, người ta sẽ dễ dàng có được các hàng hóa mà họ mong muốn. Khi đó không cần phải lựa chọn cách thức phân phối: mọi người có thể sử dụng hàng hóa theo nhu cầu của mình. Ngược lại, trong một thế giới còn sự khan hiếm, khi một người được nhiều hơn trong chiếc “bánh hàng hóa” mà xã hội tạo ra, cũng có nghĩa là ai đó phải nhận phần ít hơn. Các cách phân phối hàng hóa hay thu nhập khác nhau, chắc chắn sẽ đem lại hệ quả khác nhau. Xã hội cần phải lựa chọn cách thức phân phối nào đó để có thể tạo ra những động lực cần thiết nhằm duy trì sự tồn tại và phát triển không ngừng của mình.

“Sản xuất cái gì, như thế nào và cho ai?” là những vấn đề kinh tế chung mà các xã hội khác nhau từ xưa đến nay đều phải giải quyết. Tuy nhiên, trong các hệ thống kinh tế khác nhau, cách thức giải quyết các vấn đề này cũng khác nhau.

1.1.4. Các hệ thống kinh tế

Phương thức xử lý khác nhau các vấn đề kinh tế cơ bản giúp chúng ta có thể phân biệt được một hệ thống kinh tế này với một hệ thống kinh tế khác. Trong các nền kinh tế hiện đại, người ta thường nói đến ba loại hình hệ thống kinh tế: kinh tế chỉ huy, kinh tế thị trường tự do và kinh tế hỗn hợp.

Kinh tế chỉ huy (hay còn được gọi là kinh tế kế hoạch hóa tập trung): Nền kinh tế chỉ huy là một hệ thống kinh tế trong đó mọi quyết định về sản xuất, phân phối và tiêu thụ hàng hóa đều tập trung vào nhà nước. Thông qua các cơ quan kế hoạch của mình, nhà nước trực tiếp quyết định sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai?

Hệ thống kinh tế chỉ huy đã từng tồn tại ở Liên xô và các nước xã hội chủ nghĩa cũ trước đây. Ở các nước này, các nguồn lực cho sản xuất được phân bổ một cách tập trung thông qua các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội mà các cơ quan kế hoạch của nhà nước soạn thảo. Các xí nghiệp do nhà nước sở hữu và các hợp tác xã do nhà nước chi phối nắm giữ hầu hết các nguồn lực kinh tế của xã hội. Thông qua các chỉ tiêu kế hoạch mà nhà nước giao cho các tổ chức kinh tế, trên thực tế, nhà nước đã quyết định các hàng hóa hay dịch vụ cụ thể mà xã hội cần phải sản xuất. Gắn với các chỉ tiêu sản lượng hàng hóa được giao, các xí nghiệp được nhà nước cấp vốn, được trang bị máy móc, thiết bị, được đầu tư xây dựng nhà xưởng, được giao vật tư, nguyên liệu, được tuyển dụng lao động... một cách tương ứng. Các hàng hóa được sản xuất ra cũng được nhà nước chỉ định nơi tiêu thụ, được bán theo những mức giá mà nhà nước quy định. Tiền lương hay thu nhập của những người lao động làm việc trong khu vực nhà nước (khu vực chính của nền kinh tế) bị quy định chặt chẽ theo hệ thống thang, bậc lương mà nhà nước ban hành với quỹ lương mà nhà nước cấp và khống chế. Các xí nghiệp nhà nước có nghĩa vụ hoàn thành các chỉ tiêu sản lượng mà kế hoạch nhà nước giao. Các khoản lãi mà xí nghiệp tạo ra, về cơ bản bị nhà nước thu. Bù lại, khi bị thua lỗ, xí nghiệp được nhà nước trợ cấp, “bù lỗ”. Các tổ chức sản xuất, hay thương mại trong nền kinh tế về thực chất là những tổ chức hoàn toàn lệ thuộc vào nhà nước. Nhà nước điều hành nền kinh tế bằng một hệ thống kế hoạch chi tiết, phức tạp.

Trên thực tế, không có một nền kinh tế chỉ huy thuần túy. Tính phức tạp của việc ra quyết định một cách tập trung như vậy về mọi vấn đề kinh tế của xã hội khiến cho nó khó có thể thực hiện một cách trọn vẹn. Ngay cả ở một nền kinh tế được kế hoạch hóa một cách tập trung cao độ như Liên Xô trước đây, một số quyết định kinh tế thứ yếu vẫn được thực hiện một cách phi tập trung. Chẳng hạn, với khoản tiền lương mà mình nhận được, người lao động vẫn có thể có quyền lựa chọn các hàng hóa cụ thể để tiêu dùng. Tuy nhiên, do các hàng hóa chủ yếu được bán trong các cửa hàng của nhà nước, theo giá cả và đôi khi là cả khối lượng mà nhà nước quy định, rõ ràng, sự lựa chọn này bị ràng buộc trong những giới hạn nhất định.

Kinh tế thị trường tự do: là hệ thống kinh tế đối nghịch với kinh tế chỉ huy. Ở đây không phải nhà nước mà là các lực lượng thị trường chi phối các quá trình kinh tế. Chính thị trường hay đúng hơn, các quy luật vốn có của nó quyết định xã hội nên sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai? Một nền kinh tế thị trường tự do hàm nghĩa rằng, bàn tay vô hình của thị trường sẽ hướng người ta đi đến các quyết định về các vấn đề kinh tế cơ bản mà không cần đến sự can thiệp của nhà nước.

Đương nhiên, xét một cách trực tiếp, trong nền kinh tế thị trường, các chủ doanh nghiệp vẫn là những người ra quyết định xem những hàng hóa nào cần được sản xuất. Nhưng khi họ sản xuất ra những chiếc ô tô, hay xe máy thì không phải vì họ nhận thấy đó là những hàng hóa mà ai đó trong xã hội đang cần và họ có trách nhiệm phải cung cấp hay phục vụ. Những người này sản xuất ô tô hay xe máy vì chúng là phương tiện có khả năng mang lại cho họ lợi nhuận. Những chiếc ô tô hay xe máy được sản xuất ra vì chúng có thể bán được trên thị trường và đem lại sự giàu có cho những người sản xuất. Khi có nhiều người hỏi mua xe máy, và giá cả của nó trên thị trường tăng lên, người sản xuất sẽ có xu hướng gia tăng sản lượng xe máy. Ngược lại, khi nhu cầu của thị trường về xe máy thu hẹp, giá cả xe máy giảm xuống, số lượng xe máy sẽ được sản xuất ít đi. Khi thị trường không còn cần đến một hàng hóa nào đó (hoặc không bán được, hoặc chỉ bán được với mức giá rất thấp khiến người sản xuất phải thua lỗ trong dài hạn), nó sẽ phải bị đưa ra khỏi danh mục các hàng hóa được lựa chọn của những người sản xuất. Ở đây, việc “sản xuất cái gì” của những người sản xuất bị dẫn dắt bởi bàn tay vô hình của thị trường (được hình thành như kết quả tương tác của nhiều người sản xuất và tiêu dùng trên thị trường) chứ không phải do mệnh lệnh của nhà nước hay một cá nhân nào đó trong xã hội.

Trong hệ thống kinh tế thị trường tự do, thị trường cũng là yếu tố quyết định người ta phải “sản xuất như thế nào”. Khi theo đuổi mục tiêu lợi nhuận, với áp lực cạnh tranh trên thị trường, những người sản xuất luôn phải cân nhắc để có thể lựa chọn được các cách thức sản xuất phù hợp, cho phép họ tối thiểu hóa chi phí. Sự lên xuống của giá cả các yếu tố sản xuất luôn tác động đến sự lựa chọn này. Như ta đã biết, để sản xuất ra

cùng một loại hàng hóa, nói chung, người ta có thể sử dụng nhiều cách thức sản xuất khác nhau. Tuy nhiên, ở một nơi mà giá nhân công rẻ hơn nhiều so với giá các yếu tố sản xuất khác, người ta thường hướng đến các cách thức sản xuất trong đó lao động được sử dụng nhiều hơn. Không phải ngẫu nhiên mà ở nước ta, tại nhiều vùng nông thôn “đất chật, người đông”, những phương pháp canh tác “tiên tiến”, sử dụng nhiều máy móc, thiết bị trong nông nghiệp khó được áp dụng. Trong điều kiện giá nhân công rẻ, việc sử dụng nhiều máy móc, thiết bị đắt tiền thay thế cho lao động có thể là phương cách sản xuất không hiệu quả. Ngược lại, khi giá nhân công tăng cao, việc thay thế lao động bằng máy móc lại thường được lựa chọn. Sự vận động của giá cả các yếu tố sản xuất khác cũng chi phối theo kiểu như vậy đối với sự lựa chọn của các doanh nghiệp về cách thức sản xuất.

Vấn đề “sản xuất cho ai” được giải quyết như thế nào trong một nền kinh tế thị trường tự do? Nói một cách đơn giản, thị trường luôn dành các hàng hóa cho những người có tiền, có khả năng trả tiền. Chúng ta có thể coi là bất công khi người ta sản xuất ra những chiếc ô tô đắt tiền không phải cho tôi hay bạn, những người chỉ có mức thu nhập “khiêm tốn”, mà là cho những người giàu có. Nhưng kinh tế thị trường tự do là như vậy. Trong nền kinh tế này, một số người nào đó có thể có được phần nhiều hơn trong “chiếc bánh” mà xã hội làm ra, trong khi những người khác lại chỉ có thể nhận được những phần ít ỏi. Cách thức thị trường phân phối hàng hóa hay thu nhập cho các cá nhân trong xã hội liên quan trực tiếp đến sự vận hành của thị trường các yếu tố sản xuất. Ở đây, thu nhập của mỗi người được hình thành nhờ việc bán hay cho thuê các yếu tố sản xuất như lao động, đất đai, tư bản (vốn), bí quyết sản xuất (công nghệ) mà mình sở hữu. Tùy thuộc vào việc xã hội có nhu cầu như thế nào về các yếu tố này cũng sự khan hiếm, khả năng cung ứng chúng mà giá cả các yếu tố sản xuất cao hay thấp. Số lượng các yếu tố sản xuất mà người ta nắm giữ và giá cả của chúng trên thị trường sẽ là những nhân tố chủ yếu chi phối mức thu nhập mà mỗi người nhận được. Trong các xã hội thị trường, những người có tài năng lao động đặc biệt (sở hữu một yếu tố sản xuất đặc biệt khan hiếm) như các ca sĩ hay cầu thủ bóng đá nổi tiếng, có khả năng cung ứng ra thị trường những hàng hóa được đông đảo công

chúng ưa thích (các bài hát và các show biểu diễn để người ta nghe và xem hay các trận bóng đá để những người hâm mộ thưởng thức) thường có thu nhập rất cao. Trong khi đó, những người chỉ có khả năng làm các công việc giản đơn như lau nhà, bốc vác thường phải nhận những mức lương thấp. Hoạt động của thị trường yếu tố sản xuất, về cơ bản, quyết định quá trình phân phối thu nhập. Trên cơ sở này, thị trường quyết định phần hàng hóa hay dịch vụ mà mỗi người được hưởng trong tổng sản lượng hàng hóa và dịch vụ mà xã hội tạo ra.

Trên thực tế, không tồn tại những nền kinh tế thị trường hoàn toàn tự do. Ngay ở Hồng Kông, nơi thường được xem là có nền kinh tế thị trường tự do nhất trên thế giới, nhà nước vẫn không hoàn toàn để mặc cho thị trường tự do xử lý mọi vấn đề kinh tế. Nhà nước vẫn can thiệp vào việc cung cấp các loại hàng hoá công cộng như bảo đảm an ninh, quốc phòng, xây dựng đường xá hay phát triển hệ thống y tế công cộng cũng như nhiều lĩnh vực khác. Năm 2003, khi dịch SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome - Hội chứng hô hấp cấp tính nặng) bùng phát ở vùng lãnh thổ này, nhà nước chứ không phải thị trường đã có những biện pháp quyết liệt để có thể nhanh chóng khống chế và dập tắt nạn dịch này.

Kinh tế hỗn hợp: Trong khi các mô hình kinh tế chỉ huy cũng như kinh tế thị trường hoàn toàn tự do ít tồn tại trên thực tế, hầu hết các nền kinh tế trong thế giới hiện nay là những nền kinh tế hỗn hợp.

Kinh tế hỗn hợp là một nền kinh tế trong đó cả thị trường và nhà nước, trong mối quan hệ tương tác lẫn nhau đều đóng vai trò quan trọng trong việc giải quyết các vấn đề kinh tế cơ bản của xã hội: sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai? Trong một nền kinh tế hỗn hợp điển hình, thị trường là nhân tố chủ yếu chi phối, dẫn dắt các quyết định kinh tế của hàng triệu người sản xuất và tiêu dùng. Tuy nhiên, nhà nước cũng tham gia tích cực và có vai trò quan trọng trong việc xử lý nhiều vấn đề kinh tế của xã hội. Trong nền kinh tế hỗn hợp, các hàng hoá như lương thực, quần áo, ô tô và nhiều thứ khác vẫn được sản xuất, phân phối và trao đổi theo những tín hiệu thị trường, trên cơ sở mối quan hệ giao dịch tự nguyện giữa những người mua và người bán trên các thị trường cụ thể.

Tuy nhiên, vì những lý do khác nhau, nhà nước vẫn tham gia trực tiếp vào việc sản xuất một số mặt hàng (như quốc phòng, điện, nước sạch v.v...) hay gián tiếp ảnh hưởng đến việc sản xuất các hàng hoá của khu vực tư nhân (nhà nước có thể cấm đoán việc sản xuất, buôn bán những mặt hàng như ma tuý; hạn chế việc kinh doanh một số mặt hàng như thuốc lá, bia, rượu; khuyến khích việc cung ứng, tiêu dùng một số mặt hàng như sách giáo khoa cho học sinh, muối i ốt, nước sạch v.v...). Nhà nước tác động đến hành vi của những người sản xuất và tiêu dùng thông qua nhiều công cụ như pháp luật, thuế khoá, các khoản trợ cấp v.v... Chống độc quyền hay các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, bảo vệ môi trường, ổn định hoá và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phân phối lại thu nhập để theo đuổi những mục tiêu công bằng nhất định v.v... là những mối quan tâm khác nhau của các nhà nước trong nền kinh tế hỗn hợp.

Sự phân biệt các hệ thống kinh tế nói trên, trong một chừng mực nhất định, là có ý nghĩa tương đối. Trong thế giới mà chúng ta đang sống, hiếm có nước nào mà ở đó các quan hệ thị trường không tồn tại, hoàn toàn không tham gia vào việc chi phối các quyết định sản xuất, tiêu thụ của người dân. Song cũng không ở đâu mà nhà nước lại không đóng một vai trò nào đó trong nền kinh tế. Tuy nhiên, không vì thực tế này mà người ta lại không coi Liên Xô trước đây là một nền kinh tế chỉ huy tương đối điển hình. Khi nói đến nền kinh tế hỗn hợp, người ta ngụ ý rằng trong hệ thống này, cả nhà nước lẫn thị trường đều là những lực lượng quan trọng chi phối các tiến trình kinh tế. Song ở đại đa số các nền kinh tế hỗn hợp, thị trường vẫn là yếu tố nền tảng dẫn dắt các quyết định kinh tế. Mức độ can thiệp khác nhau vào nền kinh tế của nhà nước tạo ra một dải đa dạng các mô hình kinh tế trong một khuôn mẫu chung của cái gọi là nền kinh tế hỗn hợp. Khi các quan hệ thị trường đóng vai trò là các quan hệ nền tảng trong đời sống kinh tế, đôi khi người ta vẫn gọi các nền kinh tế này là các nền kinh tế thị trường.

1.2. Kinh tế học là gì?

1.2.1. Định nghĩa về kinh tế học

Có thể có nhiều định nghĩa khác nhau về kinh tế học. Chẳng hạn, trong cuốn “Kinh tế học” của P.A. Samuelson & W.D. Nordhaus, kinh tế học được mô tả là một môn khoa học “ nghiên cứu về các xã hội sử dụng các nguồn lực khan hiếm ra sao để sản xuất các hàng hóa hữu ích và phân phối chúng giữa những nhóm người khác nhau”⁽¹⁾. Trong một cuốn giáo trình kinh tế học khác, người ta cho rằng “ Kinh tế học *nghiên cứu cách thức xã hội giải quyết ba vấn đề: sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai*”⁽²⁾. Đôi khi, để nhấn mạnh kinh tế học hiện đại chủ yếu quan tâm đến các nền kinh tế thị trường, người ta lại định nghĩa nó như “một môn khoa học xã hội, tập trung nghiên cứu *hành vi ứng xử hợp lý của các cá nhân và doanh nghiệp khi chúng quan hệ với nhau thông qua trao đổi trên thị trường*”⁽³⁾ v.v...

Thật ra, đây chỉ là các cách thức diễn đạt khác nhau về đối tượng nghiên cứu của kinh tế học. Có sự thừa nhận chung là: thứ nhất, kinh tế học là một môn khoa học xã hội, vì nó tập trung nghiên cứu và phân tích về hành vi con người. Nói đến các cách thức xã hội sử dụng các nguồn lực kinh tế, thật ra vẫn phải quy về việc phân tích hành vi của các cá nhân sản xuất và tiêu dùng có liên quan đến việc sử dụng những nguồn lực trên. Thứ hai, khác với các khoa học xã hội khác (như Tâm lý học, Chính trị học v.v...) cũng quan tâm đến hành vi của con người, kinh tế học chỉ tập trung nghiên cứu về hành vi *kinh tế* của con người. Đó là những hành vi lựa chọn trong các lĩnh vực sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu dùng. Như ta đã biết, các vấn đề kinh tế chỉ nảy sinh khi có sự khan hiếm. Vì vậy, hành vi kinh tế của các cá nhân luôn luôn gắn chặt với tình trạng khan hiếm của các nguồn lực. Thứ ba, khi các nguồn lực là khan hiếm, lựa chọn kinh tế của các cá nhân hay xã hội có thể quy về những lựa chọn

¹ P.A. Samuelson & W.D. Nordhaus. “Economics”, Fourteenth Edition. McGRAW-HILL, INC., 1992. (Tr.3)

² D.Begg, S. Fischer, R. Dornbusch. “Kinh tế học”. NXB Giáo dục & Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Hà nội, 1992. (Tr. 2)

³ J. Hirshleifer, A. Glazer. “Lý thuyết giá cả và sự vận dụng”. NXB Khoa học và Kỹ thuật. Hà nội, 1996. (Tr.24)

cơ bản nhất mà mọi cộng đồng người đều phải đối diện: sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai. Thứ tư, theo nghĩa rộng, kinh tế học có thể nghiên cứu cách thức xã hội quản lý các nguồn lực khan hiếm cả trong các hệ thống kinh tế thị trường (có tính đến sự can thiệp của nhà nước) lẫn các hệ thống kinh tế phi thị trường. Tuy nhiên, như ở trên chúng ta đã đề cập, trong điều kiện của thế giới đương đại, mô hình kinh tế hỗn hợp hay kinh tế thị trường là mô hình phổ biến. Vì thế, kinh tế học thị trường vẫn là nội dung chính của kinh tế học.

Tóm lại, bỏ qua những khác biệt trong các cách “nhân” khác nhau của phương thức diễn đạt, có thể định nghĩa: *Kinh tế học là môn khoa học xã hội nghiên cứu về cách thức lựa chọn của các cá nhân và xã hội trong việc sử dụng các nguồn lực khan hiếm để sản xuất các sản phẩm đầu ra (hữu hình và vô hình) và phân phối chúng cho các thành viên khác nhau của xã hội.*

1.2.2. Kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô

Hoạt động kinh tế của xã hội có thể xem xét dưới nhiều góc độ khác nhau. Nó có thể hàm chứa cả những khía cạnh kỹ thuật của quá trình sản xuất. Tuy nhiên, đối tượng nghiên cứu của kinh tế học không phải là những vấn đề kỹ thuật. Nó chỉ quan tâm đến kỹ thuật hay công nghệ dưới góc nhìn kinh tế. Ví dụ, với các kỹ thuật sản xuất mà xã hội hiện có, việc lựa chọn cách thức sản xuất (hay kỹ thuật sản xuất) nào là hợp lý? Hay: những biến đổi trong kỹ thuật sản xuất sẽ đem lại những hậu quả kinh tế gì? Sự lựa chọn các quyết định có tính chất kinh tế luôn gắn liền với việc so sánh và cân nhắc giữa chi phí và lợi ích của những người có liên quan.

Với cách hiểu như vậy, có thể nói, kinh tế học quan tâm đến các lựa chọn kinh tế (và các hậu quả của chúng) trong phạm vi xã hội nói chung. Tuy nhiên, khi đối tượng nghiên cứu của kinh tế học được giới hạn lại trong một lĩnh vực cụ thể, xác định nào đó, nó phát triển thành các môn kinh tế học cụ thể như: kinh tế học tiền tệ - ngân hàng, kinh tế học môi trường, kinh tế học nhân lực hay kinh tế học công cộng v.v... Chẳng hạn, kinh tế học công cộng chính là môn khoa học ứng dụng các nguyên lý kinh tế học vào việc xem xét, phân tích hoạt động của khu vực công

cộng. Các môn kinh tế học cụ thể có thể được xem như những nhánh khác nhau của kinh tế học. Song, khác với việc rẽ nhánh sâu vào các lĩnh vực cụ thể của đối tượng nghiên cứu, ở phạm vi rộng hơn, kinh tế học bao gồm hai phân nhánh chính: kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô.

Kinh tế học vi mô: Kinh tế học vi mô tập trung nghiên cứu các hành vi của các cá nhân (những người sản xuất và người tiêu dùng) trên từng thị trường hàng hóa riêng biệt. Nền kinh tế được hợp thành từ nhiều thị trường hàng hoá khác nhau (các thị trường: vải vóc, quần áo, ô tô, gạo, máy móc, lao động v.v...). Khi nghiên cứu về các lựa chọn kinh tế, kinh tế học vi mô xem xét những lựa chọn này trong khuôn cảnh của một thị trường cụ thể nào đó. Nói chung, nó tạm thời bỏ qua những tác động xuất phát từ các thị trường khác. Nó giả định các đại lượng kinh tế chung của nền kinh tế như mức giá chung, tỷ lệ thất nghiệp v.v... như là những biến số đã xác định. Hướng vào từng thị trường cụ thể, nó xem xét xem những cá nhân như người tiêu dùng, nhà kinh doanh (hay doanh nghiệp), nhà đầu tư, người có tiền tiết kiệm, người lao động v.v... lựa chọn các quyết định như thế nào? Nó quan tâm xem sự tương tác lẫn nhau giữa những người này, trên một thị trường riêng biệt nào đó, diễn ra như thế nào và tạo ra những kết cục gì? Chẳng hạn, khi phân tích về thị trường vải, nhà kinh tế học vi mô sẽ quan tâm đến những vấn đề như: những yếu tố nào chi phối các quyết định của những người tiêu dùng vải? Nhu cầu về vải của mỗi cá nhân và của cả thị trường được hình thành như thế nào và biến động ra sao? Người sản xuất vải sẽ lựa chọn các quyết định như thế nào khi đối diện với các vấn đề như: số lượng công nhân cần thuê? lượng máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu cần đầu tư, mua sắm? sản lượng vải nên sản xuất? Khi những người tiêu dùng và người sản xuất vải tham gia và tương tác với nhau trên thị trường thì sản lượng và giá cả vải sẽ hình thành và biến động như thế nào? Thật ra, các biến số giá cả và sản lượng thường quan hệ chặt chẽ với nhau. Giá cả thị trường của một loại hàng hoá một mặt, được hình thành như là kết quả tương tác lẫn nhau của nhiều người tham gia vào các giao dịch thị trường (những người tiêu dùng với nhau, những người sản xuất với nhau và khối những người tiêu dùng và khối những người sản xuất với nhau); mặt khác, lại ảnh hưởng trở lại đến các

quyết định của những người này. Vì thế, lý thuyết kinh tế học vi mô đôi khi còn được gọi là lý thuyết giá cả.

Các thị trường thường có quan hệ, ảnh hưởng lẫn nhau. Những biến động trên thị trường vải chắc chắn có liên quan đến những biến động trên thị trường quần áo may sẵn. Khi chúng ta tách ra một thị trường để nghiên cứu, coi những yếu tố có liên quan từ thị trường khác là đã biết và giả định là không thay đổi (do ảnh hưởng trở lại từ thị trường mà ta đang khảo sát được xem là không đáng kể hay tạm thời bị bỏ qua), thì thực ra, đây là một sự đơn giản hoá. Tuy nhiên, sự đơn giản hoá như vậy luôn cần thiết trong nghiên cứu khoa học, khi người ta buộc phải tập trung vào những khía cạnh cốt yếu của vấn đề cần phải khảo sát. Phép phân tích như thế được gọi là phân tích cục bộ và trong kinh tế học vi mô nó được sử dụng như là phương pháp phân tích chủ yếu. Đương nhiên, trong nhiều trường hợp, ảnh hưởng ngược mà ta đề cập ở trên là đáng kể và không thể bỏ qua, người ta phải dùng phương pháp phân tích phức tạp hơn được gọi là phép phân tích tổng thể chung. Với phép phân tích này, sự tác động qua lại của các thị trường có liên quan đến thị trường vải sẽ phải được tính đến khi chúng ta phân tích về chính thị trường vải.

Kinh tế học vĩ mô: Kinh tế học vĩ mô tập trung xem xét nền kinh tế như một tổng thể thống nhất. Nó không nhìn nền kinh tế thông qua cái nhìn về từng thị trường hàng hoá cụ thể cũng giống như trường hợp người họa sỹ nhìn một cánh rừng một cách tổng thể thường không để mất một cách chi tiết đến từng cái cây. Người họa sỹ có thể vẽ một cánh rừng mà không nhất thiết phải thể hiện chi tiết những cái cây trong đó.

Khi phân tích những lựa chọn kinh tế của xã hội, kinh tế học vĩ mô quan tâm đến đại lượng hay biến số tổng hợp của cả nền kinh tế. Cũng là phân tích về giá cả, song nó không quan tâm đến những biến động của từng loại giá cụ thể như giá vải, giá lương thực, mà là chú tâm vào sự dao động của mức giá chung. Cần có những kỹ thuật tính toán để có thể quy các mức giá cụ thể của những hàng hoá riêng biệt về mức giá chung của cả nền kinh tế, song đó là hai loại biến số hoàn toàn khác nhau. Sự thay đổi trong mức giá chung được thể hiện bằng tỷ lệ lạm phát. Đo lường tỷ

lệ lạm phát, giải thích nguyên nhân làm cho lạm phát là cao hay thấp, khảo cứu hậu quả của lạm phát đối với nền kinh tế cũng như các khả năng phản ứng chính sách từ phía nhà nước v.v... là góc nhìn của kinh tế học vĩ mô về giá cả. Cũng có thể nói như vậy về biến số sản lượng. Khi chỉ quan tâm đến sản lượng của các hàng hoá cụ thể, nghĩa là ta vẫn đang nhìn sản lượng dưới góc nhìn của kinh tế học vi mô. Kinh tế học vĩ mô không chú tâm vào sản lượng của các hàng hoá cụ thể như vải hay lương thực mà quan tâm đến tổng sản lượng của cả nền kinh tế. Tổng sản lượng đó được hình thành như thế nào, do những yếu tố nào quy định, biến động ra sao? Những chính sách nào có thể thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dài hạn (hay sự gia tăng liên tục của tổng sản lượng)? v.v... Đó là những câu hỏi mà kinh tế học vĩ mô cần giải đáp.

Kinh tế học vĩ mô cũng có thể chia nền kinh tế thành những cấu thành bộ phận để khảo cứu, phân tích. Song khác với kinh tế học vi mô, các bộ phận cấu thành này vẫn mang tính tổng thể của cả nền kinh tế. Ví dụ, nó xem các kết quả vĩ mô như là sản phẩm của sự tương tác giữa thị trường hàng hoá, thị trường tiền tệ, thị trường lao động. Tuy nhiên, ở đây các thị trường trên đều được xem xét như là các thị trường chung, có tính chất tổng hợp của toàn bộ nền kinh tế.

Như vậy, kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô thể hiện các cách nhìn hay tiếp cận khác nhau về đối tượng nghiên cứu. Chúng là hai phân nhánh khác nhau của kinh tế học, song có quan hệ chặt chẽ với nhau. Những tri thức kinh tế học vi mô là nền tảng của các hiểu biết về nền kinh tế vĩ mô. Để có những hiểu biết về thị trường lao động chung hay tỷ lệ thất nghiệp của nền kinh tế, người ta cần phải nắm được cách lựa chọn hay phản ứng của người lao động và doanh nghiệp diễn hình trên một thị trường lao động cụ thể.

1.2.3. Phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc trong kinh tế học

Đứng trước cùng một hiện tượng kinh tế (ví dụ, sự kiện giá dầu mỏ liên tục tăng trong thời gian gần đây và vượt ngưỡng 60 USD/thùng), các nhà kinh tế có thể có hai cách tiếp cận: phân tích thực chứng và phân tích

chuẩn tắc. Đây là hai cách nhìn nhận khác nhau về cùng một đối tượng hay vấn đề kinh tế.

Phân tích thực chứng là cách phân tích trong đó người ta cố gắng lý giải khách quan về bản thân các vấn đề hay sự kiện kinh tế. Khi giá dầu mỏ liên tục gia tăng trên thị trường thế giới, nhà kinh tế học thực chứng (người áp dụng phương pháp phân tích thực chứng) sẽ cố gắng thu thập, kiểm định số liệu nhằm mô tả và lý giải xem xu hướng tăng giá của dầu mỏ diễn ra như thế nào? những động lực kinh tế nào nằm đằng sau chi phối sự kiện trên (sự gia tăng nhanh chóng của nhu cầu về dầu mỏ của các nước trên thế giới? sự khó khăn trong việc tăng mức cung về dầu mỏ do không tìm ra những mỏ dầu mới hay những bất ổn ở khu vực Trung Đông, đặc biệt là ở Irắc, nơi cung cấp dầu mỏ chính cho thế giới?). Người ta cũng có thể dự đoán hậu quả của việc tăng giá dầu đối với nền kinh tế thế giới hay đối với một quốc gia cụ thể nào đó (vì sự kiện này, tốc độ tăng trưởng kinh tế chung của thế giới hay của một nước nào đó giảm đi bao nhiêu phần trăm?). Người ta cũng có thể phỏng đoán các phản ứng chính sách khác nhau của các chính phủ và hậu quả có thể của các chính sách này.

Phân tích thực chứng có khuynh hướng tìm kiếm cách mô tả khách quan về các sự kiện hay quá trình trong đời sống kinh tế. Động cơ của phép phân tích thực chứng là cắt nghĩa, lý giải và dự đoán về các quá trình hay sự kiện kinh tế này. Câu hỏi trung tâm ở đây là: như thế nào? Việc xây dựng các lý thuyết kinh tế thực chứng khác nhau chính nhằm đưa ra những công cụ tư duy để có thể thực hiện dễ dàng hơn những phân tích này. Một kết luận của phép phân tích thực chứng chỉ được thừa nhận là đúng đắn nếu nó được kiểm nghiệm và xác nhận bởi chính các sự kiện thực tế. Mặc dù muốn lý giải khách quan về các hiện tượng kinh tế, do hạn chế chủ quan hoặc vì các lý do khác, nhà kinh tế học thực chứng vẫn có thể đưa ra những nhận định sai lầm. Người ta vẫn có thể đưa ra những kết luận khác nhau về cùng một vấn đề và trong lúc chúng chưa được thực tế xác nhận hay bác bỏ, các nhà kinh tế có thể bất đồng với nhau.

Phân tích chuẩn tắc nhằm đưa ra những đánh giá và khuyến nghị dựa trên cơ sở các giá trị cá nhân của người phân tích. Câu hỏi trung tâm mà cách tiếp cận chuẩn tắc đặt ra là: cần phải làm gì hay cần phải làm như thế nào trước một sự kiện kinh tế? Đương nhiên, những kiến nghị mà kinh tế học chuẩn tắc hướng tới cần phải dựa trên sự đánh giá của người phân tích, theo đó, các sự kiện trên được phân loại thành xấu hay tốt, đáng mong muốn hay không đáng mong muốn. Chúng ta hãy trở lại vấn đề giá dầu mỏ gia tăng nói trên. Một nhà kinh tế, khi đưa ra phán xét hiện tượng này là xấu, và cho rằng cần phải làm mọi cách để kiềm chế hay hạ giá dầu xuống, thì người này đã nhìn nhận vấn đề dưới góc độ chuẩn tắc. Trong khi một nhận định thực chứng có thể được xác nhận hay bị bác bỏ thông qua các bằng chứng thực tế, do đó, một sự phân tích thực chứng mang tính chất của một phép phân tích khoa học, thì người ta lại khó có thể thừa nhận hay phủ nhận một kết luận chuẩn tắc chỉ bằng cách kiểm định nó qua các số liệu hay chứng cứ thực tế. Các nhận định chuẩn tắc luôn luôn dựa trên các giá trị cá nhân. Những giá trị đó là khác nhau tùy thuộc vào thế giới quan, quan điểm đạo đức, tôn giáo hay triết lý chính trị của từng người. Một người nào đó có thể coi sự gia tăng giá dầu là xấu, song một người khác vẫn có thể xem đó là hiện tượng tốt, đáng mong muốn. Dựa vào các thang bậc giá trị khác nhau, người ta có thể đưa ra những đánh giá khác nhau về cùng một vấn đề.

Dĩ nhiên, các kết luận thực chứng có thể ảnh hưởng tới các nhận định chuẩn tắc. Khi hiểu hơn phương thức vận hành khách quan của một chuỗi các sự kiện, người ta có thể thay đổi cách nhìn nhận chuẩn tắc đã có. Một người nào đó có thể cho rằng giá dầu tăng là một hiện tượng « tốt » vì nó chỉ gây ra thiệt hại đối với người giàu, những người “đáng ghét”, thường đi những chiếc ô tô sang trọng hay những chiếc xe máy đắt tiền. Tuy nhiên, người này có thể thay đổi quan điểm chuẩn tắc của mình khi biết rõ hơn những hậu quả (cả những hậu quả « xấu » đối với người nghèo) của việc tăng giá dầu nhờ vào các phân tích, đánh giá thực chứng. Song dù thế nào thì một kết luận chuẩn tắc cũng luôn dựa vào chuẩn mực giá trị của mỗi cá nhân. Điều đó làm cho sự bất đồng giữa các nhà kinh tế trong các quan điểm chuẩn tắc thường nhiều hơn trong các quan điểm thực chứng. Trong cuộc sống, chúng ta cần cả sự phân tích thực chứng

khi muốn hiểu chính xác hơn về thế giới xung quanh, song cũng cần đến sự phân tích chuẩn tắc khi muốn hay phải bày tỏ thái độ của mình trước các vấn đề mà xã hội đang đối diện.

1.3. Các công cụ phân tích kinh tế

Để thực hiện tốt bất cứ công việc gì, chúng ta cũng cần sử dụng những công cụ thích hợp. Đối với kinh tế học, việc nắm vững một số công cụ phân tích sẽ cho phép chúng ta tư duy một cách có phương pháp như một nhà kinh tế.

Tổng quan về phương pháp nghiên cứu các vấn đề kinh tế: Kinh tế học là một môn khoa học xã hội. Với tính cách là một khoa học, những tri thức của nó cũng được hình thành trên những cơ sở chung như bất cứ môn khoa học nào khác: quan sát các sự kiện thực tế trong đời sống kinh tế; nắm bắt và tìm ra những mối liên hệ của chúng; xây dựng những mô hình lý thuyết để giải thích chúng; thu thập các chứng cứ và số liệu thực tế để kiểm định các lý thuyết này. Đến lượt mình, các mô hình lý thuyết đúng đắn dẫn lại trở thành công cụ tư duy hữu ích để người ta kiếm tìm các tri thức mới. Trong sự vận động không ngừng của thế giới, các sự kiện mới luôn đặt ra những thách thức đối với những lý thuyết và tri thức đã biết, đòi hỏi và tạo cơ hội cho các lý thuyết và tri thức mới ra đời.

Đối với tư duy khoa học, triết học – với tư cách là những tri thức tổng quát về thế giới nói chung – có khả năng cung cấp những chỉ dẫn quan trọng về mặt phương pháp luận. Phép tư duy biện chứng thực sự là phương pháp tư duy khoa học để hiểu về thế giới, vốn luôn luôn vận động và phát triển. Tuy nhiên, trước những đối tượng nghiên cứu cụ thể, những phương pháp luận triết học chung chỉ trở thành hữu ích khi chúng được vận dụng thích hợp và được cụ thể hóa thông qua các phương pháp và công cụ nghiên cứu đặc thù.

Với tư cách là một môn khoa học xã hội, trong kinh tế học, cách quan sát các sự kiện, thu thập chứng cứ nhằm xây dựng hay kiểm định các lý thuyết có những điểm không giống như trong nhiều môn khoa học tự nhiên. Trong vật lý học, người ta có thể dựng các thí nghiệm để tìm

hiểu về thế giới vật chất: khám phá những tính chất mới của các vật thể, kiểm nghiệm các kết luận lý thuyết. Các nhà kinh tế học, nói chung, không thể hay khó tạo ra các chứng cứ hay số liệu bằng cách tiến hành những thí nghiệm kinh tế. Do liên quan đến hành vi và cuộc sống của con người, các thí nghiệm kinh tế trên diện rộng (mới có khả năng phổ quát) thường có thể đem lại những hậu quả xã hội to lớn. Điều đó, trong rất nhiều trường hợp, không cho phép người ta tiến hành các thí nghiệm kinh tế nhân tạo. Một mặt, các nhà kinh tế buộc phải coi bản thân đời sống kinh tế của xã hội là phòng thí nghiệm vĩ đại của mình. Các biến cố kinh tế xảy ra trong lịch sử luôn là những chứng cứ quan trọng đối với họ. Mặt khác, họ luôn coi trọng sức mạnh của “sự trừu tượng hóa khoa học”. Đây chính là cách người ta đơn giản hóa thế giới kinh tế thực (vốn bao gồm những hiện tượng, sự kiện liên hệ với nhau một cách chằng chịt, phức tạp) bằng cách bỏ qua những khía cạnh thứ yếu nhằm làm nổi bật lên những mối liên hệ chính yếu, then chốt của nó. Chẳng hạn, để có thể tìm ra mối liên hệ giữa lượng hàng hóa mà người tiêu dùng muốn mua và giá cả của hàng hóa, người ta sẽ phải quan sát xem sự thay đổi của giá cả hàng hóa ảnh hưởng như thế nào đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng. Trên thực tế, khối lượng hàng hóa mà người tiêu dùng muốn mua bị chi phối đồng thời bởi nhiều yếu tố. Để biết giá cả có vai trò như thế nào, người ta buộc phải “bỏ qua” ảnh hưởng của các yếu tố khác như thu nhập, sở thích, giá cả các hàng hóa khác v.v... bằng cách giả định chúng là không thay đổi. Chỉ đến khi đã nắm bắt được quan hệ giữa giá cả của một loại hàng hóa và khối lượng hàng hóa được yêu cầu, người ta mới trở lại xem xét các yếu tố này. Một ví dụ khác: khi lý giải về các quyết định của doanh nghiệp trên thị trường đầu ra hay đầu vào, người ta thường giả định mục tiêu của các doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận. Trên thực tế, hệ mục tiêu mà một doanh nghiệp theo đuổi có thể khá đa dạng. Không phải lúc nào doanh nghiệp cũng chỉ tìm cách tối đa hóa lợi nhuận. Tuy vậy, khi “bỏ qua” các mục tiêu khác, tập trung vào mục tiêu lợi nhuận như là mục tiêu quan trọng nhất của các doanh nghiệp nói chung, người ta sẽ dễ dàng hơn trong việc nắm bắt cách thức ra quyết định của doanh nghiệp (doanh nghiệp sẽ lựa chọn sản lượng ra sao khi nhu cầu về hàng hóa đầu ra tăng lên, khi giá cả đầu vào thay đổi v.v...).

Như vậy, đơn giản hóa bằng cách đưa ra những giả định thích hợp luôn có ý nghĩa quan trọng trong nghiên cứu các vấn đề kinh tế, vì nó cho phép chúng ta không bị sa đà vào những chi tiết phụ, thứ yếu và rối rắm, do đó có điều kiện để tập trung vào những mối quan hệ có nhiều ý nghĩa hơn. Dĩ nhiên, lựa chọn được những giả định thích hợp là một công việc khó khăn. Với những giả định khác nhau, người ta có thể đưa ra những cách giải thích không giống nhau về thế giới, có thể xây dựng nên những mô hình lý thuyết khác nhau. Các giả định làm nền tảng cho những lý thuyết “tốt” phải tỏ ra phù hợp một cách tương đối với thực tế, với lô gic phát triển khách quan bên trong của các sự kiện.

Mô hình kinh tế: Mô hình hay lý thuyết kinh tế được hình thành trên cơ sở quan sát các sự kiện hay biến cố kinh tế xảy ra trên thực tế. Theo nghĩa này, nó là kết quả của tư duy, là tri thức kinh tế học mà con người có được khi nghiên cứu về hiện thực. Tuy nhiên, vì mô hình đưa ra một cách một cách giải thích nào đó về một vấn đề kinh tế trên cơ sở những giả định đơn giản hóa, nó cho ta một hình dung về một vấn đề của thế giới kinh tế thực với những mối liên hệ chính yếu nhất. Vì thế, các mô hình được coi là những khuôn mẫu để người ta tư duy về các vấn đề kinh tế. Chúng giúp cho người ta có thể nắm bắt được lô gic của các sự kiện một cách dễ dàng hơn, do đó, chúng là những công cụ hữu ích để phân tích các hành vi kinh tế của con người cũng như sự vận hành của nền kinh tế.

Sử dụng mô hình kinh tế để hình dung và phân tích về thế giới kinh tế thực cũng giống như người ta dùng bản đồ địa chất để hình dung về các mỏ khoáng sản, dùng mô hình giải phẫu cơ thể người để hình dung về con người dưới góc nhìn sinh học. Như chúng ta đã đề cập, khi xây dựng các mô hình, người ta bao giờ cũng phải bỏ qua nhiều chi tiết thực của đối tượng nghiên cứu để có thể tập trung vào những chi tiết được coi là quan trọng nhất, có ý nghĩa nhất. Vì thế, các mô hình luôn luôn dựa vào các giả định đơn giản hóa. Các giả định không thể đưa ra một cách tùy tiện, vì nếu bỏ qua những chi tiết chính yếu, then chốt, có liên quan đến bản chất của đối tượng, chúng ta sẽ không thể hiểu được một cách thực chất về đối tượng.

Một mô hình kinh tế có thể biểu thị mối quan hệ giữa các nhóm người trong nền kinh tế (ví dụ, mô hình về vòng chu chuyển của nền kinh tế biểu thị mối quan hệ tương tác giữa những hộ gia đình và các doanh nghiệp trên các thị trường đầu vào, đầu ra cho chúng ta một hình dung đơn giản về sự hoạt động của cả nền kinh tế) hay giữa các biến số kinh tế (ví dụ, mô hình về sự lựa chọn của người tiêu dùng thể hiện mối quan hệ giữa lượng hàng hóa mà người tiêu dùng muốn mua về một loại hàng hóa với thu nhập, sở thích của người tiêu dùng và giá cả của chính hàng hóa này v.v...). Xác định được các chủ thể kinh tế hay các biến số có liên quan với nhau, chỉ ra được mối quan hệ tương đối ổn định giữa chúng (do đó, chúng ta cần bỏ qua những mối quan hệ ngẫu nhiên), làm rõ mối liên hệ nhân quả giữa chúng (cái gì quyết định cái gì? cái gì là nguyên nhân, cái gì là kết quả?), lượng hóa ở mức có thể các mối quan hệ này (khi một biến số thay đổi thì nó ảnh hưởng như thế nào đến sự thay đổi của một biến số khác cả về mặt định tính lẫn mặt định lượng) bằng các phương trình hay đồ thị v.v... đó là những nhiệm vụ cần làm để xác lập một mô hình kinh tế. Nội dung của mô hình được rút ra trên cơ sở quan sát thực tế. Song những tư tưởng hay kết luận của mô hình cũng cần phải được kiểm nghiệm trên cơ sở các sự kiện hay số liệu thực tế.

Do được chất lọc từ thực tế nhằm diễn giải thực tế ở những điểm chính yếu nhất, mô hình kinh tế là công cụ hữu ích để phân tích về các vấn đề kinh tế trong đời sống thực. Tuy nhiên, do dựa vào các giả định đơn giản hóa, các mô hình kinh tế không phải là chính đời sống kinh tế thực. Khi phân tích một vấn đề kinh tế cụ thể, đôi khi chúng ta vẫn phải tính đến những điều đã bị bỏ qua trong các giả định để có thể đưa ra được những kiến giải cụ thể. Nên nhớ rằng các giả định kinh tế luôn là những giả định liên quan đến hành vi của con người. Khi những hoàn cảnh kinh tế chi phối các hành vi này thay đổi, cách thức ứng xử của con người cũng sẽ thay đổi. Đây là lúc các giả định, dù trước đó thường được công nhận, cần được xem xét lại. Vì lý do này mà cần có những mô hình hay lý thuyết kinh tế mới, tốt hơn.

Số liệu và chỉ số: Trong phân tích kinh tế, các số liệu luôn đóng một vai trò quan trọng. Khi đưa ra một nhận định hay kiến nghị cụ thể,

người ta không chỉ dừng lại ở những phân tích định tính. Để có thể phân tích định lượng, người ta buộc phải quan tâm đến các số liệu. Đây là chất liệu cần thiết để chúng ta có thể lượng hóa các mối quan hệ kinh tế mà mô hình quan tâm cũng như kiểm nghiệm tính đúng đắn của mô hình.

Số liệu có giá trị phải là số liệu đáng tin cậy. Nó phải được thu thập cẩn trọng, có phương pháp, trên cơ sở những mẫu điều tra thích hợp. Các khoa học về thống kê thường nghiên cứu về các phương pháp thu thập số liệu như vậy.

Số liệu cần được tổ chức tốt mới trở nên hữu dụng. Để theo dõi sự vận động của một biến số kinh tế, về mặt định lượng, người ta có hai cách thể hiện số liệu: trình bày số liệu như một dãy số theo thời gian hoặc như một dãy số chéo.

Dãy số theo thời gian : thể hiện các số đo của cùng một biến số ở những thời điểm khác nhau. Nó cho ta thấy xu hướng vận động, thay đổi của một biến số theo dòng thời gian. Dãy số theo thời gian có thể biểu thị dưới dạng các bảng số liệu, biểu đồ hay đồ thị. Ví dụ tổng giá trị kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam trong những năm gần đây:

Bảng 1.2: Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam một số năm gần đây

Đơn vị tính: triệu đô la Mỹ

	1999	2000	2001	2002	2003	Sơ bộ 2004	Sơ bộ 2005
Tổng giá trị kim ngạch xuất nhập khẩu	23283	30120	31247	36451	45405	58458	69420

Nguồn: Tổng cục thống kê “Xuất nhập khẩu Việt Nam 20 năm đổi mới (1986-2005)” . NXB Thống kê, Hà Nội, 2006

Dãy số liệu chéo: thể hiện các số đo của cùng một biến số, tại cùng một thời điểm gắn liền với các khu vực, các bộ phận, các nhóm xã hội hay cá nhân khác nhau. Ví dụ, bảng dưới đây cho chúng ta một dãy số

liệu chéo về Tổng sản phẩm trong nước theo giá thực tế phân theo ngành kinh tế.

Bảng 1.3: Tổng sản phẩm trong nước năm 2005 theo giá thực tế phân theo thành phần kinh tế

Đơn vị tính: tỷ đồng

TỔNG SỐ	837858
Khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản	175048
Khu vực công nghiệp và xây dựng	343807
Khu vực dịch vụ	319003

Nguồn: Niên giám thống kê 2005. NXB Thống kê, Hà Nội, 2006.

Vì các số liệu chéo gắn liền với các nhóm hay các bộ phận khác nhau trong nền kinh tế, nên nó hay được sử dụng để phân tích các vấn đề chi tiết hay các tương quan cấu trúc trong nền kinh tế. Ví dụ, số liệu ở bảng trên cho ta thấy quy mô và đóng góp của từng ngành kinh tế trong GDP chung của cả nền kinh tế. Gián tiếp, chúng có thể cho ta hình dung về cơ cấu kinh tế Việt Nam ở thời điểm năm 2005. Nếu chúng ta quan tâm đến một vấn đề tổng hợp hơn, chẳng hạn, sự tăng trưởng chung của cả nền kinh tế Việt Nam, chúng ta buộc phải theo dõi số liệu GDP của Việt Nam theo thời gian.

Các số liệu theo thời gian và các số liệu chéo có khả năng bổ sung cho nhau và giúp chúng ta hình dung tốt hơn về các biến số kinh tế.

Các chỉ số: Chỉ số là một loại số liệu đặc biệt, thường được sử dụng khi chúng ta muốn so sánh các số liệu với nhau mà không quan tâm đến đơn vị đo thực sự của chúng. Số chỉ số biểu thị các số liệu dưới dạng các giá trị so sánh với một giá trị gốc nào đó. Ví dụ, giả sử giá cả của một loại hàng hóa lần lượt là 2000 đồng/kg, 3000 đồng/kg, 2600 đồng/kg, và 4000 đồng/kg trong các năm 2000, 2001, 2002 và 2003. Nếu chúng là lấy mức giá năm 2000 của hàng hóa trên là giá trị gốc, khi đó mức giá hàng hóa trong năm 2000 này có thể được coi như một đơn vị đo mới và chỉ số quy ước của nó là 100. Chỉ số giá của hàng hóa trên trong những năm

2001, 2002, 2003 sẽ lần lượt là: 150, 130 và 200. Cách tổ chức lại số liệu dưới dạng chỉ số có thể giúp chúng ta dễ dàng nắm bắt xu thế vận động của các chuỗi số liệu hơn.

Khi chúng ta muốn nắm bắt động thái thay đổi của giá cả nhiều loại hàng hóa chứ không phải của một loại hàng hóa duy nhất, chúng ta phải xây dựng chỉ số chung như là một giá trị trung bình của các loại giá. Trong chỉ số giá chung của nhiều loại hàng hóa, sự thay đổi của nó vừa đo và phản ánh mức độ thay đổi trong giá cả của từng loại hàng hóa, vừa phản ánh tầm quan trọng của từng loại hàng hóa trong giỏ hàng hóa nói chung. Vì thế, người ta có thể gán cho các hàng hóa những trọng số khác nhau khi tính toán chỉ số giá chung.

Biến số danh nghĩa và biến số thực tế: Các biến số trong nền kinh tế, khi được đo lường về mặt giá trị, trước tiên thường được biểu hiện như là các biến số danh nghĩa: tổng doanh thu hàng hóa mà một doanh nghiệp nhận được trong một thời kỳ; mức lương của một người công nhân nhận được trong một tháng hay một năm xác định; tổng giá trị hàng hóa hay dịch vụ mà nền kinh tế tạo ra trong năm 2006; mức lãi suất mà ngân hàng cho vay trong một thời kỳ nhất định v.v... Các biến số danh nghĩa ở một thời điểm xác định đều được tính toán trên cơ sở các mức giá hay sức mua của đồng tiền ở chính thời điểm hiện hành mà người ta đang khảo sát. Ví dụ, tiền lương danh nghĩa của công nhân năm 2001 chính là số tiền lương mà người công nhân nhận được bằng tiền ở chính năm này. Nó gắn với mức giá hay giá trị của đồng tiền lúc đó. So với năm 2000, nếu tiền lương danh nghĩa của công nhân năm 2001 tăng lên 10%, song đồng thời trong khoảng thời gian này, mức giá chung cũng tăng lên 10% hay sức mua đồng tiền giảm đi 10% (sức mua của đồng tiền là chỉ số về số lượng hàng thực tế mà một đơn vị tiền tệ có thể mua được), chúng ta không thể nói người công nhân trở nên khá giả hơn nhờ được tăng lương. Trong trường hợp này, tiền lương danh nghĩa không phải là số đo tin cậy để chúng ta đưa ra kết luận. Muốn làm được điều này, chúng ta phải quy tiền lương danh nghĩa về tiền lương thực tế.

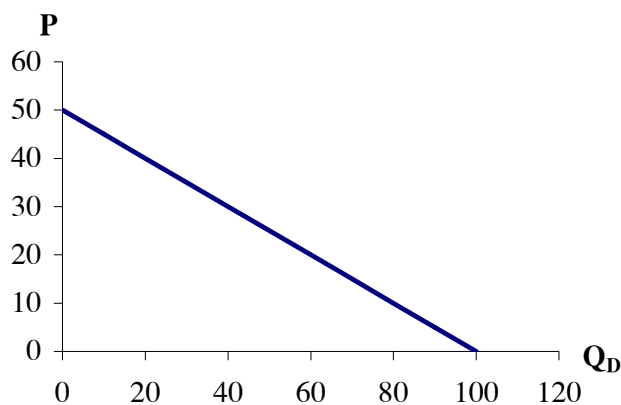
Các biến số thực tế được xây dựng trên cơ sở điều chỉnh các biến số danh nghĩa theo một mức giá chung hay một sức mua đồng tiền cố định. Nói cách khác, đó là các biến số danh nghĩa đã khử đi yếu tố lạm phát – sự tăng lên trong mức giá chung của nền kinh tế khiến cho sức mua đồng tiền thay đổi. Khi đo giá trị tiền tệ của các biến số kinh tế ở những thời điểm khác nhau, theo một mức giá thống nhất của một thời điểm nào đó (tức là mức giá ở đây được cố định hóa theo thời gian), các biến số thực tế phản ánh chính xác hơn sự thay đổi thực tế của các biến số kinh tế. Như trong ví dụ ở trên, khi tiền lương danh nghĩa của công nhân tăng lên cùng một tỷ lệ với giá cả các hàng hóa, thực chất, tiền lương thực tế của anh ta không thay đổi. Số lượng hàng hóa mà tiền lương danh nghĩa có thể mua được vẫn như cũ. Tiền lương thực tế nói với chúng ta chính xác hơn về tác động của việc tăng lương đối với đời sống của người công nhân. Vì vậy, để tránh sai lầm trong phân tích kinh tế, cần biết phân biệt các biến số danh nghĩa và các biến số thực tế.

Đồ thị: Trong kinh tế học, người ta hay sử dụng đồ thị để phân tích các vấn đề kinh tế. Nhờ đồ thị, các mối liên hệ giữa các biến số kinh tế được thể hiện trực quan hơn, các chiều hướng kinh tế trở nên dễ nắm bắt hơn. Đồ thị giúp cho các nhà kinh tế có thể trình bày các ý tưởng của mình một cách đơn giản và dễ hiểu.

Các số liệu có thể biểu thị bằng đồ thị. Với hệ tọa độ hai chiều, có thể trình bày dãy số theo thời gian bằng đồ thị, trong đó một trục được dùng để biểu thị thời gian. Tuy nhiên, vì các mô hình kinh tế thường quan tâm đến mối quan hệ giữa các biến số kinh tế, nên các đồ thị với hai biến số thường được sử dụng nhiều hơn.

Với một hệ trục tọa độ, người ta biểu thị số đo của một biến số trên trục tung, và số đo của một biến số khác, có quan hệ, trên trục hoành. Mỗi một điểm trên đồ thị biểu thị một cặp giá trị của cả hai biến số. Nó cho chúng ta biết giá trị của một biến số kết quả khi biết giá trị của biến số giải thích. Ví dụ, đồ thị của đường cầu về một loại hàng hóa cho ta biết mối quan hệ giữa lượng hàng hóa mà người tiêu dùng muốn mua tương ứng với các mức giá. Giả sử, quan hệ này được biểu thị dưới dạng một

hàm số cầu: $Q_D = 100 - 2P$, trong đó Q_D biểu thị lượng hàng hóa (ví dụ, đo bằng tấn hàng hóa) được yêu cầu và P biểu thị mức giá (ví dụ, được đo bằng triệu đồng trên tấn hàng hóa). Khi $P=10$, ta có $Q_D=80$. Cặp giá trị này (80,10) được thể hiện bằng một điểm trên đồ thị về đường cầu. Còn đường này, như là một tập hợp của các điểm nói trên, nói cho chúng ta biết mối tương quan giữa sự thay đổi trong giá cả hàng hóa với sự thay đổi trong lượng hàng hóa mà người ta muốn mua. Chẳng hạn, khi giá cả tăng lên từ 10 triệu đồng/tấn thành 15 triệu đồng/tấn, lượng hàng hóa mà



Hình 1.4

người tiêu dùng muốn mua giảm xuống còn 70 tấn. Cặp giá trị (70,15) là một điểm khác trên đường cầu nói trên. Ở đây, chúng ta thấy có một sự di chuyển từ một điểm này đến một điểm khác trên cùng một đường cầu. Một sự di chuyển như vậy chỉ bắt nguồn từ một số thay đổi trong một biến số (biến số giải thích) mà số đo của nó đã được biểu thị trên một trục nào đó trong hệ tọa độ. Nói theo một ngôn ngữ khác: Khi ta coi Q_D như một hàm số của P ($Q_D=f(P)$), khi giá trị của P thay đổi, ta được một giá trị khác của Q_D . Khi những tham số xác định hàm số này chưa thay đổi thì sự thay đổi của biến số giải thích P không làm đồ thị của chúng ta thay đổi mà chỉ tạo nên một sự di chuyển từ điểm này đến điểm khác trên đồ thị.

Về mặt đồ thị, vị trí của một đường biểu thị mối quan hệ giữa hai biến số bị quy định bởi các tham số hay biến số khác. Khi các yếu tố này thay đổi, cả đồ thị của chúng ta sẽ dịch chuyển. Trở lại ví dụ trên, khi

biểu thị mối quan hệ giữa Q_D và P , ta giả định các yếu tố khác là không thay đổi. Chúng ta chỉ quan sát sự thay đổi của P xem nó ảnh hưởng như thế nào đối với Q_D . Chỉ bằng cách đơn giản hóa này, ta mới nắm bắt được chiều hướng và quy mô tác động thực sự của biến số P đối với biến số Q_D , và thể hiện được mối quan hệ giữa chúng bằng một đồ thị trên một hệ tọa độ hai chiều trong mặt phẳng. Trên thực tế, ngoài P , còn có những yếu tố khác cũng tác động đến lượng hàng hóa mà người ta muốn mua (Q_D). Như vậy, với một đồ thị về đường cầu xác định, các yếu tố khác (không phải là P) được coi là đã xác định và không thay đổi. Khi những yếu tố này thay đổi, các tham số trong hàm cầu thay đổi. Toàn bộ đường cầu sẽ chuyển dịch. Chẳng hạn, khi thu nhập của người tiêu dùng tăng lên, ở mỗi mức giá như cũ, người tiêu dùng có khuynh hướng muốn mua một lượng hàng hóa nhiều hơn. Khi đó toàn bộ đường cầu sẽ dịch chuyển sang bên phải để biểu thị quan hệ giữa Q_D và P trong điều kiện của mức thu nhập mới. Sự phân biệt giữa sự di chuyển dọc theo một đường và sự dịch chuyển của một đường là quan trọng trong kinh tế học.

Trong quan hệ giữa hai biến số mà chúng ta mô tả bằng đồ thị, *mức độ phản ứng* của một biến số trước sự thay đổi của biến số kia được đặc trưng bằng *độ dốc* của đường. Về mặt toán học, độ dốc của đường $y=f(x)$ được đo bằng tỷ số: $\Delta y/\Delta x$. Với một hàm số tuyến tính, đồ thị của hàm là một đường thẳng thì độ dốc của nó là một hằng số hay một giá trị không đổi. Đó chính là hệ số góc a trong phương trình tuyến tính $y = ax + b$. Với một đường cong (hay đường phi tuyến), độ dốc của đường luôn thay đổi, tùy thuộc vào từng điểm trên đồ thị. Tại một điểm xác định, nó được đo bằng độ dốc của đường tiếp tuyến với đường cong tại điểm trên. Nếu độ dốc là dương, trong khoảng chúng ta đang xét, đồ thị có hướng dốc lên, quan hệ giữa hai biến là đồng biến. Ngược lại, nếu độ dốc là âm, trong khoảng chúng ta đang xét, đồ thị có hướng dốc xuống, quan hệ giữa hai biến là nghịch biến. Còn nếu giá trị tuyệt đối của độ dốc càng lớn, khoảng đồ thị mà ta đang xét càng dốc. Ngược lại, giá trị tuyệt đối của độ dốc của một đường hay một phần của nó càng nhỏ, đường đồ thị càng trở nên phẳng hơn. Những kiến thức đơn giản này được sử dụng nhiều khi ta đọc các đồ thị kinh tế học. Ví dụ, trên đồ thị đường cầu, vì theo truyền thống người ta biểu thị lượng hàng hóa được yêu cầu ở trục hoành và

mức giá ở trục tung, nên độ dốc của đường cầu được đo bằng tỷ số $\Delta P/\Delta Q_D$ hay là nghịch đảo của tỷ số $\Delta Q_D/\Delta P$. Tỷ số này thường là một số âm, biểu thị lượng hàng hóa được yêu cầu có xu hướng giảm khi mức giá tăng và ngược lại. Vì thế, đường cầu thường được vẽ như một đường dốc xuống. Khi giá thay đổi nhiều mà những thay đổi hay mức độ phản ứng của lượng hàng hóa được yêu cầu là không đáng kể, tỷ số $\Delta Q_D/\Delta P$, xét về mặt tuyệt đối là tương đối nhỏ, hay tỷ số nghịch đảo của nó là tương đối lớn. Trong trường hợp này, đường cầu là một đường là một đường tương đối dốc.

Những lưu ý:

1) Khi sử dụng các nguyên lý kinh tế mà lý thuyết nêu ra, chúng ta cần chú ý đến các giả định. Trong các giả định, có một loại thường xuyên được các nhà kinh tế sử dụng là giả định về *các điều kiện hay yếu tố khác là giữ nguyên*, không thay đổi. Giả định này là cần thiết nhằm làm rõ mối quan hệ của chỉ hai biến số kinh tế: biến giải thích và biến kết quả. Với giả định như vậy, ta có thể xác định được sự thay đổi “thuần túy” trong biến số giải thích sẽ có tác động như thế nào đến biến số kết quả. Trên thực tế, những thay đổi trong biến số kết quả có thể chịu ảnh hưởng hay bắt nguồn từ nhiều nguyên nhân khác nhau, trong đó sự thay đổi của biến số giải thích mà chúng ta đang chú ý chỉ là một nguyên nhân. Ví dụ, lượng cầu về một hàng hoá nhất định trong một khoảng thời gian nào đó không chỉ phụ thuộc vào mức giá của chính hàng hoá đó mà còn phụ thuộc vào nhiều biến số khác: thu nhập, sở thích của người tiêu dùng, giá cả của các hàng hoá có liên quan v.v... Khi muốn làm nổi bật tác động của mức giá (P) hàng hoá đối với lượng cầu (Q_D) của người tiêu dùng về chính hàng hoá đó, ta giả định các biến số khác như thu nhập, sở thích của người tiêu dùng, giá cả của các hàng hoá khác có liên quan v.v... là không thay đổi và chỉ khảo sát sự thay đổi của mức giá P có ảnh hưởng như thế nào đến lượng cầu Q_D . Sự “vênh nhau” giữa các kết luận lý thuyết và số liệu thực tế có thể gắn liền với những giả định kiểu vậy. Không tính đến điều này, chúng ta có thể đưa ra những kết luận sai lầm. Ví dụ, khi thấy mức

học phí đại học liên tục tăng trong suốt hàng chục năm qua, đồng thời lượng sinh viên vào học đại học cũng không ngừng tăng, sẽ là *sai lầm* nếu nhận xét rằng: đường cầu về học đại học là một đường dốc lên, phản ánh mối quan hệ đồng biến giữa lượng sinh viên muốn vào đại học và mức học phí. Trên thực tế, trong suốt chục năm qua, không chỉ mức học phí mà còn nhiều yếu tố khác như sở thích, thu nhập của các hộ gia đình... cũng thay đổi. Do đó, không thể giải thích sự thay đổi trong số lượng sinh viên muốn vào đại học chỉ bằng sự thay đổi trong mức học phí.

2) Quan hệ nhân quả: cần thận trọng khi nói về mối liên hệ nhân quả giữa hai biến số kinh tế. Liệu một quan sát cho thấy: khi biến cố A xảy ra luôn làm xuất hiện biến cố B có đủ để cho ta kết luận: A là nguyên nhân của B? Câu trả lời ở đây là: không. A chỉ là nguyên nhân của B nếu theo lô gíc vận động bên trong của nó, A chắc chắn sẽ sinh ra B. Sự xuất hiện trước của biến cố A, so với biến cố B, không có gì bảo đảm rằng A là nguyên nhân của B. Có thể cả A và B đều là những hệ quả cùng phát sinh từ một nguyên nhân chung nào đó. Trong một điều kiện xác định, khi nguyên nhân trên tồn tại, cả A lẫn B sẽ lần lượt xuất hiện, dẫn rằng A có thể ra đời trước B. Tuy nhiên, khi các điều kiện thay đổi, nguyên nhân nói trên có thể chỉ làm nảy sinh biến cố A mà lại không làm nảy sinh biến cố B. Trong trường hợp này, có thể thấy A không phải là nguyên nhân của B cũng như hiện tượng “cóc kêu” không phải là nguyên nhân gây ra “trời mưa” như người ta mô tả trong câu chuyện cổ tích.

Khi xác định quan hệ nhân quả giữa hai biến số, cần phải nắm bắt đúng chiều hướng thực sự của mối quan hệ này. Khi giá cả hàng hóa và lượng hàng hóa được yêu cầu chuyển động ngược chiều nhau, thì sự thay đổi của giá hàng hóa là nguyên nhân của sự thay đổi trong lượng hàng hóa được yêu cầu chứ không phải là ngược lại. Ta có thể ngộ nhận về mối quan hệ này nếu thấy ở đâu đó, khi người ta mua sắm một khối lượng hàng hóa nhiều hơn làm cho giá cả hàng hóa tăng lên. Ở đây, đã có yếu tố khác chen vào

mối quan hệ giữa hai biến số mà ta đang đề cập. Vì thế, bỏ sót điều này, chúng ta có thể đi đến những nhận định sai lầm.

3) Phân biệt “toàn thể” và “bộ phận”: Một nhận định có thể đúng trong một quan hệ cục bộ hay bộ phận nào đó song lại có thể sai nếu chúng ta áp dụng nó cho “cái toàn thể”, tức là cho một quan hệ rộng lớn hơn, bao quát hơn. Điều có thể tốt cho một người lại có thể không tốt cho người khác, nếu trong một quan hệ xác định, lợi ích của người này xung đột với người kia. Khi giá cả của một hàng hóa riêng biệt nào đó tăng lên gấp đôi, người sản xuất hàng hóa này sẽ có lợi và thu được nhiều tiền bán hàng hơn. Tuy nhiên, nếu giá cả của tất cả hàng hoá đầu vào cũng như đầu ra đều tăng lên gấp đôi, anh ta sẽ chẳng có lợi lộc gì từ sự tăng giá này. Vì thế, cần thận trọng khi ta muốn khái quát hóa một nhận định, vốn được rút ra từ một sự phân tích cục bộ, để áp dụng cho cho những trường hợp tổng quát hơn.

Chương 2

THỊ TRƯỜNG: CẦU, CUNG VÀ GIÁ CẢ

Trong chương trước, chúng ta đã hiểu mỗi quan tâm chính của kinh tế học là cách thức xã hội phân bổ và sử dụng nguồn lực ra sao để giải quyết các vấn đề kinh tế cơ bản: sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai? Các xã hội hiện đại hầu hết đều dựa trên nền kinh tế thị trường ở những mức độ khác nhau, nên việc tìm hiểu cách thức xã hội giải quyết các vấn đề trên trong khuôn khổ cơ chế thị trường là nội dung chính của kinh tế học hiện đại. Một loạt chương sau đây sẽ tập trung làm rõ điều này, dĩ nhiên dưới góc độ của kinh tế học vi mô mà chúng ta đã biết. Chương cuối cùng, chúng ta sẽ tổng kết và đánh giá lại về cơ chế thị trường như là một cơ chế phân bổ nguồn lực của xã hội nhằm làm rõ tính hiệu quả của cơ chế này và những khuyết tật của nó. Thông qua đó, chúng ta sẽ tìm hiểu xem nhà nước có thể làm được gì hay nên làm gì trong bối cảnh của nền kinh tế thị trường.

Chương này xem xét cơ chế thị trường thông qua việc khảo sát sự vận hành của một thị trường hàng hóa riêng biệt. Đây là một khuôn mẫu phân tích tổng quát có thể áp dụng cho các thị trường khác nhau, dù đó là thị trường lúa, gạo hay thị trường xe máy; thị trường đầu ra như thị trường quần, áo hay thị trường đầu vào như thị trường máy dệt; thị trường hàng hóa hữu hình như thị trường máy tính hay thị trường dịch vụ như thị trường cắt tóc. Dĩ nhiên, khi đề cập tới một thị trường chung, có ý nghĩa tổng quát, chúng ta sẽ xuất phát từ một loại thị trường đơn giản nhất: một thị trường có tính chất cạnh tranh, gồm nhiều người mua, người bán, không ai có khả năng chi phối giá cả hàng hóa. Chúng ta sẽ xem xét các yếu tố cơ bản của thị trường như cầu, cung thể hiện như thế nào, tương tác với nhau ra sao để xác định mức giá cân bằng, và những yếu tố gì sẽ làm cho mức giá này thay đổi. Hiểu được những điều này là nền tảng quan trọng để nắm bắt những vấn đề phức tạp khác của nền kinh tế thị trường.

2.1. Thị trường – Khái niệm và phân loại

2.1.1. Khái niệm thị trường

Theo nghĩa hẹp, thị trường thường được hiểu là nơi diễn ra sự mua, bán các hàng hóa hay dịch vụ (thật ra, vì hàng hóa bao gồm cả hàng hóa hữu hình và hàng hóa vô hình, tức là các dịch vụ, nên chỉ cần nói về hàng hóa là đủ). Hình dung đơn giản nhất về thị trường là cái chợ, nơi mà người ta tụ họp nhau lại để tiến hành các giao dịch về hàng hóa. Tuy nhiên, cách nhìn như vậy về thị trường tỏ ra là quá hẹp, vì nó chỉ nhấn đến tính chất địa lý của thị trường và chỉ thích hợp với những nơi mà các quan hệ thị trường chưa phát triển. Trong các nền kinh tế thị trường hiện đại, các giao dịch mua bán hàng hóa có thể diễn ra mà không cần gắn với một địa điểm địa lý cụ thể. Người ta có thể tiến hành các thỏa thuận về mua bán hàng hóa với nhau qua điện thoại, fax hay thư điện tử mà không cần gặp nhau tại một nơi chốn cụ thể. Các hàng hóa có thể được vận chuyển từ nơi này đến nơi khác mà không cần lấy một cái chợ nào đó làm trung gian. Các thỏa thuận về hàng hóa, các luồng vận động của tiền tệ có thể độc lập với các luồng vận động của hàng hóa trên những thị trường kỳ hạn. Như thế, nói đến thị trường, cần chú ý đến nội dung kinh tế mà nó biểu thị chứ không phải hình dung nó như một nơi mà những nội dung này xảy ra.

Thị trường là tập hợp các điều kiện và thỏa thuận mà thông qua đó người mua và người bán tiến hành sự trao đổi hàng hóa với nhau.

Chức năng của thị trường là trao đổi hàng hóa. Sự trao đổi này chỉ diễn ra được trong những điều kiện cụ thể, thông qua những ràng buộc, hay dàn xếp cụ thể mà những người tham gia phải tuân thủ. Có những điều kiện chung ràng buộc mọi thị trường. Song cũng có những điều kiện riêng chỉ liên quan đến những nhóm thị trường cụ thể. Vì thế, ở một số thị trường, người ta vẫn trực tiếp gặp nhau để mua, bán hàng hóa. Song ở một số thị trường khác, sự mua bán hàng hóa chỉ diễn ra thông qua những người môi giới, hay trung gian (như ở thị trường chứng khoán). Tại một số thị trường, người mua và người bán mặc cả với nhau về giá cả của từng loại hàng hóa, song ở một số thị trường khác, điều này lại không

diễn ra. Như một tiến trình, dù thực hiện dưới phương thức nào, trên thị trường, người mua và người bán cũng luôn luôn tác động lẫn nhau để xác định giá cả và số lượng hàng hóa được trao đổi. Quá trình đó cũng là nội dung thực chất của thị trường.

Nền kinh tế thị trường được tập hợp bởi vô số thị trường cụ thể. Trong khuôn khổ đó, nó tạo nên một cơ chế phân bổ nguồn lực cho việc sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai và cơ chế này được gọi là cơ chế thị trường. Trong cơ chế thị trường, những người mua và người bán tác động lẫn nhau để hình thành nên các mức giá cả hàng hóa khác nhau. Đến lượt mình, chính sự lên xuống của giá cả lại dẫn dắt người ta sản xuất nhiều hơn hay ít hơn, sản xuất với những cách thức nào và phân phối các kết quả sản xuất cho ai.

2.1.2. Phân loại thị trường

Có nhiều cách phân loại khác nhau về thị trường.

* Cách phổ biến nhất là phân loại thị trường theo *nội dung hàng hóa* mà người ta giao dịch. Theo cách này, ở mức tổng quát nhất, các thị trường được chia ra thành thị trường hàng hóa tiêu dùng (thị trường đầu ra) và thị trường các yếu tố sản xuất (thị trường đầu vào). Các thị trường đầu ra lại có thể phân nhỏ thành vô số thị trường cụ thể như thị trường gạo, thị trường quần áo, thị trường ô tô, thị trường giáo dục v.v... Các thị trường đầu vào có thể phân thành thị trường vốn hiện vật (máy móc, thiết bị, nhà xưởng v.v...), thị trường đất đai, thị trường lao động v.v... Tùy theo cách người ta quan niệm về hàng hóa là theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp hơn mà người ta có thể đặt tên cho thị trường một cách khác nhau. Ví dụ, thị trường máy móc (đầu vào) có thể chia ra thành các phân nhánh như thị trường máy dệt, thị trường máy xát gạo v.v... Khi nói về một thị trường chung, có tính chất đại diện, ta nói đến một thị trường cụ thể hay riêng biệt nào đó theo cách phân loại này.

* Phân loại thị trường theo *không gian kinh tế* mà theo đó các quan hệ trao đổi hàng hóa diễn ra: Theo cách này, thị trường có thể phân ra thành thị trường thế giới, thị trường khu vực, thị trường quốc gia, thị trường

vùng hay địa phương. Thật ra, khi nói đến các thị trường theo cách phân loại này, người ta vẫn thường kết hợp với cách phân loại thị trường theo nội dung hàng hóa để xem xét một thị trường cụ thể, trên một địa bàn hay không gian kinh tế cụ thể. Ví dụ, người ta thường nói đến thị trường lúa, gạo, cà phê hay chung hơn, thị trường nông sản thế giới, Việt Nam hơn là nói đến một thị trường thế giới, hay Việt Nam chung chung.

Trong các hàng hóa, có những thứ do chi phí vận chuyển tương đối thấp so với giá trị hàng hóa nên thị trường về bản chất thường mang tính chất thế giới. Giá cả các hàng hóa này ở các địa điểm giao dịch khác nhau trên thế giới không có sự sai biệt lớn (chẳng hạn thị trường vàng). Ngược lại, khi chi phí vận chuyển hàng hóa là tương đối lớn và do một số lý do khác, thị trường của một số hàng hóa lại thường mang tính chất địa phương (ví dụ, thị trường vật liệu xây dựng).

* Theo *cấu trúc thị trường*, người ta cũng có thể chia ra thành các thị trường khác nhau. Một cấu trúc thị trường cụ thể thường được định dạng bởi số lượng người mua, người bán trên đó và mối quan hệ tương tác lẫn nhau giữa họ. Theo cách phân loại này, thoát tiên các thị trường được phân ra thành hai loại lớn: thị trường cạnh tranh hoàn hảo (trên thị trường này, người mua hay người bán không có quyền lực chi phối giá cả hàng hóa) và thị trường cạnh tranh không hoàn hảo (trên thị trường dạng này, người mua hay người bán riêng biệt, dù ít, dù nhiều vẫn có khả năng chi phối giá). Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo lại bao gồm những dạng thị trường như: thị trường độc quyền thuần túy, thị trường độc quyền nhóm, thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền. Mặc dù có những điểm chung, hành vi của những người mua hay bán trên từng dạng thị trường cụ thể vẫn mang những sắc thái riêng, bị chi phối bởi những điểm đặc thù của từng thị trường.

2.2. Cầu, cung và giá cả cân bằng thị trường

Bây giờ chúng ta xuất phát từ một thị trường riêng biệt nào đó, thị trường gạo, thị trường quần áo may sẵn, hay thị trường dịch vụ tư vấn pháp lý. Trên một thị trường này, có hai nhóm người ra quyết định chính là người mua hàng hay người tiêu dùng và người bán hàng hay người sản

xuất. Quyết định của người mua hàng hay tiêu dùng là quyết định từ phía cầu về hàng hóa, còn quyết định của người bán hàng hay sản xuất là quyết định từ phía cung cấp hàng hóa. Nói đến thị trường là nói đến sự tương tác cầu, cung về hàng hóa. Kết quả của sự tương tác này xác định giá cả cũng như lượng hàng hóa được giao dịch.

2.2.1. Cầu

Khái niệm: Cầu về một loại hàng hoá biểu thị những khối lượng hàng hoá mà người tiêu dùng mong muốn và sẵn sàng mua tương ứng với các mức giá xác định.

Trong định nghĩa này, có mấy điểm cần lưu ý: Thứ nhất, nói đến cầu về một loại hàng hoá cụ thể, trước hết ta quan tâm đến khối lượng hàng hoá mà người tiêu dùng muốn mua và có khả năng mua trong giới hạn một khoảng thời gian nào đó. Khối lượng này lại tùy thuộc vào từng mức giá của hàng hoá ở thời điểm mà người tiêu dùng ra quyết định. Khi giá hàng hoá thay đổi, lượng hàng mà người tiêu dùng muốn mua cũng sẽ thay đổi. Vì thế, cầu về một loại hàng hoá, thực chất, biểu thị mối quan hệ giữa hai biến số: một bên là lượng hàng hoá mà người tiêu dùng muốn và có khả năng mua, một bên là các mức giá tương ứng. Lượng hàng hoá mà người tiêu dùng sẵn lòng mua được gọi là lượng cầu hay mức cầu về hàng hoá. Lượng cầu luôn gắn với một mức giá cụ thể. Thứ hai, khi thể hiện quan hệ giữa lượng cầu và giá cả hàng hoá, chúng ta giả định rằng các yếu tố khác có liên quan đến nhu cầu của người tiêu dùng như thu nhập, sở thích v.v... là xác định. Nói cách khác, một quan hệ cầu cụ thể về một loại hàng hoá được xem xét trong điều kiện các yếu tố khác được coi là đã biết và được giữ nguyên, không thay đổi. Ở đây, điều người ta quan tâm là lượng cầu thay đổi như thế nào khi các mức giá của hàng hoá thay đổi. Thứ ba, khái niệm mức giá được đề cập ở đây là mức giá hiện hành của chính hàng hoá mà chúng ta đang xem xét. Mức giá của chính hàng hoá này nhưng được hình thành ở thời điểm khác (chẳng hạn mức giá dự kiến trong tương lai) hay mức giá của các hàng hoá khác được coi là các yếu tố khác. Thứ tư, ta có thể đề cập tới cầu cá nhân của một người tiêu

dùng, song cũng có thể nói đến cầu của cả thị trường như là cầu tổng hợp của các cá nhân.

Cách biểu thị cầu: Có thể biểu thị cầu về một loại hàng hoá theo nhiều cách khác nhau: thông qua một biểu cầu, một phương trình đại số hay một đồ thị.

Biểu cầu thể hiện quan hệ cầu về một loại hàng hoá trong một khoảng thời gian nào đó thông qua hai dãy số liệu tương ứng với nhau. Biểu cầu bao gồm hai cột (hay hai hàng) số liệu: một cột (hay hàng) thể hiện các mức giá của hàng hoá ta đang phân tích, cột (hay hàng) còn lại thể hiện những lượng cầu khác nhau, tương ứng. Ví dụ, bảng 2.1 là một biểu cầu thể hiện nhu cầu của những người tiêu dùng về thịt bò trong một khoảng thời gian giả định nào đó.

Bảng 2.1: Cầu về thịt bò của một người tiêu dùng

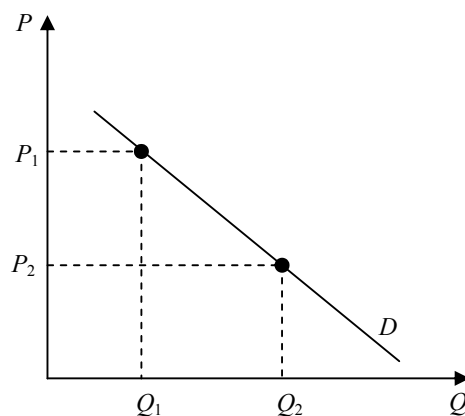
Mức giá (nghìn đồng/kg)	Lượng cầu (kg)
40	60.000
50	55.000
60	50.000
70	45.000
80	40.000
90	35.000
100	30.000

Biểu cầu chỉ cho ta một hình dung nhất định về cầu của người tiêu dùng theo những mức giá “rời rạc” khác nhau. Mặc dù trên thực tế, các mức giá trên thị trường xuất hiện như những giá trị “rời rạc”, nhưng sẽ là công kênh, và không khái quát khi chúng ta muốn biểu thị phản ứng mua hàng của người tiêu dùng tại quá nhiều mức giá trên một biểu cầu. Vì thế, để có thể diễn đạt quan hệ cầu một cách khái quát hơn, người ta có thể biểu thị cầu dưới dạng các phương trình đại số hay các đồ thị.

Thể hiện cầu về một loại hàng hoá dưới dạng một phương trình đại số chính là cách biểu thị tương quan giữa lượng cầu và mức giá như một quan hệ hàm số, trong đó lượng cầu (Q_D) được coi là hàm số của mức giá

(P): $Q_D = Q_D(P)$. Trong kinh tế học, hàm số cầu đơn giản nhất thường được sử dụng là một hàm số dạng tuyến tính: $Q_D = a.P + b$, với a, b là những tham số xác định. Qua hàm số cầu, quan hệ về mặt số lượng giữa lượng hàng hoá mà người tiêu dùng sẵn lòng mua và mức giá của chính hàng hoá được thể hiện một cách đơn giản, khái quát: ứng với một mức giá nhất định, ta biết được lượng cầu về hàng hoá của người tiêu dùng là bao nhiêu.

Đồ thị là cách biểu thị trực quan mối quan hệ hàm số giữa hai biến số. Trên đồ thị, người ta thể hiện cầu dưới hình ảnh một đường cầu nhất định. Theo truyền thống trong kinh tế học, mặc dù Q_D hay lượng cầu là biến số được giải thích song nó thường được biểu thị trên trục hoành. Tuy P hay mức giá là biến số giải thích, song nó lại thường được đo trên trục tung. Một đường cầu mô tả các kết hợp khác nhau giữa mức giá và lượng cầu tương ứng. Một điểm cụ thể trên đường cầu cho chúng ta thông tin về một lượng hàng hoá cụ thể mà người tiêu dùng sẵn sàng mua tại một mức giá cụ thể. Đường cầu có thể được thể hiện dưới dạng một đường cong, phi tuyến, với độ dốc không phải là hằng số. Song với mục đích đơn giản hoá, nó thường được thể hiện như một đường thẳng (đường có độ dốc là hằng số), tương ứng với việc biểu thị hàm số cầu như một hàm tuyến tính.



Hình 2.1: Đường cầu về một loại hàng hóa.
Tại mức giá P_1 , lượng cầu là Q_1 .
Khi giá là P_2 , lượng cầu trở thành Q_2

Các đặc tính của một đường cầu điển hình (quy luật cầu)

Khi mức giá của hàng hoá thay đổi, lượng cầu về hàng hoá của người tiêu dùng sẽ thay đổi. Tuy nhiên, những sự thay đổi này sẽ tuân thủ theo một quy tắc nhất định được thể hiện trong quy luật cầu.

Quy luật cầu: Nếu các điều kiện khác được giữ nguyên, không thay đổi, lượng cầu về một loại hàng hoá điển hình sẽ tăng lên khi mức giá của chính hàng hoá này hạ xuống và ngược lại.

Ví dụ, như số liệu ở bảng 2.1 cho thấy, khi giá thịt bò là 100 nghìn đồng 1 kg, lượng thịt bò mà những người tiêu dùng muốn mua trong khoảng thời gian chúng ta xem xét là 30.000 kg hay 30 tấn. Khi thịt bò trở nên rẻ đi, giá của nó hạ xuống còn 90 nghìn đồng 1 kg, lượng cầu về thịt bò sẽ tăng lên thành 35 tấn. Nếu giá thịt bò tiếp tục hạ, ví dụ như còn là 80, 70 nghìn đồng một kg, thì mức cầu về thịt bò cũng sẽ gia tăng tương ứng thành 40, 45 tấn.

Có thể lý giải như thế nào về quy luật cầu này? Tại sao khi giá thịt bò hạ xuống thì lượng cầu về thịt bò lại tăng lên? Trong chương tiếp theo, chúng ta sẽ trình bày một mô hình chi tiết nhằm giải thích sự phản ứng của người tiêu dùng trước sự thay đổi của giá cả hàng hoá. Tuy nhiên, ở đây, chúng ta vẫn có thể đưa ra một sự giải thích đơn giản về quy luật này. Khi giá thịt bò hạ xuống, sẽ có hai hiệu ứng tác động đến người tiêu dùng. Thứ nhất, vì các điều kiện khác là giữ nguyên, tức giá cả các hàng hoá khác trong đó có các hàng hoá như thịt gà, thịt lợn, cá v.v ... được coi là không đổi, nên sự kiện giá thịt bò hạ xuống đồng nghĩa với việc thịt bò trở nên rẻ đi một cách tương đối so với các loại thực phẩm khác. Người tiêu dùng sẽ có xu hướng thay thế một phần các thực phẩm khác, giờ đây đã trở nên đắt hơn một cách tương đối, bằng thịt bò. Điều này làm cho nhu cầu về thịt bò tăng lên. Hiệu ứng này gọi là hiệu ứng thay thế. Thứ hai, khi thu nhập danh nghĩa của người tiêu dùng không đổi, việc thịt bò rẻ đi làm cho thu nhập thực tế của người tiêu dùng tăng lên. Trở nên khá giả hơn, người tiêu dùng cũng sẽ có xu hướng tiêu dùng nhiều thịt bò hơn. Hiệu ứng này gọi là hiệu ứng thu nhập. Trường hợp giá hàng hoá tăng lên cũng có thể giải thích tương tự.

Như vậy, trừ những trường hợp ngoại lệ, sự thay đổi của giá cả hàng hoá làm cho lượng cầu về hàng hoá thay đổi theo hướng ngược lại. Sự vận động ngược chiều nhau của hai biến số này khiến hàm số cầu được coi là một hàm nghịch biến. Vì thế, nếu biểu diễn dưới dạng một hàm số tuyến tính, $Q_D = aP + b$, thì tham số a phải là một số âm. Về mặt đồ thị, quy luật cầu cho thấy đường cầu điển hình là một đường dốc xuống. Đây là đặc tính chung của đại đa số đường cầu.

2.2.2. Cung

Khái niệm: Cung về một loại hàng hoá cho ta biết số lượng hàng hoá mà người sản xuất sẵn sàng cung ứng và bán ra tương ứng với các mức giá khác nhau. Ở mỗi mức giá nhất định của hàng hoá mà ta đang xem xét, người sản xuất sẵn lòng cung cấp một khối lượng hàng hoá nhất định. Khối lượng này gọi tắt là lượng cung (Q_S). Vì vậy, cung về một loại hàng hoá thực chất thể hiện mối quan hệ giữa hai biến số: lượng cung và mức giá của chính hàng hoá đó, trong một khoảng thời gian xác định.

Tương tự như khái niệm cầu, khi nói đến cung về một loại hàng hoá, thứ nhất, trước tiên người ta tập trung vào việc xem xét sự thay đổi của biến số giá cả (P) có ảnh hưởng như thế nào đến biến số sản lượng (Q_S) trong khi giả định các yếu tố khác có liên quan là được giữ nguyên. Chẳng hạn, khi lựa chọn các quyết định sản xuất, người ta không thể không tính đến sự biến động của giá cả các đầu vào hay sự thay đổi về trình độ công nghệ v.v... Tuy nhiên, để làm nổi bật quan hệ giữa Q_S và P , tạm thời các yếu tố này được coi là không đổi và sẽ được khảo sát ở các bước sau. Thứ hai, có thể nói đến cung riêng biệt của một người sản xuất (một doanh nghiệp) hoặc cung nói chung của cả thị trường. Sự khác biệt giữa hai khái niệm này chẳng qua chỉ là sự phân biệt “người sản xuất” (trong định nghĩa về cung nói trên) với tư cách là một nhà sản xuất riêng lẻ hay người sản xuất với tư cách tổng hợp tất cả các nhà sản xuất về một loại hàng hoá nói chung trên thị trường.

Cách biểu thị cung: cũng như cầu, người ta có thể biểu thị cung bằng một biểu cung, một hàm số (phương trình đại số) cung hay một đường cung trên một hệ trục tọa độ.

Biểu cung là một bảng số liệu gồm hai dãy số liệu đặt tương ứng với nhau. Một dãy số thể hiện các mức giá khác nhau của hàng hoá mà người ta phân tích. Dãy số còn lại thể hiện các khối lượng hàng hoá tương ứng mà người sản xuất sẵn sàng cung ứng. Bảng 2.2 cho ta một ví dụ về một biểu cung.

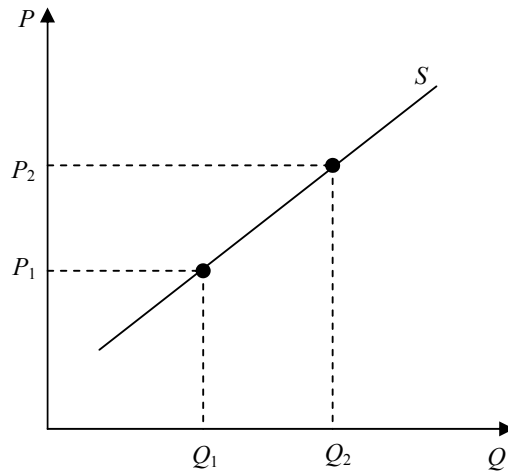
Bảng 2.2: Cung về thịt bò trình bày dưới dạng một biểu cung

Mức giá (nghìn đồng/kg)	Lượng cung về thịt bò (kg)
40	0
50	10.000
60	20.000
70	30.000
80	40.000
90	50.000
100	60.000...

Hàm số cung là cách mô tả khái quát về mối quan hệ giữa lượng cung và mức giá về mặt định lượng: $Q_S = Q_S(P)$. Lượng cung Q_S được coi là biến hàm (biến số được giải thích), còn mức giá P được coi là biến đối số (biến giải thích). Khi diễn đạt cung về một loại hàng hoá dưới dạng một hàm số, bằng tính toán, ta có thể xác định được giá trị của Q_S khi đã biết giá trị của P . Hàm số cung đơn giản nhất thường được viết dưới dạng tuyến tính:

$$Q_S = cP + d, \text{ trong đó } c \text{ và } d \text{ là những tham số.}$$

Đồ thị cũng là một biểu thị khác về cung đối với một loại hàng hoá, thường được sử dụng trong kinh tế học. Đồ thị đường cung cho ta thấy một cách trực quan mối quan hệ giữa mức giá và lượng cung. Đường cung hay được sử dụng (vì lý do đơn giản hoá) là một đường tuyến tính như được thể hiện trên hình 2.2. Vẫn giống như trường hợp đường cầu, mức giá được đo trên trục tung, còn lượng cung được thể hiện trên trục hoành.



Hình 2.2: Đường cung về một loại hàng hóa.

Các mức giá khác nhau P_1, P_2 dẫn đến các lượng cung khác nhau Q_1, Q_2 .

Các đặc tính của một đường cung điển hình (quy luật cung)

Quy luật cung có thể được phát biểu như sau: *Nếu các điều kiện khác được giữ nguyên, lượng cung về một loại hàng hoá điển hình sẽ tăng lên khi mức giá của chính hàng hoá đó tăng lên và ngược lại.*

Chẳng hạn, khi giá thịt bò còn thấp, ví dụ giá thịt bò là 50 nghìn đồng/kg, những nhà sản xuất chỉ sẵn lòng cung ứng ra thị trường một khối lượng thịt bò là 10000 kg hay 10 tấn. Khi giá thịt bò tăng lên thành 60 nghìn đồng/kg, những nhà sản xuất cảm thấy có lãi hơn và họ sẵn sàng tăng lượng thịt bò cung ứng ra thị trường là 20.000 kg hay 20 tấn.

Chúng ta có thể giải thích một cách đơn giản cơ sở của quy luật cung như sau: Khi giá của một loại hàng hoá tăng lên, đồng thời do các điều kiện vẫn không thay đổi (ví dụ, giá cả nguyên liệu, tiền lương, tiền thuê máy móc, trình độ công nghệ v.v... vẫn ở trạng thái như trước), nên lợi nhuận mà các nhà sản xuất thu được sẽ tăng lên. Điều này sẽ khuyến khích họ mở rộng sản xuất, gia tăng sản lượng bán ra. Mặt khác, giả định các điều kiện khác giữ nguyên còn hàm ý giá cả của các hàng hoá khác vẫn không thay đổi khi giá của hàng hoá mà ta đang phân tích tăng lên. Việc kinh doanh mặt hàng này trở nên hấp dẫn hơn một cách tương đối so với các mặt hàng khác. Trước thực tế đó, sẽ có một số nhà sản xuất mới

nhảy vào thị trường mặt hàng mà ta đang đề cập đến (ví dụ, bằng cách rút các nguồn lực đang được sử dụng ở các khu vực khác của nền kinh tế và đưa chúng vào sử dụng ở ngành hàng này). Hệ quả của những điều trên là: Khi giá cả của một mặt hàng tăng lên, sản lượng cung ứng của nó trên thị trường có xu hướng tăng lên.

Các quy luật kinh tế nói riêng cũng như các quy luật trong lĩnh vực xã hội nói chung thường chỉ vạch ra được các khuynh hướng cơ bản chi phối các mối quan hệ hay các sự kiện. Sẽ có những ngoại lệ nằm ngoài quy luật. Trong một số trường hợp, dù giá hàng hoá tăng lên song lượng cung về hàng hoá trên, do giới hạn của những nguồn lực tương đối đặc thù, vẫn không thay đổi (ngay cả trong điều kiện các yếu tố khác có liên quan là giữ nguyên).

Theo quy luật cung, sự vận động của các biến số lượng cung và mức giá là cùng chiều với nhau. Hàm cung điển hình là một hàm số đồng biến. Khi biểu diễn dưới dạng tuyến tính, tham số c trong hàm cung $Q_S = cP + d$ phải là một đại lượng dương. Thể hiện dưới dạng đồ thị, đường cung là một đường dốc lên. Đây là đặc tính chung của một đường cung điển hình mà chúng ta sẽ phải lưu ý, dù muốn thể hiện nó dưới dạng một đường phi tuyến hay tuyến tính.

2.2.3. Cân bằng cầu - cung

Trên thị trường, người mua thường muốn mua rẻ, còn người bán thường muốn bán đắt. Những nhóm người này có thể đề nghị những mức giá khác nhau. Không phải mức giá nào cũng đem lại sự hài lòng chung cho cả người mua lẫn người bán. Trong trạng thái không được thoả mãn, khi coi mức giá hình thành trên thị trường là thấp so với mức giá mà mình trông đợi, như quy luật cung chỉ ra, người bán sẽ phản ứng bằng cách cắt giảm sản lượng cung ứng. Ngược lại, một khi mức giá hình thành trên thị trường được coi là cao so với mức giá dự kiến, phù hợp với quy luật cầu, người tiêu dùng sẽ có xu hướng cắt giảm lượng hàng hoá mà anh ta (hay chị ta) dự định mua. Những phản ứng kiểu như vậy tạo ra một sự tương tác lẫn nhau giữa người mua và người bán, giữa cầu và

cung. Rốt cục, thị trường sẽ vận động về một trạng thái cân bằng, theo đó một mức giá và một mức sản lượng cân bằng sẽ được xác lập.

Cân bằng thị trường là một trạng thái trong đó giá cả và sản lượng giao dịch trên thị trường có khả năng tự ổn định, không chịu những áp lực buộc phải thay đổi. Đó cũng là trạng thái tạo ra được sự hài lòng chung của cả người mua lẫn người bán. Tại mức giá cân bằng, sản lượng hàng hoá mà những người bán sẵn lòng cung cấp ăn khớp hay bằng với sản lượng mà những người mua sẵn lòng mua (vì thế, sản lượng này cũng được gọi là sản lượng cân bằng). Trên đồ thị, điểm cân bằng được xác định bằng chỗ cắt nhau của đường cầu và đường cung. Trên hình 2.3, điểm E chính là điểm cân bằng, còn P^* và Q^* là mức giá và sản lượng cân bằng.

Trên một thị trường có tính chất cạnh tranh, có nhiều người mua, nhiều người bán, đồng thời không có sự can thiệp của nhà nước, giá cả thị trường sẽ có xu hướng hội tụ về mức giá cân bằng - mức giá mà tại đó, lượng cầu bằng chính lượng cung.

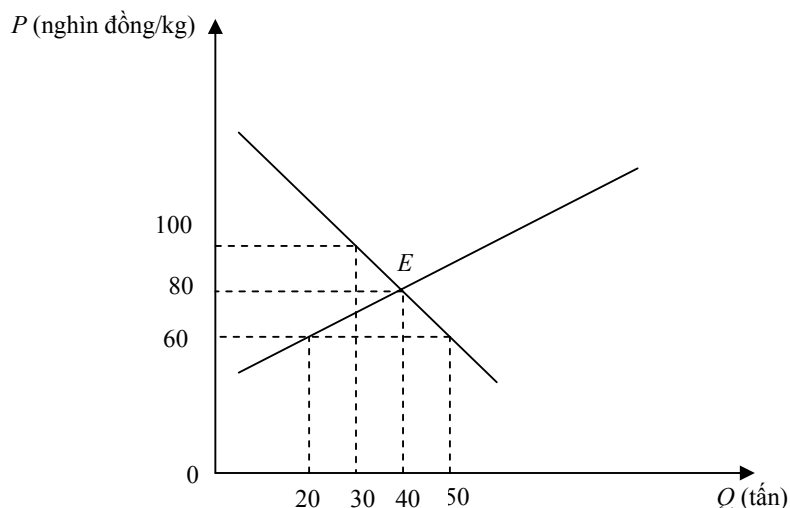
Để minh hoạ và giải thích điều khẳng định trên, ta sẽ phối hợp các số liệu ở bảng 2.1 và bảng 2.2 thành bảng 2.3.

Bảng 2.3: Lượng cầu và lượng cung về thịt bò

Mức giá (nghìn đồng/kg)	Lượng cầu (kg)	Lượng cung (kg)
40	60.000	0
50	55.000	10.000
60	50.000	20.000
70	45.000	30.000
80	40.000	40.000
90	35.000	50.000
100	30.000	60.000

Giả sử thị trường đang ở trong trạng thái chưa cân bằng. Chẳng hạn, trên thị trường thịt bò mức giá đang là 50 nghìn đồng/kg. Tại mức giá này, lượng cầu mà những người tiêu dùng mong muốn là 55.000 kg hay 55 tấn. Song cũng tại mức giá này, những người sản xuất chỉ sẵn lòng cung cấp 10.000 kg hay 10 tấn thịt bò. Lượng cung nhỏ hơn lượng cầu biểu thị trạng thái không ăn khớp giữa kế hoạch cung cấp của những người sản xuất và kế hoạch mua hàng của những người tiêu dùng. Trong trường hợp ví dụ trên, một số người tiêu dùng sẽ không mua được thịt bò ở mức mà họ mong muốn. Ở đây tồn tại một sự thiếu hụt về hàng hoá hay dư thừa về cầu. (Mức dư cầu được đo bằng sự chênh lệch giữa lượng cầu và lượng cung. Trong ví dụ trên, mức dư cầu là 45 tấn). Sự thiếu hụt hàng hoá sẽ tạo ra áp lực cạnh tranh mạnh mẽ giữa những người mua. Để mua được hàng, một số người tiêu dùng nào đó sẽ đề nghị một mức giá cao hơn và điều đó sẽ tạo ra áp lực đẩy giá cao lên. Với mức giá cao hơn, những người bán sẽ được khuyến khích để gia tăng lượng cung (nếu giá thịt bò tăng lên thành 60 nghìn đồng/kg, lượng cung thịt bò sẽ tăng lên thành 20 tấn). Đồng thời, tại mức giá mới này, người mua sẵn sàng mua ít hàng hơn trước (lượng cầu thịt bò bây giờ chỉ còn 50 tấn). Sự thiếu hụt hàng hoá được cắt giảm (lượng cầu thịt bò dư thừa tại mức giá này tuy vẫn còn, song đã giảm xuống thành 30 tấn). Nếu sự thiếu hụt hàng hay dư cầu vẫn còn, thì

áp lực tăng giá vẫn tồn tại. Áp lực này chỉ mất đi, xu hướng tăng giá hàng hoá trên thị trường chỉ dừng lại khi giá đạt đến mức cân bằng. Khi đó, sản lượng trở thành sản lượng cân bằng: lượng



Hình 2.3: Giá và sản lượng cân bằng trên thị trường thịt bò. Thị trường cân bằng tại điểm *E* với mức giá cân bằng là 80 nghìn đ/kg và sản lượng cân bằng là 40 tấn

cầu bằng lượng cung. Ở thị trường thịt bò nói trên, điều này xảy ra khi giá thịt bò là 80 nghìn đồng/kg và sản lượng thịt bò là 40.000 kg hay 40 tấn.

Khi mức giá trên thị trường còn cao hơn giá cân bằng thì tình hình cũng diễn ra theo một cách tương tự như vậy. Ở mức giá cao hơn giá cân bằng, lượng cung về hàng hoá sẽ vượt quá lượng cầu về hàng hoá. Trong trường hợp này, một lượng hàng hoá mà người bán muốn bán lại không tìm được người mua. Sự ế thừa hàng hoá kiểu này được gọi là sự dư cung. Nó làm cho hay tạo ra sức ép khiến những người bán phải hạ giá hàng hoá. Quá trình hạ giá này sẽ dần dần làm giảm mức dư cung và chỉ dừng lại khi mức giá trên thị trường đã hạ xuống đến mức giá cân bằng.

Như vậy, sự phân tích trên cho thấy, nếu thị trường chưa đạt tới trạng thái cân bằng, trong nó sẽ chứa đựng những áp lực buộc nó phải thay đổi: giá cả phải tăng lên hay hạ xuống để lượng cầu dần dần phải khớp với lượng cung. Chỉ khi đạt đến điểm cân bằng, thị trường mới đi đến được trạng thái tương đối ổn định. Nói cách khác, thị trường có xu hướng tự điều chỉnh để đạt tới trạng thái cân bằng. Vì thế, khi nói đến giá cả người ta ít quan tâm đến những mức giá ngẫu nhiên khác nhau mà thường chú ý đến mức giá cân bằng. Không phải lúc nào thị trường cũng luôn luôn ở trạng thái cân bằng cũng như giá luôn luôn là giá cân bằng. Tuy nhiên, trên thị trường, giá có xu hướng vận động về mức giá cân bằng. Trong sự dao động lên, xuống thất thường của giá cả, mức giá cân bằng hiện ra như một “mỏ neo” mà người ta phải nắm bắt. Trên một thị trường, nó được xác lập thông qua sự tương tác lẫn nhau của tất cả những người sản xuất và tiêu dùng. Cách nói: giá cả thị trường là do cung cầu trên thị trường quyết định chính là một sự diễn đạt khác về điều này.

Vai trò của giá cả

Cũng qua sự phân tích trên, ta thấy được vai trò quan trọng của giá cả. Chính nhờ sự thay đổi linh hoạt của giá cả mà thị trường đạt đến được trạng thái cân bằng. Sở dĩ giá cả thực hiện được điều đó vì:

Thứ nhất, sự thay đổi của giá cả luôn tác động đến hành vi của người tiêu dùng. Khi mức giá tăng lên, người tiêu dùng có xu hướng cắt

giảm nhu cầu tiêu dùng của mình. Ngược lại, khi mức giá hạ xuống, người tiêu dùng được khuyến khích gia tăng mức sử dụng hàng hoá. Giá hàng hoá cao sẽ khiến cho người tiêu dùng phải cân nhắc nhiều hơn mỗi khi ra quyết định mua sắm, đồng thời có ý thức tiết kiệm hơn trong việc tiêu dùng hàng hoá. Ngược lại, khi giá một loại hàng hoá được xem là quá thấp, người tiêu dùng sẽ có khuynh hướng sử dụng hàng hoá một cách “hào phóng” hơn.

Thứ hai, sự biến động của giá cả cũng luôn ảnh hưởng đến hành vi của những người sản xuất. Giá hàng hoá tăng cao sẽ khuyến khích người sản xuất gia tăng sản lượng hàng hoá. Giá hàng hoá hạ xuống thấp lại tạo ra áp lực buộc những người này phải cắt giảm sản lượng.

Thứ ba, trong nền kinh tế thị trường, sự lên xuống linh hoạt của hệ thống giá cả chính là một “kênh” thông tin hữu ích về tình hình thị trường để những người sản xuất và tiêu dùng ra quyết định. Khi giá của một loại hàng hoá đang tăng, nó có thể là một tín hiệu cho thấy sự thiếu hụt hàng hoá trên thị trường (do nhu cầu về hàng hoá gia tăng hay do nguồn cung hàng hoá thiếu hụt). Trong trường hợp này, việc mở rộng sản xuất hay hạn chế tiêu dùng là thích hợp không chỉ với cá nhân những người sản xuất, tiêu dùng mà cả với xã hội nói chung. Còn khi giá của một loại hàng hoá đang đi xuống, đó sẽ là “thông điệp” của thị trường về sự dư thừa tương đối của hàng hoá. Dựa trên “thông điệp” này, phản ứng cắt giảm lượng hàng hoá cung ứng của người sản xuất hay mở rộng tiêu dùng của người tiêu thụ được thực hiện.

Thứ tư, trong quan hệ giữa các thị trường với nhau, sự vận động của hệ thống giá cả còn tạo ra một cơ chế phân bổ nguồn lực hữu hiệu. Dựa vào sự lên xuống của các mức giá, nguồn lực được phân bổ cho các ngành kinh tế khác nhau theo hướng: ở ngành nào mà giá tương đối của hàng hoá (so với giá của các hàng hoá khác) càng cao (chứng tỏ nhu cầu tương đối của xã hội về hàng hoá này càng lớn), thì ở đó càng thu hút được nhiều nguồn lực của xã hội và ngược lại.

Thứ năm, vai trò cung cấp thông tin nhằm tạo ra một cơ chế phân bổ nguồn lực kiểu như vậy của giá cả là cực kỳ quan trọng đối với nền

kinh tế. Nó làm cho giá cả trở thành tín hiệu có khả năng kết nối các quyết định riêng rẽ của hàng nghìn, hàng triệu cá nhân khác nhau trong nền kinh tế với nhau nhằm tạo ra sự cân đối hay ăn khớp với nhau giữa cung và cầu, giữa sản xuất và tiêu dùng. Sự vận động của giá cả hướng về mức giá cân bằng nói lên khả năng tự vận hành, tự điều chỉnh của nền kinh tế thị trường.

2.3. Sự thay đổi giá cân bằng

Khi giá thịt bò trên thị trường tăng lên từ 60 nghìn đồng/kg (năm 2003) thành 80 nghìn đồng/kg (vào đầu năm 2004), thì đây không phải là sự thay đổi thất thường của những mức giá ngẫu nhiên trên con đường hội tụ về mức giá cân bằng mà là sự thay đổi của chính mức giá cân bằng, do các điều kiện thị trường thay đổi. Vì giá cân bằng do cung, cầu xác định nên khi cung, cầu thay đổi, mức giá này cũng sẽ thay đổi. Về mặt đồ thị, chúng ta đã biết rằng điểm cân bằng trên một thị trường chính là giao điểm của đường cầu và đường cung. Khi các đường này dịch chuyển, thị trường chuyển đến một điểm cân bằng mới, và do đó, xác lập một mức giá cân bằng mới. Vì thế, việc phân tích các nguyên nhân dẫn đến sự thay đổi trong mức giá cân bằng (cũng như sản lượng cân bằng - thực ra, hai biến số này luôn liên quan chặt chẽ với nhau) có thể quy về việc phân tích các yếu tố làm các đường cầu hay đường cung dịch chuyển.

2.3.1. Những yếu tố làm dịch chuyển đường cầu

Đường cầu về một loại hàng hoá dịch chuyển khi ở từng mức giá, lượng cầu tương ứng về hàng hoá thay đổi. Trong trường hợp này, người ta nói cầu về hàng hoá thay đổi. Cầu về hàng hoá tăng lên phản ánh lượng hàng hoá mà những người tiêu dùng sẵn lòng mua ở mỗi mức giá tăng lên. Ngược lại, cầu về hàng hoá được coi là giảm xuống khi lượng cầu ở từng mức giá giảm.

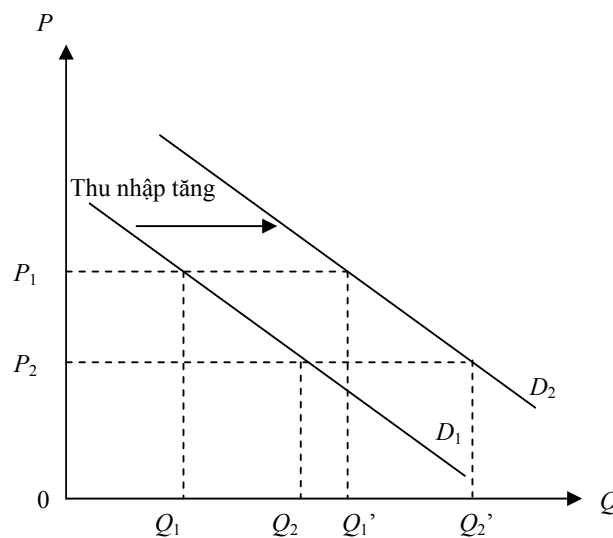
Gắn với mỗi đường cầu, trước đây chúng ta giả định rằng tất cả các yếu tố khác đều giữ nguyên. Khi thể hiện đường cầu, chúng ta mới chỉ quan tâm đến sự thay đổi của mức giá hàng hoá hiện hành ảnh hưởng như thế nào đến lượng cầu. Thật ra, lượng hàng hoá mà người tiêu dùng

muốn và sẵn sàng mua còn bị chi phối bởi những yếu tố khác. Khi những yếu tố này thay đổi, lượng cầu về hàng hoá ở mỗi mức giá cũng sẽ thay đổi. Đây là nguyên nhân làm đường cầu thị trường dịch chuyển. Những yếu tố chính đó là: thu nhập, sở thích, dự kiến về mức giá tương lai của người tiêu dùng, giá cả của các hàng hoá khác có liên quan, số lượng người tiêu dùng tham gia vào thị trường.

** Thu nhập*

Thu nhập là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến các quyết định của những người tiêu dùng. Sự thay đổi về thu nhập thường dẫn đến sự thay đổi trong nhu cầu của họ. Tuy nhiên, ảnh hưởng của thu nhập đến cầu về các hàng hoá có thể là khác nhau, tùy theo tính chất của chính hàng hoá mà ta xem xét.

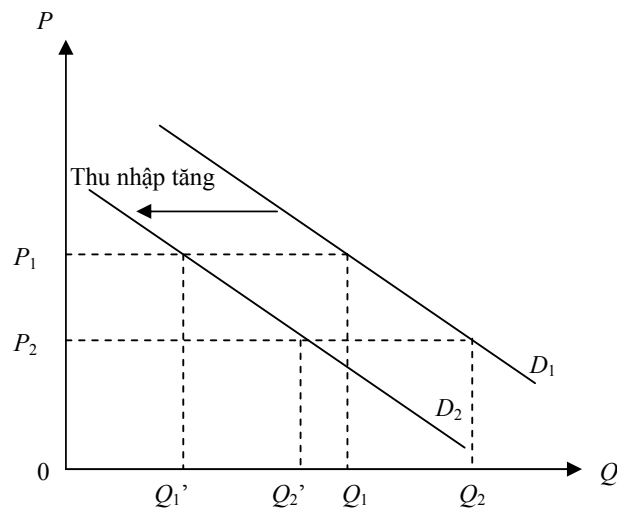
Đối với những hàng hoá thông thường (thịt bò ngon, ô tô, xe máy, giáo dục...), cầu về một loại hàng hoá sẽ tăng khi thu nhập của người tiêu dùng tăng lên. Đường cầu tương ứng sẽ dịch sang bên phải. Trong trường hợp ngược lại, khi thu nhập giảm, cầu của người tiêu dùng về hàng hoá sẽ giảm. Đường cầu tương ứng sẽ dịch chuyển sang trái.



Hình 2.4: Đối với hàng hóa thông thường, thu nhập tăng làm đường cầu dịch chuyển sang phải

Đối với một số loại hàng hoá khác mà người ta gọi là hàng hoá thứ cấp, tình hình lại diễn ra theo chiều hướng ngược lại. Chẳng hạn, khi còn nghèo, thu nhập thấp, các hàng hoá như sắn, khoai được xem như những loại lương thực chính của các gia đình Việt Nam. Tuy nhiên, hiện nay, với mức sống và thu nhập cao hơn, cầu về các hàng hoá này của họ

giảm hẳn. Người ta không còn sử dụng sắn, khoai như một loại lương thực. Thỉnh thoảng, người ta vẫn mua đôi củ sắn, dăm cân khoai sọ đó không còn là nhu cầu tiêu dùng hàng ngày của đại đa số dân chúng. Những hàng hoá như khoai, sắn được coi là những hàng hoá thứ cấp. Khi thu nhập thấp, cầu của người tiêu dùng về những hàng hoá này tương đối cao. Khi thu nhập tăng lên, cầu của người tiêu dùng về chúng sẽ giảm xuống, và trên đồ thị ta biểu thị bằng cách dịch chuyển đường cầu sang trái (hình 2.5)

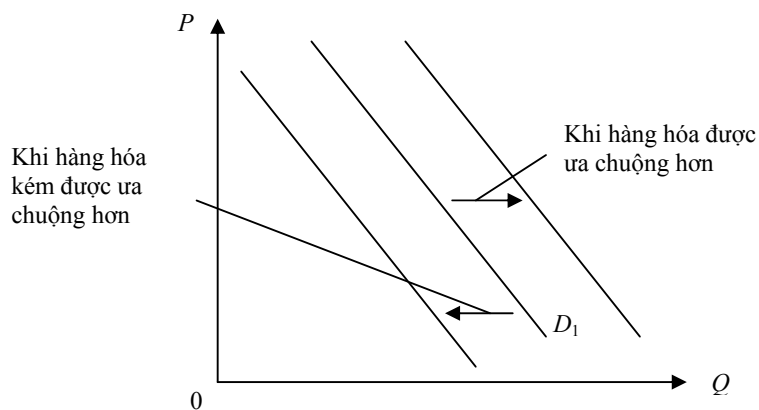


Hình 2.5: Đường cầu về một loại hàng hóa thứ cấp dịch chuyển sang trái khi thu nhập tăng

Không dễ dàng phân biệt hàng hoá thông thường và hàng hoá thứ cấp theo những tính chất tự nhiên hay vật lý của chúng. Vấn đề là có hai loại hàng hoá: một loại thì khi thu nhập tăng, cầu của người tiêu dùng về nó cũng tăng theo (và ngược lại, khi thu nhập giảm, cầu về nó cũng giảm), còn một loại thì ngược lại: cầu của những người tiêu dùng về nó tăng khi thu nhập của họ giảm, và cầu của họ giảm khi thu nhập tăng lên. Loại hàng hoá thứ nhất được gọi là hàng hoá thông thường, loại hàng hoá còn lại được gọi là hàng hoá thứ cấp.

* Sở thích

Sở thích của người tiêu dùng phản ánh thái độ của anh ta (hay chị ta) đối với hàng hoá, với tư cách là đối tượng của sự tiêu dùng. Mức độ yêu, thích của người ta về một loại hàng hoá là rất khác nhau. Đúng trước cùng một loại hàng hoá, người này có thể thích, người kia có thể không thích với những mức độ đánh giá khác nhau. Khi xem xét một đường cầu về một loại hàng hoá chúng ta giả định sở thích của người tiêu dùng (dù xét cá nhân một người tiêu dùng hay tổng thể khối người tiêu dùng) là đã xác định. Khi sở thích của người tiêu dùng thay đổi, lượng cầu của người tiêu dùng ở từng mức giá cũng thay đổi. Đường cầu trong trường hợp này sẽ dịch chuyển. Khi một hàng hoá được người tiêu dùng ưa chuộng hơn trước, cầu về nó trên thị trường sẽ tăng lên và đường cầu lúc này sẽ dịch chuyển sang phải. Ngược lại, vì một lý do nào đó mà sự ưa thích của người tiêu dùng về một loại hàng hoá giảm xuống, cầu về hàng hoá này sẽ giảm. Tương ứng, đường cầu về hàng hoá này sẽ dịch chuyển sang trái (hình 2.6)



Hình 2.6: Sự thay đổi của sở thích của người tiêu dùng sẽ làm đường cầu dịch chuyển

Kinh tế học chỉ tập trung quan tâm giải thích hậu quả của sự thay đổi sở thích ở những người tiêu dùng chứ nó không đi sâu giải thích sở thích của người tiêu dùng hình thành như thế nào, hay tại sao nó lại thay đổi. Những khía cạnh đó là đối tượng nghiên cứu của các khoa học khác. Tuy thế, trên thực tế, việc tác động đến sở thích của người tiêu dùng lại là

một nghệ thuật mà các nhà kinh doanh luôn muốn nắm bắt. Việc dùng hình ảnh của những người nổi tiếng như các ca sỹ, các cầu thủ bóng đá tài năng, được công chúng hâm mộ để quảng cáo cho các sản phẩm chính là cách mà các nhà kinh doanh tác động vào sở thích theo hướng có lợi cho mình.

** Giá cả của các hàng hoá khác có liên quan*

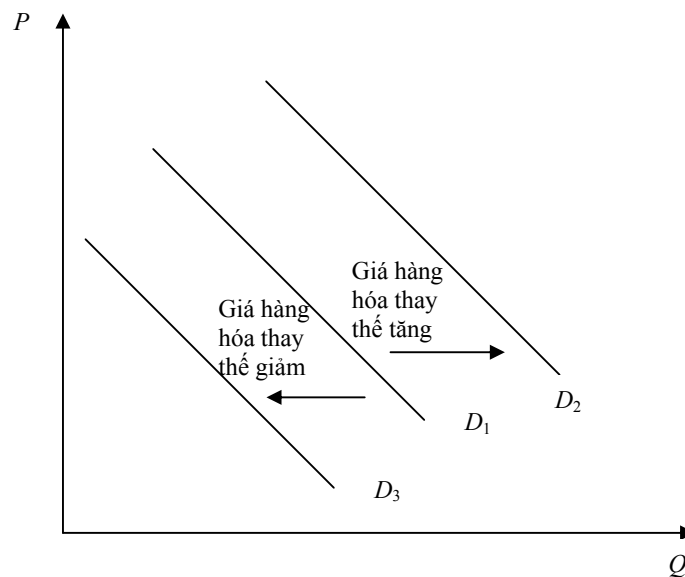
Đường cầu mô tả quan hệ giữa lượng cầu về một loại hàng hoá và mức giá của chính nó. Giá cả của các loại hàng hoá khác được coi là một yếu tố nằm trong cụm từ “các yếu tố khác không đổi”. Khi loại giá cả này thay đổi, đường cầu về hàng hoá mà ta đang phân tích sẽ thay đổi và dịch chuyển. Tác động như vậy diễn ra như thế nào tùy thuộc vào quan hệ của những hàng hoá trên với hàng hoá đang được thể hiện trên đường cầu. Để tiện cho việc xem xét, ta gọi A là hàng hoá mà cầu về nó đang được khảo cứu, B là hàng hoá khác có liên quan đến A về phương diện tiêu dùng. Có hai trường hợp: thứ nhất, B là hàng hoá thay thế của A, thứ hai, B là hàng hoá bổ sung cho A.

- Hàng thay thế: B được coi là hàng hoá thay thế của A, và ngược lại nếu như người ta có thể sử dụng hàng hoá này thay cho hàng hoá kia trong việc thoả mãn nhu cầu của mình. Công dụng của B càng gần với công dụng của A, việc thay thế B cho A, hoặc ngược lại, trong tiêu dùng càng dễ thực hiện. Hay nói cách khác, B và A là những hàng hoá thay thế tốt cho nhau. Ví dụ, thịt gà và thịt bò, nói chung, là những loại hàng hoá thay thế khá tốt cho nhau đối với nhiều người tiêu dùng. Tuy nhiên, trong một chừng mực nào đó, rau quả cũng là một loại hàng hoá thay thế của thịt bò.

Nếu B là hàng hoá thay thế của A thì khi giá hàng hoá B thay đổi, điều đó ảnh hưởng như thế nào đến cầu về hàng hoá A?

Khi giá của hàng hoá B tăng lên, sự kiện này sẽ làm cho người tiêu dùng nhận thấy rằng, B đang trở nên đắt đỏ lên một cách tương đối so với A. Ở một mức giá nhất định của hàng hoá A, người tiêu dùng có xu hướng chuyển sang việc sử dụng A nhiều hơn để thay thế cho B. Lượng

cầu về hàng hoá A tăng lên ở mỗi mức giá của A. Nói cách khác, khi giá của hàng hoá thay thế tăng lên, cầu về hàng hoá mà ta đang xem xét cũng tăng lên (đường cầu dịch chuyển sang phải). Cũng theo cách lập luận tương tự thì trái lại, khi giá của hàng hoá thay thế hạ xuống, cầu về hàng hoá ta đang phân tích sẽ giảm và đường cầu của nó sẽ dịch chuyển sang trái. (hình 2.7)



Hình 2.7: Tác động của sự thay đổi giá cả của hàng hóa thay thế đến cầu về một loại hàng hóa

- Hàng bổ sung: B được gọi là hàng hoá bổ sung cho A nếu như việc tiêu dùng A luôn kéo theo việc tiêu dùng B. Những cặp hàng hoá như: chè Lipton và đường; xe máy và xăng; ô tô và xăng hay phụ tùng ô tô...

Khi giá của hàng hoá bổ sung B tăng lên (hay giảm xuống) thì cầu về hàng hoá A sẽ thay đổi như thế nào? Giá của xăng tăng lên khiến cho lượng cầu về xăng giảm xuống, nếu như các yếu tố khác được giữ nguyên. Điều này cũng có nghĩa là xăng với tư cách là nhiên liệu cần thiết cho việc sử dụng xe máy trở nên đắt hơn trước. Lượng xăng người ta dùng ít đi đồng thời cũng làm mức sử dụng xe máy (số giờ sử dụng xe máy hay số người sử dụng xe máy...) giảm đi so với trước. Rất cực,

lượng cầu về xe máy sẽ giảm ở từng mức giá. Nói cách khác, cầu về xe máy sẽ giảm. Như vậy, nếu giá của hàng hoá bổ sung tăng lên, cầu về hàng hoá mà ta đang phân tích sẽ giảm, đường cầu của nó sẽ dịch chuyển sang bên trái. Lập luận một cách tương tự, khi giá cả của hàng hoá bổ sung giảm xuống, cầu về hàng hoá mà ta đang phân tích sẽ tăng lên và đường cầu của nó sẽ dịch chuyển sang bên phải.

** Giá kỳ vọng*

Khi nói đến đường cầu về một loại hàng hoá, người ta muốn nói đến mối quan hệ giữa lượng cầu về hàng hoá này với mức giá hiện hành của chính nó. Ở đây, ta giả định người tiêu dùng có một dự kiến hay kỳ vọng nhất định về giá cả hàng hoá trong tương lai. Khi mức giá kỳ vọng này thay đổi, cầu về hàng hoá hay lượng cầu của người tiêu dùng ở mỗi mức giá hiện hành sẽ thay đổi. Chẳng hạn, trong những “con sốt” vàng hay “con sốt” đất, như đã từng xảy ra ở Việt Nam trong hơn chục năm qua, người ta quan sát thấy một hiện tượng tồn tại như là nghịch lý: khi giá vàng hay giá đất đang tăng nhanh, người ta lại đổ xô đi mua vàng hay mua đất. Phải chăng trong trường hợp này, quy luật cầu không còn phát huy tác dụng? Sự thật thì không phải giá các hàng hoá này tăng lên là nguyên nhân làm cho mức cầu về chúng gia tăng. Khi các cơn sốt giá bùng phát, cái kích thích người tiêu dùng đổ xô đi mua hàng chính là giá cả kỳ vọng. Khi những người tiêu dùng kỳ vọng rằng giá hàng hoá sẽ còn gia tăng mạnh trong tương lai, họ sẽ cố gắng đi mua hàng ngay từ hôm nay nhằm có thể mua được nhiều hàng hoá hơn trong lúc giá của nó còn thấp. Điều này hoàn toàn phù hợp với lý thuyết cầu vì ở đây, người tiêu dùng vẫn cố gắng mua khối lượng hàng hoá nhiều hơn khi giá của nó thấp và ngược lại. Ở đây, không phải xảy ra một sự trượt dọc theo đường cầu mà là một sự dịch chuyển của cả đường cầu. Khi giá kỳ vọng tăng, cầu về hàng hoá sẽ tăng và đường cầu sẽ dịch chuyển về bên phải. Trái lại, khi giá kỳ vọng giảm, cầu về hàng hoá sẽ giảm và đường cầu sẽ dịch chuyển sang trái.

** Số lượng người mua*

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

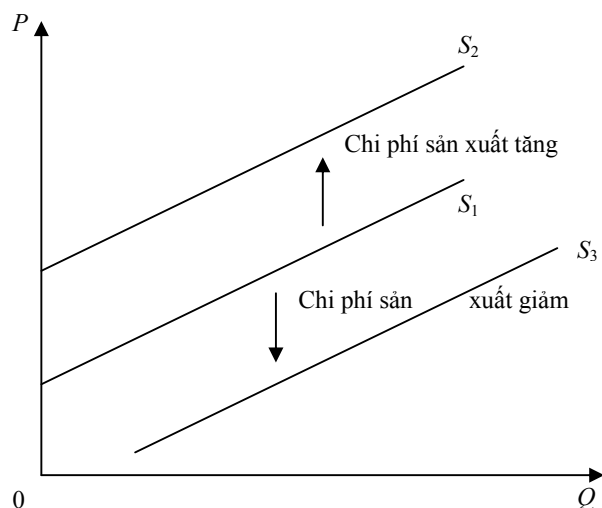
Trong dài hạn, số lượng người mua trên nhiều thị trường bị tác động chủ yếu bởi những biến động về dân số. Về ngắn hạn, những di chuyển của những dòng dân cư gắn với nhu cầu tham quan, du lịch v.v... cũng có thể tạo ra những sự thay đổi về số lượng người tiêu dùng trên các thị trường. Chẳng hạn, vào những dịp lễ, tết, số người đến các thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh thường tăng lên. Lúc này, cầu về nhiều loại hàng hoá (hàng ăn uống, nhà trọ, nhà nghỉ v.v...) ở các địa phương này thường tăng lên.

2.3.2. Những yếu tố làm dịch chuyển đường cung

Cung về một loại hàng hoá được coi là tăng lên khi lượng cung về nó tăng ở mỗi mức giá hiện hành. Trong trường hợp ngược lại, tại mỗi mức giá hiện hành của hàng hoá, lượng cung đều giảm, ta nói: cung về hàng hoá giảm xuống. Trường hợp đầu, đường cung dịch chuyển sang phải. Trong trường hợp sau, đường cung dịch chuyển sang trái.

Ân sau mỗi đường cung là chi phí sản xuất để tạo ra hàng hoá ở mỗi điểm sản lượng. Khi quyết định sản xuất thêm hay bớt một đơn vị hàng hoá, doanh nghiệp phải so sánh chi phí phát sinh thêm với khoản tiền bạc có thể thu thêm nhờ bán hàng. Vì thế, ở mỗi mức giá hàng hoá đã biết, khi chi phí sản xuất có liên quan hạ xuống, doanh nghiệp có khuynh hướng gia tăng lượng cung. Lúc này cung sẽ tăng và đường cung dịch chuyển sang phải. Khi chi phí sản xuất tăng lên, cung sẽ giảm và đường cung dịch chuyển sang trái. Tóm lại, sự dịch chuyển của đường cung có

nguyên nhân từ những thay đổi trong chi phí sản xuất. Tất cả những yếu tố làm thay đổi chi phí sản xuất đều làm dịch chuyển đường cung.



Hình 2.8: Khi chi phí sản xuất hàng hoá thay đổi, đường cung sẽ dịch chuyển

* *Trình độ công nghệ*

Những thay đổi về công nghệ và kỹ thuật sản xuất luôn tác động mạnh đến chi phí sản xuất của một loại hàng hoá. Trong tiến trình phát triển của xã hội, con người luôn tìm cách cải tiến cách thức sản xuất, chế tạo ra những công cụ sản xuất mới có năng suất cao hơn, sử dụng những phương pháp sản xuất tiên tiến hơn, tạo ra nhiều vật liệu mới có nhiều tính năng và công dụng ưu việt hơn so với những gì có sẵn trong tự nhiên. Chính nhờ vậy, xét tổng thể, tiến bộ khoa học và công nghệ làm cho chi phí sản xuất các loại hàng hoá nói chung có xu hướng giảm xuống. Điều này thể hiện một cách nổi bật trong những lĩnh vực chế tạo sản phẩm “mới” (như sản xuất máy tính, điện thoại di động v.v...), nơi mà những sản phẩm đang trực tiếp là con đẻ của những thành tựu mới nhất của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại. Nhờ tiến bộ công nghệ mà chi phí sản xuất các loại hàng hoá loại này có thể hạ xuống nhanh chóng đến mức khó tưởng tượng: chẳng hạn, cứ sau một năm, giá máy tính thường giảm xuống từ 20 - 40% mặc dù nhu cầu về máy tính vẫn không

ngừng tăng lên. Trong trường hợp này, tiến bộ công nghệ là nguồn gốc chính của sự gia tăng nhanh chóng của nguồn cung. Đường cung có xu hướng dịch chuyển xuống dưới (do chi phí sản xuất hạ) và sang bên phải (do người sản xuất sẵn sàng cung cấp nhiều hàng hoá hơn tại mỗi mức giá).

**Giá cả các yếu tố đầu vào*

Sự thay đổi của chi phí sản xuất cũng thường gắn với những biến động trong giá cả các yếu tố đầu vào. Khi giá máy móc, thiết bị, nhân công, nguyên vật liệu... tăng lên, trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, chi phí sản xuất hàng hoá sẽ tăng lên và đường cung về hàng hoá này sẽ dịch chuyển lên trên và sang trái. Ngược lại, khi các đầu vào của quá trình sản xuất trở nên rẻ hơn, chi phí sản xuất sẽ hạ, đường cung về hàng hoá sẽ dịch chuyển xuống dưới và sang phải.

Trong số các yếu tố đầu vào, xăng, dầu thuộc loại đầu vào được sử dụng phổ biến trong hầu hết các ngành kinh tế. Vì thế, giá xăng dầu biến động mạnh thường tác động đến chi phí sản xuất không chỉ của một ngành sản xuất riêng biệt mà của cả nền kinh tế. Hiện tượng chỉ số giá chung năm 2004 của Việt Nam tăng cao hơn nhiều so với mấy năm trước đó có một phần liên quan đến sự tăng giá đạt đến ngưỡng kỷ lục của dầu mỏ trên thị trường thế giới trong thời gian này.

**Giá cả các hàng hoá có liên quan*

Ở đây muốn đề cập đến những hàng hoá có liên quan với hàng hoá mà ta đang phân tích về phương diện cung ứng hay sản xuất chứ không phải về phương diện nhu cầu hay tiêu dùng. Có hai trường hợp: thứ nhất, chúng là những hàng hoá cùng cạnh tranh nhau trong việc sử dụng một hay một số nguồn lực (đầu vào) cố định. Trong trường hợp này, nếu người sản xuất sử dụng nhiều nguồn lực hơn cho việc sản xuất một loại hàng hoá thì cũng có nghĩa là anh ta (hay chị ta) sử dụng ít nguồn lực hơn cho việc chế tạo hàng hoá còn lại. Vì thế, khi giá cả các hàng hoá có liên quan tăng lên (hay giảm đi), theo quy luật cung, lượng cung về các hàng hoá này tăng lên. Các nguồn lực dành cho chúng cũng tăng lên. Hậu quả

là phần nguồn lực còn lại dành cho việc sản xuất hàng hoá mà ta đang phân tích giảm và cung về nó sẽ giảm. Đường cung của nó sẽ dịch chuyển sang trái và lên trên. Ví dụ, trên một diện tích đất đai nhất định, người ta vừa trồng hoa, vừa trồng lúa. Khi nhu cầu về hoa tăng lên, giá cả của nó tăng theo. Những người nông dân sẽ thấy có lợi hơn nếu mở rộng diện tích trồng hoa. Cung về lúa gạo sẽ giảm xuống. Thứ hai, một hàng hoá có thể là sản phẩm phái sinh của quá trình sản xuất một loại hàng hoá khác. Ví dụ, da bò trong quan hệ với thịt bò. Trong trường hợp này, nếu giá một hàng hoá tăng lên (chẳng hạn, giá thịt bò tăng), lượng cung về nó (thịt bò) tăng (theo quy luật cung). Điều đó làm cho nguồn cung về hàng hoá liên quan (da bò) tăng lên, không phụ thuộc vào giá cả của nó (của da bò). Đường cung về hàng hoá này (da bò) sẽ dịch chuyển sang phải và xuống dưới.

**Giá kỳ vọng*

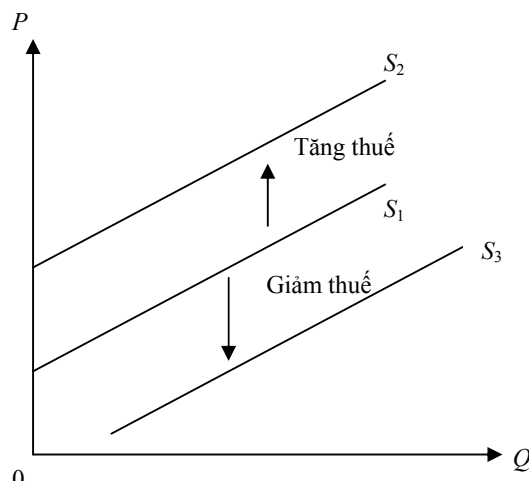
Những dự kiến hay kỳ vọng của mọi người về tương lai thường có ảnh hưởng quan trọng đến các quyết định hiện tại của họ. Khi ra quyết định cung ứng nào đó về một loại hàng hoá, những người sản xuất đã có một hình dung nhất định về mức giá trong tương lai của nó – đó là mức giá kỳ vọng. Khi mức giá kỳ vọng này thay đổi, họ cũng sẽ thay đổi mức sản lượng cung ứng tại từng mức giá hiện tại của hàng hoá. Chẳng hạn, khi những người sản xuất một hàng hoá nào đó tin rằng giá của nó sẽ tăng lên rất mạnh trong tương lai, nếu các điều kiện khác không thay đổi, họ sẽ có xu hướng sản xuất và cung ứng hàng hoá tương đối “cầm chừng” trong hiện tại. Cung hiện tại về hàng hoá sẽ có xu hướng giảm hay đường cung hàng hoá sẽ dịch chuyển sang trái và lên phía trên.

**Chính sách của nhà nước*

Chính sách của nhà nước có ảnh hưởng to lớn đến chi phí sản xuất của doanh nghiệp. Bằng chính sách của mình, nhà nước có thể điều chỉnh hành vi và tác động đến các điều kiện sản xuất của các doanh nghiệp. Khi mà các doanh nghiệp có thể tiến hành sản xuất trong những môi trường dễ dàng hay thuận lợi hơn, chi phí sản xuất của chúng thường hạ và cung về hàng hoá sẽ tăng. Ngược lại, những quy định chính sách khiến cho các

quá trình sản xuất trở nên tốn kém hơn, ít thuận lợi hơn, chi phí sản xuất của các doanh nghiệp sẽ tăng lên và cung về hàng hoá sẽ giảm.

Tác động trực tiếp đến chi phí sản xuất của các doanh nghiệp là chính sách thuế của nhà nước. Khi nhà nước tăng thuế đánh vào một loại hàng hoá, chi phí toàn bộ của việc sản xuất hàng hoá tăng theo. Cung về hàng hoá trong trường hợp này sẽ giảm và đường cung về nó sẽ dịch chuyển sang trái và lên trên. Khi được giảm thuế, chi phí chung để sản xuất hàng hoá hạ xuống. Cung về hàng hoá sẽ tăng. Đường cung về hàng hoá sẽ dịch chuyển sang phải và xuống dưới.



Hình 2.9: Thuế và sự dịch chuyển của đường cung

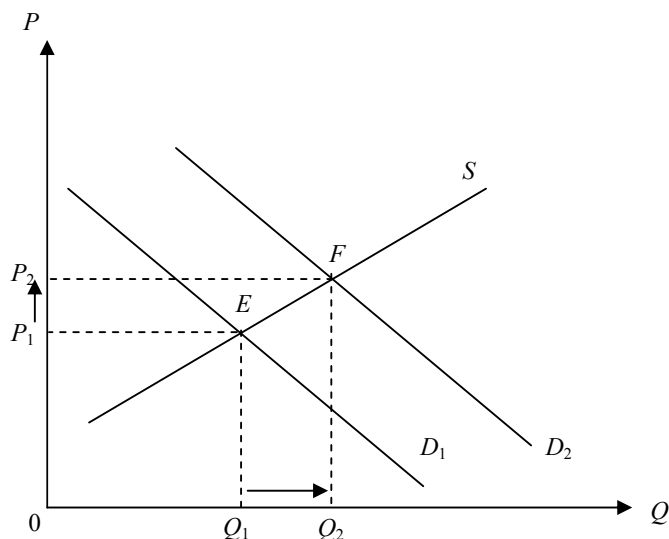
Chính sách trợ cấp của nhà nước đối với một số ngành sản xuất ảnh hưởng đến chi phí sản xuất của các doanh nghiệp trong các ngành này theo hướng ngược lại với thuế. Khi việc sản xuất một loại hàng hoá được trợ cấp, chi phí sản xuất ròng của các doanh nghiệp tương ứng sẽ giảm xuống. Trong trường hợp này, cung về hàng hoá sẽ tăng và đường cung của nó sẽ dịch chuyển sang phải và xuống dưới. Việc giảm trợ cấp, ngược lại, sẽ làm cung hàng hoá giảm và đường cung hàng hoá sẽ dịch chuyển sang trái và lên trên.

Ngoài chính sách thuế và trợ cấp, các quy định khác nhau của nhà nước về tiêu chuẩn môi trường, tiêu chuẩn an toàn sản xuất và tiêu dùng, về thông tin sản phẩm v.v... đều ảnh hưởng đến chi phí sản xuất của

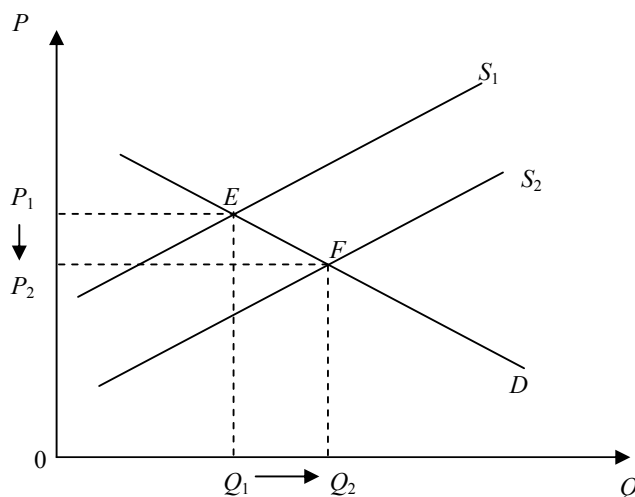
doanh nghiệp. Về nguyên tắc, nếu các quy định điều tiết sản xuất của nhà nước càng mang tính chất khắt khe, những khoản chi phí nhất định mà doanh nghiệp phải bỏ ra để đáp ứng càng lớn. Khi đó, chi phí sản xuất của doanh nghiệp càng tăng và cung về hàng hoá sẽ giảm. Trái lại, việc nới lỏng các quy định điều tiết sẽ giảm nhẹ chi phí sản xuất đối với các doanh nghiệp. Lúc này, cung về hàng hoá sẽ tăng lên.

Các yếu tố được trình bày ở các mục 2.3.1 và 2.3.2 giải thích tại sao các đường cầu và đường cung về một loại hàng hoá lại dịch chuyển. Còn chính sự dịch chuyển này lại cho chúng ta hiểu xu hướng thay đổi trong mức giá và sản lượng cân bằng trên thị trường. Một cách khái quát, có thể có những khả năng sau:

- Nếu cung về hàng hoá không thay đổi, khi cầu hàng hoá tăng (hoặc giảm), giá và sản lượng cân bằng của hàng hoá sẽ tăng (hoặc giảm).
- Nếu cầu về hàng hoá không thay đổi, khi cung hàng hoá tăng (hoặc giảm), giá cân bằng của hàng hoá sẽ giảm (hoặc tăng), còn sản lượng cân bằng của nó sẽ tăng (hoặc giảm).
- Nếu cả cầu lẫn cung về hàng hoá cùng thay đổi, theo cùng một hướng (cùng tăng hoặc cùng giảm) thì sản lượng cân bằng sẽ thay đổi

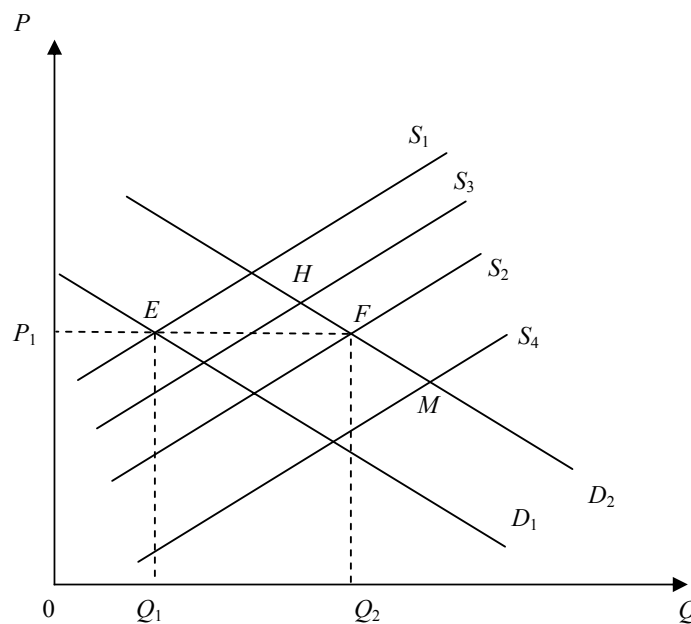


Hình 2.10: Cầu tăng khi cung không thay đổi làm giá và sản lượng cân bằng tăng



Hình 2.11: Khi cầu không thay đổi, cung tăng làm giá cân bằng giảm song sản lượng cân bằng lại tăng

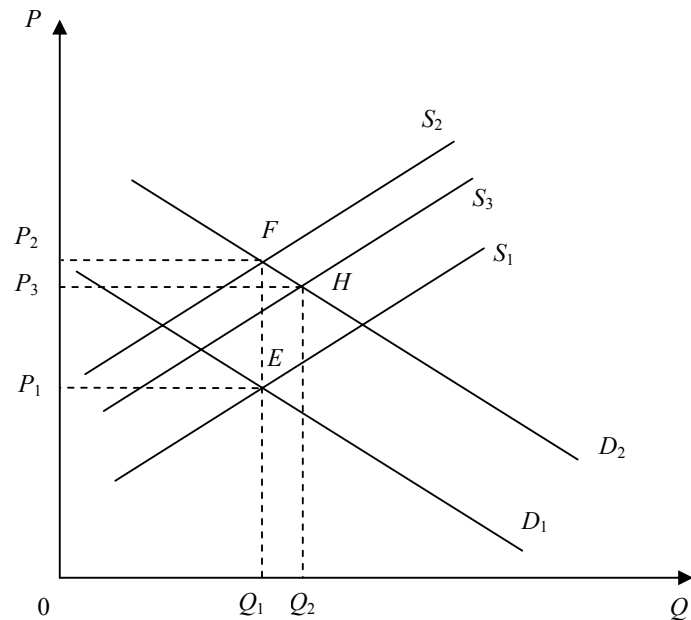
cũng theo hướng trên: khi cầu và cung về hàng hoá tăng, sản lượng cân bằng sẽ tăng; ngược lại, khi cầu và cung về hàng hoá cùng giảm, sản lượng cân bằng sẽ giảm. Vận động của cầu và cung trong những trường hợp này không cung cấp cho chúng ta đủ thông tin để có thể kết luận chính xác về chiều hướng thay đổi của giá cả hàng hoá. Chẳng hạn, nếu cầu tăng tương đối mạnh so với cung, giá cả sẽ có xu hướng tăng, trong khi nếu sự gia tăng về cung mạnh hơn hẳn so với sự gia tăng của cầu thì giá cả sẽ có xu hướng giảm.



Hình 2.12: Khi cả cầu và cung đều tăng, sản lượng cân bằng chắc chắn tăng. Trong trường hợp đường cung ban đầu là S_1 dịch chuyển thành đường S_2 , cùng lúc với sự dịch chuyển đường cầu từ D_1 thành D_2 , sản lượng cân bằng tăng từ Q_1 lên thành Q_2 , song giá cân bằng không thay đổi. Nếu cung thay đổi ít hơn, đường cung chỉ dịch sang thành đường S_3 , giá cân bằng sẽ tăng lên chút ít. Ngược lại, nếu cung tăng mạnh, đường cung dịch chuyển thành đường S_4 , giá cân bằng lại giảm.

- Nếu cả cầu lẫn cung về hàng hoá cùng thay đổi song theo những hướng ngược chiều nhau (cầu tăng đi đôi với cung giảm, hoặc cầu giảm đi đôi với cung tăng) thì giá cả cân bằng chắc chắn sẽ thay đổi. Khi cầu tăng kết hợp với cung giảm, giá cả hàng hoá sẽ có xu hướng tăng lên. Ngược lại, khi cầu giảm đi liền với cung tăng, giá cả hàng hoá sẽ có xu

hướng giảm. Tuy nhiên, trong những trường hợp này, chúng ta không thể kết luận một cách chắc chắn về xu hướng vận động của sản lượng cân bằng. Mức sản lượng này có thể tăng, giảm hoặc không đổi tùy theo mức thay đổi cụ thể trong cả cầu lẫn cung.



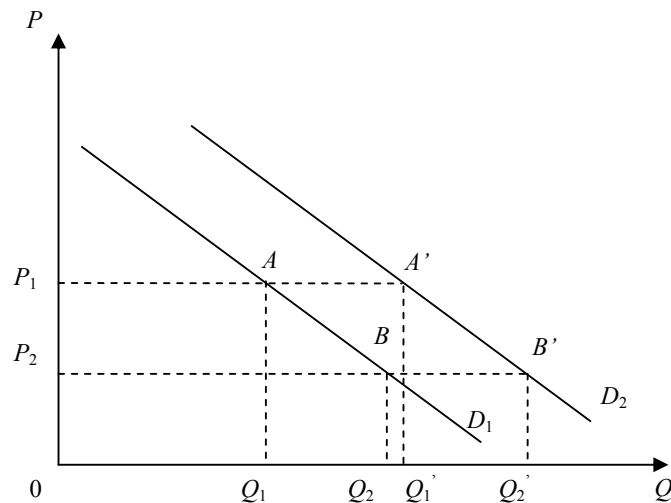
Hình 2.13: Trường hợp cầu tăng đồng thời với cung giảm. Trong trường hợp này, giá cân bằng chắc chắn tăng. Nếu đường cầu ban đầu dịch chuyển từ D_1 sang thành D_2 , đồng thời đường cung ban đầu dịch chuyển từ S_1 thành S_2 , sản lượng cân bằng sẽ không thay đổi. Nếu cung giảm ít hơn, đường cung chỉ dịch chuyển thành đường S_3 , giá sẽ tăng ít hơn (P_3), đồng thời sản lượng cân bằng vẫn tăng lên thành Q_2 .

2.3.3. Di chuyển dọc theo đường cầu (hoặc đường cung) và dịch chuyển đường cầu (hoặc đường cung)

Trong phân tích cầu, cung, cần chú ý phân biệt sự di chuyển dọc theo một đường cầu hoặc đường cung với sự dịch chuyển của toàn bộ đường cầu hoặc đường cung.

Sự di chuyển dọc theo một đường cầu hoặc đường cung xảy ra khi có sự thay đổi trong mức giá hiện hành của chính hàng hoá mà người ta đang phân tích. Chẳng hạn, trên một đường cầu D_1 xác định, khi mức giá

là P_1 , lượng cầu là Q_1 . Điểm A trên đường cầu nói trên mô tả trạng thái này. Nếu vì một lý do nào đó mà mức giá của hàng hoá chúng ta đang phân tích hạ xuống thành P_2 thì lượng cầu về hàng hoá sẽ tăng lên tương ứng thành Q_2 . Điểm B cũng trên đường cầu nói trên chính thể hiện trạng thái mới đó. Như vậy, sự di chuyển từ điểm A đến điểm B trên cùng một đường cầu là kết quả của việc mức giá hiện hành của hàng hoá thay đổi. (hình 2.14).

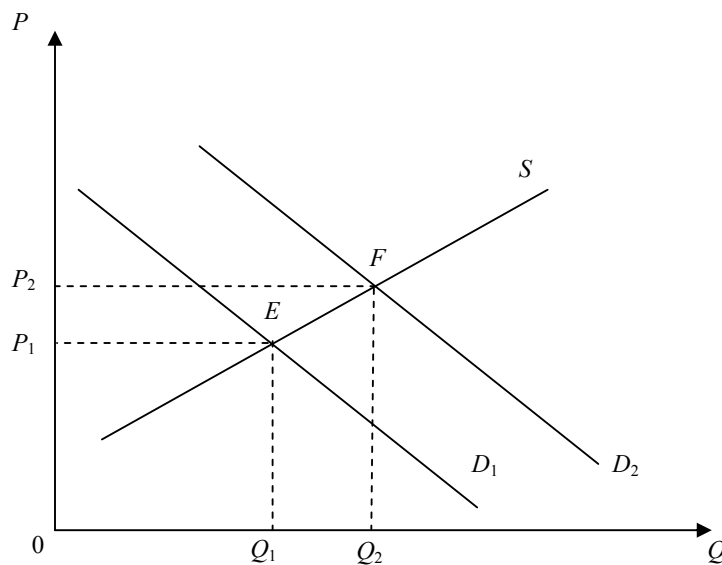


Hình 2.14: Di chuyển dọc theo một đường và dịch chuyển cả một đường. Khi mức giá hiện hành của hàng hoá hạ từ P_1 xuống P_2 , chỉ có sự di chuyển dọc theo đường cầu D_1 từ điểm A đến điểm B . Còn khi các yếu tố khác có liên quan thay đổi (chẳng hạn khi thu nhập của người tiêu dùng tăng và hàng hoá ta đang xem xét là hàng hoá thông thường), cả đường cầu D_1 ban đầu sẽ dịch chuyển thành đường D_2 .

Sự dịch chuyển của đường cầu hoặc đường cung lại bắt nguồn không phải từ sự thay đổi trong mức giá hiện hành của hàng hoá mà ta đang phân tích mà từ sự thay đổi của các yếu tố khác có liên quan, vốn nằm đằng sau đường cầu hay đường cung. Chẳng hạn, khi thu nhập của người tiêu dùng tăng, toàn bộ đường cầu về một loại hàng hoá thông thường sẽ dịch chuyển sang phải. Điều đó biểu thị rằng, tại mỗi mức giá có thể, lượng cầu về hàng hoá của người tiêu dùng đều tăng lên. Trong trường hợp giá cả các yếu tố đầu vào dùng để sản xuất một loại hàng hoá tăng lên, đường cung về hàng hoá này sẽ dịch chuyển sang trái hoặc lên

trên. Điều này khác với việc thay đổi giá hiện hành của chính hàng hoá đang được xem xét.

Trên thực tế, sự di chuyển dọc theo một đường và dịch chuyển của một đường khác trong hai đường cầu và cung thường diễn ra đồng thời. Ví dụ, do thu nhập của những người tiêu dùng tăng lên, đường cầu về một loại hàng hoá thông thường X sẽ dịch chuyển sang phải. Kết quả là giá cân bằng của hàng hoá X sẽ tăng lên. Cùng với sự kiện này, lượng cung về hàng hoá X cũng tăng lên. Ở đây, bắt nguồn từ việc thu nhập tăng, có một sự dịch chuyển của đường cầu về hàng hoá X đồng thời với sự di chuyển dọc theo đường cung của hàng hoá này.



Hình 2.15: Sự dịch chuyển đường cầu đi đôi với sự di chuyển dọc theo đường cung. Khi thu nhập tăng, đường cầu về một loại hàng hoá thông thường sẽ dịch chuyển từ D_1 thành D_2 , điểm cân bằng từ E chuyển thành F , thể hiện sự di chuyển dọc theo đường cung S đồng thời xảy ra.

2.4. Độ co giãn của cầu và cung

Quy luật cầu nói cho chúng ta biết rằng, lượng cầu về một loại hàng hoá sẽ tăng lên hoặc giảm xuống khi giá của hàng hoá giảm hoặc tăng. Tuy nhiên, vì những lý do thực tiễn, trong nhiều trường hợp, người ta cần biết rõ hơn về mức độ phản ứng của lượng cầu trước sự thay đổi

của giá hàng hoá. Khi người bán hàng có ý định tăng giá hàng hoá của mình lên 5%, người này chắc chắn rất muốn biết những người tiêu dùng sẽ phản ứng như thế nào trước sự kiện này: lượng hàng mà anh ta (hay chị ta) bán được sẽ giảm đi bao nhiêu phần trăm? Quyết định của người bán hàng sẽ tùy thuộc vào dự đoán của anh ta (hay chị ta) về đại lượng này. Nếu lượng hàng bán được sụt giảm nhiều (ví dụ 10%), thông thường, người này sẽ thay đổi ý định tăng giá. Nếu lượng hàng có thể bán được sụt giảm không đáng kể, (ví dụ, chỉ giảm 1%), anh ta (hay chị ta) sẽ vững tâm thực hiện ý định tăng giá của mình.

Khi chúng ta muốn đo mức độ phản ứng của một biến số kinh tế trước sự thay đổi của một biến số khác có liên quan, chúng ta dùng thước đo độ co giãn.

2.4.1. Độ co giãn của cầu

Độ co giãn của cầu về một hàng hoá tính theo một biến số nào đó (giá cả, thu nhập...) biểu thị mức độ thay đổi trong lượng cầu về hàng hoá này nhằm đáp ứng một mức thay đổi nhất định của biến số nói trên, trong điều kiện các yếu tố khác là không đổi. Người ta thường đề cập tới độ co giãn của cầu theo giá, độ co giãn của cầu theo thu nhập và độ co giãn của cầu theo giá chéo.

Độ co giãn của cầu theo giá

Độ co giãn của cầu về một loại hàng hoá cho biết mức độ thay đổi trong lượng cầu hàng hoá khi giá cả của nó thay đổi, trong khi các yếu tố có liên quan khác vẫn giữ nguyên. Nó được đo bằng tỷ số giữa phần trăm thay đổi trong lượng cầu so với phần trăm thay đổi trong mức giá. Nếu biểu thị e_p là độ co giãn của cầu theo giá, ta có:

$$e_p = \frac{\% \Delta Q_D}{\% \Delta P} = \frac{\Delta Q_D / Q_D}{\Delta P / P}$$

trong đó Q_D biểu thị lượng cầu về hàng hoá, còn P biểu thị mức giá hiện hành của chính hàng hoá này.

Vì lượng cầu và mức giá của một hàng hoá có xu hướng vận động ngược chiều nhau nên độ co giãn của cầu thường là số âm. Nó cho ta biết khi mức giá hàng hoá tăng lên (hay giảm xuống) 1% thì lượng cầu về hàng hoá sẽ giảm (hay tăng) bao nhiêu %. Chẳng hạn, khi $e_P = -2$, điều đó có nghĩa là, nếu mức giá của hàng hoá tăng lên 1%, lượng cầu về hàng hoá sẽ giảm 2%. Giá trị tuyệt đối của e_P càng lớn, cầu được xem là có độ co giãn càng cao: một sự thay đổi tương đối nhỏ của mức giá dẫn đến một sự thay đổi tương đối lớn của lượng cầu về hàng hoá.

Có hai phương pháp tính độ co giãn của cầu theo giá: thứ nhất, tính độ co giãn của cầu theo một khoảng giá cả; thứ hai, tính độ co giãn này tại một điểm giá cả.

+Tính độ co giãn của cầu theo khoảng giá cả

Thực chất, cách tính này nhằm trả lời câu hỏi: trong khoảng giá (P_1, P_2) , nếu giá cả thay đổi từ P_1 thành P_2 và ngược lại, thì độ co giãn của cầu theo giá là bao nhiêu? Giả sử Q_{D1} và Q_{D2} lần lượt là lượng cầu tương ứng với các mức giá trên. Ta có

$$\Delta Q_D = Q_{D2} - Q_{D1}$$

$$\Delta P = P_2 - P_1.$$

Công thức xác định e_P được thể hiện như sau:

$$e_P = \frac{\frac{\Delta Q_D}{(Q_{D1} + Q_{D2})/2}}{\frac{\Delta P}{(P_1 + P_2)/2}} \quad (2.1)$$

Cách tính e_P như công thức (2.1) trên đảm bảo được rằng độ co giãn của cầu theo giá khi mức giá thay đổi trong khoảng giá (P_1, P_2) có một giá trị thống nhất, dù ta xét theo chiều giá đi từ P_1 thành P_2 hay

ngược lại, từ P_2 thành P_1 . Ví dụ: tại mức giá $P_1 = 40$, lượng cầu về hàng hoá $Q_{D1} = 60$; còn khi giá tăng lên thành $P_2 = 50$ thì lượng cầu giảm xuống tương ứng thành $Q_{D2} = 55$. Với những thông tin này ta dễ dàng tính ra:

$\Delta Q_D = -5$; $(Q_{D1} + Q_{D2})/2 = 57,5$; $\Delta P = 10$ và $(P_1 + P_2)/2 = 45$. Theo công thức trên, $e_P = (-5/57,5) : (10/45) = -(9/23) = -0,39$. Trong khoảng giá này, cầu tỏ ra rất ít co giãn. Con số độ co giãn nói trên cho thấy khi mức giá tăng lên 1%, lượng cầu chỉ giảm đi khoảng 0,39%. Với công thức trên, nếu ta tính e_P theo chiều giá giảm từ 50 xuống 40 và lượng cầu tăng tương ứng từ 55 lên thành 60 thì giá trị của e_P không hề thay đổi. Vì thế nó đại diện cho độ co giãn của cầu theo giá khi giá cả thay đổi trong cung giá từ P_1 đến P_2 .

+ Tính độ co giãn của cầu theo giá tại một điểm giá cả

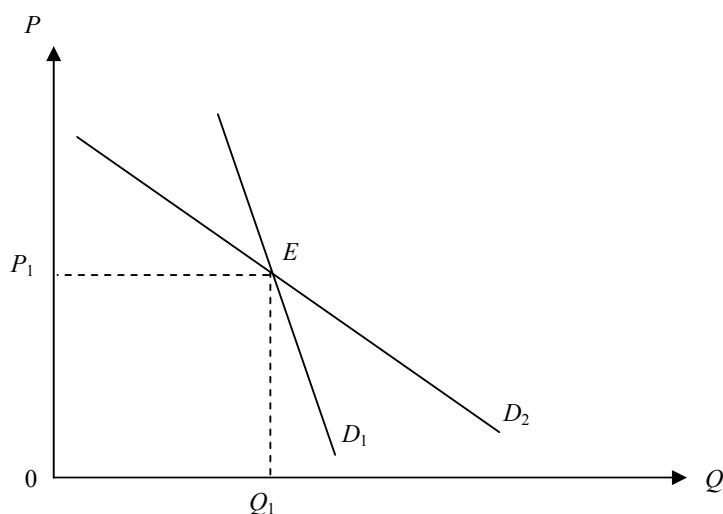
Nếu ta tính độ co giãn của cầu về một loại hàng hoá tại một mức giá cụ thể P , ta muốn đo xem lượng cầu về hàng hoá sẽ thay đổi ra sao khi chúng ta tăng hay giảm giá với một sự thay đổi tương đối nhỏ xung quanh mức giá P . Khi đó, e_P được tính theo công thức sau:

$$e_P = \frac{\Delta Q_D / Q_D}{\Delta P / P} = \frac{P}{Q_D} \cdot \frac{\Delta Q_D}{\Delta P} \quad (2.2)$$

Giá trị của $(\Delta Q_D / \Delta P)$ khi $\Delta P \rightarrow 0$ chính là đạo hàm của hàm Q_D tính theo đối số P tại điểm P . Đường cầu dốc xuống khiến cho giá trị trên và do đó, e_P là âm. Ví dụ, cho một hàm cầu có dạng $Q_D = -0,5P + 80$. Theo công thức vừa nêu trên, độ co giãn của cầu theo giá tại mức giá $P = 40$ bằng $-1/3$ hay xấp xỉ $-0,33$. Nếu mức giá $P = 100$ thì e_P lại bằng $-5/3$ hay xấp xỉ bằng $-1,67$.

Dựa vào công thức (2.2), có thể thấy độ co giãn của cầu theo giá phụ thuộc vào: 1) mức giá. Khi mức giá tương đối cao, độ co giãn của cầu nói chung, tương đối lớn. 2) độ dốc của đường cầu (tỷ số $\Delta P / \Delta Q_D$). Tại cùng một mức giá, đường cầu càng dốc, cầu càng kém co giãn. Ngược lại, đường cầu càng thoải, cầu càng co giãn mạnh. Trong trường

hợp này, một sự thay đổi tương đối nhỏ trong giá có thể dẫn tới sự thay đổi tương đối lớn trong lượng cầu.



Hình 2.16: Tại mức giá P_1 , cầu về một hàng hoá biểu thị bằng đường D_1 kém co giãn hơn cầu về một hàng hoá khác biểu thị bằng đường D_2 .

Đằng sau độ dốc của đường cầu ẩn chứa những yếu tố kinh tế. Có những hàng hoá, cầu tương đối kém co giãn và đường cầu của những hàng hoá này được thể hiện như một đường có độ dốc cao. Ngược lại, có những hàng hoá khác, cầu lại co giãn tương đối mạnh theo giá. Đường cầu về chúng được thể hiện như một đường tương đối thoải. Những yếu tố quy định độ co giãn của cầu về một loại hàng hoá (theo giá) là:

+ Tính sẵn có của những hàng hoá thay thế

Một hàng hoá càng sẵn có những mặt hàng có khả năng thay thế trên thị trường, cầu về nó càng co giãn. Trong trường hợp này, khi mức giá của hàng hoá chúng ta đang phân tích tăng lên, lượng cầu về hàng hoá này có xu hướng giảm mạnh, vì người tiêu dùng có thể dễ dàng hơn trong việc chuyển sang sử dụng các hàng hoá thay thế khác, đang trở nên rẻ đi một cách tương đối. Cầu về một loại hàng hoá trở nên kém co giãn hơn, khi những mặt hàng có khả năng thay thế nó quá khan hiếm. Mức độ sẵn có của những hàng hoá thay thế phụ thuộc nhiều vào độ rộng, hẹp của phạm trù hàng hoá. Phạm trù hàng hoá càng rộng, ví dụ rượu nói chung, diện hàng hoá có khả năng thay thế nó càng hẹp. Khi phạm trù hàng hoá

được thu hẹp lại dưới hình thức một dạng hàng hoá cụ thể hơn, ví dụ rượu “Lúa mới”, diện hàng hoá có khả năng thay thế nó phong phú hơn. Vì thế, độ co giãn của cầu về rượu “Lúa mới” cao hơn độ co giãn của cầu về rượu nói chung.

+ Tính thiết yếu của hàng hoá

Độ co giãn của cầu theo giá phụ thuộc vào việc hàng hoá mà chúng ta đang xem xét là hàng thiết yếu hay xa xỉ. Đối với một hàng hoá được những người tiêu dùng nói chung coi là hàng thiết yếu (chẳng hạn như gạo, thuốc chữa bệnh...), cầu về nó thường kém co giãn theo giá. Tính thiết yếu của hàng hoá liên quan đến việc thoả mãn các nhu cầu cơ bản của con người. Người ta luôn cần một khối lượng hàng hoá thiết yếu tương đối ổn định nào đó. Khối lượng này thay đổi không đáng kể trước những thay đổi thông thường của mức giá. Vì thế, cầu về hàng thiết yếu được xem là kém nhạy cảm trước sự thay đổi của giá. Khi hàng hoá được coi là hàng hoá xa xỉ (ví dụ đi du lịch nước ngoài), cầu về nó sẽ co giãn mạnh hơn theo giá. Khi giá hàng hoá tăng lên cao, trong điều kiện các yếu tố khác như thu nhập vẫn giữ nguyên, vì những người tiêu dùng vẫn có xu hướng ưu tiên cho việc thoả mãn những nhu cầu thiết yếu nên họ có thể tạm hoãn hoặc cắt giảm mạnh việc chi tiêu cho các mặt hàng xa xỉ. Cầu về những hàng hoá này rõ ràng nhạy cảm hơn trước những thay đổi trong giá cả của chúng.

+ Yếu tố thời gian

Độ co giãn của cầu theo giá thay đổi theo thời gian. Trong một khoảng thời gian ngắn, cầu về nhiều loại hàng hoá là ít co giãn, trong khi trong dài hạn, cầu về những hàng hoá này lại co giãn mạnh hơn. Ví dụ, việc giá xăng tăng làm cho lượng cầu về xăng giảm, song khi sự thay đổi giá là như nhau, sự cắt giảm lượng cầu về xăng trong ngắn hạn thường nhỏ hơn so với trong dài hạn. Lý do là: trong một thời gian ngắn, người tiêu dùng tương đối khó điều chỉnh hành vi tiêu dùng của mình để thích ứng với việc giá xăng tăng. Họ có thể dùng xăng tiết kiệm hơn bằng cách bỏ đi những chuyến đi không thật cần thiết bằng ô tô, xe máy cá nhân. Thế nhưng việc tiết kiệm xăng bằng cách thay những chiếc ô tô, xe máy

ưa thích song lại tiêu tốn nhiều xăng bằng những chiếc xe ít “ăn” xăng hơn lại đòi hỏi nhiều thời gian hơn. Điều này càng đúng đối với các công ty vận tải - những hộ tiêu dùng xăng lớn. Tuy nhiên, nếu khuynh hướng giá xăng tăng cao vẫn duy trì trong dài hạn, người tiêu dùng sẽ có đủ thời gian để thay đổi hành vi của mình. Và lại, thời gian càng dài, những cải tiến công nghệ cũng như việc phát minh những năng lượng mới, rẻ tiền hơn thay thế xăng dầu sẽ làm cho người tiêu dùng có nhiều khả năng lựa chọn hơn. Cầu về xăng theo giá trong dài hạn rõ ràng co giãn mạnh hơn so với trong ngắn hạn.

Tuy nhiên, không phải đối với mọi hàng hoá tình hình đều diễn ra theo chiều hướng như vậy. Đối với một hàng hoá lâu bền như ô tô, tủ lạnh, khi giá cả của chúng tăng cao, lượng cầu ngắn hạn về những hàng hoá này thường giảm mạnh. Những người đang có ý định thay những chiếc ô tô cũ, những chiếc tủ lạnh đang dùng bằng những chiếc ô tô, tủ lạnh mới thường sẽ tạm hoãn lại nhu cầu mua sắm của mình. Tuy nhiên, nếu giá cả những hàng hoá này không có dấu hiệu giảm xuống, đến một lúc nào đó, họ không thể kéo dài thời gian sử dụng những chiếc ô tô, tủ lạnh cũ hơn được nữa. Họ vẫn phải mua sắm những chiếc ô tô, tủ lạnh mới. Điều đó cho thấy cầu về những hàng hoá lâu bền trong ngắn hạn lại có xu hướng co giãn mạnh hơn theo giá so với trong dài hạn.

Độ co giãn của cầu theo giá cung cấp một thông tin quan trọng cho các doanh nghiệp trong việc hoạch định các chiến lược giá cả. Điều này nằm ở chỗ: độ co giãn của cầu theo giá có quan hệ chặt chẽ với tổng doanh thu.

Tổng doanh thu về một loại hàng hoá chính là số tiền người ta thu được nhờ bán hàng. Nó bằng khối lượng hàng hoá bán được nhân với đơn giá: $TR = P \cdot Q$ (trong đó, TR là tổng doanh thu, P là mức giá, Q là sản lượng hàng hoá bán ra).

Khi cầu về hàng hoá là khá co giãn theo giá (tức là khi $|e_P| > 1$), nếu tăng giá hàng hoá tổng doanh thu sẽ giảm, vì khoản lợi của việc bán hàng hoá với giá cao hơn không bù đắp được thiệt hại do việc giảm khối lượng hàng hoá bán được (do lượng cầu về hàng hoá giảm mạnh hơn).

Ngược lại, nếu doanh nghiệp giảm giá hàng hoá, nó sẽ tăng được tổng doanh thu. Vì cầu khá co giãn, việc giảm giá hàng hoá sẽ khiến cho doanh nghiệp tăng mạnh được khối lượng hàng hoá bán ra. Khoản lợi này sẽ lớn hơn khoản thiệt do phải giảm giá. Tổng doanh thu, vì thế, tăng lên.

Khi độ co giãn của cầu theo giá bằng đơn vị (tức $|e_p| = 1$), sự tăng giá hay giảm giá chút ít sẽ không làm tổng doanh thu thay đổi. Trong trường hợp này, vì mức độ thay đổi tính theo phần trăm của giá cả và lượng cầu là bằng nhau nên cái lợi doanh nghiệp thu được từ việc tăng giá cũng bằng với khoản thiệt do nó phải giảm lượng hàng bán ra.

Khi cầu về hàng hoá kém co giãn theo giá (tức là khi $|e_p| < 1$), nếu giá hàng hoá tăng, tổng doanh thu sẽ tăng. Ngược lại, nếu giá hàng hoá giảm, tổng doanh thu sẽ giảm. Trong trường hợp này, mức thay đổi tính theo phần trăm của lượng cầu nhỏ hơn mức thay đổi của giá cả. Do đó, nếu giá hàng hoá tăng, khoản lợi góp vào doanh thu của sự tăng giá lớn hơn mức sụt giảm trong doanh thu do khối lượng hàng hoá bán ra được ít hơn, rốt cục, tổng doanh thu sẽ tăng. Trong trường hợp giá giảm, do khối lượng hàng hoá bán ra tăng lên không đáng kể, nên thiệt hại về doanh thu do giá giảm lớn hơn khoản lợi về doanh thu do hàng hoá bán được nhiều hơn. Nói cách khác, nếu giá giảm, tổng doanh thu sẽ giảm.

- *Các độ co giãn khác*

+ *Độ co giãn của cầu theo thu nhập*

Độ co giãn của cầu theo thu nhập đo lường mức độ phản ứng của lượng cầu về một loại hàng hoá trước sự thay đổi của thu nhập trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi. Nó được đo bằng tỷ số giữa phần trăm thay đổi trong lượng cầu và phần trăm thay đổi trong thu nhập.

Gọi I là thu nhập của người tiêu dùng, e_I là độ co giãn của cầu theo thu nhập của một loại hàng hoá, ta có:

$$e_I = \frac{\% \Delta Q_D}{\% \Delta I} = \frac{\Delta Q_D}{Q_D} \cdot \frac{I}{I}$$

Độ co giãn của cầu theo thu nhập cho chúng ta biết, nếu các điều kiện khác được giữ nguyên thì khi thu nhập tăng lên 1%, lượng cầu hàng hoá sẽ tăng hay giảm bao nhiêu phần trăm.

Tương tự như độ co giãn của cầu theo giá, có thể tính độ co giãn của cầu theo thu nhập theo hai phương pháp: tính theo một khoảng thu nhập và tính tại một điểm thu nhập.

Độ co giãn của cầu theo thu nhập có thể dương hoặc âm. Đối với những hàng hoá thứ cấp, khi thu nhập tăng lượng cầu về hàng hoá giảm ở mọi mức giá và ngược lại. Điều đó có nghĩa là lượng cầu và mức thu nhập là hai biến số vận động ngược chiều nhau. Nói cách khác e_I trong trường hợp này luôn nhỏ hơn 0.

Đối với các hàng hoá thông thường, khi thu nhập tăng, cầu về hàng hoá luôn luôn tăng và ngược lại. Sự vận động cùng chiều giữa lượng cầu và thu nhập cho thấy, đối với các hàng hoá này e_I là một số dương, lớn hơn 0. Tuy nhiên, bằng quan sát thực nghiệm, người ta nhận thấy rằng, trong các hàng hoá thông thường, có một nhóm hàng hoá, khi thu nhập tăng, tuy mức cầu về hàng hoá cũng tăng theo song tốc độ tăng của mức cầu lại nhỏ hơn tốc độ tăng của thu nhập. Nói cách khác, khi thu nhập tăng, tỷ trọng chi tiêu của người tiêu dùng về nhóm hàng hoá này trong tổng chi tiêu có xu hướng giảm. Ví dụ, nhóm hàng hoá phục vụ cho nhu cầu ăn uống thuộc loại như vậy. Nhóm hàng này được gọi là hàng thông thường thiết yếu. Đối với chúng, e_I tuy lớn hơn 0, song lại nhỏ hơn 1, vì $\% \Delta Q_D < \% \Delta I$. Ngược lại, ở một nhóm hàng hoá khác, thu nhập càng tăng, nhu cầu mua sắm chúng ở người tiêu dùng càng cao; tốc độ tăng của lượng cầu lớn hơn tốc độ tăng của thu nhập. Những hàng hoá cao cấp như du lịch, xem ca nhạc... là những hàng hoá như vậy. Càng giàu có, con người càng chi tiêu nhiều cho những hàng hoá loại này. Chúng được gọi là những hàng hoá xa xỉ. Đối với hàng hoá xa xỉ, do $\% \Delta Q_D > \% \Delta I$ khi thu nhập I tăng nên e_I là một đại lượng lớn hơn 1.

Vì là thước đo mức độ thay đổi của nhu cầu khi thu nhập thay đổi nên độ co giãn của cầu theo thu nhập có thể cho chúng ta những thông tin

hữu ích về triển vọng kinh doanh một loại hàng hoá trong tương lai. Trong một nền kinh tế tăng trưởng nhanh, thu nhập của dân chúng tăng lên sẽ khiến cho họ thay đổi dần mô hình chi tiêu. Họ dần dần ít chi tiêu hơn cho những hàng thứ cấp và tăng nhanh phần chi tiêu cho những hàng hoá cao cấp hay “xa xỉ”. Những nghiên cứu thực nghiệm nhằm đo lường cụ thể e_1 có thể giúp cho các nhà doanh nghiệp có những quyết định đầu tư hiệu quả.

+ *Độ co giãn của cầu theo giá chéo*

Độ co giãn của cầu theo giá chéo đo lường phản ứng của cầu về một loại hàng hoá trước sự thay đổi trong giá cả của một loại hàng hoá khác. Độ co giãn của cầu về hàng hoá X theo giá của hàng hoá Y được đo bằng tỷ số giữa phần trăm thay đổi trong lượng cầu về hàng hoá X và phần trăm thay đổi trong mức giá của hàng hoá Y, trong điều kiện các yếu tố khác là giữ nguyên. Biểu diễn theo công thức ta có:

$$e_{XY} = \frac{\% \Delta Q_{DX}}{\% \Delta P_Y} = \frac{\Delta Q_{DX}}{Q_{DX}} \cdot \frac{P_Y}{\Delta P_Y}$$

trong đó e_{XY} là độ co giãn của cầu về hàng hoá X theo giá của hàng hoá Y, Q_{DX} là lượng cầu của hàng hoá X, P_Y là mức giá của hàng hoá Y, Δ biểu thị mức thay đổi. Các phương pháp tính e_{XY} cũng được sử dụng tương tự như trong trường hợp tính các độ co giãn khác.

Độ co giãn của cầu theo giá chéo phụ thuộc vào thực chất mối quan hệ giữa hàng hoá X và Y. Nếu chúng là cặp hàng hoá bổ sung cho nhau, e_{XY} sẽ có giá trị âm, vì khi giá hàng hoá Y tăng thì lượng cầu về hàng hoá X ở mỗi mức giá (của X) sẽ giảm và ngược lại. Nếu X và Y là những hàng hoá thay thế cho nhau, e_{XY} sẽ có giá trị dương, vì khi giá hàng hoá Y tăng, cầu về hàng hoá X sẽ tăng và ngược lại. Các hàng hoá này càng có công dụng giống nhau, càng dễ thay thế cho nhau, mức độ gia tăng trong cầu về hàng hoá X càng lớn khi giá hàng hoá Y tăng lên 1%. Điều đó có nghĩa là e_{XY} càng lớn.

Việc nghiên cứu và thu thập thông tin về độ co giãn của cầu theo giá chéo cũng rất có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp. Khi sự biến động giá của các mặt hàng khác cũng ảnh hưởng đến cầu của mặt hàng mà doanh nghiệp đang kinh doanh, doanh nghiệp không thể thờ ơ trước diễn biến cung, cầu trên các thị trường hàng hoá có liên quan.

Trong các độ co giãn của cầu nói trên, độ co giãn của cầu theo giá được coi là quan trọng nhất đối với quyết định kinh doanh của các doanh nghiệp. Vì thế, nói đến độ co giãn của cầu về một loại hàng hoá, thường người ta hàm ý nói đến độ co giãn của cầu theo giá.

2.4.2. Độ co giãn của cung

Độ co giãn của cung theo giá của một loại hàng hoá biểu thị mức độ phản ứng của cung hàng hoá trước sự thay đổi trong mức giá hiện hành của chính hàng hoá đó, trong điều kiện các yếu tố khác được giữ nguyên. Nó được đo bằng tỷ số giữa phần trăm thay đổi trong lượng cung và phần trăm thay đổi trong mức giá hàng hoá.

$$e_S = \% \Delta Q_S / \% \Delta P = (\Delta Q_S / Q_S) : (\Delta P / P)$$

Về nguyên tắc, cách tính độ co giãn của cung theo giá không có gì đặc biệt so với cách tính các độ co giãn của cầu. Người ta cũng có thể tính độ co giãn này theo một cung hay khoảng giá cả cũng như tại một điểm giá cả.

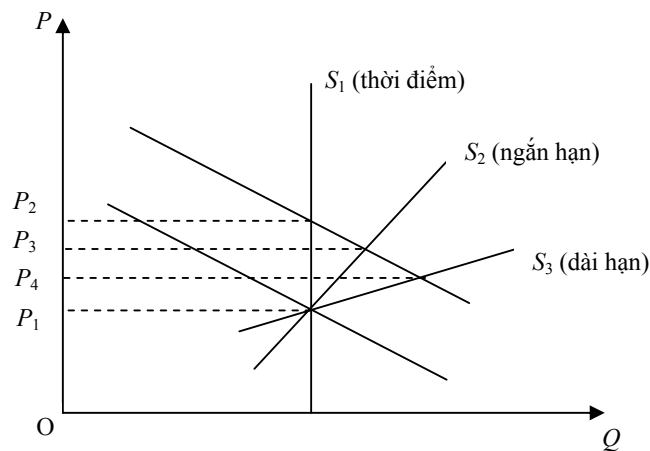
Vì lượng cung về hàng hoá thường vận động cùng chiều với sự vận động của giá cả nên thông thường độ co giãn của cung là một đại lượng dương. Giá trị của nó càng lớn, cung được xem là càng co giãn mạnh theo giá. Ví dụ, khi $e_S = 3$, nếu giá hàng hoá tăng lên 1% sẽ kéo theo sự gia tăng trong lượng cung hàng hoá là 3%. Nếu $e_S = 0,5$ thì khi giá hàng hoá tăng lên 1%, lượng cung hàng hoá chỉ tăng lên 0,5%. Rõ ràng, cùng một mức độ thay đổi về giá (tính theo phần trăm) là như nhau, lượng cung trong trường hợp thứ nhất dao động mạnh hơn nhiều so với ở trường hợp

thứ hai. Trong trường hợp đặc biệt, khi lượng cung hàng hoá là cố định ở mọi mức giá (chẳng hạn, trong một khoảng thời gian nhất định, nguồn cung về đất đai trong cả nền kinh tế gần như là cố định), độ co giãn của cung theo giá bằng 0. Cung lúc này được gọi là hoàn toàn không co giãn theo giá. Trên đồ thị, đường cung được biểu thị là một đường thẳng đứng, song song với trục tung. Trái lại, khi mà lượng cung hoàn toàn nhạy cảm với sự thay đổi của giá cả đến nỗi, bất cứ sự thay đổi nhỏ trong giá cũng kéo theo sự thay đổi lớn trong cung khiến cho giá không thể tăng lên hay giảm xuống được, thì trong trường hợp cực đoan này, đường cung lại là một đường nằm ngang. Lúc này, cung được xem là hoàn toàn co giãn theo giá và e_S là vô cùng ($e_S = \infty$).

Độ co giãn của cung về một loại hàng hoá lớn hay nhỏ, tương tự như điều chúng ta đã phân tích đối với độ co giãn của cầu theo giá, phụ thuộc vào, thứ nhất, mức giá hàng hoá xuất phát mà người ta xem xét; thứ hai, vào độ dốc của đường cung. Độ dốc của đường cung lại tùy thuộc vào tính chất của quá trình sản xuất hàng hoá. Về nguyên tắc, khi những người sản xuất có thể dễ dàng điều chỉnh các yếu tố đầu vào để thay đổi sản lượng phù hợp với sự thay đổi của giá cả, đường cung sẽ tương đối thoải, và độ co giãn của cung sẽ lớn. Khi sự điều chỉnh này khó khăn, đường cung sẽ tương đối dốc đứng, và độ co giãn của cung sẽ nhỏ. Ví dụ, khi giá cả bánh kẹo tăng lên, những người sản xuất bánh kẹo có thể dễ dàng điều chỉnh đầu vào để tăng sản lượng đầu ra hơn là những người trồng cà phê. Những giới hạn về đất đai, điều kiện khí hậu và thời tiết khiến cho việc gia tăng sản lượng cà phê khi giá của nó tăng lên tương đối khó khăn. Vì thế, trong những điều kiện tương tự nhau, cung về cà phê thô là kém co giãn hơn so với cung về bánh kẹo.

Mức độ khó hay dễ trong việc điều chỉnh các yếu tố đầu vào không chỉ phụ thuộc vào bản thân các loại hàng hoá mà còn liên quan đến yếu tố thời gian. Xét cùng một loại hàng hoá, việc thay đổi sản lượng trong dài hạn thường dễ thực hiện hơn so với trong ngắn hạn. Hãy lấy ví dụ về thị trường hoa tươi. Trong một ngày nào đó, khi những người bán hoa đã mang ra thị trường một lượng hoa nhất định, đường cung về hoa tươi trong khoảng thời gian cực kỳ ngắn đó là một đường thẳng đứng. Tương

ứng, cung về hoa tươi ở thời điểm chúng ta đang xem xét là hoàn toàn không co giãn. Nếu cầu về hoa tươi đột ngột tăng lên, giá hoa sẽ tăng lên mạnh để xác lập trạng thái cân bằng của thị trường. Nếu những người sản xuất cho rằng, xu hướng tăng lên trong nhu cầu về hoa tươi và động thái tăng giá của nó còn tiếp tục được duy trì trong một khoảng thời gian ngắn hạn nhất định, họ sẽ cố gắng tăng lượng cung về hoa bằng cách tận dụng các diện tích đất đai trồng hoa sẵn có và bổ sung thêm các đầu vào để điều chỉnh cho việc trồng và thu hoạch hoa (gieo trồng thêm những giống hoa ngắn ngày, động viên những người lao động tăng thêm giờ làm v.v...). Đường cung về hoa tươi giờ đây không còn là một đường thẳng đứng mà là một đường dốc lên. Với sự gia tăng trong nhu cầu tương đương, giá cân bằng thị trường trong ngắn hạn thấp hơn mức giá cân bằng tại thời điểm cầu đột ngột tăng lên. Về dài hạn, nhu cầu về hoa tươi tăng lên sẽ được những người trồng hoa đáp ứng cả bằng cách mở rộng diện tích trồng hoa trên cơ sở thu hẹp diện tích gieo trồng các loại cây có ích khác. Kỹ thuật mới trong việc sản xuất, bảo quản và vận chuyển hoa cũng có thể được tìm ra và áp dụng.



Hình 2.17: Độ co giãn của cung và yếu tố thời gian. Ở một thời điểm cực ngắn, cung hoàn toàn không co giãn (đường cung S_1 thẳng đứng). Trong ngắn hạn, cung co giãn thấp hơn (đường cung S_2 tương đối dốc) so với trong dài hạn (đường cung S_3 tương đối thoải).

Khả năng có thể điều chỉnh được mọi yếu tố đầu vào trong dài hạn khiến cho đường cung dài hạn trở thành một đường thoải hơn so với đường cung ngắn hạn. Nói cách khác, cung dài hạn tỏ ra co giãn mạnh

hơn theo giá. Trong trường hợp này, nếu sự thay đổi trong cầu là tương đương, giá cân bằng dài hạn sẽ thấp hơn giá cân bằng trong ngắn hạn.

Tóm lại, trong dài hạn, cung về các hàng hoá nói chung có giãn tương đối mạnh. Trong ngắn hạn, cung kém co giãn hơn. Còn tại một thời điểm, cung hoàn toàn không co giãn.

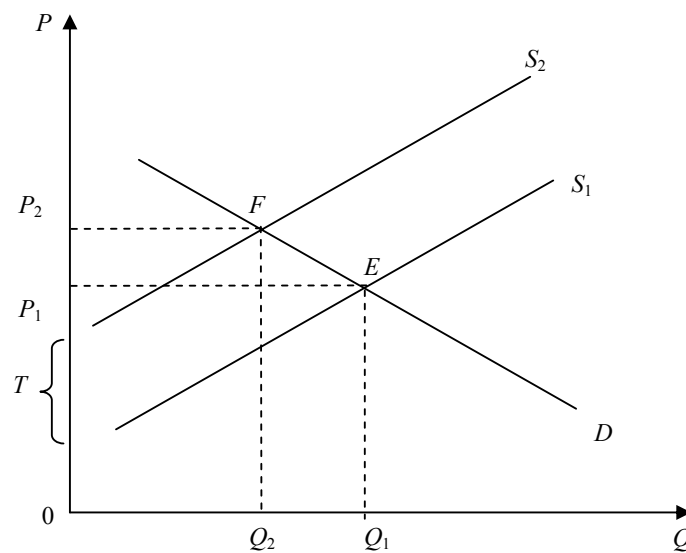
2.5. Một vài ứng dụng về phân tích cung – cầu

Từ trước đến nay, sự phân tích của chúng ta về cung, cầu thị trường dựa trên giả định rằng, nhà nước không can thiệp gì vào hoạt động của thị trường. Trên thực tế, nhà nước vẫn thường tác động vào thị trường theo những cách khác nhau. Nếu nhà nước tham gia vào thị trường đơn thuần với tư cách là người mua hay người bán, nó vẫn tác động được vào giá thị trường của các hàng hoá song vẫn tôn trọng cơ chế tự cân bằng của thị trường. Chẳng hạn, khi cho rằng giá thị trường của nông sản quá thấp, không có lợi cho những người nông dân, nhà nước có thể đẩy giá nông sản lên, qua đó gián tiếp trợ giúp những người nông dân, bằng cách tham gia vào mua nông sản làm dự trữ nhằm tăng cầu về mặt hàng này. Tuy nhiên, để làm được việc này, nhà nước thường phải bỏ ra một khoản tiền lớn để mua lượng nông sản “dư thừa” trên thị trường. Trong nhiều trường hợp, nhà nước can thiệp vào hoạt động của thị trường theo những cách khác: trợ cấp, đánh thuế hoặc kiểm soát giá hàng hoá... Ở đây, chúng ta chỉ xem xét một vài trường hợp điển hình thể hiện sự can thiệp của nhà nước trên cơ sở mô hình cầu - cung.

2.5.1. Thuế và ảnh hưởng của thuế

Khi đánh thuế vào hàng hoá, trước hết nhà nước muốn có nguồn thu nhằm trang trải cho các chương trình chi tiêu công cộng của mình. Tuy nhiên, việc đánh thuế vào các hàng hoá cụ thể với những mức thuế cao, thấp khác nhau, nhà nước có thể còn theo đuổi cả những mục tiêu khác: hạn chế hay khuyến khích việc sản xuất và tiêu dùng chúng. Ở đây, chúng ta chỉ phân tích xem chính sách thuế của nhà nước ảnh hưởng như thế nào đến cân bằng thị trường, đồng thời gánh nặng thuế mà nhà nước áp đặt thực sự rơi vào ai?

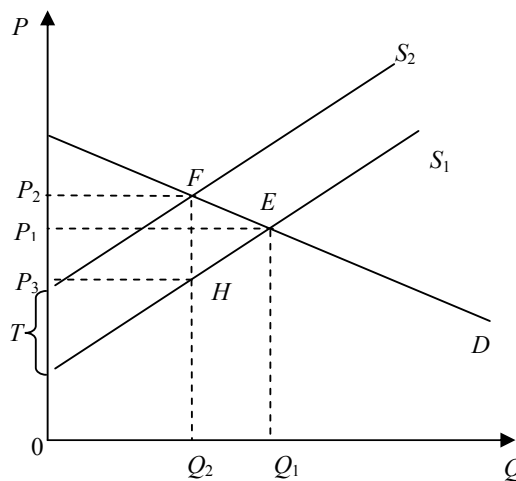
Giả sử trên thị trường của một loại hàng hoá, trạng thái cân bằng ban đầu được xác lập và biểu thị bằng điểm E , nơi mà đường cầu D và đường cung S_1 gặp nhau. Mức giá và sản lượng cân bằng là P_1, Q_1 . Khi chính phủ thu thuế trên mỗi đơn vị hàng hoá bán ra một lượng tiền thuế là T , những người sản xuất sẽ thấy rằng, giờ đây thuế đã làm tăng chi phí cung ứng hàng hoá của họ. Nếu trước kia, khi chưa có thuế, họ sẵn sàng cung ứng một mức sản lượng Q tại mức giá P , thì sau khi bị đánh thuế, họ chỉ sẵn sàng cung ứng mức sản lượng Q như cũ nếu mức giá là $P + T$. Nói cách khác, thuế làm cho đường cung S_1 tịnh tiến lên trên thành đường S_2 một đoạn là T . Điểm cân bằng thị trường mới, sau thuế sẽ là F . Mức giá và sản lượng cân bằng sau thuế là P_2, Q_2 . ta có P_2 lớn hơn P_1 và Q_2 nhỏ hơn sản lượng Q_1 ban đầu. Như vậy, nếu các điều kiện khác là giữ nguyên, thuế làm cho sản lượng cân bằng giảm và mức giá cân bằng tăng.



Hình 2.18: Thuế và sự phân phối gánh nặng thuế. Sau thuế, giá cả tăng lên thành P_2 . Tính theo mỗi đơn vị hàng hoá, mức chênh lệch giá ($P_2 - P_1$) là phần gánh nặng thuế mà người tiêu dùng phải chịu.

Ở ví dụ này, chúng ta giả định rằng, người sản xuất sẽ phải là người nộp thuế. Cứ mỗi đơn vị hàng hoá bán ra, những người sản xuất phải nộp cho chính phủ lượng tiền thuế là T . Liệu đây có phải là gánh nặng thuế mà người sản xuất thực sự phải chịu không?

Trước khi có thuế, khi bán mỗi đơn vị hàng hoá, nhà sản xuất thu được lượng tiền là P_1 . Sau khi có thuế, lượng tiền ròng mà nhà sản xuất thu được từ mỗi đơn vị hàng hoá là P_2 trừ đi mức thuế T . Vì P_2 lớn hơn P_1 nên thiệt hại do thuế gây ra đối với người sản xuất không phải là toàn bộ T . Ở đây, một phần gánh nặng thuế mà người sản xuất phải nộp đã được chuyển sang người tiêu dùng thông qua việc giá cả hàng hoá tăng lên. Tính theo mỗi đơn vị hàng hoá, gánh nặng thuế mà người tiêu dùng phải chịu chính là $\Delta P = P_2 - P_1$. Phần còn lại ($T - \Delta P$) mới là gánh nặng thuế mà người sản xuất thực sự phải chịu.



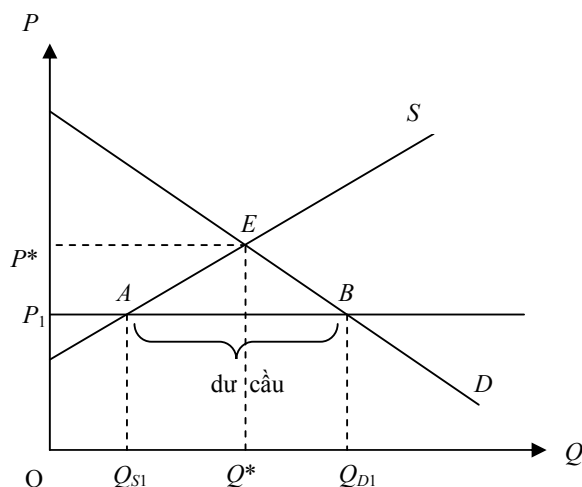
Hình 2.19: Khi độ co giãn của cầu tương đối lớn so với độ co giãn của cung, gánh nặng thuế chủ yếu do người sản xuất chịu

Việc phân phối gánh nặng thuế giữa người sản xuất và người tiêu dùng phụ thuộc vào độ co giãn của cầu và cung theo giá. Khi độ co giãn của cầu lớn hơn một cách tương đối so với của cung, gánh nặng thuế rơi vào người sản xuất là chủ yếu. Ngược lại, khi độ co giãn của cung lớn hơn một cách tương đối so với của cầu, gánh nặng thuế sẽ dồn chủ yếu vào người tiêu dùng. Hình 2.19 mô tả trường hợp thứ nhất. Trong trường hợp này, đường cầu D tương đối thoải, còn đường cung S_1 tương đối dốc đứng. Với một mức thuế T đánh vào mỗi đơn vị hàng hoá, mức giá tăng về giá $\Delta P = P_2 - P_1$ không nhiều. Gánh nặng thuế mà người tiêu dùng phải chịu không lớn. Phần còn lại ($T - \Delta P$) tương đối lớn, do người sản xuất gánh chịu.

2.5.2. Vấn đề kiểm soát giá

**Giá trần*: là mức giá tối đa mà nhà nước buộc những người bán phải chấp hành.

Khi thiết lập mức giá trần, mục tiêu của nhà nước là bảo vệ những người tiêu dùng. Khi mức giá cân bằng trên thị trường được xem là quá cao, bằng việc đưa ra mức giá trần thấp hơn, nhà nước hy vọng rằng, những người tiêu dùng có khả năng mua được hàng hoá với giá thấp và điều này được coi là có ý nghĩa xã hội to lớn khi những người có thu nhập thấp vẫn có khả năng tiếp cận được các hàng hoá quan trọng. Chính sách giá trần thường được áp dụng trên một số thị trường như thị trường nhà ở, thị trường vốn...



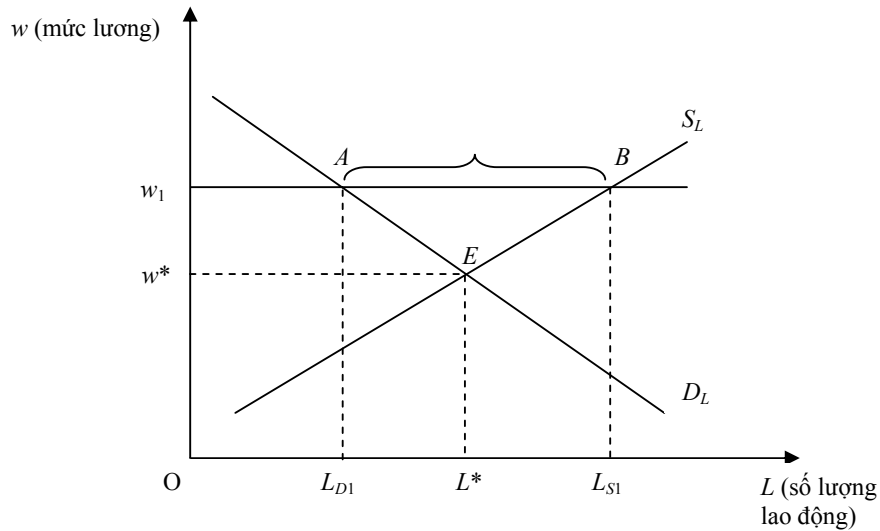
Hình 2.20: Giá trần và sự thiếu hụt hàng hóa (dư cầu)

Giả sử khi nhà nước chưa can thiệp, thị trường cân bằng tại điểm E, với mức giá P^* và sản lượng Q^* . Nếu P^* được coi là quá cao, nhà nước quy định giá trần là P_1 trong đó P_1 thấp hơn P^* . Tại mức giá P_1 , lượng cung giảm xuống còn Q_{S1} đồng thời lượng cầu tăng lên thành Q_{D1} . Thị trường giờ đây không còn ở trạng thái cân bằng. Trên thị trường tồn tại sự thiếu hụt hàng hoá hay sự dư cầu do lượng cầu lớn hơn lượng cung. Trên thị trường tự do, trạng thái dư cầu chỉ là tạm thời vì nó lại tạo ra áp lực tăng giá và chính điều này làm cho dư cầu dần dần bị triệt tiêu, đồng

thời thị trường dịch chuyển về điểm cân bằng. Tuy nhiên, ở đây quy định về giá trần của nhà nước khiến cho giá cả không được phép tăng lên vượt quá mức P_1 . Điều này khiến cho thị trường không trở về được điểm cân bằng. Hậu quả của việc thiếu hụt hàng hoá là: ở mức giá P_1 nhiều người tiêu dùng không mua được hàng hoá để thoả mãn nhu cầu của mình; nạn xếp hàng xuất hiện khiến cho việc mua hàng trở nên mất thời gian hơn; thị trường ngầm có cơ hội nảy sinh do sự khan hiếm hàng hoá... Những hậu quả này có thể làm tổn hại lợi ích của người tiêu dùng, không giống như sự kỳ vọng ban đầu của nhà nước.

**Giá sàn:* là mức giá tối thiểu mà nhà nước quy định. Trong trường hợp này, người mua không thể trả giá với mức giá thấp hơn giá sàn.

Khi định ra giá sàn về một loại hàng hoá, nhà nước muốn bảo vệ lợi ích của những người cung ứng hàng hoá. Khi nhà nước cho rằng mức giá cân bằng trên thị trường là thấp, nhà nước có thể quy định một mức giá sàn - với tính cách là một mức giá tối thiểu mà các bên giao dịch phải tuân thủ - cao hơn. Khi không được mua, bán hàng hoá với mức giá thấp hơn giá sàn, trong trường hợp này, những người bán hàng hoá dường như sẽ có lợi. Nhờ việc kiểm soát giá của nhà nước, họ có khả năng bán hàng hoá với mức giá cao hơn giá cân bằng thị trường. Một biểu hiện của việc định giá sàn là chính sách tiền lương tối thiểu. Khi quy định mức lương tối thiểu cao hơn mức lương cân bằng trên thị trường (và chỉ trong trường hợp này, chính sách giá sàn mới có ý nghĩa), nhà nước kỳ vọng rằng những người lao động sẽ khấm khá hơn, nhờ có được mức lương cao hơn.



Hình 2.21: Hoạt động của thị trường lao động khi có chính sách tiền lương tối thiểu

Hình 2.21 cho thấy một chính sách như vậy có thể dẫn đến những hậu quả gì. Khi chưa có sự can thiệp của nhà nước, thị trường lao động cân bằng tại điểm E , nơi mà đường cầu D_L và đường cung S_L về lao động cắt nhau. Mức lương cân bằng là w^* , số lượng lao động cân bằng là L^* . Giả sử nhà nước quy định mức lương tối thiểu là w_1 cao hơn mức lương cân bằng w^* . Tại mức lương w_1 , lượng cầu về lao động của các doanh nghiệp giảm xuống thành L_{D1} , trong khi lượng cung về lao động lại tăng lên thành L_{S1} . Thị trường rơi vào trạng thái không cân bằng, với một lượng dư cung là $(L_{S1} - L_{D1})$. Lượng dư cung này biểu thị số người thất nghiệp, tức những người muốn đi làm với mức lương w_1 song lại không tìm được việc làm. Do chính sách của nhà nước, tiền lương không thể tự điều chỉnh theo hướng hạ xuống để “khử” lượng dư cung nói trên. Nói cách khác, thị trường không còn khả năng tự điều chỉnh để trở về trạng thái cân bằng.

Như vậy, có thể thấy, mặc dù chính sách tiền lương tối thiểu được thiết kế nhằm bảo vệ lợi ích của những người lao động, song nó lại có thể làm nảy sinh nhiều vấn đề. Những người được lợi nhờ chính sách này chỉ nằm trong số những người lao động may mắn có được việc làm, và số lượng những người này ít hơn trước (L_{D1} so với L^*). Trong khi đó, số người thất nghiệp tăng lên (trong ví dụ của chúng ta, trước kia trên thị

trường không tồn tại hiện tượng thất nghiệp). Trong số này có cả những người trước đây vẫn tìm được việc làm do lượng cầu về lao động là L^* cao hơn L_{D1} . Ngoài ra, do trên thị trường tồn tại hiện tượng dư cung, thế mặc cả giữa những người thuê mướn lao động và những người cung ứng lao động cũng khác trước. Những người thuê mướn lao động sẽ có một vị thế tốt hơn để có thể đưa ra những quy định bất lợi cho những người muốn xin việc. Rõ ràng, chính sách tiền lương tối thiểu nói riêng, cũng như chính sách giá sàn nói chung cũng có thể gây ra những tổn hại đáng kể cho những người mà ban đầu chính sách này muốn bảo vệ.

Chương 3

SỰ LỰA CHỌN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Mô hình tổng quát về cung – cầu mà chúng ta đã nghiên cứu đưa ra một khuôn mẫu đơn giản về sự vận hành của một thị trường. Nó cho chúng ta biết cách thức theo đó giá cả thị trường được hình thành và vận động thông qua sự tương tác giữa cầu và cung. Ở chương này và những chương tiếp theo, chúng ta sẽ khảo sát sâu hơn những yếu tố nằm đằng sau đường cầu và đường cung. Chương này trình bày lý thuyết về sự lựa chọn của những người tiêu dùng nhằm làm rõ hơn những vấn đề như: cái gì ảnh hưởng hay chi phối các quyết định mua hàng của họ? Khi các điều kiện thị trường thay đổi, họ sẽ phản ứng như thế nào? Về câu hỏi thứ nhất, trong chương trước, chúng ta đã biết giá cả, sở thích, thu nhập là những yếu tố tác động đến khối lượng hàng hóa mà người tiêu dùng muốn mua. Trong chương này, chúng ta sẽ liên kết các yếu tố đó lại trong một mô hình giải thích về hành vi lựa chọn của người tiêu dùng. Làm rõ điều đó là cơ sở để chúng ta trả lời câu hỏi thứ hai.

3.1. Sở thích của người tiêu dùng

Sở thích của người tiêu dùng nói lên đánh giá chủ quan của anh ta (hay chị ta) về tính ích lợi của hàng hóa trong việc thỏa mãn nhu cầu của chính mình. Những người tiêu dùng khác nhau có những sở thích không giống nhau. Đứng trước cùng một hàng hóa, người này có thể thích, người khác có thể không thích; người này có thể thích hơn, người khác có thể kém thích hơn. Kinh tế học không đi sâu giải thích xem sở thích của người tiêu dùng hình thành như thế nào? Một sở thích nhất định của một người tiêu dùng có thể có liên quan đến trạng thái tâm lý, thói quen, hoàn cảnh sống, thế giới quan ... của anh ta (hay chị ta). Những vấn đề này không phải là đối tượng nghiên cứu của kinh tế học. Xuất phát từ giả định về một sở thích đã biết, kinh tế học cố gắng tìm hiểu xem sở thích đóng vai trò như thế nào trong sự lựa chọn của người tiêu dùng về các hàng

hóa và khi nó thay đổi, phản ứng lựa chọn của người tiêu dùng sẽ ra sao?

3.1.1. Những giả định cơ bản về hành vi của người tiêu dùng

Mô hình giải thích về sự lựa chọn của người tiêu dùng xuất phát từ những giả định sau:

** Tính có thể sắp xếp theo trật tự của sở thích*

Để tiện trình bày, trước tiên chúng ta giả sử rằng người tiêu dùng phải lựa chọn giữa hai loại hàng hóa X và Y; x_i biểu thị khối lượng của hàng hóa X, còn y_j biểu thị khối lượng của hàng hóa Y (x_i và y_j đều được đo bằng đơn vị hiện vật tương ứng). Một tổ hợp (x_i, y_j) nhất định được gọi là một giỏ hàng hóa. Đương nhiên chỉ có nghĩa khi giả định rằng x_i và y_j là những đại lượng không âm. Trong thế giới thực, người tiêu dùng phải thường phải đối diện với vô số hàng hóa khác nhau. Song bằng cách coi một loại hàng hóa là X, và những hàng hóa khác là Y, và cứ tiếp tục, chúng ta có thể quy phép lựa chọn giữa nhiều loại hàng hóa về phép lựa chọn giữa hai loại hàng hóa. Vì thế, coi thế giới hàng hóa mà người tiêu dùng phải lựa chọn chỉ gồm X và Y là một sự đơn giản hóa thích hợp.

Giả định về tính có thể sắp xếp theo trật tự của sở thích nói lên rằng: đứng trước hai giỏ hàng hóa bất kỳ, người tiêu dùng luôn đánh giá được mình sẽ thích giỏ hàng hóa nào hơn hay thích chúng như nhau. Nói cách khác, trước hai giỏ hàng hóa A (A, ví dụ, được coi là (x_1, y_1)) và B (ví dụ là (x_2, y_2)) xác định, đối với một người tiêu dùng, chỉ có 3 khả năng: 1) hoặc người tiêu dùng thích A hơn B, 2) hoặc thích A như B, 3) hoặc thích B hơn A. Ở một thời điểm nhất định, sở thích của người tiêu dùng phải thể hiện ra ở một trong ba khả năng nói trên.

Giả định như vậy có thể được coi là hiển nhiên vì nó phù hợp với hầu hết những người tiêu dùng mà chúng ta có thể quan sát được. Nó loại trừ trường hợp, đứng trước hai giỏ hàng hóa, người tiêu dùng không biết bày tỏ thái độ đánh giá như thế nào, kể cả việc coi chúng là hoàn toàn tương đương nhau trong việc thỏa mãn nhu cầu của mình.

** Tính bắc cầu của sở thích*

Chúng ta coi sở thích của người tiêu dùng có tính bắc cầu, có nghĩa là: nếu người tiêu dùng thích giỏ hàng hóa A hơn giỏ hàng hóa B, và thích giỏ hàng hóa B hơn giỏ hàng hóa C thì đương nhiên người này cũng sẽ phải thích giỏ hàng hóa A hơn giỏ hàng hóa C.

Tính bắc cầu của sở thích nói lên rằng sở thích của người tiêu dùng có tính nhất quán. Đây có lẽ là một đặc tính về sở thích của những người tiêu dùng trưởng thành. Một khi sở thích là không nhất quán, tính bắc cầu của nó bị vi phạm (ví dụ, người tiêu dùng thích A hơn B, thích B hơn C song lại thích C hơn A), người tiêu dùng có thể bị trả giá khi đuổi theo những cái thích hơn (ví dụ, đổi A lấy C, đổi C lấy B, đổi B lấy A) với những khoản chi phí nào đó, nhưng rốt cục, lại phải trở về giỏ hàng hóa xuất phát ban đầu.

** Người tiêu dùng thích nhiều hơn ít*

Giả định này kém hiển nhiên hơn so với hai giả định trước. Nó hàm ý rằng, với hai giỏ hàng hóa A và B, trong đó A là (x_1, y_1) và B là (x_2, y_1) thì nếu x_1 lớn hơn x_2 , người tiêu dùng sẽ thích giỏ hàng hóa A hơn giỏ hàng hóa B. Giả định này chỉ được coi là hợp lý nếu X là một loại hàng hóa hữu ích đối với người tiêu dùng. Do kinh tế học hiểu hàng hóa theo nghĩa rất rộng, nên nó có thể gọi cả những thứ như “không khí ô nhiễm”, “sự rủi ro” là hàng hóa. Đó là những thứ không hữu ích mà người ta càng có ít chúng càng tốt. Trong trường hợp này, ta lấy những thứ đối nghịch như “không khí trong lành” hay “sự chắc chắn” để xem xét thay thế, và như thế, giả định vẫn có thể chấp nhận được. Tuy nhiên, cần thấy rằng, ngay cả khi hàng hóa mà chúng ta đề cập là hữu ích, không phải lúc nào người ta cũng thích được tiêu dùng càng nhiều càng tốt. Ở một thời điểm nào đó, chẳng hạn, việc uống ba cốc nước chưa chắc đã làm người ta thích hơn uống hai cốc nước. Vì thế, giả định trên chỉ hợp lý trong một giới hạn nhất định. Trong thế giới các hàng hóa, khi người ta đối mặt với sự khan hiếm, đa số sự lựa chọn của người tiêu dùng phải thực hiện trong một khuôn khổ hàng hóa có giới hạn nào đó. Chúng ta chỉ cần phân tích

sự lựa chọn của người tiêu dùng trong phạm vi này. Ở đó, việc thích nhiều hơn ít đối với các hàng hóa hữu ích được coi là có hiệu lực.

** Người tiêu dùng muốn tối đa hóa độ thỏa dụng*

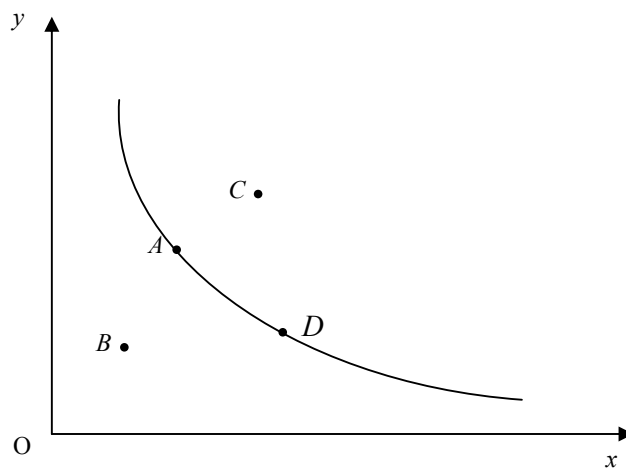
Độ thỏa dụng ám chỉ mức độ hài lòng hay thỏa mãn của người tiêu dùng khi sử dụng hàng hóa. Vì sự thỏa mãn của con người luôn là sự đánh giá chủ quan, nên độ thỏa dụng mà một người nhận được khi tiêu dùng một lượng hàng hóa nào đó cũng luôn là một thước đo chủ quan, phụ thuộc vào từng người. Qua độ thỏa dụng, người ta muốn thể hiện sở thích dưới hình thức gần như là lượng hóa, có thể so sánh được. Ví dụ, khi chúng ta nói, người tiêu dùng thích giỏ hàng hóa A hơn giỏ hàng hóa B, thì điều đó cũng hàm nghĩa rằng khi tiêu dùng giỏ hàng hóa A, độ thỏa dụng mà người tiêu dùng nhận được lớn hơn khi tiêu dùng giỏ hàng hóa B. Do không thể đo độ thỏa dụng bằng một thước đo khách quan, trên thực tế, nó không phải là một thước đo về mặt số lượng. Khi sử dụng các giỏ hàng hóa khác nhau, người tiêu dùng đạt được những độ thỏa dụng cao, thấp khác nhau, do đó, có thể so sánh được với nhau (ví dụ, độ thỏa dụng của việc tiêu dùng một số lượng hàng hóa hàng hóa X lớn hơn độ thỏa dụng của việc tiêu dùng một số lượng hàng hóa Y). Có thể so sánh được các độ thỏa dụng với nhau nên chúng là một loại thước đo thứ tự (có thể sắp xếp độ thỏa dụng theo thứ tự từ nhỏ đến lớn hay ngược lại). Trong khi đó, vì không thể biểu thị độ thỏa dụng bằng những giá trị số lượng nào đó (ví dụ, không thể nói được độ thỏa dụng của việc sử dụng một khối lượng hàng hóa nhất định là bao nhiêu), nó không phải là một thước đo số lượng.

Chúng ta giả định rằng, trong lựa chọn của mình về các hàng hóa, người tiêu dùng luôn tìm cách tối đa hóa độ thỏa dụng của mình. Nói một cách khác, với những ràng buộc nhất định, người tiêu dùng sẽ lựa chọn giỏ hàng hóa thích hợp để mức độ hài lòng hay thỏa mãn của mình từ việc tiêu dùng hàng hóa là cao nhất.

3.1.2. Đường bàng quan

* Biểu diễn sở thích bằng các đường bàng quan

Chúng ta có thể biểu diễn sở thích của người tiêu dùng bằng công cụ đồ thị. Với hệ trục tọa độ Ox và Oy , trong đó trục hoành Ox biểu thị số lượng hàng hóa X, trục tung Oy biểu thị số lượng hàng hóa Y, mỗi một điểm trên mặt phẳng của hệ trục tọa độ cho ta biết một giỏ hàng hóa cụ thể với một lượng hàng hóa X và một lượng hàng hóa Y nhất định.



Hình 3.1: Sở thích của người tiêu dùng và đường bàng quan

Trên hình 3.1, các điểm A , B , C thể hiện các giỏ hàng hóa khác nhau. Theo các giả định đã nêu, cụ thể ở đây là giả định “thích nhiều hơn ít”, khi điểm B nằm ở phía dưới và bên trái điểm A , giỏ hàng hóa A sẽ mang lại cho người tiêu dùng một độ thỏa dụng cao hơn so với giỏ hàng hóa B . Trái lại, người tiêu dùng sẽ thích giỏ hàng hóa C hơn giỏ hàng hóa A , vì điểm C nằm ở phía trên và bên phải điểm A , biểu thị số lượng hàng hóa cả X lẫn Y ở giỏ C nhiều hơn so với ở giỏ A . Nếu giỏ hàng hóa D nằm dưới giỏ hàng hóa A (biểu thị lượng hàng hóa Y ở giỏ D ít hơn ở giỏ A), đồng thời lại nằm ở phía bên phải so với giỏ hàng hóa A (biểu thị lượng hàng hóa X ở giỏ D nhiều hơn so với ở giỏ A) thì nguyên tắc “thích nhiều hơn ít” trong trường hợp này chưa trực tiếp cho chúng ta biết người tiêu dùng sẽ thích giỏ hàng hóa nào hơn. Tuy nhiên, giả định về khả năng

sắp xếp các giỏ hàng hóa theo trật tự sở thích cho chúng ta biết rằng, một người tiêu dùng cụ thể sẽ luôn so sánh được A với D, theo đó, hoặc là A được ưa thích hơn D, hoặc D được ưa thích hơn A, hoặc A được ưa thích như D. Trong trường hợp A và D được ưa thích như nhau, ta nói, đối với người tiêu dùng, A và D mang lại cùng một độ thỏa dụng. Khi phải lựa chọn giữa A và D trong việc theo đuổi mục tiêu tối đa hóa độ thỏa dụng, người tiêu dùng sẽ thờ ơ hay bàng quan trong việc chọn A hay D. Tập hợp tất cả các giỏ hàng hóa có khả năng mang lại cho người tiêu dùng một độ thỏa dụng ngang như độ thỏa dụng của A hoặc của D sẽ tạo thành một đường bàng quan: trong trường hợp này là đường bàng quan đi qua các điểm A và D.

Đường bàng quan là đường mô tả các giỏ hàng hóa khác nhau đem lại cho người tiêu dùng cùng một độ thỏa dụng.

Mỗi điểm trên một đường bàng quan thể hiện một giỏ hàng hóa. Những điểm này nằm trên cùng một đường bàng quan hàm ý rằng khi sử dụng các giỏ hàng hóa đó, người tiêu dùng thu nhận được cùng một độ thỏa dụng như nhau, hay nói cách khác, anh ta (chị ta) có được sự hài lòng như nhau. Vì vậy, một đường bàng quan cụ thể luôn gắn liền với một độ thỏa dụng nhất định, và điều này nói lên vị trí cụ thể của nó. Những đường bàng quan khác nhau sẽ biểu thị các độ thỏa dụng khác nhau.

Xét trên cùng một đường bàng quan, khi ta di chuyển từ điểm này đến điểm khác, thông thường cả lượng hàng hóa X lẫn hàng hóa Y đều thay đổi. Nếu biểu thị các mức thay đổi đó tương ứng là Δx và Δy , thì các đại lượng này không thể cùng dấu (cùng dương – biểu thị cả lượng hàng hóa X và Y cùng tăng lên, hay cùng âm – biểu thị cả lượng hàng hóa X và Y cùng giảm) trong trường hợp cả X lẫn Y đều là những hàng hóa hữu ích. Ví dụ, nếu khi chuyển từ một giỏ hàng hóa này sang một giỏ hàng hóa khác mà cả x lẫn y đều tăng, thì theo nguyên tắc “thích nhiều hơn ít”, giỏ hàng hóa mới sẽ đem lại cho người một độ thỏa dụng cao hơn. Vì thế, để giữ nguyên độ thỏa dụng, cần có sự đánh đổi nhất định giữa X và Y. Tỷ số $-\Delta y/\Delta x$ biểu thị chính tỷ lệ đánh đổi này. Nó cho chúng ta biết

người tiêu dùng cần hy sinh bao nhiêu đơn vị hàng hóa Y để có thể tăng thêm một đơn vị hàng hóa X mà không làm thay đổi độ thỏa dụng. Tỷ lệ này được gọi là tỷ lệ thay thế biên (MRS).

Tỷ lệ thay thế biên giữa hàng hóa X và hàng hóa Y biểu thị số lượng hàng hóa Y mà người tiêu dùng cần phải hy sinh để có thêm một đơn vị hàng hóa X trong khi vẫn giữ nguyên độ thỏa dụng.

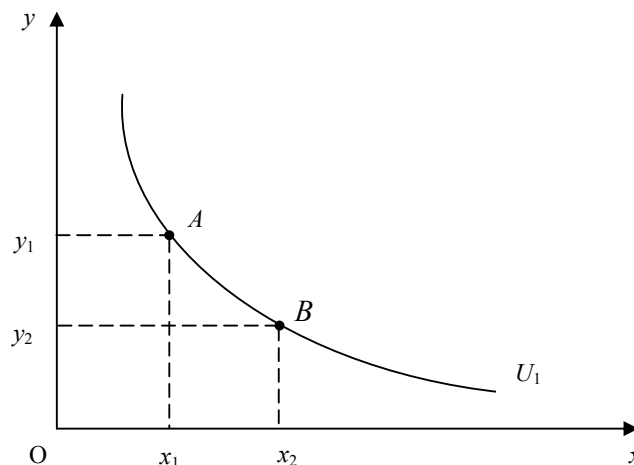
$$MRS = -\Delta y / \Delta x$$

Theo công thức định nghĩa trên, tỷ lệ thay thế biên tại một điểm nhất định trên đường bàng quan chính là giá trị tuyệt đối của độ dốc của đường bàng quan tại điểm nói trên.

** Tính chất của các đường bàng quan*

Các đường bàng quan thể hiện sở thích của một người tiêu dùng có những tính chất sau:

- Đường bàng quan là một đường dốc xuống theo chiều di chuyển từ trái sang phải. Giả sử ta có một đường bàng quan U_1 như thể hiện trong hình 3.2.



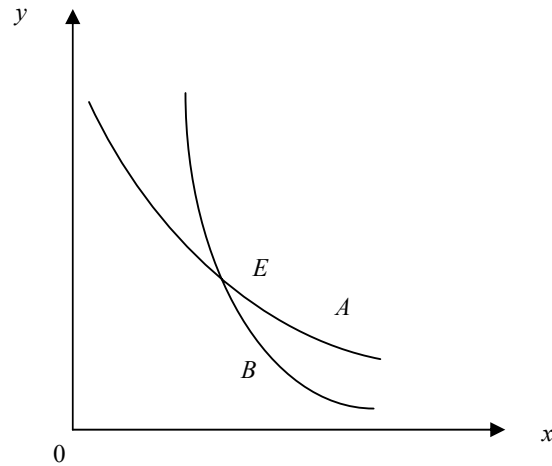
Hình 3.2: Đường bàng quan là một đường dốc xuống

Khi ta di chuyển từ điểm $A(x_1, y_1)$ đến điểm $B(x_2, y_2)$ ở phía bên phải dọc theo đường bàng quan U_1 , đương nhiên x_2 sẽ lớn hơn x_1 . Nếu y_2

không nhỏ hơn y_1 , thì theo giả định “thích nhiều hơn ít”, giỏ hàng hóa B sẽ được người tiêu dùng ưa thích hơn giỏ hàng hóa A. Trong trường hợp này, A và B không thể cùng nằm trên cùng một đường bàng quan. Thực tế, vì cùng nằm trên cùng một đường bàng quan nên y_2 phải nhỏ hơn y_1 hay điểm B phải nằm ở vị trí thấp hơn điểm A. Nói một cách khác, khi di chuyển dọc theo một đường bàng quan từ trái sang phải, chúng ta cũng đồng thời di chuyển từ trên xuống dưới. Điều này cho thấy đường bàng quan là một đường dốc xuống, hay là một đường luôn có độ dốc âm.

- Khi biểu diễn sở thích của cùng một người tiêu dùng, các đường bàng quan khác nhau sẽ không bao giờ cắt nhau.

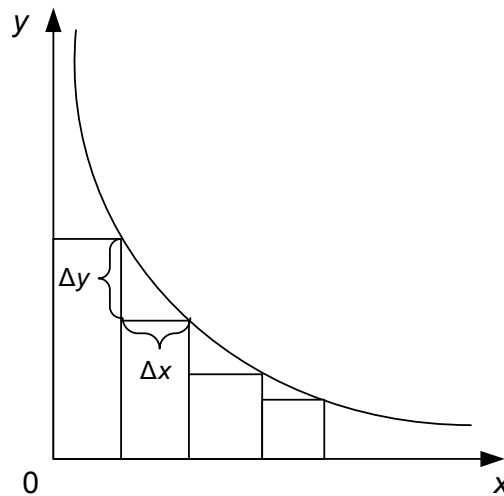
Giả sử có hai đường bàng quan U_1 và U_2 nào đó biểu diễn sở thích của cùng một người tiêu dùng lại cắt nhau tại điểm E như trên hình 3.3. Vì đây là những đường bàng quan khác nhau, chúng biểu thị các độ thỏa dụng khác nhau. Nếu A là một điểm bất kỳ, khác E song lại cùng nằm trên đường U_1 , đương nhiên, theo định nghĩa về đường bàng quan, người tiêu dùng sẽ phải ưa thích A như E. Nếu B là một điểm bất kỳ, khác E song cùng nằm trên đường U_2 , người tiêu dùng cũng sẽ thích E như B. Theo tính chất bắc cầu, người tiêu dùng sẽ phải thích A như B. Hay nói cách khác, độ thỏa dụng của giỏ hàng hóa A và của giỏ hàng hóa B là bằng nhau. Như thế, A và B không thể nằm trên các đường bàng quan khác nhau. Điều này mâu thuẫn với giả thiết U_1, U_2 là những đường khác nhau và nó chứng minh rằng, các đường bàng quan khác nhau không thể cắt nhau.



Hình 3.3: Các đường bàng quan không cắt nhau

- Đường bàng quan có xu hướng thoải dần khi di chuyển từ trái sang phải.

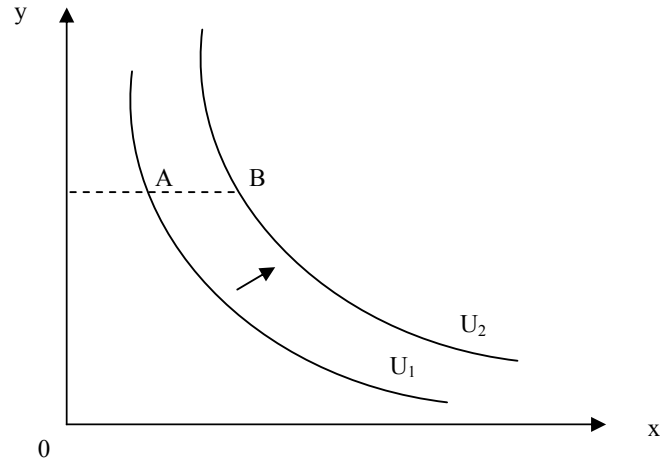
Tính chất này của đường bàng quan có nguồn gốc từ giả định: tỷ lệ thay thế biên giữa hàng hóa X và hàng hóa Y có xu hướng giảm dần. Đây là một giả định hợp lý, phản ánh tâm lý tiêu dùng của con người. Thật vậy, khi người tiêu dùng có quá nhiều hàng hóa Y, có tương đối ít hàng hóa X (ta biểu thị trạng thái này bằng một điểm nằm ở phía trên, và bên trái của đường bàng quan như điểm A trên hình 3.4), anh ta (hay chị ta) sẽ có khuynh hướng quý hàng hóa X và xem nhẹ hàng hóa Y. Trong trường hợp này, người tiêu dùng sẽ sẵn lòng đánh đổi một lượng tương đối lớn hàng hóa Y (thứ mà người này đang cảm thấy dồi dào) để lấy một đơn vị hàng hóa X (thứ mà anh ta hay chị ta đang cảm thấy tương đối khan hiếm). Trái lại, càng di chuyển về phía bên phải của đường bàng quan, người tiêu dùng càng có hàng hóa Y ít dần và càng có hàng hóa X nhiều dần. Khi Y càng trở nên khan hiếm hơn, người tiêu dùng càng ít muốn hy sinh nó. Anh ta (chị ta) chỉ sẵn lòng đánh đổi càng ngày càng ít hàng hóa Y để có thêm một đơn vị hàng hóa X. Vì thế, tỷ lệ thay thế biên có xu hướng giảm dần và càng di chuyển sang bên phải, đường bàng quan sẽ càng thoải.



Hình 3.4: Đường bàng quan có xu hướng thoải dần

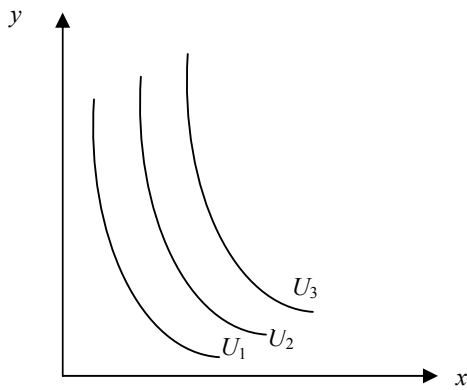
- Xuất phát từ gốc tọa độ, càng tiến ra phía ngoài, độ thỏa dụng mà đường bàng quan biểu thị sẽ ngày càng cao.

Dĩ nhiên, điều này chỉ đúng trong trường hợp cả X lẫn Y đều là những hàng hóa hữu ích và giả định “thích nhiều hơn ít” vẫn tỏ ra thích hợp. Trên hình 3.5, đường bàng quan U_2 nằm ở phía ngoài so với đường bàng quan U_1 . Giả sử A và B là những điểm có cùng tung độ (hay hoành độ) lần lượt nằm trên U_1 và U_2 . Dễ dàng nhận thấy rằng, giỏ hàng hóa A có độ thỏa dụng thấp hơn so với giỏ hàng hóa B (xuất phát từ giả định “thích nhiều hơn ít”). Vì thế, độ thỏa dụng gắn với đường bàng quan U_2 cao hơn độ thỏa dụng gắn với đường bàng quan U_1 .

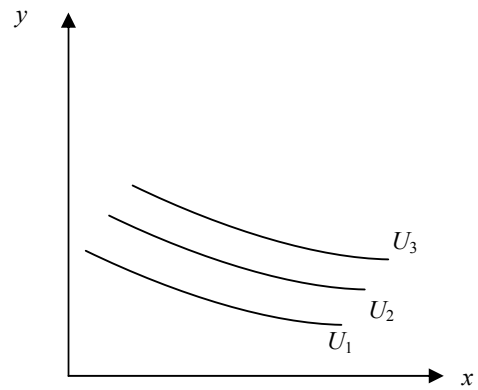


Hình 3.5: Độ thỏa dụng tăng dần khi các đường bàng quan dịch chuyển ra phía ngoài

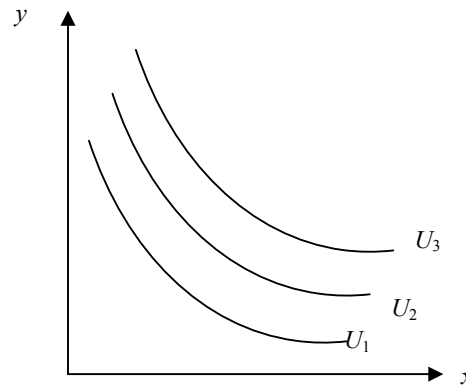
Từ những tính chất trên, có thể hình dung đường bàng quan là một đường cong lõm, đáy hướng về gốc tọa độ. Một đường bàng quan chỉ biểu thị một tập hợp các giỏ hàng hóa được người tiêu dùng ưa thích như nhau. Vì thế, sở thích của người tiêu dùng có thể biểu diễn bằng một bản đồ các đường bàng quan, trong đó mỗi đường chỉ thể hiện một độ thỏa dụng của người tiêu dùng. Những người tiêu dùng khác nhau có sở thích khác nhau, do đó, hình dáng các đường bàng quan của họ cũng khác nhau. Chẳng hạn, nếu sở thích của một người tiêu dùng có tính chất thiên lệch về hàng hóa X – anh ta (hay chị ta) đặc biệt coi trọng hàng hóa X so với các hàng hóa khác (trên thực tế, nếu X là quần áo thì người này là một người đặc biệt thích ăn diện), thì các đường bàng quan của người này có hình dáng như các đường tương đối dốc đứng. Ngược lại, nếu một người đặc biệt ưa thích hàng hóa Y, các đường bàng quan của người này sẽ có hình dáng tương đối thoải (tương đối phẳng). Một người không quá xem trọng một loại hàng hóa nào trong hai hàng hóa X và Y, các đường bàng quan của anh ta (hay chị ta) sẽ có hình dáng như ta thể hiện trên hình 3.6 (c).



0 **Hình 3.6 (a)**



0 **Hình 3.6 (b)**



0 **Hình 3.6 (c)**

Ngoài sở thích, hình dáng đường bàng quan của người tiêu dùng còn phụ thuộc vào tính chất của các hàng hóa X, Y. Ta sẽ thấy rõ hơn điều này khi khảo sát một số đường bàng quan đặc biệt.

** Một vài dạng đường bàng quan đặc biệt*

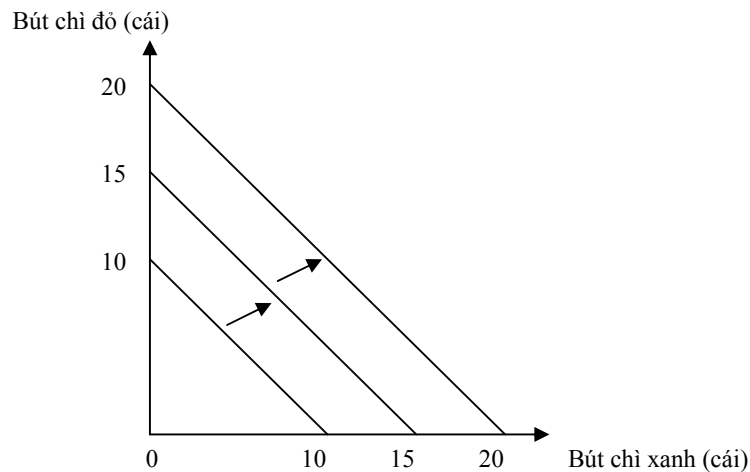
- Trường hợp X và Y là những hàng hóa thay thế hoàn hảo được cho nhau.

X và Y được coi là những hàng hóa có thể thay thế cho nhau một cách hoàn hảo nếu một lượng nhất định hàng hóa Y luôn luôn có thể mang lại cho người tiêu dùng một độ thỏa dụng ngang với một đơn vị hàng hóa X. Nói cách khác, trong trường hợp này, khi hy sinh một lượng hàng hóa Y và bổ sung thêm một đơn vị hàng hóa X, độ thỏa dụng của

người tiêu dùng sẽ luôn luôn không thay đổi, dù điểm xuất phát mà chúng ta xem xét là điểm nào trên đường bàng quan.

Ví dụ, X là bút chì màu đỏ, còn Y là bút chì màu xanh có cùng chất liệu, độ bền... Nếu một người tiêu dùng bàng quan giữa màu xanh hay màu đỏ, anh ta (chị ta) sẽ coi mỗi chiếc bút chì màu đỏ là vật thay thế hoàn hảo của một chiếc bút chì màu xanh. Một giỏ hàng hóa gồm 2 bút chì màu xanh và 8 bút chì màu đỏ sẽ được ưa thích như một giỏ hàng hóa gồm 3 bút chì màu

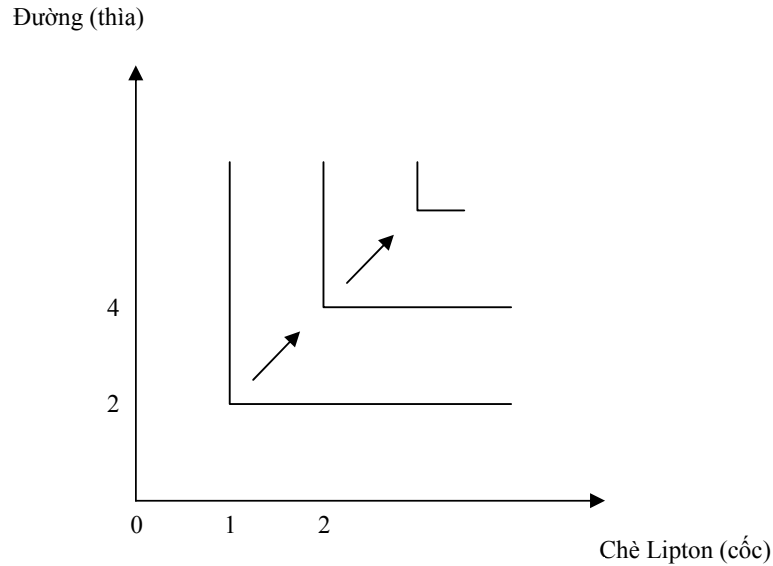
xanh và 7 bút chì màu đỏ hay giỏ hàng hóa gồm 4 bút chì màu xanh và 6 bút chì màu đỏ. Để nhận thấy rằng, trong trường hợp này, các đường bàng quan là những đường thẳng, dốc xuống, vì tỷ lệ thay thế biên luôn luôn là hằng số. (hình 3.7.a)



Hình 3.7 (a): x, y là những hàng hóa thay thế nhau một cách hoàn hảo

- Trường hợp X và Y là những hàng hóa bổ sung hoàn hảo cho nhau.

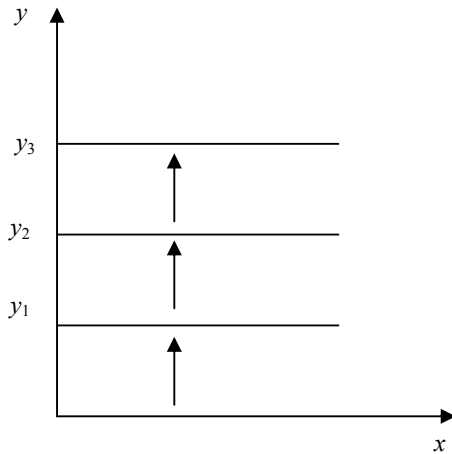
X và Y được coi là những hàng hóa bổ sung hoàn hảo cho nhau nếu việc tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa X luôn luôn kéo theo việc tiêu dùng k đơn vị hàng hóa Y. Ví dụ, cứ mỗi khi uống một cốc nước chè Lipton, một người tiêu dùng nào đó luôn luôn pha kèm theo 2 thìa đường và người này không uống chè Lipton hay sử dụng đường trong bất cứ trường hợp nào khác. Đối với người tiêu dùng này, chè Lipton và đường là những hàng hóa bổ sung hoàn hảo cho nhau. Khi X và Y là những hàng hóa bổ sung cho nhau một cách hoàn hảo, các đường bàng quan sẽ là những đường gãy khúc như thể hiện trên hình 3.7 (b).



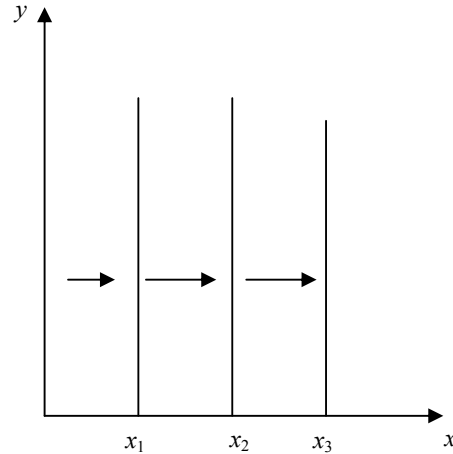
Hình 3.7 (b): x, y là những hàng hóa bổ sung hoàn hảo cho nhau

- Trường hợp một hàng hóa là hàng trung tính

X (hoặc Y) được coi là hàng hóa trung tính nếu khi thêm hay bớt bất cứ lượng hàng hóa X (hoặc Y) nào vào hay ra khỏi giỏ hàng hóa, độ thỏa dụng của người tiêu dùng vẫn không thay đổi. Trong trường hợp X là hàng trung tính, các đường bàng quan là những đường hoàn toàn nằm ngang. Độ thỏa dụng của người tiêu dùng trong trường hợp này hoàn toàn không phụ thuộc vào lượng hàng hóa X mà anh ta (hay chị ta) có mà chỉ phụ thuộc vào lượng hàng hóa Y. Với một giá trị y nhất định, các giỏ hàng hóa (x_1, y) , (x_2, y) , ..., (x_n, y) mang lại cho người tiêu dùng cùng một độ thỏa dụng, do đó, chúng cùng nằm trên một đường bàng quan. Rõ ràng, đó là một đường nằm ngang, song song với trục hoành. Khi giá trị y thay đổi, độ thỏa dụng thay đổi, chúng ta tiến đến một đường bàng quan khác. Nếu Y là hàng hóa hữu ích, càng đi lên phía trên, đường bàng quan càng biểu thị mức độ thỏa dụng cao hơn. Ngược lại, nếu Y là hàng trung tính, các đường bàng quan là những đường thẳng đứng (hình 3.8).



Hình 3.8 (a): x là hàng trung tính



Hình 3.8 (b): y là hàng trung tính

3.2. Sự ràng buộc ngân sách

Lựa chọn của người tiêu dùng không chỉ phụ thuộc vào sở thích của anh ta (hay chị ta). Có những yếu tố khác bên ngoài sở thích chi phối sự lựa chọn này. Trong những yếu tố này, thu nhập và giá cả các hàng hóa đóng một vai trò quan trọng. Chúng tạo ra sự ràng buộc ngân sách đối với người tiêu dùng.

3.2.1. Đường ngân sách

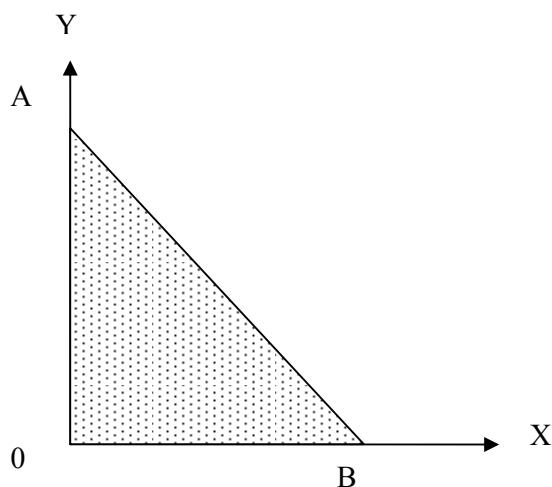
**Các ràng buộc thị trường đối với người tiêu dùng*

Giả sử người tiêu dùng có một mức thu nhập I được dùng để chi tiêu, mua sắm các hàng hóa X và Y trong một khoảng thời gian nhất định. Để đơn giản hóa, ta cũng giả sử rằng, người tiêu dùng này không để dành, do đó, thu nhập I sẽ được sử dụng hết cho mục tiêu tối đa hóa độ thỏa dụng của anh ta (hay chị ta). Trong điều kiện đó, mức thu nhập I nói trên đã tạo ra một sự giới hạn đối với khả năng mua sắm các giỏ hàng hóa của người tiêu dùng. Anh ta (hay chị ta) không thể chi tiêu cho các hàng hóa vượt quá mức thu nhập I . Tuy nhiên, khối lượng các hàng hóa X , Y mà anh ta (hay chị ta) có thể mua được không chỉ tùy thuộc vào mức thu nhập I . Chúng còn phụ thuộc vào giá cả của các hàng hóa này. Gọi P_X , P_Y

lần lượt là giá cả thị trường của các hàng hóa X và Y. Khi mua một khối lượng x hàng hóa X, số lượng tiền cần để chi trả là $x.P_X$. Khi mua một khối lượng y về hàng hóa Y, số tiền người tiêu dùng phải bỏ ra là $y.P_Y$. Vậy mọi giỏ hàng hóa (x,y) mà người tiêu dùng có thể mua sắm được phải thỏa mãn điều kiện sau:

$$x.P_X + y.P_Y \leq I \quad (3.1)$$

Bất đẳng thức (1) thể hiện sự ràng buộc ngân sách đối với người tiêu dùng. Anh ta (hay chị ta) chỉ có thể mua được những giỏ hàng hóa nhất định trong miền ràng buộc mà bất đẳng thức (3.1) chỉ ra. Khi giỏ hàng hóa (x,y) không thỏa mãn bất đẳng thức (3.1), tức $x.P_X + y.P_Y > I$, nó có thể là giỏ hàng hóa đáng mong muốn đối với người tiêu dùng (về mặt sở thích), song nó lại giỏ hàng hóa không khả thi – người tiêu dùng không thể mua được trong khả năng tiền bạc của mình (ràng buộc về mặt ngân sách). Về phương diện hình học, có thể biểu thị miền ràng buộc ngân sách đối với người tiêu dùng bằng tam giác AOB trên hình 3.9. Mọi điểm nằm trong hình tam giác AOB và nằm trên các cạnh của nó, đều thỏa mãn bất đẳng thức (3.1), nên đều là những điểm khả thi. Những điểm nằm bên ngoài tam giác này là những điểm không khả thi – những điểm thể hiện các giỏ hàng hóa mà người tiêu dùng không thể mua được.



Hình 3.9: Miền ràng buộc ngân sách

- *Khái niệm đường ngân sách*

Đường ngân sách mô tả các giỏ hàng hóa (x,y) tối đa mà người tiêu dùng có thể mua được. Nó cho chúng ta biết số lượng hàng hóa Y tối đa mà người tiêu dùng có thể mua được khi đã mua một lượng hàng hóa X nhất định, hay số lượng hàng hóa X tối đa mà người tiêu dùng có thể mua

được khi đã mua một lượng hàng hóa Y nhất định. Khi đã mua một lượng x nhất định, số lượng y tối đa có thể mua được chính là lượng thu nhập I còn lại sau khi đã mua x chia cho mức giá P_Y :

$$y = (I - x.P_X)/P_Y(3.2).$$

Tập hợp các giỏ hàng hóa (x,y) tối đa ở đây phải thỏa mãn đẳng thức hay phương trình:

$$x.P_X + y.P_Y = I(3.2')$$

Dễ dàng nhận ra rằng (3.2) và (3.2') hoàn toàn tương đương nhau. Phương trình (3.2) hay (3.2') chính là phương trình đường ngân sách. Vì phương trình (3.2) là một phương trình tuyến tính nên đường ngân sách là một đường thẳng. Chú ý rằng chúng ta biểu thị x, y là khối lượng của các hàng hóa X, Y, nên điều đó giả định ngầm rằng x và y là những số không âm. Có thể không khó khăn để nhận ra rằng, đường AB trên hình 3.9 chính là đường ngân sách gắn liền với điều kiện về thu nhập và giá cả đã biết. Điểm mút A trên trục tung biểu thị lượng hàng hóa Y tối đa có thể mua được khi người tiêu dùng không mua một đơn vị hàng hóa X nào. Tung độ của nó có giá trị bằng I/P_Y . Tương tự, điểm mút B trên trục hoành biểu thị lượng hàng hóa X tối đa có thể mua được khi người tiêu dùng không mua một đơn vị hàng hóa Y nào. Hoành độ của nó có giá trị bằng I/P_X . Những điểm nằm trên đường ngân sách AB đều là những điểm khả thi trong điều kiện thu nhập I được chi tiêu hết. Những điểm khả thi nằm trong miền ràng buộc ngân sách nhưng không nằm trên đường ngân sách đều biểu thị các trường hợp thu nhập hay ngân sách I không được sử dụng hết.

Vị trí của đường ngân sách phụ thuộc vào mức thu nhập I và các mức giá của các hàng hóa X, Y. Độ dốc của đường ngân sách phụ thuộc vào mức giá tương đối của hai hàng hóa này và đo bằng $(- P_X/P_Y)$

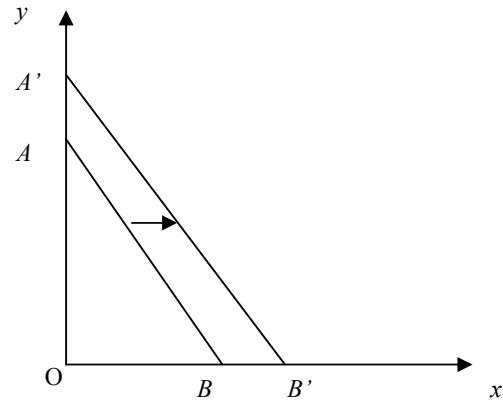
3.2.2. Ảnh hưởng của thu nhập và giá cả đối với đường ngân sách

- Ảnh hưởng của thu nhập

Đường ngân sách sẽ dịch chuyển song song vào trong hay ra ngoài khi thu nhập I thay đổi và các điều kiện khác được giữ nguyên.

Khi thu nhập I tăng lên, đường ngân sách sẽ tịnh tiến song song ra phía ngoài. Vì mức giá tương đối giữa hai hàng hóa được cho là không đổi, độ dốc của đường ngân sách sẽ không đổi. Đường ngân sách mới sẽ song song với đường ngân sách ban đầu. Thu nhập nhiều hơn sẽ làm miền ràng buộc ngân sách được nới rộng. Đường ngân sách sẽ di chuyển ra phía ngoài.

Ngược lại, khi thu nhập I giảm đi trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, đường ngân sách sẽ tịnh tiến song song vào phía trong.

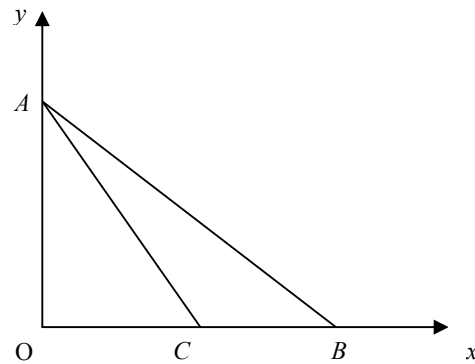


Hình 3.10: Khi I tăng, đường ngân sách AB dịch chuyển ra phía ngoài thành đường $A'B'$

- Ảnh hưởng của giá cả

Giá cả của các hàng hóa thay đổi cũng làm đường ngân sách dịch chuyển. Tuy nhiên, cách thức dịch chuyển của đường ngân sách liên quan đến sự thay đổi của giá tương đối giữa hai hàng hóa. Giá tương đối của hàng hóa X (tính bằng chính hàng hóa Y) được đo bằng tỷ số giá cả P_X/P_Y . Tỷ số này quyết định độ dốc của đường ngân sách. Nếu sự thay đổi trong các mức giá P_X, P_Y không làm mức giá tương đối thay đổi (trường hợp này chỉ xảy ra khi giá hàng hóa X và hàng hóa Y tăng hay giảm theo cùng một tỷ lệ), độ dốc của đường ngân sách vẫn giữ nguyên. Đường ngân sách mới sẽ song song với đường ngân sách ban đầu. Trường hợp này tương đương với sự thay đổi thuần túy của thu nhập. Thật vậy, khi thu nhập danh nghĩa I không thay đổi nhưng nếu giá cả của cả X lẫn Y đều giảm đi hai lần, thì điều đó sẽ làm cho thu nhập thực tế của người tiêu dùng tăng lên hai lần. (Giờ đây, bằng lượng tiền như cũ, người tiêu dùng

có thể mua được số hàng hóa gấp đôi trước). Trạng thái này hoàn toàn tương đương với trường hợp thu nhập danh nghĩa I tăng lên hai lần trong khi giá cả các hàng hóa vẫn giữ nguyên như cũ. Đường ngân sách sẽ dịch chuyển song song ra ngoài. Tương tự, khi giá của cả hai hàng hóa cùng tăng lên theo cùng một tỷ lệ, đường ngân sách sẽ dịch chuyển song song vào phía trong. Còn nếu giá tương đối giữa hai hàng hóa thay đổi khi giá cả của chúng thay đổi, đường ngân sách sẽ xoay do độ dốc của nó khác trước. Ở trường hợp đặc biệt, nếu chỉ giá của hàng hóa X (hoặc hàng hóa Y) thay đổi, đường ngân sách vẫn xoay song điểm mút của nó trên trục tung (hoặc trục hoành) được giữ nguyên. Chẳng hạn, khi giá hàng hóa X tăng lên, tỷ số giá giữa hai hàng hóa P_X/P_Y tăng. Đường ngân sách trở nên dốc hơn. Nó sẽ xoay vào phía trong với điểm cố định là điểm mút trên trục tung. Không khó để có thể nhận thấy điều này: vì giá hàng hóa Y giữ nguyên, nên lượng hàng hóa Y mua được khi không một đơn vị hàng hóa X nào được mua vẫn giữ nguyên như trước (bằng I/P_Y). Vì giá hàng hóa X tăng, lượng hàng hóa X có thể mua được sẽ giảm ở mỗi mức y (tức số lượng hàng hóa Y) khả thi cho trước.



Hình 3.11: Đường ngân sách AB sẽ xoay vào phía trong (thành đường AC chẳng hạn) khi giá hàng hóa X tăng

3.3. Sự lựa chọn của người tiêu dùng

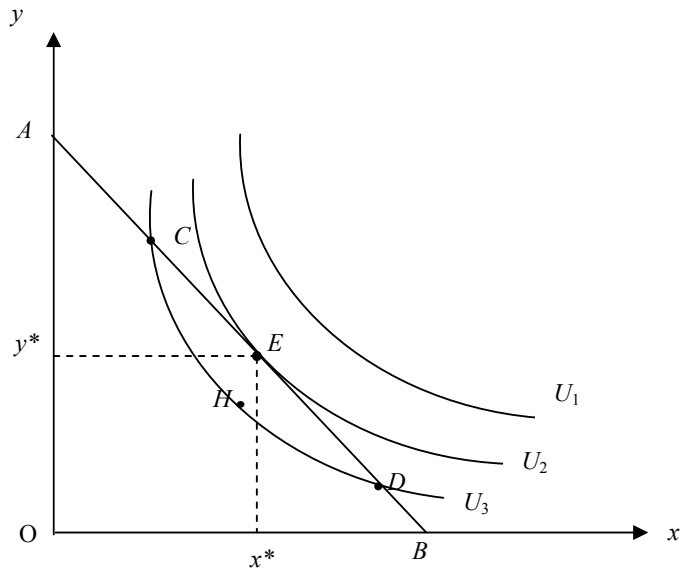
Bây giờ chúng ta có thể phối hợp các yếu tố đã biết – sở thích và những ràng buộc ngân sách để xem xét sự lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng. Giả định người tiêu dùng có một sở thích nhất định. Nó được thể hiện bằng một tập hợp các đường bàng quan nhất định. Người này cũng có một mức thu nhập I để chi tiêu cho các hàng hóa X và Y trong một khoảng thời gian nhất định. Đối diện với các mức giá xác định P_X, P_Y trên thị trường, với thu nhập I nói trên, miền ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng này chính là toàn bộ các điểm nằm trong hình tam giác AOB , được giới hạn bởi hai trục và đường ngân sách AB (hình 3.12). Người tiêu

dùng sẽ lựa chọn giỏ hàng hóa nào để có thể tối đa hóa được độ thỏa dụng?

3.3.1. Tối đa hóa độ thỏa dụng của người tiêu dùng

Hãy xem xét hình 3.12. Những điểm mà người tiêu dùng không thể đạt được là những điểm nằm ở phía ngoài đường ngân sách AB . Có thể đây là những điểm nằm trên các đường bàng quan có giá trị thỏa dụng cao, song người tiêu dùng không thể lựa chọn được.

Giới hạn ngân sách không cho phép anh ta (hay chị ta) mua sắm những giỏ hàng hóa như vậy. Như vậy, điểm lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng trước tiên phải nằm trong những điểm khả thi, tức là một điểm nằm trong miền ràng buộc ngân sách. Tuy nhiên, có thể thấy rằng, điểm tối ưu (thể hiện giỏ hàng hóa cho phép tối đa hóa độ thỏa dụng của người tiêu dùng) phải thỏa mãn các điều kiện sau: Thứ nhất, đó phải là một điểm nằm trên đường ngân sách AB . Nếu nó là một điểm nằm trong đường ngân sách, như ta đã biết, thu nhập của người tiêu dùng chưa được sử dụng hết. Khi đó, dùng nốt số thu nhập dư thừa mua thêm hàng hóa để tiêu dùng, theo nguyên tắc “thích nhiều hơn ít”, độ thỏa dụng của anh ta (hay chị ta) sẽ tăng lên. Như thế, điểm nằm trong đường ngân sách không thể đem lại cho người tiêu dùng độ thỏa dụng tối đa. Thứ hai, điểm đó phải nằm trên một đường bàng quan cao nhất có thể. Điều này là hiển nhiên vì nếu còn một điểm nào đó khả thi mà lại nằm trên một đường bàng quan khác cao hơn, thì điểm trước đó chưa phải là điểm tối ưu. Chuyển đến một đường bàng quan cao hơn trong phạm vi có thể (do ngân sách ràng buộc) là hướng để người tiêu dùng tăng độ thỏa dụng của mình. Kết hợp hai nhận xét này, chúng ta có thể thấy được điểm tối ưu mà người tiêu dùng lựa chọn phải là điểm nào.



Hình 3.12: Điểm lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng là điểm E

Ta xét 3 đường bàng quan có tính chất đại diện, thể hiện sở thích của người tiêu dùng. Đường U_1 nằm hoàn toàn ở phía ngoài đường ngân sách, do đó, người tiêu dùng không thể lựa chọn bất cứ giỏ hàng hóa nằm trên một đường bàng quan kiểu như vậy. Đường U_3 , thấp hơn đường U_1 và cắt đường ngân sách AB tại hai điểm, chẳng hạn như C và D . Điểm C chưa phải là điểm tối ưu, vì độ thỏa dụng mà nó mang lại chỉ ngang bằng với một điểm như điểm H , nằm trên đường U_3 song lại ở phía trong đường ngân sách. Lựa chọn H sẽ tốt hơn C , vì để có H , người tiêu dùng không cần phải sử dụng hết thu nhập I . Từ C , nếu ta trượt theo đường ngân sách (hướng sang phải, nếu C là điểm cắt ở phía bên trái, và ngược lại), ta vẫn đạt được điểm khả thi (vẫn nằm trên đường ngân sách) nhưng lại tiến đến một đường bàng quan cao hơn. Chỉ khi nào ta tiến đến điểm E , nơi mà một đường bàng quan nào đó, chẳng hạn như U_2 , tiếp xúc với đường ngân sách AB , ta mới đạt đến một đường bàng quan cao nhất, có ít nhất một điểm vẫn thuộc miền ràng buộc ngân sách. Điểm E chính là điểm tối ưu đối với người tiêu dùng.

Điểm tối ưu, tức điểm biểu thị giỏ hàng hóa đem lại cho người tiêu dùng độ thỏa dụng tối đa, chính là điểm tiếp xúc giữa đường ngân sách với một đường bàng quan nào đó.

Khi lựa chọn giỏ hàng hóa E tối ưu, điều đó hàm nghĩa: người tiêu dùng sẽ mua x^* đơn vị hàng hóa X , y^* đơn vị hàng hóa Y cho nhu cầu tiêu dùng của mình.

Tại điểm E tối ưu, độ dốc của đường bàng quan U_2 bằng độ dốc của đường ngân sách. Tại đó, $MRS = P_X / P_Y$. Cũng là nằm trên đường ngân sách, song tại điểm C (nằm ở bên trái điểm E , biểu thị trạng thái theo đó giỏ hàng hóa C bao gồm nhiều hàng hóa Y nhưng lại ít hàng hóa X hơn so với giỏ hàng hóa E) đường bàng quan tỏ ra dốc hơn đường ngân sách. Nói cách khác, tại C , ta có $MRS > P_X / P_Y$. Khi tỷ lệ thay thế biên lớn hơn tỷ số giá cả như trên, về mặt sở thích, người tiêu dùng đang sẵn sàng hy sinh một lượng hàng hóa Y nhiều hơn để có thêm được một đơn vị hàng hóa X so với tỷ lệ đánh đổi trên thị trường. Ví dụ, nếu tại C , do đang có nhiều hàng hóa Y , người tiêu dùng sẵn sàng hy sinh 4 đơn vị

hàng hóa Y để có thêm một đơn vị hàng hóa X mà vẫn giữ nguyên độ thỏa dụng. Trong khi đó, nếu giá hàng hóa X chỉ cao gấp đôi giá hàng hóa Y thì điều đó cũng có nghĩa là: trên thị trường, chỉ cần dùng 2 đơn vị hàng hóa Y là có thể đổi được một đơn vị hàng hóa X. Lúc này, lợi ích của việc tiêu dùng thêm về hàng hóa X lớn hơn chi phí của nó (tiêu dùng thêm 1 đơn vị X đem lại cho người tiêu dùng một sự thỏa mãn tương đương với việc tiêu dùng 4 đơn vị Y, song theo tỷ lệ trao đổi trên thị trường, anh ta (hay chị ta) chỉ phải hy sinh 2 đơn vị Y). Đó là lý giải thích tại sao người tiêu dùng sẽ tiếp tục di chuyển theo hướng từ *C* đến *E* dọc theo đường ngân sách. Trên hình 3.12, vì điểm *D* nằm ở phía bên phải của điểm *E*, nó thể hiện một giỏ hàng hóa gồm nhiều hàng hóa X và ít hàng hóa Y hơn so với giỏ hàng hóa *E*. Tại *D*, dễ dàng nhận thấy là tỷ lệ thay thế biên nhỏ hơn tỷ số giá cả: $MRS < P_X / P_Y$. Tại đó, vì tỷ lệ trao đổi trên thị trường để có thêm một đơn vị hàng hóa X lớn hơn tỷ lệ đánh đổi của người tiêu dùng thuần túy về phương diện sở thích, người này có xu hướng cắt giảm lượng tiêu dùng về hàng hóa X. Anh ta (hay chị ta) sẽ di chuyển trở lại sang bên trái dọc theo đường ngân sách từ điểm *D* đến *E*. Tại *E*, khi tỷ lệ đánh đổi giữa X và Y về phương diện sở thích của người tiêu dùng bằng đúng tỷ lệ trao đổi trên thị trường, người tiêu dùng không có khả năng thay đổi để gia tăng độ thỏa dụng. Chính vì thế giỏ hàng hóa *E* là tối ưu, nó đem lại cho người tiêu dùng một độ thỏa dụng lớn nhất.

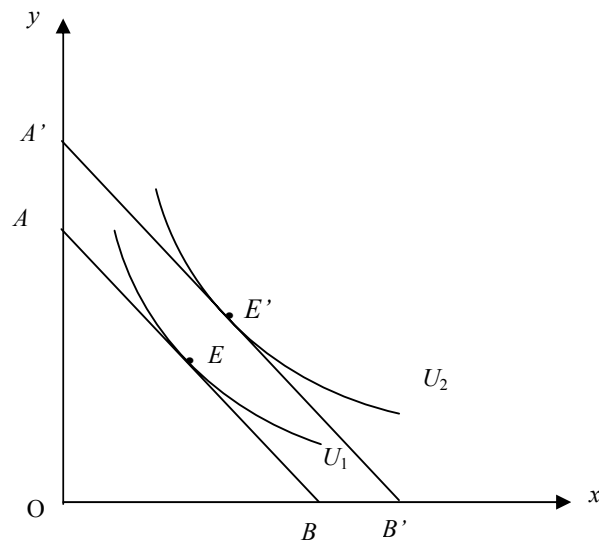
3.3.2. Sự thay đổi trong điểm lựa chọn của người tiêu dùng

Sự phân tích ở trên cho thấy: với mục tiêu tối đa hóa độ thỏa dụng, người tiêu dùng sẽ lựa chọn giỏ hàng hóa nằm trên đường bàng quan cao nhất trong giới hạn ngân sách của mình. Những yếu tố quy định sự lựa chọn này chính là thu nhập, giá cả các hàng hóa, sở thích của người tiêu dùng. Khi những yếu tố này thay đổi, đương nhiên, điểm lựa chọn của anh ta (hay chị ta) sẽ thay đổi.

- Trường hợp thu nhập thay đổi

Khi thu nhập thay đổi, như ta đã biết, đường ngân sách sẽ dịch chuyển. Chẳng hạn, khi thu nhập tăng (giả định các điều kiện khác giữ nguyên), đường ngân sách sẽ dịch chuyển song song ra phía ngoài.

Như mô tả trên hình 3.13, từ đường ngân sách ban đầu AB , người tiêu dùng sẽ có một đường ngân sách mới $A'B'$ khi thu nhập tăng. Trước kia, E là điểm lựa chọn tối ưu của người này. Với đường ngân sách mới, điểm tối ưu không còn là E mà là E' , nơi mà đường ngân sách $A'B'$ tiếp xúc với một đường bàng quan U_2 nào đó (đường bàng quan U_1 là đường bàng quan chứa điểm E). Vì $A'B'$ nằm ngoài AB , đường bàng quan U_2 cũng nằm ngoài đường bàng quan U_1 và biểu thị độ thỏa dụng cao hơn. Nếu cả X lẫn Y đều là những hàng hóa thông thường, khi thu nhập tăng, cả X lẫn Y đều được tiêu dùng nhiều hơn. Điểm E' sẽ vừa nằm bên phải, vừa nằm phía trên điểm E . Nếu một trong hai hàng hóa này (chẳng hạn hàng hóa X) là hàng thứ cấp, điểm E' sẽ nằm trên song ở phía bên trái điểm E . Trong trường hợp này, thu nhập tăng khiến người tiêu dùng giảm mức tiêu dùng về hàng hóa X và tăng mạnh mức tiêu dùng về hàng hóa Y .



Hình 3.13: Điểm lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng thay đổi khi thu nhập thay đổi

- *Trường hợp giá cả thay đổi*

Giá cả hàng hóa thay đổi một mặt, tác động đến giá tương đối giữa hai hàng hóa thay đổi, mặt khác, lại thường làm cho thu nhập thực tế của người tiêu dùng thay đổi. Hai tác động này diễn ra đồng thời khiến cho đường ngân sách của người tiêu dùng xoay và dịch chuyển khỏi vị trí ban đầu, và làm cho người tiêu dùng thay đổi điểm lựa chọn tối ưu của mình. Để đơn giản hóa, chúng ta chỉ xét trường hợp giá hàng hóa X thay đổi, giá hàng hóa Y cũng như các yếu tố khác như thu nhập và sở thích của người tiêu dùng vẫn giữ nguyên. Về nguyên tắc, các trường hợp thay đổi giá cả khác có thể được phân tích theo một phương pháp tương tự.

Hãy nhìn vào hình 3.14. Đường AB là đường ngân sách ban đầu tương ứng với các mức thu nhập I , và các mức giá P_{X1}, P_Y đã biết. Một sở thích nhất định của người tiêu dùng ngầm định anh ta (hay chị ta) có một tập hợp các đường bàng quan xác định nào đó. Điểm E là điểm lựa chọn ban đầu của người tiêu dùng. Nó là tiếp điểm của đường AB với đường bàng quan U_1 . Giả sử giá của hàng hóa X hạ xuống và mức giá mới là P_{X2} . Đường ngân sách AB xoay ra phía ngoài thành đường AC . Bây giờ điểm lựa chọn mới tối ưu của người tiêu dùng là điểm F , nơi mà đường ngân sách AC tiếp xúc với một đường bàng quan U_2 nào đó. Quá trình đi từ E đến F là kết quả toàn bộ của sự kiện: giá hàng hóa X hạ xuống. Tuy nhiên, việc P_X hạ, một mặt làm cho mức giá tương đối P_X/P_Y giảm, hàng hóa X trở nên rẻ đi một cách tương đối so với hàng hóa Y; mặt khác, làm thu nhập thực tế của người tiêu dùng tăng lên. Như vậy, nếu sự thay đổi thu nhập I chỉ gây ra tác động về mặt thu nhập thực tế, thì sự thay đổi trong mức giá của các hàng hóa lại gây ra cả tác động thu nhập lẫn tác động thay thế.

+ *Tác động thay thế*: là tác động bắt nguồn từ việc thay đổi trong mức giá tương đối giữa các hàng hóa. Sự thay đổi này khiến cho người tiêu dùng thay đổi điểm lựa chọn theo hướng: thay thế một phần hàng hóa đã trở nên đắt hơn một cách tương đối bằng hàng hóa đã trở nên rẻ đi một cách tương đối.

+ *Tác động thu nhập*: là tác động bắt nguồn từ sự thay đổi của thu nhập thực tế. Sự thay đổi này khiến người tiêu dùng có khuynh hướng sử dụng nhiều hơn hay ít hơn một loại hàng hóa nào đó, tùy theo nó được coi là hàng hóa thông thường hay hàng hóa thứ cấp.

Làm thế nào để có thể tách biệt được hai tác động này với nhau? Hãy vẽ một đường ngân sách giả định MN , sao cho đường này song song với đường ngân sách AC (đường ngân sách mới) nhưng lại tiếp xúc với đường bàng quan ban đầu U_1 tại điểm H . Đường MN song song với AC cho chúng ta thấy độ dốc của nó chính bằng độ dốc của AC , phản ánh mức giá tương đối mới giữa các hàng hóa sau khi giá hàng hóa X giảm. Điểm E và H cùng nằm trên một đường bàng quan U_1 nên chúng đem lại cho người tiêu dùng một độ thỏa dụng như nhau, hay một mức sống như

nhau. Có thể coi hai điểm này biểu thị cùng một thu nhập thực tế đối với người tiêu dùng. Vậy sự di chuyển từ E đến H chính là sự di chuyển từ một điểm tối ưu trong điều kiện mức giá tương đối cũ đến một điểm tối ưu khác tương ứng với mức giá tương đối mới mà vẫn giữ nguyên mức thu nhập thực tế. Sự di chuyển đó là kết quả của tác động thay thế. Còn sự di chuyển từ điểm H đến điểm F chỉ phản ánh sự thay đổi của thu nhập thực tế thuần túy: đường MN và AC biểu hiện cùng một mức giá tương đối, song lại biểu hiện các mức thu nhập thực tế khác nhau. Điểm H nằm trên đường MN gắn với mức thu nhập cũ, còn điểm F nằm trên đường AC gắn với mức thu nhập mới, tăng lên do giá hàng hóa X hạ xuống. Vì thế, từ H đến F là kết quả của tác động thu nhập. Tổng hợp lại cả tác động thay thế và tác động thu nhập, rốt cục, khi P_X giảm, điểm lựa chọn của người tiêu dùng đi từ E đến F .

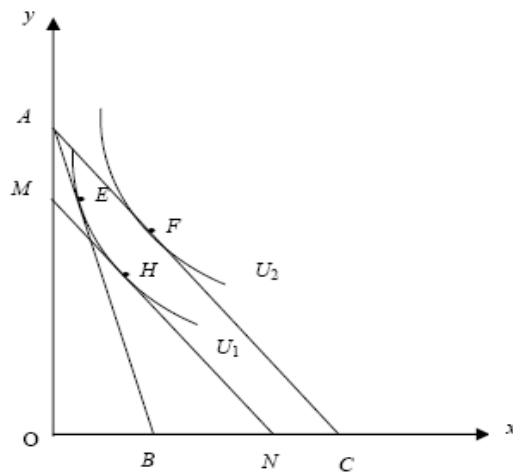
Để thấy rõ tác động thay thế, tác động thu nhập và tác động tổng hợp của việc giá hàng hóa X hạ đối với mức cầu về một loại hàng hóa như X , ta chỉ cần xem xét các hoành độ x_1 , x_2 và x_3 của các điểm E , H và F . Mức cầu tăng lên từ x_1 lên x_2 là kết quả của tác động thay thế: giá hàng hóa Y trở nên đắt hơn một cách tương đối đã khiến người tiêu dùng thay thế một phần Y bằng X . Mức cầu tăng từ x_2 lên x_3 là kết quả của tác động thu nhập: thu nhập thực tế tăng khiến người tiêu dùng mong muốn mua nhiều hàng hóa X hơn. Điều này chỉ đúng nếu X là hàng hóa thông thường. Trong trường hợp X là hàng hóa thứ cấp, tác động thu nhập đem lại kết quả ngược lại: thu nhập thực tế tăng sẽ làm giảm cầu về hàng hóa và khi đó, x_3 sẽ nhỏ hơn x_2 .

Như vậy, khi giá hàng hóa X giảm, nếu X là hàng hóa thông thường, vì kết quả của tác động thay thế và tác động thu nhập cùng làm cầu về hàng hóa này tăng lên (hai tác động diễn ra theo cùng một chiều), nên có thể chắc chắn kết luận được về tác động toàn bộ hay tổng hợp: mức cầu về hàng hóa X tăng khi giá hàng hóa X giảm. Nếu hàng hóa X là hàng hóa thứ cấp, hai tác động này đem lại những kết quả ngược chiều nhau. Khi giá hàng hóa X hạ, tác động thay thế luôn làm mức cầu về hàng hóa X tăng nhưng tác động thu nhập lại làm mức cầu về hàng hóa này giảm. Về lý thuyết, chúng ta không thể khẳng định chắc chắn được rằng:

liệu khi giá hàng hóa X hạ, mức cầu về X như là kết quả tổng hợp của hai tác động trên là tăng hay giảm. Kết cục nào xảy ra tùy thuộc vào việc tác động nào mạnh hơn. Trong những khả năng có thể xảy ra, ta có thể hình dung trường hợp mà ở đó, tác động thu nhập tỏ ra mạnh hơn tác động thay thế. Khi đó, giá hàng hóa (thứ cấp) X giảm, rốt cục, lại làm mức cầu chung về hàng hóa này giảm. Đường cầu về một hàng hóa như vậy sẽ là đường dốc lên, phản ánh sự vận động cùng chiều của mức giá và lượng cầu. Hàng hóa có tính chất đặc biệt như vậy được gọi là “hàng hóa Giffen”. Nếu tồn tại, hàng Giffen phải là hàng hóa thứ cấp, mặc dù không phải mọi hàng hóa thứ cấp đều là hàng Giffen. Các nhà kinh tế, nói chung, không tin vào sự tồn tại của hàng hóa Giffen trên thực tế. Đối với hàng hóa thứ cấp, có lẽ tác động thu nhập do giá thay đổi thường nhỏ khi mà tỷ trọng chi tiêu về hàng hóa này trong ngân sách của người tiêu dùng chỉ chiếm một vị trí khiêm tốn.

Ảnh hưởng của việc thay đổi trong mức giá hàng hóa X không dừng lại ở những thay đổi trong lượng cầu về hàng hóa X, mà còn thể hiện cả ở những thay đổi trong lượng cầu về hàng hóa Y. Khi giá hàng hóa X hạ xuống, tác động thay thế làm cho lượng cầu về hàng hóa Y giảm xuống. Trong khi đó, do thu nhập thực tế tăng lên nên tác động thu nhập làm cho lượng cầu về hàng hóa Y tăng, nếu Y là hàng hóa thông thường và giảm nếu Y là hàng hóa thứ cấp. (Chú ý rằng, chỉ khi ít nhất, một trong hai hàng hóa

mà chúng ta phân tích là hàng hóa thông thường thì xem xét của chúng ta mới có ý nghĩa). Nếu X là hàng hóa thông thường và Y là hàng hóa thứ cấp, khi giá hàng hóa X hạ, mức cầu chung về hàng hóa Y chắc chắn giảm do ảnh hưởng cùng chiều của



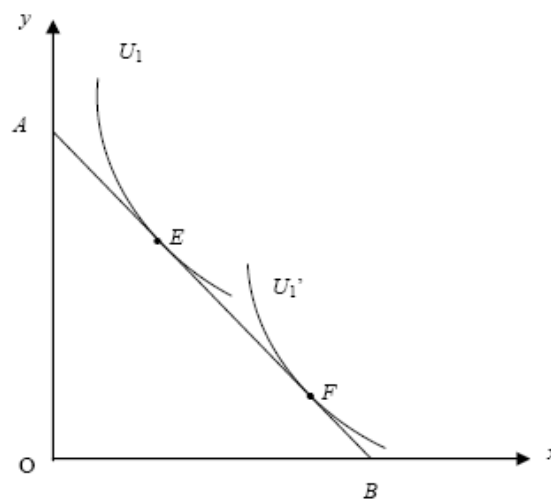
Hình 3.14: Tác động thay thế và tác động thu nhập

cả tác động thay thế lẫn tác động thu nhập. Độ co giãn theo giá chéo của cầu về hàng hóa Y khi giá X thay đổi là dương. Trong trường hợp Y là hàng hóa thông thường, nếu tác động thay thế là mạnh (X và Y là những hàng hóa dễ dàng thay thế cho nhau vì có công dụng gần gũi nhau), tác động thu nhập tương đối yếu, tác động toàn bộ của việc giá hàng hóa X hạ làm cho lượng cầu về hàng hóa Y giảm. Trong trường hợp này, độ co giãn của cầu về Y theo giá chéo cũng dương. Ngược lại, nếu tác động thay thế tỏ ra là yếu ớt (các hàng hóa X, Y khó thay thế cho nhau) so với tác động thu nhập, khi giá hàng hóa X hạ, mức cầu chung về hàng hóa Y sẽ tăng. Khi này, độ co giãn của cầu về Y theo giá chéo (giá hàng hóa X) là số âm.

- *Trường hợp thay đổi về sở thích*

Sở thích của người tiêu dùng cũng có thể thay đổi, mặc dù nó thường ổn định trong một khoảng thời gian nhất định. Sự thay đổi này phản ánh những chuyển biến trong cách nhìn nhận, đánh giá, hay thái độ của người tiêu dùng về ý nghĩa của một loại hàng hóa đối với cuộc sống của anh ta (hay chị ta). Khi khoa học càng ngày càng nhấn mạnh đến tầm quan trọng của rau và hoa quả trong cơ cấu bữa ăn, thái độ của nhiều người tiêu dùng đối với việc sử dụng các hàng hóa này sẽ thay đổi. Cách ăn mặc, sinh hoạt của các ngôi sao điện ảnh có tác động không nhỏ đối với công chúng tiêu dùng, những người coi những ngôi sao này là “thần tượng”.

Khi sở thích thay đổi, hình dạng và vị trí các đường bàng quan của người tiêu dùng sẽ trở nên khác trước. Với đường ngân sách như cũ (phản ánh các điều kiện thị trường, thu nhập của người



Hình 3.15: Lựa chọn của người tiêu dùng thay đổi từ E sang F khi sở thích thay đổi

tiêu dùng vẫn giữ nguyên), điểm lựa chọn nhằm mục tiêu tối đa hóa độ thỏa dụng của người tiêu dùng cũng sẽ thay đổi. Ví dụ, vì một lý do nào đó, hàng hóa X giờ đây được người tiêu dùng ưa chuộng hơn hẳn trước. Hình dáng các đường bàng quan trở nên dốc đứng hơn. Đường ngân sách cũ sẽ tiếp xúc với một đường bàng quan nào đó thuộc hệ các đường bàng quan mới ở một điểm mới, có xu hướng lệch sang phía bên phải. Người tiêu dùng có mức cầu về hàng hóa X nhiều hơn, và do đó phải hy sinh mức tiêu dùng về các hàng hóa khác (hình 3.15).

3.4. Đường cầu cá nhân của người tiêu dùng và đường cầu thị trường

3.4.1. Rút ra đường cầu cá nhân từ sự lựa chọn của người tiêu dùng

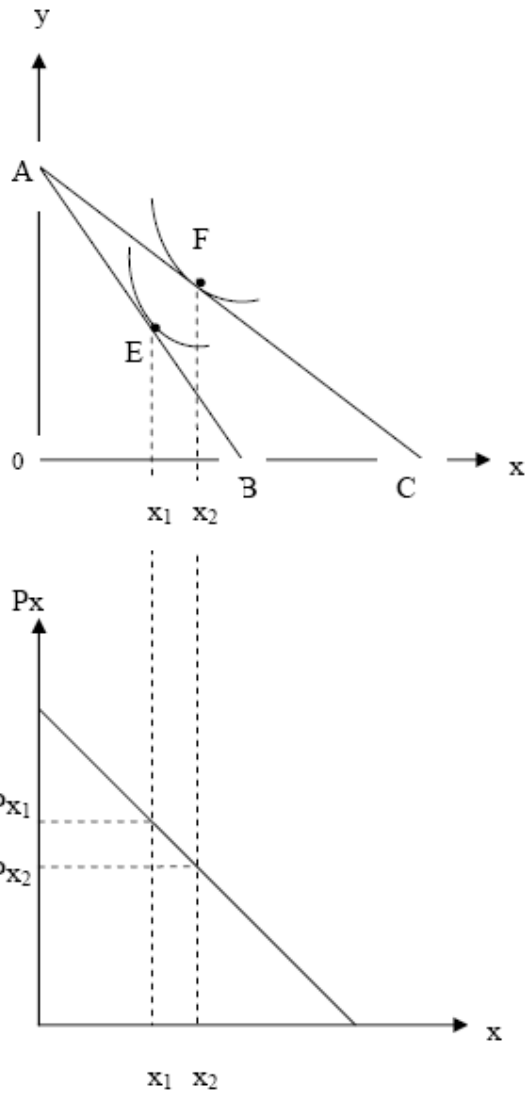
Từ mô hình về sự lựa chọn của người tiêu dùng trên, ta có thể rút ra quan hệ cầu hay đường cầu của một cá nhân người tiêu dùng.

Trước hết, chúng ta giả định rằng, người tiêu dùng có một mức thu nhập I và một sở thích nhất định. Với mục đích khảo sát đường cầu cá nhân của người tiêu dùng này về hàng hóa X, ta giả sử giá cả các hàng hóa khác mà ở đây hàng hóa Y là đại diện được giữ nguyên. Với mỗi mức giá của hàng hóa X, kết hợp với I và P_Y đã biết, ta có được một đường ngân sách. Sở thích của người tiêu dùng phản ánh trong một hệ đường bàng quan xác định.

Để rút ra đường cầu của người tiêu dùng về hàng hóa X, ta sử dụng cùng một lúc hai đồ thị. Đồ thị ở trên minh họa sự lựa chọn tối đa hóa độ thỏa dụng của người tiêu dùng. Vẫn như các đồ thị ta đã sử dụng ở chương này, trục tung biểu thị lượng hàng hóa Y, trục hoành biểu thị lượng hàng hóa X mà người tiêu dùng mong muốn lựa chọn. Ở đồ thị dưới, nơi chúng ta muốn thể hiện đường cầu về hàng hóa X, trục tung sẽ biểu thị các mức giá về hàng hóa X, còn trục hoành biểu thị lượng hàng hóa X người tiêu dùng mong muốn mua hay lượng cầu về hàng hóa X. Trục hoành của hai đồ thị, như vậy, biểu thị cùng một biến số.

Ta hãy xuất phát từ một mức giá P_{X1} của hàng hóa X tương đối cao. Ở đồ thị phía trên, đường ngân sách AB được vẽ tương ứng với mức

giá này, trong điều kiện các biến số khác như I , P_Y đã cho. Điểm E là điểm lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng trong trường hợp này. E được xác định như điểm tiếp xúc của đường AB với một đường bàng quan nào đó trong hệ đường bàng quan biểu thị sở thích đã biết của người tiêu dùng. Từ E , ta biết được mức cầu lúc này của người tiêu dùng là x_1 . Ở đồ thị phía dưới, vì x_1 là lượng cầu của người tiêu dùng tại mức giá P_{x1} nên điểm (x_1, P_{x1}) là một điểm trên đường cầu cá nhân của người tiêu dùng mà ta cần mô tả.



3.16: Rút ra đường cầu từ phân tích lựa chọn của người tiêu dùng

Bây giờ ta hãy giả sử giá hàng hóa X giảm xuống, trong khi các điều kiện khác vẫn được giữ nguyên. Mức giá hàng hóa giờ đây, chẳng hạn, là P_{x2} . Với các biến số như I , P_Y đã biết và mức giá P_{x2} này, ta vẽ được một đường ngân sách mới AC . Trên cơ sở sở thích đã xác định, điểm lựa chọn tối ưu tương ứng của người tiêu dùng giờ đây là F , nơi mà đường AC tiếp xúc với một đường bàng quan nào đó trong hệ đường bàng quan đã cho. Từ điểm F , ta biết được lượng cầu của người tiêu dùng này về hàng hóa X là x_2 . Rõ ràng, x_2 là lượng cầu về hàng hóa X tương ứng với mức giá P_{x2} . Thông tin này được dùng ở đồ thị dưới cho

ta biết một điểm mới – điểm (x_2, P_{x_2}) - trên đường cầu của người tiêu dùng về hàng hóa X.

Cứ lần lượt làm theo cách thức như vậy, chúng ta sẽ có được các điểm khác của đường cầu về hàng hóa X của người tiêu dùng. Trên toàn bộ đường này, chúng ta luôn giả định rằng, các yếu tố như thu nhập I , sở thích hay mức giá các hàng hóa khác như P_Y là không thay đổi.

Giờ đây chúng ta có thể hiểu sâu hơn thực chất của đường cầu. Đối với một cá nhân tiêu dùng, đường cầu của anh ta (hay chị ta) về một loại hàng hóa phụ thuộc vào sự lựa chọn hàng hóa nói chung của chính người này nhằm mục tiêu tối đa hóa độ thỏa dụng. Sự lựa chọn đó bị chi phối bởi cả những yếu tố chủ quan như sở thích, cũng như những yếu tố có tính chất ràng buộc khác của thị trường như thu nhập hay giá cả của các hàng hóa. Đường cầu của người tiêu dùng là một đường dốc xuống vì khi giá hàng hóa X hạ, miền ngân sách của người tiêu dùng được nói rộng hơn khi đường ngân sách xoay ra phía ngoài và kết quả là: lượng cầu về hàng hóa X tăng lên. Chúng ta cũng đã giải thích được rằng, trong trường hợp X là hàng hóa thông thường, khi giá hàng hóa X hạ xuống, cả tác động thay thế lẫn tác động thu nhập đều cùng “kéo” mức cầu về hàng hóa X lên, nên tính chất dốc xuống của đường cầu là khá rõ ràng. Khi hàng hóa X là hàng hóa thứ cấp, về mặt lý thuyết, người ta có thể nghi ngờ tính dốc xuống của đường cầu. Trường hợp hàng hóa Giffen dường như là một ví dụ minh họa cho một loại đường cầu dốc lên. Tuy nhiên, trên thực tế, khi mà hàng hóa thứ cấp chỉ giữ vị trí khiêm tốn trong cơ cấu tiêu dùng của một cá nhân, việc giá của hàng hóa này hạ không tạo ra được sự gia tăng đáng kể, thực sự trong thu nhập thực tế của người tiêu dùng (liệu chúng ta cảm thấy mình giàu có lên như thế nào khi giá muối hạ xuống hai lần hay ba lần?). Tác động thu nhập trong trường hợp này thường yếu. Vì thế, xét tổng hợp cả hai tác động, giá X hạ vẫn làm cho lượng cầu về X tăng. Nói cách khác, ngay cả khi X là hàng hóa thứ cấp, đường cầu về nó cơ bản vẫn là đường dốc xuống.

Tất nhiên, vẫn có thể có những trường hợp ngoại lệ khiến cho đường cầu về một loại hàng hóa của một cá nhân là một đường thẳng

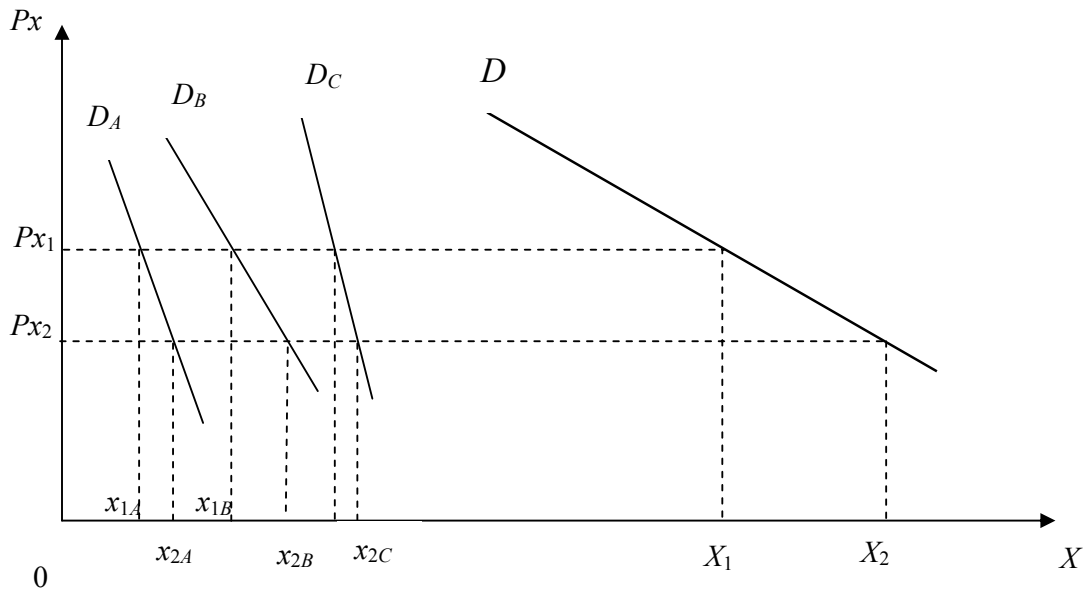
đúng. Trường hợp đặc biệt này biểu thị rằng, khi giá hàng hóa giảm hay tăng không tác động đến lượng cầu về hàng hóa của người tiêu dùng. Nếu X là một hàng hóa như vậy, thì điều đó có nghĩa là: thứ nhất, trong mọi trường hợp Y (tức các hàng hóa khác) hoàn toàn không có khả năng thay thế X (hiểu theo nghĩa tuyệt đối, điều này dường như không bao giờ xảy ra); thứ hai, việc tăng hay giảm lượng tiêu dùng về X không làm thay đổi độ thỏa dụng của người tiêu dùng. Điều cuối cùng này trái ngược với giả định “thích nhiều hơn ít” do đó, sự kiện này vượt ra khỏi khuôn khổ mô hình của chúng ta. Khi một người tiêu dùng chỉ mong muốn một lượng hàng hóa cố định bất chấp các mức giá cụ thể của nó thì hàng hóa đó phải có một ý nghĩa thiết yếu đối với anh ta (hay chị ta) và ý nghĩa đó chỉ phát huy được với một lượng cố định về hàng hóa. Tuy nhiên, nếu điều này xảy ra, tức tính thẳng đứng của đường cầu tồn tại, nó cũng chỉ xảy ra hay tồn tại trong một phạm vi nhất định của thu nhập và giá cả. Nếu giá cả hàng hóa mà quá cao, trong phạm vi thu nhập xác định, người tiêu dùng buộc phải thay thế hàng hóa trên bằng hàng hóa khác.

Trở lại với hình 3.16 ở trên, ta thấy một đường cầu được vẽ ra gắn với giả định về các yếu tố như I , P_Y và sở thích của người tiêu dùng là không thay đổi. Nếu giờ đây, một trong những yếu tố trên thay đổi, đường cầu của người tiêu dùng về hàng hóa X sẽ dịch chuyển. Ví dụ, khi thu nhập của người tiêu dùng tăng lên, ở mỗi mức P_X đường ngân sách đều tịnh tiến song song ra phía ngoài. Tương ứng với mức giá P_{X1} , đường ngân sách giờ đây là đường $A'B'$ cũng như tương ứng với mức giá P_{X2} , đường ngân sách gắn với mức thu nhập mới là $A'C'$. Nếu X là hàng hóa thông thường, các mức lựa chọn mới về hàng hóa X tương ứng sẽ là x'_1 , x'_2 cao hơn so với các mức lựa chọn cũ. Đường cầu về hàng hóa X giờ đây dịch chuyển sang phải. Sự thay đổi của các yếu tố khác ảnh hưởng như thế nào đến đường cầu cũng có thể được xem xét một cách tương tự.

3.4.2. Đường cầu thị trường

Đường cầu thị trường về một loại hàng hóa phản ánh mối quan hệ giữa tổng lượng hàng hóa mà những người tiêu dùng tham gia vào thị trường muốn và sẵn sàng mua tương ứng với từng mức giá.

Như vậy, đường cầu thị trường là tổng các đường cầu của tất cả các cá nhân tham gia vào thị trường này. Nó được suy ra từ các đường cầu cá nhân bằng cách “cộng theo chiều ngang”, tức là cộng theo từng mức giá, các đường cầu này lại. Chẳng hạn, nếu tại mức giá P_{X1} của hàng hóa X, lượng cầu của cá nhân A là x_{1A} , của cá nhân B là x_{1B} , của cá nhân C là x_{1C} ... thì cũng tại mức giá này tổng lượng cầu của cả thị trường là $X_1 = x_{1A} + x_{1B} + x_{1C}$... Tại mức giá P_{X2} , nếu lượng cầu của các cá nhân là x_{2A} , x_{2B} , x_{2C} ... thì tổng lượng cầu tương ứng của thị trường là $X_2 = x_{2A} + x_{2B} + x_{2C}$... Cứ như vậy, tập hợp các điểm (X_1, P_{X1}) , (X_2, P_{X2}) ... cho chúng ta một đường cầu thị trường.



Hình 3.17: Đường cầu D (thị trường) là tổng hợp theo chiều ngang của các đường cầu cá nhân D_A , D_B và D_C

Vì các đường cầu cá nhân là dốc xuống nên đường cầu thị trường cũng là một đường dốc xuống. Khi giá hàng hóa X hạ, lượng cầu của mỗi cá nhân đều tăng nên tổng lượng cầu của cả thị trường cũng tăng. Sự dịch chuyển của đường cầu thị trường cũng có thể quy về các yếu tố chi phối sự dịch chuyển của các đường cầu cá nhân. Chẳng hạn, khi thu nhập của những người tiêu dùng nói chung tăng lên, cầu thị trường về một loại hàng hóa thông thường sẽ tăng lên và đường cầu thị trường sẽ dịch

chuyển sang bên phải. Nếu Y là hàng hóa thay thế gần gũi với hàng hóa X, giá hàng hóa Y tăng lên sẽ làm cầu thị trường về hàng hóa X tăng lên và đường cầu thị trường về hàng hóa X sẽ dịch chuyển sang phải. Còn nếu đa số người tiêu dùng đều không còn ưa thích một loại hàng hóa như trước, cầu thị trường về hàng hóa này sẽ giảm và đường cầu thị trường về nó sẽ dịch chuyển sang trái.

Chương 4
TỔ CHỨC VÀ HÀNH VI CUNG ỨNG ĐẦU RA
CỦA DOANH NGHIỆP

Sau khi đã xem xét cách thức mà người tiêu dùng lựa chọn các hàng hóa khan hiếm như thế nào để tối đa hóa độ thỏa dụng của mình, chúng ta đã có cơ sở để phân tích các khía cạnh có liên quan đến câu về các loại hàng hóa trên thị trường. Giờ đây, chúng ta sẽ làm rõ các yếu tố còn ẩn chứa đằng sau các đường cung. Nói đến cung về một loại hàng hóa là nói đến hành vi lựa chọn của các doanh nghiệp. Câu hỏi trung tâm ở đây là: Doanh nghiệp lựa chọn các mức sản lượng đầu ra mà nó muốn cung ứng như thế nào? Tại sao và do nguyên nhân gì mà doanh nghiệp thay đổi mức đầu ra đã lựa chọn? Chương này đưa ra một khuôn khổ chung để trả lời các câu hỏi trên.

4.1. Tổ chức doanh nghiệp

Khái niệm doanh nghiệp

Doanh nghiệp trước hết là một tổ chức kinh tế có chức năng tổ chức, sử dụng các đầu vào để sản xuất ra các sản phẩm đầu ra thích hợp.

Việc tổ chức quá trình sản xuất thông qua hình thức doanh nghiệp chỉ có lợi về mặt kinh tế khi nhờ nó, người ta có thể tiết kiệm được các khoản chi phí giao dịch do việc “nội bộ hóa” nhiều khâu giao dịch thị trường. Khi người ta có thể tổ chức việc sản xuất một loại sản phẩm đầu ra nhờ việc thuê tạm thời các yếu tố đầu vào (ví dụ, một nhà sản xuất phim có thể thuê diễn viên, thuê máy móc, thiết bị quay phim, thuê phim trường và các địa điểm hay bối cảnh quay để sản xuất ra một bộ phim), thì theo một nghĩa nào đó, doanh nghiệp, với tư cách là một thực thể kinh tế riêng biệt, độc lập với các cá nhân và các hộ gia đình, không tồn tại. Tuy nhiên, việc tổ chức sản xuất theo kiểu nói trên thường làm phát sinh những chi phí giao dịch lớn. Các quan hệ làm việc giữa những nhóm lao động (những người quản lý, các nhà chuyên môn, những người công nhân

trực tiếp sản xuất) trở nên thiếu ổn định. Nhiều hợp đồng thuê mướn phải thường xuyên thương lượng, ký kết và giám sát để cho chúng có hiệu lực. Những bất lợi như vậy có thể được khắc phục nếu như một tổ chức kiểu doanh nghiệp, tồn tại như một thực thể có tư cách pháp lý độc lập với các cá nhân, xuất hiện.

Trong nội bộ một doanh nghiệp, quan hệ giữa các bộ phận, các khâu, các phân xưởng thường được thực hiện không thông qua các giao dịch thị trường. Ví dụ, trong một nhà máy dệt vải, sản phẩm của phân xưởng dệt được chuyển giao cho phân xưởng nhuộm theo một quy trình nội bộ mà không cần đến những giao dịch mua, bán như trên thị trường. Chỉ khi, nhờ vào việc “nội bộ hóa” có khả năng giảm thiểu các chi phí giao dịch này, mà việc sản xuất vải thành phẩm của doanh nghiệp trở nên hiệu quả hơn, thì việc liên kết các phân xưởng dệt, nhuộm... thành một doanh nghiệp mới được coi là hợp lý về mặt kinh tế.

Vì thế, mặc dù có thể nói, chức năng của doanh nghiệp là 1) thuê, mua các yếu tố đầu vào; 2) tổ chức sử dụng các yếu tố đầu vào theo một cách thức nào đó để tạo ra các sản phẩm đầu ra; 3) bán các sản phẩm đầu ra, song, về phương diện kinh tế, chức năng đích thực của doanh nghiệp là tiết kiệm các chi phí nhờ biến các quan hệ giao dịch trên thị trường thành những quan hệ có tính chất phân công, hợp tác trong nội bộ một tổ chức.

Mục tiêu của doanh nghiệp

Doanh nghiệp là người sản xuất và bán các hàng hóa trên thị trường. Tuy nhiên, khi công ty Ford sản xuất ra những chiếc ô tô hay công ty Thiên Long sản xuất ra những chiếc bút bi có chất lượng cao thì không phải những công ty này chỉ thuần túy theo đuổi những mục tiêu xã hội cao cả: làm ra những chiếc ô tô hay những chiếc bút bi phục vụ các nhu cầu của xã hội. Đành rằng những chiếc ô tô hay bút bi là những sản phẩm hữu dụng, có ích đối với xã hội, song ẩn chứa đằng sau chúng là những khoản lợi nhuận mà các công ty này mong đợi. Nói cách khác, với tư cách là những doanh nghiệp điển hình trong nền kinh tế thị trường, mục tiêu mà các công ty này tìm kiếm là lợi nhuận. Trong trường hợp nói

trên, các loại hàng hóa cụ thể như ô tô, bút bi chỉ là các phương tiện để các doanh nghiệp thực hiện mục tiêu lợi nhuận của mình. Vì thế, dù xã hội vẫn cần đến những chiếc ô tô, bút bi..., song giả sử vào một lúc nào đó, các hàng hóa này không còn tạo ra lợi nhuận lâu dài cho các công ty trên, nếu không bị phá sản, chúng gần như chắc chắn sẽ chuyển sang lĩnh vực sản xuất hay kinh doanh khác. Trên thực tế, khi nhà máy sản xuất xe đạp Xuân Hòa trước đây không còn kinh doanh xe đạp mà chuyển sang sản xuất bàn ghế, thì nó đã xử sự đúng như vậy. Ở đây, xe đạp hay bàn ghế không phải là mục tiêu đích thực của doanh nghiệp. Giờ đây, doanh nghiệp sản xuất bàn ghế vì đối với nó, đó là phương cách kiếm lợi nhuận hiệu quả hơn. Cho nên, khi phân tích về hành vi cung ứng sản phẩm của các doanh nghiệp trên thị trường, sẽ là hợp lý khi chúng ta giả định rằng: mục tiêu của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận. Khi một doanh nghiệp hoạt động như một tổ chức phi lợi nhuận, thì đó không phải là trường hợp điển hình mà chúng ta muốn chú ý đến.

Đương nhiên, lợi nhuận không phải là mục tiêu duy nhất của doanh nghiệp. Khi tiến hành các hoạt động của mình, doanh nghiệp thường theo đuổi một hệ mục tiêu phức tạp: tối đa hóa lợi nhuận, mở rộng thị trường nhằm cải thiện vị thế của doanh nghiệp trên thị trường (thường gắn với việc tối đa hóa doanh thu), tăng giá trị cổ phiếu của công ty, nâng cao uy tín của doanh nghiệp trong cộng đồng, giảm thiểu rủi ro nhằm ổn định hóa mức lợi nhuận... Trong số các mục tiêu này, nhiều mục tiêu có thể xung đột với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, đặc biệt nếu xét trong ngắn hạn. Chẳng hạn, khi ưu tiên cho việc mở rộng thị phần, doanh nghiệp thường gia tăng quảng cáo, hạ giá hàng hóa và trong nhiều trường hợp, nó có thể chấp nhận thua lỗ ngắn hạn. Khi doanh nghiệp bỏ ra những khoản tiền lớn để làm từ thiện, hay làm những công việc thuần túy có tính chất xã hội, quỹ lợi nhuận của nó bị giảm đi. Tuy thế, xét đến cùng, tối đa hóa lợi nhuận vẫn là mục tiêu ưu tiên, có tính chất lâu dài của hầu hết các doanh nghiệp. Nó thường tồn tại như là động cơ nằm phía sau các mục tiêu khác. Ví dụ như khi doanh nghiệp tập trung để giành giật thị trường với các đối thủ khác, rõ ràng động cơ của nó là có được những khoản lợi nhuận cao hơn, bảo đảm hơn, xét về lâu dài. Mở rộng thị trường thường không phải là thứ mục tiêu “tự nó”. Khi đã độc chiếm thị trường, doanh

nghiệp thường nâng giá hàng hóa để có lợi nhuận cao, mặc dù trước đó, nó có thể thường xuyên hạ giá sản phẩm của mình. Hay khi doanh nghiệp tiến hành đa dạng hóa kinh doanh (đa dạng hóa lĩnh vực, mặt hàng, địa điểm... kinh doanh) thì thực ra nó cũng đang cố gắng tối đa hóa lợi nhuận trong điều kiện hoạt động kinh doanh có nhiều rủi ro, bất trắc. Ở đây, lợi nhuận vừa là động cơ, vừa là điều kiện tồn tại dài lâu của doanh nghiệp. Trong điều kiện cạnh tranh, muốn tồn tại, doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới công nghệ, cải tiến quản lý, mở rộng thị trường... Doanh nghiệp sẽ không thể làm được như vậy nếu nó ở trong tình trạng không có lợi nhuận hay thua lỗ kéo dài.

Do tính chất ưu tiên cao của mục tiêu lợi nhuận so với các mục tiêu khác, khi phân tích về hành vi của doanh nghiệp, chúng ta giả định rằng mục tiêu mà doanh nghiệp theo đuổi là tối đa hoá lợi nhuận.

4.2. Phân tích chi phí

4.2.1. Chi phí kế toán và chi phí kinh tế

Chi phí thể hiện các phí tổn hay thiệt hại mà doanh nghiệp phải gánh chịu, hy sinh khi sản xuất một khối lượng hàng hóa hay dịch vụ nào đó.

Để tiến hành hoạt động sản xuất, kinh doanh về một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó, doanh nghiệp phải có được những yếu tố đầu vào thích hợp. Nó phải có một lượng máy móc, thiết bị nhất định, có một hệ thống nhà xưởng, văn phòng, cửa hàng ở một quy mô nào đó, có một số lượng lao động với một cơ cấu thích hợp xác định. Ngoài ra, hoạt động của nó được duy trì nhờ một hay nhiều nguồn cung cấp nguyên, nhiên, vật liệu tương đối ổn định nào đó. Vậy là, để có thể tạo ra một khối lượng hàng hóa đầu ra nhất định, doanh nghiệp luôn phải sử dụng một khối lượng đầu vào tương ứng. Nói cách khác, nó phải bỏ ra hay gánh chịu một khoản chi phí đầu vào nào đó. Trong số các khoản chi phí này, cái mà người ta dễ nhận ra trước tiên là các khoản chi phí kế toán.

Chi phí kế toán là những khoản chi phí trực tiếp mà doanh nghiệp thực tế phải bỏ ra khi sản xuất hàng hóa. Nó bao gồm những khoản chi phí như: khấu hao máy móc, thiết bị, nhà xưởng, mua sắm nguyên, nhiên, vật liệu; trả tiền thuê nhân công hay thanh toán các khoản lãi vay... Các chi phí này luôn luôn gắn với một khối lượng hàng hóa đầu ra cần sản xuất nhất định.

Chi phí kế toán luôn luôn thể hiện dưới dạng những dòng tiền mà người chủ doanh nghiệp thực sự phải chi trả, thanh toán khi thuê, mua các yếu tố đầu vào. Về nguyên tắc, những khoản chi này có thể dễ dàng ghi chép trong các sổ sách kế toán, mà người khác có thể kiểm chứng được.

Đương nhiên, các khoản chi phí kế toán là bộ phận chi phí quan trọng mà doanh nghiệp luôn luôn phải tính đến khi ra các quyết định. Tuy vậy, nếu chỉ dựa vào những thông tin thuần túy về chi phí kế toán, doanh nghiệp có thể có những nhận định sai lầm về một hoạt động kinh doanh, do đó, có thể đưa ra những quyết định không hiệu quả. Vấn đề là ở chỗ: dù đã tính đến một cách chính xác và đầy đủ toàn bộ các chi phí kế toán có liên quan, doanh nghiệp vẫn có thể bỏ qua một số chi phí quan trọng. Chẳng hạn, khi xác định chi phí thuê nhân công, theo quan điểm của người kế toán, người chủ doanh nghiệp chỉ tính những khoản tiền công, tiền lương mà anh ta (hay chị ta) thực tế phải trả cho những người làm thuê – dù đó là người quản lý cao cấp hay những công nhân sản xuất trực tiếp. Là người chủ doanh nghiệp, anh ta (hay chị ta) không tự thuê chính bản thân mình, do đó, về mặt kế toán, người này dường như không phải bỏ ra một đồng nào để khai thác sức lao động của bản thân. Thực tế, ở đây không có một dòng tiền nào phát sinh, đi từ người sử dụng lao động đến người cung ứng lao động khi thực chất hai người chỉ là một. Tuy thế, việc người chủ doanh nghiệp có thể sử dụng lao động của chính bản thân mình một cách miễn phí về phương diện kế toán, không có nghĩa là quá trình này không đem lại một tổn thất nào cho anh ta (hay chị ta). Khi phải làm những công việc ở doanh nghiệp, người chủ doanh nghiệp mất đi cơ hội làm những công việc khác, tức là mất đi khả năng sử dụng nguồn lực lao động của mình theo những phương án khác. Giả sử tương ứng thời gian làm việc ở doanh nghiệp để sản xuất ra khối lượng hàng hóa mà

chúng ta đang xem xét, nếu làm một công việc khác (chẳng hạn, làm giám đốc cho một công ty khác), người này có thể kiếm được một khoản thu nhập cao nhất là 30 triệu đồng, thì chúng ta phải coi 30 triệu đồng này là khoản tổn thất, hay mất mát mà người này phải gánh chịu khi điều hành doanh nghiệp của chính mình. Nói một cách khác, mặc dù đây không phải là một khoản tiền mà doanh nghiệp thực tế phải chi trả, do đó, nó không cấu thành một khoản chi phí kế toán, 30 triệu đồng nói trên vẫn là một khoản chi phí kinh tế thực sự mà người chủ doanh nghiệp cần phải tính đến. Nếu như hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, sau khi trừ hết các chi phí kế toán, chỉ đem lại một khoản lãi là 20 triệu đồng, thì có lẽ đối với người chủ doanh nghiệp trên, việc kinh doanh này là không hiệu quả. Bằng chứng là anh ta (hay chị ta) sẽ có thu nhập cao hơn (30 triệu đồng so với 20 triệu đồng) nếu đi làm công việc khác. Dựa trên thông tin về chi phí kế toán, người ta có thể khẳng định hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp là có lãi. Nhưng với một cách nhìn toàn diện hơn, ta cần phải cộng thêm 30 triệu đồng mà người chủ doanh nghiệp phải hy sinh do phải điều hành doanh nghiệp vào các khoản chi phí. Khi ấy, hóa ra công việc kinh doanh mà người này đang tiến hành hoàn toàn không hiệu quả. Thay vì lãi 20 triệu đồng, anh ta (hay chị ta) đang gánh chịu một khoản thua lỗ tương đương với 10 triệu đồng.

Ví dụ trên cho thấy chi phí kế toán không phản ánh đầy đủ và chính xác các khoản tổn thất hay mất mát của doanh nghiệp khi tiến hành sản xuất một khối lượng hàng hóa nào đó. Nó còn bỏ qua các khoản chi phí cơ hội ẩn, giống như khoản 30 triệu đồng mà ta vừa nêu trong ví dụ trên.

Chi phí cơ hội: Ở chương một, chúng ta đã biết chi phí cơ hội của một thứ chính là cái mà chúng ta buộc phải từ bỏ để có được nó. Liên quan đến quá trình sản xuất hàng hóa, do doanh nghiệp phải sử dụng các nguồn lực đầu vào theo một cách nào đó, nên có thể quy chi phí cơ hội của việc sản xuất một khối lượng hàng hóa về những thứ mà doanh nghiệp phải từ bỏ do không thể sử dụng các nguồn lực trên theo cách khác. Thực tế, có thể có nhiều phương án thay thế nhau trong việc sử dụng một nguồn lực xác định. Chỉ có điều khi ta đã sử dụng nguồn lực theo một phương án

nào đó thì không còn có thể sử dụng nó theo những phương án khác. Vì thế, tồn thất cơ hội đối với việc sử dụng nó theo một cách thức nhất định nào đó chỉ là cái mà ta phải hy sinh khi không sử dụng nó trong một phương án thay thế tốt nhất.

Chi phí cơ hội của việc sử dụng một nguồn lực theo phương án A chính là giá trị hay lợi ích của phương án thay thế tốt nhất mà chúng ta không thực hiện được nữa do phải thực hiện phương án A.

Trong ví dụ đã nêu ở trên, sử dụng lao động của bản thân để điều hành doanh nghiệp là một phương án (giả sử ta gọi là phương án A). Nhưng đi làm thuê ở các doanh nghiệp khác hay sử dụng lao động của mình cho những công việc khác là những phương án thay thế khác nhau của phương án A. Nếu 30 triệu đồng là giá trị cao nhất mà người chủ doanh nghiệp có thể thu được từ việc sử dụng nguồn lực lao động trong các phương án thay thế A thì điều đó có nghĩa là 30 triệu đồng chính là giá trị của phương án thay thế tốt nhất. Nó đo chi phí cơ hội của việc sử dụng nguồn lực lao động cá nhân của người chủ cho việc sản xuất khối lượng hàng hóa nào đó nói trên.

Có thể nêu một dạng chi phí cơ hội khác cũng bị che giấu, không được thể hiện trong các khoản chi phí kế toán của doanh nghiệp. Giả sử, để sản xuất ra khối lượng hàng hóa nào đó, doanh nghiệp cần có một lượng vốn là 200 triệu đồng. Doanh nghiệp có sẵn 100 triệu đồng là vốn tự có. Nó phải đi vay trên thị trường 100 triệu đồng còn lại. Khoản tiền lãi vay tương ứng mà doanh nghiệp phải trả cho người cho vay được thể hiện như một khoản chi phí kế toán. Song với 100 triệu đồng vốn tự có, doanh nghiệp không phải trả một đồng tiền lãi vay nào. Về mặt kế toán, người ta có thể coi chi phí của việc sử dụng 100 triệu đồng này cho việc kinh doanh của doanh nghiệp là bằng 0. Tuy nhiên, về mặt kinh tế thì không phải là như vậy. Để có thể đưa 100 triệu đồng vốn trên vào hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, người chủ doanh nghiệp đã phải từ bỏ một khoản thu nhập nào đó do không thể dùng nó cho các phương án thay thế khác (ví dụ, cho người khác vay). Nếu 10 triệu đồng là khoản thu nhập có thể thu được trong một phương án thay thế tốt nhất, thì khoản tiền này

phải được coi như là chi phí cơ hội của việc sử dụng nguồn vốn tự có trên cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Khi cân nhắc cách sử dụng nguồn lực sao cho có hiệu quả, chắc chắn doanh nghiệp không thể bỏ qua khoản chi phí này.

Như vậy, để ra được những quyết định hiệu quả, doanh nghiệp phải quan tâm đến chi phí kinh tế chứ không phải là chi phí kế toán.

Chi phí kinh tế của việc sản xuất một khối lượng hàng hóa nào đó chính là toàn bộ các chi phí cơ hội có liên quan. Nó là tổng cộng của các khoản chi phí cơ hội của việc doanh nghiệp sử dụng các nguồn lực để sản xuất khối lượng hàng hóa trên. Có một số chi phí cơ hội là rõ ràng, được thể hiện ngay trong chi phí kế toán. Một khoản chi phí kế toán, chẳng hạn như khoản tiền 50 triệu đồng dùng để thuê nhân công hay mua nguyên, vật liệu nếu được sử dụng theo các phương án thay thế khác (dùng để mua hàng hóa hay vật dụng khác) cũng chỉ có giá trị là 50 triệu đồng. Như thế, chi phí kế toán là một bộ phận của chi phí kinh tế. Tuy nhiên, như đã phân tích ở trên, ngoài chi phí kế toán, chi phí kinh tế còn bao gồm những khoản chi phí cơ hội ẩn có liên quan. Đó là những khoản chi phí mà doanh nghiệp không phải trực tiếp chi trả song lại là những khoản mất mát hay thiệt hại thực sự mà doanh nghiệp phải gánh chịu hay hy sinh khi thực hiện quyết định sản xuất kinh doanh của mình. Vì thế, các khoản chi phí cơ hội ẩn vẫn được doanh nghiệp tính đến khi lựa chọn các quyết định. Nói cách khác, nếu giả định rằng, doanh nghiệp có khả năng ra những quyết định hợp lý trong việc sử dụng các nguồn lực khan hiếm, hành vi của nó bị chi phối bởi chi phí kinh tế chứ không phải bởi chi phí kế toán. Vì vậy, trong kinh tế học, trừ những trường hợp được nêu rõ, khi nói đến chi phí người ta ngầm định rằng, đó là chi phí kinh tế.

4.2.2. Các thước đo chi phí

*** Tổng chi phí (TC)**

Tổng chi phí để sản xuất ra một khối lượng hàng hóa nhất định là toàn bộ chi phí tối thiểu mà doanh nghiệp phải bỏ ra hay gánh chịu khi

sản xuất khối lượng hàng hóa trên, trong một điều kiện kỹ thuật hay công nghệ nhất định.

Khi đề cập đến chữ “toàn bộ” trong khái niệm “tổng chi phí”, người ta muốn gộp tất cả các chi phí riêng biệt, bộ phận có liên quan đến việc tạo ra một mức sản lượng hàng hóa nhất định lại với nhau. Điều đó cho ta hình dung được quy mô thực sự của những phí tổn mà doanh nghiệp phải gánh chịu. Tuy nhiên, khi định nghĩa tổng chi phí, trong kinh tế học người ta chỉ quan tâm đến các mức chi phí “tối thiểu”, hiểu theo nghĩa là các mức chi phí thấp nhất mà doanh nghiệp có thể đạt được trong một điều kiện kỹ thuật hay công nghệ đã biết. Để tạo ra một mức sản lượng nhất định, ngay cả trong một điều kiện công nghệ nhất định, người ta vẫn có thể bỏ ra các mức chi phí khác nhau. Một người thợ may cầu thả, tay nghề kém có thể cần tới 3 mét vải mới may nổi một chiếc áo sơ mi, trong khi đó, người khác chỉ cần tới 2 mét. Tuy nhiên, với một giới hạn nhất định về điều kiện kỹ thuật, để tạo ra một sản lượng nhất định về một loại hàng hóa nào đó, cần phải bỏ ra một chi phí tối thiểu nào đó. Khi giả định rằng, mục tiêu của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận, chúng ta ngầm định rằng, nó sẽ cố gắng đạt đến mức chi phí tối thiểu do chính phương diện kỹ thuật quy định này. Ở đây, chúng ta sẽ chỉ quan tâm đến các quyết định thuần túy về phương diện kinh tế mà các doanh nghiệp phải lựa chọn.

Ứng với một mức sản lượng, có một mức tổng chi phí. Khi cần sản xuất ra một lượng đầu ra lớn hơn, doanh nghiệp cần phải bỏ ra nhiều chi phí hơn. Vì thế cần coi tổng chi phí là một hàm số của sản lượng: $TC = TC(q)$ trong đó, TC là ký hiệu của tổng chi phí, q biểu thị mức sản lượng đầu ra. Hàm tổng chi phí là một hàm đồng biến, thể hiện sự vận động cùng chiều của sản lượng và mức tổng chi phí. Đường tổng chi phí điển hình thường được xem là một đường cong bậc ba, mà phương trình tổng quát của nó có dạng:

$$TC(q) = aq^3 + bq^2 + cq + d \text{ (trong đó } a, b, c, d \text{ là các tham số)}.$$

Hình dung đường tổng chi phí như một đường cong bậc ba, các nhà kinh tế muốn nhấn mạnh đặc tính chung của các đường tổng chi phí là:

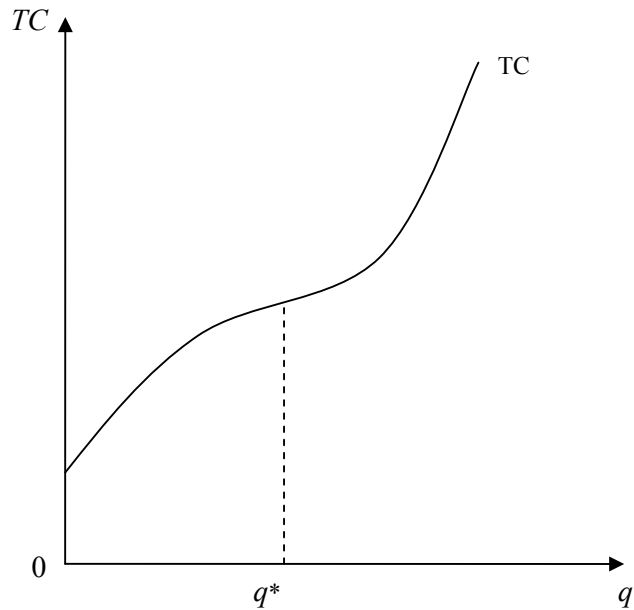
Thứ nhất, có một quan hệ đồng biến giữa TC và q ; khi sản lượng thấp, mức tổng chi phí sẽ thấp và ngược lại, khi cần tăng sản lượng lên cao hơn, tổng chi phí cần bỏ ra cũng cao hơn. Điều này chúng ta đã đề cập. Thứ hai, khi sản lượng còn thấp, mặc dù khi gia tăng sản lượng, tổng chi phí sẽ tăng theo, song tốc độ tăng của tổng chi phí sẽ thấp hơn tốc độ tăng của sản lượng. Về mặt đồ thị, nếu biểu thị sản lượng trên trục hoành và biểu thị mức tổng chi phí trên trục tung, thì điều nói trên có nghĩa là: khi ta di chuyển sang bên phải (tăng sản lượng), thì đồng thời ta phải di chuyển lên trên (tăng mức tổng chi phí), song đường tổng chi phí có xu hướng di chuyển sang phải với tốc độ cao hơn là lên phía trên. Nói cách khác, trong phạm vi này, tỷ số $\Delta(TC)/\Delta q$ ngày càng giảm khi q tăng hay độ dốc của đường tổng chi phí có xu hướng giảm dần. Thứ ba, xu hướng vừa nói trên chỉ phù hợp trong phạm vi một khoảng sản lượng nào đó. Khi sản lượng được sản xuất ra đã tương đối cao, tình hình sẽ thay đổi. Lúc này, nếu tiếp tục tăng sản lượng, sự gia tăng trong tổng chi phí sẽ nhanh hơn sự gia tăng trong sản lượng. Nói cách khác, tỷ số $\Delta(TC)/\Delta q$ sẽ ngày càng tăng theo chiều tăng của sản lượng q . Độ dốc của đường tổng chi phí giờ đây có xu hướng tăng dần. Đường tổng chi phí có xu hướng vươn nhanh lên trên hơn là vươn sang phải. Như vậy, đường tổng chi phí điển hình được hình dung là có hai khoảng, thể hiện hai xu hướng khác nhau trong sự thay đổi của độ dốc. Theo chiều tăng của sản lượng, thoạt đầu độ dốc của đường TC giảm dần. Tuy nhiên, quá một ngưỡng sản lượng nào đó, độ dốc của đường TC lại tăng dần. Điểm ranh giới của sự thay đổi này chính là điểm uốn của đường TC . Một đường cong bậc ba chính là một sự mô tả khá tốt những đặc tính trên của đường tổng chi phí.

Tại sao tổng chi phí lại có xu hướng vận động như thế? Về mặt ngắn hạn (thuật ngữ này sẽ được giải thích ở phần dưới) chẳng hạn, giả sử doanh nghiệp đã đầu tư xây dựng một số nhà xưởng và lắp đặt một hệ thống máy móc, thiết bị nhất định. Khi chỉ sản xuất với số lượng đầu ra tương đối nhỏ, doanh nghiệp chỉ cần sử dụng một số đơn vị lao động ít ỏi cũng như một lượng nguyên, nhiên, vật liệu hạn chế. Do sản lượng còn nhỏ, những đầu vào sẵn có, cố định khác như nhà xưởng, máy móc, thiết bị không được sử dụng hết công suất. Lúc này, nếu gia tăng sản lượng, mặc dù doanh nghiệp phải sử dụng nhiều lao động và nguyên, vật liệu hơn

(và do đó, tổng chi phí vẫn phải tăng), song doanh nghiệp không phải đầu tư thêm vào nhà xưởng, máy móc, thiết bị do hoàn toàn có thể tận dụng được những năng lực sản xuất còn dư thừa của những yếu tố sản xuất này. Nói cách khác, tổng chi phí tuy tăng nhưng không tăng với tốc độ tương ứng của sản lượng. Hơn nữa, khi lao động được sử dụng nhiều hơn, người ta có thể tổ chức sản xuất hợp lý hơn dựa trên sự phân công và chuyên môn hóa sản xuất. Khi sản lượng còn quá thấp, khi doanh nghiệp chỉ cần sử dụng một lao động duy nhất là đủ để tạo ra khối lượng sản phẩm này, không có bất cứ sự chuyên môn hóa sản xuất nào thực hiện được. Với sản lượng lớn hơn, số lao động cần sử dụng nhiều hơn, giữa những lao động này có thể tiến hành phân công nhau để mỗi người có thể tập trung, chuyên môn hóa vào một số khâu, hay một số công đoạn nào đó của quá trình sản xuất.

Sự chuyên môn hóa này làm năng suất lao động chung tăng lên: người ta có thể tạo ra nhiều đầu ra hơn trên mỗi đơn vị đầu vào lao động mà không cần sự hỗ trợ của các đầu vào khác. Như vậy, trong một giới hạn nào đó về sản lượng, (ví dụ, trong phạm vi q nhỏ hơn q^* như trên đồ thị hình 4.1, tăng sản lượng sẽ làm chi phí tăng song với một nhịp độ chậm hơn so với tốc độ tăng của sản lượng).

Tuy nhiên, quá trình như vậy không tiếp diễn mãi. Quá một ngưỡng nào đó về sản lượng, chẳng hạn, khi sản lượng vượt quá mức q^* , việc tiếp tục tăng sản lượng sẽ đòi hỏi doanh nghiệp phải bỏ ra những khoản chi phí lớn, khiến cho mức gia tăng về chi phí sẽ cao hơn mức gia tăng về sản lượng. Một cách giải thích đơn giản về vấn



Hình 4.1: Đường tổng chi phí

Khi sản lượng còn nhỏ hơn sản lượng q^* , tốc độ tăng của sản lượng sẽ lớn hơn tốc độ tăng của tổng chi phí. Khi sản lượng lớn hơn q^* , tốc độ tăng của sản lượng sẽ nhỏ hơn tốc độ tăng của tổng chi phí.

đề này là: khi sản lượng đã đủ lớn, sự dư thừa các năng lực sản xuất của các yếu tố đầu vào cố định không còn nữa. Và lại, quá một giới hạn nhất định, sự chuyên môn hóa sâu hơn trong quá trình sản xuất không còn phát huy hiệu quả và trở nên không cần thiết. Quy mô sản xuất lớn hơn khiến cho bộ máy quản lý trở nên cồng kềnh hơn và chi phí quản lý tăng nhanh. Quy luật hiệu suất giảm dần bắt đầu tỏ rõ hiệu lực của mình. Những đầu vào như lao động, nguyên vật liệu cần bỏ ra nhiều hơn để duy trì một mức tăng đầu ra như trước. Lúc này, tốc độ tăng của sản lượng sẽ chậm hơn tốc độ tăng của chi phí.

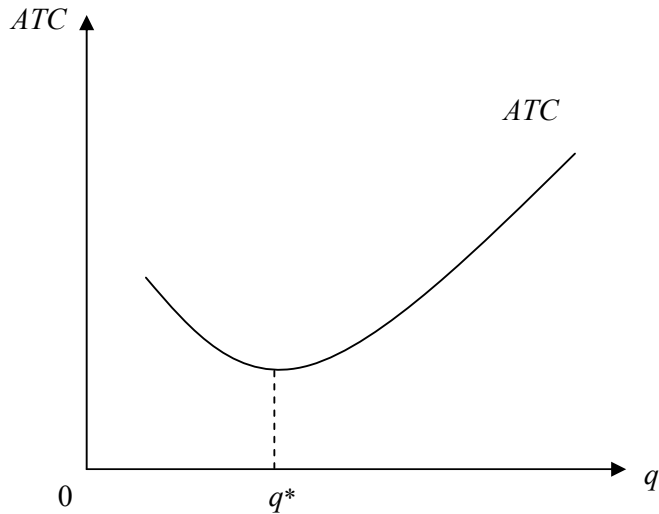
Việc giải thích ý nghĩa kinh tế nằm sau đường tổng chi phí như trên sẽ giúp chúng ta dễ dàng hiểu các đường chi phí khác.

Chi phí bình quân (ATC)

Chi phí bình quân biểu thị mức chi phí tính trung bình cho mỗi đơn vị sản lượng. Nó bằng tổng chi phí chia cho mức sản lượng:

$$ATC(q) = TC(q) : q$$

Rõ ràng chi phí bình quân cũng là một hàm số của sản lượng. Tùy theo mức sản lượng q , ta có các mức chi phí bình quân khác nhau. Về mặt toán học, nếu ta đã giả định đường tổng chi phí điển hình có hình dạng của một đường cong bậc ba, thì đường chi phí bình quân ATC điển hình sẽ có hình dạng một đường cong bậc hai. Thông thường người ta hay nói, ATC là một đường hình chữ U . Thật ra, với cách nói này, người ta chỉ muốn nhấn mạnh rằng, nói chung, một đường chi phí trung bình thường có hai phần: thoát đầu, ứng với quy mô sản lượng còn tương đối nhỏ, càng tăng sản lượng q lên thì chi phí bình quân ATC càng giảm xuống. Nói cách khác, lúc này, ATC có khuynh hướng đi xuống. Tuy nhiên, khi đã đạt đến một ngưỡng sản lượng nào đó, việc tiếp tục tăng sản lượng q sẽ làm cho chi phí bình quân ATC tăng lên. Khi đó, đường ATC sẽ có khuynh hướng đi lên. Hình 4.2 cho ta một hình dung về một đường ATC .



Hình 4.2: Đường chi phí bình quân

Với $q < q^*$, tăng q sẽ làm ATC giảm xuống. Ngược lại, với $q > q^*$, tăng q lại làm ATC tăng lên

Hình dạng chữ U của đường chi phí bình quân ATC có quan hệ chặt chẽ với hình dạng đường tổng chi phí TC . Khi mà tổng chi phí tăng chậm hơn tốc độ tăng của sản lượng khi doanh nghiệp muốn sản xuất nhiều đầu ra hơn, tỷ số $TC(q)/q$ hay $ATC(q)$ sẽ có xu hướng giảm dần. Đường chi phí bình quân sẽ đi xuống. Ngược lại, khi tăng sản lượng cũng đồng thời làm cho tổng chi phí gia tăng nhanh hơn, chi phí bình quân sẽ tăng dần. Đường chi phí bình quân sẽ đi lên.

Chi phí biên (MC)

Chi phí biên biểu thị phần chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng đầu ra. Nó cho chúng ta biết mức phí tổn mà doanh nghiệp phải bỏ ra hoặc hy sinh thêm để đánh đổi lấy việc có thêm được một đơn vị đầu ra.

Ví dụ, nếu tổng chi phí cho việc in 300 cuốn sách là 15.000 nghìn đồng (tức 15 triệu đồng), còn tổng chi phí của việc in 301 cuốn sách là 15.030 nghìn đồng, thì trong trường hợp này, để có thêm cuốn sách thứ 301, người ta phải bỏ sung thêm một khoản chi phí là 30 nghìn đồng.

Điều đó có nghĩa là chi phí biên của việc in cuốn sách thứ 301 là 30 nghìn đồng. Nói một cách khác, chi phí biên của đơn vị sản phẩm thứ q là:

$$MC_q = TC_q - TC_{(q-1)}$$

trong đó TC_q biểu thị tổng chi phí khi doanh nghiệp sản xuất q đơn vị đầu ra, còn $TC_{(q-1)}$ biểu thị tổng chi phí khi doanh nghiệp sản xuất $(q-1)$ đơn vị đầu ra.

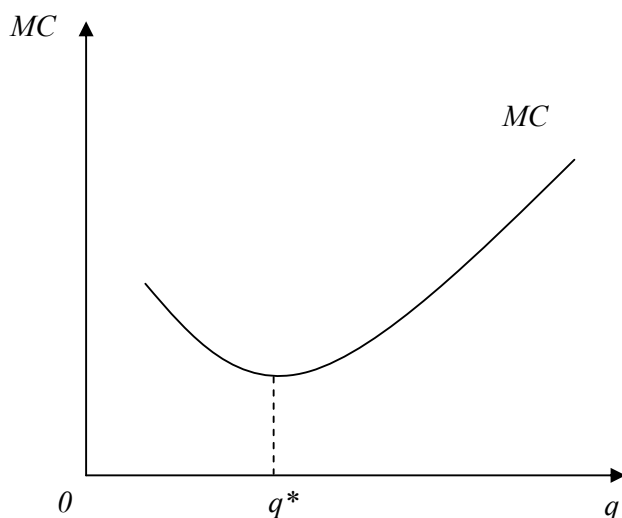
Khi hình thức hóa dưới dạng một công thức toán học, người ta hình dung rằng, có thể tính được chi phí biên tại từng điểm sản lượng q bất kỳ và định nghĩa chi phí biên theo công thức sau:

$$MC(q) = \Delta TC(q) / \Delta q$$

trong đó Δ biểu mức thay đổi của các biến số. Theo công thức trên, khi sự thay đổi trong q là tương đối nhỏ, chi phí biên MC tại mức sản lượng q , chính là giá trị đạo hàm của $TC(q)$ tính tại điểm sản lượng q .

Là một hàm số của sản lượng, đương nhiên, mức chi phí biên phụ thuộc vào mức sản lượng. Tại các điểm sản lượng khác nhau, chi phí biên cũng khác nhau. Đường chi phí biên, về đại thể, cũng là một đường cong hình chữ U: thoạt tiên, với sản lượng xuất phát thấp, đường chi phí biên có xu hướng đi xuống khi sản lượng tăng. Đến một mức sản lượng nào đó, xu hướng ngược lại sẽ diễn ra. Khi này, nếu sản lượng tiếp tục tăng, chi phí biên sẽ tăng dần và đường chi phí biên trở thành một đường đi lên. Hình dáng này của đường chi phí biên cũng có nguồn gốc từ những lý do kinh tế giải thích hình dáng đường tổng chi phí hay đường chi phí bình quân. Khi sản lượng xuất phát còn quá thấp, sự dư thừa năng lực hay công suất của một số yếu tố sản xuất cố định cũng như một số lợi thế khác liên quan đến việc tăng quy mô sản lượng (ví dụ, lợi thế chuyên môn hóa...) khiến cho việc sản xuất thêm một đơn vị sản lượng không cần phải bổ sung thêm chi phí tương ứng như mức chi phí mà mỗi đơn vị sản lượng ban đầu đòi hỏi. Chi phí biên của mỗi đơn vị sản lượng gia tăng về sau nhỏ hơn các đơn vị sản lượng trước đó. Chi phí biên giảm dần theo đà tăng của sản lượng. Về sau, khi những lợi thế nói trên được khai

thác hết, những chi phí mới xuất hiện do quy mô sản lượng quá lớn, chi phí biên chắc chắn sẽ tăng lên khi sản lượng tăng. Có thể nói, các xu hướng diễn tiến của đường chi phí biên thực chất cũng chính là xu hướng diễn tiến của các đường tổng chi phí hay chi phí bình quân. Hoàn toàn có thể suy ra hình dáng của đường này từ những đường kia.

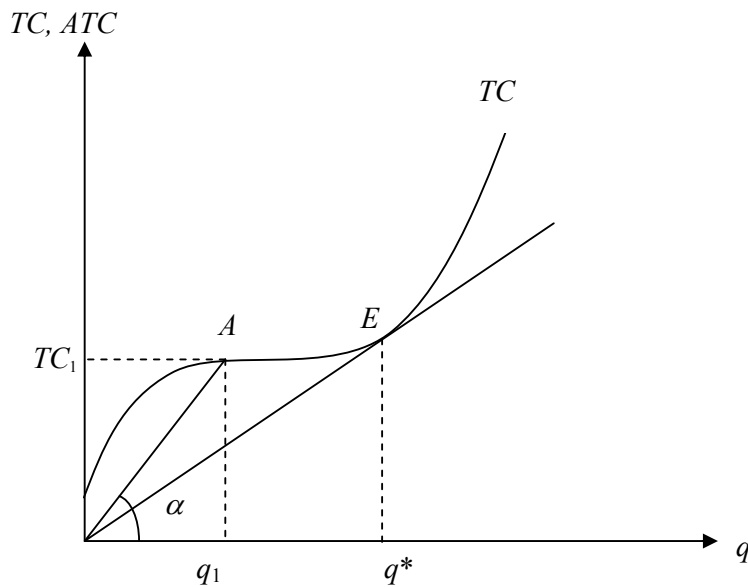


Hình 4.3: Đường chi phí biên

Quan hệ giữa các đường TC, ATC và MC

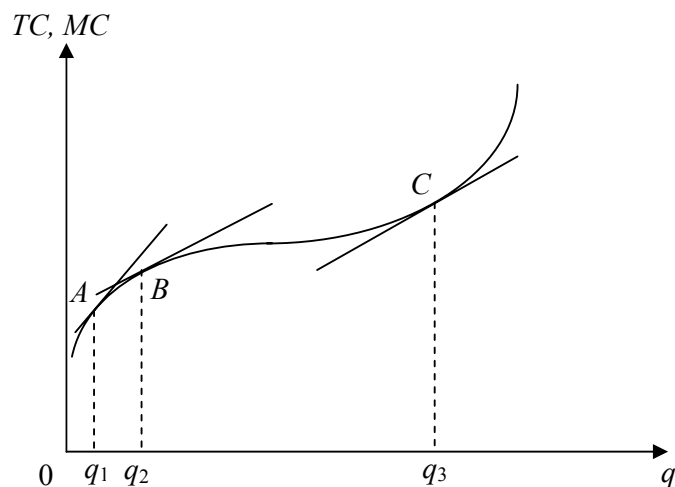
Hãy xuất phát từ một đường TC như trên hình 4.4. Một điểm như điểm A có hoành độ là q_1 và tung độ là TC_1 . Điều đó có nghĩa là tổng chi phí để sản xuất một khối lượng hàng hóa q_1 chính là TC_1 . Theo định nghĩa, tại mức sản lượng này, chi phí bình quân là TC_1/q_1 . Mức chi phí này có thể đo bằng $\text{tg}\alpha$, với α là góc hợp thành bởi tia OA và trục hoành. Nó cũng chính là độ dốc của tia OA . Khi sản lượng còn thấp ($q < q^*$), tốc độ gia tăng của tổng chi phí còn chậm hơn tốc độ gia tăng của sản lượng, thì chi phí bình quân cũng có xu hướng giảm dần. Điều này thể hiện ở độ dốc của tia xuất phát từ O đến một điểm trên đường tổng chi phí giảm dần. Tuy nhiên, chi phí bình quân đạt đến giá trị thấp nhất khi tia nối từ gốc tọa độ O với một điểm tương ứng trên đường TC trở thành tiếp tuyến của TC (q lúc này bằng q^*). Khi sản lượng tiếp tục tăng, ($q > q^*$), độ dốc

của các tia nói trên tăng dần. Điều này phản ánh chi phí bình quân đang tăng dần và đường ATC có xu hướng đi lên.



Hình 4.4: Quan hệ giữa tổng chi phí và chi phí bình quân

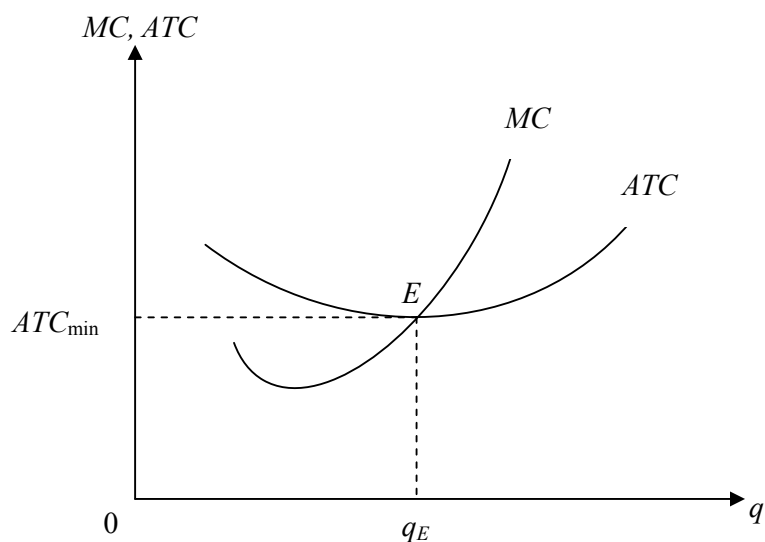
Vì MC tại một mức sản lượng q chính là giá trị đạo hàm của hàm TC tại mức sản lượng q đó, nên MC chính là độ dốc của đường TC tại mỗi điểm q . Độ dốc này cũng có thể đo bằng độ dốc hay hệ số góc của đường tiếp tuyến với đường cong TC tại mỗi điểm sản lượng q . Thoạt tiên,



Hình 4.5: Quan hệ giữa tổng chi phí và chi phí biên

độ dốc của đường TC giảm dần nói cho chúng ta biết MC đang trong xu hướng giảm dần. Sau đó, đường TC lại càng ngày càng dốc hơn, và thông tin ấy tương ứng với việc MC rốt cục lại tăng lên.

Đường chi phí biên MC cũng có quan hệ thú vị với đường chi phí bình quân AC . Quan hệ này có thể phát biểu như sau: Đường chi phí biên MC luôn luôn cắt đường chi phí bình quân ATC tại điểm tương ứng với mức ATC tối thiểu.



Hình 4.6: Quan hệ giữa chi phí biên và chi phí bình quân.
Đường MC luôn đi qua điểm E , tại đó ATC là tối thiểu

Giả sử đường chi phí biên MC và đường chi phí bình quân ATC cắt nhau tại điểm E tương ứng với một mức sản lượng dương q_E nào đó. Chúng ta phải chứng minh rằng chi phí bình quân ATC tại mức sản lượng q_E là thấp nhất. Thật vậy, khi sản lượng còn nhỏ, ứng với miền ATC đi xuống, đường chi phí biên MC phải nằm dưới đường chi phí bình quân ATC , hay tại mỗi điểm sản lượng chi phí biên phải nhỏ hơn chi phí bình quân ứng. Điều này thể hiện một quan hệ số học đơn giản giữa thước đo biên và thước đo trung bình: chính vì chi phí bổ sung thêm (chi phí biên) để sản xuất thêm một đơn vị sản lượng thấp hơn mức chi phí bình quân của mức sản lượng trước đó, việc sản xuất thêm đơn vị sản lượng này sẽ kéo mức chi phí bình quân chung xuống. Nói cách khác, chừng nào MC còn nhỏ hơn ATC , việc gia tăng sản lượng còn làm ATC

giảm. Bằng lập luận tương tự, cũng có thể nói: chừng nào MC lớn hơn ATC (đường chi phí biên nằm trên đường ATC), việc gia tăng sản lượng sẽ kéo ATC tăng lên, và đường ATC đi dần lên. Tại điểm sản lượng q_E , MC bằng ATC , đường ATC ngừng đi xuống song cũng chưa đi lên. Do vậy, đó là mức sản lượng mà ATC đạt giá trị thấp nhất.

4.2.3. Chi phí ngắn hạn và chi phí dài hạn

Ngắn hạn biểu thị khoảng thời gian mà doanh nghiệp chỉ có thể điều chỉnh hay thay đổi được một số yếu tố đầu vào, trong khi không điều chỉnh hay thay đổi một số yếu tố đầu vào khác.

Không phải mọi đầu vào đều dễ dàng điều chỉnh như nhau. Khi cần tăng sản lượng, dĩ nhiên, doanh nghiệp phải sử dụng thêm các yếu tố đầu vào. Nó phải sử dụng thêm nguyên, nhiên, vật liệu, tăng mức sử dụng lao động, hay sử dụng nhiều máy móc, thiết bị hơn. Tuy nhiên, việc gia tăng thêm nguyên, nhiên, vật liệu tương đối dễ dàng, trong khi đó, việc lắp đặt thêm hệ thống máy móc mới, hay xây dựng thêm nhà xưởng lại đòi hỏi nhiều thời gian hơn, đặc biệt trong các ngành công nghiệp nặng như luyện kim, sản xuất điện năng, chế tạo máy v.v... Và lại, nếu doanh nghiệp cho rằng, xu hướng gia tăng sản lượng chỉ là tạm thời, nó không muốn mở rộng sản xuất bằng cách đầu tư thêm vào nhà xưởng hay máy móc, thiết bị. Cách đơn giản và kinh tế hơn là: mua thêm nguyên, vật liệu, sử dụng thêm lao động mà trước hết là động viên công nhân làm thêm giờ trên cơ sở những nhà xưởng và thiết bị, máy móc hiện có. Nói cách khác, trong ngắn hạn, khi cần thay đổi sản lượng, doanh nghiệp chỉ có thể điều chỉnh một số yếu tố đầu vào, đồng thời bị ràng buộc bởi một số yếu tố đầu vào cố định khác. Quy mô kỹ thuật của doanh nghiệp thể hiện ở số lượng nhà xưởng, máy móc, thiết bị thường được xem là những yếu tố cố định này.

Dài hạn là khoảng thời gian đủ dài để doanh nghiệp có thể thay đổi hay điều chỉnh được tất cả các yếu tố đầu vào.

Một mặt, thời gian đủ dài khiến cho việc điều chỉnh, tăng, giảm quy mô của các đầu vào, kể cả những đầu vào không dễ dàng thay đổi

trong một thời gian ngắn trở nên có thể thực hiện được. Mặt khác, khi doanh nghiệp tin tưởng rằng, xu hướng gia tăng hay giảm sút trong nhu cầu về loại hàng hóa mà nó đang kinh doanh là ổn định trong một thời gian dài, nó có thể yên tâm đầu tư thêm hay thu hẹp quy mô của những đầu vào loại này. Vì thế, trong dài hạn, về nguyên tắc, mọi yếu tố đầu vào đều có thể thay đổi được.

Sự phân chia ngắn hạn và dài hạn chỉ có tính tương đối và nó phụ thuộc vào tính chất kỹ thuật của từng ngành. Một năm có thể là khoảng thời gian dài hạn đối với doanh nghiệp sản xuất gạch thủ công, song lại là thời gian ngắn đối với công ty thủy điện.

Vì thời gian điều chỉnh các đầu vào của các doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn là khác nhau, nên quyết định của chúng trong ngắn hạn cũng có thể khác trong dài hạn. Chẳng hạn, trong một thời gian ngắn, các khoản thua lỗ có thể được doanh nghiệp chấp nhận và công việc kinh doanh vẫn được duy trì, trong khi các khoản thua lỗ dài hạn buộc doanh nghiệp phải tính đến việc rời khỏi lĩnh vực đang kinh doanh. Vì thế, cần phân biệt chi phí ngắn hạn và chi phí dài hạn.

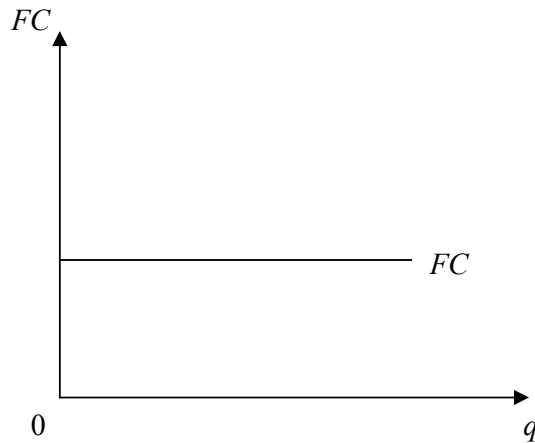
Chi phí ngắn hạn: Trong ngắn hạn, do bị ràng buộc bởi một số yếu tố đầu vào không thay đổi được, nên một số chi phí của doanh nghiệp là cố định.

Chi phí cố định (FC) là khoản chi phí không phụ thuộc vào mức sản lượng. Khi sản lượng tăng hay giảm, chi phí cố định vẫn không thay đổi. Ví dụ, một doanh nghiệp hàng tháng phải trả 100 triệu đồng tiền thuê mặt bằng và nhà xưởng để sản xuất. Hợp đồng thuê này kéo dài trong hai năm. Vậy thì trong khoảng thời gian này, dù doanh nghiệp không sản xuất gì (sản lượng bằng không), sản xuất nhiều hay ít (tất nhiên, trong giới hạn chưa phải thuê thêm mặt bằng, nhà xưởng mới), nó vẫn phải trả 100 triệu đồng tiền thuê những yếu tố đầu vào trên. Khoản 100 triệu đồng tiền thuê đó là một khoản chi phí cố định.

Ngoài chi phí cố định, các chi phí khác tăng hay giảm tùy theo mức sản lượng sản xuất. Những chi phí phụ thuộc vào sản lượng như thế gọi là

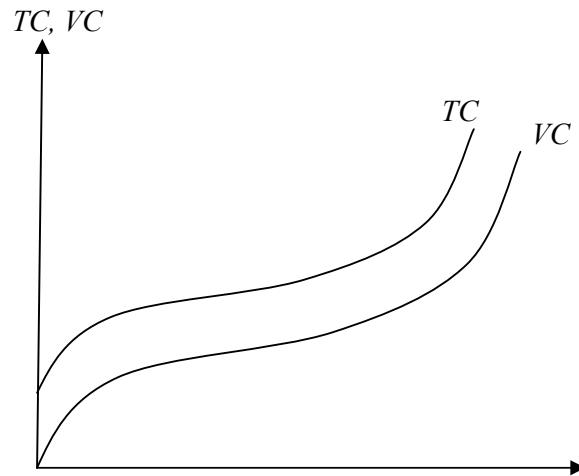
chi phí biến đổi (VC). Những loại chi phí về nguyên, nhiên, vật liệu hay tiền lương, nói chung là chi phí biến đổi. Sản lượng sản xuất ra càng lớn, lượng đầu vào này được sử dụng càng nhiều, chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra càng cao. Vì vậy, trong khi chi phí cố định độc lập với mức sản lượng, chi phí biến đổi lại được coi là một hàm của sản lượng. Đây cũng là một hàm đồng biến, thể hiện quan hệ thuận giữa q và VC . Sản lượng càng tăng thì chi phí biến đổi càng lớn và ngược lại.

Như vậy, trong ngắn hạn, tổng chi phí bằng các chi phí cố định cộng các chi phí biến đổi: $TC = FC + VC$. Vì độc lập với sản lượng, đường chi phí cố định được thể hiện như một đường nằm ngang, song song với trục hoành, trục biểu thị các mức sản lượng.



Hình 4.7: Đường chi phí cố định

Trong khi đó, do $VC = TC - FC$ nên đường chi phí biến đổi có hình dáng y hệt như đường tổng chi phí. Nó chính là đường tổng chi phí tịnh tiến song song xuống dưới một đoạn chính bằng FC . Vì khi sản lượng bằng 0, chi phí biến đổi cũng bằng không, nên đường chi phí biến đổi có điểm xuất phát chính từ gốc tọa độ.



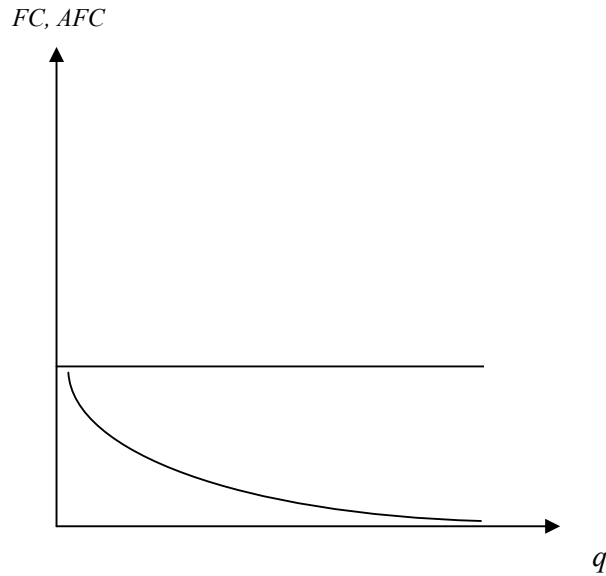
Hình 4.8: Đường chi phí biến đổi

Các thước đo TC , FC và VC đều đo chi phí theo một khối lượng sản phẩm nhất định. Cũng như ATC đo chi phí bình quân chung cho mỗi đơn vị sản phẩm, ta có thể tính chi phí cố định FC và chi phí biến đổi VC một cách bình quân cho mỗi đơn vị sản lượng.

Chi phí cố định bình quân (AFC) là chi phí cố định tính đều cho mỗi đơn vị sản lượng:

$$AFC = FC / q .$$

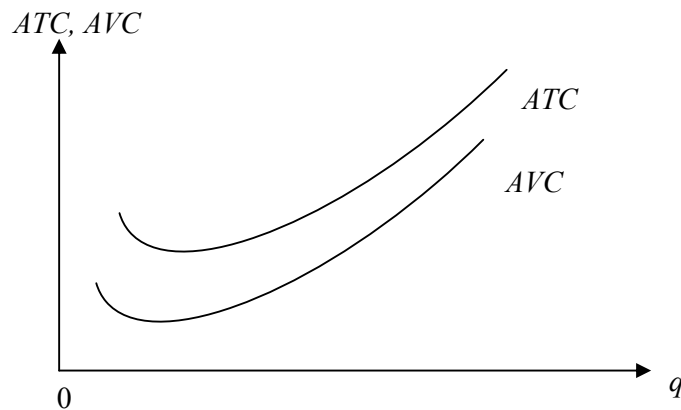
Mặc dù FC là hằng số, độc lập với sản lượng q , song AFC lại là một đại lượng phụ thuộc vào q . Khi q càng lớn, chi phí cố định bình quân càng nhỏ. Đường AFC có xu hướng tiệm cận dần với trục hoành.



Hình 4.9: Các đường FC và AFC

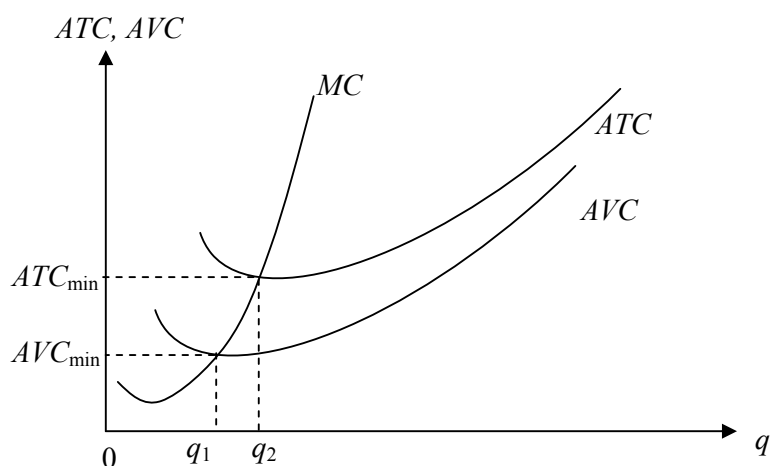
Chi phí biến đổi bình quân (AVC) là chi phí biến đổi tính đều cho mỗi đơn vị sản lượng: $AVC = VC / q$.

Vì đường chi phí biến đổi VC có hình dáng tương tự như đường tổng chi phí TC nên đường chi phí biến đổi bình quân AVC cũng có hình dáng chữ U như đường chi phí bình quân ATC . Đương nhiên, ở mỗi mức sản lượng q , AVC nhỏ hơn ATC , nên đường AVC phải nằm dưới đường ATC . Khoảng cách giữa hai đường này chính là AFC . Mối quan hệ này có thể biểu diễn qua công thức: $ATC = TC/q = FC/q + VC/q = AFC + AVC$.



Hình 4.10: Các đường ATC và AVC

Ở trên, ta đã biết rằng đường chi phí biên MC luôn luôn đi qua điểm ATC tối thiểu của đường ATC . Quan hệ tương tự cũng tồn tại giữa đường chi phí biên MC với đường chi phí biên đổi bình quân. Đường MC cũng luôn luôn cắt đường AVC tại điểm AVC tối thiểu. Có thể dùng cách tương tự như cách chứng minh MC cắt ATC tại điểm ATC tối thiểu để giải thích điều này.



Hình 4.11: Đường MC luôn đi qua các điểm AVC và ATC tối thiểu

Chi phí dài hạn

Trong dài hạn, doanh nghiệp có khả năng thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào. Vì thế, các đường chi phí dài hạn có những đặc điểm khác với các đường chi phí ngắn hạn. Nói chung, các thước đo chi phí (tổng chi phí, chi phí bình quân, chi phí biên) được sử dụng trong ngắn hạn đều có thể sử dụng cả trong dài hạn. Vì vậy, khi cần phân biệt chúng với nhau, người ta dùng thêm chữ S để biểu thị các chi phí ngắn hạn và L để biểu thị các chi phí dài hạn.

Trước hết, trong dài hạn, không tồn tại các chi phí cố định. Điều này liên quan đến định nghĩa về khoảng thời gian dài hạn. Do mọi yếu tố liên quan đến các đầu vào đều có thể thay đổi được nên trong dài hạn, mọi chi phí đều là chi phí biến đổi. Nói cách khác, tổng chi phí dài hạn (LTC) bằng tổng chi phí biến đổi dài hạn (LVC): $LTC = LVC$ hay $LFC = 0$.

Thứ hai, tại mỗi mức sản lượng, các chi phí (tổng và bình quân) dài hạn thường nhỏ hơn hoặc bằng các chi phí ngắn hạn tương ứng:

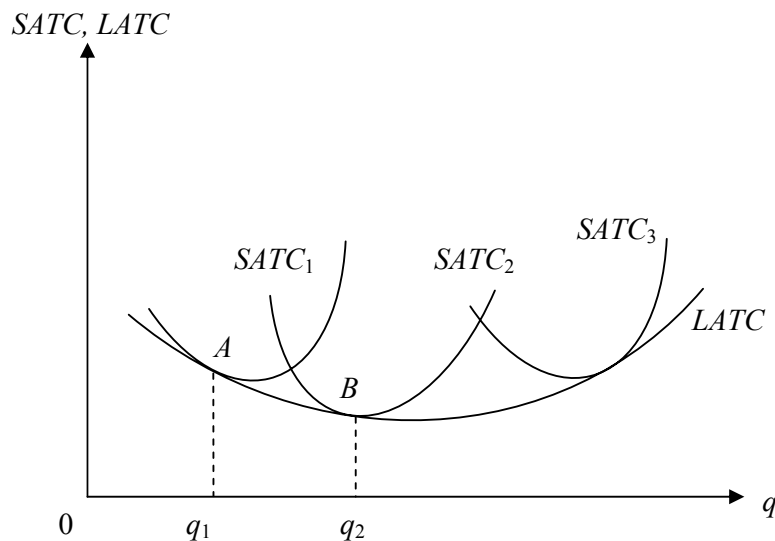
$$LTC \leq STC$$

$$LATC \leq SATC$$

Có thể giải thích đơn giản điều khẳng định này như sau: trong dài hạn, vì không bị cột chặt vào một số yếu tố đầu vào cố định, nên khi sản xuất một khối lượng sản phẩm q , doanh nghiệp có thể lựa chọn được quyết định tương đối tối ưu hơn so với trong ngắn hạn. Chẳng hạn, hãy xét thước đo tổng chi phí. Để có thể sản xuất một mức sản lượng q , doanh nghiệp có khả năng tìm kiếm các kết hợp đầu vào tốt nhất để tối thiểu hóa chi phí. Ít nhất, nó cũng có thể lựa chọn một kết hợp đầu vào như nó đã sử dụng trong ngắn hạn. Tuy nhiên, với khả năng có thể thay đổi được cả quy mô kỹ thuật của doanh nghiệp, nó có thể có nhiều phương án lựa chọn hơn. Một khi phương án mới cho phép nó sản xuất ra cùng mức sản lượng q nhưng với tổng chi phí thấp hơn so với quyết định ngắn hạn, các kết hợp đầu vào như trong ngắn hạn sẽ không được lựa chọn. Điều đó giải thích tại sao tổng chi phí dài hạn lại thấp hơn hoặc bằng tổng chi phí ngắn hạn ở mỗi mức sản lượng.

Vì tại mỗi mức sản lượng, LTC luôn nhỏ hơn hoặc bằng STC nên $LATC$ hay LTC/q cũng luôn nhỏ hơn hoặc bằng $SATC$ hay STC/q . Để có thể mô tả các đường chi phí bình quân ngắn hạn và dài hạn trên một đồ thị, ta nhớ rằng, mỗi đường chi phí bình quân ngắn hạn ($SATC$) thể hiện các mức chi phí bình quân khác nhau tương ứng với các mức sản lượng khác nhau, trong điều kiện doanh nghiệp bị gắn cố định với một số yếu tố đầu vào không điều chỉnh được. Còn đường chi phí bình quân dài hạn ($LATC$) mô tả các mức chi phí bình quân tương ứng với các mức sản lượng, trong điều kiện doanh nghiệp có thể lựa chọn tự do các yếu tố đầu vào để tìm kiếm các kết hợp đầu vào tốt nhất cho mục đích tối thiểu hóa chi phí. Khi sản lượng cần sản xuất còn nhỏ, (ví dụ, $q = q_1$), người ta chỉ có thể đầu tư xây dựng những nhà máy với quy mô kỹ thuật (nhà xưởng, hệ thống máy móc hay dây chuyền sản xuất) tương đối nhỏ. Khi quy mô

kỹ thuật này là cố định, ta có thể vẽ được một đường chi phí bình quân ngắn hạn $SATC_1$ thể hiện các mức chi phí bình quân khác nhau tại các mức sản lượng khác nhau. Nếu tại sản lượng q_1 , quy mô kỹ thuật trên với các kết hợp đầu vào khác là thích hợp nhất để tối thiểu hóa chi phí, nó sẽ được doanh nghiệp lựa chọn trong cả phương án dài hạn. Nói cách khác, tại sản lượng q_1 , chi phí bình quân dài hạn bằng chi phí bình quân ngắn hạn (bằng $SATC_1$ tại mức sản lượng q_1). Điều đó thể hiện ở điểm A như một điểm vừa nằm trên đường $SATC_1$, vừa nằm trên đường $LATC$. Ở mức sản lượng cao hơn q_2 , nếu việc mở rộng quy mô kỹ thuật cho phép doanh nghiệp có được sự lựa chọn tối ưu hơn thì quy mô kỹ thuật ban đầu không phải là quy mô thích hợp cho dài hạn. Doanh nghiệp sẽ lựa quy mô kỹ thuật mới để sản xuất sản lượng q_2 sao cho tổng chi phí và chi phí bình quân là thấp nhất. Rõ ràng, tại sản lượng q_2 , cũng như các mức sản lượng khác, $SATC_1$ sẽ cao hơn $LATC$. Lập luận tương tự, nếu coi $SATC_2$ là đường chi phí bình quân ngắn hạn ứng với quy mô kỹ thuật mới nói trên, thì tại sản lượng q_2 , chi phí bình quân dài hạn $LATC$ lại bằng chi phí bình quân ngắn hạn $SATC_2$ (trên đồ thị điều này thể hiện ở điểm B), mặc dù tại các mức sản lượng khác, $SATC_2$ sẽ có giá trị cao hơn so với $LATC$. Như thế, tại mỗi mức sản lượng, $LATC$ nhỏ hơn hoặc bằng $SATC$ và đường $LATC$ được xem như một đường bao bọc phía dưới các đường $SATC$.



Hình 4.12: Đường chi phí bình quân dài hạn và các đường chi phí bình quân ngắn hạn

4.2.4. Lợi thế và bất lợi thế kinh tế của quy mô

Lợi thế kinh tế theo quy mô: thể hiện khoảng sản lượng mà ở đó, càng tăng sản lượng thì chi phí bình quân dài hạn càng giảm. Trong miền sản lượng này, sản xuất với quy mô lớn hơn tỏ ra có ưu thế hơn so với quy mô nhỏ. Khi đó, tăng quy mô sản lượng là một giải pháp để doanh nghiệp có thể hạ được chi phí bình quân dài hạn. Về mặt đồ thị, ứng với miền lợi thế theo quy mô, đường *LATC* có xu hướng đi xuống theo chiều tăng của sản lượng.

Tại sao lợi thế kinh tế theo quy mô lại xuất hiện? Thông thường, khi sản lượng còn nhỏ, việc tăng quy mô đầu ra có thể làm giảm chi phí bình quân dài hạn vì những lý do sau:

Thứ nhất, để sản xuất doanh nghiệp luôn luôn phải bắt đầu bằng việc sử dụng một số lượng tối thiểu các yếu tố đầu vào không thể phân chia được nào đó. Một dây chuyền sản xuất đồng bộ chỉ có thể khai thác được khi nó được sử dụng một cách nguyên vẹn. Một máy điện thoại, một nhân viên văn phòng, một chiếc ô tô, một con đường sắt v.v... là những yếu tố sản xuất mà một khi đã tồn tại thì về cơ bản, rất khó chia nhỏ. Nếu sản lượng cần tạo ra là quá thấp, những yếu tố sản xuất trên sẽ không được sử dụng hết công suất hay năng lực. Trong trường hợp này, tăng sản lượng không làm tăng chi phí lên một cách tương ứng. Sản lượng cao hơn cho phép doanh nghiệp khai thác hiệu quả hơn các năng lực hay công suất dư thừa của các đầu vào. Trong phạm vi này, sản xuất với quy mô lớn hơn sẽ là một lợi thế: chi phí bình quân sẽ giảm xuống.

Thứ hai, quy mô sản lượng lớn hơn cho phép doanh nghiệp khai thác được lợi thế của việc chuyên môn hóa. Lao động, máy móc phải với số lượng đủ lớn mới cho phép người ta tổ chức sử dụng chúng theo kiểu chuyên biệt. Chúng có thể được phân bổ và được sử dụng riêng cho những khâu, những công đoạn sản xuất khác nhau mà nhờ đó, năng suất của chúng có thể tăng lên. Khi sản lượng còn quá nhỏ, điều đó không xảy ra vì số lượng đầu vào được sử dụng quá thấp.

Thứ ba, trong nhiều trường hợp, việc chế tạo một chiếc máy có công suất gấp đôi lại rẻ hơn việc chế tạo hai chiếc máy có công suất nhỏ bằng một nửa chiếc máy trên. Điều đó có nghĩa là chi phí để mua một chiếc máy lớn thường nhỏ hơn mua hai cái máy nhỏ có tổng công suất là tương đương. Sản lượng phải đủ lớn mới tạo ra cơ hội để doanh nghiệp khai thác được lợi thế của chiếc máy lớn.

Thứ tư, quy mô sản lượng lớn cho phép doanh nghiệp tiết kiệm được nhiều chi phí giao dịch. Khi bán một khối lượng hàng lớn hơn, chi phí đàm phán, liên lạc (qua thư từ, điện thoại, fax v.v...) không tăng tương ứng so với trường hợp bán một khối lượng hàng nhỏ hơn...

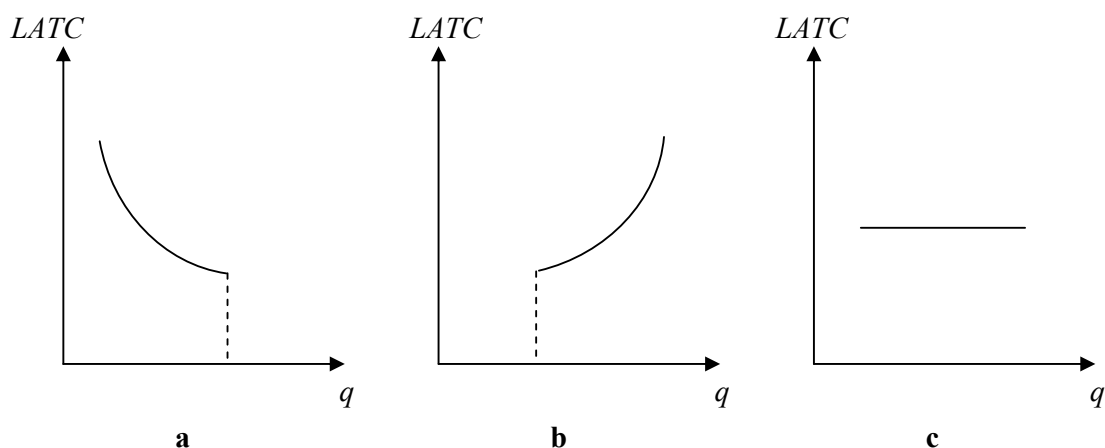
Bất lợi thế theo quy mô thể hiện khoảng sản lượng mà ở đó chi phí bình quân dài hạn sẽ tăng lên nếu sản lượng tăng. Lúc này, đường chi phí bình quân dài hạn có xu hướng đi lên.

Lợi thế kinh tế theo quy mô (cũng có thể gọi là hiệu suất tăng lên theo quy mô) chỉ phát huy trong một giới hạn sản lượng nào đó. Quá một ngưỡng sản lượng nhất định, việc tăng sản lượng không còn đem lại lợi thế cho doanh nghiệp. Khi các đầu vào không còn dư thừa công suất, khi mà quá trình sản xuất không còn chia nhỏ một cách kinh tế hơn nữa thành các khâu, công đoạn khác nhau, khi mà việc sản xuất những chiếc máy công suất quá lớn trở thành tốn kém... thì việc tăng quy mô không còn giúp doanh nghiệp hạ chi phí bình quân được nữa. Và lại, quy mô quá lớn làm gia tăng nhanh một số loại chi phí như chi phí quản lý. Bộ máy quản lý, theo đà tăng của quy mô sản lượng, sẽ ngày càng trở nên phức tạp hơn, cồng kềnh hơn. Các quyết định quản lý trở nên khó khăn hơn. Một khi những xu hướng gia tăng về chi phí lấn át các lợi thế đã phân tích trên, miền bất lợi vì quy mô xuất hiện.

Giữa hai miền lợi thế và bất lợi thế theo quy mô, có thể tồn tại một khoảng sản lượng mà ở đó chi phí bình quân dài hạn không đổi khi sản lượng tăng. Miền sản lượng này được gọi là miền *hiệu suất không đổi theo quy mô*. Ở phần này, đường *LATC* trở thành đường nằm ngang. Nó gắn với tình huống khi mà việc tăng sản lượng một mặt, vẫn cho phép doanh nghiệp khai thác được một số lợi thế hạ chi phí của quy mô lớn,

song mặt khác, xu hướng gia tăng chi phí đã bắt đầu bộc lộ, đồng thời hai tác động trái chiều nhau này lại cân bằng, do đó triệt tiêu nhau.

Nói chung, lợi thế theo quy mô bộc lộ rõ khi sản lượng còn thấp. Thoạt tiên, đường *LATC* thể hiện là một đường đi xuống. Đến một mức sản lượng nào đó, xu hướng này bắt đầu dừng lại. Mức sản lượng đó được gọi là quy mô tối thiểu có hiệu quả. Nếu tiếp tục tăng sản lượng, *LATC* có xu hướng đi ngang và sau đó nhanh chóng đi lên, khi miền bất lợi thế theo quy mô xuất hiện. Vì thế, về đại thể, người ta vẫn hình dung đường *LATC* là một đường hình chữ U.



Hình 4.13: a) Lợi thế theo quy mô; b) Bất lợi theo quy mô; c) Hiệu suất không đổi theo quy mô

4.3. Mô hình tổng quát về hành vi cung ứng của doanh nghiệp

4.3.1. Một vài khái niệm có liên quan: tổng doanh thu, doanh thu biên, lợi nhuận.

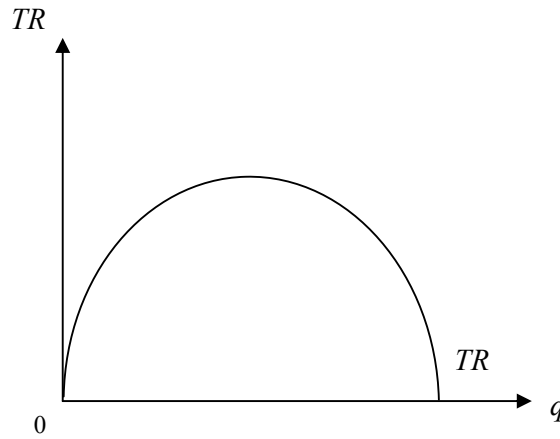
Tổng doanh thu (TR): là tổng số tiền mà doanh nghiệp thu được nhờ bán hàng. Khi tính tổng doanh thu tương ứng với khối lượng hàng hóa q được tiêu thụ, ta có:

$$TR = TR(q) = P \cdot q$$

Trong đó P chính là mức giá tính cho mỗi đơn vị hàng hóa.

Nói cách khác, tổng doanh thu trước hết là một hàm số của sản lượng. Sự thay đổi của mức sản lượng là một trong những nguyên nhân dẫn đến sự thay đổi của tổng doanh thu. Tuy nhiên, tổng doanh thu còn phụ thuộc vào mức giá P . Đến lượt mình, mức giá P cũng thường không độc lập với mức sản lượng. Trừ trường hợp quy mô sản lượng của doanh nghiệp là tương đối nhỏ so với quy mô hàng hóa được giao dịch chung trên thị trường, nói chung nếu doanh nghiệp muốn bán được một khối lượng hàng hóa lớn hơn, nó thường phải hạ giá. Điều này thực ra xuất phát từ quy luật cầu: khi mức giá hàng hóa hạ xuống, người tiêu dùng sẵn lòng mua một khối lượng hàng hóa lớn hơn, tức là doanh nghiệp có khả năng bán được nhiều hàng hóa hơn. Ngược lại, khi mức giá tăng lên, lượng cầu về hàng hóa của người tiêu dùng giảm xuống, doanh nghiệp chỉ có thể bán được một khối lượng hàng hóa ít hơn. Vì thế, có thể coi mức giá P cũng là một hàm số của sản lượng q .

Trong trường hợp mức giá P là một hằng số của sản lượng q , đường tổng doanh thu là một đường thẳng dốc lên, với độ dốc không đổi là P . Ở trường hợp điển hình hơn, khi P phụ thuộc vào sản lượng q , thoạt tiên, tổng doanh thu thường tăng lên khi sản lượng hàng hóa bán được tăng lên do mỗi lợi bắt nguồn từ việc tăng sản lượng bán ra lớn hơn khoản thiệt hại bắt nguồn từ việc giảm giá. Đến một ngưỡng sản lượng nào đó, việc tiếp tục tăng sản lượng sẽ làm tổng doanh thu giảm xuống. Lúc này, mỗi lợi của việc tăng sản lượng không còn bù được những thiệt hại do phải giảm đơn giá hàng hóa liên quan đến một lượng hàng hóa lớn. Hình dạng đường tổng doanh thu được minh họa bằng hình 4.14.



Hình 4.14: Hình dáng của một đường tổng doanh thu

Doanh thu biên (MR) là doanh thu có thêm được nhờ sản xuất và bán ra thêm một đơn vị hàng hóa. Nếu ký hiệu TR_q là tổng doanh thu có được nhờ bán một khối lượng hàng hóa q và $TR_{(q-1)}$ là tổng doanh thu nhờ bán một khối lượng hàng hóa ít hơn ($q-1$), thì doanh thu biên của đơn vị hàng hóa thứ q (đơn vị hàng hóa cuối cùng trong khối lượng q) là:

$$MR_q = TR_q - TR_{(q-1)}$$

Ví dụ, khi bán một lô hàng gồm 10 chiếc xe máy, doanh nghiệp có thể đặt giá (và được thị trường chấp nhận) mỗi chiếc xe máy là 20 triệu đồng. Tổng doanh thu của lô hàng này là: 20 triệu đồng/1 xe \times 10 xe = 200 triệu đồng. Để bán một lô hàng gồm 11 chiếc xe máy, giả sử doanh nghiệp phải hạ giá mỗi chiếc xe máy xuống còn 19,5 triệu đồng/1xe máy. Khi này, tổng doanh thu của lô hàng thứ hai là: 19,5 triệu đồng/1 xe \times 11 xe = 214,5 triệu đồng. Như vậy, doanh thu biên của chiếc xe máy thứ 11 là: 14,5 triệu đồng (= 214,5 triệu đồng – 200 triệu đồng).

Một cách tổng quát hơn, người ta có thể định nghĩa doanh thu biên tại một điểm sản lượng nào đó là tỷ số giữa mức gia tăng trong tổng doanh thu so với mức gia tăng trong sản lượng:

$$MR = \Delta TR / \Delta q$$

Theo công thức trên, doanh thu biên cũng là một hàm số của sản lượng. Tại một sản lượng q , doanh thu biên của đơn vị sản lượng cuối

cùng chính là giá trị đạo hàm của hàm tổng doanh thu tại mức sản lượng q . Nói một cách tương đương, doanh thu biên chính là độ dốc của đường tổng doanh thu tại mỗi điểm sản lượng. Khi doanh nghiệp buộc phải hạ giá trong trường hợp muốn tăng sản lượng bán ra, quá một ngưỡng sản lượng nhất định, doanh thu biên có xu hướng giảm dần theo đà tăng của sản lượng.

Lợi nhuận: là chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí ứng với mỗi mức sản lượng. Nếu ký hiệu $\pi(q)$ là lợi nhuận mà doanh nghiệp thu được khi sản xuất một sản lượng hàng hóa q , ta có:

$$\pi(q) = TR(q) - TC(q)$$

Dễ nhận thấy rằng lợi nhuận cũng là một hàm số của sản lượng: nó thay đổi cùng với sự thay đổi của mức sản lượng.

Trong công thức trên, nếu tổng chi phí là tổng chi phí kế toán, lợi nhuận sẽ được gọi là lợi nhuận kế toán. Còn nếu tổng chi phí là tổng chi phí kinh tế, lợi nhuận tương ứng là lợi nhuận kinh tế. Tương ứng với cùng một mức sản lượng q của doanh nghiệp, lợi nhuận kinh tế thường nhỏ hơn lợi nhuận kế toán.

Nếu chỉ dựa vào thông tin về lợi nhuận kế toán, người ta khó nói được một cách chắc chắn rằng doanh nghiệp đang kinh doanh thực sự có hiệu quả hay không. Ví dụ, nếu một doanh nghiệp có mức lợi nhuận kế toán của một năm nào đó là 100 triệu đồng, nó có thể đang kinh doanh hiệu quả khi lượng vốn mà nó phải đầu tư không nhiều (chẳng hạn, 200 triệu đồng). Ngược lại, nếu để có được khoản lợi nhuận trên, doanh nghiệp phải bỏ ra một lượng vốn đầu tư tương đối lớn (chẳng hạn, 10 tỷ đồng), thì tuy có lợi nhuận, doanh nghiệp vẫn có thể đang ở tình trạng hoạt động không hiệu quả.

Trái lại, mức lợi nhuận kinh tế có thể cho chúng ta những kết luận rõ ràng về tính hiệu quả của hoạt động kinh doanh tương ứng mà chúng ta đang xem xét. Cụ thể, khi lợi nhuận kinh tế do một hoạt động nào đó của doanh nghiệp mang lại là không âm, ta có khẳng định được rằng, hoạt

động đó là hiệu quả. Một khi mà tổng doanh thu của hoạt động này bù đắp được tất cả các khoản chi phí có liên quan, kể cả những chi phí cơ hội “ẩn” (vốn thể hiện lợi ích của các phương án thay thế tốt nhất bị bỏ qua), thì rõ ràng đó là một phương án sử dụng nguồn lực tốt nhất hay hiệu quả nhất. Chỉ khi lợi nhuận kinh tế nhỏ hơn 0, doanh nghiệp mới có khả năng rơi vào trạng thái chưa hiệu quả: khi mà doanh thu chưa bù đắp được toàn bộ các chi phí kinh tế, chắc chắn có phương án thay thế cho phép doanh nghiệp sử dụng các nguồn lực một cách hiệu quả hơn.

Khi phân tích về hành vi của các doanh nghiệp, cũng như khi nói về chi phí, ta hàm ý đó là chi phí kinh tế, khái niệm lợi nhuận thường được sử dụng với tư cách là lợi nhuận kinh tế.

4.3.2. Các điều kiện tối đa hóa lợi nhuận

Điều kiện cần: để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải lựa chọn mức sản lượng sao cho ở đơn vị sản phẩm cuối cùng, doanh thu biên và chi phí biên của nó là bằng nhau: $MR = MC$

Trong ngắn hạn, điều kiện này có nghĩa là doanh thu biên của đơn vị sản phẩm cuối cùng mà doanh nghiệp lựa chọn phải bằng chi phí biên ngắn hạn của nó: $MR = SMC$

Còn trong dài hạn, điều kiện này thể hiện ra là: trong trường hợp doanh nghiệp có thể thay đổi được tất cả các yếu tố đầu vào, mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận sẽ là mức sản lượng mà tại đơn vị sản phẩm cuối cùng, doanh thu biên mà doanh nghiệp thu thêm được bằng với chi phí biên dài hạn tại đó: $MR = LMC$

Để chứng minh điều kiện trên, sự phân biệt ngắn hạn và dài hạn ở đây là không cần thiết. Giả sử doanh nghiệp đang sản xuất một loại hàng hóa tại một mức sản lượng q nào đó. Tại mức sản lượng này, doanh nghiệp thu được một mức lợi nhuận (đương nhiên là lợi nhuận kinh tế) nhất định. Nó đang cân nhắc xem có nên sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm nữa hay không? Để sản xuất thêm đơn vị sản phẩm này, chi phí mà nó phải bỏ ra thêm là chi phí biên $MC_{(q+1)}$; còn lợi ích mà nó thu thêm

được chính là doanh thu biên $MR_{(q+1)}$. Nếu đại lượng thứ nhất còn nhỏ hơn đại lượng thứ hai, việc sản xuất thêm đơn vị sản phẩm trên là có lợi đối với doanh nghiệp vì nó có thêm lợi nhuận. Nói cách khác, sản phẩm trên làm gia tăng quỹ lợi nhuận của doanh nghiệp. Nếu trước đó, lợi nhuận của doanh nghiệp là dương, việc sản xuất thêm làm tăng thực sự mức lợi nhuận của doanh nghiệp. Nếu mức lợi nhuận trước đó của doanh nghiệp là âm (doanh nghiệp đang thua lỗ), nhờ việc sản xuất thêm, mức thua lỗ của doanh nghiệp sẽ giảm xuống. Về mặt đại số, cả hai trường hợp đều biểu hiện sự gia tăng lợi nhuận của doanh nghiệp. Điều này cho thấy, khi theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải sản xuất thêm đơn vị sản phẩm thứ $(q+1)$ này. Bằng lập luận tương tự như vậy, ta chứng minh được rằng: doanh nghiệp cũng sẽ phải sản xuất thêm đơn vị sản phẩm tiếp theo – đơn vị thứ $(q+2)$ – nếu như chi phí biên của đơn vị sản phẩm này vẫn nhỏ hơn doanh thu biên của nó. Tổng quát hơn, ta có thể khẳng định: chừng nào mà chi phí biên tại đơn vị sản phẩm cuối cùng của một mức sản lượng còn nhỏ hơn doanh thu biên tại đó, để tối đa hóa lợi nhuận, chừng đó doanh nghiệp còn phải gia tăng sản lượng.

Cũng theo một lô gic tương tự, có thể thấy, chừng nào mà chi phí biên tại đơn vị sản phẩm cuối cùng của một mức sản lượng lớn hơn doanh thu biên tại đó, thì việc sản xuất đơn vị sản phẩm cuối cùng trên sẽ làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp. Muốn tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải cắt giảm sản lượng.

Hai nhận xét trên kết hợp lại với nhau cho thấy, doanh nghiệp chỉ có mức sản lượng tối ưu khi theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận nếu tại đơn vị sản phẩm cuối cùng, chi phí biên và doanh thu biên là bằng nhau.

Cần lưu ý rằng, theo cách mà chúng ta chứng minh nói trên, mức sản lượng q^* , mà tại đó doanh thu biên MR bằng chi phí biên MC , chỉ là mức sản lượng tối ưu (sản lượng cho phép doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận) khi mà ở mức sản lượng q nhỏ hơn ($q < q^*$) chi phí biên còn nhỏ hơn doanh thu biên, đồng thời, tại mức sản lượng q lớn hơn ($q > q^*$) thì chi phí biên lại vượt quá doanh thu biên. Trong trường hợp ngược lại, nếu

tại các mức sản lượng nhỏ hơn q^* , chi phí biên lại lớn hơn doanh thu biên, đồng thời tại các mức sản lượng lớn hơn q^* , chi phí biên lại nhỏ hơn doanh thu biên, thì dù tại q^* , doanh thu biên bằng chi phí biên, mức sản lượng này không phải là mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận. Trái lại, đó chính là mức sản lượng tối thiểu hóa lợi nhuận của doanh nghiệp.

Điều kiện biên (doanh thu biên bằng chi phí biên) nói trên chỉ mới là điều kiện cần. Nó chỉ ra mức sản lượng có thể đem lại cho doanh nghiệp khoản lợi nhuận lớn nhất, hiểu theo nghĩa đại số. Trong trường hợp lợi nhuận của doanh nghiệp là luôn luôn âm, mức lợi nhuận tối đa cần được hiểu một cách thực tế là mức lỗ tối thiểu hay mức thua lỗ thấp nhất. Nếu điều này xảy ra, việc doanh nghiệp có nên sản xuất ở mức sản lượng q^* “tối ưu” theo điều kiện biên nói trên hay không sẽ tùy thuộc vào cân nhắc, so sánh của nó với trường hợp nó không sản xuất một đơn vị sản phẩm nào.

Điều kiện bổ sung

- Ngắn hạn: Về ngắn hạn, dù không sản xuất gì, doanh nghiệp vẫn phải gánh chịu khoản chi phí cố định. Điều đó cũng có nghĩa là, nếu đóng cửa không sản xuất một đơn vị sản lượng nào, doanh nghiệp sẽ phải gánh chịu một khoản lỗ tương đương với chi phí cố định ($\pi = -SFC$). Nếu việc sản xuất tại mức sản lượng q^* nói ở trên có khả năng đem lại cho doanh nghiệp hoặc một khoản lãi thực sự hoặc một khoản lỗ thấp hơn, thì đối với doanh nghiệp, sản xuất là có lợi hơn so với đóng cửa. Nói cách khác, trong ngắn hạn, doanh nghiệp chỉ nên sản xuất khi tổng doanh thu ít nhất cũng bù đắp được toàn bộ các khoản chi phí biến đổi, tức là TR phải lớn hơn hoặc bằng SVC ($TR \geq SVC$). Điều này tương đương với điều kiện mức giá P phải lớn hơn hoặc bằng chi phí biến đổi bình quân $SAVC$ ($P \geq SAVC$). Trong trường hợp ngược lại ($TR < SVC$ hay $P < SAVC$), doanh nghiệp nên đóng cửa. Chính vì điều kiện này mà mức giá $P = SAVC$ được gọi là điểm đóng cửa.

- Dài hạn: Trong dài hạn, doanh nghiệp không bị gánh chịu những khoản chi phí cố định. Nếu nó quyết định không sản xuất gì (trong dài hạn, điều đó cũng có nghĩa là doanh nghiệp không tham gia vào ngành),

nó sẽ không phải chịu một khoản thua lỗ nào. Vì thế, điều kiện để nó có thể tham gia vào một ngành sản xuất là ít nhất không bị thua lỗ (nên nhớ rằng khi doanh nghiệp chỉ có lợi nhuận kinh tế bằng 0, nó vẫn hoàn toàn có thể hài lòng). Nói cách khác, doanh nghiệp chỉ tham gia vào ngành nếu tổng doanh thu mà nó dự kiến trong dài hạn lớn hơn hoặc bằng tổng chi phí dài hạn ($TR \geq LTC$) hay diễn đạt một cách tương đương: mức giá P phải lớn hơn hoặc bằng chi phí bình quân dài hạn ($P \geq LATC$). Trong trường hợp ngược lại, nếu $TR < LTC$ hay $P < LATC$, doanh nghiệp sẽ rút lui khỏi ngành.

Có thể tóm tắt điều kiện tối đa hóa lợi nhuận trong việc lựa chọn sản lượng đối với một doanh nghiệp tổng quát như sau:

Về ngắn hạn, thứ nhất, doanh nghiệp phải chọn mức sản lượng q^* nếu như tại đó $MR = SMC$; thứ hai, doanh nghiệp chỉ nên sản xuất tại mức sản lượng này nếu như tại đó, $P \geq SAVC$.

Về dài hạn, thứ nhất, doanh nghiệp phải lựa chọn mức sản lượng q^* nếu như tại đó $MR = LMC$; thứ hai, sản lượng q^* này chỉ đáng được lựa chọn để sản xuất nếu như tại đó $P \geq LATC$.

4.3.3. Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp khi nhằm mục tiêu tối đa hóa doanh thu

Ngoài mục tiêu lợi nhuận, doanh nghiệp vẫn có thể có những mục tiêu khác để theo đuổi. Trong số đó, mục tiêu về doanh thu cũng là một loại mục tiêu quan trọng. Trong những khoảng thời gian nhất định, chẳng hạn, khi thâm nhập vào một thị trường mới, doanh nghiệp có thể quan tâm nhiều đến việc mở rộng thị phần để khẳng định vị thế của mình trước các đối thủ. Lúc này, có thể ưu tiên của doanh nghiệp là tối đa hóa doanh thu hơn là tối đa hóa lợi nhuận.

Mức sản lượng nào cho phép doanh nghiệp tối đa hóa doanh thu? Chúng ta biết rằng, khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng, doanh thu biên của đơn vị này chính là khoản doanh thu gia tăng của doanh nghiệp. Chừng nào doanh thu biên còn dương, chừng đó việc gia tăng sản lượng

còn đem lại cho doanh nghiệp những khoản doanh thu bổ sung. Vì thế, điểm sản lượng tối đa hóa doanh thu của doanh nghiệp chính là điểm mà tại đó, mức doanh thu biên là bằng 0. Vượt quá mức sản lượng này, theo xu hướng doanh thu biên giảm dần, doanh thu biên sẽ nhỏ hơn 0. Nếu tiếp tục sản xuất, tổng doanh thu của doanh nghiệp sẽ giảm.

Lập luận về điều kiện tối đa hóa doanh thu nói trên có thể không đúng nếu như đường doanh thu biên không phải là đường dốc xuống, phản ánh mối quan hệ nghịch giữa doanh thu biên và sản lượng. Trong trường hợp đặc biệt, khi mà doanh nghiệp không chỉ phối được giá cả hàng hóa, mức giá mà nó bán được hoàn toàn không phụ thuộc vào mức sản lượng của nó, thì có thể coi doanh thu biên như một hằng số, độc lập với sản lượng (trường hợp này chúng ta sẽ xem xét ở chương sau). Với trường hợp này, càng sản xuất nhiều, tổng doanh thu của doanh nghiệp càng lớn. Tuy nhiên, như sau này chúng ta sẽ chỉ ra, sản lượng của doanh nghiệp chỉ không ảnh hưởng đến mức giá của hàng hóa mà nó bán trên thị trường khi doanh nghiệp chỉ là người sản xuất với quy mô tương đối nhỏ so với quy mô chung của thị trường.

Chương 5

THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH HOÀN HẢO

Trên các thị trường đầu ra, khi theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, hành vi của mọi doanh nghiệp đều giống nhau: chúng đều phải lựa chọn sản lượng sao cho chi phí biên và doanh thu biên của đơn vị sản lượng cuối cùng là bằng nhau. Tuy nhiên, hoạt động trên các dạng thị trường cụ thể, quyết định của mỗi doanh nghiệp, một mặt, bị chế ước bởi các quyết định của các doanh nghiệp đối thủ, mặt khác, ảnh hưởng theo những cách khác nhau đến hành vi của các đối thủ này. Sự tương tác lẫn nhau giữa những người tham gia trên cùng một thị trường có thể tạo nên những kết cục chung khác nhau, tùy theo tùy theo cấu trúc cụ thể của thị trường. Kết cục đó chắc chắn lại tác động trở lại đến hành vi lựa chọn của doanh nghiệp. Ở chương này và chương sau, chúng ta sẽ áp dụng nguyên tắc tổng quát về sự lựa chọn đầu ra của các doanh nghiệp để xem xét hành vi của chúng trên các cấu trúc thị trường khác nhau. Chúng ta sẽ bắt đầu từ việc khảo cứu thị trường cạnh tranh hoàn hảo, một dạng thị trường đặc biệt, dường như chỉ tồn tại trên lý thuyết, song lại giúp chúng ta có được một khuôn mẫu chung để nắm bắt được sự vận hành của các dạng thị trường khác nhau.

5.1. Khái niệm, đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

5.1.1. Các khái niệm

Cấu trúc thị trường: Một cấu trúc thị trường được đặc trưng bởi số lượng người mua hay người bán tham gia trên thị trường và mối quan hệ tương tác lẫn nhau giữa họ.

Cấu trúc thị trường có thể xem xét dưới góc độ người bán hoặc người mua. Dưới góc độ người bán, một thị trường có thể thuộc về một loại cấu trúc thị trường này, song dưới góc độ người mua, nó lại có thể thuộc về một cấu trúc thị trường khác. Ví dụ, thị trường sản xuất nông sản nguyên liệu cho công nghiệp chế biến có thể gần giống thị trường cạnh

tranh hoàn hảo, nếu ta xét từ phía người bán. Tuy nhiên, nếu chỉ có một số rất ít doanh nghiệp có thể mua và chế biến các loại nông sản này thì từ phía người mua, thị trường lại có khả năng là thị trường độc quyền nhóm.

Có hai dạng cấu trúc thị trường lớn: Thị trường cạnh tranh hoàn hảo và thị trường cạnh tranh không hoàn hảo. Trong phần này, khi chúng ta tập trung phân tích hành vi của những người sản xuất, về cơ bản chúng ta chỉ xem xét cấu trúc thị trường từ phía người bán.

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo: là dạng thị trường mà ở đó mỗi người bán hay mỗi doanh nghiệp riêng biệt không có khả năng kiểm soát, chi phối giá cả hàng hóa. Tại thị trường này, doanh nghiệp chỉ là người chấp nhận giá. Mức giá trên thị trường được hình thành như là kết quả tương tác chung của tất cả những người bán và người mua. Mỗi doanh nghiệp cụ thể, bằng hành vi riêng biệt của mình, không có khả năng tác động đến mức giá này. Là người chấp nhận giá, doanh nghiệp trên thực tế không có quyền lực thị trường.

Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo: là dạng thị trường mà ở đó mỗi người bán hay doanh nghiệp riêng biệt ít nhiều có khả năng kiểm soát hay chi phối giá cả hàng hóa. Một doanh nghiệp cạnh tranh không hoàn hảo không phải là một kẻ chấp nhận giá. Bằng nhiều cách khác nhau (chẳng hạn như thay đổi sản lượng hàng hóa mà nó cung ứng trên thị trường), doanh nghiệp có thể thay đổi được mức giá hàng hóa. Nói cách khác, đó là một doanh nghiệp có quyền lực thị trường.

Có nhiều dạng thị trường cạnh tranh không hoàn hảo: thị trường độc quyền, thị trường độc quyền nhóm hay thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền. Trên một *thị trường độc quyền thuần túy*, xét từ phía người bán, chỉ có một doanh nghiệp duy nhất cung ứng hàng hóa. Không có đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp này thường có quyền lực thị trường lớn. Nó thường có thể định giá hàng hóa cao hơn nhiều so với mức giá có tính chất cạnh tranh tương tự. Một thị trường mà trên đó chỉ có một nhóm nhỏ những người sản xuất được gọi là *thị trường độc quyền nhóm* hay *độc quyền tập đoàn*. Trên thị trường loại này, các doanh nghiệp cũng thường có quyền lực thị trường hay khả năng kiểm soát, chi phối giá cao.

Chúng vừa có thể cạnh tranh khốc liệt với nhau để giành giật thị trường, vừa có khả năng thỏa thuận, cấu kết với nhau để cùng khống chế thị trường. Còn trên một *thị trường cạnh tranh có tính độc quyền*, số lượng doanh nghiệp cùng kinh doanh một loại hàng hóa tương đối lớn. Những doanh nghiệp trên thị trường này có nhiều điểm giống các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, song lại có khả năng chi phối giá cả hàng hóa một cách hạn chế.

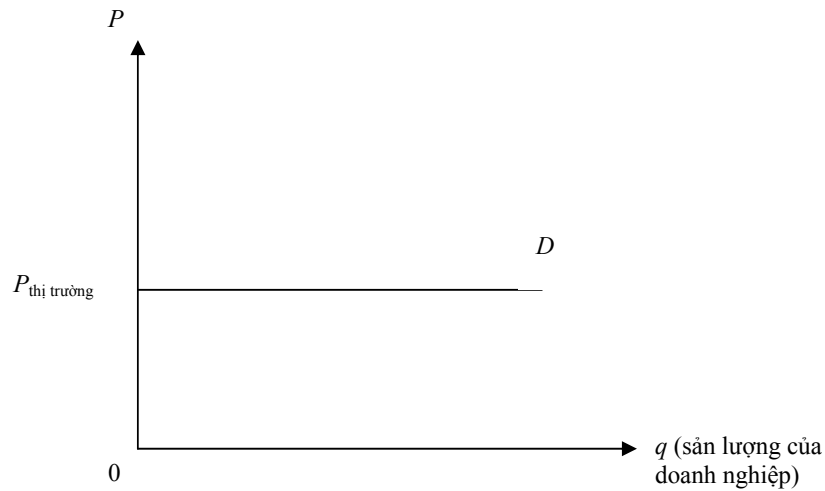
5.1.2. Đặc điểm và điều kiện tồn tại của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

**Đường cầu đối diện với doanh nghiệp*

Theo đúng định nghĩa, doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là một doanh nghiệp chấp nhận giá. Nó phải bán hàng hóa mà mình sản xuất ra theo đúng mức giá thị trường. Nếu nó đặt mức giá cao hơn mức giá chung trên thị trường, nó sẽ mất hết khách hàng và sẽ không bán được một đơn vị hàng hóa nào. Những người tiêu dùng sẽ chuyển sang mua hàng hóa của các doanh nghiệp khác. Vì mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, nó cũng không bán hàng hóa của mình theo mức giá thấp hơn mức giá thị trường. Ở đây mức giá thị trường được hình thành như một kết cục chung, được tạo ra bởi sự tương tác lẫn nhau giữa vô số người bán và người mua. Mức giá này hình thành như thế nào nằm ngoài khả năng định đoạt của mỗi doanh nghiệp. Một khi đã tồn tại, doanh nghiệp phải chấp nhận nó như một biến số có sẵn.

Với tư cách là người chấp nhận giá, đường cầu mà một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo đối diện là một đường cầu nằm ngang. Vẫn như thông lệ, ta biểu thị mức giá hàng hóa trên trục tung và mức sản lượng của doanh nghiệp trên trục hoành như trên hình 5.1. Doanh nghiệp chỉ có thể bán được mỗi sản phẩm của mình theo mức giá cân bằng thị trường. Mức giá này tồn tại độc lập, không phụ thuộc vào mức sản lượng của doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp tăng hoặc giảm sản lượng, mức giá trên vẫn không thay đổi. Trong trường hợp ngược lại, chẳng hạn, nếu đường cầu này là một đường dốc xuống, thì bằng cách giảm sản lượng bán ra, doanh nghiệp có thể làm giá cả hàng hóa tăng lên. Điều đó trái với

định nghĩa: doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là một doanh nghiệp chấp nhận giá.



Hình 5.1: Đường cầu mà doanh nghiệp đối diện là một đường nằm ngang

Cần phân biệt đường cầu mà doanh nghiệp đối diện với đường cầu thị trường. Đường thứ nhất mô tả quan hệ giữa các mức giá mà những người tiêu dùng sẵn sàng trả (do đó ta vẫn đang nói về cầu) tương ứng với các mức sản lượng của doanh nghiệp. Đây là đường nằm ngang vì mức giá này không phụ thuộc vào mức sản lượng của doanh nghiệp. Đường thứ hai mô tả quan hệ giữa các mức giá mà những người tiêu dùng sẵn sàng trả tương ứng với khối lượng hàng hóa sẵn có trên toàn bộ thị trường. Khi khối lượng hàng hóa sẵn có tương đối thấp, những người tiêu dùng buộc phải trả giá cao hơn và ngược lại. Phù hợp với quy luật cầu, đối với các hàng hóa điển hình, đây là một đường dốc xuống.

* Đối với một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, *doanh thu biên mà nó thu thêm được nhờ bán thêm một đơn vị sản lượng luôn luôn bằng mức giá: $MR = P$.*

Tính chất này gắn liền với sự kiện: doanh nghiệp có thể bán mọi sản lượng q mà nó có thể sản xuất ra với cùng một mức giá P được hình thành trên thị trường. Khi sản xuất và bán ra thêm một đơn vị sản lượng, vì giá không thay đổi, doanh nghiệp thu thêm được một khoản

doanh thu chính bằng mức giá P . Nói cách khác, doanh thu biên luôn bằng chính mức giá ở mọi mức sản lượng.

** Các điều kiện tồn tại của thị trường cạnh tranh hoàn hảo*

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo chỉ có thể xuất hiện và hoạt động trong những điều kiện nhất định. Đây là những điều kiện riêng có, gắn liền với cấu trúc thị trường này. Vì thế, chúng cũng là những đặc điểm có thể phân biệt dạng thị trường này với thị trường cạnh tranh không hoàn hảo.

Để thị trường cạnh tranh hoàn hảo tồn tại, nó cần có đồng thời những điều kiện sau:

- *Có nhiều doanh nghiệp cùng hoạt động trên thị trường*, trong đó mỗi doanh nghiệp chỉ có quy mô tương đối nhỏ so với quy mô chung của thị trường.

Trên một thị trường, nếu chỉ có một doanh nghiệp duy nhất cung ứng hàng hóa, doanh nghiệp này chắc chắn sẽ có quyền lực thị trường lớn. Người tiêu dùng, khi muốn mua loại hàng hóa mà doanh nghiệp cung cấp sẽ chỉ có một địa chỉ duy nhất để lựa chọn. Trong trường hợp này, bằng cách thay đổi sản lượng, doanh nghiệp có khả năng tác động đến giá cả hàng hóa. Nó sẽ không phải là người chấp nhận giá.

Nếu trên thị trường chỉ có một nhóm nhỏ các doanh nghiệp cung cấp hàng hóa, quy mô của mỗi doanh nghiệp sẽ là tương đối lớn so với quy mô chung của thị trường. Điều này làm cho doanh nghiệp có sức mạnh thị trường đáng kể để chi phối, kiểm soát giá. Và lại, với số lượng doanh nghiệp ít, khả năng các doanh nghiệp cấu kết với nhau để khống chế thị trường là tương đối dễ dàng. Trong hoàn cảnh đó, trên thị trường dạng này, doanh nghiệp cũng không phải là người chấp nhận giá.

Để các doanh nghiệp đều là người chấp nhận giá, số lượng các doanh nghiệp tham gia cung ứng hàng hóa trên cùng một thị trường phải đủ lớn. Chỉ trong điều kiện đó, khi quy mô sản lượng của mỗi doanh nghiệp chỉ tương đối nhỏ so với quy mô chung của thị trường, doanh

nghiệp mới không có khả năng chi phối giá. Hơn thế nữa, vì số lượng doanh nghiệp nhiều, chúng sẽ không có khả năng thỏa thuận và cấu kết với nhau để khống chế thị trường và giá cả. Khi trên thị trường chỉ có hai, ba doanh nghiệp hoạt động chi phí giao dịch liên quan đến việc thỏa thuận, mặc cả, đàm phán để có được một hành động chung của tất cả các doanh nghiệp thường không cao và việc này thường dễ thực hiện. Song chi phí tương tự như vậy sẽ tăng vọt nếu người ta cần đến sự cam kết hành động chung của hàng trăm, hàng nghìn doanh nghiệp. Số lượng doanh nghiệp lớn loại trừ khả năng cấu kết tập thể để chi phối giá của các doanh nghiệp. Đó là một trong những điều kiện để đảm bảo thị trường là thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

Ở phần trên, chúng ta nói đường cầu đối diện với một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là một đường nằm ngang. Điều này hàm ý doanh nghiệp có thể gia tăng sản lượng một cách tùy ý mà không làm mức giá hàng hóa thay đổi. Thật ra, sự gia tăng sản lượng ở đây là có giới hạn. Những thay đổi về sản lượng của doanh nghiệp chỉ thực hiện trong khuôn khổ: nó là một doanh nghiệp có quy mô nhỏ so với quy mô chung của thị trường.

- *Tính đồng nhất của sản phẩm*: Nếu sản phẩm của các doanh nghiệp khác biệt nhau, chúng không thể là những vật thay thế cho nhau một cách hoàn hảo. Dù cùng là các sản phẩm giải khát, song những lon pepsi và coca vẫn là những sản phẩm khác biệt nhau. Vì chúng có những hương vị riêng nên có thể người này thích uống pepsi, còn người khác lại ưa chuộng coca. Mặc dù chúng là những thứ có thể thay thế cho nhau, song đối với những người đặc biệt ưa thích coca, họ có thể chấp nhận mua những lon coca đắt hơn một chút so với những lon pepsi có cùng trọng lượng. Điều này cho phép người bán những sản phẩm khác biệt như coca có thể chi phối giá trong một giới hạn nhất định. Người này có thể nâng giá sản phẩm của mình lên một chút mà không sợ mất đi những khách hàng quen. Và như thế, người bán không còn là người chấp nhận giá. Nói một cách khác, để thị trường là thị trường cạnh tranh hoàn hảo, sản phẩm của các doanh nghiệp phải giống hệt nhau. Chỉ trong điều kiện như vậy, doanh nghiệp mới thực sự là người chấp nhận giá.

Trên thực tế, rất hiếm khi các sản phẩm của các doanh nghiệp cùng hoạt động trên một thị trường lại hoàn toàn đồng nhất với nhau. Trong một chừng mực nhất định, người ta coi những thị trường như thị trường ngoại tệ, thị trường chứng khoán, thị trường nông sản là thỏa mãn hoặc gần thỏa mãn điều kiện này. Vì thế, chỉ có một số ít thị trường được xem là thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

- *Tính hoàn hảo của thông tin*: thông tin được coi là hoàn hảo khi những người mua và bán trên thị trường có đầy đủ những thông tin cần thiết có liên quan đến thị trường. Đó là những thông tin về giá cả, về hàng hóa (tính năng, tác dụng, chất lượng, quy cách sử dụng...), về các điều kiện giao dịch... Khi những người mua hay bán không có đầy đủ những thông tin trên, họ có thể trao đổi hàng hóa theo những mức giá khác với mức giá được chấp nhận chung trên thị trường. Dù ít, dù nhiều họ không còn là những người chấp nhận giá. Ví dụ, khi người mua không có đủ thông tin để đánh giá được rằng sản phẩm của các doanh nghiệp là hoàn toàn giống hệt nhau, họ có thể mua sản phẩm của doanh nghiệp này với giá cao hơn của doanh nghiệp kia. Với trạng thái đó, doanh nghiệp có thể chi phối được giá. Vì thế, tính hoàn hảo của thông tin cũng là một điều kiện cần thiết để thị trường cạnh tranh hoàn hảo tồn tại.

- *Các doanh nghiệp có khả năng tự do xuất, nhập ngành* (tự do tham gia vào ngành và tự do rút lui khỏi ngành): Sở dĩ các doanh nghiệp trong một ngành đều đối diện với một đường cầu nằm ngang và hoạt động như những người chấp nhận giá là vì có sự tự do gia nhập ngành. Điều này loại trừ hẳn khả năng các doanh nghiệp hiện đang ở trong ngành cấu kết với nhau để nâng giá hàng hóa lên. Nếu điều đó xảy ra, việc gia tăng lợi nhuận của các doanh nghiệp hiện hành nhờ việc tăng giá hàng hóa sẽ lôi cuốn các doanh nghiệp mới tham gia vào ngành. Khi đó, giá hàng hóa lại phải hạ xuống do nguồn cung tăng. Ngược lại, khi các doanh nghiệp trong ngành đang ở trạng thái thua lỗ, nhờ có sự tự do rút lui khỏi ngành, một số doanh nghiệp sẽ rời khỏi thị trường này. Do nguồn cung bị cắt giảm, giá hàng hóa lại tăng lên, bảo đảm cho các doanh nghiệp còn lại trong ngành có thể tồn tại.

Điều kiện tự do xuất, nhập ngành không chỉ liên quan đến những khía cạnh pháp lý. Đương nhiên, tự do xuất, nhập ngành hàm ý nhà nước không ngăn cản sự tham gia hay rút lui khỏi ngành của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, ở những ngành như sản xuất ô tô, luyện kim..., dù nhà nước không đưa ra những ngăn cản đặc biệt nào, các doanh nghiệp mới vẫn không dễ dàng gia nhập ngành, cũng như các doanh nghiệp cũ thường gặp khó khăn khi muốn rút lui khỏi ngành. Vì thế, về mặt kinh tế, tự do xuất, nhập ngành còn hàm nghĩa: chi phí của việc xuất, nhập ngành đối với doanh nghiệp là không đáng kể.

Các điều kiện trên phải xuất hiện đồng thời thì thị trường cạnh tranh hoàn hảo mới xuất hiện và tồn tại. Khi một trong các điều kiện trên bị vi phạm, thị trường sẽ không còn là thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

5.2. Cung ứng sản phẩm của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

Ở chương trước, chúng ta đã phân tích xem một doanh nghiệp nói chung phải lựa chọn mức sản lượng như thế nào để có thể tối đa hóa lợi nhuận. Giờ đây, chúng ta áp dụng nguyên tắc chung đó vào trường hợp doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo.

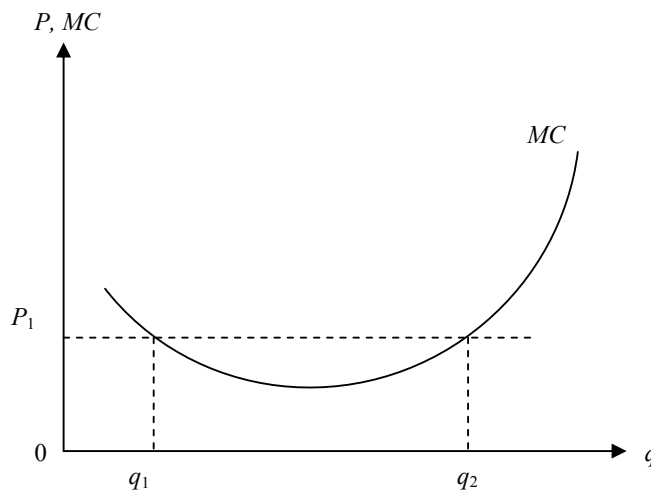
5.2.1. Cung ứng ngắn hạn

** Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp trong ngắn hạn nhằm mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận*

Điều kiện cần: Trên một thị trường cạnh tranh hoàn hảo, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải lựa chọn sản lượng sao cho tại đơn vị sản lượng cuối cùng, chi phí biên bằng với mức giá: $MC = P$. Đây là điều kiện chung áp dụng cho cả ngắn hạn lẫn dài hạn.

Thật vậy, theo nguyên tắc tổng quát về sự lựa chọn sản lượng của một doanh nghiệp nhằm mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, mức sản lượng tối ưu phải là mức sản lượng mà tại đơn vị sản lượng cuối cùng, chi phí biên phải bằng doanh thu biên: $MC = MR$. Tuy nhiên, đối với một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, doanh thu biên MR luôn luôn bằng mức giá P . Vì thế, điều kiện $MC = MR$ trở thành điều kiện $MC = P$.

Hãy xem xét điều kiện trên qua hình 5.2. Tại mức giá thị trường P_1 mà doanh nghiệp phải chấp nhận, doanh nghiệp phải đối diện với một đường cầu nằm ngang D . Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp phải tương ứng với giao điểm của đường chi phí biên MC với đường cầu D , nơi mà điều kiện $MC = P$ (trong trường hợp này $P = P_1$) được thỏa mãn. Tuy nhiên, với một đường chi phí biên MC hình chữ U, đường chi phí biên có thể cắt đường cầu nằm ngang tại hai điểm, tương ứng với hai mức sản lượng q_1 và q_2 như trên hình 5.2. Phải chăng cả hai mức sản lượng này đều đem lại lợi nhuận tối đa cho doanh nghiệp?



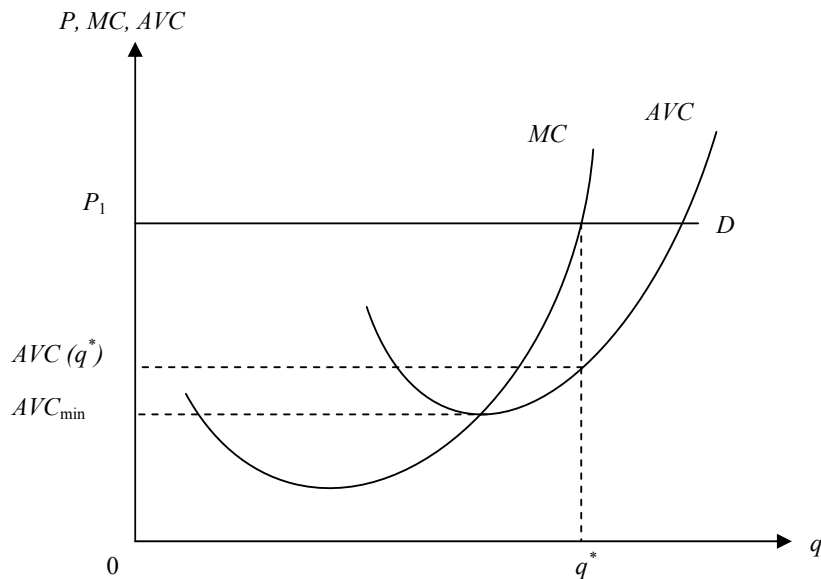
Hình 5.2: Mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận q_2 tương ứng với giao điểm của đường MC đang đi lên với đường cầu D .

Tại sản lượng q_1 , đường MC đang có xu hướng đi xuống. Với những mức sản lượng q lân cận và nhỏ hơn q_1 , đường MC nằm phía trên đường cầu D , có nghĩa là chi phí biên đang lớn hơn doanh thu biên hay mức giá. Lúc này, như ta đã biết, càng tăng sản lượng thì tổng lợi nhuận càng giảm. Khi sản lượng lân cận và lớn hơn q_1 , đường MC lại nằm phía dưới đường cầu D , nên tương ứng với những mức sản lượng này, chi phí biên lại nhỏ hơn doanh thu biên. Khi đó, nếu tiếp tục tăng sản lượng sẽ làm cho tổng lợi nhuận tăng. Như vậy, tại sản lượng q_1 , tổng lợi nhuận là tối thiểu chứ không phải là tối đa.

Ngược lại, nếu xét những điểm sản lượng lân cận với sản lượng q_2 , nơi mà đường cầu D cắt đường MC ở phần đang đi lên, ta có: thứ nhất, tương ứng với các mức sản lượng còn nhỏ hơn q_2 , chi phí biên còn nhỏ hơn doanh thu biên hay mức giá. Vì vậy, nếu tăng sản lượng, tổng lợi nhuận sẽ tăng. Khi sản lượng lớn hơn q_2 , chi phí biên lại vượt quá doanh thu biên. Lúc đó, nếu tăng sản lượng thì tổng lợi nhuận sẽ giảm. Như thế, tại sản lượng q_2 , lợi nhuận sẽ đạt giá trị lớn nhất. Nói cách khác, điều kiện cần để tối đa hóa lợi nhuận đối với một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là nó phải lựa chọn sản lượng tương ứng với giao điểm của đường cầu mà nó đối diện và phần đường chi phí biên đang đi lên.

Điều kiện bổ sung: Về ngắn hạn, doanh nghiệp chỉ sản xuất (với mức sản lượng tương tự như sản lượng q_2 nói ở trên; giờ đây, để cho tiện ta đặt tên cho mức sản lượng này là q^*) nếu như mức giá thị trường lớn hơn hoặc bằng mức chi phí biến đổi bình quân tối thiểu. Trong trường hợp ngược lại, doanh nghiệp sẽ tạm thời đóng cửa, không sản xuất gì.

Giả sử, trong ngắn hạn, mức giá thị trường P đang lớn hơn hoặc bằng mức chi phí biến đổi bình quân tối thiểu ($P \geq AVC_{\min}$). Tại mức sản lượng q^* , ta có $MC(q^*) = P$. Do đó, $MC(q^*) \geq AVC_{\min}$, tức là đường chi phí biên MC đang nằm ở phía trên đường chi phí biến đổi bình quân AVC (điều này được suy ra từ mối quan hệ giữa đường MC và đường AVC mà chúng ta đã biết). Vì vậy, mức chi phí biên tại sản lượng q^* (bằng mức giá P) chắc chắn sẽ lớn hơn mức chi phí biến đổi bình quân tương ứng. Nghĩa là điều kiện bổ sung tổng quát ($P \geq AVC$) được thỏa mãn hay doanh nghiệp có thể sản xuất được ở mức sản lượng này. Trái lại, nếu mức giá thị trường P nhỏ hơn AVC tối thiểu ($P < AVC_{\min}$), tại mức sản lượng q^* , chi phí biên cũng sẽ nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân tối thiểu: $MC(q^*) = P < AVC_{\min}$. Điều đó có nghĩa là lúc này đường chi phí biên đang nằm dưới đường chi phí biến đổi bình quân. Vì thế, chi phí biên tại sản lượng q^* (cũng chính bằng mức giá) phải nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân tương ứng ($MC(q^*) = P < AVC(q^*)$). Do $P < AVC$, doanh nghiệp phải đóng cửa.

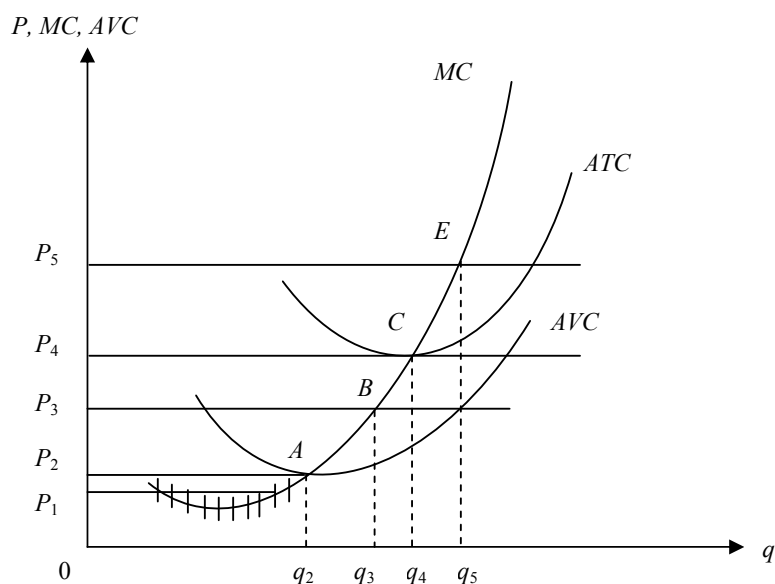


Hình 5.3: Trong ngắn hạn, doanh nghiệp chỉ sản xuất với sản lượng q^* khi P lớn hơn AVC tối thiểu

** Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp*

Chúng ta hãy áp dụng mô hình lựa chọn sản lượng nhằm tối đa hóa lợi nhuận nói trên để xem xét cách thức một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo phản ứng ra sao khi giá thị trường thay đổi.

Ta hãy xuất phát từ một mức giá thị trường P_1 tương đối thấp. Giả sử mức giá này nhỏ hơn mức chi phí biến đổi bình quân tối thiểu. Như điều kiện bổ sung chúng ta vừa đề cập, lúc này doanh nghiệp cần đóng cửa. Trong điều kiện giá thấp như vậy, doanh nghiệp không sản xuất.



Hình 5.4: Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo. Đó là một phần của đường MC tính từ điểm A trở lên

Doanh nghiệp chỉ bắt đầu sản xuất khi mức giá thị trường tăng lên ít nhất đạt mức $P_2 = AVC_{\min}$. Tại mức giá này, doanh nghiệp có thể sản xuất với sản lượng q_2 , nơi mà $MC(q_2) = P_2$, tương ứng với điểm A trên đồ thị (điểm A là điểm mà đường MC cắt đường AVC chính tại mức AVC_{\min}). Thật ra, nếu sản xuất với sản lượng q_2 , vì mức giá bằng chính mức AVC tương ứng nên tổng doanh thu của doanh nghiệp mới vừa đủ bù đắp các chi phí biến đổi. Doanh nghiệp vẫn phải gánh chịu khoản lỗ tương đương với mức chi phí cố định giống như khi nó còn đóng cửa. Tuy nhiên, giờ đây, việc đóng cửa không còn lợi hơn so với sản xuất. Vì thế, mức giá P_2 là ngưỡng tối thiểu để một doanh nghiệp đã tham gia thị trường bắt đầu có thể sản xuất được.

Khi giá thị trường tăng lên đến mức P_3 lớn hơn mức giá $P_2 (= AVC_{\min})$ song vẫn nhỏ hơn mức chi phí bình quân tối thiểu ATC_{\min} , sản lượng tối ưu theo quy tắc $MC = P$ là q_3 , tương ứng với điểm B trên đường MC . Tại sản lượng này, do P_3 còn nhỏ hơn ATC_{\min} , nên P_3 cũng nhỏ hơn $ATC(q_3)$. Tuy sản xuất song doanh nghiệp vẫn bị thua lỗ. Chỉ có điều mức

thua lỗ giờ đây thấp hơn mức chi phí cố định, vì $P_3 > AVC(q_3)$ nên sản lượng q_3 vẫn là mức sản lượng mà doanh nghiệp lựa chọn.

Nếu giá thị trường tiếp tục tăng lên thành P_4 , bằng chính với mức ATC_{\min} , sản lượng tối ưu tương ứng của doanh nghiệp sẽ là q_4 (ứng với điểm C vừa nằm trên đường MC , vừa nằm trên đường ATC tại điểm ATC_{\min}). Tại mức sản lượng này, lợi nhuận kinh tế của doanh nghiệp bằng 0 (tức doanh nghiệp hòa vốn).

Nếu những biến động trên thị trường tiếp tục đẩy giá lên cao hơn, (thành P_5 lớn hơn ATC_{\min} chẳng hạn), thì sản lượng tối ưu khi này là q_5 (tương ứng với điểm E trên đường MC). Trong trường hợp này, doanh nghiệp thu được lợi nhuận kinh tế dương vì $P_5 > ATC(q_5)$. (Khi $P > ATC$ thì $TR > TC$).

Tóm lại, khi giá thị trường quá thấp, doanh nghiệp sẽ đóng cửa, không sản xuất. Mức giá P_2 là ngưỡng giá cả tối thiểu để doanh nghiệp sản xuất. Tương ứng với các mức giá P_2, P_3, P_4, P_5 , các mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận mà doanh nghiệp sẵn sàng cung ứng lần lượt là q_2, q_3, q_4, q_5 . Các điểm A, B, C, E một mặt, đều nằm trên đường chi phí biên, mặt khác, cho chúng ta biết các mức sản lượng mà doanh nghiệp sẵn sàng cung ứng tương ứng với các mức giá thị trường khác nhau. Theo định nghĩa, đó cũng chính là những điểm nằm trên đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp.

Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp là một phần của đường chi phí biên ngắn hạn, bắt đầu từ điểm A (tức tại đó AVC_{\min}) trở lên. Do đây là phần đường MC đang đi lên nên đường cung này là một đường dốc lên, thể hiện việc gia tăng sản lượng của doanh nghiệp nhằm đáp ứng với sự lên giá hàng hóa trên thị trường.

5.2.2. Cung ứng trong dài hạn

**Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận trong dài hạn.*

Lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp trong dài hạn gắn liền với khả năng điều chỉnh được tất cả các yếu tố đầu vào của nó trước những biến động dài hạn của thị trường. Các chi phí mà doanh nghiệp xem xét là các chi phí dài hạn. Doanh thu mà doanh nghiệp dự kiến hay cân nhắc cũng được xây dựng trên mức giá mà doanh nghiệp kỳ vọng trong một khoản thời gian dài. Những điều kiện tối đa hóa lợi nhuận chi phối sự lựa chọn đầu ra của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo trong dài hạn có thể được suy ra từ điều kiện tổng quát, gắn với đặc điểm chấp nhận giá của doanh nghiệp này.

- Điều kiện cần: Trong dài hạn, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo phải lựa chọn sản lượng sao cho tại đơn vị sản lượng cuối cùng, chi phí biên dài hạn bằng với mức giá mà doanh nghiệp trông đợi ($LMC = P$). Điều kiện này là hiển nhiên, như ta đã lý giải trong phần phân tích cung ứng sản phẩm ngắn hạn của doanh nghiệp. Nó chỉ là cụ thể hóa điều kiện cần tổng quát trong trường hợp doanh thu biên MR luôn luôn bằng mức giá P .

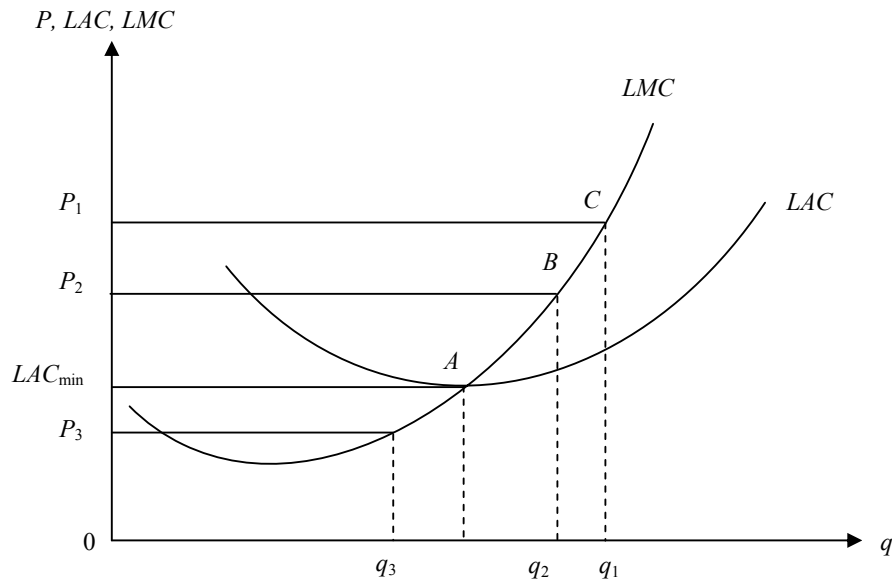
- Điều kiện bổ sung: Về dài hạn, doanh nghiệp chỉ sản xuất (với mức sản lượng tương ứng với điểm cắt của phần đi lên của đường chi phí biên dài hạn với đường cầu mà doanh nghiệp đối diện) khi mức giá dài hạn mà nó dự kiến lớn hơn hoặc bằng mức chi phí bình quân tối thiểu dài hạn ($P \geq LAC_{\min}$). Trong trường hợp ngược lại ($P < LAC_{\min}$), doanh nghiệp sẽ rút lui khỏi ngành.

Cách lập luận để giải thích điều kiện này cũng tương tự như trường hợp ngắn hạn.

Từ các điều kiện quy định cách thức lựa chọn đầu ra nhằm tối đa hóa lợi nhuận trong dài hạn nói trên, ta cũng có thể hiểu được thực chất của đường cung dài hạn của một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo.

Như có thể thấy qua hình 5.5, đường LMC biểu thị đường chi phí biên dài hạn của doanh nghiệp. Đường này cắt đường LAC (vì trong dài hạn, tổng chi phí chỉ bao gồm các chi phí biến đổi nên $LATC$ và $LAVC$ thực chất chỉ là một, do đó, có thể ký hiệu chung là LAC) tại điểm A ,

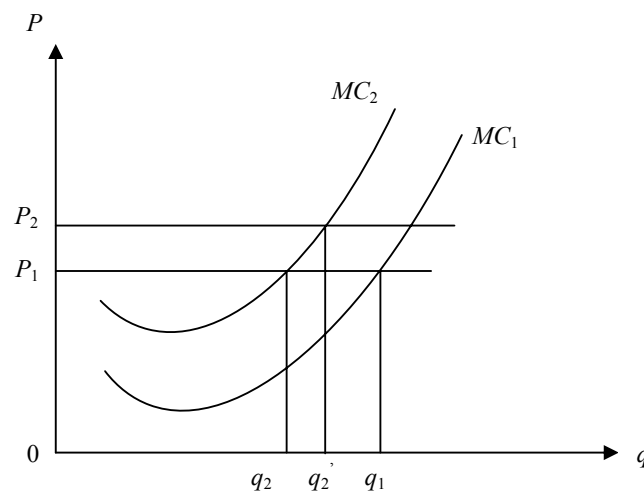
tương ứng với mức LAC_{\min} . Nếu mức giá thị trường là tương đối cao, chẳng hạn là P_1 như trên hình 5.5, điều kiện cần cho thấy sản lượng tối ưu mà doanh nghiệp lựa chọn sẽ là q_1 , tương ứng với điểm C , nơi mà đường cầu nằm ngang ứng với mức giá P_1 cắt đường LMC . Tại mức sản lượng này, điều kiện bổ sung ($P \geq LAC_{\min}$) được thỏa mãn nên doanh nghiệp sẽ yên tâm sản xuất trong ngành. Khi mức giá hạ xuống đến P_2 song vẫn còn lớn hơn LAC_{\min} , trượt theo đường LMC , doanh nghiệp phản ứng bằng cách cắt giảm sản lượng xuống thành q_2 (tương ứng với điểm B). Chỉ khi nào mức giá hạ xuống thấp hơn LAC_{\min} , chẳng hạn như mức giá P_3 , doanh nghiệp mới không có khả năng trang trải được các chi phí bằng các khoản doanh thu và chịu thua lỗ, nó mới rút lui khỏi ngành. Như vậy, đường cung dài hạn của doanh nghiệp, với tư cách là đường biểu thị mối quan hệ sản lượng và giá cả dài hạn, chính là đường nối liền các điểm như A , B , C trên đường LMC . Thực chất, đó là một phần dốc lên của đường LMC , tính từ điểm A , tương ứng với mức giá bằng LAC_{\min} , trở lên.



Hình 5.5: Đường cung dài hạn của một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

* *Vận dụng:* Phản ứng của doanh nghiệp sẽ diễn ra như thế nào nếu như giá cả các yếu tố đầu vào tăng lên?

Khi các điều kiện khác vẫn giữ nguyên, đồng thời giá các yếu tố đầu vào tăng lên, để có thể sản xuất ra một mức sản lượng như trước, chi phí sản xuất của doanh nghiệp tăng lên. Hệ quả là các đường ATC , MC của doanh nghiệp đều bị dịch chuyển lên trên. Thoạt tiên, khi những thay đổi này chỉ diễn ra với một doanh nghiệp, giá cân bằng thị trường vẫn chưa thay đổi. Song vì đường MC (phản ánh đường cung của doanh nghiệp) dịch chuyển lên trên từ đường MC_1 thành đường MC_2 , nên mức sản lượng tối ưu của doanh nghiệp cũng sẽ thay đổi từ q_1 thành q_2 . Doanh nghiệp đã cắt giảm sản lượng để thích ứng với việc giá các yếu tố đầu vào tăng.



Hình 5.6: Sản lượng cung ứng của doanh nghiệp sẽ giảm xuống (từ q_1 thành q_2') khi giá cả các yếu tố đầu vào tăng

Tuy nhiên, tình hình vẫn chưa dừng lại ở đó. Nếu mọi doanh nghiệp trong ngành đều phải đối diện với sự kiện: giá cả các yếu tố đầu vào tăng, chúng đều phản ứng theo cách cắt giảm sản lượng như trên. Sự đồng loạt cắt giảm sản lượng đó sẽ làm thay đổi đường cung chung của thị trường. Đường cung thị trường dịch chuyển lên trên đẩy mức giá cân bằng của thị trường tăng lên từ P_1 thành P_2 . Giờ đây, đường cầu mà mỗi doanh nghiệp đối diện là đường cầu mới, tương ứng với mức giá P_2 . Doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng q_2' lớn hơn sản lượng q_2 , mặc dù sản lượng này vẫn nhỏ hơn sản lượng q_1 ban đầu.

5.3. Cung ứng sản phẩm của ngành cạnh tranh hoàn hảo

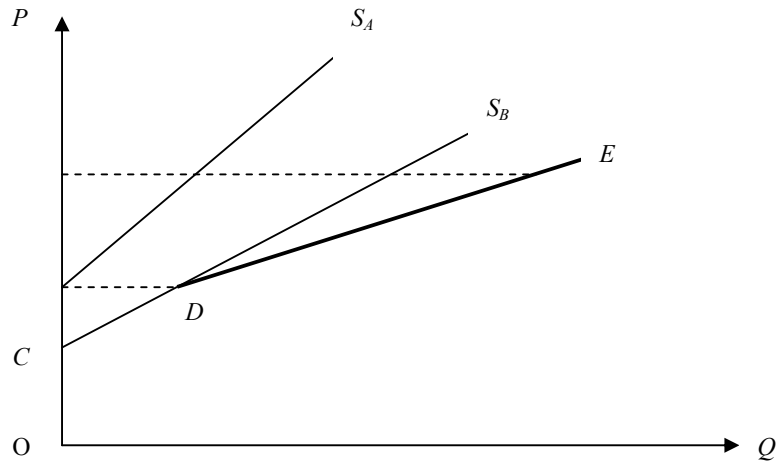
Một ngành cạnh tranh hoàn hảo bao gồm nhiều doanh nghiệp cùng sản xuất một loại sản phẩm giống hệt nhau. Đường cung của ngành phản ánh mối quan hệ giữa sản lượng mà toàn ngành sẵn sàng cung ứng với mức giá. Về nguyên tắc, sản lượng mà ngành cung ứng tại một mức giá nhất định chính là tổng sản lượng mà các doanh nghiệp trong ngành sẵn sàng cung ứng tại mức giá này. Tuy nhiên, có sự phân biệt giữa ngắn hạn và dài hạn. Trong dài hạn, ngoài những điều ta đã biết, sự gia nhập ngành và rút lui ra khỏi ngành làm cho số lượng doanh nghiệp trong ngành trong dài hạn không giống như trong ngắn hạn.

5.3.1. Đường cung ngắn hạn của ngành

Đặc điểm của ngành xét trong ngắn hạn thể hiện ở hai điểm: Thứ nhất, mỗi doanh nghiệp chỉ có khả năng điều chỉnh hạn chế một số yếu tố đầu vào và bị ràng buộc bởi một số yếu tố đầu vào cố định. Thứ hai, số lượng các doanh nghiệp trong ngành được xem là cố định, với những doanh nghiệp hiện hành đang hoạt động.

Đặc điểm thứ nhất quy định tính chất của đường cung ngắn hạn của từng doanh nghiệp, thể hiện ở hình dạng các đường chi phí biên ngắn hạn, với một điểm đóng cửa cụ thể nào đó. Đặc điểm thứ hai cho thấy có thể xây dựng đường cung ngắn hạn của ngành bằng cách cộng theo chiều ngang các đường cung ngắn hạn của các doanh nghiệp mà số lượng chúng là đã xác định. Cụm từ “cộng theo chiều ngang” ở đây hàm nghĩa rằng: sản lượng mà ngành sẵn sàng cung ứng tại mỗi mức giá chính là tổng sản lượng mà các doanh nghiệp sẵn sàng cung ứng tại mức giá đó. Giả sử tại mức giá P_i sản lượng mà doanh nghiệp j sẵn sàng cung ứng là q_{ij} , thì lượng cung tương ứng Q_i của ngành là: $Q_i = \sum q_{ij}$. Mỗi cặp (Q_i, P_i) cho ta một điểm xác định trên đường cung của ngành.

Có thể minh họa nguyên tắc trên bằng đồ thị ở hình 5.7, với giả định đơn giản là trong ngành chỉ có 2 doanh nghiệp A và B.



Hình 5.7: Đường cung của ngành (đường CDE) được tổng hợp từ đường cung của các doanh nghiệp

5.3.2. Đường cung dài hạn của ngành

Xét về dài hạn, ngành có hai đặc điểm cần lưu ý: Thứ nhất, các doanh nghiệp có khả năng điều chỉnh mọi yếu tố đầu vào. Đặc điểm này khiến cho các đường chi phí dài hạn, trong đó có cả chi phí biên, của mỗi doanh nghiệp không hoàn toàn giống các đường chi phí ngắn hạn. Thứ hai, số lượng doanh nghiệp trong ngành không hoàn toàn là cố định. Do đây là ngành cạnh tranh hoàn hảo nên việc gia nhập ngành hay rút lui ra khỏi ngành của các doanh nghiệp là khá dễ dàng, xét cả về phương diện pháp lý lẫn kinh tế. Khi các doanh nghiệp hiện hành trong ngành đang hoạt động trong tình trạng thuận lợi, thu được lợi nhuận kinh tế dương, ngành trở thành địa chỉ đầu tư hấp dẫn đối với mọi doanh nghiệp tiềm năng đang ở ngoài ngành (những người đang chuẩn bị thành lập doanh nghiệp hay những doanh nghiệp đang hoạt động ở các ngành khác). Lợi nhuận kinh tế dương chứng tỏ doanh nghiệp đang thu được lợi nhuận kế toán siêu ngạch, vượt quá mức lợi nhuận kế toán thông thường ở các ngành khác. Điều này tạo ra động cơ thu hút các doanh nghiệp mới nhập ngành, khi mà sự tham gia vào ngành là hoàn toàn tự do. Ngược lại, nếu các doanh nghiệp trong ngành đang ở trong tình trạng thua lỗ, việc dễ dàng rút lui khỏi ngành một cách không tốn kém sẽ khiến cho một số doanh nghiệp sẽ rời ngành. Như vậy, đường cung dài hạn của ngành phải

phản ánh được sự dao động về số lượng doanh nghiệp hoạt động trong ngành, gắn liền với động thái gia nhập ngành và rút lui khỏi ngành đó.

Về nguyên tắc, đường cung dài hạn của ngành cũng phải là đường tổng hợp theo chiều ngang từ các đường cung dài hạn của các doanh nghiệp. Chỉ có điều ở đây số lượng các doanh nghiệp trong ngành là không cố định, mà lại thay đổi theo từng mức giá. Tại một mức giá mà các doanh nghiệp hiện hành chỉ thu được lợi nhuận kinh tế bằng 0 (các doanh nghiệp ở trạng thái hòa vốn), các doanh nghiệp mới không có xu hướng nhập ngành, các doanh nghiệp hiện hành trong ngành cũng đủ hài lòng để không rút lui khỏi ngành. Tại mức giá này, lượng cung của ngành chính bằng tổng lượng cung của các doanh nghiệp hiện hành. Ở các mức giá cao hơn, một mặt, các doanh nghiệp hiện hành sẽ gia tăng sản lượng bằng cách trượt theo đường cung dài hạn của mình. Mặt khác, do mức giá cao hơn làm cho các doanh nghiệp hiện hành thu được lợi nhuận kinh tế dương, các doanh nghiệp mới sẽ nhảy vào ngành. Tại những mức giá này, lượng cung của ngành không chỉ bao gồm lượng cung của tất cả các doanh nghiệp hiện hành cộng lại mà còn bao gồm cả sản lượng cung ứng của các doanh nghiệp mới vào ngành. Tại một mức giá thấp hơn so với mức giá hòa vốn, các doanh nghiệp hiện hành trong ngành rơi vào tình trạng thua lỗ. Một số doanh nghiệp sẽ rút lui khỏi ngành (nhờ động thái này mà cung của ngành sẽ giảm xuống và điều này sẽ kích thích giá lại tăng lên, khiến cho không phải tất cả doanh nghiệp đều rút lui khỏi ngành). Tương ứng với mức giá đó, lượng cung của ngành sẽ bằng tổng lượng cung ban đầu của các doanh nghiệp hiện hành trừ đi sản lượng của các doanh nghiệp đi ra khỏi ngành.

Phân tích nói trên cho thấy đường cung dài hạn của ngành thường thoải hơn so với đường cung ngắn hạn của nó. Trong dài hạn, một sự thay đổi tương tự trong mức giá có thể dẫn đến sự thay đổi về sản lượng lớn hơn so với ngắn hạn vì: một mặt, các đường *LMC* của các doanh nghiệp thường thoải hơn so với các đường *SMC* (do khả năng lựa chọn đầu vào trong dài hạn phong phú hơn khiến cho chi phí tăng thêm để sản xuất thêm một đơn vị sản lượng có khuynh hướng thấp hơn, ở những mức sản lượng mà doanh nghiệp có thể sản xuất được); mặt khác, vì xu hướng

nhập (làm sản lượng của ngành tăng lên nhanh chóng do sự xuất hiện của các doanh nghiệp mới) hoặc xuất ngành (làm sản lượng của ngành giảm xuống nhanh do việc một số doanh nghiệp rời khỏi ngành).

**Trạng thái cân bằng dài hạn của ngành*

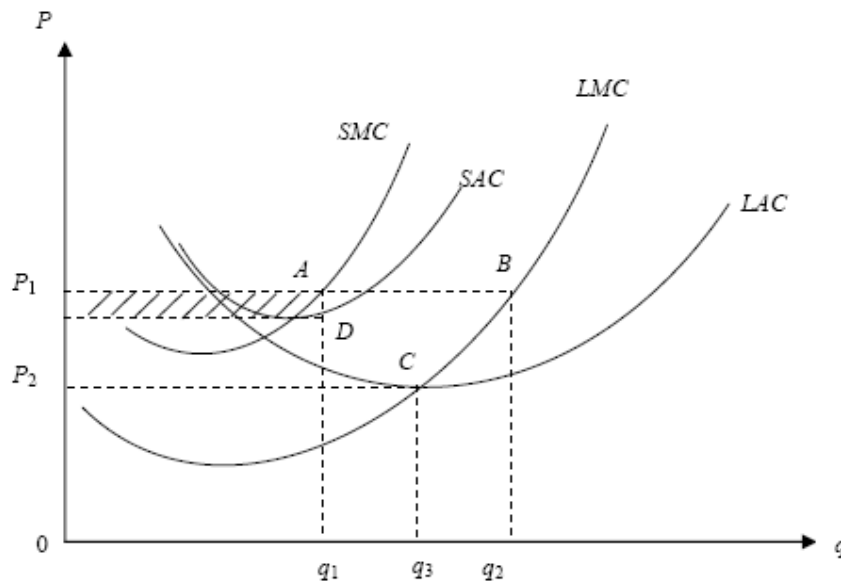
Cân bằng thị trường chỉ trạng thái mà thị trường tương đối ổn định do không tồn tại những áp lực buộc nó phải thay đổi. Trong ngắn hạn, thị trường chỉ cân bằng khi tổng lượng cung của ngành bằng tổng lượng cầu của những người tiêu dùng, đồng thời sản lượng mà các doanh nghiệp đang cung ứng chính là sản lượng tối đa hóa lợi nhuận. Tuy nhiên, một trạng thái cân bằng ngắn hạn có thể không duy trì được lâu dài. Nếu mức giá cân bằng thị trường tương đối cao, các doanh nghiệp hiện hành trong ngành thu được lợi nhuận kinh tế dương, thì về dài hạn, điều đó sẽ kích thích các doanh nghiệp mới gia nhập vào ngành. Cung của ngành sẽ tăng, đường cung (ngắn hạn) của ngành sẽ dịch chuyển sang phải và xuống dưới. Giá cân bằng thị trường dần dần hạ xuống. Quá trình nhập ngành này chỉ dừng lại khi giá thị trường hạ xuống đến mức lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp trong ngành chỉ bằng 0, tức là các doanh nghiệp đạt được mức lợi nhuận kế toán thông thường.

Ngược lại, nếu giá thị trường tương đối thấp, các doanh nghiệp hiện hành trong ngành sẽ rơi vào tình trạng thua lỗ. Lợi nhuận kinh tế âm khiến cho một số doanh nghiệp sẽ rút lui ra khỏi ngành. Đường cung của ngành sẽ dịch chuyển sang trái và lên trên, biểu thị sự sụt giảm về nguồn cung. Giá cả trên thị trường dần dần lại tăng lên. Mức thua lỗ của các doanh nghiệp trong ngành giảm dần. Quá trình chạy ra khỏi ngành và cùng với nó là giá cả tăng dần chỉ dừng lại khi lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp bằng 0.

Như vậy, khi lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp trong ngành bằng 0, số lượng doanh nghiệp là ổn định vì các doanh nghiệp mới không có động cơ đi vào ngành, còn các doanh nghiệp hiện hành vẫn có thể hài lòng với mức lợi nhuận kế toán thông thường để không rút lui khỏi ngành. Ngược lại, khi lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp khác 0, tùy theo trạng thái cụ thể mà có sự nhập ngành của các doanh nghiệp mới

hoặc sự rút lui khỏi ngành của các doanh nghiệp cũ. Sự tự do xuất, nhập ngành này làm cho lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp thay đổi theo hướng hội tụ dần về mức bằng 0. Tóm lại, tại mức lợi nhuận kinh tế bằng 0, ngành đạt đến trạng thái cân bằng dài hạn. Nói một cách khác, cân bằng dài hạn của ngành chỉ đạt được khi thị trường thỏa mãn được điều kiện cân bằng ngắn hạn, đồng thời tại đó, lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp bằng 0. Mức giá cân bằng dài hạn như vậy bằng mức chi phí bình quân dài hạn ($P = LAC$).

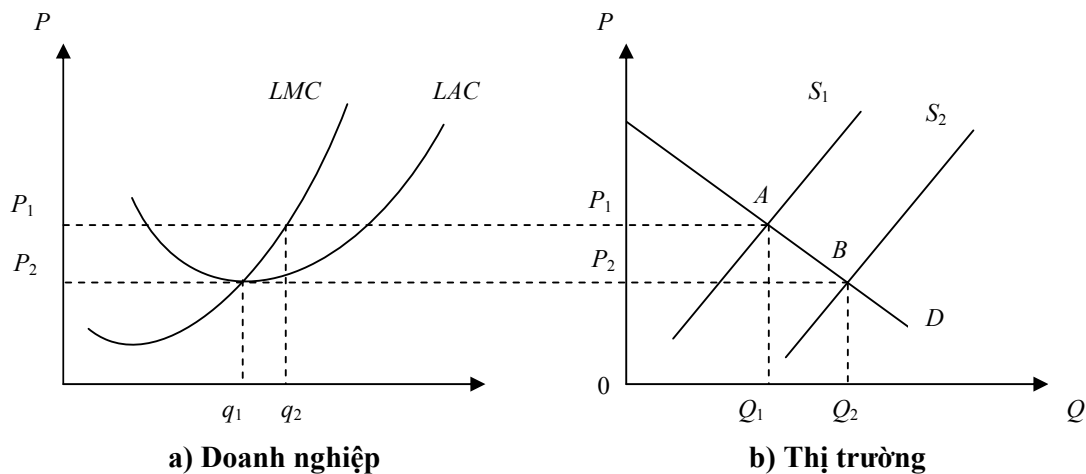
Ta có thể thấy quá trình chuyển đến cân bằng dài hạn của một thị trường cạnh tranh hoàn hảo qua đồ thị ở hình 5.8 và 5.9.



Hình 5.8: Lựa chọn sản lượng tối đa hóa lợi nhuận trong dài hạn của một doanh nghiệp

Ở hình 5.8, chúng ta chỉ biểu thị phản ứng của một doanh nghiệp trong dài hạn. Thoạt tiên, với mức giá thị trường là P_1 , lựa chọn sản lượng ngắn hạn của doanh nghiệp là q_1 , tương ứng với điểm A, điểm cắt của đường chi phí biên ngắn hạn SMC với đường nằm ngang tại mức giá P_1 . Nếu mức giá này được duy trì lâu dài, doanh nghiệp sẽ mở rộng quy mô nhà máy một cách thích hợp để có thể sản xuất được sản lượng q_2 , sao

cho tại đó chi phí biên dài hạn LMC bằng mức giá P_1 . Tại mức giá P_1 , doanh nghiệp có lợi nhuận kinh tế dương cả trong ngắn hạn và dài hạn (ví dụ, trong ngắn hạn, lợi nhuận của doanh nghiệp được biểu thị bằng diện tích của hình chữ nhật bị gạch chéo). Nếu mức giá hạ xuống thành P_2 (bằng với mức chi phí bình quân dài hạn tối thiểu), xét về dài hạn, sản lượng tối ưu của doanh nghiệp sẽ là q_3 . Tại sản lượng đó, doanh nghiệp chỉ thu được lợi nhuận (kinh tế) bằng 0.



Hình 5.9: Sự cân bằng dài hạn của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

Trên đồ thị ở hình 5.9, ở phần a, ta thấy nếu mức giá cân bằng thị trường là P_1 , được duy trì trong một thời gian dài, sản lượng tối ưu mà doanh nghiệp lựa chọn là q_1 (tại đó, $LMC = P_1$). Tại trạng thái này, doanh nghiệp có lợi nhuận kinh tế dương. Điều đó sẽ lôi cuốn các doanh nghiệp mới gia nhập ngành. Vì thế, điểm A trên hình 5.9 b, chưa phải là một điểm cân bằng dài hạn của ngành. Sự nhập ngành của những người sản xuất mới sẽ khiến đường cung thị trường dịch chuyển từ đường S_1 dần dần thành đường S_2 và giá thị trường sẽ hạ xuống dần dần thành P_2 , ngang bằng với mức LAC_{\min} . Khi giá là P_2 , sản lượng tối ưu mà doanh nghiệp lựa chọn là q_2 . Tại đó, doanh nghiệp chỉ có lợi nhuận kinh tế bằng 0. Tương ứng, điểm cân bằng thị trường B sẽ là điểm cân bằng dài hạn.

(Lưu ý rằng ở hình 5.9, thang đo trên trục hoành ở đồ thị a và b là khác nhau, trong đó sản lượng Q của cả thị trường tại một mức giá nào đó là tổng các sản lượng q của các doanh nghiệp tại mức giá đó).

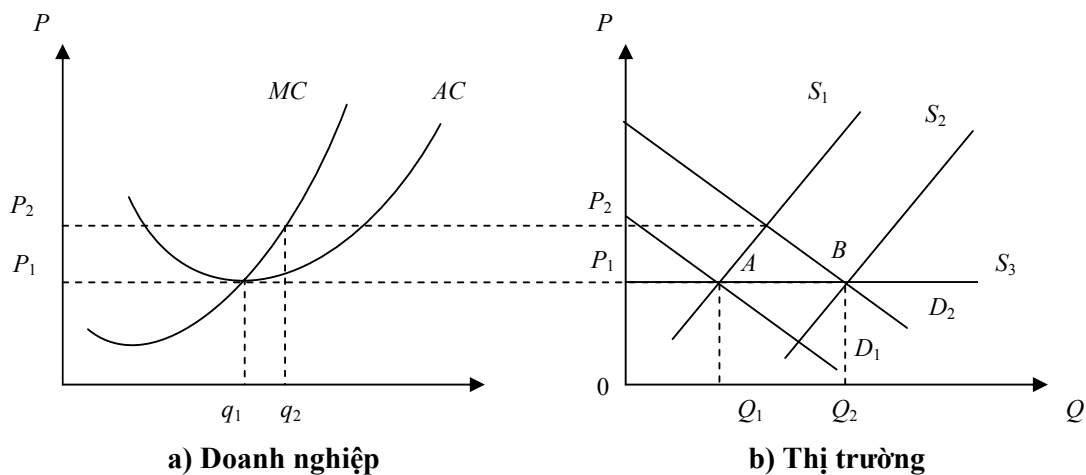
** Ngành có đường cung dài hạn nằm ngang, dốc lên, dốc xuống*

Điều chỉnh sản lượng cung ứng của ngành trong dài hạn chỉ hoàn tất khi quá trình gia nhập hoặc rời khỏi ngành kết thúc. Lúc đó, ngành đạt đến điểm cân bằng dài hạn. Vì thế, có thể hình dung đường cung dài hạn của ngành như tập hợp các điểm cân bằng dài hạn khác nhau.

Đường cung dài hạn của ngành nói chung là một đường dốc lên. Tuy nhiên, trong một số trường hợp đặc biệt, nó có thể là một đường nằm ngang hay dốc xuống.

Đường cung dài hạn của ngành là một đường nằm ngang khi hai điều kiện sau được thỏa mãn: Thứ nhất, các đường chi phí của các doanh nghiệp trong ngành là giống hệt nhau. Thứ hai, giá cả các yếu tố đầu vào không thay đổi khi ngành thay đổi sản lượng. Điều kiện thứ nhất nói chung được thỏa mãn trong hoàn cảnh thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Một ngành cạnh tranh hoàn hảo giả định rằng chi phí xuất, nhập ngành là bằng 0. Điều đó có nghĩa là các doanh nghiệp đã ở trong ngành lâu năm cũng không tạo được ưu thế đáng kể nào về kinh nghiệm sản xuất, bí quyết công nghệ... đối với các doanh nghiệp mới. Vì thế, công nghệ của ngành thường thuộc loại khá đơn giản. Ngoài ra, cần chú ý rằng, chi phí mà chúng ta nói đến là chi phí kinh tế. Do vậy, nếu một doanh nghiệp có thể có chi phí sản xuất thấp hơn so với các doanh nghiệp khác nhờ có được địa điểm sản xuất thuận lợi hay nhờ tận dụng được một số đầu vào đặc biệt, thì đó chỉ là xét trên quan điểm chi phí kế toán. Nếu không sản xuất, doanh nghiệp có thể cho thuê lại địa điểm này và có thể thu được khoản tiền thuê lớn hơn so với các địa điểm kém thuận lợi hơn. Xét trên quan điểm chi phí cơ hội, ưu thế về địa điểm sản xuất của doanh nghiệp sẽ không còn nữa. Vì vậy, chi phí sản xuất của các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo về cơ bản là giống nhau.

Giả định điều kiện thứ hai được thỏa mãn, nghĩa là khi ngành mở rộng sản lượng, mặc dù nhu cầu sử dụng đầu vào tăng lên song giá cả của chúng vẫn giữ nguyên như trước. Như thế, các đường chi phí của doanh nghiệp như chi phí bình quân hay chi phí biên sẽ không thay đổi khi quy mô sản lượng của doanh nghiệp tăng lên.



Hình 5.10: Đường cung dài hạn của ngành có chi phí không đổi

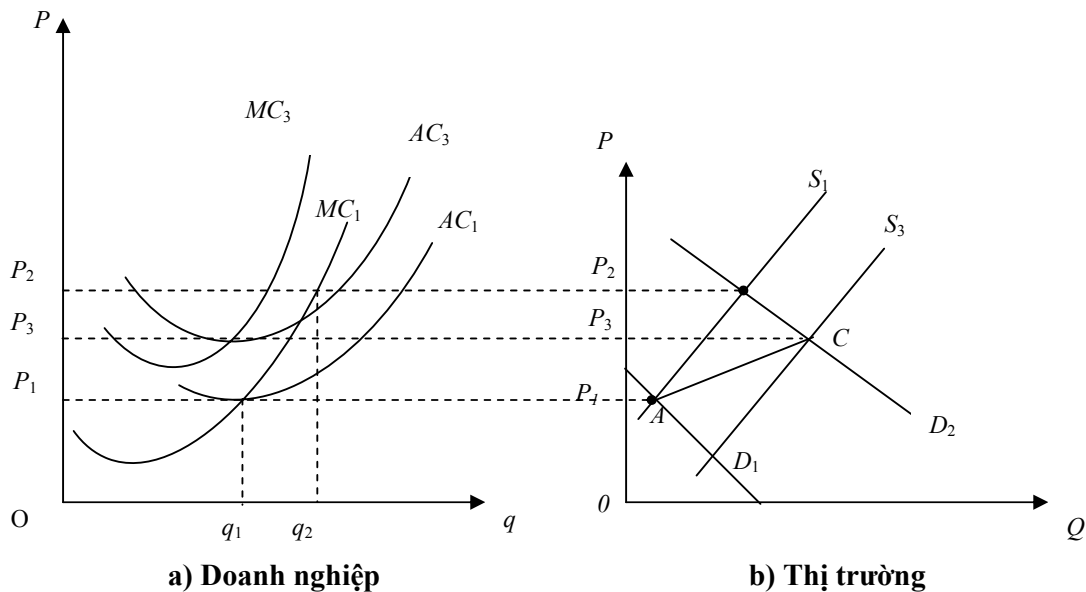
Giả sử thị trường đang ở một trạng thái cân bằng dài hạn như điểm A , giao điểm của đường cầu D_1 và đường cung S_1 trên hình 5.10, phần b. Mức giá thị trường tương ứng là P_1 . Tại mức giá này doanh nghiệp lựa chọn sản lượng tối ưu là q_1 (hình 5.10, phần a). Lợi nhuận (kinh tế) của doanh nghiệp là bằng 0. Nếu vì một lý do nào đó, cầu về hàng hóa tăng lên, đường cầu thị trường sẽ dịch chuyển sang phải (từ D_1 thành D_2). Trước tiên, trong ngắn hạn, giá thị trường sẽ tăng lên thành P_2 . Tại mức giá mới cao hơn này, doanh nghiệp sẽ tăng sản lượng cung ứng lên thành q_2 , phù hợp với nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận. Giờ đây, doanh nghiệp bắt đầu thu được lợi nhuận kinh tế dương. Điều này, như chúng ta đã biết, sẽ thu hút các doanh nghiệp mới gia nhập ngành. Nguồn cung của ngành tăng lên, đường cung của thị trường sẽ dịch chuyển sang phải. Giá hàng hóa trên thị trường dần dần hạ xuống cho đến khi lợi nhuận của doanh nghiệp lại trở về bằng 0. Thị trường lại trở về một điểm cân bằng dài hạn, song tương ứng với đường cầu mới là D_2 . Đó chính là điểm B trên hình

5.10, b. Vì các đường chi phí của các doanh nghiệp là không đổi, nên mức giá cân bằng dài hạn vẫn là P_1 . Điểm B ngang bằng với mức giá P_1 nên cũng có tung độ như điểm A . Kết quả là đường cung dài hạn của ngành chính là đường nằm ngang AB . (Khi mức giá cân bằng lại trở về P_1 , mỗi doanh nghiệp lại quay về lựa chọn mức sản lượng q_1 . Tuy nhiên, giờ đây do có thêm các doanh nghiệp mới tham gia vào ngành, nên sản lượng của ngành là Q_2 chứ không phải là Q_1).

Đối với một ngành cạnh tranh hoàn hảo có chi phí không đổi, đường cung dài hạn của nó là một đường nằm ngang tại mức giá bằng chi phí bình quân dài hạn tối thiểu.

Trường hợp trên tương đối ít xảy ra. Thông thường, khi các doanh nghiệp trong ngành đồng loạt gia tăng sản lượng, nhu cầu về các yếu tố đầu vào của ngành tăng lên. Do đó, giá các yếu tố đầu vào cũng tăng lên. Ví dụ, khi nhu cầu về lương thực tăng lên, để có thể cung ứng sản lượng lương thực lớn hơn, những người nông dân phải mở rộng diện tích gieo trồng, sử dụng nhiều lao động, phân bón cũng như một số đầu vào khác hơn. Những đất đai kém màu mỡ hơn dần dần được đưa ra khai thác. Chi phí về sử dụng đất đai như một yếu tố đầu vào dần dần tăng lên. Điều tương tự cũng có thể xảy ra với lao động, phân bón và các đầu vào khác. Trong trường hợp này, sản lượng đầu ra của ngành tăng lên kéo theo giá cả các yếu tố đầu vào tăng lên. Các đường chi phí của doanh nghiệp dịch chuyển lên trên. Mức giá đầu ra đảm bảo cho doanh nghiệp hòa vốn trong dài hạn, tức mức giá bằng chi phí bình quân dài hạn tối thiểu tăng lên, vì chi phí này đã cao hơn trước. Tình hình này sẽ tác động đến đường cung dài hạn của ngành. Chúng ta hãy xuất phát từ một trạng thái ban đầu giống như trường hợp ngành có chi phí không đổi: giá cân bằng dài hạn ban đầu là P_1 , với điểm cân bằng dài hạn trên thị trường là A , sản lượng mà doanh nghiệp lựa chọn là q_1 . Khi cầu về hàng hóa tăng lên và đường cầu mới là D_2 , giá cân bằng ngắn hạn trên thị trường tăng lên thành P_2 . Phản ứng với điều này, các doanh nghiệp đều gia tăng sản lượng lên thành q_2 . Tại mức giá P_2 và sản lượng q_2 , doanh nghiệp thu được lợi nhuận kinh tế dương. Các doanh nghiệp mới bắt đầu xâm nhập vào ngành. Việc sản lượng cung ứng của ngành tăng lên do các doanh nghiệp

đồng loạt gia tăng sản lượng và do xuất hiện thêm nhiều doanh nghiệp mới làm cầu về các yếu tố đầu vào và giá cả của chúng tăng lên. Các đường chi phí bình quân và chi phí biên của doanh nghiệp dịch chuyển lên trên. Giờ đây, mức chi bình quân dài hạn tối thiểu tăng lên khiến cho mức giá cân bằng dài hạn mới của ngành không còn giữ ở mức giá P_1 như cũ mà tăng lên thành P_3 . Vì thế, quá trình xâm nhập ngành và dịch chuyển đường cung của ngành sang bên phải sẽ dừng lại với đường cung S_3 – đường này sẽ cắt đường cầu D_2 tại điểm C tương ứng với mức giá P_3 . Tại mức giá P_3 , lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp bằng 0. C trở thành điểm cân bằng dài hạn mới của ngành. Đường nối A với C thể hiện đường cung dài hạn của ngành. Vì P_3 lớn hơn P_1 , đường này là một đường dốc lên.



Hình 5.11: Đường cung dài hạn của ngành là một đường dốc lên

Trong trường hợp ngược lại (chỉ xảy ra với những ngành sản xuất sản phẩm mới như máy tính...), nếu cùng với sự gia tăng sản lượng đầu ra của ngành, giá cả các yếu tố đầu vào lại giảm xuống, đường cung dài hạn của ngành sẽ là một đường dốc xuống. Cách giải thích điều này về lô gic, hoàn toàn tương tự như trường hợp trên.

Chương 6

THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH KHÔNG HOÀN HẢO

Trong thế giới kinh tế thực, các thị trường thường không phải là thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Khi muốn ký một hợp đồng sử dụng điện, chúng ta không có cơ hội lựa chọn các nhà cung ứng điện khác nhau, vì trên thị trường chỉ có một nhà cung ứng điện độc quyền duy nhất. Khi muốn sử dụng dịch vụ điện thoại di động, chúng ta đối diện với một thị trường mà trên đó chỉ có một số ít người cung ứng. Tuy nhiên, nếu muốn kiếm một chỗ ăn trưa, chúng ta có thể có nhiều nhà hàng để lựa chọn, và đôi khi, sự lựa chọn là không dễ dàng vì các sản phẩm mà chúng cung ứng là không giống nhau. Trên những thị trường như vậy, những người bán không còn là những người chấp nhận giá. Vì thế, mô hình mà chúng ta nghiên cứu ở chương trước không đủ để giải thích hành vi kinh doanh của họ. Chúng ta cần phát triển mô hình tổng quát đã trình bày ở chương 4 để xem xét ứng xử của các doanh nghiệp trên các thị trường mà chúng ít nhiều có quyền lực thị trường.

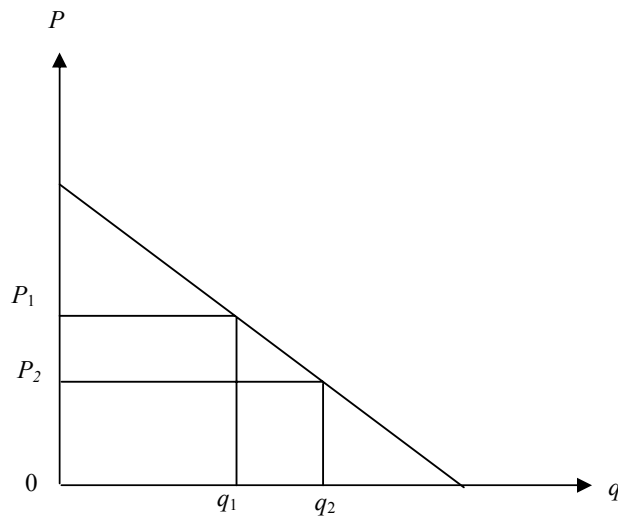
6.1. Đặc điểm và nguồn gốc của thị trường cạnh tranh không hoàn hảo

6.1.1. Đặc điểm chung

Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo gắn liền với khả năng chi phối hay kiểm soát giá của những người bán hay người mua riêng biệt. Xét từ phía người bán, trên một thị trường cạnh tranh không hoàn hảo, doanh nghiệp không phải là người chấp nhận giá mà là người định giá, có khả năng chi phối giá, ở những mức độ khác nhau. Tùy theo số lượng doanh nghiệp (do đó, ở một chừng mực nhất định là khả năng chi phối giá cao hay thấp), người ta chia thị trường cạnh tranh không hoàn hảo thành các dạng: thị trường độc quyền thuần túy (thị trường độc quyền của một người), thị trường độc quyền nhóm và thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền.

Đặc điểm chung của các dạng thị trường cạnh tranh không hoàn hảo khác nhau là:

* *Đường cầu mà một doanh nghiệp cạnh tranh không hoàn hảo đối diện là một đường dốc xuống.* Điều này xuất phát từ chính định nghĩa về thị trường cạnh tranh không hoàn hảo: doanh nghiệp trên thị trường này ít, nhiều có khả năng chi phối giá. Do đó, đường cầu đối diện với nó không thể là một đường nằm ngang, như trường hợp doanh nghiệp chấp nhận giá. Đường cầu này cũng không thể là đường dốc lên, vì người tiêu dùng không sẵn lòng trả giá cao hơn chỉ vì sản lượng mà doanh nghiệp cung cấp và bán ra nhiều hơn. Tính dốc xuống của đường cầu mà doanh nghiệp đối diện phản ánh muốn bán được khối lượng hàng lớn hơn, doanh nghiệp phải hạ giá. Khả năng chi phối giá của doanh nghiệp thể hiện ở chỗ: giá cả mà nó có thể định ra đối với các hàng hóa của mình phụ thuộc vào khối lượng mà nó bán ra. Bằng cách chủ động thay đổi sản lượng, doanh nghiệp có thể tác động đến mức giá của hàng hóa trên thị trường. Với mức sản lượng bán ra thấp (ví dụ q_1 như trong hình 6.1), doanh nghiệp có thể định giá tương đối cao (mức giá P_1). Khi sản lượng cung ứng tương đối cao (q_2), doanh nghiệp phải định giá thấp hơn (P_2) mới mong bán được hết hàng.



Hình 6.1: Đường cầu đối diện với doanh nghiệp cạnh tranh không hoàn hảo

* *Doanh thu biên mà doanh nghiệp thu được nhờ bán thêm một đơn vị sản lượng nhỏ hơn mức giá tương ứng ($MR < P$).*

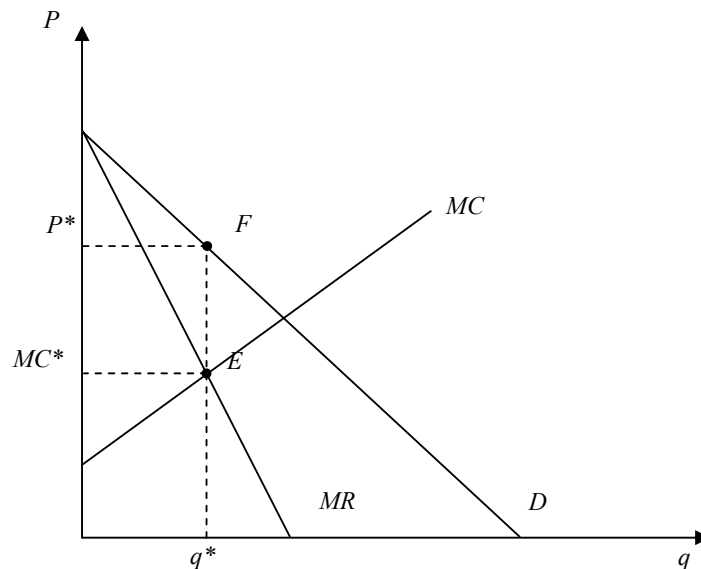
Đối với một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, đường cầu đối diện với nó là một đường nằm ngang, do đó, khi doanh nghiệp bán hàng hóa với một khối lượng lớn hơn, nó không phải hạ giá. Doanh thu biên của việc bán thêm một đơn vị sản phẩm trong trường hợp này chính bằng mức giá. Khi ta khẳng định, đường cầu đối diện với một doanh nghiệp cạnh tranh không hoàn hảo là một đường dốc xuống, chúng ta muốn hàm ý là, để bán được một khối lượng hàng hóa lớn hơn, doanh nghiệp phải hạ đơn giá tính cho mỗi đơn vị sản phẩm xuống. Vì thế, khi bán thêm một đơn vị sản phẩm, doanh thu mà doanh nghiệp thu thêm được bằng mức giá của đơn vị cuối cùng mà doanh nghiệp bán ra trừ đi phần doanh thu mất đi do doanh nghiệp phải hạ giá bán đối với những đơn vị sản phẩm trước đó. Điều đó cho thấy, doanh thu biên của đơn vị sản phẩm cuối cùng nhỏ hơn mức giá tương ứng. Nếu cần, ta có thể diễn giải điều này rõ ràng hơn như sau:

Theo định nghĩa, ta có $MR_{(q+1)} = TR_{(q+1)} - TR_q$, trong đó $MR_{(q+1)}$ là doanh thu biên của đơn vị sản phẩm thứ $(q+1)$, $TR_{(q+1)}$ là tổng doanh thu của khối lượng hàng hóa gồm $(q+1)$ đơn vị sản phẩm, còn TR_q là tổng doanh thu của khối lượng hàng hóa gồm q sản phẩm. Gọi P_{q+1} và P_q lần lượt là các mức giá tương ứng với các khối lượng hàng hóa trên, ta có: $TR_{(q+1)} = (q+1) \cdot P_{q+1}$ và $TR_q = q \cdot P_q$. Vì thế, $MR_{(q+1)} = q \cdot (P_{q+1} - P_q) + P_{q+1}$. Do $P_{q+1} < P_q$ nên số hạng thứ nhất trong biểu thức cuối cùng là một số âm. Từ đó dễ dàng suy ra $MR_{q+1} < P_{q+1}$ hay tổng quát hơn, $MR < P$.

**Khi theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp cạnh tranh không hoàn hảo luôn định giá cao hơn chi phí biên của đơn vị sản phẩm cuối cùng ($P > MC$).*

Thật vậy, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải lựa chọn sản lượng sao cho tại đơn vị sản phẩm cuối cùng $MR = MC$. Tuy nhiên, theo đặc điểm trên, $MR < P$. Vì thế, $P > MC$. Ta có thể minh họa điều đó bằng

hình 6.2. Theo tính chất doanh thu biên luôn nhỏ hơn mức giá tương ứng ở mỗi mức sản lượng, đường doanh thu biên nằm phía dưới đường cầu mà doanh nghiệp đối diện (đường cầu chính là đường giá cả mà doanh nghiệp có thể đặt ứng với mỗi mức sản lượng). Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp là q^* , tương ứng với giao điểm của đường doanh thu biên MR với đường chi phí biên MC . Mức giá mà doanh nghiệp có thể định là P^* , được suy ra từ đường cầu ứng với sản lượng q^* . Rõ ràng P^* lớn hơn MC^* , tức chi phí biên của đơn vị sản lượng cuối cùng khi sản lượng là q^* .



Hình 6.2: Mức giá mà doanh nghiệp cạnh tranh không hoàn hảo định cao hơn mức chi phí biên

Khả năng định giá cao hơn chi phí biên của đơn vị sản lượng cuối cùng nói lên quyền lực thị trường của doanh nghiệp. Để lượng hóa, người ta đánh giá quyền lực này bằng chỉ số Lerner (ký hiệu là L): $L = (P - MC) / P$, trong đó $0 \leq L < 1$. Chỉ số Lerner càng cao, quyền lực thị trường của doanh nghiệp càng lớn. Một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là một doanh nghiệp không có quyền lực thị trường, vì thế $L = 0$.

6.1.2. Nguồn gốc

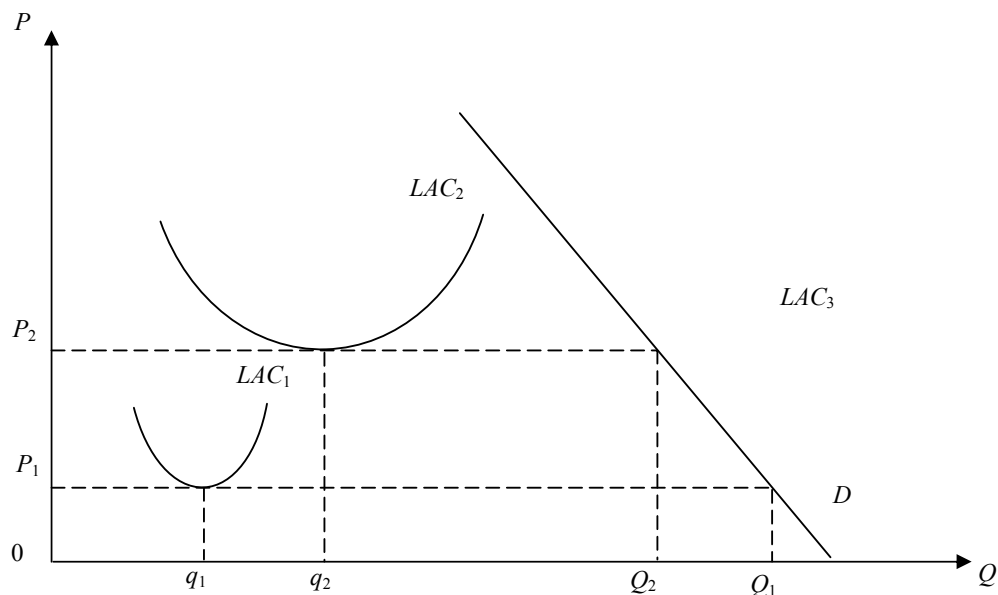
Như chương trước chúng ta đã nghiên cứu, thị trường cạnh tranh hoàn hảo chỉ xuất hiện và tồn tại trong những điều kiện nhất định: số lượng doanh nghiệp tham gia lớn, quy mô của mỗi doanh nghiệp nhỏ; sản phẩm của các doanh nghiệp giống hệt nhau, có thể thay thế cho nhau một cách hoàn hảo; những người tham gia thị trường đều có thông tin hoàn hảo; các doanh nghiệp có thể dễ dàng gia nhập ngành cũng như rút lui khỏi ngành. Khi một trong những điều kiện này không được thỏa mãn, thị trường không phải là thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Khi đó, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo sẽ xuất hiện. Như thế, nguồn gốc kinh tế của sự xuất hiện các thị trường cạnh tranh không hoàn hảo chính là các yếu tố phá vỡ các điều kiện cần thiết nuôi dưỡng thị trường cạnh tranh hoàn hảo nói trên.

** Lợi thế theo quy mô*

Lợi thế theo quy mô phản ánh khoảng sản lượng mà ở đó, quy mô sản lượng càng tăng thì chi phí bình quân dài hạn càng hạ. Tuy nhiên, ở các ngành khác nhau, quy mô sản lượng tối thiểu có hiệu quả cũng khác nhau. Ở những ngành mà quy mô tối thiểu có hiệu quả tương đối nhỏ so với quy mô chung của thị trường, miền lợi thế theo quy mô của mỗi doanh nghiệp tương đối hẹp. Doanh nghiệp sớm vấp phải miền “bất lợi thế theo quy mô”, tức là khoảng sản lượng mà ở đó, chi phí bình quân dài hạn tăng lên theo chiều hướng tăng của sản lượng. Trong những ngành như vậy, số lượng doanh nghiệp có thể cùng tồn tại khá nhiều. Ngành có thể là một ngành cạnh tranh hoàn hảo. Với những ngành mà quy mô tối thiểu có hiệu quả tương đối lớn so với quy mô chung của thị trường, đến một lúc nào đó, số lượng doanh nghiệp có thể cùng hoạt động trong ngành tương đối ít. Cạnh tranh trên thị trường sẽ loại bỏ nhiều doanh nghiệp và chỉ cho phép một vài doanh nghiệp sớm đạt được khả năng sản xuất ở quy mô sản lượng có hiệu quả trụ lại. Trong trường hợp này, ngành sẽ trở thành một ngành cạnh tranh không hoàn hảo. Thậm chí, ở những ngành như phân phối điện, sản lượng tối thiểu có hiệu quả thường

lớn đến mức nó chỉ cho phép một doanh nghiệp duy nhất hoạt động trong ngành. Trong trường hợp như vậy, ngành trở thành ngành độc quyền thuần túy. Doanh nghiệp độc chiếm được thị trường nhờ lợi thế theo quy mô được gọi là doanh nghiệp độc quyền tự nhiên.

Tóm lại, do tính chất kỹ thuật, ở một số ngành, sản lượng cần tập trung vào một nhóm nhỏ các doanh nghiệp mới đảm bảo được hiệu quả kỹ thuật. Khi ngành chỉ dành chỗ cho một số ít, thậm chí là một doanh nghiệp hoạt động, nó trở thành ngành cạnh tranh không hoàn hảo.



Hình 6.3: Lợi thế theo quy mô và cấu trúc thị trường.

Với những ngành mà quy mô tối thiểu có hiệu quả của các hãng quá nhỏ (ví dụ q_1 tương ứng với đường chi phí bình quân dài hạn LAC_1), số lượng các hãng có thể duy trì được hoạt động của mình tương đối nhiều (tại mức giá hòa vốn P_1 , sản lượng q_1 của từng hãng khá nhỏ so với sản lượng chung Q_1 của thị trường). Trong một ngành mà đường chi phí trung bình dài hạn của một hãng là LAC_2 , số lượng hãng tồn tại dài hạn được trong ngành không nhiều. Còn khi LAC_3 mới là chi phí trung bình

dài hạn của một hãng, với đường cầu thị trường vẫn là D , về dài hạn ngành chỉ cho phép tồn tại một doanh nghiệp.

** Tính khác biệt của sản phẩm*

Chúng ta đã biết, khi sản phẩm của các doanh nghiệp cùng hoạt động trong cùng một ngành khác biệt nhau, chúng không thể thay thế cho nhau một cách hoàn hảo (ví dụ, những người đã quen sử dụng dầu gội đầu nhãn hiệu “Sunsilk” không coi các loại dầu gội đầu khác là những vật có thể thay thế nó một cách hoàn hảo). Trong trường hợp này, một doanh nghiệp có thể tăng giá sản phẩm của mình trong một khoảng nhất định mà không bị mất đi những khách hàng quen. Nói cách khác, khi sản phẩm của mỗi doanh nghiệp đều khác biệt với sản phẩm của các đối thủ, mỗi doanh nghiệp riêng biệt dường như có một phân đoạn thị trường riêng. Thị trường chung bị chia cắt thành nhiều thị trường nhỏ. Trên mỗi “khúc” thị trường này, doanh nghiệp là người duy nhất cung ứng hàng hóa. Vì thế nó ít nhiều có khả năng chi phối giá. Thị trường như vậy sẽ là thị trường cạnh tranh không hoàn hảo.

** Những nguyên nhân có tính chất pháp lý ngăn cản cạnh tranh*

Lợi thế quy mô lớn có thể tạo ra rào cản đối với việc gia nhập ngành của các doanh nghiệp mới. Việc các doanh nghiệp hiện hành trong ngành có khả năng sản xuất ở quy mô sản lượng có hiệu quả và quy mô này khá lớn so với quy mô chung của thị trường sẽ khiến cho các doanh nghiệp mới khó thâm nhập vào ngành. Trong trường hợp này, sự tự do xuất, nhập ngành không tồn tại.

Rào cản đối với việc tham gia vào ngành có thể bắt nguồn từ những ngăn trở có tính chất pháp lý do quy định pháp luật hay chính sách của Nhà nước. Có thể kể ra đây một số trường hợp điển hình.

+ Việc cấp giấy phép kinh doanh hạn chế.

Vì những lý do khác nhau, trong một số lĩnh vực, Nhà nước có thể chỉ cấp giấy phép kinh doanh cho một số ít doanh nghiệp. Ví dụ, ở Việt Nam chỉ có một số rất ít doanh nghiệp nhà nước được kinh doanh những mặt hàng như vũ khí, thuốc chữa bệnh, dịch vụ điện thoại... Trong trường hợp này, do số lượng doanh nghiệp tham gia hạn chế, thị trường sẽ không thể là thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

+ Luật bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ

Trong nền kinh tế thị trường, các phát minh, sáng chế là một loại hàng hóa đặc biệt. Nhờ các phát minh, sáng chế mà con người tạo ra những tiến bộ không ngừng trong công nghệ và kỹ thuật sản xuất. Nhiều sản phẩm mới, với những tính năng ngày càng ưu việt ra đời; năng suất lao động của xã hội ngày càng được cải thiện. Tuy nhiên, để có những phát minh, sáng chế, người ta phải đầu tư nhiều công sức, tiền bạc, thời gian... với một độ rủi ro rất cao. Một phát minh mới ra đời, có khả năng ứng dụng trong thực tiễn sản xuất, có thể không đem lại lợi ích kinh tế đáng kể nào cho người tìm ra nó nếu những người khác có cơ hội sao chép, bắt chước và khai thác nó một cách dễ dàng. Trong trường hợp này, động cơ để từng cá nhân, doanh nghiệp đầu tư cho các phát minh, sáng chế bị suy yếu nghiêm trọng. Để khắc phục điều đó, việc bảo hộ các phát minh, sáng chế cũng như những sản phẩm trí tuệ khác được coi là một trong những giải pháp quan trọng. Với các luật về quyền sở hữu trí tuệ, những người nắm giữ các phát minh, sáng chế... được nhà nước bảo hộ độc quyền khai thác chúng trong một khoảng thời gian nhất định. Đây là một rào cản pháp lý để độc quyền (dù chỉ trong một số năm nhất định) sản xuất trong một số lĩnh vực được thiết lập.

Việc bảo hộ các phát minh, sáng chế... luôn là sự bảo hộ có thời hạn. Tính thời hạn ở đây liên quan đến sự cân nhắc của nhà nước trong việc bảo đảm sự hài hòa về lợi ích xã hội giữa việc khuyến khích tạo ra các phát minh, sáng chế với việc phổ biến rộng rãi chúng trong đời sống sản xuất xã hội.

+ Chính sách ngoại thương của Nhà nước.

Để bảo hộ một số ngành công nghiệp trong nước, Nhà nước có thể đánh thuế cao hoặc thiết lập những hàng rào phi thuế quan nhằm ngăn chặn sự xâm nhập của hàng ngoại vào thị trường trong nước. Nếu trong ngành công nghiệp được bảo hộ, chỉ có một nhóm nhỏ doanh nghiệp trong nước đang kinh doanh, thì việc ngăn chặn thành công sự tham gia cạnh tranh của các doanh nghiệp nước ngoài có thể khiến cho ngành trở thành ngành cạnh tranh không hoàn hảo. Tuy nhiên, hiện nay cùng với tiến trình tự do hóa thương mại, việc tháo dỡ các hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với hàng hóa nhập khẩu đã và đang trở thành những cam kết quốc tế mà hầu hết các nước chấp nhận thực hiện trong lĩnh vực thương mại.

+ Sở hữu tư nhân về một loại đầu vào đặc biệt khan hiếm

Một người sở hữu một mỏ khoáng sản quý hiếm, một mảnh đất duy nhất có khả năng trồng một loại cây đặc sản, một kỹ năng lao động đặc biệt để có thể chế tạo ra một loại hàng hóa (hay dịch vụ) độc đáo có thể trở thành người sản xuất độc quyền trên thị trường đầu ra nhờ sử dụng các đầu vào đặc biệt khan hiếm này. Việc thiết lập quyền sở hữu tư nhân về một loại đầu vào như vậy cũng có giá trị như một rào cản pháp lý đối với sự gia nhập ngành của những người sản xuất khác.

Ngoài những rào cản nói trên, những ngăn trở không chính thức đối với các đối thủ cạnh tranh tiềm năng (có thể là phi pháp) cũng làm cho thị trường không thể trở thành thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Ví dụ, những thỏa thuận không chính thức giữa một bên là một nhóm nhỏ các doanh nghiệp đang hoạt động và một bên là các nhà cung cấp một số đầu vào thiết yếu có thể khiến cho các đối thủ cạnh tranh tiềm năng không thể tiếp cận được các yếu tố đầu vào này. Trong trường hợp như vậy, sự tự do gia nhập ngành của các doanh nghiệp mới sẽ bị loại trừ.

6.2. Thị trường độc quyền thuần túy

Xét từ góc độ người bán, trên một thị trường độc quyền thuần túy, chỉ có một doanh nghiệp duy nhất hoạt động và cung ứng một loại hàng hóa duy nhất, không có hàng hóa thay thế. Công ty thuốc lá Thăng Long có thể là nhà cung ứng duy nhất loại thuốc lá có nhãn hiệu “Thăng Long”, song nó lại không phải là nhà sản xuất thuốc lá độc quyền vì trên thị trường có quá nhiều loại thuốc lá khác, được cung ứng từ các nhà sản xuất khác nhau, có thể thay thế cho thuốc lá “Thăng Long”.

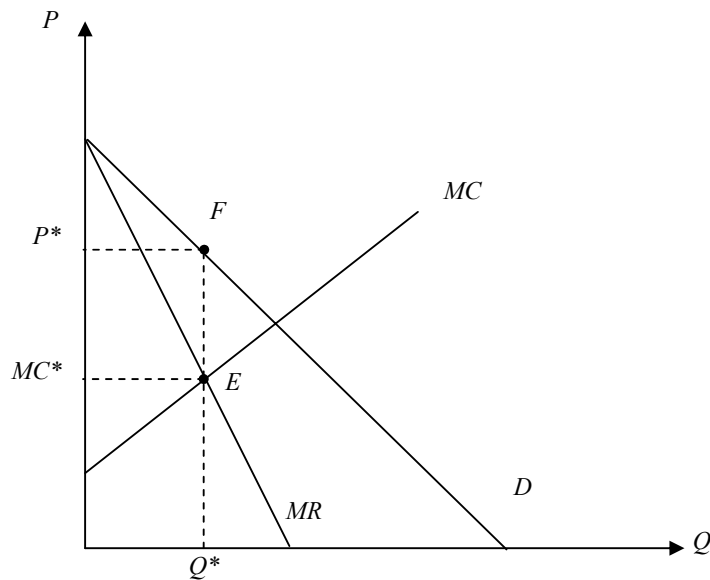
Khi chỉ có một doanh nghiệp cung ứng hàng hóa duy nhất trên thị trường, đường cầu mà doanh nghiệp đối diện cũng chính là đường cầu thị trường. Đó là một đường cầu dốc xuống, nằm ở phía trên đường doanh thu biên.

Trên thị trường độc quyền thuần túy, doanh nghiệp nói chung không bị nguy cơ gia nhập ngành từ phía các đối thủ tiềm năng đe dọa. Đối với độc quyền tự nhiên, điều đó bắt nguồn từ lợi thế kinh tế nhờ quy mô. Khi doanh nghiệp độc quyền có khả năng sản xuất ở mức sản lượng tối thiểu có hiệu quả (ở đó LAC là tối thiểu) và mức sản lượng này quá lớn so với quy mô chung của thị trường, một doanh nghiệp mới khó có thể tham gia được vào ngành. Đối với các trường hợp độc quyền khác, những rào cản pháp lý (giấy phép kinh doanh độc quyền, bằng sáng chế...) không cho phép các doanh nghiệp mới xâm nhập vào ngành.

6.2.1. Quyết định về sản lượng và giá cả của nhà độc quyền

Theo đúng điều kiện tổng quát, để tối đa hóa lợi nhuận, nhà độc quyền sẽ lựa chọn sản lượng theo nguyên tắc chi phí biên bằng doanh thu biên ($MC = MR$). Đồng thời, nó sẽ định giá với mức giá P cao hơn chi phí biên MC ở đơn vị sản lượng cuối cùng. Để đơn giản hóa, hãy hình dung đường cầu đối diện với doanh nghiệp (cũng là đường cầu thị trường) là một đường thẳng có dạng $P = a - bQ$ (với P là mức giá, Q là sản lượng và a, b là những tham số dương). Có thể dễ dàng chứng minh rằng, đường doanh thu biên có dạng $MR = a - 2bQ$. Sản lượng tối đa hóa

lợi nhuận của doanh nghiệp là sản lượng Q^* được xác định tương ứng với giao điểm E của đường MC và đường MR . Mức giá P^* mà doanh nghiệp đặt sẽ là mức mà những người tiêu dùng sẵn sàng trả khi sản lượng là Q^* . P^* được xác định như là tung độ của điểm F , là một điểm nằm trên đường cầu được dóng lên từ mức sản lượng Q^* . Rõ ràng, $P^* > MC(Q^*)$.

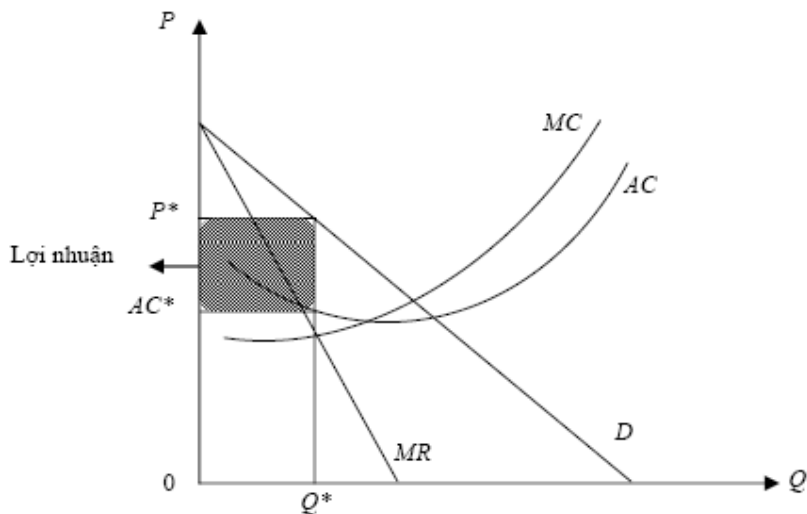


Hình 6.4: Sản lượng và mức giá tối ưu (Q^* và P^*) của nhà độc quyền

Doanh nghiệp độc quyền thường có quyền lực thị trường lớn. Nó là người duy nhất cung ứng một loại hàng hóa tương đối đặc thù trên thị trường. Không có các hàng hóa thay thế gần gũi để lựa chọn, những người tiêu dùng chấp nhận sự kiểm soát hay chi phối giá tương đối mạnh của nhà độc quyền. Tuy nhiên, mức độ kiểm soát giá hay quyền lực thị trường của nhà độc quyền còn phụ thuộc vào độ co giãn theo giá của cầu. Một đường cầu dốc đứng (cầu kém co giãn theo giá) cho phép nhà độc quyền có quyền lực thị trường tương đối lớn. Còn nếu đường cầu này tương đối thoải, khả năng chi phối giá của nhà độc quyền là hạn chế.

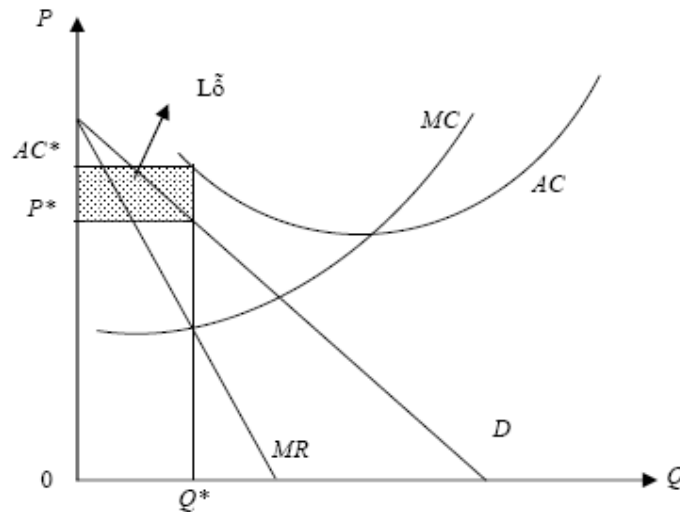
Tùy theo quy mô chung của thị trường cũng như quy mô (sản lượng) tối thiểu có hiệu quả, trong ngắn hạn, doanh nghiệp độc quyền có thể thu được lợi nhuận kinh tế dương, lợi nhuận bằng 0 hoặc bị thua lỗ.

Thông thường, khi quy mô thị trường không quá nhỏ (biểu hiện ở chỗ, đường cầu thị trường nằm xa gốc tọa độ), với vị thế độc quyền, doanh nghiệp có thể thu được lợi nhuận kinh tế dương, tức ngoài lợi nhuận kế toán thông thường, nó còn thu được lợi nhuận siêu ngạch (hình 6.5). Ở một thị trường cạnh tranh hoàn hảo, điều này sẽ kích thích các doanh nghiệp mới tham gia vào ngành và về dài hạn, lợi nhuận kinh tế của các doanh nghiệp có xu hướng tiến tới 0. Tuy nhiên, tình hình sẽ không diễn ra như vậy nếu thị trường là độc quyền. Nếu doanh nghiệp độc quyền có khả năng thu được lợi nhuận kinh tế dương trong ngắn hạn, nó có thể duy trì được khả năng này trong cả dài hạn. Ở đây những rào cản đối với sự gia nhập ngành khiến cho doanh nghiệp độc quyền vẫn có thể duy trì được mức lợi nhuận tương đối cao của mình. Đây cũng là điểm khiến cho doanh nghiệp có động cơ gia tăng đầu tư cho các hoạt động nghiên cứu, triển khai, cải tiến kỹ thuật... nhằm hạ thấp chi phí sản xuất để có thể thu được lợi nhuận cao. Những động cơ kiểu này vẫn có thể có ở một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo. Song xu hướng làm biến mất những khoản lợi nhuận siêu ngạch trong dài hạn ở một ngành cạnh tranh hoàn hảo khiến cho động cơ này bị suy yếu đi nhiều.



Hình 6.5: Khi quy mô thị trường đủ lớn, doanh nghiệp độc quyền sẽ có lợi nhuận kinh tế dương

Trong ngắn hạn, nếu quy mô thị trường là quá nhỏ, doanh nghiệp độc quyền có thể bị thua lỗ. Như chúng ta thấy trên hình 6.6, tại mức sản lượng tối ưu Q^* , nơi mà $MC = MR$, mức giá cao nhất mà doanh nghiệp có thể đặt được là P^* vẫn nhỏ hơn chi phí bình quân tương ứng AC^* . Khoản lỗ của doanh nghiệp có thể biểu thị bằng diện tích của hình chữ nhật được tô đậm. Khi gặp nguy cơ thua lỗ, quyết định của doanh nghiệp vẫn tuân thủ theo nguyên tắc chung: doanh nghiệp chỉ sản xuất nếu mức giá không nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân ngắn hạn. Trong trường hợp ngược lại, doanh nghiệp sẽ đóng cửa. Trong dài hạn, doanh nghiệp độc quyền sẽ không chấp nhận tình trạng thua lỗ. Nếu điều này có khả năng xảy ra, doanh nghiệp sẽ rút lui khỏi ngành.



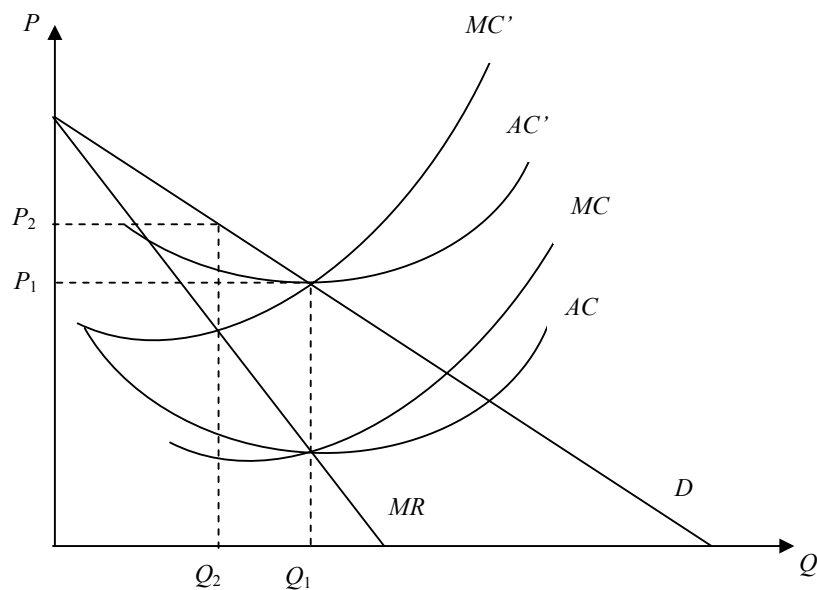
Hình 6.6: Khi quy mô thị trường quá nhỏ, doanh nghiệp độc quyền vẫn có thể bị thua lỗ

Doanh nghiệp độc quyền cũng có thể chỉ thu được lợi nhuận kế toán thông thường, tức chỉ đạt mức lợi nhuận kinh tế bằng 0. Tuy nhiên, trạng thái này vẫn đủ để giữ doanh nghiệp ở lại trong ngành cả trong dài hạn.

Khi doanh nghiệp độc quyền lựa chọn sản lượng tối đa hóa lợi nhuận theo nguyên tắc $MC = MR$, vì MC phải dương nên MR tương ứng

với mức sản lượng tối ưu cũng phải dương. Điều đó có nghĩa là: sản lượng tối đa hóa lợi nhuận phải nhỏ hơn sản lượng tối đa hóa doanh thu (sản lượng tương ứng với khi $MR = 0$). Tại mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận, bằng cách hạ giá hàng hóa, doanh nghiệp vẫn có thể gia tăng được tổng doanh thu. Từ mối quan hệ giữa tổng doanh thu và độ co giãn của cầu theo giá mà chúng ta đã biết ở chương 2, có thể kết luận rằng, doanh nghiệp độc quyền chỉ sản xuất trên phần co giãn của đường cầu.

Ta có thể dùng mô hình tối đa hóa lợi nhuận để phân tích phản ứng của doanh nghiệp độc quyền trước những thay đổi của thị trường. Khi chi phí sản xuất của doanh nghiệp thay đổi, chẳng hạn do giá đầu vào tăng lên, các đường MC và ATC bị dịch chuyển lên trên. Đường MC lúc này sẽ cắt đường MR tại một mức sản lượng thấp hơn. Nếu điều kiện bổ sung trong lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp vẫn thỏa mãn, nó sẽ sản xuất ở mức sản lượng này. Khi đó, doanh nghiệp độc quyền sẽ tăng giá hàng hóa phù hợp với tính chất dốc xuống của đường cầu. Như vậy, khi chi phí tăng, cầu vẫn không thay đổi, nhà độc quyền sẽ cắt giảm sản lượng và tăng giá.

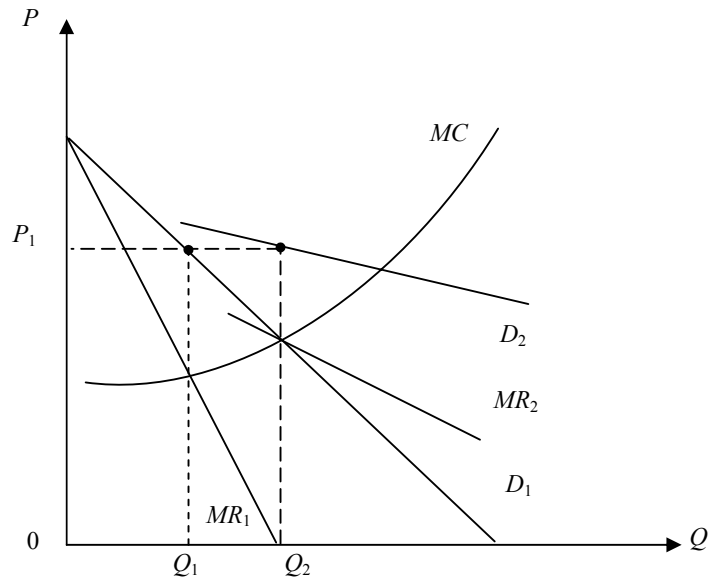


Hình 6.7: Nhà độc quyền cắt giảm sản lượng khi chi phí sản xuất tăng

Khi nhu cầu về hàng hóa mà nhà độc quyền sản xuất tăng lên, đường cầu D dịch chuyển ra phía ngoài. Đường MR cũng dịch chuyển theo một cách tương ứng. Đường MR mới bây giờ sẽ cắt đường MC tại mức sản lượng cao hơn. Nói cách khác, doanh nghiệp độc quyền sẽ mở rộng sản lượng để đáp ứng lại sự gia tăng trong cầu về hàng hóa. Bạn đọc có thể tự vẽ để kiểm tra lại điều này.

Đường cung của doanh nghiệp độc quyền

Khi chúng ta đã giả định doanh nghiệp theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, có thể khẳng định đường cung của doanh nghiệp là đường mô tả các cặp giá cả và sản lượng cho phép doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận. Đối với một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, như ta đã biết, đó chính là một phần của đường MC . Tuy nhiên, trong trường hợp thị trường độc quyền, các cặp giá và sản lượng tối ưu của doanh nghiệp lại không kết nối được với nhau thành một đường cung xác định. Đó là lý do người ta nói rằng, không có đường cung trong trường hợp độc quyền. Có thể giải thích điều này như sau: Vì không phải là người chấp nhận giá, các quyết định về sản lượng và giá cả của doanh nghiệp độc quyền diễn ra đồng thời. Chúng phụ thuộc vào vị trí của đường cầu, đường doanh thu biên và chi phí biên. Với một đường MC xác định, khi đường cầu là D_1 và đường doanh thu biên tương ứng là MR_1 , sản lượng và mức giá mà doanh nghiệp độc quyền lựa chọn là Q_1 và P_1 . Tuy nhiên, ta không thể nói được rằng, tại mức giá P_1 , lượng cung duy nhất của nhà độc quyền là Q_1 . Khi đường cầu và đường doanh thu biên thay đổi, sản lượng và mức giá mà doanh nghiệp lựa chọn sẽ thay đổi. Tại cùng mức giá P_1 , nếu đường cầu là D_2 và đường doanh thu biên tương ứng là MR_2 , sản lượng tối ưu của nhà độc quyền sẽ là Q_2 . Ngược lại, nếu đường cầu là D_3 , đường doanh thu biên tương ứng là MR_3 , doanh nghiệp độc quyền sẽ sản xuất ở mức sản lượng Q_1 , nhưng lại định giá là P_2 khác với mức giá P_1 . Trạng thái không có đường cung của một doanh nghiệp độc quyền phản ánh sự kiện là: tại cùng một mức giá, doanh nghiệp có thể sẵn sàng cung ứng với những mức sản lượng khác nhau; và tại cùng một mức sản lượng doanh nghiệp có thể định những mức giá khác nhau.



Hình 6.8: Doanh nghiệp độc quyền không có đường cung

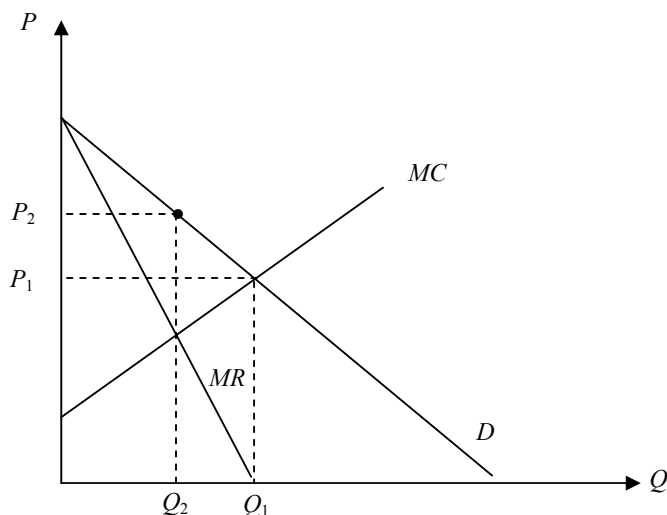
So sánh thị trường độc quyền và thị trường cạnh tranh hoàn hảo

Do thuộc về các cấu trúc thị trường khác nhau, các quyết định về giá cả và sản lượng của các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo và doanh nghiệp độc quyền là không giống nhau. Các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo là những doanh nghiệp có quy mô nhỏ, không có quyền lực thị trường, luôn chịu áp lực từ sự gia nhập ngành dễ dàng của các doanh nghiệp mới tiềm năng. Chúng là người chấp nhận giá và lựa chọn sản lượng theo nguyên tắc $MC = P$. Là người sản xuất duy nhất trên thị trường, không chịu áp lực từ việc gia nhập ngành của các đối thủ tiềm năng do những rào cản hữu hiệu được thiết lập chống lại sự thâm nhập vào ngành, doanh nghiệp độc quyền lại có quyền lực thị trường lớn. Nó có khả năng tác động vào mức giá thị trường tùy theo mức sản lượng mà nó định cung ứng. Tuy nhiên, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp độc quyền phải lựa chọn sản lượng và định giá tương ứng theo nguyên tắc $MC = MR < P$. Sự khác nhau như vậy có thể làm cho các kết cục thị trường chung trên hai thị trường là khác nhau.

Để so sánh mức giá và sản lượng của một thị trường cạnh tranh hoàn hảo với một thị trường độc quyền, ta phải giả định chúng có các điều kiện giống nhau về cầu và chi phí. Có thể coi đường cầu D là chung cho cả hai thị trường và đường chi phí biên MC của doanh nghiệp độc quyền trên thị trường độc quyền cũng chính là đường tổng hợp theo chiều ngang của các đường chi phí biên của các doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Giả định về chi phí như vậy, trên thực tế, không phải lúc nào cũng hợp lý. Ở những ngành mà độc quyền có thể xuất hiện nhờ lợi thế kinh tế nhờ quy mô, việc chia nhỏ thị trường cho nhiều doanh nghiệp sẽ làm cho mỗi doanh nghiệp đều hoạt động ở quy mô không hiệu quả (chi phí bình quân của chúng sẽ rất lớn) so với việc tập trung sản lượng của ngành vào một doanh nghiệp. Vì lý do này mà một doanh nghiệp lớn nào đó sẽ dần dần thu tóm được toàn bộ thị trường và trở thành nhà độc quyền tự nhiên. Bởi thế, để giả định của chúng ta có thể chấp nhận được, hãy tưởng tượng một ngành cạnh tranh hoàn hảo có thể biến thành ngành độc quyền một cách đơn giản chỉ nhờ việc ra quyết định sản lượng và định giá một cách tập trung (giống như việc các doanh nghiệp thỏa thuận với nhau để thành lập một cacten-độc quyền duy nhất trong ngành: hoạt động sản xuất vẫn được từng doanh nghiệp riêng rẽ tiến hành, song cacten lại quyết định mức giá và sản lượng chung của ngành và phân bổ sản lượng đó cho mỗi doanh nghiệp). Điều chúng ta quan tâm ở đây là: sản lượng và mức giá của ngành thay đổi như thế nào khi một ngành cạnh tranh hoàn hảo bị cacten hóa?

Khi ngành là ngành cạnh tranh hoàn hảo, mức giá cân bằng P_1 trên thị trường được xác định bởi giao điểm của đường cầu D và đường cung S – đường tổng hợp theo chiều ngang các đường MC của các doanh nghiệp. Tại mức giá P_1 này, sản lượng cân bằng thị trường là Q_1 . Sản lượng của mỗi doanh nghiệp được xác định theo nguyên tắc chi phí biên của đơn vị sản lượng cuối cùng của doanh nghiệp bằng P_1 . Nếu ngành bị cacten hóa, đường cung S nói trên cũng chính là đường MC của cacten. Để tối đa hóa lợi nhuận cho cả cacten, nó phải lựa chọn sản lượng Q_2 tương ứng với giao điểm của đường MC nói trên với đường MR . Vì

đường MR nằm phía trong và bên dưới đường cầu D , sản lượng Q_2 nhỏ hơn sản lượng Q_1 . Một cách tương ứng, mức giá P_2 mà cacten – độc quyền này định sẽ lớn hơn P_1 . Như vậy, ở những hoàn cảnh tương tự nhau, nhà độc quyền có xu hướng sản xuất với một sản lượng thấp hơn và định giá cao hơn so với sản lượng và mức giá cân bằng trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo.



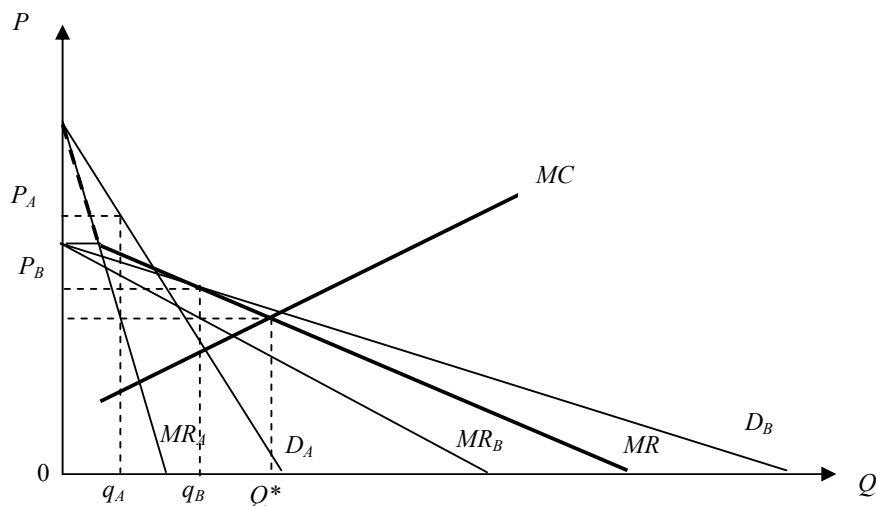
Hình 6.9: Sản lượng và mức giá của thị trường độc quyền (Q_2, P_2) so sánh với sản lượng và mức giá của thị trường cạnh tranh hoàn hảo (Q_1, P_1)

6.2.2. Sự phân biệt đối xử về giá của doanh nghiệp độc quyền

Trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo, các doanh nghiệp bán những hàng hóa giống hệt nhau theo một mức giá thống nhất. Đặc điểm của thị trường không cho phép một doanh nghiệp có thể định giá cao hơn các doanh nghiệp khác. Trái lại, trên thị trường độc quyền, do không có đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp có khả năng phân biệt đối xử về giá: nó có thể bán cho những người tiêu dùng khác nhau theo những mức giá khác nhau; có thể định giá khác nhau cho mỗi đơn vị hàng hóa tùy theo khối lượng hàng mà người tiêu dùng mua; có thể định giá cao vào thời điểm tiêu dùng này song lại định giá thấp hơn vào thời điểm khác. Ở đây, chúng ta chỉ nghiên cứu trường hợp nhà độc quyền phân biệt giá theo những người tiêu dùng khác nhau.

Mục tiêu của sự phân biệt đối xử về giá là gia tăng lợi nhuận đến mức có thể nếu như những người tiêu dùng khác nhau có những đường cầu với độ co giãn theo giá khác nhau. Nếu tất cả mọi người tiêu dùng đều có những đường cầu giống nhau, nhà độc quyền sẽ không tối đa hóa được lợi nhuận khi thực hiện sự phân biệt giá. Thật vậy, để đơn giản hóa, chúng ta tưởng tượng trên thị trường chỉ có hai người tiêu dùng A và B . Tương ứng với các đường cầu cá nhân D_A và D_B là các đường doanh thu biên MR_A và MR_B của hai người này. Đường cầu thị trường D cũng như đường doanh thu biên chung MR của thị trường chính là các đường tổng hợp theo chiều ngang, một cách tương ứng, các đường cầu và đường doanh thu biên cá nhân lại. Để tối đa hóa lợi nhuận, trước hết doanh nghiệp độc quyền phải lựa chọn sản lượng Q^* sao cho tại đơn vị cuối cùng $MC = MR$. Giả sử nhà độc quyền bán cho người tiêu dùng A số lượng hàng hóa là q_A và người tiêu dùng B số lượng hàng hóa là q_B . Ta có $Q^* = q_A + q_B$. Nếu doanh thu biên mà nhà độc quyền thu được từ đơn vị hàng hóa cuối cùng bán cho người tiêu dùng A là MR_A lớn hơn doanh thu biên MR_B nhận được từ đơn vị hàng hóa cuối cùng bán cho người tiêu dùng B , nhà độc quyền có thể tăng được doanh thu mà vẫn giữ nguyên chi phí (do đó tăng được lợi nhuận) bằng cách chuyển một đơn vị hàng hóa bán cho B sang bán cho A . Bằng cách phân bổ lại các mức sản lượng q_A và q_B (trong khuôn khổ tổng sản lượng là Q^*) theo hướng chuyển hàng hóa từ nơi thu được doanh thu biên thấp về nơi có doanh thu biên cao hơn, nhà độc quyền sẽ gia tăng được lợi nhuận. Sự phân bổ này sẽ đạt đến điểm tối ưu khi mà doanh thu biên của hai người tiêu dùng là bằng nhau, tức ở đơn vị hàng hóa cuối cùng, $MR_A = MR_B = MC$ (1). Khi hai người tiêu dùng có các đường cầu giống hệt nhau, đường doanh thu biên của họ cũng sẽ giống nhau. Điều kiện (1) lúc này cho thấy mức giá mà nhà độc quyền định ra cho mỗi người tiêu dùng cũng phải bằng nhau. Tuy nhiên, khi những người tiêu dùng có các đường cầu thực sự khác nhau, do lúc này các đường doanh thu biên của họ là khác nhau nên việc thỏa mãn điều kiện (1) thường đi đôi với việc phân biệt đối xử về giá. Nhà độc quyền sẽ định giá cao hơn cho người tiêu dùng nào có độ co giãn của cầu theo giá thấp hơn và ngược lại, sẽ định giá thấp hơn cho người tiêu dùng

mà nhu cầu của anh ta (hay chị ta) co giãn cao hơn theo giá. Trên thực tế, do thu nhập và sở thích của những người tiêu dùng là khác nhau, nhu cầu của họ về hàng hóa cũng thường có độ co giãn khác nhau. Ví dụ, nhu cầu đi lại bằng máy bay của những người kinh doanh thường kém co giãn. Do tính chất của công việc, lợi ích của việc tiết kiệm thời gian đối với những người này là tương đối lớn so với chi phí mua vé máy bay. Khi giá vé máy bay tăng, lượng cầu của những khách hàng loại này giảm không đáng kể. Trong khi đó, nhu cầu đi máy bay của những khách hàng thông thường lại khá co giãn theo giá. Khi giá vé máy bay tăng, lượng cầu của những khách hàng này thường giảm mạnh và ngược lại. Trong điều kiện này, việc định giá vé máy bay cao hơn đối với các nhà kinh doanh và thấp hơn đối với những khách hàng thông thường là chiến lược định giá tối ưu của các hãng hàng không.



Hình 6.10: Sự phân biệt đối xử về giá của nhà độc quyền

Khi hai cá nhân A và B có những đường cầu cá nhân khác nhau, họ có thể bị định giá khác nhau. Mức giá mà A phải trả là P_A cao hơn mức giá P_B mà nhà độc quyền áp đặt cho B vì đường cầu D_A của A kém co giãn hơn đường cầu D_B của B .

Trên các thị trường độc quyền, sự phân biệt đối xử về giá thường hay xảy ra ở một số lĩnh vực kinh doanh như hàng không (vé máy bay), điện, nước sạch, dịch vụ điện thoại... Ở những lĩnh vực này, hàng hóa

khó có thể tiêu chuẩn hóa. Với những loại hàng hóa này, người ta khó tích trữ, và khó chuyển giao cho nhau. Việc mua đi, bán lại hàng hóa giữa các khách hàng nhằm lợi dụng sự chênh lệch giá không thực hiện được. Trái lại, đối với những hàng hóa được tiêu chuẩn hóa, việc những người tiêu dùng có thể mua hàng hóa với giá thấp để bán lại cho những người sẵn sàng trả giá cao hơn sẽ làm cho sự phân biệt đối xử về giá của nhà độc quyền trở nên vô nghĩa.

Tóm lại, đối với nhà độc quyền, sự phân biệt đối xử về giá chỉ thực hiện được khi, thứ nhất, độ co giãn của cầu theo giá của những người tiêu dùng khác nhau là khác nhau; thứ hai, hàng hóa mà người ta định phân biệt giá thuộc loại khó chuyển giao cho nhau.

6.3. Thị trường độc quyền nhóm

6.3.1. Khái niệm và đặc trưng

* *Khái niệm*: Xét từ phía người bán, thị trường độc quyền nhóm là dạng thị trường mà trên đó chỉ có một nhóm nhỏ doanh nghiệp cùng hoạt động. Tuy không phải là một doanh nghiệp duy nhất độc chiếm thị trường, doanh nghiệp độc quyền nhóm thường có quy mô tương đối lớn so với quy mô chung của thị trường. Điều này cho phép nó có một quyền lực thị trường hay khả năng chi phối giá đáng kể. Sản phẩm của các doanh nghiệp trên thị trường độc quyền nhóm có thể giống hệt hoặc gần như giống hệt nhau (những sản phẩm được tiêu chuẩn hóa như thép, hóa chất...), song cũng có thể khác biệt nhau (như ô tô, máy tính, dịch vụ hàng không...). Tính đồng nhất hay khác biệt của sản phẩm không phải là những tính chất đặc thù của thị trường này.

* *Đặc trưng*: Đặc trưng cơ bản của một ngành độc quyền nhóm là *sự phụ thuộc lẫn nhau* giữa các doanh nghiệp. Mỗi khi ra quyết định về sản lượng, giá cả hay các quyết định kinh doanh có liên quan khác, mỗi doanh nghiệp đều phải cân nhắc xem quyết định của mình có ảnh hưởng gì đến các quyết định của các đối thủ, khiến cho các đối thủ phản ứng như thế nào. Trong trường hợp này, việc luôn luôn phải tính đến hành vi của

các đối thủ làm cho quá trình ra quyết định của các doanh nghiệp trở nên khó khăn và phụ thuộc vào nhau.

Tính phụ thuộc lẫn nhau của các doanh nghiệp là đặc điểm nổi bật của thị trường độc quyền nhóm. Nó xuất phát từ quy mô tương đối lớn của mỗi doanh nghiệp trong điều kiện số lượng doanh nghiệp hạn chế. Trong bối cảnh này, hành vi của mỗi doanh nghiệp đều tác động đến lợi ích kinh doanh của các đối thủ. Điều đó không xảy ra trên thị trường độc quyền thuần túy, vì thực tế doanh nghiệp độc quyền không có đối thủ. Trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo, số lượng doanh nghiệp nhiều, quy mô doanh nghiệp nhỏ, việc thay đổi sản lượng của mỗi doanh nghiệp riêng biệt không tác động gì được đến kết cục chung của thị trường cũng như đối thủ. Và lại, các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo lại là những người chấp nhận giá, do đó, trên thực tế, chúng không có khả năng theo đuổi cũng như không cần thiết phải theo đuổi một chính sách giá cả riêng. Sau này, chúng ta sẽ thấy, trên thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền, do cũng có rất nhiều doanh nghiệp quy mô nhỏ cùng hoạt động nên hành vi của một doanh nghiệp riêng biệt cũng hầu như không ảnh hưởng đến các doanh nghiệp khác. Chỉ trên thị trường độc quyền nhóm, những phản ứng có thể của các đối thủ mới được các doanh nghiệp xem như một biến số quan trọng cần tính đến mỗi khi ra quyết định. Chẳng hạn, khi một doanh nghiệp độc quyền nhóm dự định tăng giá sản phẩm của mình lên 10%, nó cần phải dự đoán xem các đối thủ của nó sẽ phản ứng như thế nào? Nếu các đối thủ của nó vẫn giữ nguyên các mức giá như cũ, sản phẩm của doanh nghiệp sẽ trở nên đắt hơn một cách tương đối so với sản phẩm của các đối thủ. Trong trường hợp này, doanh nghiệp sẽ có thể mất đi một lượng khách hàng nhất định và thị phần của nó có thể bị thu hẹp. Nếu sự suy giảm lượng cầu về sản phẩm của doanh nghiệp là đáng kể, việc tăng giá chưa chắc đã đem lại lợi lộc gì mà thậm chí còn làm cho nó thua thiệt. Nếu các doanh nghiệp đối thủ cũng tăng giá theo, thì nó cần dự đoán xem các doanh nghiệp này sẽ tăng giá bao nhiêu? 5, 10 hay hơn 10%? Những cân nhắc như vậy sẽ ảnh hưởng trở lại đến quyết định tăng giá của doanh nghiệp. Ngược lại, đôi khi doanh nghiệp lại muốn giảm giá để mở rộng thị phần của mình. Trên thị

trường độc quyền nhóm, khả năng các đối thủ cũng sẽ giảm giá theo có thể lôi cuốn các doanh nghiệp vào một cuộc cạnh tranh giá cả mà thường thì mọi doanh nghiệp đều bị thua thiệt. Đứng trước khả năng đó, không phải trong mọi trường hợp, quyết định giảm giá đã là hợp lý.

6.3.2. Cạnh tranh và hợp tác trên thị trường độc quyền nhóm

Sự phụ thuộc lẫn nhau trong việc ra quyết định của các doanh nghiệp trên thị trường độc quyền nhóm khiến cho các doanh nghiệp phải lựa chọn giữa hai phương án: hoặc chúng cạnh tranh với nhau để gạt dần các đối thủ ra khỏi thị trường, hoặc cấu kết, hợp tác với nhau nhằm tránh những tổn thất do cạnh tranh gây ra. Số lượng doanh nghiệp càng nhiều, việc cấu kết càng khó khăn do chi phí giao dịch nhằm hình thành một thỏa thuận công khai hoặc ngầm ngầm và đảm bảo cho nó có hiệu lực thường lớn. Khả năng cấu kết cũng khó thành hiện thực hơn khi sản phẩm của các doanh nghiệp khác biệt nhau, hay khi các điều kiện thị trường (nhu cầu và chi phí) thay đổi nhanh. Nếu các doanh nghiệp không cấu kết được với nhau, đường cầu của mỗi doanh nghiệp sẽ phụ thuộc vào hành vi phản ứng của các đối thủ. Mô hình đường cầu gãy khúc đưa ra một sự giải thích đơn giản về sự phụ thuộc lẫn nhau này.

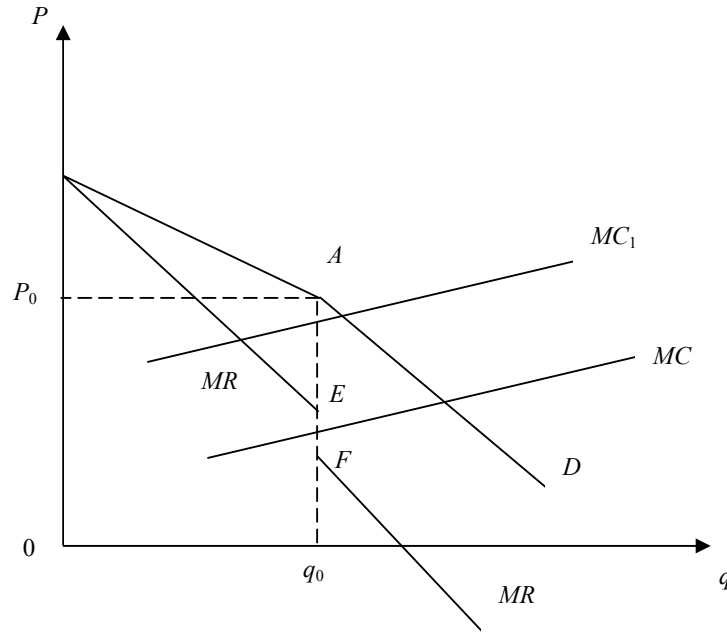
** Mô hình đường cầu gãy khúc và hàm ý của nó*

Mô hình này dựa trên giả định rằng, khi một doanh nghiệp giảm giá nhằm mở rộng thị trường, các đối thủ sẽ giảm giá theo để cố gắng giữ nguyên được thị phần của mình. Song nếu doanh nghiệp tăng giá, các đối thủ sẽ không thay đổi giá nhằm đẩy doanh nghiệp trên vào vị thế khó khăn trên thị trường.

Giả sử doanh nghiệp đang sản xuất với sản lượng là q_0 và định giá P_0 cho mỗi đơn vị sản lượng. Có thể coi trạng thái xuất phát này như một trạng thái cân bằng mà ở đó các đối thủ không có phản ứng gì. Khi doanh nghiệp này tăng giá, vì các doanh nghiệp khác không tăng giá theo nên lượng hàng mà doanh nghiệp có khả năng bán được sụt giảm mạnh. Đường cầu đối diện với doanh nghiệp ở phần nằm phía trên điểm xuất

phát A , tương ứng với các mức giá cao hơn P_0 , co giãn mạnh theo giá. Ngược lại, khi doanh nghiệp giảm giá, phản ứng của các đối thủ là giảm giá theo khiến cho doanh nghiệp không có lợi thế gì để mở rộng thị phần. Với những mức giá thấp hơn P_0 , doanh nghiệp vẫn có thể bán được lượng hàng nhiều hơn do hiệu ứng giảm giá chung trên toàn bộ thị trường khiến những người tiêu dùng tăng lượng cầu của mình. Tuy nhiên phản ứng của các doanh nghiệp khác làm cho lượng hàng mà doanh nghiệp có thể bán được tăng lên không nhiều. Doanh nghiệp đối diện với một phần đường cầu ít co giãn hơn ở phía dưới điểm A , tương ứng với những mức giá thấp hơn P_0 . Đường cầu D mà doanh nghiệp đối diện bị gãy khúc ở điểm A kéo theo sự ngắt quãng của đường doanh thu biên MR tại mức sản lượng q_0 . Doanh thu biên đột ngột giảm xuống tại mức sản lượng q_0 khi đường cầu D thay đổi độ dốc của mình và chuyển từ phần cầu co giãn sang phần cầu kém co giãn.

Với đường cầu gãy khúc như vậy, sản lượng q_0 và mức giá P_0 là tối ưu đối với doanh nghiệp khi đường MC của nó nằm ở vị trí như trên đồ thị. Thậm chí, khi chi phí của doanh nghiệp thay đổi, đường MC dịch chuyển song vẫn cắt đường MR ở khoảng EF dọc theo trục thẳng đứng tại mức sản lượng q_0 , sản lượng này vẫn là lựa chọn tối ưu của doanh nghiệp. Rõ ràng, mô hình đường cầu gãy khúc cho thấy, trên thị trường độc quyền nhóm, các doanh nghiệp riêng biệt có xu hướng giữ ổn định sản lượng và giá cả trong một giới hạn nhất định, bất chấp sự thay đổi của chi phí. Đương nhiên, nếu chi phí thay đổi mạnh, khiến cho đường MC dịch chuyển, chẳng hạn, thành MC_1 , doanh nghiệp sẽ buộc phải thay đổi sản lượng và giá cả.



Hình 6.11: Mô hình đường cầu gãy khúc.

Đường cầu D đối diện với doanh nghiệp gãy khúc ở điểm A làm cho đường MR trở thành một đường đứt đoạn. Nếu sự dịch chuyển của đường MC chỉ khiến nó cắt đường MR trong khoảng EF , doanh nghiệp sẽ không thay đổi mức giá cũng như sản lượng đã chọn.

Mô hình đường cầu gãy khúc không giải thích mức giá P_0 được hình thành như thế nào. Nó chỉ cho chúng ta thấy tình thế khó khăn mà một doanh nghiệp độc quyền nhóm riêng biệt mắc phải khi nó muốn thay đổi mức giá này. Bởi vậy, mức giá xuất phát P_0 có thể được coi là mức giá cấu kết, được sự chấp nhận chung của các doanh nghiệp khác trên thị trường. Vì nó được hình thành trên cơ sở các thỏa thuận, các doanh nghiệp đối thủ sẽ phản ứng theo kiểu trả đũa hay trừng phạt nếu một doanh nghiệp riêng biệt muốn thay đổi mức giá này. Chỉ khi toàn bộ đường cầu chung của thị trường hay chi phí chung của ngành thay đổi, mức giá cấu kết P_0 mới thay đổi. Khi đó, đường cầu gãy khúc của mỗi doanh nghiệp riêng biệt sẽ dịch chuyển vì điểm giá P_0 đã thay đổi.

** Lý thuyết trò chơi và việc giải thích hành vi của các doanh nghiệp độc quyền nhóm*

Lý thuyết trò chơi nghiên cứu hành vi của con người trong các tình huống mà trong đó các quyết định hành động của họ có tính chất phụ thuộc lẫn nhau. Khi ra quyết định, mỗi người đều phải tính đến phản ứng của những người khác đối với hành động của mình. Do tính phụ thuộc lẫn nhau là đặc trưng của thị trường độc quyền nhóm, nên lý thuyết trò chơi rất hữu ích cho việc giải thích hành vi của các doanh nghiệp trên thị trường này.

Thế tiến thoái lưỡng nan của người tù là một bài toán điển hình trong lý thuyết trò chơi mô tả sự tiến thoái lưỡng nan của những người tham gia vào một trò chơi phụ thuộc lẫn nhau trong việc lựa chọn giữa hợp tác (cầu kết) hay bất hợp tác.

Ta có thể mô tả bài toán này như sau: Giả sử hai phạm nhân A và B vừa bị cảnh sát bắt. Người ta đã có đủ chứng cứ để kết tội mỗi người 3 năm tù do phạm phải tội ăn cắp xe máy. Tuy nhiên, cảnh sát điều tra còn nghi ngờ rằng, hai người này đã cùng nhau phạm một tội khác nghiêm trọng hơn (ví dụ cướp các tiệm vàng) song chưa có các chứng cứ rõ ràng để kết tội này cho họ. Người ta giam giữ những phạm nhân này trong các phòng giam riêng biệt đủ để họ không thể trao đổi thông tin được cho nhau. Giả sử những người có trách nhiệm thỏa thuận với từng phạm nhân như sau: “Vì tội ăn cắp xe máy, anh có thể bị ngồi tù 3 năm. Tuy nhiên, nếu anh nhận tội cướp các tiệm vàng và tố cáo đồng phạm, anh sẽ chỉ bị ngồi tù tổng cộng là 1 năm. Đồng phạm của anh sẽ bị ngồi tù tổng cộng là 20 năm. Nhưng nếu cả hai người đều nhận tội, đương nhiên sự tố cáo của anh đối với đồng phạm trở nên ít giá trị hơn và mỗi người sẽ nhận một bản án tổng hợp là 9 năm tù”.

Nếu hai người tù A và B này đều là những kẻ ích kỷ, chỉ quan tâm đến việc tối thiểu hóa số năm tù của mình và không quan tâm đến số phận của đồng bọn thì kết cục, họ sẽ hành động như thế nào?

Trong trường hợp này, mỗi người tù có hai chiến lược hành động: thú tội hoặc im lặng không thú tội. Số năm tù mà mỗi người phải nhận phụ thuộc vào chiến lược mà anh ta lựa chọn cũng như chiến lược mà người bạn tù của anh ta chọn. Các phương án có thể và kết quả của chúng được thể hiện ở bảng 6.1.

Bảng 6.1: Ma trận kết quả trong thế tiến thoái lưỡng nan của người tù

		Quyết định của A	
		Thú tội	Không thú tội
Quyết định của B	Thú tội	A bị 9 năm tù B bị 9 năm tù	A bị 20 năm tù B bị 1 năm tù
	Không thú tội	A bị 1 năm tù B bị 20 năm tù	A bị 3 năm tù B bị 3 năm tù

Hãy xem xét xem A sẽ ra quyết định như thế nào? Là một người khôn ngoan, anh ta sẽ phải tự hỏi “ Nếu B thú tội, thì mình sẽ phải hành động như thế nào để tối thiểu hóa được số năm tù mà mình có thể phải nhận?”. Trong trường hợp này, A thấy rằng hoặc là mình sẽ bị 9 năm tù, nếu chọn chiến lược thú tội, hoặc sẽ bị 20 năm tù nếu chọn chiến lược không thú tội. Chiến lược tốt nhất của A lúc này là thú tội. Tuy nhiên, do không trao đổi được thông tin cho nhau, A không biết được B sẽ hành động như thế nào. Vì thế, anh ta phải cân nhắc tiếp “Nếu B không thú tội, thì chiến lược hành động tốt nhất của mình là gì?”. Trong trường hợp này, A hoặc sẽ bị 1 năm tù nếu chọn chiến lược thú tội hoặc sẽ bị 3 năm tù nếu chọn chiến lược không thú tội. Động cơ ích kỷ sẽ cho thấy chiến lược thú

tội là chiến lược tốt nhất mà A sẽ lựa chọn. Anh ta chỉ cần tối thiểu hóa số năm tù của mình, bất chấp điều đó có thể đẩy B vào tình huống bị giam giữ 20 năm trong tù.

Như vậy, trong bài toán trò chơi này, bất chấp B hành động như thế nào, chiến lược hành động tốt nhất của A là thú tội. Một chiến lược duy nhất mà A lựa chọn như vậy, không phụ thuộc vào chiến lược hành động của đối thủ, được gọi là chiến lược trội.

Phân tích tương tự cũng cho chúng ta thấy rằng, chiến lược trội của B cũng là thú tội. Bất chấp A hành động như thế nào, đối với B thú tội vẫn là hướng hành động tốt nhất để giảm thiểu số năm phải ngồi tù của mình.

Kết quả là cả A lẫn B đều thú tội, do đó, mỗi người phải nhận 9 năm tù. Cần thấy rằng đây không phải là một kết cục tốt nhất đối với cả A và B. Nếu cả hai đều không thú tội, mỗi người chỉ phải nhận 3 năm tù vì tội ăn cắp xe máy. Kết cục này không xảy ra khi mỗi người đều hành động một cách riêng rẽ, nhằm theo đuổi lợi ích riêng của mình. Không cấu kết hay hợp tác được với nhau, họ không đi đến được một kết cục có lợi nhất cho cả hai người.

Nếu hai người này hợp tác với nhau bằng cách thỏa thuận trước rằng, cả hai sẽ im lặng không thú nhận tội cướp tiệm vàng, và nếu cả hai đều trung thành với thỏa thuận này, mỗi người sẽ chỉ bị 3 năm tù. Tuy nhiên, khi mỗi người chỉ hành động trên cơ sở lợi ích cá nhân, thỏa thuận chung nói trên sẽ không bền vững. Khi biết trước đồng phạm của mình không thú tội, mỗi người tù vẫn thấy có lợi khi chọn chiến lược thú tội (mỗi người muốn mình chỉ bị ngồi tù 1 năm). Còn khi nghi ngờ rằng đồng phạm của mình sẽ có thể không trung thành với những điều đã cam kết, mỗi người càng có động cơ để thú tội. Điều này cho thấy, trong trò chơi này, việc duy trì các thỏa thuận luôn gặp khó khăn. Sự hợp tác hay cấu kết có thể đem lại lợi ích tổng thể tốt nhất cho cả hai người, song nó chỉ tồn tại được trên cơ sở sự tin tưởng lẫn nhau giữa các người tù và sự

hành động của họ trên cơ sở lợi ích chung. Khi theo đuổi lợi ích cá nhân, nguy cơ vi phạm các thỏa thuận hợp tác luôn là hiện thực.

Cạnh tranh và hợp tác trên thị trường độc quyền nhóm

Trên thị trường độc quyền nhóm, ta vẫn giả định rằng các doanh nghiệp luôn tìm cách tối đa hóa lợi nhuận. Tuy nhiên, một quyết định cụ thể của mỗi doanh nghiệp là hợp lý hay không, phụ thuộc vào cách thức phản ứng của các doanh nghiệp đối thủ. Sự phụ thuộc lẫn nhau của các doanh nghiệp khiến cho hành vi của họ giống như hành vi của những người tù trong trò chơi tiến thoái lưỡng nan mà ta vừa đề cập.

Giả sử trên một thị trường độc quyền nhóm chỉ có hai doanh nghiệp A và B, có những đường chi phí giống hệt nhau. Nếu hai doanh nghiệp này cấu kết được với nhau, chúng có thể ứng xử như một cacten độc quyền. Trong trường hợp này, lựa chọn sản lượng tối ưu đối với toàn ngành cho phép các doanh nghiệp có thể định giá độc quyền khá cao đối với những người tiêu dùng, và tổng lợi nhuận của cả hai doanh nghiệp đạt được mức lớn nhất là 120 tỷ đồng. Để đạt được điều này, mỗi doanh nghiệp đều phải cam kết duy trì sản lượng của mình ở mức thấp (ví dụ mỗi doanh nghiệp sẽ chỉ sản xuất một nửa mức sản lượng tối ưu nói trên) và sẽ thu được 60 tỷ đồng lợi nhuận. Nếu một doanh nghiệp riêng rẽ lựa chọn một mức sản lượng cao hơn, giá sản phẩm trên thị trường sẽ hạ xuống một chút. Doanh nghiệp này có thể thu được lợi nhuận cao hơn (ví dụ 80 tỷ đồng) do nó hạ được giá thành sản phẩm và bán được một khối lượng sản phẩm lớn hơn. Tuy nhiên, vì giá sản phẩm hạ xuống, doanh nghiệp còn lại vẫn duy trì sản xuất ở mức sản lượng thấp như cam kết sẽ bị thua thiệt: nó chỉ còn thu được 20 tỷ đồng lợi nhuận. Trong trường hợp doanh nghiệp thứ hai cũng sản xuất ở mức sản lượng cao như doanh nghiệp thứ nhất, giá cả sản phẩm hạ mạnh và tổng lợi nhuận của ngành chỉ còn là 80 tỷ đồng, tức mỗi doanh nghiệp chỉ thu được 40 tỷ đồng. Kết quả lợi nhuận của mỗi doanh nghiệp trong các trường hợp trên được trình bày ở bảng 6.2.

Bảng 6.2: Ma trận về lợi nhuận trong trò chơi của các doanh nghiệp độc quyền nhóm

		Quyết định doanh nghiệp A	
		Sản lượng cao	Sản lượng thấp
Quyết định của doanh nghiệp B	Sản lượng cao	A thu được 40 tỷ B thu được 40 tỷ	A thu được 20 tỷ B thu được 80 tỷ
	Sản lượng thấp	A thu được 80 tỷ B thu được 20 tỷ	A thu được 60 tỷ B thu được 60 tỷ

Trong trò chơi này, mỗi doanh nghiệp đều có hai chiến lược hành động: cấu kết (hợp tác) và sản xuất ở mức sản lượng thấp hoặc phớt lờ những thỏa thuận (cạnh tranh) để sản xuất ở mức sản lượng cao. Những người lãnh đạo doanh nghiệp A sẽ suy nghĩ một cách lô gic như sau: “Nếu doanh nghiệp B thực hiện đúng cam kết và duy trì mức sản lượng thấp, doanh nghiệp A của mình hoặc sẽ thu được 80 tỷ đồng lợi nhuận nếu sản xuất ở mức sản lượng cao hoặc chỉ thu được 60 tỷ đồng lợi nhuận nếu cũng chỉ sản xuất ở mức sản lượng thấp như cam kết. Trong trường hợp này, A sẽ có lợi hơn nếu chọn chiến lược sản lượng cao. Nếu doanh nghiệp B phớt lờ thỏa thuận chung và chọn chiến lược sản lượng cao, A hoặc sẽ thu được 40 tỷ đồng lợi nhuận nếu chọn mức sản lượng cao hoặc sẽ chỉ thu được 20 tỷ đồng lợi nhuận nếu chọn mức sản lượng thấp như đã cam kết. Cũng giống như trường hợp trước, sản xuất với mức sản lượng cao vẫn có lợi hơn đối với doanh nghiệp A. Như vậy, dù doanh nghiệp B hành động như thế nào, để tối đa lợi nhuận của mình, doanh nghiệp A cần lựa chọn chiến lược sản lượng cao”. Nói một cách khác, chiến lược trội của doanh nghiệp A là sản xuất ở mức sản lượng cao. Lập luận một cách tương tự, chúng ta cũng thấy chiến lược sản lượng cao

cũng là chiến lược trội của doanh nghiệp B. Kết quả là cả hai doanh nghiệp đều có xu hướng không sản xuất ở mức sản lượng thấp như đã cam kết, do đó, mỗi doanh nghiệp chỉ thu được 40 tỷ đồng lợi nhuận – một kết cục không đáng được mong đợi nhất đối với các doanh nghiệp này.

Qua ví dụ trên, chúng ta thấy rằng các doanh nghiệp độc quyền nhóm rất khó thỏa thuận được với nhau để hành động như một cacten độc quyền. Bằng cách cấu kết với nhau để ứng xử như một nhà độc quyền, các doanh nghiệp có thể định giá cao và thu được lợi nhuận độc quyền. Nhưng mỗi doanh nghiệp lại luôn có động cơ để vi phạm các thỏa thuận có tính chất cấu kết nhằm thu lợi riêng cho mình. Sự lừa gạt hay cạnh tranh với nhau khiến cho các doanh nghiệp không đạt được kết cục tốt nhất do hợp tác mang lại.

Trò chơi “tiền thoái lưỡng nan của người tù” có thể áp dụng để tìm hiểu nhiều trường hợp khác, trong đó những người tham gia luôn luôn phải đối diện với vấn đề hợp tác hay cạnh tranh với nhau trong thế phụ thuộc lẫn nhau. Trong những trường hợp này, lợi ích cá nhân thường xung đột với lợi ích nhóm và việc theo đuổi các lợi ích cá nhân thường ngăn cản sự hợp tác để rốt cục các bên tham gia đều rơi vào tình thế bất lợi. Ta hãy xem xét thêm một vài ví dụ.

Chạy đua quảng cáo: Giả sử trên thị trường bia có hai công ty đang hoạt động. Nếu các công ty này không tiến hành quảng cáo (hay đúng hơn chỉ giữ nguyên mức quảng cáo như chúng đang áp dụng), mỗi công ty sẽ chiếm được một nửa thị trường và mỗi năm thu được 100 tỷ đồng lợi nhuận. Nếu cả hai đều nỗ lực gia tăng quảng cáo, chúng vẫn giữ nguyên được thị phần của mình, song do phải gánh chịu thêm những chi phí quảng cáo nên lợi nhuận của mỗi công ty đều giảm xuống còn 80 tỷ đồng. Nếu chỉ một công ty gia tăng quảng cáo, còn công ty kia không hành động gì, công ty thứ nhất sẽ thu hút thêm được nhiều khách hàng và bán được nhiều hàng hơn, thị trường của nó sẽ mở rộng trên cơ sở xâm chiếm và làm thu hẹp thị trường của đối thủ. Trong trường hợp này, công

ty quảng cáo sẽ thu được nhiều lợi nhuận hơn thậm chí so với trạng thái ban đầu, khi cả hai đều không quảng cáo. Giờ đây, nó thu được mỗi năm 120 tỷ đồng lợi nhuận, trong khi lợi nhuận của doanh nghiệp đối thủ giảm xuống còn 60 tỷ đồng. Ở đây chúng ta lại gặp lại những vấn đề tương tự như trong bài toán thế tiến thoái lưỡng nan của người tù. Khi cả hai công ty không tiến hành quảng cáo thêm, tổng lợi nhuận của chúng là tối đa (200 tỷ đồng). Xét theo ý nghĩa dài hạn và lợi ích tổng thể của cả hai công ty, đó là trạng thái tốt nhất đối với chúng. Các công ty này nên cấu kết với nhau bằng một thỏa thuận chung nhằm ngăn chặn một cuộc chạy đua về quảng cáo. Tuy nhiên, trong trò chơi này, chiến lược trội của mỗi công ty vẫn là gia tăng quảng cáo: nó có thể thu được 120 tỷ thay vì 100 tỷ đồng lợi nhuận nếu đối thủ của nó không hành động gì; hoặc nó sẽ thu được 80 tỷ đồng thay vì 60 tỷ đồng lợi nhuận nếu đối thủ của nó lựa chọn chiến lược gia tăng quảng cáo. Kết quả là cả hai công ty đều gia tăng quảng cáo, chấp nhận làm cho lợi nhuận giảm sút so với trường hợp chúng hợp tác được với nhau để duy trì chi phí quảng cáo thấp.

Cạnh tranh giá cả: Trên thị trường độc quyền nhóm, cạnh tranh giá cả cũng là một phương thức mà các doanh nghiệp thường sử dụng để đối phó với các đối thủ và tìm cách mở rộng thị trường mỗi khi có thể. Do có quyền lực thị trường, doanh nghiệp độc quyền nhóm không phải là người chấp nhận giá mà có khả năng định giá. Nếu cấu kết được với nhau trong vấn đề định giá, các doanh nghiệp có thể tối đa hóa lợi nhuận tổng thể. Mỗi doanh nghiệp phải cam kết định giá ở một mức giá nào đó (ta gọi đó là mức giá cấu kết). Khi định giá theo mức giá cấu kết, mỗi doanh nghiệp đều hy vọng các đối thủ của mình cũng sẽ làm như vậy. Tuy nhiên, nếu các đối thủ định giá ở mức giá cao như đã cam kết, một doanh nghiệp lại có thể gia tăng được lợi nhuận riêng của mình bằng cách lựa chọn mức giá khác với mức giá cấu kết. Chẳng hạn, bằng cách lựa chọn mức giá thấp hơn, doanh nghiệp có thể thu hút thêm được nhiều khách hàng của các đối thủ, mở rộng được thị phần, nhờ đó gia tăng được lợi nhuận, mặc dù điều này làm giảm tổng lợi nhuận chung cũng như lợi nhuận riêng của các đối thủ. Một lần nữa chúng ta lại thấy các doanh nghiệp độc quyền

nhóm rơi vào tình thế tiến thoái lưỡng nan: nếu duy trì các mức giá cầu kết, chúng có thể thu được lợi nhuận cao bằng cách tối đa hóa lợi nhuận tổng thể của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, mức giá cầu kết lại không phải là mức giá tối đa hóa lợi nhuận của từng doanh nghiệp riêng lẻ. Mỗi doanh nghiệp có thể thu được lợi nhuận cao hơn bằng cách lừa gạt đối thủ (để cho các đối thủ định giá theo mức cầu kết, còn mình sẽ định giá khác). Khi nghi ngờ đối thủ cũng sẽ vi phạm điều đã cam kết, doanh nghiệp sẽ bị lôi cuốn vào cuộc cạnh tranh giá cả. Nếu các đối thủ không còn duy trì mức giá cầu kết, việc định giá thấp hơn để duy trì thị phần vẫn đem lại cho mỗi doanh nghiệp một kết cục tốt hơn so với việc một mình nó định giá theo mức giá cầu kết. Trong mọi trường hợp, doanh nghiệp vẫn có một chiến lược trội: định giá thấp hơn mức giá cầu kết. Khi tất cả các doanh nghiệp đều hành động như vậy, các doanh nghiệp riêng biệt không mở rộng được thị phần của mình cũng như không gia tăng được lợi nhuận. Trái lại, do phải hạ giá chung, các doanh nghiệp đều phải chấp nhận mức lợi nhuận thấp hơn. Kết quả của cuộc cạnh tranh giá cả là: lợi nhuận của các doanh nghiệp cũng như toàn ngành đều giảm sút so với trường hợp chúng có thể hợp tác được với nhau để duy trì các mức giá tối ưu hơn.

Tính lặp đi, lặp lại của trò chơi và sự hợp tác

Chúng ta đã thấy, do động cơ cá nhân có tính ích kỷ, các doanh nghiệp độc quyền nhóm khó duy trì được sự hợp tác hay cầu kết trong hành động. Mỗi doanh nghiệp đều có xu hướng vi phạm các thỏa thuận (công khai hay ngầm ngầm) đã đạt được do chạy theo lợi ích riêng của mình. Dù vẫn biết cạnh tranh hay sự bất hợp tác không đem lại kết cục tốt nhất cho mỗi doanh nghiệp và tổng thể các doanh nghiệp, xu hướng vi phạm này khiến cho các doanh nghiệp không đi đến được những thỏa thuận có tính chất hợp tác với nhau.

Cần lưu ý rằng, khi chúng ta nói, nếu các doanh nghiệp độc quyền nhóm cầu kết được với nhau, chúng có thể giành được một kết cục có lợi nhất, chúng ta mới chỉ xét theo lợi ích nhóm của chúng. Tuy nhiên, đó có

thể không phải là kết cục mà xã hội mong đợi. Việc cấu kết để có thể ứng xử như một cacten độc quyền, mặc dù cho phép các doanh nghiệp có thể tối đa hóa được lợi nhuận chung của chúng song lại có thể gây ra tổn thất hiệu quả đối với xã hội (điều này chúng ta sẽ xem xét ở chương 10). Chẳng hạn, việc cấu kết để duy trì sản lượng thấp, định giá cao nhằm thu lợi nhuận độc quyền có thể làm thiệt hại cho những người tiêu dùng. Những người này sẽ phải mua hàng hóa với giá đắt hơn và phải tiêu dùng với một khối lượng hàng hóa ít hơn. Chính vì sự cấu kết của các doanh nghiệp lớn có thể gây ra tổn thất hiệu quả xã hội nên nó thường bị luật pháp ngăn cấm. Thành thử việc cấu kết dưới dạng các thỏa thuận công khai của các doanh nghiệp trong phạm vi một quốc gia thường bị xem là một hành vi bất hợp pháp. Trong điều kiện đó, sự cấu kết, nếu diễn ra thường phải thực hiện dưới dạng các thỏa thuận ngầm. Điều này làm cho việc cấu kết hay hợp tác giữa các doanh nghiệp độc quyền nhóm càng trở nên khó khăn hơn.

Tuy nhiên, trên thực tế, đôi khi sự cấu kết hay hợp tác vẫn tồn tại trong một số ít trường hợp. Động lực nằm đằng sau quá trình này chính là sự những cân nhắc về lợi ích dài hạn của các doanh nghiệp khi trò chơi được lặp đi, lặp lại nhiều lần.

Chúng ta trở lại ví dụ về hai doanh nghiệp độc quyền nhóm A và B đứng trước sự lựa chọn giữa hai chiến lược hành động: cấu kết với nhau để duy trì sản lượng thấp hay cạnh tranh với nhau bằng chiến lược sản lượng cao. Nếu trò chơi cấu kết nói trên chỉ diễn ra một lần, động cơ để lừa gạt đối thủ và vi phạm các thỏa thuận chung sẽ tương đối mạnh ở mỗi doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp sẽ sẵn sàng sản xuất ở mức sản lượng cao với kỳ vọng sẽ thu được 80 tỷ đồng lợi nhuận trong một kỳ kinh doanh (ví dụ một tháng) thay vì 60 tỷ đồng. Khi đối thủ chưa kịp phản ứng do vẫn bị ràng buộc bởi các điều đã thỏa thuận, một doanh nghiệp có thể thu thêm được 20 tỷ đồng lợi nhuận trong kỳ bằng cách vi phạm các cam kết. Khoản lợi nhuận tăng thêm khá hấp dẫn để doanh nghiệp lựa chọn chiến lược lừa gạt đối thủ. Tuy nhiên, nếu trò chơi lặp đi, lặp lại nhiều lần, doanh nghiệp sẽ hiểu ngay kết cục dài hạn: một khi nó đã lựa

chọn sản xuất với mức sản lượng cao, doanh nghiệp đối thủ sẽ có đủ lý do để không chấp nhận sản xuất ở mức sản lượng thấp như đã thỏa thuận. Trong kỳ tiếp theo, doanh nghiệp này cũng sẽ sản xuất ở mức sản lượng cao và lợi nhuận của mỗi doanh nghiệp chỉ còn 40 tỷ đồng. Thay vì triển vọng thu thêm được 20 tỷ đồng trong một lần (trong một tháng duy nhất, doanh nghiệp đang có ý định lừa gạt đối thủ sẽ đối diện với nguy cơ bị trừng phạt trong dài hạn: mỗi tháng tiếp theo, nó sẽ mất mát 20 tỷ đồng lợi nhuận (do lợi nhuận cấu kết 60 tỷ đồng sẽ giảm xuống còn 40 tỷ đồng khi sự cấu kết mất đi và đối thủ đã kịp nâng sản lượng lên mức cao). Cân nhắc về lợi ích dài hạn này có thể khiến doanh nghiệp bỏ qua sự cám dỗ của việc thu thêm 20 tỷ đồng một lần nhờ vi phạm thỏa thuận. Rõ ràng, trong trường hợp trò chơi lặp đi, lặp lại nhiều lần, sự cấu kết có khả năng được duy trì. Sự trừng phạt hay trả đũa của đối thủ khi mỗi doanh nghiệp vi phạm các thỏa thuận sẽ khuyến khích chúng có tinh thần hợp tác với nhau hơn.

** So sánh thị trường độc quyền nhóm, thị trường độc quyền và thị trường cạnh tranh hoàn hảo*

Trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo, mỗi doanh nghiệp đều quyết định sản lượng theo nguyên tắc làm cho giá cả bằng chi phí biên. Nếu các điều kiện về chi phí và nhu cầu tương tự nhau, sản lượng cân bằng của thị trường này sẽ cao hơn sản lượng của nhà độc quyền, trong khi giá cả được hình thành trên cơ sở cạnh tranh hoàn hảo lại thấp hơn mức giá độc quyền. Cũng một thị trường như vậy, nếu là thị trường độc quyền nhóm, kết cục của thị trường chỉ giống trường hợp độc quyền nếu các doanh nghiệp cấu kết được với nhau để hành động thống nhất dưới danh nghĩa một cacten. Cacten lựa chọn tổng sản lượng như sản lượng của một nhà độc quyền duy nhất, đồng thời phân bổ sản lượng này cho các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp phải cam kết sản xuất theo mức sản lượng được phân bổ để duy trì lợi nhuận độc quyền chung. Tuy nhiên, khi các doanh nghiệp độc quyền nhóm cạnh tranh với nhau nhằm tối đa hóa lợi nhuận riêng của mình, chúng có xu hướng sản xuất cao hơn mức sản lượng được phân bổ. Giá cả mà mỗi doanh nghiệp định ra trong trường

hợp này cũng thấp hơn mức giá cấu kết. Kết cục thị trường trong trường hợp các doanh nghiệp cạnh tranh với nhau, trong đó mỗi doanh nghiệp đều theo đuổi chiến lược trội của mình, vẫn xác lập nên một trạng thái cân bằng nào đó. Chẳng hạn, về mặt sản lượng, khi thấy đối thủ chọn mức sản lượng thấp (ví dụ như mức sản lượng cấu kết), doanh nghiệp độc quyền nhóm sẽ chọn mức sản lượng cao thích hợp nào đó để tối đa hóa lợi nhuận riêng. Tuy nhiên, khi đối thủ cũng chọn mức sản lượng cao, như chúng ta thường thấy trong các ví dụ ở trên, doanh nghiệp thứ nhất không vì thế mà quay lại mức sản lượng thấp ban đầu, trừ phi thỏa thuận có tính chất cấu kết lại được khôi phục. Đương nhiên, trong thế cạnh tranh, mỗi doanh nghiệp đều phải lựa chọn sản lượng tối ưu cho mình trên cơ sở dự đoán hoặc biết mức sản lượng mà đối thủ lựa chọn. Trong sự tương tác lẫn nhau đó, thị trường vẫn có thể đi đến một kết cục cân bằng, tức là một kết cục mà mỗi doanh nghiệp đều đã lựa chọn được sản lượng tốt nhất cho riêng mình theo mức sản lượng lựa chọn của đối thủ, đồng thời chúng đều không muốn thay đổi các mức sản lượng này. Điều mà chúng ta nói về sản lượng thật ra là đại diện cho cả những lựa chọn quyết định khác (giá cả, mức quảng cáo...).

Như vậy, ở trạng thái cân bằng của thị trường độc quyền nhóm, sản lượng của ngành sẽ cao hơn sản lượng độc quyền (sản lượng cấu kết) vì các doanh nghiệp đều có xu hướng tăng sản lượng để mở rộng thị phần và theo đuổi một mức lợi nhuận riêng cao hơn. Khi tất cả các doanh nghiệp đều làm như vậy, giá cả sẽ giảm (so với mức giá cấu kết), tổng lợi nhuận sẽ không được tối đa hóa.

Trạng thái cân bằng trên thị trường độc quyền nhóm, khi các doanh nghiệp cạnh tranh với nhau vì động cơ cá nhân, cũng không phải là một kết cục giống như thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Là một người có quyền lực thị trường, hoạt động trên một thị trường chỉ có một nhóm nhỏ các doanh nghiệp, nhà sản xuất độc quyền nhóm sẽ không tăng sản lượng đến mức làm cho giá cả bằng chi phí biên (vì như vậy, doanh thu biên sẽ nhỏ hơn chi phí biên, mức sản lượng của doanh nghiệp sẽ không phải là tối ưu). Như thế, so với kết cục cân bằng trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo, sản

lượng của các doanh nghiệp độc quyền nhóm sẽ thấp hơn, do đó, mức giá tương ứng sẽ cao hơn.

Khi số lượng doanh nghiệp trên thị trường độc quyền nhóm tăng lên, thỏa thuận giữa chúng để thiết lập một cacten độc quyền trở nên khó khăn hơn (do chi phí giao dịch để đi đến thỏa thuận chung và duy trì hiệu lực của nó tăng lên). Khả năng cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sẽ lớn hơn. Trong trường hợp các doanh nghiệp không cấu kết được với nhau, mỗi doanh nghiệp phải tự mình ra quyết định về sản lượng và giá cả một cách riêng rẽ. Khi cân nhắc xem có nên sản xuất thêm một đơn vị sản lượng, trong trường hợp mức giá còn cao hơn chi phí biên, doanh nghiệp sẽ thận trọng xem xét ảnh hưởng của việc tăng sản lượng này. Như chúng ta đã biết, khi doanh nghiệp sản xuất thêm đơn vị sản lượng thứ $(q + 1)$, doanh thu biên nó thu thêm được là: $MR_{(q+1)} = q.(P_{q+1} - P_q) + P_{q+1}$. Phần lợi nhuận mà nó có thể thu thêm được do sự chênh lệch giữa giá (P_{q+1}) và chi phí biên (MC_{q+1}) cần phải được so sánh với phần mất mát về lợi nhuận do giá giảm (thể hiện bằng đại lượng $q.(P_{q+1} - P_q)$, trong đó $P_{q+1} < P_q$). Tuy nhiên, khi số lượng doanh nghiệp càng nhiều, mỗi doanh nghiệp có quy mô càng nhỏ so với quy mô chung của thị trường, ảnh hưởng của nó đến giá cả thị trường càng nhỏ. Trong trường hợp này, doanh nghiệp càng ít quan tâm hơn đến tác động giảm giá của việc tăng sản lượng. Khi coi phần mất mát về lợi nhuận do giá giảm là không đáng kể, nó có xu hướng tiến gần hơn cách ứng xử của một doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo: tăng sản lượng chừng nào giá cả còn lớn hơn chi phí biên. Điều này cho thấy: khi số lượng doanh nghiệp trên thị trường độc quyền tăng lên, kết cục ở thị trường này càng trở nên giống với kết cục của một thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

6.4. Thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền

6.4.1. Đặc điểm

Thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền là một cấu trúc thị trường vừa có tính chất của một thị trường cạnh tranh, vừa có tính chất

của một thị trường độc quyền. Nó có những đặc điểm sau: thứ nhất, trên thị trường có nhiều doanh nghiệp cùng hoạt động. Vì thế, giống như thị trường cạnh tranh hoàn hảo, quy mô của mỗi doanh nghiệp đều tương đối nhỏ so với quy mô chung của thị trường. Trong ngành lợi thế kinh tế nhờ quy mô là tương đối nhỏ, không đòi hỏi sự tập trung sản xuất vào một số ít doanh nghiệp. Thứ hai, mỗi doanh nghiệp đều sản xuất ra một loại sản phẩm khác biệt với sản phẩm cùng loại của các doanh nghiệp khác. Xét theo nghĩa nào đó, một doanh nghiệp là nhà sản xuất độc quyền về loại sản phẩm của mình. Tuy nhiên, các sản phẩm của các doanh nghiệp khác tương đối dễ dàng thay thế sản phẩm này. Thứ ba, các doanh nghiệp có khả năng tự do gia nhập cũng như rút lui khỏi ngành. Những rào cản pháp lý cũng như kinh tế đối với sự gia nhập ngành là không tồn tại. Vì đặc điểm này, khi lợi nhuận của các doanh nghiệp hiện hành trong ngành là dương, các doanh nghiệp mới sẽ bị thu hút nhập ngành. Ngược lại, khi các doanh nghiệp hiện hành đang trong tình trạng bị thua lỗ, một số doanh nghiệp sẽ rút lui khỏi ngành.

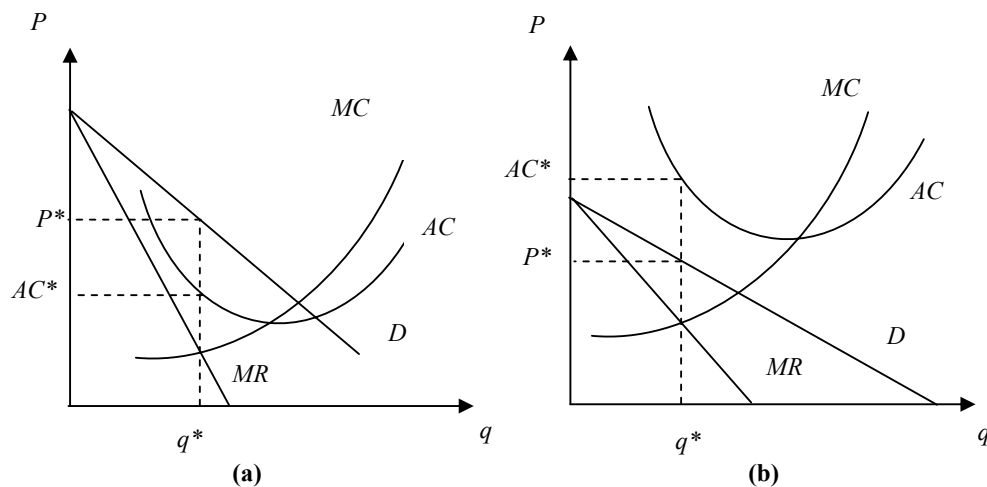
Trên thực tế, các thị trường như dịch vụ bán lẻ, dịch vụ ăn uống, sách, nhà nghỉ... có thể xếp vào dạng thị trường này.

Đặc điểm nổi bật của thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền chính là tính khác biệt của sản phẩm. Dù đây không phải là đặc điểm duy nhất chỉ có ở dạng thị trường này, song chính nó là điều phân biệt thị trường này với thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Do cung cấp một sản phẩm có tính khác biệt so với sản phẩm của các đối thủ, doanh nghiệp ít nhiều vẫn có quyền lực thị trường, có khả năng chi phối giá. Trong một giới hạn nhất định, nó có khả năng tăng giá sản phẩm của mình mà vẫn không sợ bị mất đi những khách hàng quen. Đường cầu mà mỗi doanh nghiệp đối diện là một đường cầu dốc xuống.

6.4.2. Lựa chọn sản lượng và định giá của một doanh nghiệp cạnh tranh có tính chất độc quyền trong ngắn hạn

Đối diện với một đường cầu dốc xuống, trên thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền, doanh nghiệp lựa chọn sản lượng và định giá theo

một nguyên tắc tương tự như đối với nhà độc quyền. Mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp vẫn là mức sản lượng mà tại đó doanh thu biên bằng chi phí biên và tương ứng với mức sản lượng này, doanh nghiệp sẽ định giá phù hợp với đường cầu mà nó đối diện. (Lưu ý rằng đường cầu này khác với đường cầu của thị trường hay đường cầu mà cả ngành đối diện). Tùy theo tương quan giữa chi phí và nhu cầu, trong ngắn hạn, doanh nghiệp có thể thu được lợi nhuận kinh tế dương, lợi nhuận kinh tế bằng không hay bị thua lỗ.



Hình 6.12: Lựa chọn sản lượng và giá cả của doanh nghiệp cạnh tranh có tính chất độc quyền trong ngắn hạn

Ở phần a khi doanh nghiệp sản xuất ở sản lượng tối ưu q^* , nó sẽ có lợi nhuận kinh tế dương. Ở phần b, khi cầu thị trường của doanh nghiệp bị thu hẹp, dù sản xuất ở mức sản lượng tối ưu q^* , doanh nghiệp vẫn bị thua lỗ.

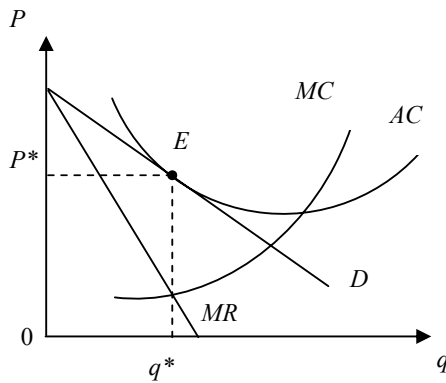
Trên hình 6.12, phần a, ta thấy, ở mức sản lượng tối ưu q^* , chi phí bình quân của doanh nghiệp thấp hơn mức giá. Tại sản lượng này, doanh nghiệp thực sự thu được lợi nhuận kinh tế dương. Khi lợi nhuận kinh tế không âm, doanh nghiệp có thể yên tâm hoạt động lâu dài trong ngành. Ở phần b, ta thấy, mặc dù sản xuất ở mức sản lượng tối ưu, doanh nghiệp vẫn bị thua lỗ. Doanh nghiệp chỉ chấp nhận sản xuất ở mức sản lượng này khi mức giá

còn cao hơn hoặc bằng chi phí biến đổi bình quân. Đương nhiên, về dài hạn, tình trạng thua lỗ sẽ tạo ra áp lực để doanh nghiệp rút lui khỏi ngành.

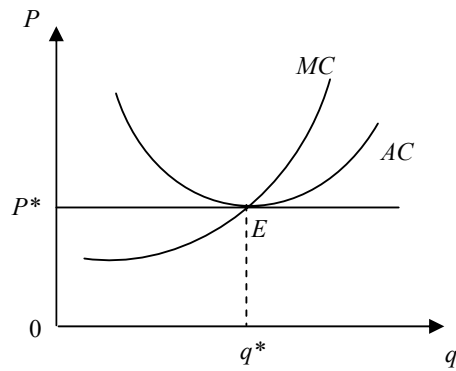
6.4.3. Cân bằng dài hạn

Tình trạng các doanh nghiệp hiện hành trong ngành thu được lợi nhuận kinh tế dương hay bị thua lỗ không thể tồn tại lâu dài. Khi các doanh nghiệp đang có lợi nhuận dương, về dài hạn, điều đó sẽ hấp dẫn các doanh nghiệp mới nhập ngành. Số lượng các doanh nghiệp kinh doanh trong ngành tăng lên khiến cho thị phần của mỗi doanh nghiệp thu hẹp lại. Điều này tương đương với việc đường cầu mà mỗi doanh nghiệp đối diện dịch chuyển sang trái. Doanh nghiệp sẽ phải thu hẹp sản lượng và thu được lợi nhuận ít hơn. Quá trình nhập ngành chỉ dừng lại khi mà các doanh nghiệp trong ngành chỉ còn thu được lợi nhuận kinh tế bằng 0. Kết cục như vậy xảy ra khi đường cầu đối diện với doanh nghiệp dịch chuyển tới mức trở thành đường tiếp xúc với đường chi phí bình quân. Khi đó, tại mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận (nơi mà chi phí biên bằng doanh thu biên), mức giá tối ưu mà doanh nghiệp định chính bằng chi phí bình quân.

Ngược lại, khi các doanh nghiệp trong ngành đang rơi vào trạng thái thua lỗ (chỉ thu được lợi nhuận kinh tế âm), một số doanh nghiệp sẽ rút lui khỏi ngành. Số lượng doanh nghiệp hoạt động trong ngành giảm xuống tạo cơ hội cho các doanh nghiệp còn lại có được một thị phần lớn hơn. Đường cầu đối diện với mỗi doanh nghiệp lại dịch chuyển sang phải. Doanh nghiệp sẽ mở rộng quy mô sản xuất, dần dần ít thua lỗ hơn. Quá trình rời khỏi ngành cũng sẽ dừng lại khi các doanh nghiệp còn lại trong ngành trở về trạng thái hòa vốn, tức có lợi nhuận kinh tế bằng 0.



(a): E thể hiện điểm cân bằng dài hạn trên TTCT có tính chất độc quyền



(b): E thể hiện điểm cân bằng dài hạn trên TTCT hoàn hảo

Hình 6.13: Trạng thái cân bằng dài hạn trên thị trường cạnh tranh có tính độc quyền trong sự so sánh với thị trường cạnh tranh hoàn hảo

Như vậy, cơ chế xuất, nhập ngành một cách tự do khiến cho thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền dần dần đạt đến trạng thái cân bằng dài hạn. Giống như thị trường cạnh tranh hoàn hảo, tại trạng thái này, giá cả bằng chi phí bình quân và các doanh nghiệp trong ngành chỉ thu được lợi nhuận kinh tế bằng 0. Với mức lợi nhuận đó, các doanh nghiệp mới không có động cơ tham gia vào ngành, còn các doanh nghiệp hiện hành cũng không có động cơ rút lui khỏi ngành. Tuy nhiên, tại điểm cân bằng dài hạn, nếu trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo, giá luôn luôn bằng chi phí biên và bằng mức chi phí bình quân tối thiểu (hình 6.13 b), thì trên thị trường cạnh tranh có tính độc quyền, giá lại cao hơn cả chi phí biên lẫn mức chi phí bình quân tối thiểu (hình 6.13 a). Điều đó cho thấy doanh nghiệp cạnh tranh có tính chất độc quyền không sản xuất ở tại quy mô hiệu quả mà điều kiện kỹ thuật cho phép. Tại điểm cân bằng dài hạn, sản lượng của doanh nghiệp còn thấp hơn sản lượng có hiệu quả vì nếu tăng sản lượng lên, doanh nghiệp vẫn có thể hạ thấp được chi phí bình quân. Tuy nhiên, để tối đa hóa lợi nhuận, nó sẽ không tăng sản lượng chỉ để nhằm giảm chi phí bình quân, nếu như điều đó làm cho chi phí biên của nó vượt quá doanh thu biên. Mặt khác, việc doanh nghiệp định giá

cao hơn chi phí biên chỉ vì trong trường hợp này, nó đối diện với một đường cầu dốc xuống, do đó, nó ít nhiều có quyền lực thị trường.

Chương 7
**THỊ TRƯỜNG CÁC YẾU TỐ SẢN XUẤT
VÀ SỰ LỰA CHỌN CỦA DOANH NGHIỆP**

Trên thị trường đầu ra, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp luôn luôn phải lựa chọn mức sản lượng thích hợp tùy theo các điều kiện về chi phí và nhu cầu. Tuy nhiên, để làm được điều đó, doanh nghiệp đồng thời cũng phải có những lựa chọn thích hợp trên các thị trường đầu vào – thị trường các yếu tố sản xuất. Quyết định sản lượng đầu ra và tổ hợp các yếu tố đầu vào cần sử dụng là một quyết định “kép” mà doanh nghiệp đồng thời phải thực hiện. Trong chương này, chúng ta xuất phát từ cách thức lựa chọn các yếu tố sản xuất phù hợp với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp để giải thích cầu về các yếu tố sản xuất trên thị trường. Phối hợp với việc xem xét các nhân tố chi phối cung về các yếu tố sản xuất, chúng ta có thể giải thích sự vận hành của thị trường các yếu tố này.

Mặc dù hoạt động của thị trường yếu tố sản xuất có khá nhiều điểm tương tự như thị trường hàng hóa, song điểm khác biệt cần được lưu ý là: nhu cầu về các yếu tố sản xuất là một loại nhu cầu phái sinh. Nhu cầu về các hàng hóa đầu ra trực tiếp nhằm thỏa mãn những đòi hỏi về tiêu dùng của con người, song nhu cầu về các yếu tố sản xuất lại có nguồn gốc không phải từ chính bản thân chúng. Các doanh nghiệp chỉ cần đến các yếu tố sản xuất vì chúng có thể được sử dụng để tạo ra một loại hàng hóa đầu ra nào đó. Chỉ khi xã hội có nhu cầu về quần áo, các doanh nghiệp quyết định cung ứng quần áo mới có cơ may tồn tại. Chỉ khi đó, các doanh nghiệp này mới có nhu cầu về những người thợ may, hay những chiếc máy may. Nói cách khác, nhu cầu về hàng hóa đầu ra quy định nhu cầu về các yếu tố sản xuất tương ứng.

Hiểu biết về sự vận hành của thị trường yếu tố sản xuất là chìa khóa để lý giải cơ chế phân phối thu nhập trong nền kinh tế thị trường.

Thông qua việc phân tích về thị trường lao động, thị trường vốn hay thị trường đất đai, chúng ta có thể hiểu được những khoản thu nhập như tiền lương, lợi nhuận, tiền lãi hay địa tô (còn gọi là tiền thuê đất) hình thành như thế nào? Tại sao chúng lại tăng hay giảm, cao hay thấp? Đó là những vấn đề quan trọng, trực tiếp liên quan đến hầu hết mọi người.

Trong chương này, chúng ta nghiên cứu cơ chế hoạt động chung của thị trường yếu tố sản xuất, chủ yếu với giả định đó là một thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Chúng ta sẽ xuất phát từ những khái niệm biểu thị mối quan hệ giữa các hàng hóa đầu ra với các yếu tố sản xuất (tức các đầu vào) để từ đó có thể lý giải nhu cầu về yếu tố sản xuất, làm cơ sở cho việc nắm bắt sự vận hành của một thị trường yếu tố sản xuất tổng quát. Trong các chương tiếp theo, những điểm đặc thù của các thị trường yếu tố sản xuất riêng biệt như thị trường lao động, thị trường vốn và đất đai sẽ được xem xét.

7.1. Hàm sản xuất và quy luật về sản phẩm biên

7.1.1. Hàm sản xuất

Hàm sản xuất mô tả mối quan hệ giữa các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất và sản lượng đầu ra được tạo ra từ quá trình này. Nó cho chúng ta biết lượng đầu ra tối đa có thể sản xuất được từ bất cứ một tổ hợp các yếu tố sản xuất xác định nào đó. Có thể viết hàm sản xuất dưới dạng:

$$Q = F(K, L, \dots)$$

Trong đó Q là số lượng đầu ra tối đa có thể sản xuất ra được từ tổ hợp nhất định vốn (K) (vốn ở đây được hiểu là vốn hiện vật, tồn tại dưới dạng nhà xưởng, máy móc, thiết bị hay hàng tồn kho), lao động (L) cũng như các đầu vào khác; F biểu thị Q là một hàm số của các yếu tố đầu vào K, L, \dots . Khi đề cập đến số lượng đầu ra *tối đa*, người ta muốn nhấn mạnh rằng, vì mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, các doanh nghiệp không sử dụng các phương pháp sản xuất lãng phí hay không hiệu quả về phương diện

kỹ thuật. Chúng có khả năng tận dụng được những kỹ thuật sản xuất có hiệu quả. Khi đó, từ một tổ hợp yếu tố sản xuất đầu vào xác định, chỉ có thể tạo ra một mức sản lượng đầu ra tối đa duy nhất. Tuy nhiên, điều ngược lại có thể là không đúng. Để sản xuất ra một sản lượng đầu ra như nhau, người ta có thể sử dụng các kết hợp đầu vào khác nhau. Chỉ có điều, khi không sử dụng các phương pháp sản xuất lãng phí, để tạo ra cùng một mức sản lượng, nếu một đầu vào nào đó được sử dụng nhiều hơn, chắc chắn một loại đầu vào khác phải được sử dụng ít hơn. Ví dụ, để tạo ra 100 đơn vị sản phẩm trong một ngày, người ta có thể sử dụng hoặc 10 giờ máy (vốn) và 8 giờ lao động hoặc 6 giờ máy và 18 giờ lao động. Một cách kết hợp nhất định các yếu tố đầu vào thể hiện một cách thức hay một kỹ thuật sản xuất. Ở ví dụ vừa nêu trên, người ta có thể sản xuất ra 100 đơn vị đầu ra từ hai kỹ thuật khác nhau: một kỹ thuật sử dụng tương đối nhiều vốn và một kỹ thuật sử dụng tương đối nhiều lao động. Một hàm sản xuất thực chất khái quát các kỹ thuật sản xuất có hiệu quả khác nhau trong giới hạn của một trình độ công nghệ nhất định (tức một trình độ kiến thức hay hiểu biết nhất định về các kỹ thuật sản xuất khác nhau mà người ta có thể sử dụng để tạo ra các hàng hóa). Tiến bộ công nghệ (hay tiến bộ kỹ thuật) cho phép người ta có thể sản xuất ra nhiều hàng hóa hơn từ những lượng đầu vào như cũ. Nó có thể biến các kỹ thuật sản xuất hiệu quả trước đây thành kỹ thuật sản xuất không hiệu quả. Nó tạo ra những kỹ thuật sản xuất mới có năng suất cao hơn. Vì thế, nếu một hàm sản xuất gắn liền với một trình độ công nghệ nhất định thì tiến bộ công nghệ làm thay đổi cả hàm sản xuất.

Hàm sản xuất trong ngắn hạn: Trong ngắn hạn, doanh nghiệp không điều chỉnh được tất cả các yếu tố sản xuất. Một số yếu tố có thể thay đổi được trong khi một số khác là cố định. Để đơn giản hóa, chúng ta giả định doanh nghiệp chỉ sử dụng hai yếu tố sản xuất có tính chất đại diện là vốn hiện vật K và lao động L . Khi đó, hàm số sản xuất có dạng: $Q = F(K,L)$. Trong ngắn hạn, giả sử K là cố định. Trong trường hợp này, sản lượng đầu ra Q chỉ phụ thuộc vào sự thay đổi của lượng đầu vào lao động

L được sử dụng. Có thể biểu diễn hàm sản xuất ngắn hạn của doanh nghiệp một cách đơn giản như sau:

$$Q = f(L)$$

Số lượng đầu vào cố định K không còn xuất hiện trong hàm sản xuất chỉ nói lên rằng, khi K được giữ nguyên mọi biến thiên của sản lượng Q chỉ gắn liền với sự biến thiên của đầu vào lao động L . Trong ngắn hạn, muốn tăng sản lượng, phương cách duy nhất là tăng cường sử dụng yếu tố đầu vào khả biến. Tuy nhiên, khi K thay đổi (chẳng hạn, khi doanh nghiệp lại dịch chuyển đến một khoảng thời gian ngắn hạn khác), ở mỗi mức lao động L được sử dụng, mức sản lượng Q được tạo ra cũng thay đổi. Vì thế, toàn bộ hàm sản xuất $Q = f(L)$ sẽ thay đổi. Số lượng đầu vào K sẽ quy định hình dạng của hàm sản xuất $f(L)$.

Hàm sản xuất trong dài hạn: Trong dài hạn, doanh nghiệp có thể điều chỉnh được tất cả các yếu tố sản xuất. Với giả định đơn giản hóa về việc doanh nghiệp chỉ sử dụng hai yếu tố sản xuất K và L , hàm sản xuất $Q = F(K, L)$ cho thấy sản lượng Q phụ thuộc cả vào K lẫn L , và để tạo ra các sản lượng Q , doanh nghiệp có quyền cân nhắc sự kết hợp tối ưu giữa chúng. Một mặt, để sản xuất ra cùng một mức sản lượng Q , có thể lựa chọn một sự đánh đổi nào đó giữa K và L . Có thể tăng K và giảm L hoặc ngược lại, theo nhiều phương án khác nhau mà vẫn tạo ra cùng một mức sản lượng Q . Mặt khác, khi cả K và L đều tăng, đương nhiên, sản lượng đầu ra Q được sản xuất ra cũng tăng. Có ba khả năng xảy ra: Thứ nhất, khi quy mô tất cả các yếu tố đầu vào của sản xuất đều tăng lên n lần, song sản lượng đầu ra lại tăng nhiều hơn n lần, tức $F(nK, nL) > n.F(K, L)$, ta nói, doanh nghiệp đang hoạt động ở miền *hiệu suất tăng dần theo quy mô*. Ở đây, quy mô sản xuất của doanh nghiệp lớn hơn cho phép nó có thể khai thác được những lợi thế của việc chuyên môn hóa sản xuất hoặc sử dụng được các máy móc, thiết bị tinh vi hơn, có hiệu suất cao hơn. Nếu việc mở rộng quy mô không làm thay đổi nhiều giá cả các yếu tố sản xuất, điều đó cũng làm cho chi phí bình quân dài hạn của doanh nghiệp giảm xuống. Thứ hai, khi số lượng tất cả các yếu tố đầu vào được sử dụng đều tăng lên một cách cân đối n lần kéo theo sản lượng đầu ra Q cũng tăng lên đúng n lần, tức $F(nK, nL) = n.F(K, L)$, ta nói, doanh nghiệp đang hoạt động

trên miền *hiệu suất không đổi theo quy mô*. Trong trường hợp này, nếu giá cả các yếu tố sản xuất vẫn giữ nguyên, việc mở rộng quy mô không làm thay đổi chi phí bình quân dài hạn của doanh nghiệp. Thứ ba, khi lượng tất cả các yếu tố đầu vào được sử dụng đều tăng lên n lần song sản lượng đầu ra Q lại tăng thấp hơn n lần, tức $F(nK, nL) < n.F(K, L)$, ta nói, doanh nghiệp đang hoạt động ở miền *hiệu suất giảm dần theo quy mô*. Nếu giá cả các yếu tố sản xuất vẫn không thay đổi, trong trường hợp này, càng tăng quy mô sản xuất, chi phí bình quân dài hạn của doanh nghiệp cũng càng tăng. Quá một ngưỡng nào đó, quy mô lớn lại trở thành một bất lợi đối với doanh nghiệp.

7.1.2. Quy luật sản phẩm biên có xu hướng giảm dần

Sản phẩm biên (MP) của một yếu tố sản xuất là lượng sản phẩm tăng thêm nhờ sử dụng thêm một đơn vị yếu tố sản xuất trên trong điều kiện các yếu tố sản xuất còn lại được giữ nguyên.

Trong hàm sản xuất $Q = F(K, L) = f(L)$, nếu K là cố định, sản phẩm biên của lao động tại một điểm nào đó (một mức L nào đó) chính là lượng đầu ra tăng thêm khi sử dụng thêm một đơn vị lao động.

$$MP_L = \Delta Q / \Delta L$$

Tương tự, cũng có thể định nghĩa sản phẩm biên của vốn như là lượng sản phẩm đầu ra tăng thêm nhờ sử dụng thêm một đơn vị vốn trong điều kiện các yếu tố đầu vào khác là không đổi. Với hàm sản xuất $Q = F(K, L) = f(K)$ (tức K được coi là yếu tố khả biến duy nhất), sản phẩm biên của vốn là:

$$MP_K = \Delta Q / \Delta K$$

Để dễ hình dung hơn, ta hãy minh họa khái niệm sản phẩm biên của một yếu tố như lao động chẳng hạn thông qua một ví dụ bằng số.

Giả sử ta có một hàm sản xuất $Q = F(K, L)$, với $K = \bar{K}$ là hằng số. Khi đầu vào lao động L thay đổi, sản lượng Q cũng thay đổi một cách

tương ứng. Theo đó, chúng ta có thể tính được sản phẩm biên của mỗi đơn vị lao động tăng như bảng dưới đây:

Lao động (số công nhân) (L)	Sản lượng đầu ra (Q)	Sản phẩm biên của lao động (MP_L)
0	0	
1	8	8
2	19	11
3	32	13
4	44	12
5	54	10
6	61	7

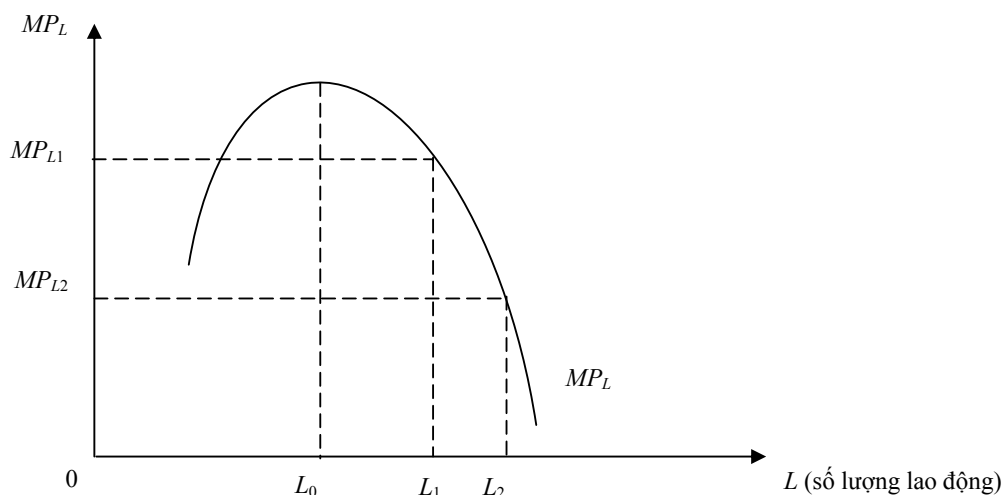
Quy luật sản phẩm biên có xu hướng giảm dần: Khi K là hằng số, nếu không có đơn vị lao động nào được sử dụng, người ta không sản xuất được một đơn vị đầu ra nào. Nếu sử dụng một đơn vị lao động, có thể tạo ra 8 đơn vị sản lượng đầu ra. Như vậy, sản phẩm biên của đơn vị lao động đầu tiên là 8 (đơn vị đầu ra). Khi có hai đơn vị lao động được sử dụng, nhờ lợi thế chuyên môn hóa chẳng hạn, tổng sản lượng tăng lên thành 19 đơn vị. Điều đó có nghĩa là sản phẩm biên của đơn vị lao động thứ hai là 11. Nếu tiếp tục tăng thêm một đơn vị đầu vào lao động, sản phẩm biên có thể vẫn tiếp tục tăng. Trong ví dụ của chúng ta, sản phẩm biên của đơn vị lao động thứ ba là 13. Tuy nhiên, đến một ngưỡng nào đó, việc tăng thêm một đầu vào khả biến duy nhất như lao động chẳng hạn sẽ làm cho quy luật lợi suất giảm dần dần phát huy tác dụng. Sản phẩm biên của các đơn vị lao động càng về sau càng giảm. Trong ví dụ của chúng ta, sản phẩm biên của đơn vị lao động thứ tư bắt đầu giảm xuống, chỉ còn 12; của đơn vị lao động thứ năm chỉ còn 10... Xu hướng sản phẩm biên giảm dần cứ tiếp tục bộc lộ.

Như vậy, nếu các yếu tố sản xuất khác được giữ nguyên, việc tăng dần lượng sử dụng một loại yếu tố sản xuất duy nhất sẽ làm cho sản phẩm biên của mỗi đơn vị yếu tố sản xuất bổ sung thêm có xu hướng giảm dần, ít nhất bắt đầu từ một ngưỡng nào đó.

Có thể giải thích lý do sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất có xu hướng giảm dần như sau: Vì các yếu tố sản xuất khác được giữ nguyên, nên khi tăng dần số lượng của riêng một loại yếu tố sản xuất, mỗi đơn vị của nó ngày càng có ít hơn các yếu tố sản xuất khác để phối hợp. Vì thế, chắc chắn từ một điểm nào đó, sản phẩm tăng thêm từ mỗi đơn vị yếu tố sản xuất bổ sung thêm sẽ ngày càng giảm dần. Trong ví dụ của chúng ta, với K là hằng số, việc tăng dần L sẽ làm cho mỗi đơn vị lao động càng về sau ngày càng có ít vốn hơn để sử dụng (K/L giảm dần). Quá một ngưỡng nào đó, sản phẩm biên của mỗi đơn vị lao động về sau sẽ nhỏ hơn sản phẩm biên của những đơn vị lao động trước đó.

Sản phẩm biên giảm dần làm cho việc tăng thêm L thoạt tiên có thể khiến cho tổng sản lượng tăng lên, song mức độ gia tăng có xu hướng chậm dần. Đến một lúc nào đó, chỉ tăng đầu vào L có thể không làm tổng sản lượng tăng (lúc này sản phẩm biên của lao động bằng 0). Thậm chí nếu cứ tiếp tục tăng L , tổng sản lượng sẽ giảm, vì số lượng lao động quá nhiều có thể dẫn đến sự ngáng trở lẫn nhau trong quá trình sản xuất. Khi đó, sản phẩm biên của lao động có thể trở thành âm.

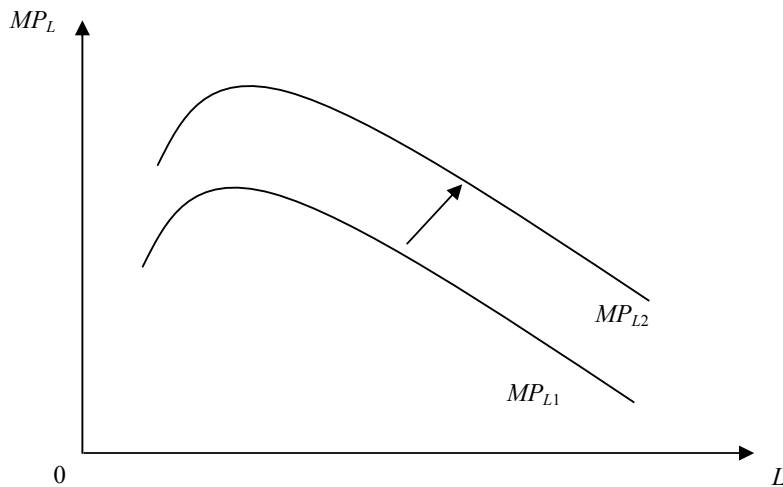
Phản ánh quy luật sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất có xu hướng giảm dần trên đồ thị, ta thấy đường sản phẩm biên của lao động chẳng hạn, thoạt tiên có xu hướng đi lên trong một khoảng nhất định, song sau đó trở thành một đường dốc xuống. Ở phần chủ đạo này, khi lao động càng tăng thì sản phẩm biên của lao động cũng ngày càng giảm. Đường sản phẩm biên đi xuống khi nó di chuyển dần sang bên phải.



Hình 7.1: Đường sản phẩm biên của lao động. Khi vượt quá ngưỡng L_0 , càng sử dụng thêm nhiều lao động, sản phẩm biên của những đơn vị lao động tiếp theo có xu hướng giảm dần.

Sự dịch chuyển của đường sản phẩm biên: Mỗi đường sản phẩm biên của lao động gắn liền với một lượng vốn (đại diện cho quỹ các yếu tố sản xuất khác) cố định. Khi lượng vốn này thay đổi, đường sản phẩm biên của lao động sẽ dịch chuyển. Với lượng vốn lớn hơn, ở mỗi mức lao động, sản phẩm biên của lao động nói chung lớn hơn trước. Đường sản phẩm biên của lao động, trong trường hợp này, dịch chuyển lên trên. Ngược lại, khi lượng vốn (và các yếu tố sản xuất không phải là lao động khác) giảm xuống, đường sản phẩm biên của lao động, về cơ bản, sẽ dịch chuyển xuống dưới.

Sự thay đổi của trình độ của công nghệ làm biến đổi toàn bộ hàm sản xuất, do đó, cũng làm dịch chuyển đường sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất. Chẳng hạn, tiến bộ công nghệ làm cho sản phẩm biên của lao động ở mỗi mức lao động có xu hướng tăng lên, ngay cả khi quỹ vốn và các yếu tố sản xuất vẫn giữ nguyên như cũ. Trong trạng huống này, đường sản phẩm biên của lao động dịch chuyển lên trên.



Hình 7.2: Đường sản phẩm biên lao động dịch chuyển dưới ảnh hưởng của tiến bộ công nghệ.

Từ sản phẩm biên đến doanh thu sản phẩm biên

Doanh thu sản phẩm biên (MRP) của một yếu tố sản xuất là lượng doanh thu tăng thêm nhờ sử dụng thêm một đơn vị yếu tố sản xuất nói trên trong điều kiện các yếu tố sản xuất khác được giữ nguyên.

Chẳng hạn, doanh thu sản phẩm biên của lao động (MRP_L) cho biết lượng doanh thu tăng thêm khi sử dụng thêm một đơn vị lao động trong khi lượng các yếu tố sản xuất khác vẫn giữ nguyên. Còn doanh thu sản phẩm biên của vốn (MRP_K) cho chúng ta biết lượng doanh thu thu thêm được chỉ thuần túy nhờ vào việc sử dụng thêm một đơn vị vốn.

Nếu sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất đo lường lượng sản phẩm đầu ra (tính bằng đơn vị hiện vật) tăng thêm thì doanh thu sản phẩm biên của nó lại đo lường lượng doanh thu (tính bằng tiền) có thêm được nhờ việc sử dụng thêm một đơn vị yếu tố sản xuất này. Giữa hai khái niệm này tồn tại một quan hệ chặt chẽ với nhau. Thật vậy, theo định nghĩa, ta có:

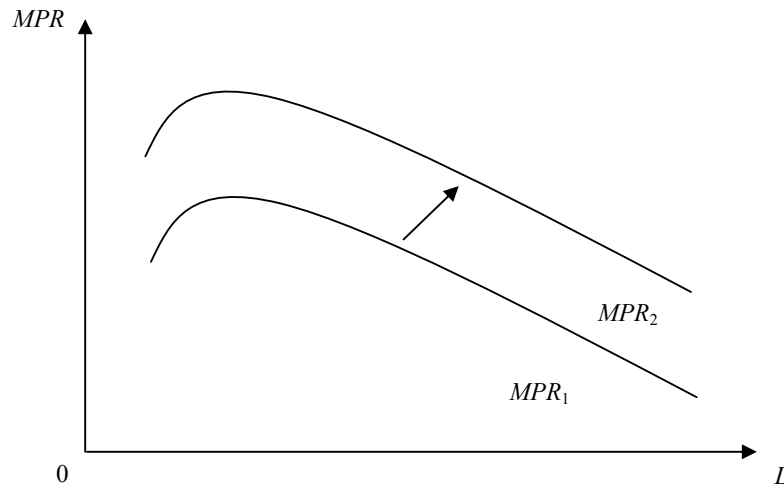
$$MRP_L = \Delta(TR)/\Delta L = [\Delta(TR)/\Delta Q] : [\Delta L/\Delta Q] = MR.MP_L$$

Nói cách khác, doanh thu sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất chính bằng sản phẩm biên của yếu tố này nhân với doanh thu biên của sản phẩm đầu ra. Trong trường hợp thị trường đầu ra là cạnh tranh hoàn hảo, doanh thu biên luôn luôn bằng mức giá nên doanh thu sản phẩm biên chính bằng sản phẩm biên nhân với mức giá đầu ra ($MRP = MP.MR = MP.P$). Với trường hợp đặc biệt này, doanh thu sản phẩm biên được gọi là giá trị sản phẩm biên và được ký hiệu là MVP .

Hình dạng của đường doanh thu sản phẩm biên MRP cũng tương tự như hình dạng của đường sản phẩm biên mặc dù tỷ lệ theo chiều thẳng đứng của chúng có thể khác nhau. Đường MRP thoạt tiên có xu hướng dốc lên, song về cơ bản nó có xu hướng dốc xuống, phản ánh doanh thu sản phẩm biên, đến một ngưỡng nào đó, sẽ giảm dần theo chiều hướng tăng lên của lượng đầu vào khả biến. Chính xu hướng giảm dần của sản phẩm biên quyết định xu hướng giảm dần của doanh thu sản phẩm biên. Nếu thị trường đầu ra là thị trường cạnh tranh không hoàn hảo, đường doanh thu sản phẩm biên càng trở nên dốc hơn do doanh thu biên của sản phẩm đầu ra còn nhỏ hơn mức giá và mức giá cũng có xu hướng giảm dần khi lượng đầu ra bán ra tăng.

Từ công thức $MRP = MP.MR$ có thể thấy rằng, doanh thu sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất phụ thuộc vào sản phẩm biên của nó cũng như doanh thu biên của sản phẩm đầu ra. Vì thế, sự dịch chuyển của đường doanh thu sản phẩm biên có nguồn gốc từ: thứ nhất, các nguyên nhân làm cho đường sản phẩm biên dịch chuyển. Khi quỹ các yếu tố sản xuất khác tăng lên, hay trình độ công nghệ được nâng lên, đường doanh thu sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất sẽ dịch chuyển lên trên và ngược lại; thứ hai, các thay đổi trên thị trường đầu ra ảnh hưởng đến đường doanh thu biên. Khi cầu về sản phẩm đầu ra tăng lên, doanh thu biên có xu hướng tăng lên và điều này cũng đẩy đường doanh thu sản phẩm biên của một yếu tố đầu vào dịch chuyển lên trên. Ngược lại, nếu

cầu về hàng hóa đầu ra giảm sút, đường doanh thu sản phẩm biên của một loại đầu vào tương ứng sẽ dịch chuyển xuống dưới.



Hình 7.3: Đường doanh thu sản phẩm biên của một yếu tố sản xuất về cơ bản là một đường dốc xuống. Khi doanh thu biên sản phẩm đầu ra tăng lên, đường MRP của yếu tố sản xuất sẽ dịch chuyển lên trên và sang phải.

7.2. Cầu về các yếu tố sản xuất

Cầu về các yếu tố sản xuất xuất phát từ các doanh nghiệp, nơi sẽ sử dụng các yếu tố sản xuất này để thực hiện một quyết định cung ứng nào đó về một loại sản phẩm đầu ra. Giả định của chúng ta về mục tiêu của doanh nghiệp vẫn như cũ: khi lựa chọn các yếu tố sản xuất, doanh nghiệp bị chi phối bởi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận.

7.2.1. Cầu về các yếu tố sản xuất của một doanh nghiệp

* Trường hợp một yếu tố sản xuất khả biến duy nhất (ngắn hạn):

Giả sử doanh nghiệp chỉ sử dụng hai yếu tố sản xuất vốn (K) và lao động (L) để sản xuất một loại hàng hóa nào đó. Trong ngắn hạn, ta giả định K là yếu tố sản xuất cố định, do đó sản lượng đầu ra của doanh

nghiệp chỉ phụ thuộc vào lượng lao động được sử dụng. Nói cách khác, hàm sản xuất của doanh nghiệp có dạng: $Q = f(L)$. Vấn đề ở đây là, doanh nghiệp phải lựa chọn lượng đầu vào lao động nào là tối ưu?

Khi sử dụng thêm một đơn vị lao động, lợi ích mà doanh nghiệp thu thêm được, tính bằng tiền, chính là doanh thu sản phẩm biên của đơn vị lao động này (MRP_L). Để có được đơn vị lao động này, doanh nghiệp phải bỏ ra thêm một khoản chi phí mà ta có thể gọi là chi phí biên yếu tố của lao động MFC_L . Đó chính là khoản chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra thêm khi sử dụng thêm một đơn vị yếu tố sản xuất (trong trường hợp này là lao động). Nếu doanh thu sản phẩm biên của đơn vị lao động này lớn hơn chi phí biên yếu tố của nó (tức $MRP_L > MFC_L$), rõ ràng việc thuê thêm đơn vị lao động này là có lợi đối với doanh nghiệp: nhờ việc thuê thêm này, doanh nghiệp sẽ tăng được quỹ lợi nhuận của mình. Vì thế, về nguyên tắc, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp cần thuê thêm lao động chừng nào doanh thu sản phẩm biên của đơn vị lao động tăng thêm còn lớn hơn chi phí biên yếu tố của nó.

Lập luận một cách tương tự, chúng ta cũng dễ dàng nhận ra rằng, nếu tại đơn vị lao động cuối cùng, doanh thu sản phẩm biên nhỏ hơn chi phí biên yếu tố tương ứng ($MRP_L < MFC_L$) thì bằng việc không thuê đơn vị lao động này, doanh nghiệp lại tăng được lợi nhuận của mình. Nói cách khác, chừng nào MRP_L nhỏ hơn MFC_L , giảm số lao động thuê mướn sẽ làm tăng quỹ lợi nhuận của doanh nghiệp.

Kết hợp những điều trên lại, có thể rút ra kết luận: Để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải sử dụng số lượng lao động sao cho tại đơn vị lao động cuối cùng, doanh thu sản phẩm biên phải bằng chi phí biên yếu tố:

$$MRP_L = MFC_L$$

Nguyên tắc này cũng áp dụng cho các yếu tố sản xuất khác. Chẳng hạn, lượng vốn tối ưu mà doanh nghiệp cần sử dụng cần thỏa mãn điều kiện: tại đơn vị vốn cuối cùng, doanh thu sản phẩm biên của vốn cũng

phải bằng chi phí biên yếu tố của vốn ($MRP_K = MFC_K$). Hay nói tổng quát hơn, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải sử dụng một loại yếu tố sản xuất sao cho tại đơn vị yếu tố sản xuất cuối cùng, doanh thu sản phẩm biên và chi phí biên yếu tố của nó là bằng nhau.

Nếu thị trường đầu vào là thị trường cạnh tranh hoàn hảo, do đó, doanh nghiệp chỉ là người chấp nhận giá, thì khi thuê thêm một đơn vị yếu tố sản xuất, chi phí biên yếu tố mà nó phải bỏ ra chính là mức giá thuê thị trường. Trong trường hợp này, đường cung về loại yếu tố sản xuất này mà doanh nghiệp đối diện là một đường nằm ngang. Lượng yếu tố sản xuất mà nó thuê nhiều hay ít không tác động đến mức giá thuê. Chẳng hạn, nếu trên thị trường lao động, doanh nghiệp là người chấp nhận giá, thì khi thuê thêm một đơn vị lao động, chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra thêm chính là mức lương thị trường. Khi đó, điều kiện lựa chọn lượng đầu vào lao động tối ưu là: $MRP_L = w$, trong đó w là mức lương thị trường của một đơn vị lao động.

Nói một cách tổng quát, nếu thị trường đầu vào là cạnh tranh hoàn hảo, điều kiện lựa chọn đầu vào tối đa hóa lợi nhuận đối với một doanh nghiệp là:

$$MRP_i = h_i \quad (7.1)$$

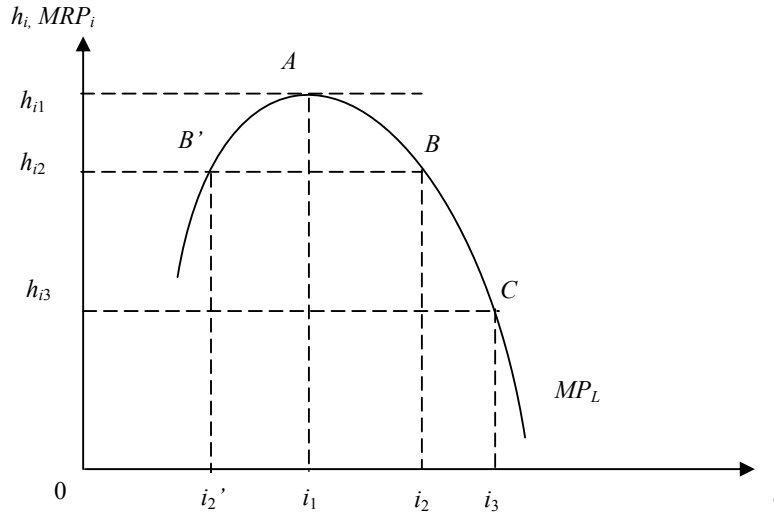
trong đó MRP_i là doanh thu sản phẩm biên của đơn vị yếu tố sản xuất i cuối cùng, còn h_i chính là giá thuê thị trường của yếu tố sản xuất đó.

Đường cầu về một loại yếu tố sản xuất của doanh nghiệp

Giống như đường cầu về một loại hàng hóa mô tả mối quan hệ giữa lượng cầu và mức giá của hàng hóa, đường cầu về một loại yếu tố sản xuất của doanh nghiệp cho chúng ta biết các số lượng yếu tố sản xuất mà doanh nghiệp sẵn sàng thuê tại mỗi mức giá thuê nhất định.

Giả sử MRP_i là đường doanh thu sản phẩm biên của yếu tố sản xuất i trong điều kiện các yếu tố sản xuất khác và trình độ công nghệ là xác

định và không đổi. Thị trường yếu tố sản xuất i được giả định là thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Tham gia vào thị trường này, doanh nghiệp là người chấp nhận giá. Nếu giá thuê thị trường của đầu vào i là h_i , quy tắc tối đa hóa lợi nhuận mà ta đã phân tích ở trên cho thấy, lượng đầu vào i mà doanh nghiệp sẵn sàng thuê phải thỏa mãn điều kiện: tại đơn vị i cuối cùng, $MRP_i = h_i$. Trên đồ thị 7.4, nếu $h_i = h_{i1}$, đường thẳng nằm ngang tương ứng với mức giá này tiếp xúc với đường MRP_i tại một điểm A duy nhất cho thấy lượng đầu vào i mà doanh nghiệp cần thuê là i_1 (i_1 là hoành độ của điểm A), vì chỉ tại i_1 điều kiện (7.1) mới thỏa mãn. Nếu h_i hạ xuống thành h_{i2} , đường thẳng nằm ngang tương ứng với mức giá mới này cắt đường MRP_i tại hai điểm B và B' . Như vậy, tại cả hai mức đầu vào i_2 và i_2' , điều kiện (7.1) đều thỏa mãn. Tuy nhiên, i_2' tương ứng với phần đường MRP_i đang đi lên, còn i_2 tương ứng với phần đường MRP_i đang đi xuống. Phải chăng cả hai mức đầu vào này đều cho phép doanh nghiệp tối đa hóa được lợi nhuận? Câu trả lời là không phải như vậy. Khi đường MRP_i đang đi lên, tại mức đầu vào i lân cận và nhỏ hơn i_2' ($i < i_2'$), ta có $MRP_i < h_{i2}$. Điều đó có nghĩa là, khi này nếu tăng mức sử dụng đầu vào i lên, lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ giảm. Ngược lại, tại mức i lân cận và lớn hơn i_2' , ta có $MRP_i > h_{i2}$. Điều đó cũng có nghĩa là, nếu khi này doanh nghiệp càng tăng mức sử dụng đầu vào i , lợi nhuận của nó sẽ càng tăng. Nói cách khác, nếu sử dụng đầu vào này đúng bằng i_2' , doanh nghiệp chỉ thu được mức lợi nhuận tối thiểu. Trái lại, khi giá thuê thị trường của đầu vào này là h_{i2} , mức đầu vào cho phép doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận chính là i_2 , tương ứng với phần đường MRP_i dốc xuống. Ở những giá trị i lân cận với i_2 , khi $i < i_2$, ta có $MRP_i > h_{i2}$. Lúc này càng tăng i , doanh nghiệp càng tăng được lợi nhuận. Còn khi $i > i_2$, vì $MRP_i < h_{i2}$ nên càng tăng i , doanh nghiệp càng bị giảm đi quỹ lợi nhuận. Chỉ tại $i = i_2$, doanh nghiệp mới đạt được lợi nhuận tối đa.



Hình 7.4: Lựa chọn đầu vào của doanh nghiệp. A, B, C, \dots là những điểm lựa chọn tối ưu của doanh nghiệp khi giá thuê đầu vào i thay đổi.

Lập luận tương tự, ta có thể thấy rằng, nếu giá thuê thị trường của đầu vào i hạ xuống thành h_{i3} , đường thẳng nằm ngang tương ứng với mức giá này cắt phần dốc xuống của đường MRP_i tại điểm C , có hoành độ là i_3 , hàm ý rằng, i_3 chính là số lượng đầu vào i tối ưu mà doanh nghiệp cần thuê.

Bây giờ chúng ta thử nhìn lại các điểm A, B, C, \dots . Chúng đều là những điểm nằm trên phần dốc xuống của đường doanh thu sản phẩm biên của yếu tố sản xuất i . Mỗi điểm đều cho chúng ta biết số lượng đầu vào i mà doanh nghiệp cần và sẵn sàng thuê để tối đa hóa lợi nhuận tương ứng với các mức giá thị trường h_i của đầu vào này. Nói cách khác, đó là những điểm khác nhau thuộc đường cầu về yếu tố sản xuất i của doanh nghiệp.

Như vậy, đường cầu về một loại yếu tố sản xuất của doanh nghiệp chính là phần dốc xuống của đường doanh thu sản phẩm biên của yếu tố sản xuất này.

Nếu thị trường đầu ra là thị trường cạnh tranh hoàn hảo, vì đường doanh thu sản phẩm biên của yếu tố sản xuất chính là đường giá trị sản phẩm biên nên chính phần dốc xuống của đường MVP này là đường cầu về yếu tố sản xuất của doanh nghiệp.

Giống như đường cầu về một loại hàng hóa, đường cầu của doanh nghiệp về một loại yếu tố sản xuất cũng là một đường dốc xuống. Khi giá thuê yếu tố còn cao, lượng cầu của doanh nghiệp về yếu tố này tương đối thấp. Khi giá thuê yếu tố hạ xuống, lượng cầu của doanh nghiệp về yếu tố trên tăng lên. Tính chất dốc xuống của đường cầu về yếu tố sản xuất bắt nguồn từ xu hướng doanh thu sản phẩm biên giảm dần. Khi giá thuê h_i của yếu tố sản xuất i hạ xuống, để điều kiện tối đa hóa lợi nhuận vẫn được thỏa mãn (tức điều kiện $MRP_i = h_i$), doanh nghiệp phải sử dụng số lượng i nhiều hơn, vì chỉ bằng cách đó, MRP_i mới giảm xuống một cách tương ứng với h_i .

Sự dịch chuyển của đường cầu về yếu tố sản xuất của doanh nghiệp: Với một đường cầu dốc xuống, sự dịch chuyển của nó lên trên và sang phải hàm ý cầu tăng (lượng cầu tăng ở mỗi mức giá). Ngược lại, sự dịch chuyển của nó xuống dưới và sang trái hàm ý cầu giảm (lượng cầu giảm ở mỗi mức giá). Vì đường cầu về một loại yếu tố sản xuất của doanh nghiệp là phần dốc xuống của đường doanh thu sản phẩm biên, nên những nguyên nhân làm dịch chuyển đường thứ hai cũng chính là những nguyên nhân làm đường thứ nhất dịch chuyển. Với những điều chúng ta đã biết, có thể tổng kết lại như sau:

Thứ nhất, cầu về một loại yếu tố sản xuất sẽ tăng (đường cầu về nó sẽ dịch chuyển sang phải và lên trên) khi quỹ các yếu tố sản xuất khác phối hợp với nó tăng lên và ngược lại. Chẳng hạn, khi các yếu tố sản xuất khác trở nên dồi dào hơn, sản phẩm biên của yếu tố sản xuất mà chúng ta đang xem xét tăng lên. Tại mỗi mức giá thuê, doanh nghiệp sẽ thấy có lợi hơn nếu sử dụng nhiều yếu tố sản xuất này hơn.

Thứ hai, cầu về một loại yếu tố sản xuất sẽ tăng khi trình độ công nghệ được cải thiện. Cũng giống như trường hợp trên, tiến bộ công nghệ cũng làm cho sản phẩm biên của yếu tố sản xuất mà ta đang phân tích tăng lên và điều này cũng kích thích doanh nghiệp sẵn sàng sử dụng nhiều hơn yếu tố sản xuất này ở mỗi mức giá của nó.

Thứ ba, cầu về một loại yếu tố sản xuất sẽ tăng khi cầu về hàng hóa đầu ra tương ứng tăng lên và ngược lại. Điều này liên quan đến sự thay đổi trong doanh thu biên hay mức giá của hàng hóa đầu ra và ảnh hưởng tương ứng của nó đến doanh thu sản phẩm biên của yếu tố sản xuất. Nó cho thấy cầu về yếu tố sản xuất chỉ là một loại nhu cầu phái sinh, do đó, sự thay đổi trong nhu cầu ở thị trường đầu ra không thể không tác động đến nhu cầu này.

** Trường hợp các yếu tố sản xuất đều khả biến (dài hạn)*

Để đơn giản hóa, chúng ta vẫn giả sử doanh nghiệp chỉ sử dụng hai yếu tố sản xuất vốn (K) và lao động (L). Do đó, hàm sản xuất của doanh nghiệp có dạng $Q = F(K,L)$. Trong dài hạn, doanh nghiệp có khả năng điều chỉnh mọi yếu tố sản xuất, vì thế, cả K lẫn L đều là khả biến. Trong điều kiện này, doanh nghiệp phải lựa chọn tổ hợp K và L như thế nào để tối đa hóa được lợi nhuận?

- Phân tích chi phí – lợi ích:

Với mỗi mức vốn K cố định, cho trước, sản lượng đầu ra chỉ phụ thuộc vào mức đầu vào lao động L . Trong trường hợp này, chúng ta có thể áp dụng phép phân tích chi phí – lợi ích ứng với tình huống ngắn hạn ở trên. Mức lao động tối ưu mà doanh nghiệp cần thuê và sử dụng phải thỏa mãn điều kiện:

$$MRP_L = MFC_L \quad (7.2)$$

Nói một cách khác, tại mỗi mức K xác định, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp phải lựa chọn mức lao động sao cho tại đơn vị lao động cuối cùng, doanh thu sản phẩm biên chính bằng chi phí biên yếu tố.

Lập luận một cách tương tự, ta có thể rút ra kết luận: Với mỗi mức lao động L xác định, lượng vốn tối ưu mà doanh nghiệp cần thuê và sử dụng nhằm tối đa hóa lợi nhuận chính là lượng vốn mà tại đơn vị vốn cuối cùng, doanh thu sản phẩm biên và chi phí biên yếu tố của nó là bằng nhau:

$$MRP_K = MFC_K \quad (7.3)$$

Khi mà cả K và L đều là khả biến, điều kiện lựa chọn tổ hợp (K, L) tối ưu chính là các đẳng thức (7.2) và (7.3) đồng thời phải được thỏa mãn. Nói cách khác, trong dài hạn, doanh nghiệp phải lựa chọn K và L sao cho:

$$MRP_L = MFC_L \quad (7.2)$$

và
$$MRP_K = MFC_K \quad (7.3)$$

Nếu các thị trường đầu vào đều là thị trường cạnh tranh hoàn hảo và doanh nghiệp là người chấp nhận giá, điều kiện trên trở thành:

$$MRP_L = w \quad (7.2')$$

và
$$MRP_K = r \quad (7.3')$$

trong đó w và r tương ứng là mức lương và giá thuê vốn tính theo mỗi đơn vị yếu tố sản xuất trên thị trường.

Ở phần trên, chúng ta biết rằng:

$$MRP_L = MP_L.MR \quad (7.4)$$

đồng thời
$$MRP_K = MP_K.MR \quad (7.5)$$

Do đó, các điều kiện (2') và (3') tương đương với:

$$MP_L.MR = w$$

và
$$MP_K.MR = r$$

$$\text{từ đó ta có: } MP_L/MP_K = w/r \quad (7.6)$$

$$\text{hay } MP_L/w = MP_K/r \quad (7.7)$$

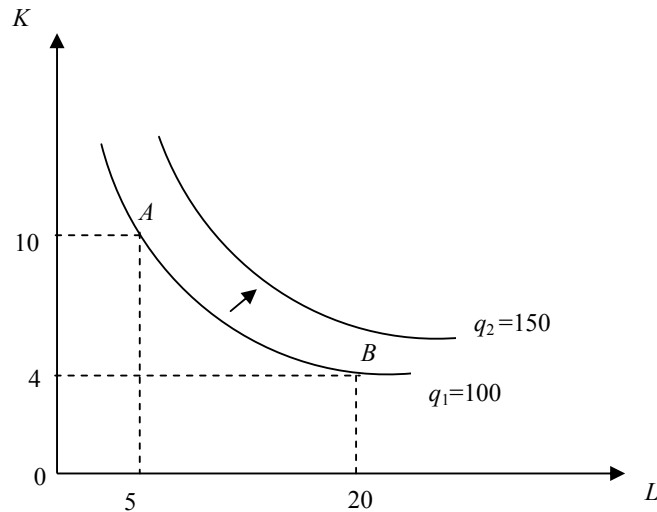
Đẳng thức (7.6) cho thấy, trong dài hạn, với tư cách là người chấp nhận giá trên các thị trường yếu tố sản xuất, doanh nghiệp phải lựa chọn các yếu tố này sao cho, tại đơn vị yếu tố sản xuất cuối cùng, tỉ lệ giữa các mức sản phẩm biên của các yếu tố này chính bằng tỷ lệ giữa các đơn giá thuê của chúng. Một cách tương đương, đẳng thức (7.7) nói lên rằng, ở điểm lựa chọn tối ưu, sản phẩm biên của mỗi đơn vị tiền tệ chi tiêu cho các yếu tố sản xuất phải bằng nhau.

- Phân tích hình học

Chúng ta cũng có thể đi đến kết luận tương tự bằng cách sử dụng các công cụ hình học: đường đẳng lượng và đẳng phí. Các giả định ở trên vẫn được giữ nguyên, tức là chúng ta vẫn xuất phát từ hàm sản xuất dài hạn đơn giản của doanh nghiệp $Q = F(K,L)$.

Đường đẳng lượng là một đường mô tả các tổ hợp đầu vào (K,L) khác nhau mà sự kết hợp chúng cùng tạo ra một mức sản lượng đầu ra như nhau.

Trên đồ thị 7.5, số lượng vốn K được thể hiện trên trục tung, còn số lượng lao động L được thể hiện trên trục hoành. Mỗi một điểm trên mặt phẳng tọa độ (chú ý rằng, để có nghĩa, K và L là những đại lượng không âm) biểu thị một tổ hợp (K,L) cụ thể. Giả sử để tạo ra một mức sản lượng đầu ra $Q = 100$, người ta có thể sử dụng các phương án kỹ thuật khác nhau. Ở phương án sử dụng nhiều vốn, người ta cần đến 10 đơn vị vốn và 5 đơn vị lao động. Trái lại, ở phương án sử dụng nhiều lao động, người ta chỉ cần 4 đơn vị vốn, song lại cần đến 20 đơn vị lao động. Vì đây là những phương án khác nhau cùng tạo ra 100 đơn vị sản lượng đầu ra nên các tổ hợp $(L=5, K=10)$ và $(L=20, K=4)$ sẽ là những điểm khác nhau cùng nằm trên một đường đẳng lượng.



Hình 7.5: Đường đẳng lượng. Mỗi đường đẳng lượng gắn liền với một mức sản lượng nhất định.

Mỗi đường đẳng lượng đều gắn với một mức sản lượng đầu ra nhất định. Do K và L có thể thay thế lẫn nhau – người ta chỉ có thể tạo ra lượng đầu ra như cũ khi số lượng vốn bị giảm nếu điều đó được bù đắp bằng số lượng lao động tăng lên và ngược lại – đường đẳng lượng là một đường dốc xuống. Quy luật sản phẩm biên của một loại yếu tố sản xuất có xu hướng giảm dần cho phép chúng ta hình dung hình dáng các đường đẳng lượng tương tự như hình dáng các đường bàng quan. Đó là những đường cong lõm, có đáy hướng về gốc tọa độ.

Để sản xuất ra một sản lượng đầu ra lớn hơn, nếu giữ nguyên mức vốn, người ta buộc phải sử dụng nhiều đầu vào lao động hơn hoặc nếu giữ nguyên số lượng đầu vào lao động, người ta cần có số lượng vốn lớn hơn. Như vậy, đường đẳng lượng gắn với một mức sản lượng đầu ra lớn hơn sẽ nằm ở phía ngoài đường đẳng lượng ứng với mức sản lượng đầu ra thấp hơn. Nói cách khác, càng tiến ra phía ngoài, đường đẳng lượng càng biểu thị mức sản lượng đầu ra lớn hơn.

Xét trên cùng một đường đẳng lượng, khi chúng ta di chuyển từ trái sang phải dọc theo đường này, ta thấy, lượng vốn giảm được bù đắp bằng lượng lao động tăng để sản lượng tạo ra vẫn không thay đổi. Ở đây tồn tại một sự đánh đổi, có tính chất thay thế nhau giữa K và L về phương diện kỹ thuật. Khái niệm tỷ lệ thay thế biên kỹ thuật nói lên điều đó.

Tỷ lệ thay thế biên kỹ thuật giữa vốn và lao động ($MRTS$) cho biết số lượng vốn mà doanh nghiệp có thể giảm khi nó sử dụng thêm một đơn vị lao động mà vẫn không làm thay đổi mức sản lượng đầu ra.

$$MRTS = -(\Delta K/\Delta L)$$

Xét trên cùng một đường đẳng lượng, vì K và L vận động ngược chiều nhau nên dấu “-” trong công thức trên nhằm đảm bảo tỷ lệ thay thế biên kỹ thuật là một đại lượng dương. Tỷ lệ này cho chúng ta biết một đơn vị lao động có thể thay thế được bao nhiêu đơn vị vốn. Đương nhiên, ở mỗi điểm xuất phát khác nhau, tỷ lệ thay thế biên kỹ thuật cũng khác nhau. Tại mỗi điểm trên đường đẳng lượng, $MRTS$ chính là giá trị tuyệt đối độ dốc của đường đẳng lượng tại điểm nói trên.

Khái niệm tỷ lệ thay thế biên kỹ thuật $MRTS$ có liên quan đến khái niệm sản phẩm biên của các yếu tố sản xuất. Giả sử chúng ta dịch chuyển từ một điểm A nào đó trên đường đẳng lượng tới một điểm B khác, lân cận cũng trên đường này. Sự dịch chuyển này kéo theo mức thay đổi trong lượng vốn sử dụng là ΔK và mức thay đổi trong lượng lao động sử dụng là ΔL . Ảnh hưởng thuần túy của việc thay đổi vốn đến sản lượng đầu ra là $\Delta Q_K = MP_K \cdot \Delta K$. Ảnh hưởng thuần túy của việc thay đổi lao động đến sản lượng đầu ra là $\Delta Q_L = MP_L \cdot \Delta L$. Tuy nhiên, vì A và B đều cùng nằm trên một đường đẳng lượng nên ảnh hưởng toàn bộ của việc thay đổi K và L đối với sản lượng đầu ra là bằng 0. Do đó, ta có:

$$\Delta Q_K + \Delta Q_L = MP_K \cdot \Delta K + MP_L \cdot \Delta L = 0$$

$$\Rightarrow -(\Delta K / \Delta L) = MP_L / MP_K$$

$$\Rightarrow MRTS = MP_L / MP_K$$

Đường đẳng phí là một đường mô tả các tổ hợp đầu vào (K, L) khác nhau mà muốn có chúng, doanh nghiệp phải bỏ ra cùng một lượng chi phí như nhau.

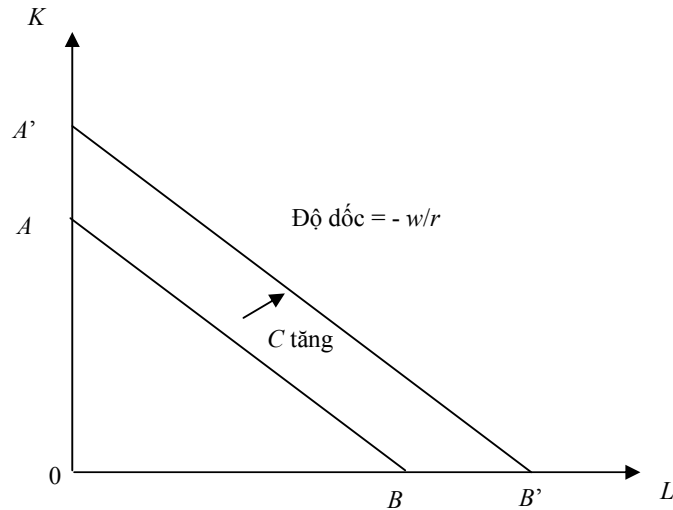
Gọi C là chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra để mua (thuê) các yếu tố sản xuất đầu vào K và L . Nếu r và w là mức giá thị trường tương ứng của các đầu vào này, thì các tổ hợp K và L thỏa mãn phương trình sau sẽ nằm trên cùng một đường đẳng phí:

$$r \cdot K + w \cdot L = C \quad (7.8)$$

hay
$$K = C/r - (w/r) \cdot L \quad (7.8')$$

Như phương trình (7.8) hay (7.8') chỉ ra, đường đẳng phí sẽ là một đường thẳng, dốc xuống. Đây là một đường dốc xuống vì chúng ta chỉ có thể giữ nguyên mức chi phí C khi K tăng lên nếu L giảm xuống và ngược lại. Đây là một đường thẳng vì nó có độ dốc không đổi và bằng $-(w/r)$.

Vị trí của đường đẳng phí phụ thuộc vào giá trị C . Khi C tăng lên, đường đẳng phí sẽ tịnh tiến ra phía ngoài và ngược lại. Còn khi tỷ số w/r thay đổi, đường đẳng phí sẽ xoay, phản ánh sự thay đổi trong độ dốc của nó.

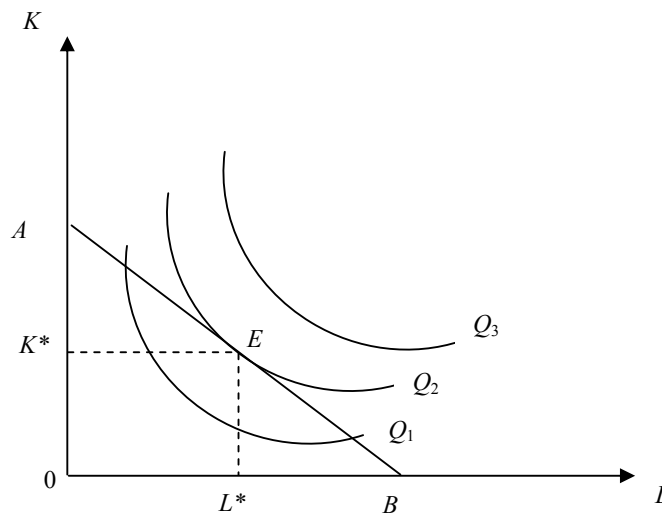


Hình 7.6: Đường đẳng phí. Khi C tăng lên, đường đẳng phí dịch ra phía ngoài.

Lựa chọn đầu vào tối ưu trong dài hạn của doanh nghiệp:

Phù hợp với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận, có thể giả định rằng, hoặc doanh nghiệp phải lựa chọn các đầu vào K và L sao cho có thể tối thiểu hóa chi phí C để sản xuất một mức sản lượng đầu ra Q cho trước; hoặc nó phải lựa chọn các đầu vào này sao cho có thể tối đa hóa được mức sản lượng đầu ra Q với một mức chi phí C cho trước.

Cách phân tích hai trường hợp này hoàn toàn tương tự nhau nên chúng ta chỉ cần xét trường hợp doanh nghiệp cần tối đa hóa sản lượng đầu ra với một mức chi phí đầu vào C cho trước.



Hình 7.7. Điểm lựa chọn tổ hợp đầu vào tối ưu của doanh nghiệp là điểm E

Với giá trị C cho trước, tương ứng với các mức lương w và giá thuê vốn r , ta vẽ được một đường đẳng phí AB như trong hình 7.7. Doanh nghiệp đối diện với một hệ thống đường đẳng lượng Q_1, Q_2, Q_3, \dots , trong đó mỗi đường gắn với một mức sản lượng đầu ra nhất định. Để tối đa hóa sản lượng đầu ra, điểm lựa chọn về các đầu vào của doanh nghiệp, một mặt, phải nằm trên đường đẳng phí AB , mặt khác, phải cho phép doanh nghiệp hoạt động được trên một đường đẳng lượng cao nhất có thể. Giống như cách chúng ta phân tích về sự lựa chọn tối đa hóa độ thỏa dụng của người tiêu dùng, tổ hợp các đầu vào (K, L) tối ưu sẽ tương ứng với điểm mà đường đẳng phí AB tiếp xúc với một đường đẳng lượng. Trên hình 7.7, điểm lựa chọn tối ưu chính là điểm E . Tương ứng, tổ hợp (L^*, K^*) chính là lượng lao động và vốn mà doanh nghiệp cần lựa chọn. Với các đầu vào này, doanh nghiệp có thể tạo ra sản lượng đầu ra cao nhất trong giới hạn mức chi phí C .

Vì E là điểm tiếp xúc giữa đường đẳng phí AB và đường đẳng lượng nên tại E , độ dốc của hai đường này là bằng nhau. Do đó, tại điểm lựa chọn tối ưu này, ta có:

$$MRTS = w/r$$

Hay $MP_L/MP_K = w/r$ hoặc $MP_L/w = MP_K/r$

Đây chính là các đẳng thức (7.6), (7.7) nói lên điều kiện cân bằng tối ưu giữa các yếu tố sản xuất mà chúng ta đã biết.

Đường cầu về các yếu tố sản xuất của doanh nghiệp, xét trong dài hạn

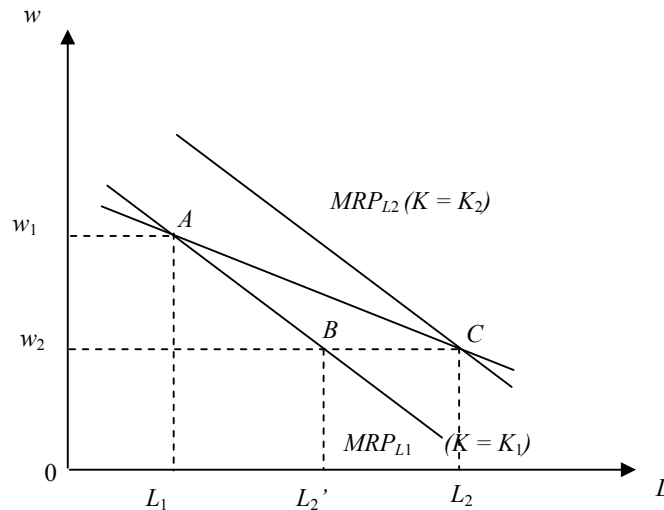
Như vậy, trong dài hạn, để tối đa hóa lợi nhuận, một doanh nghiệp chấp nhận giá trên các thị trường đầu vào phải đồng thời lựa chọn cả L và K sao cho: $MRP_L = w$ và $MRP_K = r$. Xét riêng từng yếu tố sản xuất, các đẳng thức vừa nêu cũng giống hệt như trong trường hợp ngắn hạn. Điểm khác biệt là ở chỗ: trong dài hạn, các yếu tố sản xuất đều có khả năng biến đổi, do đó, đường doanh thu sản phẩm biên của mỗi yếu tố sản xuất đều phụ thuộc vào mức sử dụng các yếu tố sản xuất khác. Nếu trong ngắn hạn, với lượng K cố định, ta có thể coi đường doanh thu sản phẩm biên

của lao động MRP_L là xác định (đương nhiên với một điều kiện xác định về trình độ công nghệ cũng như nhu cầu đầu ra), thì trong dài hạn, đường MRP_L tùy thuộc vào mức K được sử dụng cũng như đường MRP_K tùy thuộc vào mức L được sử dụng. Do vậy, mức sử dụng về một loại yếu tố sản xuất không chỉ bị tác động bởi sự thay đổi thuần túy trong mức giá của chính nó mà còn bị ràng buộc bởi điều kiện cân bằng giữa các yếu tố sản xuất. Vì thế, tuy các đường MRP_L và MRP_K vẫn được xem như là “cơ sở” của các đường cầu dài hạn của doanh nghiệp về lao động và vốn, song chúng không phải là một. Để rõ hơn, ta thử xét đường cầu dài hạn của doanh nghiệp về lao động.

Giả sử trên thị trường vốn, giá thuê vốn r đã xác định. Giờ đây chúng ta muốn biết lượng cầu về lao động của doanh nghiệp thay đổi như thế nào khi tiền lương thị trường thay đổi?

Khi mức lương là w_1 , giả sử các điều kiện (7.6) hay (7.7) (hai điều kiện này là hoàn toàn tương đương nhau) được thỏa mãn với $L = L_1$ và $K = K_1$. (Tại tổ hợp (L_1, K_1) ta có $MP_L/MP_K = w_1/r$). Điểm $A(L_1, w_1)$ nằm trên đường MRP_{L_1} , được vẽ gắn với điều kiện $K = K_1$, chính là một điểm trên đường cầu dài hạn về lao động của doanh nghiệp mà chúng ta đang định xây dựng. Khi tiền lương thị trường hạ xuống thành w_2 , thoát tiền khi K chưa thay đổi, mức cầu về lao động của doanh nghiệp sẽ tăng lên thành L_2' , tương ứng với sự di chuyển dọc theo đường MRP_{L_1} tới điểm B , sao cho điều kiện $MRP_L = w_2$ được thỏa mãn. Tuy nhiên, khi mức lao động được sử dụng tăng lên, đường doanh thu sản phẩm biên của vốn MRP_K không còn nguyên như cũ mà sẽ dịch chuyển lên trên và sang phải. Để đảm bảo điều kiện $MRP_K = r$, giờ đây mức sử dụng K sẽ phải tăng lên. Điều này lại làm đường MRP_L dịch chuyển lên trên và sang phải. Mức sử dụng lao động L_2' không còn là tối ưu và nó phải tăng lên. Quá trình này cứ tiếp tục cho đến khi điều kiện cân bằng giữa các yếu tố được xác lập trở lại với mức sử dụng $L = L_2$ và $K = K_2$ (tại tổ hợp (L_2, K_2) ta sẽ có $MP_L/MP_K = w_2/r$). Như thế, tương ứng với mức lương w_2 , trong khi lượng cầu ngắn hạn về lao động là L_2' thì trong dài hạn, nó là L_2 . Điểm $C(L_2, w_2)$ là một điểm mới trên đường cầu dài hạn này. Trên đồ thị, C thuộc về

đường MRP_{L2} , gắn với điều kiện $K = K_2$. Đường cầu về lao động nối liền các điểm $A, C \dots$ là một đường thoải hơn so với các đường MRP_L . Nói một cách khác, cầu dài hạn về một yếu tố sản xuất của doanh nghiệp có độ co giãn theo giá lớn hơn so với cầu ngắn hạn tương ứng.



Hình 7.8: Đường cầu dài hạn về lao động của doanh nghiệp: đường AC

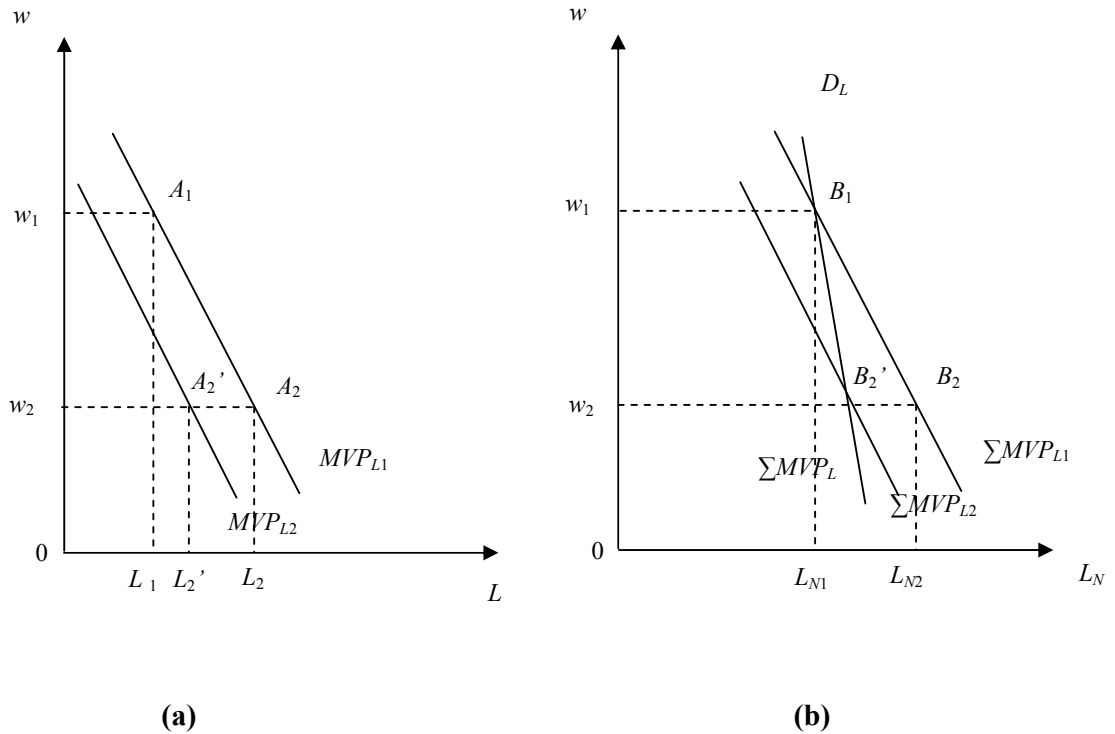
7.2.2. Cầu thị trường về yếu tố sản xuất

Đường cầu thị trường về một loại yếu tố sản xuất là đường tổng hợp các đường cầu của tất cả các doanh nghiệp về yếu tố sản xuất này. Có những yếu tố sản xuất chuyên biệt chỉ được sử dụng trong một ngành công nghiệp nhất định. Trong trường hợp này, đường cầu thị trường cũng chính là đường cầu của ngành: nó được suy ra bằng cách cộng theo chiều ngang các đường cầu của các doanh nghiệp trong ngành. Tuy nhiên, các yếu tố sản xuất như ô tô tải, lao động lành nghề... có thể được sử dụng ở nhiều ngành công nghiệp khác nhau. Khi đó, để có đường cầu thị trường về một loại yếu tố sản xuất này, cần cộng gộp theo chiều ngang các đường cầu của các ngành lại. Bước cộng cuối cùng này cũng tương tự như việc cộng các đường cầu cá nhân để có được đường cầu thị trường trên thị trường hàng hóa đầu ra. Ở đây, điểm cần lưu ý chính là cách xây dựng đường cầu của ngành.

Trong một ngành độc quyền, đường cầu của ngành cũng chính là đường cầu của doanh nghiệp. Vấn đề sẽ phức tạp hơn nếu trong ngành có nhiều doanh nghiệp. Để minh họa, chúng ta phân tích trường hợp một ngành là ngành cạnh tranh hoàn hảo.

Một ngành cạnh tranh hoàn hảo bao gồm nhiều doanh nghiệp cùng hoạt động. Với một doanh nghiệp, khi quy mô của nó tương đối nhỏ so với quy mô chung của ngành, sự thay đổi sản lượng của nó không làm giá sản phẩm đầu ra thay đổi. Tuy nhiên, trên phạm vi ngành, khi các doanh nghiệp cùng tăng sản lượng, giá sản phẩm đầu ra sẽ hạ xuống.

Giả sử khi mức giá đầu ra là P_1 , tại mức lương w_1 , lượng cầu về lao động của một doanh nghiệp là L_1 , phù hợp với nguyên tắc $MVP_L = w$ ($= w_1$). Sự lựa chọn này tương ứng với điểm A_1 trên đường MVP_{L1} , được vẽ gắn với mức giá P_1 (phần a trên hình 7.9). Ở phần b của hình 7.9, đường ΣMVP_{L1} là đường tổng hợp theo chiều ngang các đường MVP_{L1} của các doanh nghiệp. Nó cho chúng ta biết lượng cầu của ngành về lao động ứng với mức lương w_1 là L_{N1} (điểm B_1). Bây giờ giả định rằng mức lương thị trường hạ xuống thành w_2 . Nếu giá sản phẩm đầu ra vẫn giữ nguyên, doanh nghiệp sẽ di chuyển dọc theo đường MVP_{L1} đến điểm A_2 để lựa chọn lượng đầu vào lao động thích hợp là L_2 và ngành cũng sẽ di chuyển đến điểm B_2 dọc theo đường ΣMVP_{L1} , với mức lao động tương ứng cần được thuê là L_{N2} . Tuy nhiên, khi mỗi doanh nghiệp đều thuê thêm lao động và tạo ra nhiều sản phẩm đầu ra hơn, cung về sản phẩm đầu ra của toàn ngành sẽ tăng lên. Giá của nó sẽ không còn là P_1 mà bị kéo xuống thành P_2 . Điều này làm cho các đường MVP_{L1} và ΣMVP_{L1} dịch chuyển sang trái thành các đường MVP_{L2} và ΣMVP_{L2} . Kết quả là, ứng với mức lương w_2 , mỗi doanh nghiệp chỉ còn thuê lượng lao động là L_2' (điểm A_2' trên đồ thị) và số lao động toàn ngành thuê là L_{N2}' (điểm B_2' đồ thị). Bằng cách nối các điểm $B_1, B_2' \dots$ chúng ta được đường cầu về lao động của ngành. Mặc dù đường này được hình thành trên cơ sở các đường ΣMVP_L song nó không phải là một trong các đường này. Nó cũng là đường có độ nghiêng dốc hơn so với các đường trên.



Hình 7.9: Đường cầu về lao động của ngành. Phần (a) thể hiện đường cầu lao động của doanh nghiệp. Phần (b) thể hiện đường cầu lao động của ngành. Đường cầu về lao động D_L của ngành nối liền các điểm B_1 và B_2' là đường dốc hơn so với đường tổng hợp theo chiều ngang các đường MVP_L của doanh nghiệp.

Độ dốc của đường cầu về một yếu tố sản xuất của ngành có liên quan chặt chẽ với độ co giãn của cầu đối với sản phẩm đầu ra. Nếu cầu về đầu ra khá co giãn theo giá, khi cung đầu ra tăng lên, giá của nó không bị giảm mạnh. Trong trường hợp này đường ΣMVP dịch chuyển sang trái không nhiều và đường cầu của ngành về yếu tố sản xuất tương đối thoải. Trái lại, nếu cầu về đầu ra ít co giãn theo giá, khi cung đầu ra tăng lên, giá của nó giảm mạnh. Đường ΣMVP dịch chuyển sang trái nhiều hơn sẽ khiến cho đường cầu của ngành về yếu tố sản xuất trở nên dốc hơn.

7.3. Cung về các yếu tố sản xuất và sự cân bằng trên thị trường yếu tố sản xuất

7.3.1. Cung về các yếu tố sản xuất

Cung về yếu tố sản xuất xuất phát từ những người sở hữu chúng: người lao động cung ứng dịch vụ lao động, người chủ đất cho thuê đất đai, người sở hữu vốn cho thuê dịch vụ vốn... Có những yếu tố sản xuất như nguyên vật liệu (xăng dầu, sắt thép, vải...) được cung ứng trên thị trường chẳng khác gì so với việc cung ứng các hàng hóa thông thường. Chúng được các doanh nghiệp sản xuất ra như một hàng hóa và chỉ tồn tại như các yếu tố đầu vào đối với các doanh nghiệp mua chúng. Với tư cách là yếu tố đầu vào, nguyên vật liệu có thể và thường được sử dụng hết trong một chu kỳ sản xuất sản phẩm. Trong trường hợp này, chúng ta có thể áp dụng mô hình ở các chương trước để phân tích các quyết định cung ứng. Ở đây, chúng ta chỉ tập trung đề cập đến các yếu tố sản xuất như lao động, vốn, đất đai... là những nguồn lực mà bản thân chúng có thể phục vụ nhiều chu kỳ sản xuất sản phẩm khác nhau. Khi cần sản xuất ra một khối lượng hàng hóa nào đó, giả sử người ta cần đến 100 giờ máy, thì lượng máy chúng ta cần ở đây không phải là 1 hay 100 chiếc máy toàn vẹn mà chỉ là 100 giờ phục vụ của những chiếc máy. Đối tượng cung ứng ở đây không phải là bản thân tài sản máy (vốn hiện vật) mà là dòng dịch vụ do tài sản máy mang lại trong một khoảng thời gian nào đó (ta gọi chung là dịch vụ vốn hiện vật). Đối với lao động hay đất đai cũng vậy. Khi sử dụng chúng như một loại đầu vào trong một khoảng thời gian nào đó, người ta chỉ cần thuê chúng (nhằm khai thác dòng dịch vụ từ chúng) trong khoảng thời gian đó. Vì thế, với các yếu tố sản xuất loại này, khi đề cập tới các quyết định cung ứng (cũng tương tự như việc chúng ta đề cập đến mặt cầu ở phần trên), chúng ta trước hết nói đến các quyết định cho thuê hay cung ứng dịch vụ yếu tố sản xuất. (Cũng với lý do này, ở phần phân tích nhu cầu về các yếu tố sản xuất ở trên, khi đề cập đến giá các yếu tố sản xuất, chúng ta thường khẳng định đó là giá thuê. Tiền lương của một giờ lao động chẳng hạn không phải là giá lao động. Nó chỉ là giá của một giờ dịch vụ lao động hay nói cách khác, giá thuê một giờ lao động).

Khi ra các quyết định cung ứng về yếu tố sản xuất, những người sở hữu chúng phải cân nhắc chi phí và lợi ích của việc cho thuê chúng trên thị trường. Họ phải lựa chọn giữa việc đem các nguồn lực này ra cung ứng hay giữ lại cho mình vì mục đích phi thị trường hoặc làm dự trữ cho nhu cầu bản thân. Đối với những người lao động, đây là sự lựa chọn giữa đi làm và nghỉ ngơi hay có thời gian nhàn rỗi (nghỉ ngơi hay thời gian nhàn rỗi, đối với kinh tế học, bao hàm cả những thời gian cho phép người ta làm các công việc bên ngoài thị trường). Lợi ích của việc đi làm chính là khoản tiền lương kiếm được. Chi phí của nó chính là sự hy sinh thời gian nghỉ ngơi, nhàn rỗi. Giá trị hay lợi ích của việc nghỉ ngơi càng lớn thì chi phí cơ hội của việc đi làm cũng càng cao. Đối với người chủ đất, việc đem một mảnh đất để cho thuê khiến cho anh ta (hay chị ta) mất đi cơ hội sử dụng nó để làm nhà, làm vườn phục vụ cho sở thích cá nhân. Lợi ích của việc cho thuê đất chính là khoản tiền thuê đất kiếm được. Chi phí của nó chính là toàn bộ các giá trị mà người chủ đất phải hy sinh nếu nắm giữ nó cho nhu cầu bản thân. Với người sở hữu vốn, việc nắm giữ vốn cho nhu cầu bản thân hay vì những mục đích phi thị trường thường ít được đặt ra, vì động cơ của việc sở hữu vốn thường mang tính chất kinh doanh. Vì thế, chi phí của việc cho thuê vốn có thể xét trực tiếp thông qua việc phân tích chi phí cơ hội của việc nắm giữ và cho thuê vốn.

Nói chung, sẽ là hợp lý khi chúng ta giả định rằng, những người sở hữu các yếu tố sản xuất muốn tối đa hóa thu nhập hay lợi ích ròng (lợi ích trừ đi chi phí) của việc cho thuê yếu tố. Về nguyên tắc, điều đó đạt được khi tại đơn vị yếu tố cuối cùng được cung ứng, lợi ích biên và chi phí biên cung ứng là bằng nhau.

Cũng giống như trên thị trường hàng hóa, nếu thị trường yếu tố là một thị trường cạnh tranh hoàn hảo, đường cung ứng yếu tố chính là đường chi phí biên cung ứng yếu tố (tổng hợp các đường chi phí biên cung ứng của các cá nhân). Trong trường hợp điển hình, khi người sở hữu yếu tố giữ lại dự trữ cho bản thân mình càng ít, lợi ích biên của đơn vị yếu tố cuối cùng còn giữ lại càng cao (giống như việc càng có ít thời gian nghỉ ngơi, giá trị biên của một giờ nghỉ ngơi càng lớn). Điều đó tương

đương với chi phí biên cung ứng yếu tố có xu hướng tăng lên khi lượng cung ứng tăng. Vì vậy, trên thị trường cạnh tranh, đường cung về một loại yếu tố sản xuất điển hình được vẽ như một đường dốc lên.

Tuy nhiên, giữa các yếu tố sản xuất như lao động, đất đai và vốn tồn tại những sự khác nhau nhất định trong quan hệ cung ứng. Đất đai cũng như các tài nguyên thiên nhiên khác là những đầu vào có sẵn trong tự nhiên mà con người không “chế tạo” ra được. Xét một cách tổng thể trên phạm vi của cả nền kinh tế, quỹ đất đai dường như là cố định, mặc dù điều đó không có ý nghĩa tuyệt đối (người ta vẫn có thể mở rộng diện tích đất đai bằng cách lấn biển, khai thác đất hoang hóa song cơ hội như vậy không nhiều. Điều có ý nghĩa nhất là việc con người đầu tư vào đất đai để cải tạo hoặc nâng cao chất lượng đất. Trong một chừng mực nhất định, điều này cũng tương đương với việc mở rộng diện tích đất đai). Chính tính chất tương đối cố định này khiến cho cung đất đai và các tài nguyên thiên nhiên khác nói chung kém co giãn hơn so với cung về các yếu tố sản xuất khác. Vốn hiện vật như máy móc, thiết bị, nhà xưởng... là những hàng hóa do con người tạo ra, được sử dụng để sản xuất ra các hàng hóa khác. Tính chất nhân tạo này khiến cho cung về vốn có khả năng co giãn mạnh hơn so với các yếu tố sản xuất khác. Lao động là một loại đầu vào đặc biệt dường như đứng trung gian giữa đất đai và vốn. Nguồn cung lao động không dễ dàng được tạo ra như vốn song cũng không cũng không quá khó thay đổi như các tài nguyên của thiên nhiên. Các quá trình dân số, hoạt động giáo dục, đào tạo... có tác động lớn đến nguồn cung về lao động. Các hoạt động này đều có thể phản ứng trước sự thay đổi trong mức lương trên thị trường. Vì thế, cung lao động, xét một cách tổng thể, có thể không co giãn mạnh như cung vốn, song cũng không quá kém co giãn như cung về đất đai.

Cung về các yếu tố sản xuất cũng bị chi phối bởi yếu tố thời gian. Trong dài hạn, do người sở hữu các yếu tố có khoảng thời gian dài hơn để phản ứng với những thay đổi trong các điều kiện thị trường, cung về các yếu tố thường co giãn mạnh hơn so với cung ngắn hạn.

Các yếu tố ảnh hưởng đến cung về yếu tố sản xuất: việc phân tích chi tiết hơn cung về các yếu tố sẽ được tiến hành ở các chương sau. Ở đây, chúng ta chỉ đề cập một cách sơ bộ một số yếu tố tổng quát có khả năng ảnh hưởng đến việc cung ứng (dài hạn) về các yếu tố sản xuất.

+ Sự giàu có: Càng giàu có, người ta càng có xu hướng giữ nhiều nguồn lực hơn nhằm phục vụ các mục đích cá nhân (muốn có nhiều thời gian nghỉ ngơi hơn, muốn có nhiều đất đai hơn để làm nhà ở, vườn tược, thậm chí công viên nhằm thỏa mãn nhu cầu riêng của mình và gia đình...). Xét riêng khía cạnh này, điều đó làm giảm nguồn cung về yếu tố trên thị trường.

+ Tập quán xã hội và các quy định pháp luật: Ở một số nước phụ nữ bị ngăn cấm hoặc không được khuyến khích tham gia thị trường lao động. Họ thường bị giới hạn trong chức năng của những người nội trợ, chăm sóc con cái hay những người làm việc nhà. Trong khi đó, ở các nước phát triển, tỷ lệ phụ nữ tham gia vào thị trường lao động tương đối cao. Pháp luật của một số nước cũng cản trở các giao dịch đất đai một cách tự do trên thị trường. Những khía cạnh như vậy trong truyền thống, tập quán hay hệ thống luật pháp xã hội cũng ảnh hưởng đến sự cung ứng các nguồn lực đầu vào.

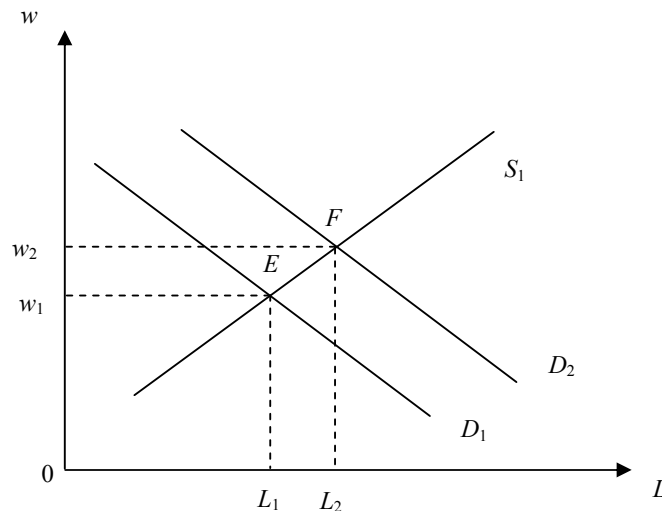
+ Đầu tư và tiết kiệm xã hội: nguồn vốn hiện vật của xã hội được tích lũy qua nhiều năm, nhiều thế hệ. Nó là kết quả của một quá trình phát triển dài lâu. Không phải ngẫu nhiên các nước phát triển thường có nguồn vốn dồi dào cho sản xuất trong khi đó, ở các nước nghèo, nguồn vốn này tương đối hạn hẹp. Môi trường thuận lợi cho đầu tư và tiết kiệm có ý nghĩa lớn đối với việc gia tăng nguồn cung về vốn, đặc biệt trong điều kiện toàn cầu hóa và mở cửa của các nền kinh tế hiện nay.

+ Các quá trình dân số: quy mô và cơ cấu dân số, các quá trình di cư, nhập cư cũng có ảnh hưởng lớn đến nguồn cung về lao động trên thị trường. Nói một cách tổng quát, một quốc gia đông dân thường có nguồn cung lao động dồi dào. Tuy nhiên, cung lao động thật sự còn phụ thuộc

vào cơ cấu dân số vì chỉ một bộ phận dân số nhất định tham gia vào lực lượng lao động. Chẳng hạn, tính chất “già” hay “trẻ” của cơ cấu dân số ở một nước sẽ tác động không nhỏ đến nguồn cung lao động của nước này trong tương lai. Ngoài ra, những yếu tố về truyền thống, dân tộc, tôn giáo cũng như kinh tế đều có thể ảnh hưởng đến tỷ lệ tham gia của dân số vào lực lượng lao động...

7.3.2. Cân bằng cung, cầu về yếu tố sản xuất trên thị trường cạnh tranh (ngắn hạn, dài hạn)

Giả sử trên một thị trường về một yếu tố sản xuất đường cầu thị trường là D_1 và đường cung thị trường là S_1 . Trạng thái cân bằng của thị trường tương ứng với điểm E , giao điểm của đường cầu D_1 và đường cung S_1 . Tại trạng thái này, thị trường xác định một mức giá thuê cũng như một khối lượng yếu tố cân bằng. Trong điều kiện cạnh tranh hoàn hảo, khi điểm cân bằng chưa được xác lập và hiện tượng dư cung hoặc dư cầu tồn tại thì luôn luôn tồn tại những áp lực để hướng thị trường sớm hội tụ về điểm cân bằng.



Hình 7.10: Cân bằng trên thị trường yếu tố sản xuất. Khi cầu về một yếu tố sản xuất tăng, điểm cân bằng của thị trường sẽ thay đổi

Những yếu tố tác động đến cầu hoặc cung về yếu tố sản xuất sẽ làm đường cầu hoặc đường cung trên thị trường chuyển dịch. Kết quả là mức giá và lượng giao dịch cân bằng trên thị trường cũng thay đổi. Ở đây khuôn mẫu phân tích chung về cung, cầu mà chúng ta đã biết hoàn toàn thích hợp. Chẳng hạn, khi nhu cầu về nhà ở tăng lên do dân số và thu nhập của họ tăng lên làm cho giá nhà tăng lên mạnh. Nếu các điều kiện khác là giữ nguyên thì sự kiện này sẽ khiến cầu về lao động trong ngành xây dựng tăng lên (do doanh thu sản phẩm biên của lao động MRP_L tăng lên). Đường cầu về lao động xây dựng dịch chuyển sang phải. Tại điểm cân bằng điển hình, số lượng lao động làm việc trong ngành cung như tiền lương của họ sẽ tăng lên (hình 7.10). Những yếu tố khác tác động đến doanh thu sản phẩm biên của một đầu vào, như chúng ta đã biết, sẽ tác động đến cầu về đầu vào này. Ngược lại, đường cung về một loại đầu vào trên thị trường sẽ dịch chuyển nếu các yếu tố tác động đến cung thay đổi. Ví dụ, khi lao động nhập cư đột ngột tăng lên, cung về lao động nói chung trong nền kinh tế và cung lao động trong ngành xây dựng chẳng hạn sẽ tăng lên. Cân bằng trên thị trường lao động sẽ thay đổi theo hướng làm cho tiền lương thị trường giảm xuống mặc dù lượng lao động được sử dụng sẽ nhiều hơn.

Trong ngắn hạn, đường cầu về một loại yếu tố sản xuất thường phụ thuộc vào những biến động trên thị trường đầu ra cũng như khả năng điều chỉnh các yếu tố sản xuất khác của doanh nghiệp. Vì trong ngắn hạn, có một số yếu tố sản xuất mà doanh nghiệp rất khó điều chỉnh nên nói chung người ta cho rằng đường cầu trong ngắn hạn về một loại yếu tố sản xuất (khả biến hay dễ thay đổi) thường dốc hơn đường cầu dài hạn của chính nó. (Trong dài hạn, khi những biến động trên thị trường khiến nhu cầu về yếu tố sản xuất A tăng lên thường cũng làm cho nhu cầu về yếu tố sản xuất bổ sung B khác tăng lên. Khi có nhiều B hơn để phối hợp, sản phẩm biên của A nói chung tăng lên. Vì thế, trong dài hạn, sự tăng lên trong giá thuê yếu tố sản xuất A thường kéo theo sự gia tăng trong lượng cầu về A nhiều hơn so với ngắn hạn).

Sự phân biệt như vậy giữa ngắn hạn và dài hạn nhìn chung cũng thích hợp với lĩnh vực cung ứng yếu tố sản xuất. Nói chung trong dài hạn khả năng điều chỉnh các quyết định cung ứng trên thị trường yếu tố sản xuất thường dễ thực hiện hơn so với trong ngắn hạn. Và lại, một loại yếu tố sản xuất thường được sử dụng trong nhiều ngành kinh tế khác nhau (ví dụ những lập trình viên máy tính hay những người lái xe tải có thể làm việc ở nhiều ngành khác nhau). Khi cân bằng ngắn hạn trên các thị trường ngành về yếu tố sản xuất tạo ra sự khác biệt đáng kể về giá cả hay tiền thuê thì sẽ diễn ra sự di chuyển về yếu tố sản xuất giữa các ngành. Ví dụ, tiền thuê ô tô tải dùng trong ngành xây dựng cao hơn hẳn so với tiền thuê ô tô tải ở trong ngành than. Những người sở hữu những chiếc xe tải sẽ rút một phần xe cung ứng trong ngành than để chuyển sang cho thuê ở ngành xây dựng. Ta nói, trong trường hợp này, do sự chênh lệch về tiền thuê, cung về xe tải trong ngành xây dựng sẽ tăng lên, đồng thời cung về xe tải trong ngành than giảm xuống. Vì những lý do kiểu này, trong dài hạn, những biến động về lượng cung về một yếu tố sản xuất trước một sự thay đổi nhất định về tiền thuê của yếu tố sản xuất sẽ lớn hơn trong ngắn hạn (trong ngắn hạn, nếu tiền thuê xe tải trong ngành xây dựng tăng, lượng cung ứng về xe tải trong ngành cũng tăng song không tăng mạnh được như trong dài hạn vì nhiều ràng buộc: trong ngắn hạn, sự di chuyển xe tải từ các ngành khác sang ngành xây dựng sẽ bị hạn chế bởi những hợp đồng cho thuê đã ký; trong một thời gian quá ngắn, tổng dự trữ về xe tải trong nền kinh tế là tương đối cố định, do đó, cần có một thời gian nhất định thì người ta mới có thể gia tăng mạnh lượng xe tải sản xuất ra...). Nói một cách khác, đường cung dài hạn về một loại yếu tố sản xuất nói chung được hình dung là một đường thoải hơn so với đường cung ngắn hạn của chính nó.

Do những khác biệt trên mà trong ngắn hạn, những thay đổi trên thị trường thường được phản ánh nhiều hơn trong những biến động về giá (tiền thuê các yếu tố sản xuất) trong khi đó, trong dài hạn, những thay đổi về lượng giao dịch lại thường thể hiện rõ rệt hơn.

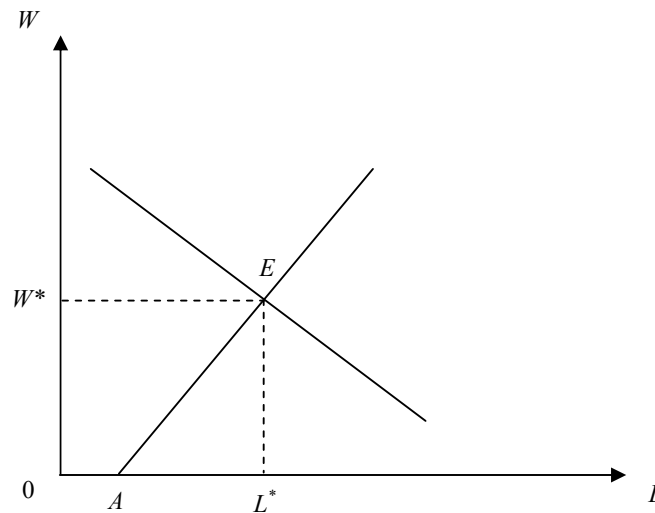
7.3.3. Tiền thuê (yếu tố) tối thiểu và tiền thuê kinh tế

Tiền thuê tối thiểu của một yếu tố sản xuất khi nó được sử dụng như một đầu vào của một quá trình sản xuất nào đó là mức tiền tối thiểu mà người ta phải trả để có thể thu hút được yếu tố này vào quá trình trên.

Một vài ca sỹ yêu nghệ và trung kiên có thể “làm nghề” thậm chí với mức lương bằng không. Trong trường hợp ấy, tiền công (đối với lao động tiền thuê chính là tiền công) tối thiểu để lôi cuốn những người nghệ sỹ này vào hoạt động biểu diễn là bằng không. Được biểu diễn, được ca hát, được giao lưu với công chúng, được thể hiện mình, được nhiều người hâm mộ... đối với họ như thế đã là đủ để có thể đứng trên sân diễn. Tất nhiên, đối với một số nghệ sỹ khác, tiền trả tối thiểu phải cao hơn mới đủ hấp dẫn họ làm việc trong nghề. Với những người này, tiền công tối thiểu có thể là W_1 . Để lôi cuốn thêm một số đơn vị yếu tố nào đó tham gia vào quá trình sản xuất thường người ta phải nâng mức tiền thuê tối thiểu lên. Mỗi điểm trên đường cung về một loại yếu tố sản xuất cho ta biết mức tiền thuê tối thiểu để có thể mở rộng nguồn cung ứng yếu tố đó đến số lượng nào. Nếu đường cung yếu tố là một đường nằm ngang, mức tiền thuê tối thiểu luôn là bằng nhau với mỗi đơn vị yếu tố cung ứng. Nếu đường cung yếu tố là một đường hoàn toàn thẳng đứng, tiền thuê tối thiểu của yếu tố sản xuất này là bằng không. Thông thường đường cung yếu tố dốc lên cho biết ở những mức tiền thuê tối thiểu khác nhau, số lượng yếu tố sản xuất sẵn sàng tham gia vào quá trình sản xuất cũng khác nhau. Để thu hút được số lượng yếu tố tham gia lớn hơn, tiền thuê tối thiểu phải tăng lên.

Giả sử tại điểm cân bằng E (xem hình 7.11), tiền thuê tối thiểu để thu hút người ca sỹ cuối cùng tham gia vào ngành W^* . Điểm E không chỉ nằm trên đường cung mà còn nằm trên đường cầu về lao động của các ca sỹ. Nó cho ta thấy, các doanh nghiệp tổ chức biểu diễn có thể và cần thuê đến người ca sỹ cuối cùng này vì giá trị sản phẩm biên của anh ta (hay chị ta) cũng chính là W^* . Lượng lao động của các ca sỹ được thuê cân bằng ở mức L^* . Tuy nhiên, khi những người lao động như nhau thường được trả

những mức tiền công như nhau (chú ý rằng ở đây chúng ta đã quy đổi và tiêu chuẩn hóa để mỗi đơn vị lao động – mỗi giờ biểu diễn chẳng hạn của các ca sỹ đều có chất lượng tương đương nhau), W^* sẽ trở thành mức tiền công hay tiền thuê mà tất cả các ca sỹ đều được nhận. Giờ đây bắt đầu có sự khác biệt giữa tiền thuê tối thiểu và tiền thuê kinh tế.



Hình 7.11: Tiền thuê tối thiểu và tiền thuê kinh tế

Giả sử chúng ta có thể biết chính xác tiền công tối thiểu của từng ca sỹ và chỉ trả cho mỗi người đúng bằng mức tiền công tối thiểu ấy. Tổng số tiền công tối thiểu để thu hút L^* đơn vị lao động của các ca sỹ có thể được đo bằng chính là diện tích tam giác AEL^* . Đó chính là tổng số tiền thấp nhất mà người ta phải trả để nhận được sự phục vụ của L^* đơn vị lao động của các ca sỹ.

Trên thực tế, mỗi ca sỹ đều nhận được mức tiền thuê W^* như nhau cho mỗi đơn vị biểu diễn. Tổng số tiền mà người ta phải trả cho các ca sỹ là $W^* \cdot L^*$ hay có thể thể hiện bằng diện tích hình chữ nhật OW^*EL^* . Phần chênh lệch giữa tổng số tiền thuê mà người ta phải trả và tổng số tiền thuê tối thiểu ứng với một lượng yếu tố sản xuất nào đó chính là số tiền thuê kinh tế của yếu tố sản xuất này tại số lượng đang xem xét. Ở mức cân

bằng trên thị trường lao động của các ca sỹ nói trên, diện tích hình thang $AOW*E$ chính là biểu thị tổng số tiền thuê kinh tế.

Tiền thuê kinh tế là số tiền trả thêm ngoài tiền thuê tối thiểu khi lôi cuốn một yếu tố sản xuất nào đó vào quá trình sản xuất. Với cách phân tích ở trên, có thể thấy, khi đường cung yếu tố sản xuất là nằm ngang, tiền thuê kinh tế là bằng không. Khi đường cung yếu tố là hoàn toàn thẳng đứng, tất cả tiền thuê đều là tiền thuê kinh tế.

Khái niệm tiền thuê kinh tế dùng trong phân tích thị trường yếu tố cũng tương tự như khái niệm thặng dư sản xuất áp dụng cho các thị trường đầu ra.

Sự phân biệt tiền thuê tối thiểu và tiền thuê kinh tế rất có ý nghĩa khi ta xem xét những thị trường yếu tố mà đường cung tỏ ra là kém co giãn hay tương đối dốc đứng (thị trường của các ca sỹ ngôi sao, của các cầu thủ bóng đá tài năng hay thị trường đất đai...). Khi nhu cầu thị trường về các yếu tố này cao, tiền thuê yếu tố cân bằng sẽ cao. Sẽ có một sự chênh lệch khá lớn giữa tổng số tiền thuê và tổng số tiền thuê tối thiểu. Khi nhu cầu thị trường về yếu tố này hạ xuống, các yếu tố sản xuất này vẫn tiếp tục được thu hút với số lượng gần như cũ vào quá trình sản xuất song với một tổng số tiền thuê thấp hơn nhiều. Cái bị cắt giảm ở đây chủ yếu là tiền thuê kinh tế. Khi người ta vẫn trả được tiền thuê tối thiểu cho một yếu tố nào đó, người ta vẫn lôi cuốn hay thu hút được yếu tố này vào quá trình kinh tế.

Chương 8

THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG

Ở chương trước chúng ta đã giải thích một cách tổng quát về sự hoạt động của một thị trường yếu tố sản xuất. Chỉ cần áp dụng những nguyên lý chung đó vào thị trường lao động là ta có thể hiểu được cách thức thị trường lao động vận hành như thế nào. Trong chương này, chúng ta cố gắng làm nổi bật những đặc điểm riêng của thị trường lao động, với tư cách là một thị trường yếu tố sản xuất đặc thù. Để làm được việc đó, khi xem xét cung cầu trên thị trường lao động, chúng ta sẽ chú ý giải thích quyết định cung ứng lao động của một cá nhân và điều này được xem như nền tảng để hiểu cung về lao động. Thị trường lao động không phải lúc nào cũng ở trạng thái cân bằng và có nhiều yếu tố như chính sách của chính phủ hay hoạt động của công đoàn luôn tác động đến sự cân bằng này. Những mô hình lý thuyết có thể giúp chúng ta hiểu và giải thích được các sự kiện đó cũng là nội dung quan trọng của chương. Ngoài ra, việc cắt nghĩa những nguyên nhân gây ra sự chênh lệch về lương – một trong những hình thức và nguyên nhân của sự chênh lệch về thu nhập cũng là khía cạnh quan trọng được thảo luận ở chương này.

8.1. Sự cân bằng trên thị trường lao động

8.1.1. Cầu, cung và cân bằng trên thị trường lao động

**Cầu về lao động và các yếu tố ảnh hưởng*

- Cầu về lao động của doanh nghiệp

Cầu về lao động của một doanh nghiệp cho chúng ta biết lượng lao động mà doanh nghiệp sẵn lòng và mong muốn thuê mướn tương ứng với mỗi mức lương nhất định.

Doanh nghiệp cần lao động như một yếu tố đầu vào. Nó được sử dụng cùng với các yếu tố sản xuất khác để tạo ra các hàng hóa hay dịch

vụ đầu ra mà doanh nghiệp mong muốn. Khi mua sắm các đầu vào lao động, doanh nghiệp không “mua” hẳn những người công nhân mà chỉ mua khả năng làm việc của họ trong những khoảng thời gian nhất định. Nói cách khác, doanh nghiệp chỉ mua dịch vụ lao động chứ không phải bản thân người lao động. Đối với thị trường lao động, hoạt động mua bán ở đây thực chất là hoạt động thuê mướn (doanh nghiệp là người đi thuê, còn người lao động là người cho thuê). Đối tượng mua bán là dịch vụ lao động – sự phục vụ của người công nhân trong một khoảng thời gian nào đó, thường được đo bằng số giờ lao động chẳng hạn.

Như đã giải thích từ chương trước, đường cầu về lao động của một doanh nghiệp chính là đường doanh thu sản phẩm biên của lao động. Đó là một đường dốc xuống, phản ánh tình trạng: khi tiền lương hạ xuống, để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp có xu hướng sẵn sàng thuê mướn số lượng lao động nhiều hơn và ngược lại. Phân tích trực tiếp các yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu sản phẩm biên của lao động, ta có thể quy các yếu tố chi phối cầu lao động của một doanh nghiệp về những yếu tố sau: *Thứ nhất*, quỹ máy móc, thiết bị và các yếu tố sản xuất khác mà lao động được sử dụng trong quá trình sản xuất. Nếu quỹ này tăng lên, nếu mỗi lao động trung bình được sử dụng nhiều vốn hiện vật hơn trước, sản phẩm biên (đôi khi có thể gọi là năng suất biên) của mỗi đơn vị lao động sẽ tăng lên. Cầu về lao động vì thế sẽ tăng lên và đường cầu lao động sẽ dịch chuyển sang phải. Trong trường hợp ngược lại, cầu về lao động sẽ giảm, đường cầu về lao động sẽ dịch chuyển sang trái. *Thứ hai*, trình độ công nghệ. Cách thức sản xuất được cải tiến hay trình độ công nghệ tăng cũng làm cầu về lao động tăng lên ngay cả khi quỹ vốn hiện vật vẫn giữ nguyên như cũ. Ở đây, tác động của công nghệ đến cầu về lao động cũng thông qua sự gia tăng sản phẩm biên của lao động. *Thứ ba*, biến động trên thị trường đầu ra. Giá sản phẩm đầu ra của lao động tăng lên, nếu các điều kiện khác giữ nguyên, cũng là yếu tố tác động trực tiếp đến sự gia tăng trong cầu về lao động. Khi đó, doanh thu sản phẩm biên của lao động tăng lên. Đường cầu về lao động sẽ dịch chuyển sang phải. Ngược lại, khi thị trường đầu ra ảm đạm, giá cả hàng hóa hạ xuống, cầu về lao động sản

xuất đầu ra này cũng sẽ giảm theo. Trong trường hợp này đường cầu về lao động dịch chuyển sang trái.

- Cầu về lao động của ngành

Cầu về một loại lao động của một ngành được suy ra bằng cách tổng hợp các đường cầu riêng rẽ về loại lao động đó của các doanh nghiệp. Do sự thay đổi của giá cả trên thị trường đầu ra khi các doanh nghiệp trong ngành cùng một lúc thuê mướn thêm hay cắt giảm lao động, nên như trong mục 7.2.2 ở chương 7 chúng ta đã phân tích, đường cầu lao động của ngành tuy dựa vào các đường tổng hợp theo chiều ngang các đường MVP_L (mỗi đường chỉ gắn với một mức giá đầu ra nhất định) để thể hiện mình, song nó lại không phải chính là một đường nào đó trong số các đường trên. Nói chung nó là một đường dốc hơn so với các đường cộng theo chiều ngang nói trên.

- Cầu thị trường về một loại lao động thể hiện mức cầu trong toàn bộ thị trường (trong toàn bộ nền kinh tế) về loại lao động nói trên tương ứng với từng mức lương. Nếu đối tượng mà ta phân tích là một loại lao động đặc thù, chỉ làm việc trong một ngành nhất định thì cầu thị trường về lao động này cũng chính là cầu về lao động của ngành. Còn nếu đây là một loại lao động có thể làm việc ở các ngành khác nhau (ví dụ lái xe, thợ hàn, thợ điện...) thì cầu thị trường về lao động này được suy ra bằng cách cộng theo chiều ngang cầu lao động của các ngành.

* *Cung về lao động*

Cung về một loại lao động trên một thị trường cụ thể phản ánh các số lượng lao động sẵn sàng làm việc tương ứng với các mức lương khác nhau. Khi lượng lao động cung ứng chỉ xuất phát và liên quan đến một cá nhân, ta có cung lao động của một cá nhân. Vì đường cung trên thị trường về thực chất chỉ là tổng hợp theo chiều ngang các đường cung cá nhân nên việc hiểu các quyết định cá nhân về cung ứng lao động điểu xuất phát để chúng ta hiểu cung về lao động nói chung.

- Quyết định cá nhân về cung ứng lao động:

Đối với một cá nhân, trong một khoảng thời gian xác định, anh ta (hay chị ta) hoặc là làm việc để có một khoản thu nhập nào đó, hoặc là nghỉ ngơi, giải trí (hiểu theo nghĩa rộng bao gồm cả việc xem vô tuyến, đi du lịch hay thuận túy là ngủ). Vì tổng số giờ tự nhiên trong khoảng thời gian xem xét là cố định nên việc anh ta (hay chị ta) tăng số giờ làm việc của mình lên cũng đồng nghĩa với việc giảm số giờ nghỉ ngơi đi và ngược lại. Nói một cách khác, mỗi cá nhân luôn luôn phải lựa chọn có tính chất đánh đổi giữa hai phương án thay thế nhau: làm việc – lao động – một sự hy sinh thời gian nghỉ ngơi để có thêm thu nhập và nghỉ ngơi – một “hoạt động” tự nó đem lại cho con người độ thỏa dụng nhất định song lại phải hy sinh thời gian làm việc, do đó, gián tiếp hy sinh một khoản thu nhập nào đó.

Có thể áp dụng mô hình về sự lựa chọn của người tiêu dùng mà chúng ta đã nghiên cứu ở chương 3 để phân tích sự lựa chọn của người lao động. Giờ đây, người này phải cân nhắc, lựa chọn không phải giữa hai hàng hóa thông thường mà là giữa hai “hàng hóa” đặc biệt: thu nhập (kiếm được nhờ làm việc) và nghỉ ngơi. Mỗi cá nhân đều có một sở thích nhất định, do đó có một tập hợp các đường bàng quan nhất định thể hiện sở thích hay quan điểm đánh đổi của mình giữa thu nhập và nghỉ ngơi. Sở thích khác nhau khiến cho hình dạng của các đường bàng quan là khác nhau giữa các cá nhân. Mặt khác, việc lựa chọn của người lao động không chỉ phụ thuộc vào sở thích. Anh ta (hay chị ta) còn bị sự ràng buộc ngân sách. Nếu w là mức lương thị trường của một giờ lao động, thì sự đánh đổi thị trường ở đây là: khi bớt đi một giờ nghỉ ngơi, do người lao động có thêm một giờ lao động nên anh ta (hay chị ta) sẽ có thêm một lượng thu nhập bằng w . Nếu nghỉ ngơi toàn bộ, lượng hàng hóa nghỉ ngơi của người lao động đạt mức tối đa và bằng tổng số giờ tự nhiên của khoảng thời gian mà ta phân tích, còn thu nhập mà anh ta (hay chị ta) có chỉ đơn giản là những khoản thu nhập phi lao động. Nếu dành tất cả thời gian cho làm việc, số giờ nghỉ ngơi bằng không, song thu nhập đạt mức cao nhất bao gồm cả thu nhập phi lao động lẫn thu nhập do lao động

(khoản thứ hai này bằng số giờ làm việc nhân với w). Không quá đi sâu vào các chi tiết, áp dụng mô hình lựa chọn của người tiêu dùng vào trường hợp này giúp chúng ta có thể kết luận: điểm lựa chọn tối ưu của người lao động chính là điểm mà ở đó đường ràng buộc ngân sách tiếp xúc với một đường bàng quan nào đó. Tại điểm này, tỷ lệ đánh đổi thị trường giữa thu nhập (làm việc) và nghỉ ngơi (tức bớt 1 giờ nghỉ ngơi thì có thêm w đồng thu nhập và ngược lại) cũng chính bằng tỷ lệ đánh đổi về sở thích (sẵn sàng hy sinh bao nhiêu thu nhập để được thêm 1 giờ nghỉ ngơi và ngược lại). Nói cách khác, số giờ nghỉ ngơi và số giờ làm việc tối ưu của người lao động đạt được khi tại giờ nghỉ ngơi cuối cùng, người lao động vẫn giữ nguyên độ thỏa dụng nếu có thêm (hay bớt đi) 1 giờ nghỉ ngơi song lại bớt đi (hay có thêm) một lượng thu nhập là w .

Mức lương w là một yếu tố tác động đến điểm lựa chọn của người lao động. (Độ dốc của đường ngân sách trong trường hợp này có thể dễ dàng nhận thấy chính là $-w$). Khi w thay đổi, đường ràng buộc ngân sách của người lao động sẽ xoay. Và điểm lựa chọn tối ưu của anh ta (hay chị ta) sẽ thay đổi. Điều đó có nghĩa là số giờ anh ta (hay chị ta) sẵn sàng nghỉ ngơi hay làm việc phụ thuộc vào mức lương w . Nói cách khác, lượng lao động (số giờ làm việc) mà người này sẵn sàng cung ứng sẽ khác nhau tương ứng với những mức lương khác nhau.

Vậy khi tiền lương tăng (hay giảm) thì lượng cung lao động của một cá nhân sẽ thay đổi theo chiều hướng nào? Nếu ta chờ đón đường cung lao động của một cá nhân là một đường dốc lên như đường cung thông thường của các hàng hóa khác, thì ta phải dự đoán: khi tiền lương tăng, lượng cung lao động cũng sẽ tăng theo và ngược lại. Tuy nhiên, với đường cung về lao động, thực tế có phức tạp hơn đôi chút.

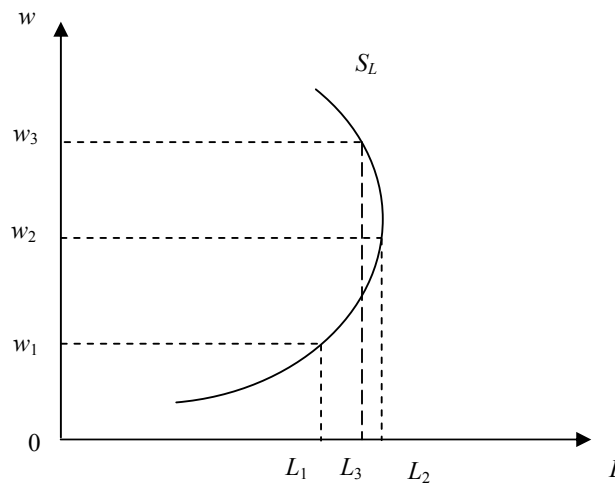
Khi tiền lương thay đổi người lao động sẽ bị tác động của hai hiệu ứng: hiệu ứng thu nhập và hiệu ứng thay thế. Chẳng hạn, khi tiền lương tăng lên, các điều kiện khác giữ nguyên nghĩa là thu nhập thực tế của người này tăng. Trở nên giàu có hơn, anh ta (hay chị ta) sẽ có khuynh hướng chi tiêu nhiều hơn cho các hàng hóa thông thường, đặc biệt là các

hàng hóa cao cấp hay xa xỉ. Nghỉ ngơi là một loại hàng hóa như vậy. Khi thu nhập quá thấp, người ta không muốn nghỉ ngơi nhiều (trừ khi đó là đòi hỏi có tính chất sinh lý của cơ thể) mà luôn muốn được làm việc mỗi khi có thể để có thêm những đồng thu nhập ít ỏi nhằm duy trì sự tồn tại của mình và gia đình. Khi thu nhập cao hơn, khi không còn phải quá lo cho việc mưu sinh, người ta luôn muốn có nhiều thời gian nghỉ ngơi hơn. Càng giàu có, người ta càng muốn có nhiều thời gian nghỉ ngơi để làm những việc mình thích, để giải trí, để sử dụng những đồng thu nhập đã kiếm được. Vì thế, giả định nghỉ ngơi là một loại hàng hóa xa xỉ hay chí ít cũng là một loại hàng hóa thông thường là hoàn toàn hợp lý. Vì thế, khi tiền lương tăng lên, hiệu ứng thu nhập sẽ khiến người lao động muốn nghỉ ngơi nhiều hơn. Lượng lao động hay số giờ làm việc mà người này sẵn sàng cung ứng sẽ giảm. Mặt khác, khi tiền lương tăng lên cũng có nghĩa là chi phí cơ hội của một giờ nghỉ ngơi cũng tăng lên. Nghỉ ngơi trở nên đắt đỏ hơn trước. Lúc này hiệu ứng thay thế sẽ khiến cho người lao động có xu hướng thay thế nghỉ ngơi đang “đắt đỏ” lên một cách tương đối bằng phương án thay thế duy nhất: làm việc. Với tác động của hiệu ứng thay thế, người ta có xu hướng nghỉ ngơi ít hơn, và do đó, làm việc nhiều hơn. Trong trường hợp này, w tăng lại khiến lượng cung về lao động tăng.

Về mặt lý thuyết, hai hiệu ứng thu nhập và thay thế cùng phát huy tác dụng đồng thời khi tiền lương thay đổi. Việc hai hiệu ứng này tác động đến lượng cung lao động theo những chiều trái ngược nhau khiến cho người ta không thể kết luận được một cách chắc chắn rằng: khi w tăng, lượng cung lao động tăng hay giảm? Có ba khả năng xảy ra khi tiền lương tăng lên: 1) nếu hiệu ứng thay thế tỏ ra ảnh hưởng mạnh hơn đến các quyết định của người lao động thì cuối cùng, lượng cung lao động sẽ tăng. Đường cung lao động trong trường hợp này là một đường dốc lên. 2) Nếu hiệu ứng thay thế hoàn toàn triệt tiêu và cân bằng với hiệu ứng thu nhập thì lượng cung lao động sẽ không thay đổi. Trong trường hợp này, đường cung lao động là thẳng đứng. 3) Nếu hiệu ứng thay thế tác động yếu, hiệu ứng thu nhập trở nên nổi trội hơn, người lao động sẽ có khuynh hướng

ngiht ngơi nhiều hơn. Lương tăng rất cụt khiến anh ta (hay chị ta) làm việc ít đi. Đường cung lao động uốn vào phía sau và trở thành đường có độ dốc âm.

Quan sát thực nghiệm cho người ta thấy: khi mức lương xuất phát của người lao động là tương đối thấp, hiệu ứng thay thế thường trội hơn, do đó mức lương tăng lên kéo theo lượng cung lao động tăng; đường cung lao động khi này có xu hướng dốc lên. Còn khi người lao động đã có mức lương tương đối cao, hiệu ứng thu nhập thường ảnh hưởng mạnh. Nếu mức lương tiếp tục tăng, người ta sẽ sẵn lòng làm việc ít hơn (mức lương giờ cao cho phép người ta không cần làm việc nhiều giờ như trước) và đường cung lao động lúc này sẽ uốn vào phía sau. Tóm lại, đường cung lao động của một cá nhân về đại thể là một đường dốc lên song có một phần uốn về phía sau. Đó chính là đặc điểm nổi bật của đường này.



Hình 8.1: Đường cung lao động của một cá nhân

Khi nào đường cung lao động của cá nhân sẽ dịch chuyển? Nói cách khác, những yếu tố nào khiến cho cung lao động của mỗi cá nhân thay đổi: anh ta (hay chị ta) sẵn sàng làm việc nhiều hơn hay ít hơn ở những mức lương như cũ? Vận dụng mô hình lựa chọn của người tiêu dùng, ta có thể thấy một số yếu tố sau đây thường nằm sau đường cung lao động của một cá nhân: thứ nhất, sở thích hay quan điểm đánh giá cá

nhân của người này về thu nhập (tiền bạc) và nghỉ ngơi. Sở thích khác nhau sẽ khiến cho đường bàng quan của mỗi người là khác nhau. Bởi vậy, tuy cùng đối diện với các mức lương thị trường như nhau, hai người khác nhau vẫn có thể có những lựa chọn giữa làm việc và nghỉ ngơi khác nhau, do đó có đường cung lao động khác nhau. Cũng với lập luận như vậy, có thể thấy đối với một cá nhân, khi sở thích của người này thay đổi, đường cung lao động của anh ta (hay chị ta) sẽ thay đổi hay dịch chuyển. Thứ hai, chi phí nuôi dưỡng, đào tạo... để hình thành khả năng (thể lực, kiến thức, kỹ năng...) làm việc của cá nhân. Nếu các điều kiện khác giữ nguyên, chi phí này tăng lên sẽ làm cho cung lao động cá nhân nói chung giảm. Khi chi phí để làm việc tăng lên, nghỉ ngơi sẽ rẻ đi một cách tương đối. Trong điều kiện như cũ, người lao động sẽ làm việc ít hơn ở mỗi mức lương. Không phải ngẫu nhiên mà nguồn cung lao động phổ thông, giản đơn, với chi phí đào tạo thấp thường dồi dào hơn so với nguồn cung lao động kỹ năng cao, đòi hỏi chi phí đào tạo lớn. Với loại lao động thứ nhất, đường cung nằm ở phía bên phải đường cung của dạng lao động thứ hai. Khi áp dụng lập luận này cho riêng một cá nhân, có thể kết luận một cách tổng quát là: nếu chi phí để tiếp cận công việc của người lao động tăng lên, đường cung lao động của anh ta (hay chị ta) sẽ dịch chuyển lên trên và sang trái; ngược lại, khi chi phí đó rẻ đi, đường cung lao động của người này sẽ dịch chuyển xuống dưới và sang phải.

- Cung ứng lao động nói chung cho nền kinh tế xét như một tổng thể

Xét cung lao động chung cho cả nền kinh tế (chưa phân chia lao động theo các nghề khác nhau), ta thấy một mặt nguồn cung lao động phụ thuộc vào quyết định cung ứng lao động của mỗi cá nhân khi họ tham gia vào lực lượng lao động – quyết định này cho biết một cá nhân trung bình trong lực lượng lao động sẵn sàng làm việc bao nhiêu giờ trong một năm với những mức lương xác định. Mặt khác, nó phụ thuộc vào số lượng người tham gia vào lực lượng lao động – tức lực lượng của những người hiện đang làm việc hay đang tìm kiếm việc làm. Về nguyên tắc, có thể dễ dàng thừa nhận rằng, với số giờ lao động xác định mà một cá nhân lao động trung bình sẵn sàng cung ứng trong khoảng thời gian 1 năm chẳng

hạn, nguồn cung lao động chung của cả nền kinh tế sẽ tăng lên khi số lượng người tham gia trong lực lượng lao động tăng lên và ngược lại. Đến lượt mình, tổng số người tham gia vào lực lượng lao động lại phụ thuộc vào: 1) quy mô và cơ cấu dân số. Những thay đổi trong quy mô và cơ cấu dân số luôn luôn ảnh hưởng đến nguồn cung về lao động nói chung. Tỷ lệ tăng, giảm dân số tự nhiên hay cơ học (do hiện tượng nhập cư hay di cư) đều ảnh hưởng đến quy mô dân số. Cơ cấu dân số thường trực tiếp ảnh hưởng đến số lượng người ở trong độ tuổi lao động, có tiềm năng lao động. Một nước có cơ cấu dân số trẻ như Việt Nam trong thời kỳ hiện nay thường đối diện với sức ép về việc làm: số người bước vào độ tuổi lao động hàng năm tương đối cao cùng với sự gia tăng của quy mô dân số. Ở những nước phát triển như Nhật Bản chẳng hạn lại diễn ra một hiện tượng ngược lại: tỷ lệ người già tăng lên trong khi tỷ lệ người có khả năng lao động lại giảm xuống. 2) Tỷ lệ tham gia vào lực lượng lao động. Tỷ lệ tham gia cho chúng ta biết tỷ lệ phần trăm của nhóm dân cư nằm trong độ tuổi lao động quyết định tham gia vào lực lượng lao động. Với một quy mô dân số xác định, một số lượng người nhất định nằm trong độ tuổi lao động, tỷ lệ tham gia tăng có nghĩa là số lượng người tham gia lực lượng lao động tăng. Điều đó sẽ làm cho cung lao động nói chung của cả nền kinh tế tăng một khi các yếu tố khác được giữ nguyên.

Tỷ lệ tham gia vào lực lượng lao động chịu sự tác động của các yếu tố kinh tế, xã hội, văn hóa khác nhau. Trong một xã hội mà phụ nữ thực sự có quyền bình đẳng và có khả năng và điều kiện tham gia tích cực vào các công việc xã hội, người ta ít thấy sự khác biệt về tỷ lệ tham gia giữa phụ nữ và nam giới (mặc dù thường với những người phụ nữ đã lập gia đình, tỷ lệ tham gia vẫn thấp hơn so với tỷ lệ tham gia ở đàn ông) so với một xã hội mà ở đó chức năng của người phụ nữ được cho là chỉ phù hợp với những công việc nội trợ trong gia đình. Ở những nước hồi giáo, phụ nữ ít tham gia vào thị trường lao động, do đó, một bộ phận đáng kể dân số trong độ tuổi lao động đã đứng ngoài lực lượng lao động. Những yếu tố văn hóa – xã hội này rõ ràng tác động mạnh vào sở thích hay thái độ của các cá nhân, khiến cho quan niệm của họ về giá trị của thu nhập, của

làm việc và nghỉ ngơi ở các nền kinh tế khác nhau cũng trở nên khác nhau. Trình độ phát triển kinh tế-xã hội chung cũng ảnh hưởng đến sở thích này. Khi phân đông dân cư đánh giá cao hơn các giá trị do nghỉ ngơi và thời gian nhàn rỗi mang lại, tỷ lệ tham gia vào lực lượng lao động sẽ có xu hướng giảm nếu không được các yếu tố khác bù đắp lại.

Ngoài yếu tố tác động đến sở thích chung của các cá nhân, tỷ lệ tham gia còn phụ thuộc vào: 1) thu nhập phi lao động nói chung của dân cư. Thu nhập do lao động không phải nguồn thu nhập duy nhất. Người ta có thể có những thu nhập từ việc cho thuê đất, gửi tiền tiết kiệm, mua chứng khoán, đầu tư bất động sản... Khi thu nhập phi lao động thay đổi, một hiệu ứng thu nhập thuần túy (không kèm theo hiệu ứng thay thế vì ở đây giá tương đối giữa một giờ làm việc và một giờ nghỉ ngơi không thay đổi) xuất hiện. Hiệu ứng này sẽ ảnh hưởng đến quyết định chi tiêu nói chung của dân cư về các hàng hóa, trong đó có hàng hóa “nghỉ ngơi”. Chẳng hạn, khi thu nhập phi lao động giảm sút, người ta sẽ có xu hướng nghỉ ngơi ít đi, do đó muốn làm việc nhiều hơn. Tỷ lệ tham gia nhờ đó có xu hướng tăng. Ngược lại, khi thu nhập phi lao động tăng, người ta có xu hướng tiêu dùng nhiều hàng hóa “nghỉ ngơi” hơn, do vậy, tỷ lệ tham gia có thể giảm. 2) Chi phí cố định khi đi làm hay lao động. Đó là những khoản chi phí không phụ thuộc vào số giờ lao động cao hay thấp mà người lao động phải gánh chịu khi quyết định đi làm. Ví dụ, khi đi làm, những người trước đây được nhận các khoản trợ cấp thất nghiệp hay các trợ cấp xã hội khác phải từ bỏ các khoản trợ cấp này. Rõ ràng đây là một khoản chi phí cố định giống như chi phí đi lại, mua sắm trang phục để đi làm... Khi mức trợ cấp xã hội nói trên lớn, chi phí cố định của việc đi làm cao. Những người chỉ có khả năng tham gia hoạt động ở những khu vực có tiền lương thấp sẽ ít muốn tham gia vào lực lượng lao động. Nói cách khác, khi chi phí cố định của việc đi làm tăng lên, khi các điều kiện khác là giữ nguyên, tỷ lệ tham gia có xu hướng giảm và ngược lại. 3) Mức tiền công hay tiền lương thực tế. Sự thay đổi trong mức tiền lương thực tế trung bình trong nền kinh tế cũng ảnh hưởng đến mức độ tham gia của các cá nhân vào lực lượng lao động. Khi tiền lương thực tế trung bình

tăng lên, một số người trước đây vẫn nằm ngoài lực lượng lao động sẽ được lôi cuốn vào lực lượng này do lợi ích tương đối của việc đi làm so với ở nhà nghỉ ngơi hoàn toàn tăng lên (chi phí cố định của việc đi làm giảm xuống một cách tương đối). Tỷ lệ tham gia vì thế cũng tăng lên. Tuy nhiên, cũng cần lưu ý rằng, tiền lương thực tế ở nhóm có tiền lương cao tăng có thể khiến họ giảm số giờ lao động sẵn sàng cung ứng trong năm, mặc dù họ không hề muốn rút lui khỏi lực lượng lao động. Trong trường hợp này, số giờ lao động trung bình của một cá nhân cung cấp có thể giảm xuống chút ít. Tuy thế, do số người có mức lương cao và bị hiệu ứng thu nhập tác động mạnh như vậy có lẽ chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ nên chúng ta vẫn có thể khẳng định xu hướng chung là: khi tiền lương thực tế nói chung tăng lên, tỷ lệ tham gia và lượng lao động sẵn sàng cung ứng trong cả nền kinh tế tăng lên.

- Cung ứng lao động cho một ngành

Một ngành riêng biệt chỉ là một bộ phận của nền kinh tế. Cung lao động cho một ngành thường không tách rời các ngành khác vì lao động có khả năng di chuyển từ ngành nọ sang ngành kia. Trong trường hợp sự di chuyển này là hoàn toàn dễ dàng (ví dụ những người thợ hàn hay lái xe tải có thể dễ dàng chuyển từ ngành công nghiệp sản xuất ô tô sang ngành xây dựng và ngược lại mà gần như không cần bất cứ sự đào tạo bổ sung nào), sự chênh lệch tiền lương của loại lao động này trong các ngành khác nhau chỉ được phép duy trì khi nó phản ánh những đặc tính phi tiền tệ khác nhau giữa các ngành. Ví dụ, một người thợ hàn làm việc trong môi trường độc hại hơn, nguy hiểm hơn (do thường xuyên phải làm việc trên cao chẳng hạn), ở những nơi điều kiện sống khó khăn hơn (ngoài khơi, biên giới, hải đảo...) được nhận tiền lương cao hơn so với một người thợ hàn tương tự song làm việc trong những điều kiện an toàn và có môi trường sống thuận lợi hơn. Vượt quá ngưỡng đó, sự khác biệt quá mức về tiền lương giữa các ngành khác nhau sẽ tạo ra sự di chuyển lao động từ nơi có tiền lương thấp đến nơi có tiền lương cao hơn. Bằng sự di chuyển này, trên toàn bộ nền kinh tế có một sự cân bằng nào đó (phản ánh trạng thái cầu và cung chung của cả nền kinh tế về loại lao động đó)

để sự chênh lệch về lương giữa các ngành chỉ nhằm bù đắp lại những đặc tính phi tiền tệ. Có thể phân tích cung thị trường nói chung về một loại lao động nghề nghiệp cụ thể tương tự như phân tích cung lao động tổng thể cho cả nền kinh tế. Tuy nhiên, cũng cần lưu ý một vài điểm khác biệt. Đối với một loại lao động có tính chất giản đơn, chỉ đòi hỏi kỹ năng lao động thấp, chi phí đào tạo không đáng kể, nguồn cung lao động nói chung rất dồi dào. Cung lao động dạng này khá co giãn. Chỉ cần tiền lương tăng lên chút ít, sẽ có nhiều cánh tay lao động sẵn sàng cung ứng. Đường cung lao động vì vậy tương đối nằm ngang. Đối với loại lao động phức tạp hơn, những kỹ năng lao động của nó đòi hỏi phải nhiều thời gian và tiền bạc để đào tạo hơn, nguồn cung về nguyên tắc tương đối khan hiếm hơn. Mặt khác, khi mức lương tăng lên, số lượng lao động có thể tham gia cung ứng không dễ dàng tăng lên nhanh và nhiều như trường hợp lao động giản đơn. Vì thế đường cung lao động loại này thường dốc đứng hơn.

Đối với một ngành nhỏ (hiểu theo nghĩa loại lao động chúng ta đang phân tích được sử dụng trong ngành chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ so với trong cả nền kinh tế), khả năng đáp ứng nhu cầu về lao động trong ngành từ cả nền kinh tế, xét một cách tương đối, là rất lớn. Ngành có thể thuê thêm lao động một cách dễ dàng mà hầu như không phải tăng lương. Đường cung lao động mà ngành đối diện có thể coi như một đường nằm ngang. Điều này cũng phản ánh một sự kiện: mức lương cân bằng chung của loại lao động này được quyết định trên phạm vi cả thị trường có tính chất liên ngành mà ngành chỉ là “kẻ chấp nhận giá”. Chỉ ở những ngành lớn, nơi lao động thuộc một nghề nào đó được sử dụng một cách tập trung, cung lao động mới thể hiện rõ rệt như một đường dốc lên. Việc mở rộng hoạt động thuê mướn loại lao động này trong ngành sẽ đẩy mức tiền lương lên. Về cơ bản, việc di chuyển lao động từ các ngành khác đến coi như không đáng kể. Để có thể mở rộng lượng cung lao động của các cá nhân trong ngành, tiền lương lao động phải tăng lên, nhất là trong ngắn hạn khi mà nguồn cung lao động trong ngành tương đối cố định.

Đối với một số loại lao động mà kỹ năng làm việc là có tính chất tương đối đặc thù theo ngành, sự di chuyển lao động từ ngành này sang ngành kia là khó khăn, nhất là trong ngắn hạn. Ví dụ, lao động của những kiến trúc sư chỉ thích hợp với ngành xây dựng. Họ không thể làm việc theo đúng chuyên môn được đào tạo ở một ngành khác như ngành dệt, cơ khí... Hoặc nếu coi y tế là một ngành thì lao động của bác sỹ cũng là một loại lao động đặc thù. Các bác sỹ không thể dễ dàng chuyển sang ngành khác để hoạt động. Trong trường hợp này, các thị trường lao động nghề nghiệp bị cắt khúc theo ngành. Ngành không hy vọng hút được lao động từ ngành khác sang chỉ nhờ mức lương cao hơn. Đường cung về loại lao động này cho ngành phải là một đường dốc lên: Tiền lương phải cao hơn mới cuốn hút được số lượng lao động cung ứng nhiều hơn.

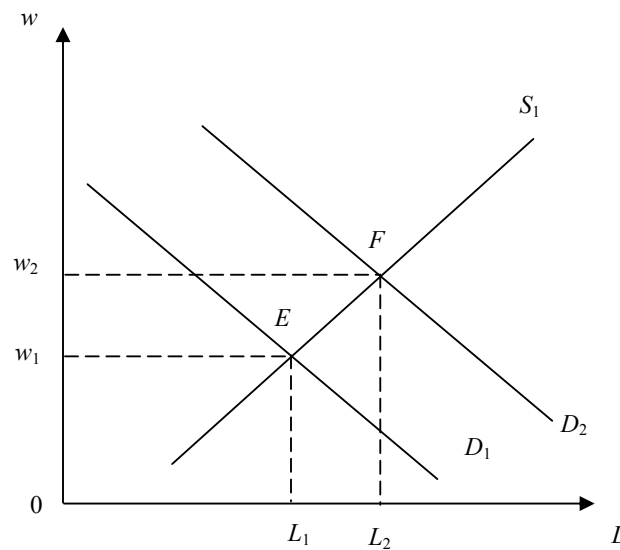
Nói chung đường cung lao động cho ngành trong dài hạn có xu hướng thoải hơn so với đường cung ngắn hạn. Trong ngắn hạn, số lao động làm việc trong ngành là tương đối cố định, đặc biệt là đối với các lao động cần được đào tạo. Lương tăng vẫn làm lượng cung về lao động tăng song chủ yếu dựa vào sự tăng số giờ lao động cung ứng của những người đang làm việc. Trong dài hạn, lương của một loại lao động trong một ngành tăng lên sẽ kéo theo và cuốn hút lao động từ các ngành khác chuyển sang cũng như những người nằm ngoài lực lượng lao động gia nhập vào ngành. Khi thời gian đủ dài, người ta có thể chuyển đổi nghề nghiệp từ lĩnh vực nọ sang lĩnh vực kia, miễn là sự khuyến khích về lương là đủ mạnh. Điều đó làm cho đường cung lao động dài hạn trở nên thoải hơn.

** Cân bằng trên thị trường lao động*

- Cân bằng trên thị trường lao động của ngành.

Đối với một ngành, cầu và cung của ngành về một loại lao động cụ thể sẽ quyết định mức lương và số lượng lao động làm việc trong ngành. Với giả định thị trường lao động trong trường hợp này là thị trường cạnh tranh hoàn hảo và chính phủ không có hoạt động can thiệp nào, với

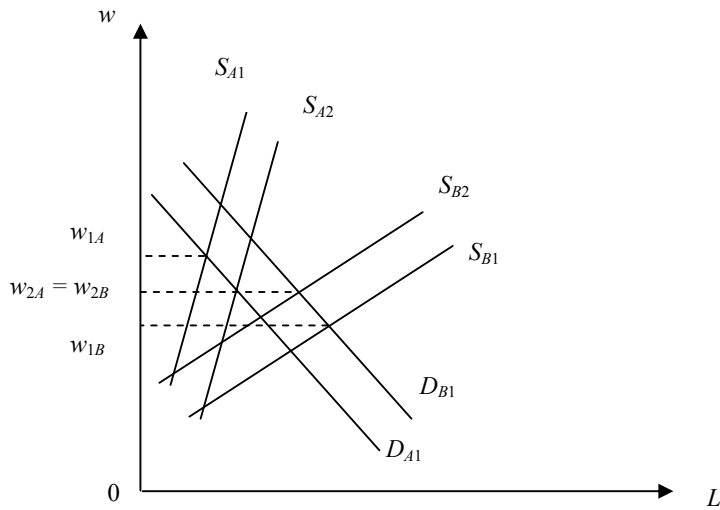
đường cầu lao động của ngành là D_1 , đường cung lao động là S_1 như trong hình 8.2, trạng thái cân bằng trên phạm vi ngành thoạt tiên là điểm E . Mức lương cân bằng trong ngành lúc này là w_1 , lượng lao động được thuê mướn là L_1 . Chỉ có tại điểm E thị trường mới ở trong xu hướng ổn định tương đối. Tại E không có hiện tượng dư cung hoặc dư cầu, do đó không có áp lực buộc thị trường phải dịch chuyển đến một trạng thái khác.



Hình 8.2: Cân bằng trên thị trường lao động. Sự dịch chuyển từ E đến F phản ánh sự thay đổi trong cầu về lao động.

Những yếu tố tác động đến cung, cầu lao động của ngành, làm cho các đường này dịch chuyển sẽ làm cho trạng thái cân bằng của thị trường lao động trên phạm vi ngành thay đổi. Ví dụ, sự mở rộng nhanh chóng thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm dệt may và sự nâng cấp công nghệ trong ngành khiến cho nhu cầu về lao động dệt tăng lên. Đường cầu về lao động của ngành sẽ dịch chuyển, chẳng hạn, từ đường D_1 sang phải thành đường D_2 . Điểm cân bằng mới giờ đây chuyển về điểm F . Mức lương cũng như số lao động được thuê mướn cân bằng của ngành tăng lên tương ứng là w_2 và L_2 .

Tuy nhiên, như ở trên chúng ta đã đề cập, lao động là yếu tố sản xuất mang tính chất cơ động, có thể di chuyển từ ngành nọ sang ngành kia. Sự di chuyển này đòi hỏi trạng thái cân bằng của ngành này phải tương hợp với ngành kia, nếu không áp lực thay đổi vẫn tồn tại. Giả sử cả hai ngành A và B đều sử dụng một loại lao động nghề nghiệp có kỹ năng giống hệt nhau. Trạng thái cân bằng riêng biệt ở thị trường lao động trong phạm vi ngành A xác lập một mức lương là w_{1A} , trong khi đó cung cầu lao động trong ngành B lại xác lập tạm thời một mức lương cân bằng là w_{1B} . Giả sử điều kiện làm việc ở hai ngành trên là tương tự nhau. Trong trường hợp này, nếu tiền lương giữa hai ngành mà khác biệt, hiện tượng di chuyển lao động từ ngành có mức lương thấp sang ngành có tiền lương cao hơn sẽ xuất hiện. Ví dụ, giả sử w_{1A} lớn hơn w_{1B} , một số lao động từ ngành B sẽ rút lui khỏi ngành để xin sang làm việc ở ngành A. Hiện tượng này sẽ làm cho cung lao động ở ngành A tăng lên, đường cung lao động của ngành dịch chuyển sang phải. Kết cục tiền lương ở ngành A sẽ hạ xuống. Ngược lại, cung lao động ở ngành B giảm xuống, đường cung lao động của ngành dịch chuyển sang bên trái. Nhờ đó, tiền lương của ngành tăng lên. Quá trình này dần dần làm cho tiền lương ở hai ngành xích lại gần nhau. Nếu sự di chuyển lao động giữa ngành nọ sang ngành kia là “hoàn hảo”, chỉ khi sự khác biệt về lương giữa hai ngành bị xóa bỏ thì quá trình di chuyển lao động mới dừng lại. Khi đó, một trạng thái cân bằng chung giữa hai thị trường được xác lập với một mức lương thống nhất: $w_{2A} = w_{2B}$. Ở đây, chính sự di chuyển lao động giữa các ngành đã làm san bằng sự khác biệt về lương. Hệ quả chung là: nếu cung cầu lao động của một ngành thay đổi khiến cho tiền lương của lao động trong ngành tăng lên thì sự kiện này sẽ có xu hướng tác động đến mức lương ở các ngành khác. Áp dụng ví dụ ta vừa phân tích, có thể dễ dàng nhận thấy là: sự tăng lương ở ngành A sẽ lan tỏa và kéo theo sự tăng lương ở ngành B.



Hình 8.3: Sự di chuyển lao động giữa các ngành có xu hướng san bằng các mức lương

Khi bàn về sự di chuyển lao động giữa các ngành, không nhất thiết ta chỉ giới hạn sự phân tích cho các lao động thuộc cùng một nghề giống nhau, nhưng làm việc ở các ngành khác nhau. Việc lấy ví dụ về lao động thuộc cùng một loại nghề nghiệp chỉ nhằm nhấn mạnh khả năng dễ di chuyển của lao động. Về nguyên tắc, khi lao động càng dễ dàng di chuyển từ ngành, nghề này sang một ngành, nghề khác, tiền lương giữa chúng càng ít khác biệt. Tuy nhiên, trên thực tế có nhiều yếu tố ngăn cản sự di chuyển lao động. Vì thế, sự chênh lệch về lương giữa các ngành, nghề vẫn tồn tại. Chúng ta sẽ giải thích kỹ hơn vấn đề này ở phần sau.

8.1.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự cân bằng của thị trường lao động

Thị trường lao động là một loại thị trường đặc biệt. Nó gắn liền với hoạt động cơ bản của con người, đồng thời là nơi “tạo ra” thu nhập của đông đảo tầng lớp dân cư trong xã hội. Vì thế sự vận hành của thị trường lao động nhận được sự quan tâm không chỉ của từng người lao động với tư cách là những người cung ứng và các doanh nghiệp với tư cách là người mua mà còn của nhà nước và các tổ chức công đoàn... Chính do có sự can thiệp này mà điểm cân bằng của thị trường bị thay đổi cũng như

không phải lúc nào thị trường cũng có thể tự điều chỉnh để đạt đến trạng thái cân bằng của nó. Ở đây tồn tại những yếu tố ngăn trở khả năng hội tụ về điểm cân bằng thông thường của thị trường. Những yếu tố đó là: chính sách tiền lương của chính phủ, hoạt động can thiệp của công đoàn, lợi thế nhờ quy mô và khả năng ngăn cản sự nhập ngành của doanh nghiệp mới, lợi thế của người trong cuộc, chính sách tiền lương hiệu quả...

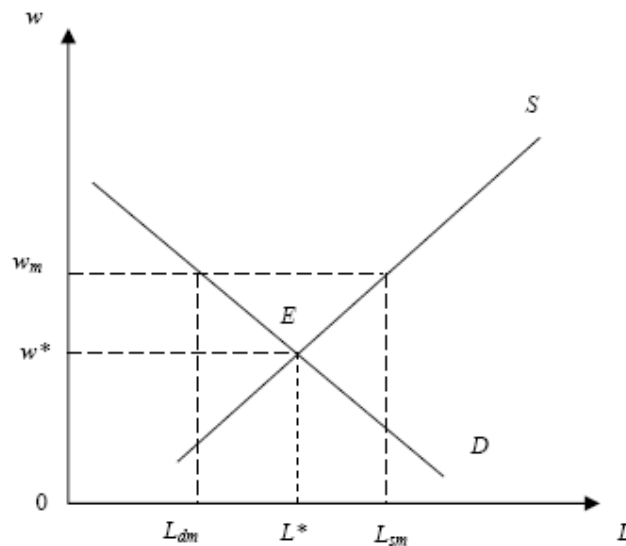
* *Tác động của chính phủ*: quy định tiền lương tối thiểu, thuế thu nhập

Chính phủ có thể can thiệp vào thị trường lao động theo nhiều cách khác nhau. Tuy nhiên, tác động của chính phủ đến thị trường lao động có thể được quy lại về hai loại: hoặc là làm cho thị trường không trở về được trạng thái cân bằng, hoặc là làm cho điểm cân bằng thị trường thay đổi. Chính sách tiền lương tối thiểu của chính phủ thuộc về loại thứ nhất, còn các chính sách như thuế thu nhập, trợ cấp thất nghiệp, hoặc việc chính phủ tham gia vào thị trường lao động với tư cách là người thuê nhân công... thuộc về loại thứ hai.

* Chính sách tiền lương tối thiểu được chính phủ nhiều nước áp dụng. Mục đích của chính sách này là ngăn ngừa những người thuê lao động (các doanh nghiệp hoặc các chủ thuê khác) trả công quá thấp cho những người làm thuê, do đó nó thường được coi là chính sách bảo vệ lợi ích của những người lao động, đặc biệt những người có mức tiền lương tương đối thấp. Thật ra chính sách này cũng chỉ có ý nghĩa với nhóm lao động có mức tiền lương thấp này. Đối với trường hợp lương cân bằng thị trường cao vượt quá mức lương tối thiểu do chính phủ quy định, cân bằng thị trường không bị đụng chạm đến.

Ảnh hưởng của chính sách tiền lương tối thiểu – tức sự quy định có tính chất pháp lý theo đó chính phủ không cho phép các doanh nghiệp trả lương thấp hơn một mức lương tối thiểu nào đó – thực chất là ảnh hưởng của chính sách kiểm soát giá dưới dạng quy định giá sàn mà chúng ta đã nghiên cứu ở chương 2. Trong trường hợp chính sách này có hiệu lực, mức lương trên thị trường bị neo lại ở mức lương tối thiểu (w_m) và không

hạ được xuống mức lương cân bằng (w^*) (hình 8.4). Với mức lương w_m , lượng cung lao động L_{sm} lớn hơn lượng cầu về lao động L_{dm} . Trên thị trường sẽ tồn tại hiện tượng dư cung về lao động – một số lao động sẵn sàng làm việc với mức lương thấp hơn nhưng không tìm được việc làm và phải lâm vào tình thế thất nghiệp. Sức ép hạ tiền lương do dư cung tạo ra không dẫn đến những điều chỉnh của thị trường do quy định mức lương tối thiểu của chính phủ. Kết cục là thị trường mất cân bằng. Đối với số người thất nghiệp phát sinh do chính sách này, đây rõ ràng không phải là hậu quả mà họ mong đợi.



Hình 8.4: Chính sách tiền lương tối thiểu ngăn cản sự cân bằng của thị trường lao động.

Việc đánh thuế vào tiền lương lại tạo ra một kết cục khác. Trong trường hợp điển hình, thuế làm cho mức lương mà doanh nghiệp phải bỏ ra để thuê nhân công tăng lên đồng thời mức lương mà người lao động nhận được giảm. Vì thế lượng giao dịch thị trường tức số lượng lao động được thuê mướn giảm song vẫn ở trạng thái cân bằng cung - cầu.

Trợ cấp thất nghiệp hoặc rộng hơn là các khoản trợ cấp xã hội được thiết kế để hỗ trợ và giảm thiểu những rủi ro cho những người bị thất nghiệp như một trong những mắt xích của mạng lưới an sinh xã hội. Tuy

nhiên, mức trợ cấp thất nghiệp cao có thể làm cho chi phí cố định của việc đi làm trở nên cao. Điều này ngăn trở người ta tích cực đi tìm việc một cách thực sự. Nó sẽ góp phần làm mức thất nghiệp chung có thể duy trì ở mức cao, mặc dù khác với dạng thất nghiệp ở trên, đây là dạng thất nghiệp được coi là tự nguyện.

* *Hoạt động của công đoàn*: Công đoàn là tổ chức của những người lao động được thành lập nhằm bảo vệ lợi ích của những người này. Khi tham gia vào công đoàn, những người lao động ủy thác cho tổ chức này quyền đại diện cho mình trong các cuộc mặc cả, đàm phán với giới chủ doanh nghiệp về các điều kiện làm việc, lương và các chính sách đối xử khác với người lao động. Nhờ tập trung và thống nhất sức mạnh đàm phán của nhiều người vào một tổ chức, công đoàn trở thành một thế lực mặc cả, đàm phán có trọng lượng. Quyền lực của công đoàn thể hiện ở chỗ: nó có thể gây sức ép với giới chủ doanh nghiệp bằng cách đe dọa tổ chức các cuộc bãi công có nhiều người tham gia. Tùy theo mức hiện thực của lời đe dọa, quy mô tiềm năng của các cuộc bãi công, mức thiệt hại có thể của các doanh nghiệp mà sức mạnh của công đoàn được đánh giá cao hay thấp.

Một tổ chức công đoàn mạnh, được tổ chức tốt có thể mặc cả để buộc giới chủ doanh nghiệp phải trả hoặc duy trì mức lương cao hơn mức lương cân bằng trên thị trường. Ảnh hưởng này của công đoàn cũng tương tự như chính sách tiền lương tối thiểu. Việc thỏa thuận được mức lương cao hơn mức lương cân bằng có thể đem lại lợi ích cho đa số các đoàn viên công đoàn, những người vẫn duy trì được việc làm song lại nhận được mức lương cao. Tuy nhiên, giống như chính sách tiền lương tối thiểu, do can thiệp vào quá trình định lương, tác động của công đoàn làm cho tiền lương trở nên cứng nhắc, không còn có khả năng tự điều chỉnh để xác lập trạng thái cân bằng. Nạn thất nghiệp xuất hiện trong trường hợp này xét trên phạm vi toàn tổ chức công đoàn là hoàn toàn tự nguyện mặc dù nó có thể là sự không mong đợi (bị bắt buộc) đối với những đoàn viên công đoàn hay những người lao động khác không may mắn do bị mất việc làm.

** Lợi thế theo quy mô*

Lợi thế theo quy mô ở đây là cách nói quy ước ám chỉ trường hợp thị trường không còn là thị trường cạnh tranh hoàn hảo, do đó nhà sản xuất có quyền lực thị trường đến mức có khả năng ngăn chặn khả năng gia nhập ngành của các doanh nghiệp mới. Điều này chỉ đúng với trường hợp thị trường độc quyền thuần túy hay độc quyền nhóm. Dựa trên lợi thế quy mô lớn hoặc do có sức mạnh thị trường khác, những doanh nghiệp đã hoạt động trong ngành có thể tạo ra những trở ngại (sẵn sàng tiến hành quảng cáo với ngân sách quảng cáo lớn, xây dựng những nhà máy lớn, dư thừa công suất hoạt động, thiết lập hệ thống đại lý phân phối hàng độc quyền...) cho việc gia nhập ngành. Trong trường hợp này, lợi thế theo quy mô đã ngăn cản những người thất nghiệp có thể làm việc cho các doanh nghiệp mới tiềm năng, ngay cả khi họ sẵn sàng chấp nhận mức lương thấp hơn mức lương của các công nhân đang làm việc trong các doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường. Sự tồn tại kiểu thất nghiệp không tự nguyện như vậy cho thấy thị trường lao động không ở trạng thái cân bằng.

** Ưu thế của người trong cuộc so với người ngoài cuộc*

Không phải ngẫu nhiên mà thị trường lao động khó xác lập nhanh chóng trạng thái cân bằng của mình như các thị trường hàng hóa khác. Trên thị trường này, tồn tại nhiều yếu tố ngăn cản nó trở thành một thị trường cạnh tranh hoàn hảo thực sự. Chi phí tuyển dụng lớn (doanh nghiệp không dễ dàng đánh giá chính xác phẩm chất và năng lực của những người xin việc, do đó thường phải tiến hành phỏng vấn, thi tuyển vất vả, tốn kém); chi phí không nhỏ cho việc đào tạo, huấn luyện người lao động mới được tuyển dụng theo nhu cầu của từng loại công việc đặc thù; thời gian dài cần thiết để người lao động thích nghi được với môi trường làm việc mới, hình thành được kỹ năng cần thiết, có khả năng hợp tác được với những người xung quanh ở các bộ phận khác nhau... tất cả những điều đó cũng tạo ra các trở ngại khác nhau đối với việc tuyển dụng lao động mới, và vì thế, khiến cho những người đang làm việc trở nên có

ưu thế. Ở đây, sự thay thế những người lao động mới ở bên ngoài doanh nghiệp (có thể gọi là những người ngoài cuộc) cho những người đang làm việc trong doanh nghiệp (những người trong cuộc) là một sự thay thế không hoàn hảo, đem lại những tổn kém không nhỏ cho doanh nghiệp. Trong trường hợp này, doanh nghiệp nhiều khi không thực sự có lợi nếu sa thải các công nhân hiện hành không chấp nhận hạ lương và thay thế họ bằng những người hiện đang thất nghiệp sẵn lòng làm với mức lương thấp hơn.

Dựa vào những lợi thế trên, những người đang làm việc trong doanh nghiệp – những người trong cuộc, thậm chí còn có thể tạo ra những trở ngại chiến lược đối với việc gia nhập ngành của những người lao động tiềm năng bên ngoài. Với sự đe dọa đình công hoặc gây trở ngại cho quá trình sản xuất, nếu như việc tuyển dụng lao động mới được tiến hành ồ ạt, những công nhân có kinh nghiệm có thể thuyết phục và lôi cuốn được sự ủng hộ của số đông những người trong cuộc mà không nhất thiết phải có sự hiện diện của tổ chức công đoàn. Sự đe dọa nói trên chỉ hiện thực hóa lợi thế của những người “trong cuộc” - những người lao động đang làm việc trong doanh nghiệp, cho phép họ có thể mặc cả để duy trì được mức tiền lương cao hơn so với mức lương mà những người “ngoài cuộc” sẵn sàng chấp nhận. Tình thế này làm cho thị trường không xác lập được trạng thái cân bằng với mức lương thấp hơn.

* *Chính sách tiền lương hiệu quả*: một số doanh nghiệp áp dụng chính sách tiền lương hiệu quả theo đó chủ doanh nghiệp chấp nhận trả lương cao cho toàn bộ hay một nhóm lao động nhất định nhằm tạo ra sự gắn bó của người lao động với doanh nghiệp, khuyến khích họ tự giác nâng cao năng suất lao động, hạn chế hiện tượng bỏ việc... Khi mức lương cao nói trên vượt quá mức lương cân bằng trên thị trường thì nó cũng có tác dụng ngăn cản sự xác lập trạng thái cân bằng của thị trường lao động.

Lý do giải thích chính sách tiền lương hiệu quả là vấn đề thông tin. Những khó khăn trong việc đánh giá năng lực và phẩm chất thực sự của những người lao động cũng như những trở ngại trong việc giám sát họ

thực hiện công việc của mình (họ có bỏ giờ, trốn việc hay làm việc với mức cố gắng thấp hay không?...) là những thiếu hụt thông tin rất đặc trưng trên thị trường lao động. Trong điều kiện này, lý thuyết tiền lương hiệu quả cho rằng việc doanh nghiệp trả lương bình quân cho những người đang làm việc cao hơn mức lương mà thị trường sẵn sàng chấp nhận là có lợi đối với doanh nghiệp. Thứ nhất, khi doanh nghiệp trả một khoản tiền lương cao hơn mức lương cân bằng thị trường, thực tế nó đang trả thêm một khoản tiền thưởng dùng để khuyến khích những người lao động có năng suất cao gắn bó với doanh nghiệp, ngăn ngừa khả năng họ rời bỏ doanh nghiệp do cho rằng doanh nghiệp đã không đánh giá đúng năng lực thực sự của họ. Thứ hai, tiền lương cao tạo ra chi phí cơ hội lớn hơn đối với việc trốn việc, bỏ việc hay thậm chí sự thiếu cố gắng của người công nhân khi những hiện tượng này bị phát hiện. Vì thế nó cũng tạo ra động cơ để công nhân làm việc tốt hơn, tự giác hơn.

Những yếu tố khiến cho thị trường lao động không xác lập được trạng thái cân bằng đều có một điểm chung là: chúng làm cho tiền lương thị trường trở nên cứng nhắc, không còn khả năng tự điều chỉnh một cách linh hoạt để làm thị trường nhanh chóng trở về điểm cân bằng.

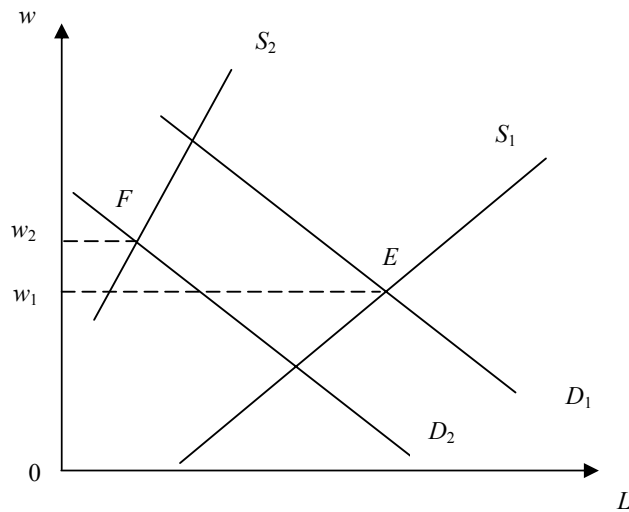
8.2. Sự chênh lệch về lương

Mặc dù sự di chuyển lao động từ ngành nọ sang ngành kia có xu hướng san bằng những khác biệt về lương giữa những ngành nghề khác nhau song trên thực tế sự chênh lệch về lương giữa những người lao động vẫn rất lớn. Chúng ta vẫn chứng kiến những người thợ bốc vác ở cảng tuy làm việc vất vả nhưng tiền lương không cao. Ở thời điểm hiện nay lương trung bình của công nhân ngành may ở khu vực tư nhân cũng chỉ dao động xung quanh con số 1 triệu đồng một tháng. Trong khi đó lương của những kỹ sư mới ra trường (cũng làm ở khu vực tư nhân) có thể là vài triệu. Sự chênh lệch về lương càng rõ nét ở khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Những nhân viên quản lý cao cấp có thể nhận lương cao gấp hàng chục lần so với các nhân viên cấp thấp. Thu nhập từ lao động (thực chất là tiền lương hay tiền công) đặc biệt chênh lệch trong khu

vực dịch vụ giải trí. Những ca sỹ ngôi sao, những cầu thủ bóng đá hàng đầu có thu nhập cao gấp bội so với cả những người lao động thông thường khác lẫn những ca sỹ hay cầu thủ “tâm tâm, hạng trung”. Cần phải giải thích như thế nào về việc một ca sỹ có thể nhận tiền thù lao từ một buổi biểu diễn từ 5 – 10 triệu đồng, trong khi đó đối với nhiều người, đó có lẽ phải là khoản tiền lương làm việc của nhiều tháng trời?

Xét một cách tổng quát thì sự chênh lệch về lương trong xã hội có thể giải thích bằng hai lý do: 1) do sự khác biệt về cung, cầu lao động trong từng ngành nghề cụ thể. Điều này khiến cho mức lương cân bằng trên một thị trường lao động cục bộ của ngành nghề cụ thể nào đó có thể cao hơn hẳn mức lương tương ứng ở thị trường khác. 2) những yếu tố ngăn trở sự di chuyển lao động từ khu vực có tiền lương thấp sang khu vực có tiền lương cao. Lý do thứ nhất giải thích nguồn gốc của sự chênh lệch lương. Lý do thứ hai giải thích tại sao sự chênh lệch này không được san bằng.

Sự khác biệt về cung cầu trên các thị trường lao động cụ thể có tác động rất mạnh đến mức lương cân bằng. Cần chú ý rằng, trong điều kiện bình thường, cả cung lẫn cầu về một loại lao động đều tác động đến sự hình thành mức lương. Nhu cầu về một loại lao động cao tương đối so với một loại lao động khác chưa đảm bảo loại hình lao động thứ nhất chắc chắn sẽ nhận được mức lương cao hơn. Nếu cung về loại lao động thứ nhất quá dồi dào (lao động phổ thông chẳng hạn), lương thị trường của loại lao động này vẫn thấp. Với một loại lao động phức tạp hơn (cung về loại lao động này khan hiếm hơn nhiều) thì dù cầu về nó có thấp hơn chút ít với loại lao động thứ nhất, nó vẫn thường được trả lương cao hơn. Ngược lại, tiền lương của một loại lao động rất khan hiếm có thể vẫn không cao nếu nhu cầu xã hội về loại lao động này thấp. Sự chênh lệch giữa các mức thù lao lao động giữa hai loại ca sỹ ngôi sao thuộc hai dòng nghệ thuật khác nhau: “tân nhạc” và “cải lương” cho thấy rõ điều đó.



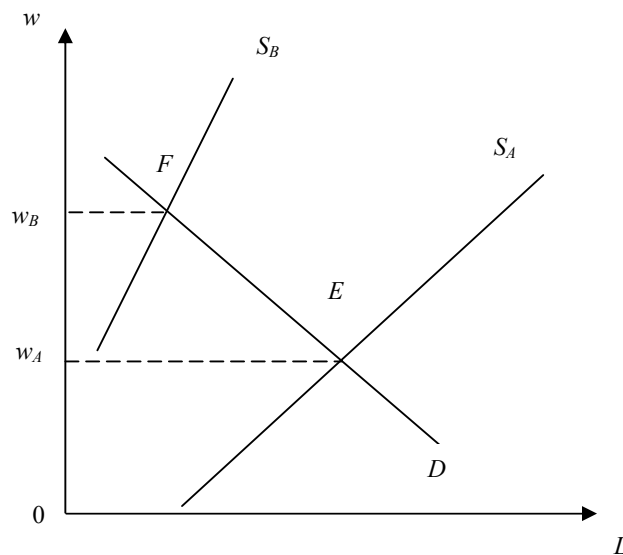
Hình 8.5: Sự chênh lệch lương. Mức lương w_1 ở ngành thứ nhất vẫn thấp hơn mức lương w_2 ở ngành thứ hai, mặc dù cầu về lao động ở ngành thứ nhất cao hơn ở ngành thứ hai.

Sự khác biệt về cầu lao động có thể quy về các yếu tố chi phối cầu lao động mà chúng ta đã nghiên cứu. Dưới đây chúng ta sẽ xem xét một số yếu tố liên quan đến mặt cung của lao động có thể là nguồn gốc của sự chênh lệch lương.

8.2.1. Những lý do chủ yếu dẫn đến sự chênh lệch về lương

* *Môi trường và điều kiện làm việc:* Những người lao động làm những công việc giống hệt nhau hoặc tương tự nhau, dễ dàng chuyển đổi cho nhau vẫn có thể có những mức lương khác nhau nếu họ làm ở những ngành hay những địa điểm khác nhau với những điều kiện làm việc không giống nhau. Sự chênh lệch lương trong trường hợp này chỉ là sự bù trừ cho những khác biệt được gọi là khác biệt phi tiền tệ do môi trường làm việc khác nhau. Ví dụ, cùng là thợ hàn, thợ xây nhưng những người làm việc trong những môi trường khí hậu khắc nghiệt, nguy hiểm, điều kiện sống hoặc làm việc khó khăn... thường nhận được lương cao hơn so với những đồng nghiệp sống và làm việc ở những nơi thuận lợi hơn. Những người làm những công việc chỉ có tính thời vụ (ví dụ thợ xây dựng), thời gian hành nghề ngắn (ví dụ cầu thủ bóng đá), hoặc những

công việc kém hấp dẫn... thường được trả lương cao hơn so với những người lao động có kỹ năng làm việc tương đương song làm việc trong môi trường ổn định hay hấp dẫn hơn. Có thể giải thích sự chênh lệch lương kiểu này bằng đồ thị 8.6. Ở ngành A, môi trường và điều kiện tương đối thuận lợi nên nhiều người sẵn sàng tham gia làm việc hơn. Đường cung lao động nằm tương đối thấp thể hiện cung khá dồi dào. Ở ngành B điều kiện làm việc khó khăn hoặc kém thú vị hơn nên ít người muốn làm việc ở đó. Cung lao động khan hiếm hơn, do đó, đường cung lao động sẽ nằm cao hơn đường cung lao động ở ngành A. Nếu các điều kiện khác như nhau, lương cân bằng ở ngành B sẽ cao hơn ở ngành A. Khi sự chênh lệch lương giữa hai ngành được coi là đủ bù trừ cho những khác biệt phi tiền tệ giữa chúng, nó sẽ không bị san bằng vì lao động sẽ không di chuyển từ ngành A sang ngành B.



Hình 8.6: Tiền lương ở ngành B cao hơn ở ngành A để bù trừ lại những điều kiện làm việc kém thuận lợi hơn

* Sự khác biệt về chi phí hình thành và phát triển các kỹ năng lao động

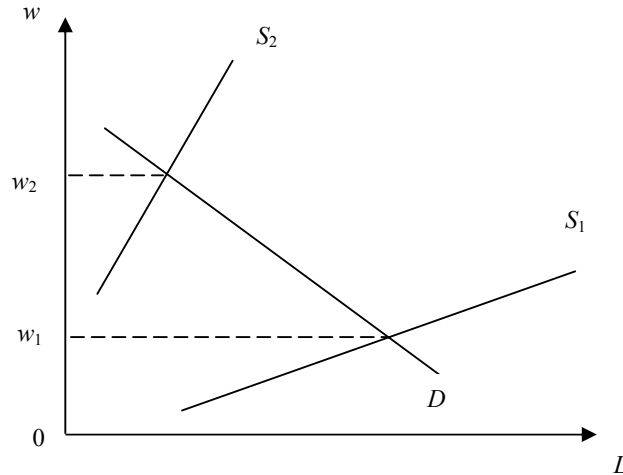
Để hình thành một năng lực làm việc nhất định, người lao động phải có một sức khỏe nhất định, phải tích lũy và trau dồi được một vốn kiến thức nào đó, có khả năng thực hiện một số kỹ năng, kỹ xảo làm việc thích

hợp. Tất cả những cái đó không tự nhiên mà có. Người ta buộc phải bỏ ra những chi phí nhất định, dưới những hình thức khác nhau, trong một thời gian dài mới có thể hình thành, duy trì và phát triển được năng lực lao động. Đó có thể là chi phí nuôi dưỡng, dạy dỗ trong gia đình, chi phí học tập ở các trường phổ thông, đại học hay chi phí học nghề ở các cơ sở đào tạo nghề...

Những công việc khác nhau (những nghề khác nhau) đòi hỏi những phẩm chất, kỹ năng, kiến thức làm việc khác nhau, do đó chi phí để hình thành, phát triển các kỹ năng này cũng rất khác nhau. Người ta có thể dễ dàng trở thành một người lao công, thực hiện các công việc tạp vụ vì chi phí đào tạo thấp song không phải người nào cũng đủ điều kiện để trở thành một phi công lái máy bay. Những yêu cầu khắt khe về sức khỏe và các kỹ năng lái máy bay khiến cho chi phí đào tạo, huấn luyện để có được một phi công là rất cao.

Những khác biệt về chi phí đào tạo cũng như các trở ngại khác nhau liên quan đến việc hình thành, phát triển các kỹ năng lao động khiến cho đường cung lao động của các công việc cụ thể rất khác nhau. Nhìn chung, những công việc giản đơn, dễ học hỏi, không cần thời gian huấn luyện hay đào tạo dài, chi phí đào tạo thấp... khiến cho hầu hết mọi người đều có thể dễ dàng tham gia vào như những người lao động tiềm năng. Cung lao động trong trường hợp này rất dồi dào và đường cung nằm thấp ở phía bên phải như thể hiện ở đồ thị 8.7. Ngược lại, những công việc phức tạp hơn, đòi hỏi những kỹ năng lao động đặc biệt cần phải huấn luyện, đào tạo trong một thời gian dài, với chi phí lớn, chỉ có thể dành cho một số lượng người ít hơn: không phải ai cũng có thể vượt qua được những trở ngại về thời gian, tiền bạc cũng như các khó khăn khác để trở thành bác sỹ (chỉ riêng thời gian học ở trường đại học y khoa đã buộc người ta phải bỏ ra 6 năm học hành) trong khi lại có thể dễ dàng trở thành một nhân viên bảo vệ... Cung về loại lao động kỹ năng cao, phức tạp khan hiếm hơn và đường cung thường nằm cao chéch về phía bên trái như thể hiện ở hình 8.7. Trong điều kiện tương đối giống nhau về cầu lao động, tính khan hiếm cao của nguồn cung lao động phức tạp cho phép những người

lao động loại này có tiền lương cao hơn nhiều so với lao động giản đơn. Chừng nào mà một nhân viên bảo vệ đang được hưởng mức lương thấp không thể dễ dàng nộp đơn xin làm bác sỹ chỉ vì nghề bác sỹ đang được trả lương cao thì chừng đó sự chênh lệch lương này không thể bị xóa bỏ. Trong trường hợp này, sự khác biệt về trình độ, phẩm cấp của các kỹ năng lao động và chi phí để hình thành, duy trì nó là yếu tố quyết định.



Hình 8.7: Sự chênh lệch lương. Cung lao động giản đơn, chi phí đào tạo thấp là tương đối dồi dào. Vì thế tiền lương của loại lao động này thường thấp.

** Sự cắt khúc của các thị trường lao động*

Đối với những loại lao động phức tạp, đòi hỏi chi phí đào tạo, huấn luyện cao, việc hình thành các kỹ năng làm việc đặc thù cũng yêu cầu nhiều thời gian. Những điều đó tạo ra những trở ngại cho việc di chuyển từ công việc này sang công việc khác, mặc dù về bản chất, chúng là những công việc có cùng một trình độ. Ở đây, sự khác biệt về các kỹ năng làm việc đặc thù, chuyên sâu khiến cho các thị trường lao động trở nên tách biệt nhau. Chúng cho phép những khác biệt về lương nếu xảy ra vẫn có thể duy trì được trong một giới hạn nhất định.

Ví dụ, có thể xem một giáo viên dạy văn và một giáo viên dạy ngoại ngữ ở bậc đại học là cùng một trình độ. Chi phí đào tạo hai loại kỹ năng lao động đặc thù này gần như tương đương nhau. Thời gian đào tạo

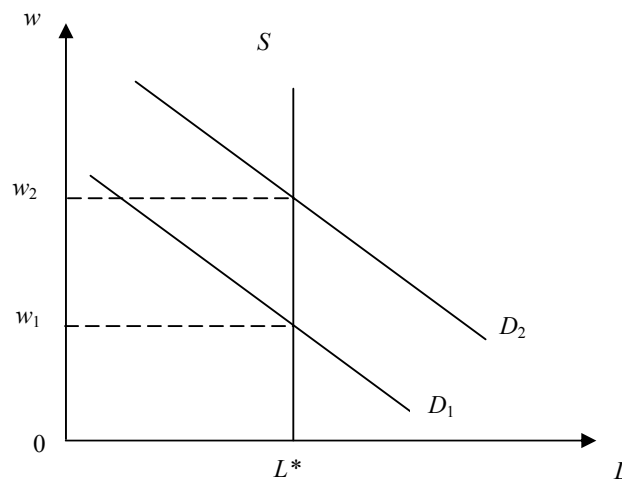
cũng tương tự nhau. Tuy nhiên, do cầu về việc học ngoại ngữ trong xã hội cao hơn hẳn so với cầu về việc học văn nên đường cầu về lao động của những người dạy ngoại ngữ cũng cao hơn nhiều so với của những người dạy văn. Theo nguyên tắc thị trường, tiền lương của giáo viên dạy ngoại ngữ sẽ cao hơn của giáo viên dạy văn. Vì là những loại lao động đặc thù, quá khác biệt nhau nên một người đang dạy văn không thể dễ dàng chuyển sang dạy ngoại ngữ, vì thế sự chênh lệch lương giữa hai loại công việc không bị san bằng. Ít nhất thì nằm trong một giới hạn nhất định, sự chênh lệch này tự được duy trì. Tuy nhiên, xét về dài hạn, thị trường có thể phản ứng khác. Việc luôn luôn bị trả mức lương thấp hơn khiến cho ít người muốn tham gia vào thị trường dạy văn. Nguồn cung của thị trường này dần dần sẽ hiếm đi. Nhiều người thích dạy ngoại ngữ do được trả lương cao khiến cho nguồn cung dài hạn về giáo viên dạy ngoại ngữ sẽ tăng. Các động thái này cho thấy sự chênh lệch lương của hai loại lao động này trong dài hạn sẽ ít hơn trong dài hạn.

* *Trường hợp đặc biệt:* Tiền lương của những người có nguồn cung lao động hoàn toàn không co giãn

Những người có những tài năng đặc biệt, có thể thực hiện được những công việc phức tạp với một kết quả (trình độ) đặc biệt mà về cơ bản những người khác không thể thực hiện được, là những người lao động mà xã hội trong một chừng mực nhất định không có khả năng thay thế. Có thể có nhiều cầu thủ bóng đá nhưng những người như Pêlê, Maradona là những thiên tài bóng đá thì hầu như không thể thay thế được. Những ca sỹ, nghệ sỹ ngôi sao hàng đầu trong ngành công nghiệp biểu diễn cũng có thể coi là những người lao động đặc biệt như vậy. Tài năng đặc biệt của những người này thường ít nhiều gắn liền với một số yếu tố bẩm sinh khiến cho việc sao chép, tái tạo lại những tài năng này là không thể thực hiện được. Do không thể thay thế được, nguồn cung lao động của những tài năng đặc biệt có thể coi là cố định. Đường cung lao động là một đường thẳng đứng phản ánh tính hoàn toàn không co giãn của lượng cung lao động theo mức lương: dù có được trả với mức lương cao hơn thì người ta cũng không thể tăng thêm được lượng lao động cung

ứng. (Dĩ nhiên, coi đường cung lao động là hoàn toàn thẳng đứng cũng chỉ là cách nói ước lệ, chính xác một cách tương đối: chỉ từ một mức lương nào đó trở lên, lượng lao động cung ứng mới là cố định).

Khi nguồn cung của một loại lao động đặc thù nào đó là cố định, mức lương thị trường trả cho loại lao động này chỉ còn phụ thuộc vào cầu. Nếu cầu về loại lao động này cao, lương của loại lao động này sẽ cao. Cùng với một mức độ tăng như nhau trong cầu về lao động, do cung lao động hoàn toàn không co giãn, lương cân bằng sẽ có xu hướng tăng nhanh hơn so với trường hợp cung lao động co giãn. Điều này giải thích tại sao những cầu thủ bóng đá hay các ca sỹ hàng đầu thế giới thường có mức thu nhập cao hơn hẳn so với các đồng nghiệp của họ. Khi lao động khác không thể thay thế được, lương của họ không thể bị kéo xuống theo hướng san bằng tiền lương mà chúng ta đã đề cập.



Hình 8.8: Tiền lương của những người có tài năng đặc biệt có thể rất cao nếu nhu cầu về loại lao động này cao.

Cũng vì nguồn cung lao động là cố định nên khi cầu về loại lao động này thấp hoặc giảm xuống, tiền lương tương ứng cũng sẽ thấp hoặc giảm nhanh. Ở Việt Nam, thu nhập của những nghệ sỹ cải lương, nghệ sỹ chèo hàng đầu cũng không cao mặc dù lao động của họ cũng thuộc loại khó thay thế chính là rơi vào trường hợp này. Nói chung, dù là

người có tài năng đặc biệt, có khả năng thực hiện được một công việc độc đáo nào đó mà không ai khác có thể thực hiện được, thì vẫn có thể chỉ nhận được mức lương thấp nếu như nhu cầu xã hội về loại công việc mà anh ta (hay chị ta) làm là thấp.

Vì tiền lương của loại lao động có nguồn cung cố định chỉ phụ thuộc vào cầu về lao động, tiền lương ở đây hoàn toàn chỉ là tiền lương kinh tế.

8.2.2. *Vốn nhân lực và sự khác biệt về tiền lương*

Những phân tích ở trên cho chúng ta thấy tại sao giữa những người lao động khác nhau, tiền lương họ nhận được lại có thể rất khác biệt nhau và trong nhiều trường hợp, sự khác biệt này không bị san bằng. Ở phần này, chúng ta đi sâu hơn vào việc xem xét lĩnh vực đầu tư cho vốn nhân lực ở những người lao động như một nguồn gốc của sự khác biệt về lương.

*** *Khái niệm vốn nhân lực***

Vốn nhân lực là tổng thể kiến thức, kỹ năng và trình độ chuyên môn mà người lao động tích lũy được. Nó thể hiện khả năng làm việc với một trình độ nhất định của người lao động. Với người sử dụng lao động, nó được đánh giá cao khi mức độ đầu tư và phát triển vốn nhân lực gắn liền với khả năng tăng năng suất lao động. Với người lao động, nó rất được coi trọng vì đầu tư cho vốn nhân lực được coi là một phương cách hiệu quả để gia tăng thu nhập trong tương lai.

Cũng như vốn vật chất như máy móc, thiết bị, nhà xưởng..., vốn nhân lực là kết quả của hoạt động đầu tư diễn ra trong quá khứ nhằm mục đích gia tăng thu nhập trong tương lai. Đầu tư cho vốn nhân lực là đầu tư cho tương lai. Để có được một trình độ học vấn, kiến thức nhất định, để có được một số kỹ năng làm việc nào đó mà xã hội hiện đại đòi hỏi, người ta cần phải đầu tư. Việc đi học ở các bậc học khác nhau, có thể nhận được các bằng cấp khác nhau, tham gia vào các khóa đào tạo, huấn

luyện nghề khác nhau... chính là thể hiện những mức độ đầu tư khác nhau ở những người lao động. Để học hành và tham gia các khóa đào tạo và huấn luyện khác nhau đó, người ta phải bỏ ra nhiều khoản chi phí: một phần đó là những chi phí trực tiếp hay chi phí kế toán như tiền học phí, tiền mua sách vở, máy tính...; một phần khác, đó chính là khoản thu nhập mà người lao động phải hy sinh do không đi thể làm sớm hơn vì lựa chọn con đường học hành thêm. Những chi phí bỏ ra ấy chỉ có ý nghĩa nếu chúng đem lại cho người lao động một khoản thu nhập cao hơn hay một công việc làm dễ chịu hơn, có giá trị hơn trong tương lai, bù đắp được các chi phí đầu tư.

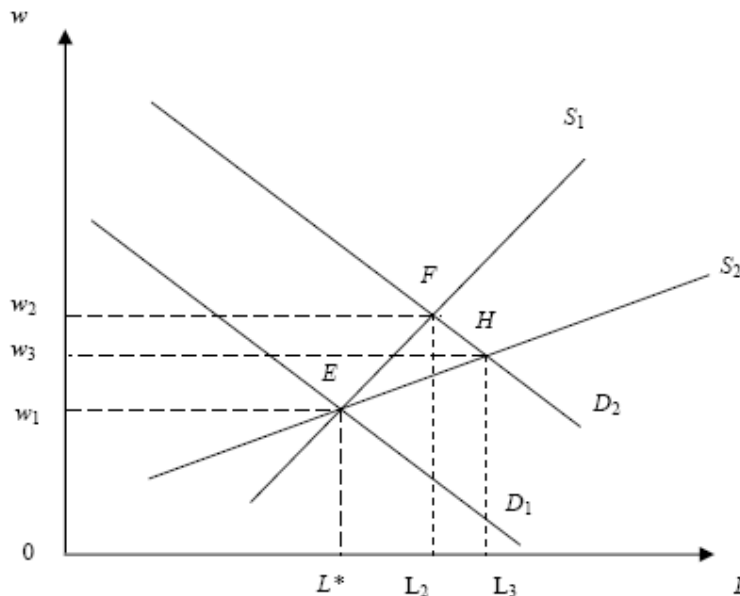
** Thị trường cho những lao động được đào tạo*

Trên thực tế, những người lao động được đào tạo nhiều hơn, có trình độ chuyên môn và tay nghề cao hơn (nghĩa là mức độ đầu tư cho vốn nhân lực nhiều hơn) thường được trả tiền lương cao hơn. Đối với các hãng, nơi sử dụng lao động, nhìn chung quá trình đào tạo đã góp phần nâng cao chất lượng lao động. Những người được đào tạo nhiều hơn có thể có năng suất biên cao hơn, đem lại doanh thu sản phẩm biên lớn hơn cho hãng. Vì thế, đối với lao động có trình độ cao, phải đào tạo tốn kém, doanh nghiệp sẵn sàng trả mức lương cao hơn ở từng mức lao động được sử dụng. Điều đó tạo ra sự chênh lệch lương từ phía cầu giữa lao động được đào tạo và lao động không qua đào tạo. (Dĩ nhiên, trên thực tế, mức độ đào tạo giữa những người lao động là rất khác nhau song để đơn giản hóa, ta chỉ chia lao động ra làm hai loại: được đào tạo và không qua đào tạo để phân tích).

Trên đồ thị (hình 8.9), đường D_1 thể hiện đường cầu về lao động được đào tạo. Ở trục tung ta biểu thị mức chênh lệch lương mà các hãng sẵn sàng trả cho lao động được đào tạo so với lao động không được đào tạo. Trục hoành thể hiện số lượng lao động được đào tạo. Đường cầu về lao động được đào tạo vẫn là một đường dốc xuống cho thấy quy luật sản phẩm biên có xu hướng giảm dần vẫn phát huy tác dụng. Nếu số lượng

lao động được đào tạo được thuê mướn quá nhiều, sự chênh lệch lương của loại lao động này sẽ giảm xuống.

Cung về lao động được đào tạo liên quan đến quyết định đầu tư cho vốn nhân lực của những người lao động. Như chúng ta đã phân tích, do chi phí đầu tư vào vốn nhân lực nên cung về lao động được đào tạo khan hiếm hơn một cách tương đối so với cung về lao động giản đơn. Tuy nhiên, vì trục tung chỉ biểu thị mức chênh lệch tiền lương giữa hai loại lao động nên đường cung S về lao động được đào tạo ở đây biểu thị quan hệ giữa số lượng lao động được đào tạo sẵn sàng cung ứng với các mức chênh lệch lương. Đương nhiên, khi mức chênh lệch lương càng lớn, lượng lao động được đào tạo sẵn sàng cung ứng sẽ tăng. Đường cung S sẽ là một đường dốc lên. Trong ngắn hạn, lượng lao động cung ứng tăng chủ yếu do số giờ lao động mà những người đã được đào tạo đang làm việc sẵn sàng cung ứng tăng. Trong dài hạn, lượng cung lao động tăng còn do nhiều người quyết định đầu tư cho việc học hành hơn. Vì lý do này, đường cung dài hạn (S_2) thường được hình dung như một đường thoải hơn so với đường cung ngắn hạn (S_1).



Hình 8.9

Giả sử lúc đầu thị trường cân bằng tại điểm E , nơi các đường cầu D_1 và đường cung S_1, S_2 cắt nhau. Như vậy E vừa là điểm cân bằng ngắn hạn, vừa là điểm cân bằng dài hạn. Mức chênh lệch lương cân bằng là w_1 , đủ bù đắp được các chi phí kinh tế mà những người quyết định đầu tư cho việc học hành bỏ ra. Bây giờ chúng ta giả định nền kinh tế có nhu cầu nhiều hơn về lao động được đào tạo (ví dụ, xuất hiện ngày càng nhiều những ngành hay hãng sử dụng công nghệ cao chẳng hạn). Đường cầu về lao động này dịch chuyển sang phải thành đường D_2 . Trong ngắn hạn, điểm cân bằng của thị trường sẽ dịch chuyển đến điểm F . Mức chênh lệch lương tăng lên thành w_2 . Mức chênh lệch lương lớn này sẽ lôi cuốn thêm nhiều người đầu tư cho việc đi học để tham gia vào thị trường lao động được đào tạo. Trong dài hạn, điểm cân bằng thị trường sẽ dịch đến điểm H . Sự chênh lệch lương sẽ giảm so với ngắn hạn, song có nhiều người được đào tạo làm việc hơn trong nền kinh tế.

** Quyết định đầu tư vốn nhân lực*

Đối với một cá nhân, việc quyết định đi học tiếp ở những bậc học cao hơn khi đến tuổi đi làm là một quyết định đầu tư dài hạn. Để ra quyết định một cách đúng đắn nó cần được cân nhắc trên cơ sở phân tích, so sánh chi phí và lợi ích. Về nguyên tắc, một quyết định chỉ đáng thực hiện nếu như toàn bộ lợi ích mà nó đem lại ít nhất cũng bù đắp được tất cả các chi phí kinh tế (chứ không phải chi phí kế toán) có liên quan.

Khi đi học, như chúng ta vừa đề cập ở trên, chi phí mà người học phải bỏ ra hoặc phải hy sinh bao gồm hai khoản lớn: 1) các chi phí trực tiếp mà người học phải chi hoặc đóng góp suốt trong quá trình học; 2) khoản thu nhập cơ hội đáng ra người học có thể kiếm được (nếu đi làm ngay) giờ đây phải hy sinh do quyết định tiếp tục học hành. Càng học nhiều, thời gian học tập càng dài, cả hai khoản chi phí này càng tăng.

Lợi ích của việc học hành cũng bao gồm hai khoản: 1) sự gia tăng dự kiến trong thu nhập tương lai. Ở đây mức chênh lệch trong thu nhập mà người ta kỳ vọng có được do quyết định tiếp tục đi học và nhận được

bằng cấp cao hơn so với trường hợp đi làm ngay chính là lợi ích căn bản của việc đầu tư cá nhân cho vốn nhân lực; 2) những lợi ích phi tiền tệ khác mà quá trình học tập đem lại. Đó là việc mở rộng quan hệ bạn bè, sự gia tăng tầm hiểu biết chung của cá nhân (không nhất thiết hiểu biết này phải trực tiếp sử dụng vào trong công việc lao động sau này), việc thụ hưởng, nếm trải những niềm vui riêng có của đời sống sinh viên... Đôi khi loại lợi ích thứ hai này cũng là đáng giá đối với một cá nhân, ví dụ những người quyết định đi học không phải vì động cơ thu nhập tương lai (có những người già vẫn quyết định đi học đại học).

Các khoản chi phí thường phải bỏ ra trước trong thời gian học tập, đào tạo của người lao động. Còn lợi ích về gia tăng thu nhập lại chỉ thu được trong tương lai, sau khi người học đã tốt nghiệp và đi làm. Vì vậy để so sánh chi phí và lợi ích, người ta phải: thứ nhất, cố gắng ước lượng và dự kiến đầy đủ các khoản chi phí và lợi ích và quy đổi chúng theo một cách nào đó về tiền. Chỉ có như vậy, chúng ta mới có thể so sánh được chúng với nhau. Thứ hai, cần quy cả chi phí lẫn lợi ích về giá trị của chúng tại một thời điểm xác định, ví dụ thời điểm hiện tại chẳng hạn. Chỉ khi chúng ta đưa những khoản tiền mà chúng ta có thể nhận hoặc chi ở những thời điểm khác nhau về giá trị của chúng ở cùng một thời điểm thì chúng cũng mới có thể so sánh được với nhau. Thông thường, trong phân tích chi phí và lợi ích, người ta thường dùng kỹ thuật chiết khấu các dòng tiền phát sinh trong tương lai về giá trị hiện tại của chúng. (Ví dụ 1,1 triệu đồng nhận được sau thời điểm hiện tại 1 năm được coi có giá trị hiện tại là 1 triệu đồng – có giá trị tương đương với 1 triệu đồng nhận vào thời điểm hiện tại – nếu lãi suất thị trường là 10%). Về vấn đề này, chúng ta sẽ trở lại chi tiết hơn ở chương sau. Ở đây, bỏ qua chi tiết về mặt kỹ thuật tính toán, chúng ta có thể khẳng định: việc đi học là một quyết định đầu tư vốn nhân lực đúng đắn với một cá nhân nếu giá trị hiện tại của các khoản lợi ích lớn hơn (hoặc chí ít cũng phải bằng) giá trị hiện tại của các khoản chi phí. Trong trường hợp ngược lại, quyết định đi làm ngay có ý nghĩa hơn.

Chi phí và lợi ích đối với các cá nhân khác nhau trước quyết định đi học dù tại cùng một cơ sở đào tạo có thể cũng rất khác nhau. Một người năng lực học chỉ ở mức trung bình thường phải bỏ nhiều thời gian cho việc học hành hơn, phải hy sinh nhiều thời gian vui chơi (thể thao, văn nghệ, giải trí...), và có thể phải thi lại một số môn học trong một số năm học. Chắc người này sẽ có chi phí học tập cao hơn, niềm vui học tập (do đó cũng là lợi ích học tập) ít hơn so với những người năng lực cao hơn... Vì thế, đối với người này việc tiếp tục đi học ở một bậc học nào đó có thể là một quyết định đúng đắn trong khi đối với một người khác, việc phải đi làm ngay mới thực sự là quyết định chính xác và lựa chọn hiệu quả.

Cần chú ý rằng việc đào tạo kiến thức và kỹ năng làm việc cho người lao động không chỉ được tiến hành trong các trường học. Người lao động có thể tích lũy vốn kiến thức, nâng cao trình độ tay nghề qua quá trình làm việc và huấn luyện ở doanh nghiệp. Sau nhiều năm làm việc, với kinh nghiệm làm việc nhiều hơn, người lao động thường có năng suất lao động cao hơn. Cơ chế trả lương cả theo thâm niên nghề nghiệp chính là dựa trên cơ sở này.

Từ trước đến giờ khi đề cập và giải thích sự khác biệt về lương giữa những nhóm lao động khác nhau, chúng ta vẫn chỉ chú ý đến sự khác biệt trong cung, cầu về từng loại lao động cụ thể và khả năng di chuyển lao động từ lĩnh vực này sang lĩnh vực kia. Ở đây, sự khác biệt lương vẫn dựa trên khả năng tạo lập trạng thái cân bằng của các thị trường lao động. Trên thực tế, sự khác biệt hay chênh lệch lương còn có thể xuất phát từ những phân biệt đối xử trên thị trường lao động. Nếu trường hợp này xảy ra, giả định về tính cạnh tranh hoàn hảo của thị trường không còn phát huy tác dụng.

Khi nói đến sự phân biệt đối xử về lương, người ta thường đưa ra những giả thiết về sự phân biệt theo giới tính hoặc chủng tộc. Ví dụ, nếu cùng làm những công việc giống hệt nhau, sự kiện lao động phụ nữ, hay lao động da màu phải nhận mức lương thấp hơn so với những đồng

nghiệp nam giới hay lao động da trắng sẽ được coi là phân biệt đối xử về lương. Trong các xã hội hiện đại, dường như sự phân biệt lương kiểu này không còn tồn tại. Điều đáng nói hơn là giữa phụ nữ và nam giới, giữa người da đen và da trắng có một sự chênh lệch đáng kể về cơ hội làm việc (cả cả trình độ đào tạo). Và chính điều này mới giải thích những khác biệt chung về thu nhập giữa họ.

Ngoài ra, hoạt động của công đoàn cũng tạo ra sự phân biệt đối xử và chênh lệch về lương. Khi công đoàn tạo ra được áp lực và thành công trong việc đòi mức lương cao hơn cho các công đoàn viên của mình, rất có thể trong nền kinh tế sẽ tồn tại “hai khu vực” lương: những đoàn viên công đoàn được hưởng lương cao hơn trong khi những người lao động làm công việc tương tự song ở ngoài công đoàn phải nhận mức lương thấp hơn. Quyền lực của công đoàn trong trường hợp này tạo ra sự khác biệt về lương.

Chương 9

THỊ TRƯỜNG VỐN VÀ ĐẤT ĐAI

Sự phân tích thị trường vốn và đất đai cũng tuân thủ các khuôn mẫu chung về phân tích các thị trường yếu tố sản xuất mà chúng ta đã nghiên cứu từ chương 7. Tuy nhiên, tương tự như việc chúng ta đã xét thị trường lao động, chúng ta sẽ hoàn thành việc khảo cứu về thị trường các yếu tố sản xuất bằng cách xem xét các thị trường vốn hiện vật và thị trường đất đai với sự nhấn mạnh những đặc điểm tương đối riêng biệt của mỗi thị trường. Đối với thị trường vốn và đất đai, cần phân biệt thị trường dịch vụ yếu tố sản xuất với bản thân thị trường các yếu tố sản xuất (bản thân các yếu tố sản xuất là hàng hóa). Người ta có thể thuê một ca máy ủi đất song cũng có thể mua cả chiếc máy ủi để sử dụng nó như một yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất. Việc thuê một mảnh đất để canh tác trong một thời gian nhất định khác với việc mua hẳn mảnh đất đó. Từ trước đến nay để đảm bảo sự thống nhất trong mô hình phân tích, chúng ta ngầm giả định rằng khi nói cầu, cung, giá cả và lượng giao dịch trên một thị trường yếu tố sản xuất là nói cầu, cung, giá và lượng giao dịch về dịch vụ yếu tố sản xuất đó (thị trường lao động thật ra chỉ là thị trường dịch vụ yếu tố sản xuất). Ở chương này, ngoài việc đề cập tới thị trường dịch vụ yếu tố sản xuất (thị trường thuê, cho thuê vốn và thị trường thuê, cho thuê đất đai), trên nền tảng ấy, chúng ta còn giải thích sự vận hành của bản thân thị trường vốn và đất đai khi các yếu tố sản xuất này trở thành đối tượng mua, bán và quyền sở hữu về chúng thực sự được chuyển giao.

Phân tích các thị trường lao động, vốn và đất đai với tư cách là những đầu vào cơ bản của quá trình sản xuất, một mặt là cơ sở để chúng ta hiểu được nguồn gốc hình thành thu nhập của các cá nhân trong nền kinh tế thị trường, mặt khác, cũng là một xuất phát điểm quan trọng để chúng ta có thể nghiên cứu và giải thích các xu hướng phân phối thu nhập quốc dân giữa các nhóm xã hội khác nhau trong nền kinh tế.

9.1. Thị trường vốn

Khi nói đến vốn với tư cách là một yếu tố đầu vào thực sự của quá trình sản xuất, chúng ta ngầm giả định rằng, đó là nói đến vốn hiện vật chứ không phải là vốn tài chính.

Vốn hiện vật được hiểu là các dự trữ hàng hóa, vốn dĩ được tạo ra trong một quá trình sản xuất trước song lại được sử dụng để sản xuất ra các hàng hóa hay dịch vụ khác.

Nhà xưởng, máy móc, thiết bị, các công cụ sản xuất... là những hình thức biểu hiện khác nhau của vốn hiện vật. Chúng là những thứ nói chung là do con người tạo ra song lại không được sử dụng như những vật phẩm tiêu dùng nhằm thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng trực tiếp của con người. Chúng được sử dụng trong quá trình sản xuất như một yếu tố đầu vào bên cạnh các đầu vào khác như lao động, đất đai... Cùng với đất đai, vốn hiện vật là những tài sản hữu hình quan trọng của các doanh nghiệp và của nền kinh tế. Chúng là tài sản vì chúng có thể tồn tại và sử dụng lâu bền, có thể bảo lưu và giữ gìn giá trị trong một thời gian dài. Chúng mang tính chất hữu hình bởi vì chúng là những yếu tố đầu vào thực sự, tồn tại dưới dạng hiện vật mà người ta có thể sờ mó, cảm nhận được. Chỉ có vốn với tư cách là vốn hiện vật (đôi khi trong thực tế chúng ta thường nói tắt vốn hiện vật là vốn) mới thực sự là yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất. Điều đó dĩ nhiên khác với vốn tài chính (tiền, các loại giấy tờ có giá như cổ phiếu, trái phiếu...) là những thứ không thể sử dụng để trực tiếp tạo ra các hàng hóa hay dịch vụ khác được, mặc dù người ta có thể dùng chúng để mua hay chuyển đổi thành những yếu tố sản xuất thực sự.

9.1.1. Thị trường dịch vụ vốn hiện vật

Như chúng ta đã một lần nói đến, dịch vụ thể hiện một dòng lợi ích người ta có thể thu nhận được trong một khoảng thời gian nhất định, phát sinh từ những vật thể hữu hình hay sự phục vụ của người khác.

Dịch vụ vốn (hiện vật) chính là dòng lợi ích mà người ta có thể khai thác được ở hàng hóa vốn (máy móc, thiết bị, nhà xưởng...) trong một khoảng thời gian nào đó. Khi chúng ta muốn sử dụng dịch vụ của chiếc máy cày trong 8 giờ đồng hồ để cày ruộng, chúng ta không phải mua cả chiếc máy cày đó mà chỉ cần thuê nó trong khoảng thời gian cần thiết trên. Thuê chiếc máy cày có nghĩa là ta đã tham gia vào thị trường dịch vụ vốn.

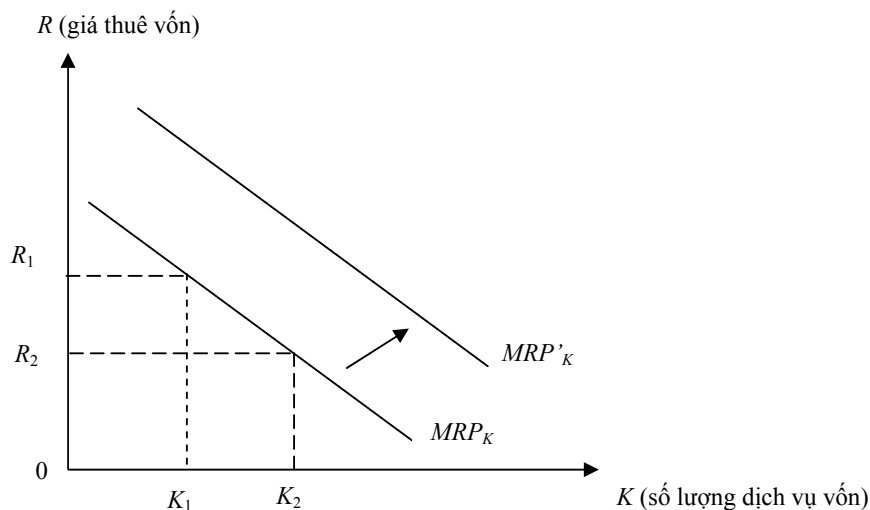
Thị trường dịch vụ vốn chính là thị trường thuê và cho thuê tài sản vốn. Cái mà người ta mua, bán ở đây không phải là chính bản thân tài sản vốn mà chỉ dịch vụ vốn. Đơn vị tính ở đây bao giờ cũng gắn với yếu tố thời gian. Ví dụ chúng ta không thể nói thuê 10 chiếc máy cày chung chung mà là thuê 10 chiếc máy cày trong 8 giờ. Lượng dịch vụ máy mà chúng ta thuê ở đây là 80 giờ máy. Giá cả ở đây không phải là giá mua, bán tài sản vốn mà tiền thuê một đơn vị dịch vụ vốn.

** Câu về dịch vụ vốn*

- Câu về dịch vụ vốn của doanh nghiệp

Câu về dịch vụ vốn của một doanh nghiệp, cũng giống như câu về lao động (hay đúng hơn là dịch vụ lao động), do doanh thu sản phẩm biên của vốn quyết định. Đường câu về dịch vụ vốn thực chất là phần dốc xuống của đường doanh thu sản phẩm biên của vốn (MRP_K). Áp dụng cách phân tích chung mà chúng ta đã tiến hành ở chương 7, có thể đưa ra ngay một số kết luận chính sau: 1) Đường câu dịch vụ vốn là một đường dốc xuống chủ yếu phản ánh tính chất giảm dần của doanh thu sản phẩm biên khi lượng vốn sử dụng tăng lên. 2) Sự dịch chuyển của đường câu dịch vụ vốn của doanh nghiệp (tức sự thay đổi trong nhu cầu về dịch vụ vốn của doanh nghiệp) bị quy định bởi các yếu tố sau: i- số lượng các yếu tố đầu vào khác phối hợp với vốn. Nếu số lượng này tăng lên, sản phẩm biên của vốn sẽ tăng, câu về dịch vụ vốn cũng sẽ tăng. Trong trường hợp này, đường câu về dịch vụ vốn sẽ dịch chuyển sang phải (và lên trên). Ngược lại, nếu số lượng các yếu tố sản xuất khác không phải là vốn giảm,

cầu về dịch vụ vốn cũng giảm, đường cầu về dịch vụ vốn sẽ dịch sang trái (và xuống dưới); ii- công nghệ sản xuất. Nếu doanh nghiệp có điều kiện áp dụng một cách thức hay một công nghệ sản xuất tiên tiến hơn, có năng suất cao hơn, sản phẩm biên của mỗi đơn vị vốn cũng tăng lên. Trong trường hợp này, đường cầu về dịch vụ vốn của doanh nghiệp sẽ dịch chuyển sang phải. Sự thụt lùi về công nghệ, ngược lại, sẽ làm giảm nhu cầu về dịch vụ vốn của doanh nghiệp mặc dù trường hợp này hiếm xảy ra; iii- giá cả hay doanh thu biên của sản phẩm đầu ra. Nếu những yếu tố này tăng, doanh thu sản phẩm biên ở từng đơn vị vốn đều tăng, do đó, cầu về dịch vụ vốn của doanh nghiệp cũng tăng. Trong trường hợp ngược lại, khi thị trường đầu ra suy thoái, giá cả hay doanh thu biên đầu ra giảm, cầu về dịch vụ vốn sẽ giảm.



Hình 9.1: Đường cầu về dịch vụ vốn của doanh nghiệp thực chất là phân dốc xuống của đường doanh thu sản phẩm biên của của vốn (MRP_K). Khi giá thuê vốn là R_1 , lượng cầu về dịch vụ vốn là K_1 . Khi giá thuê vốn giảm xuống thành R_2 , lượng cầu về dịch vụ vốn tăng lên thành K_2 . Những yếu tố ảnh hưởng đến MP_K cũng như MR của đầu ra đều làm đường cầu về dịch vụ vốn dịch chuyển.

- Cầu thị trường về dịch vụ vốn

Cầu thị trường về một loại dịch vụ vốn phản ánh tổng hợp quan hệ giữa tổng số đơn vị dịch vụ vốn mà các doanh nghiệp tham gia trên thị

trường sẵn sàng mua tương ứng với các mức giá (tiền thuê vốn). Cách phân tích nhu cầu thị trường về dịch vụ vốn cũng tương tự như cách mà chúng ta đã áp dụng cho thị trường lao động. Đường cầu chung về một loại dịch vụ vốn trên thị trường là đường tổng hợp theo chiều ngang các đường cầu của các ngành riêng biệt về cùng một loại dịch vụ này. Các xe tải chẳng hạn có thể được sử dụng trong nhiều ngành khác nhau. Muốn biết nhu cầu thuê về xe tải nói chung, rõ ràng ta phải tổng hợp nhu cầu thuê xe tải ở ngành dệt, xây dựng, sản xuất và lắp ráp ô tô... lại với nhau. Còn đường cầu về một loại dịch vụ vốn của một ngành thì lại được xây dựng trên cơ sở tổng hợp theo chiều ngang các đường cầu tương ứng của các doanh nghiệp trong ngành. Vì giá các sản phẩm đầu ra thay đổi khi ngành thay đổi sản lượng nên đường cầu của ngành về dịch vụ vốn sẽ dốc hơn đường tổng hợp đơn giản theo chiều ngang các đường doanh thu sản phẩm biên về dịch vụ vốn của các doanh nghiệp.

Những yếu tố chi phối cầu và làm dịch chuyển đường cầu về một loại dịch vụ vốn của doanh nghiệp khi được nhìn nhận chung trên phạm vi cả ngành hay cả thị trường sẽ giúp chúng ta hiểu lý do làm nhu cầu về một loại dịch vụ vốn trên thị trường thay đổi. Khi chuyển từ phân tích cầu của doanh nghiệp sang phân tích cầu của thị trường, ta cần chú ý thêm đến số lượng các doanh nghiệp hoạt động trong ngành và số lượng ngành cùng sử dụng loại dịch vụ vốn mà ta đang phân tích. Về nguyên tắc, nếu số lượng này tăng lên (nghĩa là quy thị trường mở rộng) trong điều kiện các yếu tố khác là giữ nguyên, nhu cầu dịch vụ vốn tương ứng mà ta đang nghiên cứu cũng sẽ tăng lên và ngược lại.

** Cung về dịch vụ vốn*

Cung ứng về dịch vụ vốn xuất phát từ những người sở hữu tài sản vốn. Chính những người sở hữu những chiếc xe tải, máy ủi đất... là những người cho thuê những yếu tố sản xuất này. Những người đi thuê (các doanh nghiệp) có thể sử dụng những đầu vào nói trên trong những khoảng thời gian nhất định nhờ hành vi đi thuê. Khi chính họ sở hữu những chiếc máy, họ cũng có thể sử dụng được chúng. Để tách thị trường

dịch vụ vốn khỏi thị trường tài sản vốn, trong trường hợp này ta coi những doanh nghiệp sở hữu các tài sản vốn (mua hẳn các tài sản vốn: như sắm máy móc, thiết bị, xây nhà xưởng để sử dụng trong quá trình sản xuất chứ không đi thuê) đang cho chính mình thuê dịch vụ vốn một cách dài hạn.

Trong nền kinh tế, lượng cung ứng dịch vụ vốn của một người chủ sở hữu vốn hay của cả thị trường phụ thuộc vào tổng số dự trữ tài sản vốn. Lượng xe tải hiện có sẽ quy định số giờ xe có thể cho thuê được trong một khoảng thời gian nào đó. Trong một thời gian quá ngắn, dự trữ một loại tài sản vốn trong cả nền kinh tế gần như cố định. Ví dụ, để xây dựng thêm một nhà máy, lắp ráp thêm một dây chuyền sản xuất người ta cần có thời gian. Lượng nhà máy hay dây chuyền sản xuất sẵn có trong nền kinh tế được coi là cố định trong một thời điểm nào đó. Trên cơ sở nhận xét này, người ta giả định lượng cung về một loại dịch vụ vốn trong ngắn hạn của cả nền kinh tế là cố định – đường cung tương ứng là một đường thẳng đứng. Tất nhiên, khẳng định như vậy chỉ đúng một cách tương đối. Ngay cả trong ngắn hạn, dù tổng lượng tài sản vốn là cố định, tổng lượng cung dịch vụ vốn vẫn có thể thay đổi theo mức tiền thuê. Vấn đề là người ta có thể sử dụng tài sản vốn cho cả những mục đích phi sản xuất hay cho những nhu cầu dự trữ cá nhân. Nếu tiền thuê quá thấp, lượng dịch vụ vốn được tung ra cung ứng thường không phải là lượng tối đa có thể cung ứng từ quỹ tài sản vốn hiện có. Tuy nhiên, khi tiền thuê vốn tăng lên, người ta có thể cho thuê vốn với tổng số giờ thuê cao hơn bằng cách hy sinh số giờ dịch vụ vốn được giữ lại làm dự trữ cho nhu cầu cá nhân. Ngoài ra, có nhiều tài sản vốn mà người ta có thể tăng dự trữ tài sản lên một cách không quá khó khăn, thậm chí trong một thời gian ngắn. Một người mua ô tô để cho thuê vẫn có thể dễ dàng sắm thêm những chiếc ô tô mới một khi thấy thị trường cho thuê ô tô đang mở rộng nhanh chóng. Vì lẽ đó, khẳng định đường cung dịch vụ vốn trong ngắn hạn là một đường dốc lên song rất kém co giãn so với đường cung dịch vụ vốn trong dài hạn (trong dài hạn, những chủ sở hữu vốn dễ dàng thay đổi quỹ

tài sản vốn để cho thuê của mình, dù tài sản đó là tài sản loại gì) có lẽ gần với sự thực hơn.

Trong ngắn hạn, đường cung dịch vụ vốn gắn với những tài sản vốn chuyên dụng, có tính đặc thù riêng của từng ngành, hoặc những tài sản vốn khó di chuyển hoặc chuyển đổi mục đích sử dụng là một đường tương đối thẳng đứng ngay cả xét trong phạm vi ngành. Trong trường hợp này, dù tiền thuê vốn có tăng lên, ngành cũng không thu hút thêm được các dịch vụ vốn từ các ngành khác di chuyển sang. Tính chất cố định hay kém co giãn của nguồn cung trong ngành thật ra cũng tương tự như điều chúng ta đã khẳng định đối với cả nền kinh tế. Tuy nhiên, đối với những tài sản vốn được sử dụng ở nhiều ngành, đồng thời tính linh động hay khả năng di chuyển của chúng từ ngành nọ sang ngành kia cao, đường cung dịch vụ vốn của ngành trở nên co giãn hơn: khi tiền thuê vốn ở một ngành nào đó tăng lên, lượng cung về dịch vụ vốn sẽ tăng mạnh nhờ cả vào việc thu hút các tài sản vốn từ các ngành khác chuyển sang.

Quyết định mua sắm tài sản vốn để cho thuê của những người sở hữu vốn là một quyết định đầu tư có tính chất dài hạn. Vì vậy ở đây chúng ta sẽ tập trung vào phân tích khía cạnh dài hạn của quyết định cung ứng dịch vụ vốn. Xét về ngắn hạn, sự cung ứng dịch vụ vốn phụ thuộc nhiều vào lượng tài sản vốn đã mua sắm, do đó thực chất bị chi phối bởi các quyết định dài hạn.

Trong điều kiện thị trường dịch vụ vốn mang tính cạnh tranh, về dài hạn điểm cân bằng thị trường sẽ bảo đảm cho những người cung ứng có lợi nhuận kinh tế bằng không. Nếu lợi nhuận của những người cung ứng còn cao hơn mức này, sự nhập ngành của những người cung ứng mới sẽ làm nguồn cung dịch vụ vốn tăng lên, giá thuê vốn hạ xuống và lợi nhuận của những người cho thuê vốn giảm. Ngược lại, trong trường hợp lợi nhuận kinh tế của những người cho thuê vốn hiện hành là âm, thì sự rút lui khỏi ngành của một số người cung ứng sẽ là cơ chế đẩy lợi nhuận của những người cung ứng dịch vụ vốn còn lại lên. Vì vậy, giá thuê vốn cần có trong dài hạn chính là mức tiền thuê cân bằng dài hạn.

Nó đảm bảo cho những người sở hữu vốn (tức những người cung ứng dịch vụ vốn) có lợi nhuận kinh tế bằng không.

Giá thuê vốn cần có là mức tiền thuê vốn đảm bảo cho người sở hữu vốn bù đắp được tất cả các chi phí cơ hội cần thiết phát sinh từ việc cung ứng dịch vụ vốn (cho thuê vốn) và có mức lợi nhuận kinh tế bằng không.

Vậy đối với một người đầu tư mua sắm tài sản vốn (ví dụ mua sắm những chiếc ô tô tải) để cho thuê, tức là những người coi việc cung ứng dịch vụ vốn là hoạt động kinh doanh của mình, những khoản chi phí cơ hội liên quan đến việc cho thuê một đơn vị vốn trong khoảng thời gian một năm mà người này phải gánh chịu, do đó phải được bù đắp là gì? Thông thường chúng bao gồm: 1) chi phí cơ hội của khoản tiền đầu tư phải bỏ ra để mua sắm tài sản vốn; 2) chi phí bảo dưỡng, khấu hao tài sản vốn; 3) chi phí giao dịch để tiến hành việc cho thuê.

Trước hết, để có thể tiến hành được việc cho thuê vốn, người kinh doanh dịch vụ vốn phải bỏ tiền ra mua sắm tài sản vốn. Chi phí cơ hội của việc sở hữu một đơn vị tài sản vốn chính là số tiền lãi mà người này phải hy sinh do số tiền được dành để mua tài sản vốn không thể đem cho vay được nữa. Giả sử giá mua một đơn vị tài sản vốn là 200 triệu đồng, lãi suất thực tế (tức mức lãi suất đã điều chỉnh theo lạm phát) trên thị trường là 5%, thì chi phí cơ hội của việc mua sắm và nắm giữ một đơn vị tài sản vốn trong 1 năm sẽ là: $200 \text{ triệu đồng} \times 0,05 = 10 \text{ triệu đồng}$. Giá thuê vốn (tiền thuê tính cho một đơn vị) cần có trong một năm trước hết phải bù đắp được khoản chi phí này.

Trong thời gian tài sản vốn được đem cho thuê, nó sẽ bị hao mòn hữu hình và vô hình theo thời gian và do việc sử dụng. Do đó giá trị của nó bị giảm đi. Tiền thuê vốn cần có cũng phải bù đắp được khoản giá trị mà chủ sở hữu vốn bị mất mát này. Nói cách khác, nó phải trang trải được các chi phí bảo dưỡng và khấu hao để duy trì giá trị tài sản vốn như cũ. Ví dụ, nếu trung bình mức độ hao mòn của tài sản vốn sau 1 năm sử

dụng là 10%, thì chi phí bảo dưỡng, khấu hao của 1 đơn vị tài sản vốn trong ví dụ ở trên là: $200 \text{ triệu đồng} \times 0,1 = 20 \text{ triệu đồng}$.

Ngoài ra, để tiến hành kinh doanh cho thuê vốn, người sở hữu còn phải bỏ ra thời gian, công sức và một số chi phí giao dịch khác. Tiền thuê vốn cần có cũng phải bù đắp được tất cả các khoản chi phí cơ hội có liên quan đến hoạt động này. Chẳng hạn, giả sử khoản chi phí này bổ đều cho 1 đơn vị tài sản vốn được đem cho thuê là 1 triệu đồng 1 năm thì trong tiền thuê vốn, 1 triệu đồng này phải được tính đến.

Trong ví dụ giả định trên, giá thuê vốn cần có của 1 đơn vị vốn trong 1 năm là: $(10 + 20 + 1) = 31$ (triệu đồng).

Tổng quát hơn, nếu gọi r là lãi suất thực tế, d là tỷ lệ khấu hao, bảo dưỡng trung bình, c là tỷ lệ chi phí giao dịch khác so với giá trị của tài sản vốn và P là mức giá mua tài sản, ta có:

$$\text{Giá thuê vốn cần có} = P(r + d + c) \quad (9.1)$$

Thật ra, trong đẳng thức (9.1), bộ phận chi phí cần được bù đắp thứ ba ($c.P$) thể hiện các chi phí nguồn lực khác (như lao động, văn phòng giao dịch...) tham gia hỗ trợ quá trình cho thuê vốn. Nó sẽ tạo ra thu nhập của các yếu tố sản xuất khác. Do đó, nếu xem như các yếu tố sản xuất khác tham gia vào quá trình kinh doanh đều được trả tiền thuê và khoản này được tách ra, thì giá thuê thuần túy cần có riêng của tài sản vốn, chỉ nhằm bù đắp những tổn thất cơ hội của riêng tài sản vốn sẽ chỉ là:

$$\text{Giá thuê vốn thuần túy cần có} = P(r + d) \quad (9.2).$$

Đẳng thức này cho thấy giá thuê vốn cần có phụ thuộc vào 3 yếu tố: mức giá tài sản vốn, lãi suất, tỷ lệ khấu hao. Đây là cơ sở để chúng ta hiểu đường cung dịch vụ vốn trong dài hạn.

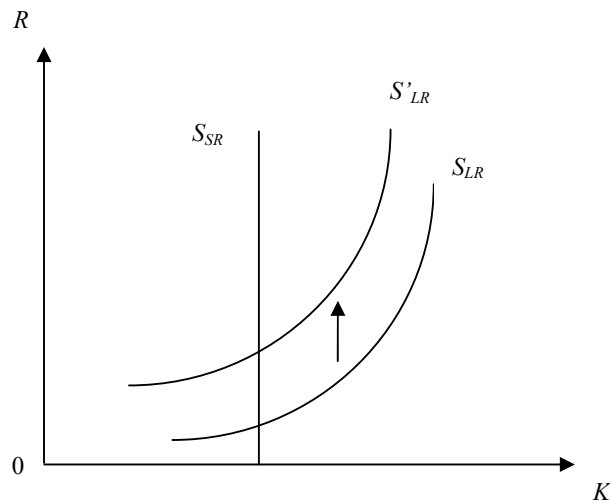
Đường cung dịch vụ vốn thể hiện quan hệ giữa lượng dịch vụ vốn sẵn sàng được những người sở hữu vốn cung ứng tương ứng với các mức giá thuê khác nhau. Trong dài hạn, đường cung dịch vụ vốn phải là một

đường dốc lên. Thật vậy, theo đẳng thức (9.2), với một mức r và d nhất định, giá thuê vốn (thuần túy) cần có sẽ tỷ lệ thuận với mức giá tài sản vốn. Trong dài hạn, để lượng cung dịch vụ vốn trong cả nền kinh tế tăng lên, lượng tài sản vốn được mua sắm làm dự trữ vốn phải tăng lên. Tuy nhiên, để khuyến khích những người sản xuất tài sản vốn gia tăng sản lượng cung ứng nhằm đáp ứng nhu cầu mua sắm tăng lên, giá bán tài sản vốn phải tăng (thật ra, điều này cũng chỉ để cân bằng lại với sự gia tăng trong chi phí biên sản xuất của tài sản vốn khi sản lượng của nó tăng lên). Từ đẳng thức (9.2), có thể thấy, khi giá tài sản vốn P tăng, mức giá thuê vốn cần có cũng phải tăng lên theo. Nói cách khác, chỉ khi giá thuê vốn tăng lên, người ta mới được khuyến khích để có thể gia tăng được lượng cung dịch vụ vốn trong dài hạn, mà suy đến cùng là do lượng dự trữ tài sản vốn quyết định. Quan hệ thuận chiều giữa hai biến số này chứng tỏ đường cung dịch vụ vốn dài hạn là một đường dốc lên.

Điều gì sẽ xảy ra khi các yếu tố như r , d thay đổi? Đẳng thức (9.2) cho thấy, nếu r hoặc d tăng lên, giá thuê vốn cần có cũng phải tăng lên ở mỗi mức cung dịch vụ vốn như cũ. Nói cách khác, đường cung dịch vụ vốn sẽ dịch chuyển lên trên (và sang trái). Ngược lại, nếu r hoặc d giảm, đường cung dịch vụ vốn sẽ dịch chuyển xuống dưới (và sang phải). Trên thực tế, r có thể thay đổi do ảnh hưởng của nhiều yếu tố kinh tế khác nhau. Còn tỷ lệ khấu hao d lại phụ thuộc vào cách thức và công nghệ liên quan đến quá trình sử dụng tài sản vốn.

Như chúng ta đã nói, cung ứng dịch vụ vốn xuất phát từ những người sở hữu tài sản vốn chứ không xuất phát từ các doanh nghiệp tức những người sử dụng vốn, khai thác dịch vụ vốn. Vì thế, đối với một loại dịch vụ vốn, những người cung ứng coi cả nền kinh tế như là thị trường để tham gia cung ứng. Việc phân tích đường cung dịch vụ vốn theo ngành vì thế ít có ý nghĩa hơn. Dĩ nhiên, ta có thể rút ra những nhận xét tương tự như khi chúng ta phân tích về thị trường lao động. Chẳng hạn, đối với một ngành nhỏ, nó sẽ không có khả năng ảnh hưởng đến giá thuê vốn chung trên thị trường. Vì thế trong dài hạn, nó có thể nhận được các lượng dịch vụ vốn như đòi hỏi theo mức giá thuê chung trên thị trường.

Điều này hàm ý cung ứng dịch vụ vốn của ngành tồn tại như một đường nằm ngang (hay ngành đối diện với một đường cung dịch vụ vốn nằm ngang). Trái lại, đối với một ngành lớn, sử dụng khối lượng tài sản vốn nhiều, chỉ khi mức giá thuê vốn tăng lên mới có thể thu hút được lượng cung dịch vụ vốn lớn hơn của nền kinh tế chảy vào ngành. Vì lý do này, đường cung của loại ngành này thường được hình dung như một đường dốc lên.



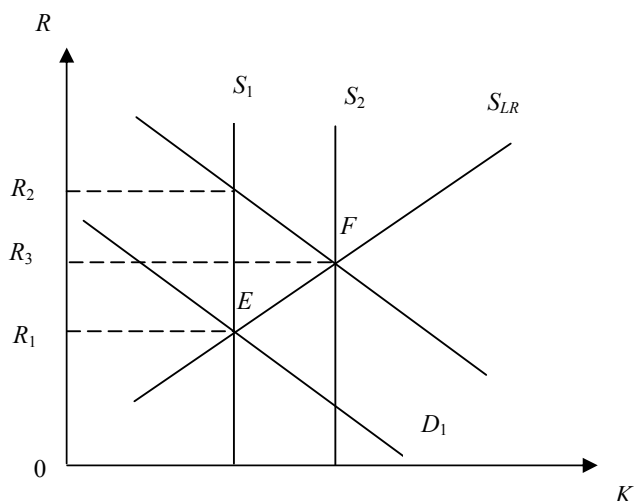
Hình 9.2: Trong ngắn hạn, đường cung dịch vụ vốn thường rất kém co giãn nên có thể tạm coi như một đường thẳng đứng. Còn đường cung dài hạn là một đường dốc lên và co giãn hơn. Khi lãi suất hay tỷ lệ hao mòn vốn thay đổi, đường cung dịch vụ vốn sẽ dịch chuyển.

** Tiền thuê vốn cân bằng và sự điều chỉnh trên thị trường dịch vụ vốn*

Trên một thị trường về một loại dịch vụ vốn, đường cầu thị trường D_1 được tổng hợp từ các đường doanh thu sản phẩm biên (hay giá trị sản phẩm biên nếu thị trường đầu ra tương ứng là thị trường cạnh tranh hoàn hảo) của vốn (MRP_K) của các doanh nghiệp. Đồng thời đường cung ngắn hạn thị trường của loại dịch vụ vốn này là S_1 . Để đơn giản, giả sử S_1 là

một đường thẳng đứng biểu thị lượng cung dịch vụ vốn trong ngắn hạn là cố định. E là điểm cân bằng thị trường trong ngắn hạn vì nó là giao điểm của đường cầu D_1 và đường cung S_1 . Giả sử đường cung dài hạn của thị trường về loại dịch vụ vốn này là đường S_{LR} . Như ta đã biết, đó là một đường dốc lên. Giả định E cũng là điểm cân bằng dài hạn. Nó cũng là giao điểm giữa đường S_{LR} với đường cầu D_1 . Tại điểm cân bằng E , mức giá thuê vốn cân bằng là R_1 .

Bây giờ ta giả định vì một lý do nào đó, nhu cầu về loại dịch vụ vốn này tăng lên. Đường cầu D_1 dịch chuyển sang phải thành đường D_2 . Ngay tức thời, lượng cung dịch vụ vốn là cố định, không tăng lên được. Để thị trường cân bằng trở lại phù hợp với sự gia tăng của nhu cầu, giá thuê vốn trong ngắn hạn tăng nhanh lên thành R_2 . Dĩ nhiên, đó là mức giá quá cao so với giá thuê vốn cần có dài hạn. Mức giá cao này sẽ khuyến khích những người kinh doanh cho thuê vốn, trong khoảng thời gian dài hơn, sẽ mua sắm thêm tài sản vốn nhằm mở rộng hoạt động cho thuê. Đường cung ngắn hạn sẽ dịch chuyển dần sang phải. Tương ứng giá thuê vốn cũng sẽ giảm dần theo đà tăng lên của cung. Cho đến khi đường cung ngắn hạn dịch chuyển đến thành đường S_2 và thị trường dịch chuyển đến một điểm cân bằng dài hạn mới F (F là giao điểm của cả D_2 với S_2 và S_{LR}) thì quá trình gia tăng tài sản vốn mới dừng lại. Trong điều kiện đường cầu là D_2 , giá thuê vốn cân bằng dài hạn tăng lên từ R_1 thành R_3 , đồng thời lượng dịch vụ vốn được giao dịch cũng tăng. Mức giá thuê R_3 tuy cao hơn R_1 song lại nhỏ hơn R_2 nhờ khả năng gia tăng được lượng dịch vụ vốn cho thuê để đáp ứng nhu cầu cao hơn. Đến điểm F , thị trường hoàn thành quá trình điều chỉnh từ ngắn hạn sang dài hạn của mình. Trường hợp nhu cầu về dịch vụ vốn suy giảm cũng có thể phân tích theo một cách thức tương tự.



Hình 9.3: Khi cầu về dịch vụ vốn tăng, thoạt đầu giá thuê vốn tăng từ R_1 thành R_2 . Trong thời gian dài hơn, việc bổ sung dự trữ vốn khiến đường cung dịch vụ vốn dịch chuyển dần sang phải thành đường S_2 . Điểm cân bằng dài hạn mới là điểm F . Giá thuê vốn dài hạn chỉ còn là R_3 .

Chú ý rằng các yếu tố sản xuất được sử dụng cùng với nhau trong quá trình sản xuất sản phẩm đầu ra. Vì thế, một sự thay đổi trên một thị trường yếu tố có thể tác động đến thị trường các yếu tố sản xuất còn lại, đặc biệt là trong dài hạn. Chẳng hạn, sự tăng lương trên thị trường lao động không chỉ làm cho lượng cầu, do đó lượng lao động được các doanh nghiệp thuê mướn giảm đi. Sự kiện này còn có thể tác động đến cả thị trường dịch vụ vốn. Một mặt, lương tăng đồng nghĩa với chi phí sử dụng đầu vào lao động trở nên đắt đỏ hơn. Vì trong một chừng mực nhất định lao động và vốn có thể thay thế được cho nhau nên người ta có xu hướng thay một phần lao động đắt đỏ bằng vốn. Theo hướng này, cầu về dịch vụ vốn sẽ gia tăng và đây được coi là kết quả của tác động thay thế xuất phát từ việc tiền lương tăng. Tuy nhiên, khi lượng lao động được sử dụng ít đi, sản phẩm biên của mỗi đơn vị vốn cũng giảm. Kết quả là doanh thu sản phẩm biên của vốn giảm và riêng trong hiệu ứng này (được gọi là hiệu ứng hay tác động sản lượng), cầu về dịch vụ vốn lại giảm. Khi cầu về sản phẩm trên thị trường đầu ra co giãn mạnh, những cắt giảm về sản lượng đầu ra do lượng lao động được sử dụng ít hơn trở nên mạnh hơn. Nhu cầu

về các đầu vào khác vì thế cũng giảm. Trong trường hợp này, có thể dự đoán nhu cầu tổng hợp về dịch vụ vốn giảm.

9.1.2. Thị trường vốn hiện vật

Đối tượng mua, bán trên thị trường vốn hiện vật (chứ không phải là thị trường dịch vụ vốn) chính là tài sản vốn. Người mua tài sản vốn (máy móc, thiết bị...) là muốn sở hữu hoàn toàn nó. Người bán tài sản vốn cũng là người chuyển giao hoàn toàn quyền sở hữu tài sản vốn cho người khác. Giá mua, bán ở đây là giá mua, bán đứt tài sản vốn. Lượng giao dịch trên thị trường này là số lượng vốn hiện vật được đo theo những đơn vị tự nhiên của nó.

** Cầu về vốn hiện vật. Giá trị hiện tại của một tài sản*

Nhu cầu mua tài sản vốn xuất phát từ những người muốn sở hữu tài sản vốn để cho thuê. Quyết định mua tài sản vốn trong trường hợp này là một quyết định đầu tư dài hạn nhằm thực hiện một dự án kinh doanh dựa trên cơ sở hoạt động cho thuê tài sản vốn. Để có thể lựa chọn và ra được quyết định một cách phù hợp, nhà đầu tư tiềm năng buộc phải cân nhắc các chi phí và lợi ích có liên

Chi phí mua một đơn vị vốn hiện vật (hoặc diễn đạt là một đơn vị tài sản vốn cũng vậy) chính là giá thị trường của nó.

Lợi ích của việc mua tài sản vốn nằm trong khả năng khai thác tài sản này dưới dạng cho thuê của người sở hữu. Do đó, dòng lợi ích mà người sở hữu nhận được từ một đơn vị tài sản vốn chính là luồng tiền cho thuê mà anh ta (hay chị ta) kiếm được khi cung ứng dịch vụ vốn trong suốt “cuộc đời” hay thời gian tồn tại tài sản này. Khó khăn để so sánh chi phí và lợi ích trong trường hợp này là ở chỗ: người ta chi ra hay thu về những luồng tiền này ở những thời điểm khác nhau. Không thể coi 1 triệu đồng chúng ta nhận được trong tương lai cũng có giá trị y như 1 triệu đồng chúng ta nhận được ngay tại thời điểm hiện tại (giả định trong một thế giới không có lạm phát). Khi có 1 triệu đồng ngày hôm nay, hoặc

chúng ta có điều kiện để mua sắm các hàng hóa cần thiết và thỏa mãn ngay tức khắc các nhu cầu của mình, hoặc chúng ta có thể đem cho vay để có thể có một khoản tiền lớn hơn 1 triệu đồng trong tương lai. Vì thế, 1 triệu đồng nhận được ngay ngày hôm nay (thời điểm hiện tại) có giá trị lớn hơn 1 triệu đồng nhận được trong tương lai. Hay cũng có thể nói cách khác, giá trị của 1 triệu đồng nhận được trong tương lai thấp hơn 1 triệu đồng nhận ngay tại thời điểm hiện tại.

Để giải quyết khó khăn trên, cần quy các dòng tiền nhận được hay chi ra ở những thời điểm khác nhau về giá trị tương đương của chúng tại một thời điểm nhất định. Việc quy tất cả các dòng tiền về giá trị hiện tại của chúng là một trong những cách như vậy.

Giá trị hiện tại của của một lượng tiền X_t nhận được (hay chi ra) ở thời điểm t trong tương lai chính là lượng tiền mà nếu ngày hôm nay chúng ta đem nó đi cho vay thì đến thời điểm t , nó cũng sẽ tích lũy thành X_t .

Hãy ký hiệu $PV(X_t)$ là giá trị hiện tại của X_t , và giả sử $PV(X_t) = Y$, đồng thời giả sử từ thời điểm hiện tại (ta ký hiệu là thời điểm 0) đến thời điểm t bao gồm t kỳ bằng nhau, (ví dụ nếu coi mỗi kỳ là một năm, thì thời điểm t được hiểu là năm thứ t tính từ thời điểm hiện tại). Nếu r là lãi suất thực tế của mỗi kỳ, thì nếu đem Y cho vay 1 kỳ, lượng tiền tích lũy được sẽ là $Y(1+r)$. Nếu Y được cho vay trong 2 kỳ, thì theo quy tắc lãi kép, thì đến thời điểm kết thúc, lượng tiền Y ban đầu sẽ tích lũy thành $Y(1+r)(1+r) = Y(1+r)^2$. Còn nếu cho vay liên tục trong cả t kỳ thì lượng tiền cuối cùng tích lũy được sẽ bằng $Y(1+r)^t$.

Như vậy, một mặt ta có $Y = PV(X_t)$, mặt khác ta lại có $Y(1+r)^t = X_t$. Kết quả là $PV(X_t) = X_t / (1+r)^t$. Lượng tiền X_t nhận được (hoặc chi ra) trong tương lai sẽ có giá trị hiện tại nhỏ hơn X_t vì nó đã bị chiết khấu theo tỷ lệ $1/(1+r)^t$ như trong công thức mà chúng ta vừa nêu. Thời điểm t càng xa thời điểm hiện tại, mức độ chiết khấu sẽ càng lớn. Đương nhiên,

khi $t = 0$, $PV(X_t)$ sẽ chính bằng X_t . Giá trị hiện tại của 1 triệu đồng nhận được vào ngày hôm nay vẫn chính là 1 triệu đồng.

Với khái niệm giá trị hiện tại nói trên, những dòng tiền nhận được hoặc chi ra ở những thời điểm khác nhau, sau khi được quy về giá trị hiện tại của chúng, trở thành có thể so sánh, cộng hoặc trừ được với nhau: Chúng đều được tính theo giá trị của cùng một thời điểm hiện tại.

- *Giá trị hiện tại của một tài sản.*

Giả sử một tài sản K hàng năm đem lại cho người chủ sở hữu những khoản thu nhập nhất định. Vậy nên đánh giá giá trị của tài sản này như thế nào? Nếu đem tài sản này ra bán, nó cần được định giá là bao nhiêu ở thời điểm hiện tại. Khi chúng ta có thể quy được các khoản thu nhập từ tài sản mà người sở hữu có thể kiếm được trong tương lai về giá trị hiện tại của chúng, chúng ta đồng thời có thể xác định được giá trị hiện tại của tài sản. Nó chính là tổng giá trị hiện tại của toàn bộ các khoản thu nhập tương lai nói trên.

Gọi FV_1, FV_2, \dots, FV_n là những khoản thu nhập mà người chủ sở hữu tài sản K lần lượt nhận được ở các năm thứ nhất, thứ hai, ... thứ n , tính sau thời điểm hiện tại. Năm thứ n là năm cuối cùng mà tài sản K còn sinh lợi (nếu K là một tài sản vốn thì đến cuối năm n hoặc là nó bị thanh lý hoặc nó được đem bán lại. Số tiền thanh lý hay bán lại thu được nếu có vẫn được tính gộp vào khoản thu nhập của năm thứ n). Với giả định r là lãi suất tính cho thời hạn 1 năm, ta có giá trị hiện tại $PV(K)$ của tài sản K bằng:

$$\begin{aligned} PV(K) &= PV(FV_1) + PV(FV_2) + \dots + PV(FV_n) \\ &= FV_1/(1+r) + FV_2/(1+r)^2 + \dots + FV_n/(1+r)^n \end{aligned} \quad (9.3)$$

Trong trường hợp đặc biệt, nếu K là một tài sản có thể đem lại nguồn thu nhập vĩnh viễn cho người sở hữu (hoặc người thừa kế) (ví dụ

đất đai chẳng hạn), đồng thời các khoản thu nhập phát sinh từ tài sản trong các kỳ là bằng nhau (nghĩa là $FV_1 = FV_2 = \dots = FV_n = \dots = FV$), theo phương pháp trên, ta có thể đánh giá được giá trị hiện tại của tài sản K là: $PV(K) = FV / r$. Đề nghị bạn đọc tự kiểm tra và tự chứng minh kết quả này.

Bây giờ ta hãy trở lại với người chủ sở hữu vốn tương lai, người đang cân nhắc xem có nên đầu tư mua sắm tài sản vốn để cho thuê hay không. Với dự án kinh doanh dưới hình thức cho thuê tài sản vốn, người này phải dự kiến được những dòng thu nhập thuần túy mà việc cho thuê tài sản vốn mang lại trong tương lai (chỉ tính riêng phần tiền thuê do bản thân tài sản vốn mang lại). Quy những khoản lợi ích này về giá trị hiện tại của chúng, tổng hợp lại, chúng ta đánh giá hay dự kiến được giá trị hiện tại của một đơn vị tài sản vốn theo công thức (9.3). Đây cũng chính là giá trị hiện tại của các khoản lợi ích của dự án cho thuê vốn, tính bình quân cho một đơn vị tài sản vốn. Chi phí để mua sắm một đơn vị tài sản vốn chính là giá thị trường của nó. Để sở hữu tài sản vốn, nhà đầu tư tiềm năng phải bỏ ra khoản chi phí này ngay ở thời điểm hiện tại. Như vậy, giờ đây cả chi phí và lợi ích đều đã được tính toán trên cơ sở giá trị hiện tại và do đó, chúng có thể so sánh được với nhau. Nếu giá trị hiện tại của tài sản vốn lớn hơn mức giá mua sắm nó, việc đầu tư vào tài sản vốn để cho thuê là công việc sinh lời. Dự án nên được thực hiện. Ngược lại, nếu giá trị hiện tại của tài sản vốn nhỏ hơn mức giá mua sắm nó, việc cho thuê trong tương lai được xem là thua lỗ. Dĩ nhiên, trong trường hợp này, không nên đầu tư mua sắm tài sản vốn.

Những người đầu tư khác nhau có thể có những dự kiến khác nhau về các dòng lợi ích của việc cho thuê vốn, do đó, có thể có những dự kiến khác nhau về giá trị hiện tại của tài sản vốn. Tuy nhiên, dù thế nào thì họ chỉ đầu tư khi họ dự kiến giá trị hiện tại của tài sản vốn lớn hơn hoặc bằng mức giá thị trường của nó.

Chính kết luận vừa nêu cho phép chúng ta hiểu được đường cầu về một loại tài sản vốn trên thị trường là một đường dốc xuống. Khi mức giá

của tài sản này giảm, mức cầu về tài sản vốn sẽ tăng lên vì số lượng dự án thỏa mãn điều kiện $PV(K) \geq P(K)$ (giá trị hiện tại của tài sản lớn hơn hoặc bằng mức giá của nó) sẽ tăng lên. Ngược lại, khi giá tài sản tăng lên, chỉ những người có khả năng kinh doanh tốt mới dám dự kiến $PV(K) \geq P(K)$. Một số người có mức dự kiến về các dòng lợi ích cho thuê thấp hơn sẽ từ bỏ dự án cho thuê của mình. Mức cầu về tài sản vốn vì thế sẽ giảm xuống.

Đường cầu về tài sản sẽ dịch chuyển khi những dự kiến chung của thị trường về giá trị hiện tại của tài sản vốn thay đổi. Điều đó liên quan đến: 1) các mức tiền cho thuê vốn dự kiến trong tương lai (đây chính là những khoản thu nhập FV trong tương lai mà chúng ta đề cập trong công thức (9.3)). Khi xu hướng vận động trên thị trường dịch vụ vốn cho phép mọi người chờ đợi hay dự kiến mức tiền thuê vốn của một loại tài sản vốn nào đó cao hơn, cầu về tài sản này sẽ tăng và đường cầu dịch chuyển sang phải. Ngược lại, hiện tượng giá thuê vốn đang tụt dốc có thể làm thị trường dự kiến về giá thuê vốn thấp hơn trong tương lai, và điều này sẽ làm cầu thị trường về tài sản vốn giảm; 2) mức lãi suất thị trường. Lãi suất thị trường nói chung tăng lên làm cho giá trị hiện tại của tài sản vốn giảm xuống. Cầu về tài sản vốn sẽ giảm. Ngược lại, cầu về loại tài sản này sẽ tăng nếu lãi suất chung trên thị trường giảm.

* *Cung về vốn hiện vật*

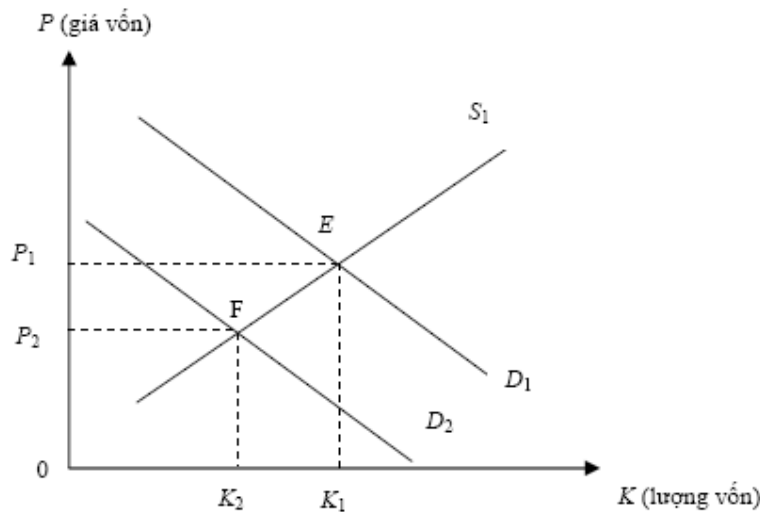
Cung về vốn hiện vật hay tài sản vốn xuất phát chính từ những người sản xuất ra những tài sản này. Đối với người sản xuất, tài sản vốn hay vốn hiện vật đơn giản chỉ là những hàng hóa mà anh ta (hay chị ta) kinh doanh. Đối với người này, vốn không phải là đầu vào mà là sản phẩm đầu ra. Vì thế, quyết định cung ứng về vốn hiện vật thuộc loại quyết định của người sản xuất (các doanh nghiệp) trên thị trường đầu ra mà chúng ta đã đề cập trong các chương trước đây (chương 4, 5, 6). Đường cung thị trường vốn hiện vật điển hình trong trường hợp thị trường mang tính cạnh tranh là một đường dốc lên phản ánh tính chất dốc lên của đường chi phí biên. Nhìn chung, trong ngắn hạn, đường cung

thường dốc hơn, kém co giãn hơn so với đường cung trong dài hạn. Những tính chất này về cơ bản chúng ta có thể rút ra được từ những mô hình đã nghiên cứu.

** Giá cả của tài sản vốn*

Cũng như các hàng hóa khác, giá cả cân bằng trên thị trường tài sản vốn được ấn định bởi tương tác giữa cầu và cung về tài sản vốn. Với một đường cầu D_1 dốc xuống và đường cung S_1 dốc lên như thể hiện trên hình 9.4 giá cân bằng P_1 của tài sản vốn được xác định tương ứng với giao điểm của hai đường cầu, cung nói trên.

Khi các đường cung, cầu về tài sản vốn dịch chuyển, giá và lượng giao dịch cân bằng của tài sản này sẽ thay đổi. Chẳng hạn, khi cầu về dịch vụ của một loại tài sản vốn giảm sút khiến cho giá thuê loại tài sản này giảm xuống. Nếu sự sụt giảm này không phải là nhất thời mà được dự kiến là có thể kéo dài thì những người đầu tư vào tài sản vốn sẽ phải đưa ra dự kiến thấp hơn về giá trị của tài sản vốn (tức giá trị hiện tại của các khoản tiền cho thuê tài sản trong tương lai). Cầu về tài sản vốn sẽ giảm xuống. Đường cầu sẽ dịch chuyển sang trái thành đường D_2 . Kết quả chung là cả giá lẫn lượng giao dịch về tài sản vốn sẽ giảm xuống.



Hình 9.4: Nhu cầu về dịch vụ vốn giảm có thể làm giá và lượng giao dịch về tài sản vốn cùng giảm

Trên thị trường, giá cân bằng dài hạn của một loại tài sản vốn vừa là mức giá đảm bảo cho những người sản xuất hàng hóa vốn sẵn sàng cung cấp với khối lượng vốn cân bằng (ví dụ, nếu thị trường là cạnh tranh hoàn hảo, mức giá này sẽ đảm bảo cho những người sản xuất hàng hóa vốn có mức lợi nhuận kinh tế bằng không), vừa là mức giá mà những người mua vốn sẵn sàng trả - tức là mức giá bằng với giá trị hiện tại của tài sản vốn được dự kiến trên cơ sở các nguồn tiền cho thuê trong tương lai.

9.2. Thị trường đất đai (và các tài nguyên thiên nhiên khác)

9.2.1. Đặc điểm của thị trường đất đai và sự hình thành tiền thuê đất

Đất đai là một loại yếu tố sản xuất có thể phục vụ lâu dài cho nhiều quá trình sản xuất khác nhau. Cũng giống như vốn hiện vật, nó là một loại tài sản lâu bền mà người sở hữu nó có thể khai thác được các dòng lợi ích nhất định trong những khoảng thời gian nhất định. Vì thế, đối với các giao dịch liên quan đến đất đai, chúng ta cũng cần phân biệt hai loại thị trường: thị trường dịch vụ đất đai và thị trường tài sản đất đai.

Thị trường dịch vụ đất đai là thị trường thuê và cho thuê đất đai. Đối tượng mua bán là dòng dịch vụ do tài sản đất mang lại. Mua dịch vụ đất có nghĩa là thuê đất để sử dụng nó trong một khoảng thời gian xác định. Bán dịch vụ đất được hiểu là cho thuê đất, tức nhượng lại quyền khai thác lợi ích từ đất trong một khoảng thời gian nào đó. Giá cả trong trường hợp này là tiền thuê đất được tính cho một đơn vị đất cho thuê nào đó (bao giờ cũng gắn cả với một đơn vị thời gian thuê và cho thuê).

Thị trường tài sản đất là thị trường trên đó đối tượng giao dịch là bản thân đất đai với tư cách là một tài sản. Khi mua bán tài sản đất, người ta chuyển giao hẳn quyền sở hữu tài sản đất từ người bán sang người mua. Giá cả đất đai trong trường hợp này giá mua bán đứt tài sản đất.

Giống như cách chúng ta tiếp cận các thị trường vốn hiện vật, ở đây chính sự hoạt động của thị trường dịch vụ đất đai, hay thị trường thuê

và cho thuê đất đai lại quyết định sự hoạt động của thị trường tài sản đất. Vì thế, điểm xuất phát trong sự phân tích của chúng ta là thị trường thuê và cho thuê đất đai.

** Cung về đất đai cho thuê*

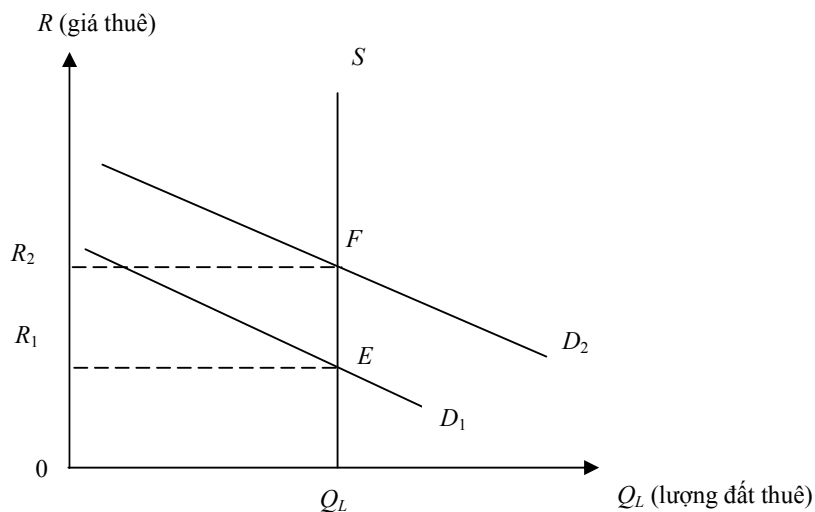
Đất đai cũng như nhiều tài nguyên thiên nhiên khác là những sản vật của tự nhiên mà con người được ban tặng chứ không phải do con người tạo ra. Hiểu theo một nghĩa nào đó, khác với vốn hiện vật, con người không sản xuất ra đất đai. Tuy nhiên, diện tích đất đai mà con người có thể đưa vào quá trình sản xuất không hẳn là một đại lượng cố định. Bằng việc khai hoang, lấn biển..., con người vẫn mở rộng được diện tích đất đai. Chỉ có điều là: với mức dân số và diện tích bề mặt trái đất được đưa vào khai thác hiện nay của thế giới, khả năng mở rộng diện tích đất đai cho những mục đích kinh tế không nhiều. Vì thế, thay cho gia tăng diện tích đất đai, người ta chú trọng hơn vào việc nâng cao chất lượng đất đai (thông qua việc đầu tư cải tạo đất và áp dụng những công nghệ sản xuất tiên tiến). Khi một mảnh đất có chất lượng cao hơn nhờ được đầu tư, do đó có thể được cho thuê với mức giá cao hơn thì một phần trong giá thuê ở đây chỉ nhằm bù đắp cho phần vốn đầu tư bổ sung. Cũng có thể hiểu phần tiền thuê này là tiền thuê lượng vốn hiện vật được đầu tư bổ sung vào đất. Để phân tích tiền thuê tài sản đất thuần túy, ta bỏ qua phần đầu tư bổ sung và tiền thuê tương ứng này. Trong trường hợp đó, lượng cung về đất đai cho thuê xét trong toàn bộ nền kinh tế gần như là một đại lượng không thay đổi theo sự thay đổi của tiền thuê đất. Khi tiền thuê đất tăng, xét tổng thể trong phạm vi cả nền kinh tế, thì dù muốn người ta vẫn gần như không thể tăng lên được một cách đáng kể lượng cung nói trên. Khi tiền thuê đất hạ, lượng cung này cũng giảm đi một cách không đáng kể. Vì thế, nguồn cung đất đai tương đối cố định hay gần như không co giãn theo giá thuê được coi như là đặc điểm nổi bật của thị trường dịch vụ đất đai khi xét chung trên phạm vi cả nền kinh tế. Nói một cách khác, có thể coi đường cung về đất đai cho thuê là một đường thẳng đứng.

** Cầu về thuê đất đai*

Những người cần đất đai như một yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất sẽ là những người muốn thuê đất. Đương nhiên, số lượng diện tích đất đai mà những người này muốn thuê trong một khoảng thời gian nhất định luôn phụ thuộc vào mức giá thuê và quan hệ này được phản ánh trong đường cầu về dịch vụ đất đai của người sản xuất. Áp dụng lý thuyết chung mà chúng ta đã xem xét ở chương 7, có thể khẳng định rằng đường cầu về dịch vụ đất đai của một người sản xuất hay một doanh nghiệp chính là phần dốc xuống của đường doanh thu sản phẩm biên của đất đai MRP_A , do đó giữa lượng cầu về đất thuê và mức giá thuê tồn tại một mối quan hệ nghịch biến. Vẫn theo quy luật chung, cầu về dịch vụ đất đai thay đổi khi có sự thay đổi trong: 1) khối lượng các yếu tố sản xuất khác phối hợp với đất đai. Chẳng hạn, khi mỗi đơn vị diện tích đất đai được sử dụng nhiều lao động hay vốn hơn, sản phẩm biên của đất đai sẽ tăng lên và cầu về thuê đất cũng sẽ tăng; 2) trình độ công nghệ. Nói chung, tiến bộ công nghệ cũng là nguyên nhân dẫn đến sự gia tăng trong nhu cầu về thuê đất; 3) giá cả hay doanh thu biên sản phẩm đầu ra. Nếu giá đầu ra của đất đai chẳng hạn giảm xuống thì riêng yếu tố này sẽ kéo tụt MRP của đất đai xuống và điều này làm cầu về dịch vụ đất đai giảm.

** Tiền thuê đất do cung – cầu xác định*

Trên một thị trường dịch vụ đất đai có tính chất cạnh tranh, tiền thuê đất do tương quan cầu và cung về dịch vụ đất đai ấn định. Giả sử xét tổng thể trong phạm vi cả nền kinh tế, đường cầu chung của thị trường là D_1 được tổng hợp từ các đường MRP_A của các doanh nghiệp sử dụng đất. Còn đường cung thị trường S là một đường thẳng đứng. Thị trường sẽ cân bằng tại điểm E như được thể hiện trên hình 9.5. Mức giá thuê đất cân bằng là R_1 . Lượng dịch vụ đất đai được giao dịch chính là lượng dịch vụ đất đai sẵn có trong nền kinh tế.



Hình 9.5: Cân bằng trên thị trường dịch vụ đất. Khi cầu về dịch vụ đất tăng, giá thuê đất thường tăng nhanh do nguồn cung về dịch vụ đất cố định.

Vì nguồn cung là cố định nên tiền thuê đất thực chất chỉ do cầu quyết định và vì thế nó là loại tiền thuê kinh tế. Khi nhu cầu thuê đất tăng cao, giá thuê đất sẽ tăng nhanh và ngược lại. Chẳng hạn, do giá nông sản hoặc những sản phẩm khác của đất đai tăng cao, cầu về dịch vụ đất đai tăng lên sẽ đẩy đường cầu dịch chuyển sang phải thành đường D_2 . Điểm cân bằng mới của thị trường sẽ là F . Mức giá thuê đất cân bằng tăng lên thành R_2 . Khi nguồn cung là cố định, nếu cầu thay đổi thì sự thay đổi giá là cách duy nhất để tái lập trạng thái cân bằng cung, cầu. Vì thế, với cùng một sự thay đổi về cầu là như nhau, giá cân bằng trên một thị trường có nguồn cung ứng cố định sẽ phải thay đổi mạnh hơn. Đó chính là lý do khiến giá thuê đất thường dao động mạnh.

* *Giá cả đất đai*

Giá cả đất đai với tư cách là một tài sản được quyết định trên thị trường tài sản đất. Cầu về đất đai xuất phát từ những người muốn trở thành những người sở hữu tài sản đất đai (chứ không phải là những người

chỉ muốn sử dụng đất đai trong một khoảng thời gian nào đó). Với tư cách là người sở hữu, những chủ đất có thể được hưởng lợi từ việc khai thác những dòng lợi ích, sự phục vụ hay như kinh tế học thường diễn đạt, những dòng dịch vụ do đất đai mang lại. Người sở hữu đất có thể tự mình khai thác và thụ hưởng dịch vụ do đất đai mang lại song cũng có thể cho thuê để thu được những khoản tiền thuê. Chính việc cho thuê đất đai đã thị trường hóa và cung cấp cho chúng ta một hình dung cụ thể về giá trị tiền bạc của các dòng dịch vụ đất đai. Thông qua việc tính toán giá trị hiện tại của tài sản đất thông qua tổng hợp giá trị hiện tại của các khoản tiền thuê mà tài sản đất đó mang lại, người ta có thể hiểu được giá trị kinh tế của một mảnh đất với tư cách là một tài sản. Trong trường hợp này, dù người chủ sở hữu đất không dùng miếng đất để cho thuê mà tự mình khai thác nó thì bản chất vấn đề vẫn không thay đổi. Ở đây, có thể coi như người chủ đất tự mình cho mình thuê. Khoản tiền thuê đất mà anh ta phải trả khi sử dụng đất đai như một đầu vào để kinh doanh (chẳng hạn dùng đất để trồng cà phê và kinh doanh cà phê) giờ đây lại rơi chính vào túi anh ta với tư cách là người chủ sở hữu đất. Trong mọi trường hợp vấn đề là ở chỗ: giá trị kinh tế của một mảnh đất bị quyết định bởi dòng lợi ích, có thể thể hiện bằng tiền thông qua những khoản tiền thuê tiềm năng, mà người ta có thể thu được trên mảnh đất ấy.

Giống như cách chúng ta đã sử dụng để phân tích thị trường tài sản vốn, có thể thấy lợi ích của việc nắm giữ (sở hữu) đất đai như một tài sản chính là giá trị hiện tại của đất đai. Điểm đặc biệt ở đây là đất đai là một tài sản có thể tồn tại vĩnh viễn, do đó cũng có thể đem lại cho người sở hữu nguồn thu (dưới dạng tiền thuê đất) vĩnh viễn. Giả sử R là khoản tiền thuê hàng năm mà một mảnh đất có thể mang lại cho người chủ đất, đồng thời r là mức lãi suất thị trường tính cho kỳ hạn 1 năm. Theo công thức tính giá trị hiện tại mà ta đã biết, giá trị hiện tại của mảnh đất trên là R/r . Với chi phí để sở hữu tài sản đất là giá mua tài sản này, đường cầu về tài sản đất là một đường dốc xuống.

Nguồn cung về đất đai xuất phát từ những người đang sở hữu đất. Vì đất đai hầu như không “sản xuất” thêm được và do đó, có thể xem như

là loại tài sản có nguồn cung cố định, nên giao dịch trên thị trường này chỉ dẫn đến sự chuyển dịch và thay đổi quyền sở hữu về đất đai giữa những người đang sở hữu nó và những người muốn sở hữu nó. Tính chất cố định của nguồn cung khiến ta có thể thể hiện đường cung về đất đai như một đường thẳng đứng.

Trong dài hạn, giá cân bằng thị trường đối với tài sản đất chính là giá trị hiện tại của nó, được xác định trên cơ sở đánh giá chung của thị trường chứ không phải của một người riêng lẻ về mức tiền thuê. Nói cách khác, nếu r là giá thuê đất cân bằng thị trường và thị trường được dự kiến là không có biến động đáng kể, thì giá đất cân bằng trên thị trường tài sản đất sẽ là R/r . Nguồn cung cố định về tài sản đất trong trường hợp này sẽ chỉ nói lên rằng: giá đất sẽ tăng nhanh nếu cầu về tài sản đất sẽ tăng nhanh và ngược lại, giá đất sẽ giảm mạnh nếu cầu về đất giảm nhanh. Vì cầu về tài sản đất chỉ tăng hay giảm khi lãi suất thay đổi hay trên thị trường thuê và cho thuê đất biến động khiến cho tiền thuê đất thay đổi, nên thật ra sự thay đổi về giá tài sản đất trên thị trường, về dài hạn, chỉ phản ánh sự thay đổi trong giá trị hiện tại của tài sản đất.

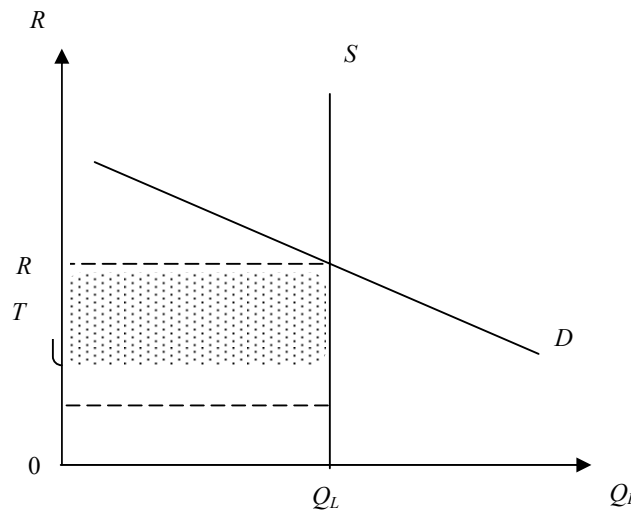
Ví dụ, một mảnh đất hàng năm đem lại cho người chủ đất một khoản tiền thuê là 10 triệu đồng và nếu lãi suất thị trường thực tế là 5%/năm (tức 0,05) thì giá trị hiện tại của mảnh đất này là: 10 triệu đồng / 0,05 = 200 triệu đồng. Giá thị trường của mảnh đất sẽ xoay quanh mức giá trị hiện tại này. Nói cách khác, giá cân bằng của mảnh đất trên là 200 triệu đồng. Ý nghĩa của mức giá này khá rõ ràng: nếu chúng ta có 200 triệu đồng thì với mức lãi suất thị trường là 5%/năm, chúng ta cũng có thu được một mức thu nhập hàng năm dưới dạng tiền lãi khi cho vay là 10 triệu đồng. Nếu mảnh đất trên có giá cao hơn 200 triệu đồng, việc đầu tư vào tài sản đất chắc chắn không có lợi bằng việc đem tiền gửi vào ngân hàng cho vay. Trong một môi trường cạnh tranh, điều này không cho phép giá đất cân bằng dài hạn cao hơn mức 200 triệu đồng (tức cao hơn giá trị hiện tại của nó). Trong trường hợp trái lại, khi giá đất cách quá xa giá trị hiện tại của nó, có thể thấy tính bất thường, sự kém hoàn thiện hay

sự trục trặc nào đó đang tồn tại và làm méo mó, biến dạng sự hoạt động bình thường của thị trường đất đai.

9.2.2. Thuế đất và các tài nguyên khan hiếm khác

Những điều chúng ta nói về đất đai như một tài sản có nguồn cung tương đối cố định cũng có thể áp dụng theo một cách thích hợp nào đó cho các tài nguyên thiên nhiên khác. Điều giống nhau căn bản giữa chúng là ở chỗ: do nguồn cung là cố định, giá cả thị trường của tài nguyên chủ yếu do cầu quyết định. Trong trường hợp này, sự biến động từ phía cầu có thể gây ra những biến động khá mạnh trong giá cả của các tài nguyên.

Khi cung là cố định và hoàn toàn không co giãn theo giá, việc chính phủ đánh thuế vào các hàng hóa giao dịch trên thị trường sẽ không làm thay đổi trạng thái cân bằng thị trường. Thuế không ảnh hưởng đến cầu của người tiêu dùng: lượng hàng hóa mà họ sẵn sàng mua ở từng mức giá mà họ phải trả cuối cùng (mức giá thị trường sau khi có thuế) vẫn sẽ như cũ. Với nguồn cung hàng hóa là cố định, mức giá và lượng giao dịch cân bằng sau thuế vẫn giữ nguyên như trước khi có thuế. Như trên hình 9.6. thể hiện, điểm cân bằng thị trường trước và sau thuế vẫn là E , mức giá vẫn là P_1 . Người tiêu dùng vẫn mua hàng với mức giá như trước. Người sản xuất tuy nhận được mức giá từ người tiêu dùng như cũ song do phải nộp thuế cho chính phủ nên thực chất giá ròng mà họ thu được giảm đi một lượng chính bằng mức thuế đánh lên một đơn vị hàng hóa. Nếu gọi T là mức thuế đó, thì giá ròng cuối cùng mà người sản xuất nhận được chỉ còn là $(P_1 - T)$. Nói cách khác, trong trường hợp đường cung hoàn toàn thẳng đứng, gánh nặng thuế hoàn toàn do người sản xuất gánh chịu. Khi chính phủ thu một lượng thuế là T trên mỗi đơn vị hàng hóa giao dịch thì người sản xuất cũng mất đi từng ấy trên mỗi đơn vị hàng hóa bán ra. Tổng số thuế mà chính phủ thu được cũng chính là tổng số mất mát trong doanh thu bán hàng của người sản xuất. Rõ ràng trong trường hợp này thuế là một công cụ phân phối lại thu nhập mạnh với đối tượng bị điều tiết chính là những người sản xuất hay cung ứng hàng hóa.



Hình 9.6: Thuế đánh vào đất đai. Khi chính phủ đánh thuế vào đất đai, do nguồn cung đất là cố định, gánh nặng thuế rơi toàn bộ vào những người sở hữu đất. Phần diện tích hình chữ nhật vừa biểu thị tổng số thuế chính phủ thu được, vừa biểu thị sự mất mát trong lợi ích mà người sở hữu đất phải gánh chịu.

Những kết luận trên hoàn toàn có thể áp dụng được cho thị trường đất đai hoặc các tài nguyên thiên nhiên có nguồn cung hoàn toàn cố định. Việc đánh thuế vào đất đai không ảnh hưởng đến lượng dịch vụ đất đai được giao dịch. Giá thuê đất đai trên thị trường cũng không thay đổi. Chính vì lý do này mà khi nguồn cung đất đai là cố định, đánh thuế vào đất đai không gây ra tổn thất hiệu quả. Về mặt phân phối gánh nặng thuế, có thể thấy thuế không gây thiệt hại gì cho những người thuê đất. Trước và sau thuế người này vẫn thuê đất với số lượng và mức giá thuê như cũ. Tuy nhiên, người sở hữu đất là người chịu hoàn toàn gánh nặng thuế vì anh ta (hay chị ta) không đẩy được giá thuê đất trên thị trường lên. Ở đây thuế chỉ có tác động có tính chất phân phối lại.

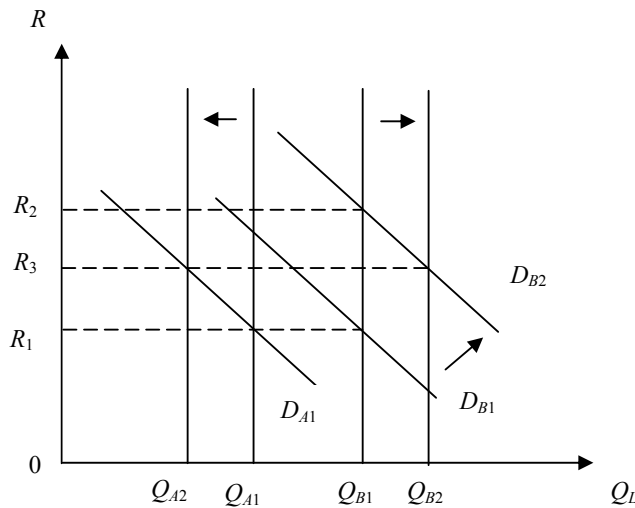
9.2.3. Phân bổ đất đai cho những mục tiêu sử dụng khác nhau

Giả định nguồn cung đất đai, do đó lượng giao dịch về đất đai là tương đối cố định chỉ có ý nghĩa khi ta xem xét trên phạm vi chung của cả nền kinh tế. Đất đai có thể được sử dụng cho nhiều mục tiêu khác nhau, được phân bổ cho nhiều ngành khác nhau. Đất có thể dùng để trồng

trọt, bãi chăn thả để chăn nuôi gia súc, để xây dựng nhà cửa, văn phòng, công xưởng hay làm đường xá. Có thể mức độ cần đến đất đai khác nhau song hầu như mọi ngành sản xuất đều cần đến đất đai, ít nhất để sử dụng nó như một mặt bằng cần cho quá trình sản xuất. Vì tổng quỹ đất đai chung là cố định nên khi đất được phân bổ cho một ngành nào đó nhiều lên thì điều đó cũng hàm nghĩa là đất được dành cho các ngành còn lại phải ít đi. Về dài hạn vẫn có thể thay đổi mục đích sử dụng của đất đai (ví dụ từ đất trồng trọt biến thành đất xây dựng). Điều đó tương đương như sự di chuyển đất đai từ ngành nọ sang ngành kia. Trên thực tế, khi tiền thuê đất đai giữa các ngành là chênh lệch nhau, người ta có thể chuyển đất đai từ lĩnh vực chỉ thu được tiền thuê thấp đến cung ứng hay cho thuê ở lĩnh vực có tiền thuê cao. Lượng cung đất đai cho các ngành riêng biệt trong nền kinh tế, vì vậy, không phải là cố định, ít nhất là trong dài hạn.

** Cân bằng ngắn hạn trên từng thị trường nhánh*

Giả sử tổng quỹ đất đai chung của cả nền kinh tế là Q_L . Để đơn giản hóa, ta giả định nền kinh tế chỉ bao gồm hai ngành sử dụng đất đai: nông nghiệp và xây dựng nhà cửa. Thoạt tiên, giả sử diện tích đất đai đang được sử dụng ở ngành nông nghiệp là Q_{A1} và ở ngành xây dựng là Q_{B1} . Đương nhiên ta có $Q_{A1} + Q_{B1} = Q_L$. Trong ngắn hạn, lượng cung đất đai cho thuê dành cho mỗi ngành là cố định và chúng bị ràng buộc bởi những hợp đồng thuê đất hiện có. Đường cung dịch vụ đất đai ở mỗi ngành (S_{A1} và S_{B1}) được thể hiện như những đường thẳng đứng tương ứng với các diện tích Q_{A1} và Q_{B1} . Các đường cầu về thuê đất đai của hai ngành nói trên lần lượt là D_{A1} và D_{B1} . Trên từng thị trường nhánh (thị trường dịch vụ đất đai ở từng ngành) giao điểm giữa các đường cung và đường cầu về dịch vụ đất đai của ngành sẽ xác định các điểm cân bằng ngắn hạn. Tùy theo trạng thái cung, cầu của từng ngành, giá thuê cân bằng ngắn hạn ở hai ngành có thể là bằng nhau song cũng có thể là khác nhau. Trên hình 9.7, ta giả định ở cả hai thị trường nhánh, giá thuê đất cân bằng ban đầu đều là R_1 .



Hình 9.7: Phân bổ đất đai giữa các ngành. Khi giá thuê đất giữa các ngành, các lĩnh vực sử dụng đất là chênh lệch nhau, sẽ có sự “di chuyển” đất từ mục tiêu sử dụng này sang mục tiêu sử dụng khác. Chỉ khi giá thuê đất giữa các ngành, lĩnh vực là bằng nhau, cân bằng dài hạn trên thị trường đất đai mới xác lập. Quỹ đất đai mới không bị phân bổ lại.

* *Cân bằng dài hạn*: phân bổ lại quỹ đất đai cho các mục tiêu sử dụng khác nhau (giữa các thị trường nhánh)

Bây giờ giả định vì một lý do nào đó, cầu về thuê đất ở ngành xây dựng tăng lên (có thể do thu nhập chung của dân chúng tăng nên nhu cầu về thuê các căn hộ cũng tăng. Người ta cần những căn hộ rộng rãi hơn, có nhiều phòng hơn và tiện nghi hơn. Điều này sẽ khiến cho giá thuê các căn hộ tăng. Sự tăng giá của sản phẩm đầu ra, đến lượt mình, lại làm cho cầu về dịch vụ đất đai xây dựng tăng). Đường cầu đất đai trên thị trường ngành sẽ dịch chuyển sang phải thành thành đường D_{B2} . Trong ngắn hạn, do những ràng buộc về hợp đồng thuê đất còn có hiệu lực, lượng cung đất đai dành cho ngành xây dựng vẫn giữ nguyên ở mức S_{B1} . Để thị trường cân bằng, giá thuê đất trong ngành xây dựng phải tăng lên thành R_2 . Trong ngắn hạn, giá thuê đất ở ngành xây dựng có thể cao hơn giá thuê

đất ở ngành nông nghiệp (như trong ví dụ của chúng ta $R_2 > R_1$) do cầu về đất đai sử dụng trong ngành xây dựng tăng cao.

Sự khác biệt giữa các mức giá thuê đất ở hai ngành sẽ không thể duy trì được lâu dài. Do giá cho thuê đất trong ngành nông nghiệp thấp hơn so với giá cho thuê trong ngành xây dựng nên những người chủ đất sẽ có khuynh hướng rút đất ra khỏi ngành nông nghiệp và chuyển nó sang cho thuê ở ngành xây dựng. Điều đó sẽ thực hiện được khi thời hạn hợp đồng thuê đất cũ hết và sự chênh lệch giá thuê vẫn còn. Kết quả là nguồn cung đất đai phân bổ cho ngành xây dựng tăng lên trong khi lượng đất còn lại được dành cung ứng cho ngành nông nghiệp giảm xuống. Do lượng cung dồi dào hơn, giá thuê đất trong ngành xây dựng sẽ giảm dần xuống. Ngược lại, ở ngành trồng trọt, sự sụt giảm trong nguồn cung khiến cho giá thuê đất của ngành tăng lên. Ở ngành xây dựng, giá thuê đất không còn là R_2 mà bị tụt xuống; còn ở ngành trồng trọt, giá thuê đất lại nhích lên khỏi mức ban đầu R_1 . Sự khác biệt về giá thuê đất giữa hai ngành bị thu hẹp lại. Tuy nhiên, chừng nào sự khác biệt này vẫn tồn tại, chừng đó xu hướng phân bổ lại đất đai giữa hai ngành theo cách một phần đất bị rút ra khỏi ngành có giá thuê thấp hơn để bổ sung cho ngành có giá thuê cao hơn vẫn tiếp tục. Cuối cùng, quá trình trên sẽ chấm dứt khi một mức giá thuê mới thống nhất giữa hai ngành được xác lập. Với mức giá thuê đất ngang bằng nhau, những người chủ sở hữu đất không còn động cơ để “di chuyển” đất từ ngành nọ sang ngành kia. Lúc này, trạng thái cân bằng dài hạn trên thị trường đất đai mới được thiết lập. Ở hình 9.7 nói trên, trạng thái cân bằng dài hạn của thị trường đất đai phù hợp với những biến động phát sinh từ nhu cầu về đất cho ngành xây dựng được xác lập khi số diện tích mới mà mỗi ngành nông nghiệp và xây dựng lần lượt thuê, sử dụng là Q_{A2} và Q_{B2} (lưu ý: $Q_{A2} + Q_{B2} = Q_L$). Tại kết cục phân bổ mới này, mức giá thuê ở hai ngành sẽ bằng nhau và bằng R_3 . Mức giá thuê này lớn hơn R_1 song lại nhỏ hơn R_2 .

Tóm lại, chỉ khi giá thuê những mảnh đất có diện tích, chất lượng (độ màu mỡ, vị trí...) tương đương nhau ở những ngành khác nhau là bằng nhau, thị trường đất đai mới đạt đến điểm cân bằng dài hạn. Ở điểm

cân bằng này, sự phân bổ đất đai cho những mục tiêu sử dụng khác nhau hay cho các ngành khác nhau mới ổn định cho đến khi lại có những “cú sốc” mới trên thị trường.

Chương 10

VAI TRÒ KINH TẾ CỦA NHÀ NƯỚC

Trong chương 2, chúng ta đã phân tích một cách tổng quát về thị trường như là một công cụ mà dựa vào đó xã hội có thể giải quyết những vấn đề kinh tế cơ bản như sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai. Sự vận hành của một thị trường hàng hóa hay dịch vụ nhất định có thể được giải thích bằng mô hình cung – cầu đơn giản song rất hữu ích, nhờ đó người ta có thể dễ dàng nắm bắt được chiều hướng vận động của các biến số chính liên quan đến một thị trường: giá cả hay sản lượng hàng hóa giao dịch. Ở các chương sau, chúng ta đã lần lượt xem xét các quyết định lựa chọn của những người tiêu dùng cũng như những người sản xuất trên từng thị trường được thực hiện như thế nào. Điều này giúp chúng ta có cái nhìn sâu sắc hơn về những yếu tố ẩn chứa đằng sau đường cầu hay đường cung thị trường. Tất cả những tri thức đó là nền tảng để hiểu về nền kinh tế thị trường.

Tuy nhiên cơ chế thị trường không phải là cơ chế phân bổ nguồn lực duy nhất. Không phải trong mọi trường hợp xã hội đều có thể dựa vào những tín hiệu thị trường (như giá cả hàng hóa, tiền lương, tiền thuê đất...) và những hành vi giao dịch tự nguyện để tiến hành các quyết định sản xuất hay tiêu dùng của mình. Trong nhiều hoàn cảnh, nhà nước vẫn thường can dự vào các hoạt động của nền kinh tế thông qua quyền lực hay sức mạnh đặc biệt của nó.

Vậy khi nào thì thị trường có thể vận hành một cách có hiệu quả, khi nào không? Xét tổng thể, nền kinh tế thị trường có thể có những khuyết tật, trục trặc gì? Nhà nước có thể có thể làm được gì để khắc phục những khuyết tật hay trục trặc đó? Chương này sẽ cho chúng ta một cái nhìn tổng quan về những vấn đề đó.

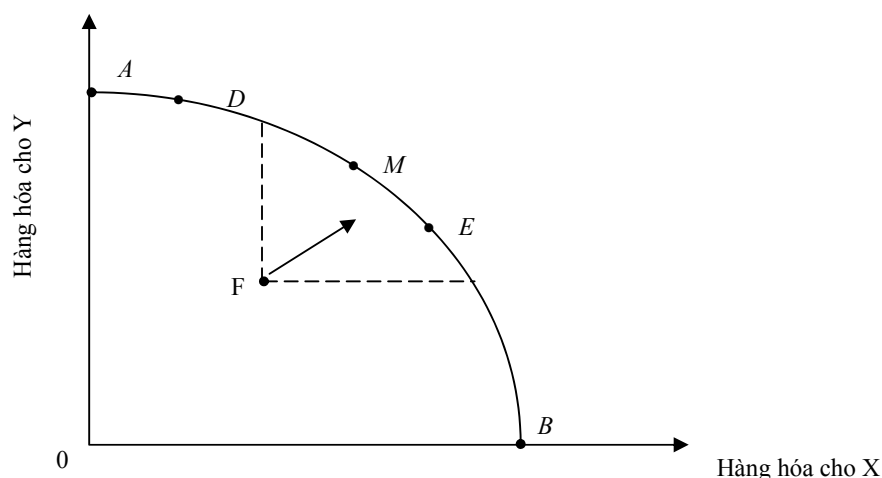
10.1. Thị trường và hiệu quả

10.1.1. Khái niệm hiệu quả Pareto

- Khái niệm: Khi bàn luận về tính hiệu quả chung của nền kinh tế, kinh tế học hiện đại thường sử dụng khái niệm hiệu quả Pareto mà nhà kinh tế học người Italia Wilfredo Pareto đưa ra trong cuốn cẩm nang về kinh tế chính trị học được xuất bản năm 1909.

Theo Pareto, một trạng thái kinh tế được coi là có hiệu quả (được gọi là hiệu quả Pareto) nếu từ đó người ta không có khả năng dịch chuyển tới một trạng thái khác sao cho một nhóm người nào đó có thể trở nên khá giả hơn, đồng thời những người còn lại ít nhất cũng không bị thiệt hại gì. Nói một cách khác, khi đã ở trạng thái có hiệu quả Pareto, người ta không thể cải thiện lợi ích của một nhóm người nào đó (làm cho họ trở nên khá giả hơn) mà lại không làm thiệt hại đến những người còn lại.

Ta có thể minh họa định nghĩa trên bằng cách sử dụng hình 10.1, mô tả các giới hạn phân bổ hàng hóa giữa các nhóm xã hội. Giả sử trong xã hội có hai nhóm người X và Y. Đường giới hạn AB cho biết số lượng hàng hóa tối đa mà nền kinh tế có thể tạo ra được cho một nhóm khi một số lượng hàng hóa nhất định đã được sản xuất và phân bổ cho nhóm kia. Những điểm nằm trên đường giới hạn AB đều là những điểm hiệu quả Pareto. Chẳng hạn, xét một điểm E bất kỳ nằm trên đường giới hạn AB . Từ E , chúng ta không thể dành nhiều hàng hóa hơn cho X mà lại không giảm số hàng hóa dành cho Y và ngược lại. Trong khi đó, những điểm nằm phía trong đường giới hạn lại không phải là điểm hiệu quả. Từ một điểm như điểm F (nằm trong đường giới hạn), bằng cách dịch chuyển lên trên hoặc sang phải hoặc vừa sang phải lẫn lên trên song chưa đi ra ngoài đường giới hạn, ta hoàn toàn có thể cải thiện lợi ích của X (hoặc của Y) mà không buộc Y (hoặc X) phải nghèo đi.



Hình 10.1: Đường giới hạn hiệu quả trong việc phân bổ các hàng hóa giữa hai nhóm xã hội X và Y. Những điểm trên đường giới hạn AB đều là những điểm hiệu quả, song điểm nằm phía trong như F lại là điểm không hiệu quả.

Có thể mở rộng cách hiểu “khá giả hơn”, hoặc “nghèo đi”. Chẳng hạn, trong phân bổ nguồn lực để sản xuất hai loại hàng hóa X và Y, khi sản lượng X tăng lên ta coi điều đó tương đương với X trở nên “khá giả hơn”, còn nếu sản lượng X giảm được coi tương đương với X trở nên “nghèo đi”. Với cách hiểu quy ước như vậy, ta dễ dàng thấy các điểm nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất mà chúng ta đã biết từ chương 1 cũng là những điểm hiệu quả Pareto.

Từ khái niệm hiệu quả nói trên, có thể thấy điểm hiệu quả có thể không phải là một điểm duy nhất. Trên các đường giới hạn chúng ta vừa nêu, tồn tại cùng một lúc một loạt điểm hiệu quả - những điểm nằm trên đường giới hạn. Mặt khác, hiệu quả và công bằng là những khái niệm khác nhau. Xã hội có đang ở một trạng thái hiệu quả song đó có thể không phải là trạng thái công bằng được chấp nhận. Một điểm nằm trên đường giới hạn AB ở hình 10.1 là một điểm hiệu quả, nhưng nếu đó là điểm D có hoành độ gần sát 0, thì đó là một trạng thái mà X được phân phối quá ít hàng hóa, trong khi Y lại có quá nhiều hàng hóa. Một điểm khác như điểm M chẳng hạn lại được xem là công bằng hơn.

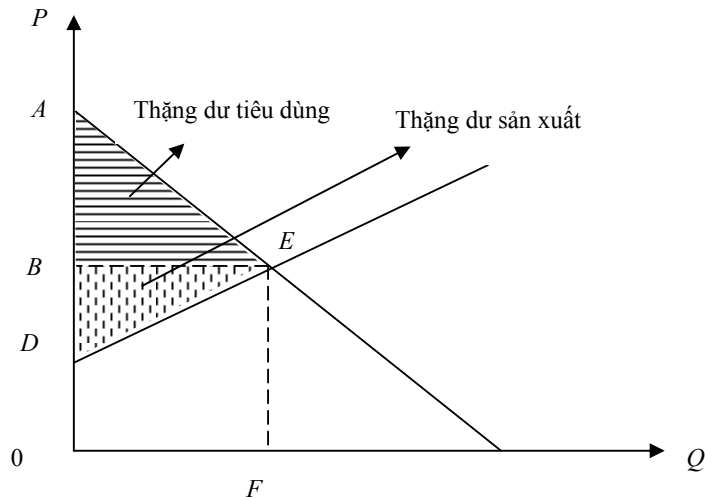
10.1.2. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo và hiệu quả Pareto

* Một vài khái niệm liên quan

Để có thể giải thích quan hệ giữa thị trường cạnh tranh hoàn hảo và tính hiệu quả một cách đơn giản nhất, chúng ta sử dụng một vài khái niệm như: thặng dư tiêu dùng (thặng dư của những người tiêu dùng), thặng dư sản xuất (thặng dư của những người sản xuất), lợi ích ròng của xã hội.

- Thặng dư của người tiêu dùng: được hiểu là lợi ích ròng (hiệu số giữa lợi ích trừ đi chi phí) mà những người tiêu dùng thu nhận được khi tiêu dùng hay sử dụng một khối lượng hàng hóa (hay dịch vụ) nào đó.

Giả sử người tiêu dùng đang sử dụng một khối lượng hàng hóa Q nào đó. Lợi ích mà anh ta (hay chị ta) có được chính là tổng độ thỏa dụng mà anh ta (hay chị ta) nhận được từ việc tiêu dùng Q đơn vị hàng hóa. Biểu hiện bằng tiền, đó chính là tổng số tiền (tối đa) mà người này sẵn sàng trả để có Q đơn vị hàng hóa trên. Để có thể mua sắm được khối lượng hàng hóa này, anh ta (hay chị ta) phải chi tiêu số tiền là $P.Q$, trong đó P là đơn giá của hàng hóa. Trên hình 10.2, đường cầu chính là đường thỏa dụng biên (biểu thị bằng tiền) của người tiêu dùng. Với mức tiêu dùng là $Q = OF$, đơn giá mà người tiêu dùng phải trả cho mỗi đơn vị hàng hóa là $P = OB$, tổng lợi ích hay tổng độ thỏa dụng (đo bằng tiền) mà người tiêu dùng có thể nhận được được biểu thị bằng diện tích của hình thang nằm dưới đường cầu, tương ứng với sản lượng Q và được giới hạn bởi hai trục tọa độ, $AOFE$. Tổng chi tiêu để mua Q hàng hóa nói trên được đo bằng diện tích hình chữ nhật $BOFE$. Chênh lệch giữa hai diện tích này là diện tích tam giác ABE . Nó biểu thị thặng dư của người tiêu dùng. Khi ta thay đường cầu của một cá nhân tiêu dùng bằng đường cầu thị trường, ta được thặng dư của những người tiêu dùng bằng một cách tương tự.



Hình 10.2: Thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất

- Thặng dư của người sản xuất: biểu thị lợi ích ròng mà người sản xuất nhận được khi cung ứng một khối lượng hàng hóa (hay dịch vụ) nào đó.

Giả sử MC là đường chi phí biên của người sản xuất. Là người chấp nhận giá, người này sẽ sản xuất tại mức sản lượng Q , nơi mà chi phí biên của đơn vị sản lượng cuối cùng bằng mức giá thị trường $P (= OB)$. Trên hình 10.2, khi cung ứng khối lượng hàng hóa là Q , người sản xuất phải bỏ ra một khoản chi phí khả biến đo bằng tổng các mức chi phí biên của các đơn vị sản phẩm cộng lại. (Khi xem xét chi phí ở mỗi mức sản lượng ở đây, người ta không quan tâm đến khoản chi phí cố định – khoản chi phí mà người sản xuất phải gánh chịu ngay cả khi sản lượng bằng 0). Tổng chi phí này được biểu thị bằng diện tích hình thang DOFE. Đồng thời khi bán Q đơn vị hàng hóa, người sản xuất thu được một lượng tiền bằng $P.Q$ hay có thể biểu thị bằng diện tích hình chữ nhật BOFE. Tổng doanh thu này chính là lợi ích doanh nghiệp nhận được khi cung ứng ra thị trường khối lượng hàng hóa Q . Theo định nghĩa, diện tích tam giác BDE biểu thị thặng dư của người sản xuất. Nếu đường MC trên là đường

tổng hợp theo chiều ngang của các đường MC cá nhân, thì diện tích BDE sẽ biểu thị thặng dư của những người sản xuất nói chung.

- Lợi ích ròng của xã hội trong việc sản xuất và tiêu dùng một khối lượng hàng hóa (dịch vụ) nào đó biểu thị chênh lệch giữa lợi ích mà xã hội thu nhận được thông qua việc tiêu dùng số lượng hàng hóa đó và các chi phí nguồn lực mà xã hội phải bỏ ra để có thể sản xuất được lượng hàng hóa đó. Trong trường hợp không có chính phủ, trên thị trường chỉ có những người sản xuất và tiêu dùng giao dịch với nhau, lợi ích ròng xã hội trong việc sản xuất và tiêu dùng một lượng hàng hóa nào đó chính là tổng thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất tương ứng với mức sản lượng hàng hóa trên.

Nếu tại mức sản lượng hàng hóa Q^* , lợi ích ròng xã hội là tối đa (lớn nhất so với các mức sản lượng khác) thì Q^* được coi là sản lượng hiệu quả Pareto. Thật vậy, trong trường hợp này, chúng ta không thể cải thiện lợi ích của một ai đó (chẳng hạn, tăng thặng dư của người tiêu dùng) mà không làm thiệt hại đến lợi ích của những người khác (chẳng hạn không làm giảm thặng dư của người sản xuất). Nếu làm được như thế thì tại Q^* , lợi ích ròng xã hội không thể là tối đa. Vì tại Q^* , lợi ích ròng xã hội là lớn nhất nên từ trạng thái này, khi chúng ta muốn làm lợi cho ai đó thì buộc phải làm thiệt hại hay hy sinh lợi ích của những người còn lại. Theo đúng định nghĩa, Q^* là sản lượng hiệu quả Pareto.

** Sự cân bằng trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo và việc tối đa hóa lợi ích ròng xã hội:*

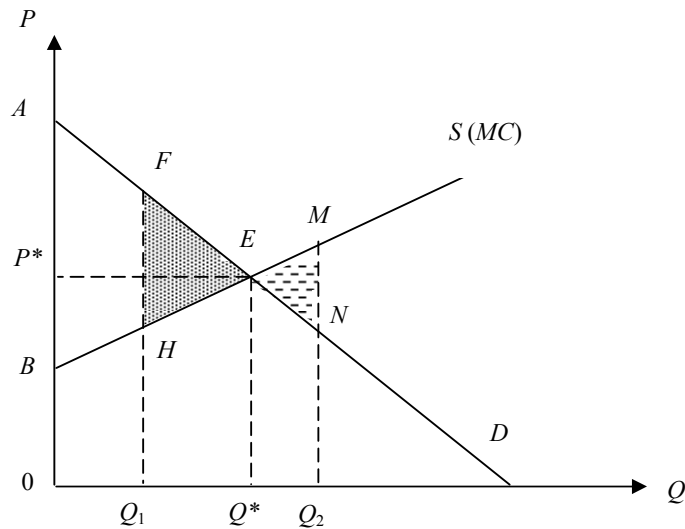
Quan hệ giữa thị trường cạnh tranh hoàn hảo với tính hiệu quả được thể hiện trước hết ở mệnh đề sau: Nếu thị trường là cạnh tranh hoàn hảo thì sản lượng cân bằng của nó sẽ là mức sản lượng cho phép xã hội tối đa hóa được lợi ích ròng của mình, do đó, đó là mức sản lượng hiệu quả. Vì thị trường có thể tự điều chỉnh để đạt đến trạng thái cân bằng nên trong trường hợp này, có thể coi như thị trường tự đảm bảo được tính hiệu quả.

Hãy nhìn vào hình 10.3. Trên một thị trường cạnh tranh hoàn hảo, đường cung thị trường chính là đường MC của ngành (đường tổng hợp

theo chiều ngang các đường MC của doanh nghiệp). Giao điểm giữa đường này với đường cầu thị trường là điểm E , điểm cân bằng thị trường. Tương ứng sản lượng cân bằng là Q^* , mức giá cân bằng là P^* . Ta cần chứng minh, tại Q^* lợi ích ròng xã hội là lớn nhất.

Thật vậy, tại sản lượng Q^* , lợi ích ròng xã hội hay tổng thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất được đo bằng diện tích hình tam giác ABE . Bây giờ giả sử sản lượng mà xã hội sản xuất và tiêu dùng là Q_1 nhỏ hơn Q^* . Tại Q_1 , tổng lợi ích tiêu dùng của xã hội khi tiêu dùng khối lượng hàng hóa là Q_1 được biểu thị bằng diện tích hình thang AOQ_1F . Còn tổng chi phí nguồn lực (chi phí khả biến) mà các doanh nghiệp phải bỏ ra để sản xuất Q_1 đơn vị hàng hóa được biểu thị bằng diện tích hình thang BOQ_1H . Vì thế lợi ích ròng của xã hội tại mức sản lượng này thể hiện bằng diện tích hình thang $ABHF$. Lợi ích ròng xã hội tại Q_1 rõ ràng nhỏ hơn lợi ích ròng xã hội tại sản lượng Q^* . Phần nhỏ hơn đó, diện tích tam giác EHF sau này thường được thể hiện như mức tổn thất hiệu quả khi xã hội sản xuất ở mức Q_1 nhỏ hơn sản lượng cân bằng.

Nếu sản lượng mà xã hội sản xuất ra và tiêu dùng lại là Q_2 lớn hơn mức sản lượng cân bằng thì tổng lợi ích tiêu dùng của xã hội được đo bằng diện tích AOQ_2N , còn tổng chi phí khả biến mà xã hội cần để sản xuất số lượng hàng hóa trên được đo bằng diện tích BOQ_2M . Vậy lợi ích ròng xã hội trong trường hợp này bằng diện tích AOQ_2N trừ đi diện tích BOQ_2M , tức cũng bằng diện tích tam giác ABE trừ đi diện tích tam giác EMN . Rõ ràng tại Q_2 lợi ích ròng xã hội nhỏ hơn tại Q^* , và diện tích EMN biểu thị mức tổn thất hiệu quả do sản xuất quá thừa gây ra.



Hình 10.3: Sản lượng hiệu quả Pareto. Tại Q^* , tổng lợi ích ròng xã hội là lớn nhất và được đo bằng diện tích tam giác ABE . Mức sản lượng này chính là mức sản lượng hiệu quả.

Vì các sản lượng Q_1, Q_2 được lấy bất kỳ nên chúng có tính chất đại diện cho các mức sản lượng còn lại. Điều đó cho phép chúng ta kết luận sản lượng cân bằng Q^* là sản lượng hiệu quả Pareto vì nó cho phép tối đa hóa được lợi ích ròng xã hội.

Hệ quả là: nếu nền kinh tế có tất cả các thị trường đều là thị trường cạnh tranh hoàn hảo thì điểm cân bằng chung của nó là điểm hiệu quả Pareto. Nói cách khác, khi các thị trường đều là thị trường cạnh tranh hoàn hảo, nền kinh tế sẽ hoạt động một cách có hiệu quả vì nó sẽ tự điều chỉnh để nhanh chóng đi đến điểm cân bằng.

Nhìn vào một thị trường, trạng thái hiệu quả chỉ đạt được khi nó ở trong trạng thái cân bằng của thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Giá cả trong trường hợp này phải bằng chi phí biên và độ thỏa dụng biên. Đó chính là điều kiện bắt buộc để giá cả trở thành tín hiệu đảm bảo phân bổ hiệu quả

các nguồn lực: $P = MC = MU$. Trong trường hợp ngược lại, ví dụ khi ta thấy P khác MC (chi phí biên của đơn vị sản phẩm cuối cùng), ta hiểu, khi đó thị trường hay nền kinh tế không ở trạng thái hiệu quả.

10.2. Các khuyết tật thị trường

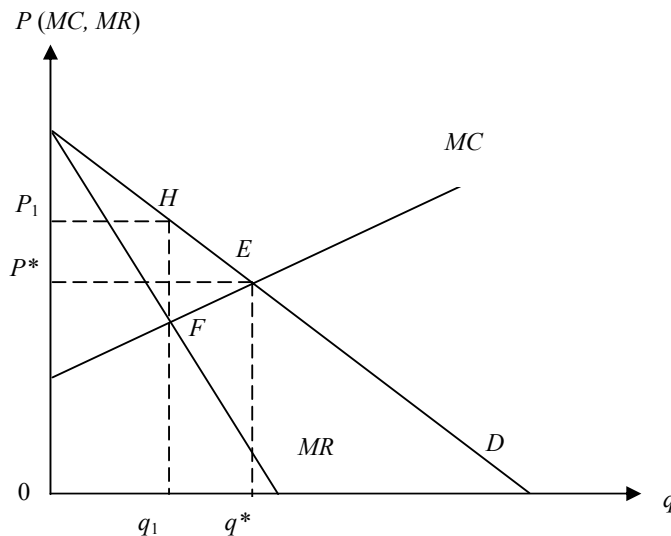
* *Sự tồn tại của độc quyền nói riêng (và thị trường cạnh tranh không hoàn hảo nói chung).*

Như ở chương 6 chúng ta đã chỉ ra, có nhiều nguyên nhân khiến cho trên thực tế các thị trường cạnh tranh hoàn hảo khó xuất hiện. Các thị trường nói chung là thị trường cạnh tranh không hoàn hảo. Các doanh nghiệp trong trường hợp này ít nhiều là các tổ chức có quyền lực thị trường, do đó chúng có khả năng định giá vượt quá mức chi phí biên của đơn vị sản lượng cuối cùng. Khi đó, điều kiện đảm bảo hiệu quả Pareto bị vi phạm. Sản lượng thị trường không phải là sản lượng hiệu quả.

Ta hãy lấy trường hợp mà tồn thất hiệu quả thường bộc lộ rõ ràng nhất là trường hợp độc quyền làm ví dụ. Để tối đa hóa lợi nhuận, nhà độc quyền sẽ lựa chọn sản lượng sao cho tại đơn vị sản lượng cuối cùng, chi phí biên MC bằng doanh thu biên MR . Tuy nhiên, đường cầu đối diện với nhà độc quyền (trong trường hợp này đó cũng chính là đường cầu thị trường) là một đường dốc xuống. Do đó, mức giá P luôn luôn lớn hơn mức doanh thu biên ở mỗi điểm sản lượng. Vì vậy, tại mức sản lượng tối ưu, mức giá P mà doanh nghiệp độc quyền đặt phù hợp với đường cầu thị trường, sẽ lớn hơn chi phí biên MC tương ứng. Trong trường hợp này, sản lượng thị trường thấp hơn sản lượng hiệu quả và xã hội phải gánh chịu một tổn thất hiệu quả nhất định do độc quyền gây ra.

Trên đồ thị ở hình 10.4, sản lượng hiệu quả đối với xã hội là mức sản lượng q^* , tương ứng với điểm cắt của đường chi phí biên MC với đường cầu thị trường D . Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận đối với nhà độc quyền là q_1 , tương ứng với giao điểm của đường chi phí biên MC và đường doanh thu biên MR . Vì MR nằm phía trong đường cầu, biểu thị MR thấp hơn P ở mỗi mức sản lượng dương, nên sản lượng q_1 nhỏ hơn sản

lượng q^* . Lượng tổn thất hiệu quả xã hội – tức lượng mất mát trong lợi ích ròng xã hội, được biểu thị bằng diện tích tam giác EFH .



Hình 10.4: Độc quyền và tổn thất hiệu quả. Để tối đa hóa lợi nhuận, nhà độc quyền lựa chọn sản lượng q_1 thấp hơn sản lượng hiệu quả q^* .

** Ngoại ứng*

- Khái niệm: Ngoại ứng xuất hiện khi một quá trình sản xuất hay tiêu dùng hàng hóa hay dịch vụ nào đó tác động (gây thiệt hại hay mang lại ích lợi) đến cả những người không trực tiếp tham gia vào các giao dịch thị trường.

Khi tham gia vào các giao dịch thị trường, người ta phải trả tiền để nhận được những lợi ích mong muốn. Ví dụ, để có được những hàng hóa hữu ích dành cho tiêu dùng, chúng ta phải bỏ tiền ra để mua sắm chúng. Ngược lại, khi bị thiệt hại, người ta sẽ nhận được khoản tiền đền bù. Chẳng hạn, khoản tiền lương mà những người công nhân làm trong một nhà máy lắp ráp xe máy nhận được chính là khoản đền bù mà người chủ nhà máy chi trả cho việc “buộc” những người công nhân này phải hy sinh những giờ nghỉ ngơi để làm việc. Khi ngoại ứng tồn tại, người ta có thể

nhận được những khoản lợi ích mà không phải trả tiền hoặc bị thiệt hại mà không được đền bù. Ví dụ, hoạt động sản xuất xi măng của một doanh nghiệp có thể gây ô nhiễm môi trường nặng nề cho vùng xung quanh nhà máy. Những người sống ở vùng này có thể sẽ phải hít thở bầu không khí ô nhiễm, phải sử dụng nguồn nước kém trong sạch mà không được đền bù. Trong trường hợp này, ta nói, hoạt động sản xuất xi măng nói trên đã gây ra một ngoại ứng.

- Ngoại ứng tích cực và ngoại ứng tiêu cực

Khi một quá trình sản xuất hay tiêu dùng hàng hóa (hoặc dịch vụ) gây thiệt hại cho ai đó mà người này không được đền bù thì ta nói quá trình đó đã gây ra một ngoại ứng tiêu cực. Nói cách khác, ngoại ứng tiêu cực xảy ra trong trường hợp một hoạt động sản xuất hay tiêu dùng nào đó tác động tiêu cực (tạo ra một tổn hại hay chi phí) cho người khác song người gây ra tác động lại không bị trừng phạt bởi những gì mà anh ta gây ra. Tác động gây ô nhiễm môi trường của việc sản xuất xi măng nói trên là ví dụ điển hình của một ngoại ứng tiêu cực.

Ngược lại, một hoạt động sản xuất hay tiêu dùng nhất định có thể gây ra ngoại ứng tích cực nếu như nó đem lại lợi ích cho một người nào đó mà người này không phải trả tiền. Chẳng hạn, việc chúng ta sửa chữa hay xây dựng ngôi nhà của mình có thể làm đẹp thêm cả ngôi nhà của người hàng xóm nếu như ngôi nhà của ta được thiết kế một cách cẩn trọng và tỏ ra hài hòa với những ngôi nhà xung quanh. Trong trường hợp này, người hàng xóm đã được thụ hưởng một ngoại ứng tích cực: anh ta được lợi mà không phải tốn kém gì thêm.

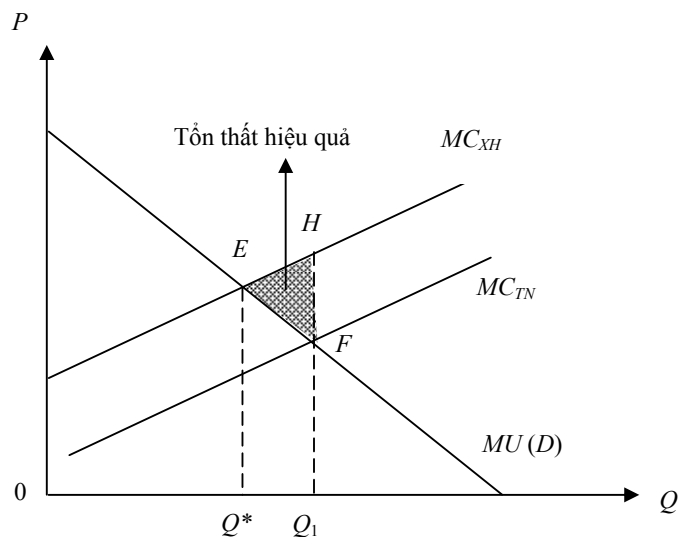
- Ngoại ứng và sự phân bổ nguồn lực không hiệu quả của thị trường: Ở trên, chúng ta nói rằng, khi thị trường là thị trường cạnh tranh hoàn hảo thì sản lượng cân bằng thị trường chính là sản lượng hiệu quả Pareto. Thật ra điều khẳng định đó chỉ đúng với giả định rằng mọi hành vi sản xuất hay tiêu dùng có liên quan đến thị trường này đều không gây ra ngoại ứng.

Khi không có ngoại ứng, lợi ích hay chi phí xã hội trong việc sản xuất hay tiêu dùng một khối lượng hàng hóa nào đó được thể hiện chính bằng lợi ích hay chi phí mà chính những cá nhân trực tiếp tham gia vào các giao dịch thị trường có liên quan được thụ hưởng hay bị gánh chịu. Nói một cách quy ước: trong trường hợp này, lợi ích hay chi phí xã hội cũng chính là lợi ích hay chi phí tư nhân. Ví dụ, khi việc sản xuất 1 tấn bánh trung thu của doanh nghiệp A không gây ra một ngoại ứng nào (tức sự kiện này không gây ra một tổn hại – chi phí nào cũng như không đem lại thêm một lợi ích nào cho những người không tham gia vào việc mua bán bánh) thì chi phí (về nguồn lực) của xã hội để tạo ra tấn bánh trên được đo chính bằng chi phí kinh tế để sản xuất ra tấn bánh trên của doanh nghiệp A. Nếu việc cá nhân B tiêu dùng bánh (ăn một cái bánh chẳng hạn) không gây ra ngoại ứng gì (không đem lại lợi ích cũng như không làm thiệt hại gì đến người khác) thì lợi ích xã hội của việc tiêu dùng chiếc bánh trên sẽ được biểu hiện chính bằng độ thỏa dụng mà B có được do ăn chiếc bánh trên.

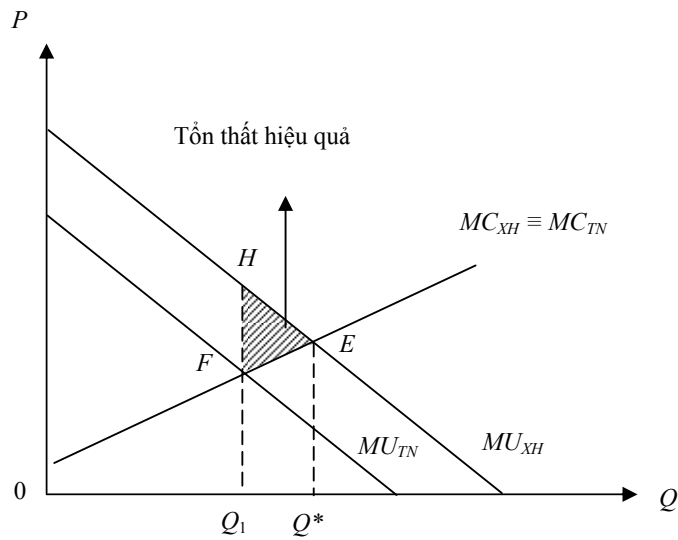
Trái lại, khi ngoại ứng xuất hiện, lợi ích hay chi phí xã hội trong việc sản xuất hay tiêu dùng một khối lượng hàng hóa nào đó sẽ không trùng khớp với lợi ích hay chi phí của các cá nhân (ta gọi là lợi ích hay chi phí tư nhân). Chẳng hạn, nếu việc sản xuất hàng hóa của một doanh nghiệp gây ra ô nhiễm đối với môi trường và những người dân sinh sống xung quanh không được doanh nghiệp đền bù gì thì chi phí xã hội của việc sản xuất một khối lượng hàng hóa nhất định, ngoài những chi phí kinh tế mà doanh nghiệp phải bỏ ra hay hy sinh còn phải bao hàm cả những tổn hại về môi trường mà người dân phải gánh chịu do có việc sản xuất trên. Trong trường hợp ngoại ứng tiêu cực này, chi phí xã hội của việc sản xuất một khối lượng hàng hóa nhất định rõ ràng lớn hơn chi phí tư nhân của các nhà sản xuất.

Trên thị trường khi tham gia vào các giao dịch mua bán hàng hóa, những người sản xuất hay tiêu dùng chỉ quan tâm đến những chi phí và lợi ích trực tiếp mà chính họ phải bỏ ra hay được thụ hưởng. Vì thế, giá cả thị trường, phản ánh quá trình mặc cả của những người này, trên thực

tế chỉ phản ánh các chi phí và lợi ích tư nhân (của những ai trực tiếp tham gia giao dịch). Khi ngoại ứng xuất hiện, giá cả thị trường không thể hiện và phản ánh đầy đủ chi phí hay lợi ích đứng trên quan điểm xã hội. Do vậy, trong trường hợp này, sản lượng cân bằng thị trường không còn là sản lượng hiệu quả xã hội, cho dù thị trường là thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Ví dụ, khi quá trình sản xuất hàng hóa gây ra ngoại ứng tiêu cực, đường chi phí biên xã hội nằm cao hơn đường chi phí biên tư nhân của những người sản xuất. Kết quả là sản lượng thị trường có xu hướng cân bằng (tương ứng với giao điểm của đường chi phí biên tư nhân và đường thỏa dụng biên tư nhân) ở mức cao hơn mức sản lượng hiệu quả xã hội (tương ứng với giao điểm của đường chi phí biên xã hội và đường thỏa dụng biên xã hội). Ngược lại, nếu ngoại ứng tích cực xuất hiện, sản lượng cân bằng thị trường lại thấp hơn sản lượng hiệu quả xã hội. Ta có thể thấy những điều đó qua các hình minh họa 10.5 và 10.6 dưới đây.



Hình 10.5: Ngoại ứng tiêu cực. Sản lượng cân bằng thị trường là Q_1 , tương ứng với trạng thái cân bằng F . Nếu đứng trên quan điểm xã hội, đường chi phí biên phải là đường MC_{XH} , cao hơn đường chi phí biên tư nhân MC_{TN} . Sản lượng hiệu quả vì vậy phải là Q^* , thấp hơn sản lượng thị trường Q_1 .



Hình 10.6: Ngoại ứng tích cực. Khi ngoại ứng tích cực xuất hiện, lợi ích hay độ thỏa dụng biên xã hội cao hơn lợi ích hay độ thỏa dụng biên tư nhân của các cá nhân trực tiếp tham gia vào các giao dịch thị trường. Sản lượng hiệu quả (Q^*) cao hơn sản lượng thị trường (Q_1).

** Vấn đề hàng hóa công cộng*

Xét theo tính chất tiêu dùng, người ta chia thế giới hàng hóa (hay dịch vụ) ra làm hai loại: hàng hóa tư nhân và hàng hóa công cộng.

Hàng hóa tư nhân là những hàng hóa mà xét theo tính chất tiêu dùng, người ta có thể và cần phải sử dụng riêng.

Hàng hóa công cộng là những hàng hóa mà xét theo tính chất tiêu dùng, người ta có thể và cần phải tiêu dùng chung.

Một hàng hóa công cộng thuần túy có hai đặc tính: Thứ nhất, tính không cạnh tranh về phương diện tiêu dùng. Khi hàng hóa có tính chất này, lợi ích giữa những người tiêu dùng không cạnh tranh hay xung đột với nhau. Nếu một người đã sử dụng hay tiêu dùng hàng hóa thì sự kiện này không ảnh hưởng đến khả năng hay thực tế tiêu dùng hàng hóa của người khác. Ví dụ, ngọn hải đăng là một hàng hóa như vậy. Ở ngoài khơi, khi một con tàu biển nhìn vào ngọn hải đăng (tức sử dụng hay tiêu dùng

ngọn hải đăng) để xác định phương hướng, nó không làm ảnh hưởng đến khả năng sử dụng ngọn hải đăng này của các con tàu khác. Ta nói, ngọn hải đăng là hàng hóa có tính không cạnh tranh về mặt tiêu dùng. Thứ hai, tính không thể loại trừ về mặt tiêu dùng, tức người sở hữu hàng hóa, ngay cả khi muốn, cũng không có khả năng ngăn cản loại trừ một người nào đó sử dụng hay tiêu dùng hàng hóa. Hãy trở lại với ví dụ về ngọn hải đăng. Một khi nó đã được một ai đó lắp đặt trên biển, mọi con tàu khi đi vào vùng biển có ngọn hải đăng đều có khả năng sử dụng ánh sáng của nó, dù cho người sở hữu ngọn đèn muốn hay không muốn.

Do những đặc tính nói trên của hàng hóa công cộng mà việc cung cấp nó một cách có hiệu quả thông qua thị trường tư nhân có thể không thực hiện được. Chẳng hạn, khi hàng hóa có tính chất không thể loại trừ, vấn đề “kẻ ăn không” sẽ xuất hiện. Một khi mà người sở hữu hàng hóa không có khả năng ngăn cản người khác sử dụng hàng hóa, thì những kẻ “khôn ngoan” sẽ có xu hướng sử dụng “nhờ” hàng hóa của người khác mà không muốn trực tiếp trả tiền để mua sắm hàng hóa. Khi mọi người đều không muốn trả tiền để mua sắm hàng hóa, thị trường tư nhân sẽ không thể cung cấp được loại hàng hóa này, cho dù nó có quan trọng như thế nào đối với xã hội. Đây chính là một thất bại quan trọng của thị trường.

** Vấn đề thiếu hụt thông tin*

Như chúng ta đã biết, một trong những điều kiện để tồn tại thị trường cạnh tranh hoàn hảo là những người mua hay người bán phải có đủ thông tin về thị trường. Khi tham gia vào các giao dịch thị trường, họ phải có được những thông tin cần thiết về chất lượng hàng hóa, tính năng, tác dụng của nó, các điều kiện giao dịch hay mua bán, giá cả hàng hóa, những dịch vụ sau bán hàng kèm theo... Chỉ trong điều kiện đó, những người sản xuất hay tiêu dùng, người mua hay bán hàng hóa mới có khả năng ra quyết định chính xác, hiệu quả, phù hợp với tình hình thị trường.

Tuy nhiên, việc thu thập thông tin về thị trường không phải lúc nào cũng dễ dàng và không tốn kém. Sự thiếu hụt thông tin ở người sản xuất hay tiêu dùng hay cả cả hai là điều thường xảy ra. Giữa những người sản xuất và những người tiêu dùng thường tồn tại hiện tượng thông tin bất cân xứng – một bên nào đó có ít thông tin về thị trường hơn bên kia. Trong những trường hợp này, những người sản xuất hay tiêu dùng sẽ không đánh giá được chính xác chi phí và lợi ích liên quan đến hàng hóa mà họ tham gia trao đổi. Quyết định của họ, phù hợp với trạng thái thông tin mà họ có, sẽ trở nên không hiệu quả. Sản lượng cân bằng thị trường, vì thế, trở nên hoặc cao hơn hoặc thấp hơn sản lượng hiệu quả. Chẳng hạn, giả sử người tiêu dùng không đánh giá chính xác được chất lượng của một hàng hóa nào đó. (Với những loại hàng hóa như máy tính, ô tô, thuốc chữa bệnh, các dịch vụ y tế hay giáo dục... thật không dễ dàng gì khi đánh giá chất lượng của các hàng hóa trước khi thật sự tiêu dùng chúng). Nếu nhận định của họ về chất lượng hàng hóa cao hơn so với chất lượng thực tế của nó thì đường cầu của những người tiêu dùng về loại hàng hóa này trên thị trường sẽ cao hơn đường cầu phản ánh chất lượng thực của hàng hóa. Trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, giá cả và sản lượng cân bằng thị trường sẽ cao hơn giá cả và sản lượng hiệu quả. Nói cách khác, thị trường sẽ giao dịch ở mức không hiệu quả. Ở đây chính sự ngộ nhận về chất lượng hàng hóa khiến cho nó được sản xuất và tiêu dùng quá mức cần thiết. Ngược lại, khi người tiêu dùng không nhận biết và do đó bỏ qua một số đặc tính tốt của một loại hàng hóa nào đó (ví dụ hoa quả, rau xanh ...), họ có thể tiêu dùng nó dưới mức hiệu quả.

Sự thiếu hụt hay bất cân xứng về thông tin có thể làm cho các giao dịch thị trường không xảy ra được. Chẳng hạn, trên thị trường vốn, so với người cho vay, người đi vay dường như nắm giữ chính xác hơn những thông tin về dự án mà anh ta cần vay vốn. Anh ta thường biết rõ thực chất của việc đi vay vốn: nó thực sự xuất phát từ một ý tưởng kinh doanh táo bạo song nghiêm túc hay chỉ là một hành vi “lừa đảo” - người đi vay cần tiền để trang trải cho các nhu cầu khác nào đó nằm ngoài dự án. Không

đánh giá đúng giá trị của một ý tưởng hay một phát minh, không phân biệt được tính khả thi cao hay thấp, độ rủi ro nhiều hay ít của các dự án kinh doanh, một ngân hàng có thể từ chối việc cho vay vốn đối với người có ý tưởng hay phát minh tốt, có dự án kinh doanh khả thi, cho dù nếu thực sự được vay vốn, cả người đi vay lẫn cho vay đều có lợi.

** Vấn đề phân phối thu nhập*

Nguyên tắc phân phối thu nhập theo cơ chế thị trường: Trong nền kinh tế thị trường, thu nhập của mỗi người được hình thành từ nhiều hình thức khác nhau: tiền công, tiền lương từ việc cung ứng dịch vụ lao động; tiền thuê đất hay địa tô từ việc cho thuê đất; tiền thuê vốn có được từ việc cho thuê nhà xưởng, máy móc thiết bị; tiền lãi (khoản thanh toán lãi suất) thu được từ những khoản tiền cho vay hay gửi vào ngân hàng; tiền lãi cổ phần... Lợi nhuận mà một người chủ doanh nghiệp có thể thu được thường là biểu hiện hỗn hợp của các khoản thu nhập trên. Chẳng hạn, với tư cách là một cổ đông thuần túy, phần lợi nhuận của doanh nghiệp mà anh ta được chia chính là tiền lãi cổ phần. Nếu anh ta là người chủ duy nhất của doanh nghiệp, lợi nhuận doanh nghiệp chính là thu nhập của anh ta. Lợi nhuận này thực chất một phần là tiền thuê vốn (nhà máy, thiết bị...) mà với tư cách là người chủ sở hữu vốn anh ta được hưởng. Nếu mảnh đất mà trên đó doanh nghiệp xây dựng nhà máy... cũng thuộc sở hữu của người chủ, thì trong lợi nhuận của anh ta có một phần là tiền thuê đất. Hoạt động của anh ta với tư cách là người quản lý, điều hành doanh nghiệp đáng lẽ có thể đem lại cho anh ta một khoản thu nhập dưới dạng tiền lương. Nếu anh ta không tự trả lương cho mình, thì trong lợi nhuận (kế toán) mà anh ta kiếm được có một phần chính là tiền lương lao động của chính người chủ.

Do thu nhập được hình thành từ việc bán các yếu tố sản xuất nên thu nhập của một người cao hay thấp tùy thuộc vào: lượng các yếu tố sản xuất mà người này có thể cung ứng trên thị trường, cũng như mức giá thị trường của các yếu tố sản xuất đó. Nói chung giá các yếu tố sản xuất trên thị trường, như chúng ta đã biết, phụ thuộc vào mức độ khan hiếm tương

đối (trong tương quan giữa cung và cầu) của chúng trên thị trường. Một yếu tố sản xuất sẽ đắt (giá của một đơn vị yếu tố sản xuất sẽ cao) nếu nhu cầu về nó là rất cao so với khả năng cung ứng. Sở dĩ những cầu thủ bóng đá tài năng hay những diễn viên, ca sĩ “ngôi sao” thường nhận được mức lương rất cao vì nguồn cung lao động của những người tài năng đặc biệt như vậy là rất khan hiếm và hầu như không co giãn theo lương, trong khi đó, nhu cầu về loại lao động này lại rất cao do sản phẩm đầu ra của họ mang tính đại chúng, do đó, có một thị trường rộng lớn. Ngược lại, giá thuê một loại yếu tố sản xuất thường thấp nếu nguồn cung của nó rất dồi dào, hoặc nhu cầu thị trường về nó quá thấp. Vì lý do này mà thu nhập của những người lao động phổ thông thường thấp. Trong xã hội hiện đại, cầu về loại lao động này không cao trong khi chi phí đào tạo thấp, nguồn cung về loại lao động này lại rất lớn và có tính co giãn cao. Cần chú ý rằng, tính khan hiếm tương đối giữa cung và cầu mới thực sự quyết định giá cả một loại yếu tố sản xuất. Nếu nguồn cung về một yếu tố sản xuất là khan hiếm, song nhu cầu về nó cũng thấp, thì giá cả thị trường của nó cũng không cao.

Khía cạnh công bằng: Giá cả các yếu tố sản xuất hình thành trên nguyên tắc khan hiếm tương đối có thể là một cách để thị trường sử dụng các yếu tố sản xuất một cách có hiệu quả. Một yếu tố sản xuất ít khan hiếm cần có giá thấp nhằm khuyến khích xã hội sử dụng nó nhiều hơn. Ngược lại, một yếu tố sản xuất quá khan hiếm cần được xã hội sử dụng một cách tiết kiệm và việc định giá cao trên thị trường về loại yếu tố sản xuất này là một cách để thị trường định hướng điều đó. Tuy nhiên, cách thức hoạt động như vậy của thị trường yếu tố sản xuất có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng trong phân phối thu nhập. Nó không hề đảm bảo sự công bằng về thu nhập. Thậm chí theo nguyên tắc của thị trường, sự phân hóa giàu nghèo, hay sự chênh lệch về thu nhập giữa các tầng lớp dân cư là không tránh khỏi. Khi những người khác nhau sở hữu với những mức độ rất khác nhau về các nguồn lực, thu nhập của họ không thể giống nhau. Một người chỉ có nguồn lực lao động như nguồn tạo ra thu nhập duy nhất thường nghèo hơn rất nhiều so với một người có khả năng

lao động tương đương song lại sở hữu nhiều tài sản khác như cổ phiếu, đất đai, hay nhà máy. Ngay giữa những người chỉ có nguồn lực lao động là duy nhất thì chất lượng lao động mà họ sở hữu lại cũng có thể là rất khác nhau. Mức lương thị trường mà họ nhận được do đó cũng rất chênh lệch. Những người chỉ có khả năng làm những công việc giản đơn thường có thu nhập thấp hơn rất nhiều so với những người lao động có tay nghề cao, làm được các công việc phức tạp mà xã hội đang có nhu cầu cao.

Sự chênh lệch thu nhập hay phân hóa giàu nghèo giữa các bộ phận dân cư trong xã hội có thể trở thành vấn đề xã hội nghiêm trọng khi nó vượt quá một giới hạn nào đó. Một khi trong xã hội có quá nhiều người nghèo đói - những người có thu nhập quá thấp và bấp bênh, sống chật vật cả với việc thỏa mãn những nhu cầu tối thiểu (ăn, mặc, ở...) đồng thời của cải hay sản phẩm xã hội lại quá tập trung trong tay một số người giàu thì sự chênh lệch thu nhập, khoảng cách giàu nghèo trong xã hội đã trở nên sâu sắc. Hiện trạng như vậy chứa đựng mầm mống của những xung đột xã hội, tạo ra những bất ổn định về mặt xã hội. Vì thế, sự chênh lệch giàu nghèo hay sự bất công bằng về thu nhập được xem như là một khuyết tật của thị trường, đòi hỏi nhà nước phải can thiệp.

** Sự mất ổn định kinh tế vĩ mô*

Nền kinh tế thị trường, xét theo thời gian, vận động theo chu kỳ. Tổng sản lượng thực tế của nền kinh tế không tăng trưởng một cách đều đặn theo sự tích lũy các nguồn lực chung của nó mà lại có xu hướng biến động lúc cao, lúc thấp so với mức sản lượng tiềm năng. Vào thời kỳ phồn thịnh, nền kinh tế tăng trưởng nhanh, sản lượng đạt cao so với tiềm năng, công ăn việc làm dồi dào, do đó, tỷ lệ thất nghiệp hay tỷ lệ những người không có việc làm thấp. Trong trạng thái nền kinh tế tăng trưởng quá “nóng”, giá cả hàng hóa cũng thường tăng nhanh hay nói cách khác, tỷ lệ lạm phát lúc này thường cao. Sự phồn thịnh của nền kinh tế thường không duy trì được lâu. Dần dần nền kinh tế sẽ tăng trưởng chậm lại, Đến một lúc nào đó, trạng thái xuống dốc của nền kinh tế biểu lộ rõ rệt ở sự suy thoái. Sản lượng thực tế càng ngày càng thấp so với mức sản lượng

tiềm năng. Khi nền kinh tế tăng trưởng chậm hoặc không tăng trưởng, tỷ lệ thất nghiệp sẽ gia tăng. Nhiều nhà máy phải đóng cửa hay chỉ sản xuất cầm chừng. Không chỉ lao động mà các nguồn lực khác của nền kinh tế cũng không được sử dụng hết công suất. Trong bối cảnh đó, thu nhập của người dân bị giảm sút. Trên thị trường, hàng hóa bị đình đốn, khó tiêu thụ. Vì thế, giá cả hàng hóa thường hạ hoặc khó tăng: tỷ lệ lạm phát chung của nền kinh tế lúc này, trái ngược với thời kỳ phồn thịnh, thường thấp.

Khi nền kinh tế kéo dài thời kỳ suy thoái đến điểm “đáy” thấp nhất của nó (đôi khi người ta gọi giai đoạn trầm trọng nhất của thời kỳ suy thoái là giai đoạn khủng hoảng của nền kinh tế), dần dần sự suy thoái sẽ chậm lại, và nền kinh tế sẽ lại phục hồi. Khi dự trữ máy móc, thiết bị của nền kinh tế xuống thấp một mức nào đó, người ta lại buộc phải gia tăng đầu tư để phục hồi, thay thế những máy móc, thiết bị cũ đã bị hư hỏng. Theo đà đó và cùng với những xung lực khác, nền kinh tế dần dần lấy lại được đà tăng trưởng. Sản lượng thực tế tăng dần đuổi theo và vượt mức sản lượng tiềm năng. Cứ thế, nền kinh tế lại dần đạt được thời kỳ phồn thịnh mới, trước khi dần dần lại rơi vào một thời kỳ suy thoái mới... Chính vì cứ lặp đi, lặp lại kiểu biến động sản lượng như thế mà tính chu kỳ của nền kinh tế bộc lộ.

Sự vận động của nền kinh tế thị trường, xét trên góc độ vĩ mô, theo những chu kỳ như vậy tạo nên một sự mất ổn định vĩ mô. Sản lượng lên xuống thất thường mặc dù xét dài hạn, nó vẫn bộc lộ một xu hướng hay tiềm năng tăng trưởng nào đó. Nền kinh tế lúc phải gánh chịu tỷ lệ lạm phát cao, lúc lại rơi vào suy thoái với tỷ lệ thất nghiệp cao. Điều đó tạo ra sự bất bình và rủi ro đối với cuộc sống của nhiều người trong xã hội. Tính mất ổn định vĩ mô đó cũng là một trong những khiếm khuyết của thị trường, một khiếm khuyết mà tự bản thân nó không khắc phục được.

10.3. Vai trò kinh tế của nhà nước trong nền kinh tế thị trường

Chính những thất bại thị trường, những khiếm khuyết hay trục trặc của nó nói lên sự cần thiết của nhà nước. Nhà nước cần phải can thiệp vào các hoạt động của thị trường dưới các hình thức khác nhau, ở những mức độ khác nhau để làm cho nó vận hành tốt hơn, hiệu quả hơn. Đương nhiên, điều đó cũng giả định rằng nhà nước có năng lực hay biết cách can thiệp vào các hoạt động của nền kinh tế để sửa chữa các thất bại thị trường. Nói cách khác, các thất bại thị trường (theo nghĩa rộng bao gồm cả những khía cạnh khác ngoài khía cạnh hiệu quả) chính là các cơ sở khách quan lý giải sự cần thiết của hoạt động nhà nước trong nền kinh tế thị trường.

10.3.1. Mục tiêu (chức năng), công cụ

Mục tiêu tổng quát mà nhà nước theo đuổi trong việc can thiệp vào nền kinh tế thị trường là nhằm sửa chữa các thất bại thị trường để sao cho nó có thể hoạt động hiệu quả hơn, công bằng hơn, ổn định hơn.

Để thực hiện mục tiêu trên, nhà nước có thể sử dụng nhiều loại công cụ khác nhau. *Các dạng công cụ* chính mà thường sử dụng để can thiệp vào hoạt động của nền kinh tế nhằm sửa chữa các thất bại thị trường là :

* *Luật pháp*: Để nền kinh tế có thể vận hành một cách bình thường, nhà nước cần tạo ra một môi trường pháp lý nhất định trong đó các quy tắc ứng xử phù hợp với các nguyên tắc thị trường được thiết lập. Nền tảng của các quan hệ thị trường là quan hệ mua bán trên cơ sở tự nguyện. Vậy các hành vi có tính chất cưỡng bức, bạo lực giữa các cá nhân nhằm chiếm đoạt của cải hay hàng hóa của nhau là không thể chấp nhận được. Trong trường hợp này, hệ thống luật pháp cần bảo vệ quyền sở hữu cá nhân về các tài sản. Chỉ khi nhà nước đứng ra bảo hộ quyền sở hữu chính đáng, hợp pháp của các cá nhân về các tài sản, họ mới có động

lực kinh doanh, tích lũy tài sản để làm giàu cho mình và cho xã hội. Hay một ví dụ khác: để các cam kết giữa các cá nhân liên quan đến các giao dịch hàng hóa, (đặc biệt giữa người sản xuất với những người cung ứng đầu vào hay những người kinh doanh, bán buôn hàng hóa đầu ra)... có hiệu lực nhằm tạo ra các quan hệ kinh tế ổn định lâu dài giữa các chủ thể trong nền kinh tế, tạo nền tảng thuận lợi cho các hoạt động kinh doanh, nhà nước cần xây dựng luật hợp đồng kinh tế và bảo đảm cho nó được thực thi có hiệu lực. Khi có luật này, người ta không thể dễ dàng chối bỏ những nghĩa vụ mà mình đã cam kết với đối tác kinh doanh. Nhờ đó, các giao dịch lớn, dài hạn có thể thực hiện được.

Một khi hệ thống luật pháp đã tồn tại, nhà nước lại có thể sử dụng nó để tác động vào nền kinh tế nhằm sửa chữa một loại thất bại thị trường cụ thể nào đó. Chẳng hạn, khi nhà nước đưa ra những luật lệ nhằm cấm các hành vi săn bắn, vận chuyển, mua bán những động vật quý hiếm, cấm khai thác rừng một cách bừa bãi, cấm dùng mìn đánh cá trên sông, trên biển..., thì trong trường hợp này, nhà nước muốn tác động vào các hành vi thị trường do xuất hiện các ngoại ứng tiêu cực. Bằng việc cấm đoán nói trên, nhà nước muốn bảo vệ môi trường sinh thái chung cho xã hội trước sự xâm hại bởi những hành vi tư lợi, ích kỷ của các cá nhân.

* *Thuế khóa*: Thuế là những khoản thu bắt buộc mà nhà nước áp đặt đối với các tổ chức hoặc cá nhân trong xã hội theo những quy tắc nhất định. Khi phải nộp thuế, một doanh nghiệp hay một cá nhân phải gánh chịu thêm một khoản chi phí do những hành vi của mình. Ví dụ, khi chưa bị đánh thuế, tại một điểm sản lượng nào đó, chi phí để doanh nghiệp sản xuất thêm một bao thuốc lá giả sử là 5000 đồng. Nếu mỗi bao thuốc bị đánh một khoản thuế là 2000 đồng, thì chi phí để sản xuất thêm một bao thuốc nói trên tăng lên thành 7000 đồng. Phản ứng lại điều đó, người nộp thuế sẽ cân nhắc và điều chỉnh lại hành vi của mình. Họ có thể sẽ không sản xuất hàng hóa ở mức sản lượng như cũ. Họ cũng có thể không đi làm nhiều như trước đây khi thu nhập của họ bị đánh thuế với thuế suất quá cao. Khi hàng hóa nhập khẩu ít bị đánh thuế hoặc được giảm thuế so với trước, dòng hàng hóa từ nước ngoài sẽ dễ dàng xâm nhập vào thị trường

trong nước hơn. Những nhà nhập khẩu lẫn những nhà sản xuất hàng hóa cạnh tranh với hàng nhập khẩu ở trong nước đều sẽ phải thay đổi hành vi của mình trước sự thay đổi trong chính sách thuế của nhà nước.

Khi có thể điều chỉnh hành vi của người sản xuất hay tiêu dùng, về nguyên tắc, nhà nước có thể dùng thuế để sửa chữa một số thất bại thị trường thích hợp nào đó. Ví dụ, khi đánh thuế tài nguyên, nhà nước buộc những người sử dụng tài nguyên công cộng phải trả tiền khi khai thác nguồn lực chung. Nhờ đó, sự khai thác môi trường quá mức có thể được hạn chế. Về phương diện kinh tế vĩ mô, khi nền kinh tế rơi vào thời kỳ suy thoái, để kích thích nền kinh tế tăng trưởng trở lại, nhà nước có thể áp dụng chính sách tài khóa mở rộng, trong đó giảm thuế là một phương án bên cạnh việc gia tăng chi tiêu của chính phủ.

* *Chi tiêu của chính phủ*: Chính phủ có thể thực hiện các khoản chi tiêu của mình thông qua việc mua sắm hàng hóa, dịch vụ hay chi trợ cấp. Trong trường hợp thứ nhất, chi tiêu của chính phủ là một bộ phận trong tổng chi tiêu mua sắm hàng hóa hay dịch vụ của xã hội. Nó thường chiếm một tỷ trọng lớn, vì vậy, mọi sự thay đổi trong chính sách chi tiêu mua sắm của chính phủ đều có ảnh hưởng vĩ mô quan trọng. Chẳng hạn, khi cần kích thích nền kinh tế tăng trưởng cao hơn, chính phủ thường áp dụng chính sách kích cầu bằng cách tăng chi tiêu mua sắm hàng hóa, dịch vụ của chính phủ.

Tác động kinh tế vĩ mô không phải là tác động duy nhất của công cụ chi tiêu của chính phủ. Bằng các chính sách chi tiêu khác nhau, chính phủ có thể ảnh hưởng đến các kết cục trên các thị trường cụ thể. Ví dụ, chi tiêu của chính phủ chủ yếu được dùng vào việc cung cấp các hàng hóa công cộng như quốc phòng, hệ thống luật pháp, an ninh, trật tự xã hội, đê điều, đường xá, bầu không khí trong lành... Những thất bại thị trường trên các thị trường y tế, giáo dục cũng được nhà nước sửa chữa một phần thông qua việc chi tiêu vào hệ thống y tế hay giáo dục công cộng. Chính phủ cũng dành những nguồn lực nhất định để cung cấp thông tin hoặc

như một hàng hóa công cộng hoặc như một hành vi trợ giúp thị trường nhằm làm cho nó có thể hoạt động hiệu quả hơn.

Chi tiêu của chính phủ dưới dạng các khoản trợ cấp cho những người sản xuất hay tiêu dùng không trực tiếp là một bộ phận của tổng cầu (tổng chi tiêu) của xã hội. Tuy nhiên, sau khi được chuyển khoản từ ngân sách của nhà nước đến tay những người nhận trợ cấp, những khoản tiền này lại có thể đi vào vòng chu chuyển của nền kinh tế như là một khoản chi tiêu của các doanh nghiệp (nhà sản xuất) hay các hộ gia đình (người tiêu dùng). Điều quan trọng là có thể hiểu trợ cấp như một khoản thuế âm, do vậy nó có tác dụng điều chỉnh hành vi của người được nhận trợ cấp theo hướng ngược lại với thuế. Đây là cơ sở để nhà nước có thể sử dụng trợ cấp như một công cụ can thiệp vào nền kinh tế. Với những hàng hóa mà nhà nước cần khuyến khích sản xuất và tiêu dùng, với những hành vi tạo ra các ngoại ứng tích cực... thực sự những khoản trợ cấp của nhà nước có thể tạo ra những khuyến khích để thị trường cung cấp một sản lượng hàng hóa lớn hơn.

* *Các chính sách kinh tế vĩ mô khác*: Một loạt chính sách kinh tế vĩ mô khác ngoài thuế và chi tiêu của chính phủ cũng được nhà nước sử dụng như là các công cụ can thiệp vào nền kinh tế. Đó là các chính sách như chính sách tiền tệ, chính sách thu nhập hay chính sách kiểm soát lương, giá; chính sách tỷ giá hối đoái và chính sách xuất nhập khẩu... Đây trước hết là những chính sách kinh tế vĩ mô mà nhà nước thường sử dụng để thúc đẩy, duy trì sự tăng trưởng kinh tế dài hạn cũng như ổn định hóa nền kinh tế trong ngắn hạn. Cách thức nhà nước sử dụng các công cụ này như thế nào để can thiệp và điều tiết nền kinh tế sẽ được nghiên cứu chi tiết ở môn kinh tế học vĩ mô.

10.3.2. Sửa chữa, khắc phục các khuyết tật thị trường

* *Điều tiết độc quyền*: Khi độc quyền tồn tại, sản lượng thị trường thường thấp hơn sản lượng hiệu quả trong lúc mức giá lại thường bị ấn định cao (so với mức giá tương ứng trên thị trường cạnh tranh hoàn

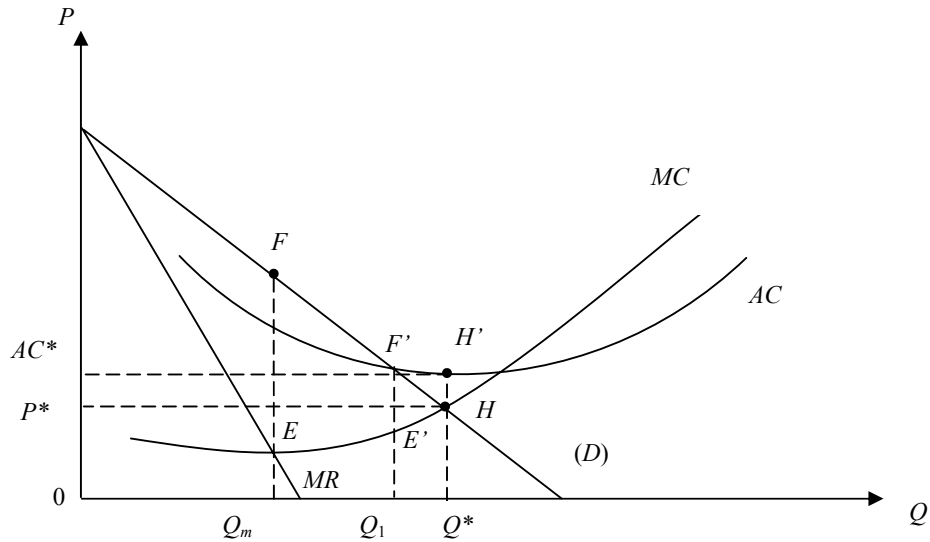
hảo). Vì vậy, để lấy lại hiệu quả do độc quyền làm tổn thất, nhà nước phải tìm cách để buộc nhà độc quyền phải tăng sản lượng đến mức sản lượng hiệu quả. Có nhiều cách để thực hiện mục tiêu này. Thứ nhất, bằng cách cấm đoán tư nhân kinh doanh trên một thị trường độc quyền thuần túy hoặc quốc hữu hóa các cơ sở sản xuất độc quyền tư nhân, nhà nước trực tiếp trở thành người sở hữu các doanh nghiệp độc quyền. Khi doanh nghiệp độc quyền là một doanh nghiệp nhà nước nó không được phép chỉ chạy theo mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Về lý thuyết, hoạt động của nó phải phục vụ mục tiêu tối đa hóa lợi ích ròng của xã hội, do đó, sản lượng mà nó (tức nhà nước) lựa chọn cũng phải là sản lượng hiệu quả. Bởi vậy, người ta cho rằng, quốc hữu hóa những cơ sở sản xuất độc quyền tư nhân là một giải pháp sửa chữa thất bại thị trường trong trường hợp độc quyền và nó từng được ưa chuộng một thời ở một số nước Tây Âu. Trên thực tế, độc quyền nhà nước cũng như độc quyền tư nhân đều chứa đựng những yếu tố gây mất hiệu quả. Do vị thế độc quyền, không hoạt động trong môi trường cạnh tranh, doanh nghiệp không chịu áp lực trực tiếp để buộc phải đổi mới hệ thống quản lý, đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, hạ thấp chi phí, và giá thành hàng hóa... Trì trệ, kém năng động, cửa quyền, chất lượng phục vụ kém... là những hệ quả mà người ta thường thấy ở các doanh nghiệp độc quyền, kể cả doanh nghiệp độc quyền nhà nước. Do thiếu vắng cạnh tranh, việc nhà nước buộc doanh nghiệp phải hoạt động ở mức sản lượng hiệu quả Pareto có thể không đạt được mục tiêu: Không có doanh nghiệp đối thủ để nhà nước so sánh chi phí, doanh nghiệp có thể cung cấp hàng hóa ở mức sản lượng mà nhà nước yêu cầu với phí tổn xã hội cao. Trong trường hợp thua lỗ, doanh nghiệp có thể buộc nhà nước phải trợ cấp, bù lỗ. Khi bị nhà nước khống chế giá, doanh nghiệp có thể đối phó bằng cách hạ thấp chất lượng sản phẩm... Nói chung, việc duy trì các doanh nghiệp công cộng trong các ngành độc quyền không đưa lại những hiệu quả mà xã hội mong muốn. Thứ hai, kiểm soát giá đối với các doanh nghiệp độc quyền là phương án thay thế mà nhà nước thường sử dụng để điều tiết độc quyền. Trong trường hợp này, doanh nghiệp độc quyền tư nhân vẫn được chấp nhận.

Tuy nhiên, nó không còn được tự do định giá mà trái lại, bị nhà nước kiểm soát giá: Quá trình định giá của doanh nghiệp bị nhà nước kiểm soát chặt chẽ và không chế theo những quy tắc phê duyệt giá nhất định.

Có hai phương pháp kiểm soát giá: 1) kiểm soát giá trên cơ sở chi phí biên ($P = MC$); 2) kiểm soát giá trên cơ sở chi phí trung bình ($P = AC$).

Khi áp dụng phương pháp kiểm soát giá trên cơ sở chi phí biên, doanh nghiệp buộc phải sản xuất ở mức sản lượng sao cho ở đơn vị sản phẩm cuối cùng, mức giá phải bằng chi phí biên. Theo quy tắc định giá đó, trong điều kiện sản lượng mà doanh nghiệp cung ứng ra vừa khớp với mức cầu trên thị trường để không có hiện tượng dư cung hay dư cầu, sản lượng của doanh nghiệp sẽ chính là sản lượng hiệu quả. Về mặt lý thuyết, mục tiêu của hoạt động điều tiết độc quyền đã đạt được.

Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, việc buộc doanh nghiệp phải định giá theo chi phí biên có thể làm cho nó thua lỗ. Đối với độc quyền tự nhiên, do chi phí cố định quá lớn mà phần nhiều doanh nghiệp hoạt động trong miền đường chi phí trung bình đang dốc xuống. Trong trường hợp này, do đường MC đang còn nằm dưới đường AC nên nếu định giá $P = MC$, sản lượng mà doanh nghiệp phải lựa chọn tuy là mức sản lượng tối ưu đối với xã hội song lại dẫn doanh nghiệp tới thua lỗ. Tại mức sản lượng này, $P < AC$, do đó $TR < TC$, doanh nghiệp chỉ có mức lợi nhuận kinh tế âm. Doanh nghiệp sẽ không chấp nhận hoạt động một cách dài hạn trong điều kiện như vậy và nó sẽ rút lui khỏi ngành. Muốn duy trì hoạt động của doanh nghiệp và giữ nó lại trong ngành, nhà nước phải trợ cấp để bù lỗ cho doanh nghiệp.



Hình 10.7: Kiểm soát giá đối với độc quyền tự nhiên. Khi không bị điều tiết, nhà độc quyền sẽ lựa chọn sản lượng Q_m cho phép nó tối đa hóa lợi nhuận. Tổng thất hiệu quả lúc này được biểu thị bằng diện tích tam giác EFH . Nếu định giá bằng chi phí biên, nhà độc quyền sẽ sản xuất ở mức hiệu quả Q^* . Tuy nhiên, tại Q^* , doanh nghiệp có thể bị thua lỗ, do mức giá P^* thấp hơn chi phí trung bình AC^* . Nếu bị kiểm soát giá trên cơ sở chi phí trung bình ($P = AC$), doanh nghiệp sẽ lựa chọn sản lượng Q_1 . Tổng thất hiệu quả vẫn còn (đo bằng diện tích tam giác $E'F'H$) song đã giảm đi nhiều..

Do những hạn hẹp về khả năng ngân sách, không phải lúc nào nhà nước cũng dễ dàng lựa chọn phương án trợ cấp cho doanh nghiệp. Một lựa chọn phổ biến hơn là: nhà nước kiểm soát giá để điều tiết hành vi và tác động vào sự lựa chọn sản lượng của doanh nghiệp, buộc nó phải hoạt động ở mức có hiệu quả hơn đối với xã hội, song sự kiểm soát này phải đảm bảo sao cho doanh nghiệp vẫn có động cơ ở lại trong ngành lâu dài. Như điểm cân bằng dài hạn trong ngành cạnh tranh hoàn hảo đã chỉ ra: doanh nghiệp có thể duy trì hoạt động của mình một cách dài hạn khi lợi nhuận kinh tế của nó bằng không ($= 0$). Vì thế, người ta đưa ra phương pháp kiểm soát giá trên cơ sở chi phí trung bình. Theo cách này, doanh nghiệp phải lựa chọn sản lượng sao cho tại đơn vị sản phẩm cuối cùng, mức giá P đúng bằng chi phí trung bình AC . Như ở trên hình 10.7, lúc

này doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng Q_1 thay cho mức sản lượng Q_m trước đây. Tại mức sản lượng Q_1 đó doanh nghiệp hòa vốn (lợi nhuận kinh tế bằng không). Tuy Q_1 chưa phải là mức sản lượng hiệu quả Pareto (tức Q^*), song so với mức sản lượng độc quyền trước khi bị điều tiết Q_m , mức sản lượng này lớn hơn rõ rệt. Nhờ đó, tổn thất hiệu quả giảm xuống một cách đáng kể. Trong trường hợp này, nhà nước không cần phải bù lỗ song vẫn giữ được doanh nghiệp ở lại ngành một cách lâu dài.

* *Xử lý ngoại ứng*: Khi ngoại ứng xuất hiện, sản lượng thị trường thường lớn hơn hay nhỏ hơn mức sản lượng hiệu quả và điều đó gây ra tổn thất hiệu quả. Can thiệp của nhà nước trong trường hợp này không phải nhằm xóa bỏ hoàn toàn hiện tượng gây ra ngoại ứng (ví dụ như xóa bỏ hoàn toàn việc gây ra ô nhiễm môi trường từ việc sản xuất hay tiêu dùng của các doanh nghiệp hay người tiêu dùng hầu như là điều không thể, trừ phi là xã hội phải dùng việc sản xuất hay tiêu dùng hoặc phải chấp nhận những phí tổn to lớn. Trong kinh tế học, người ta quan tâm đến mức ô nhiễm “tối ưu” hơn là mức ô nhiễm bằng không) mà là làm thế nào để quyết định của các bên có liên quan vẫn đem lại hiệu quả đứng trên quan điểm xã hội. Nói cách khác, chính sách xử lý ngoại ứng của nhà nước chỉ có hiệu quả khi nó được thiết kế sao cho các chi phí hay lợi ích xã hội vốn bị bỏ qua do sự xuất hiện của ngoại ứng lại được mọi người tính đến khi ra quyết định. Nếu làm được như vậy, thực chất không còn cái gọi “ngoại ứng”.

Vì hướng tác động đến hiệu quả của ngoại ứng tiêu cực và tích cực là khác nhau nên cách xử lý của nhà nước đối với chúng cũng cần phải khác nhau.

- Đối với ngoại ứng tiêu cực: hướng can thiệp tổng quát của nhà nước là làm cho sản lượng thị trường cắt giảm về sản lượng hiệu quả xã hội thông qua việc buộc những người (sản xuất hay tiêu dùng) gây thiệt hại có tính chất “ngoại ứng” (tức là loại thiệt hại mà người gánh chịu không được đền bù) cho người khác giờ đây phải chịu trách nhiệm và trả tiền bồi thường về những thiệt hại mà mình đã gây ra. Khi phải tự gánh

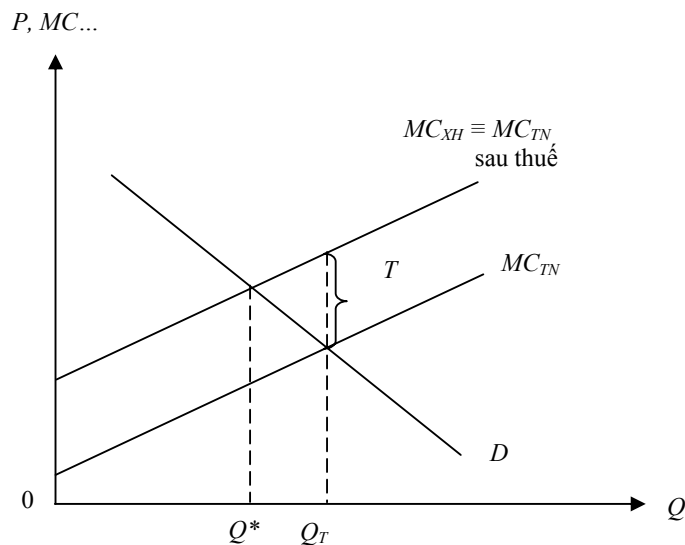
chịu các chi phí “ngoại ứng”, người sản xuất hay tiêu dùng sẽ phải cân nhắc để có các quyết định hợp lý. Hành vi của họ sẽ được điều chỉnh theo hướng cắt giảm sản lượng thị trường về mức hiệu quả xã hội. Để làm được như vậy nhà nước có thể sử dụng các công cụ hay cách thức cụ thể khác nhau như: thiết lập quy chế, luật lệ điều tiết ngoại ứng tiêu cực; thu thuế hay phí ngoại ứng tiêu cực; xác định các quyền sở hữu tài sản một cách rõ ràng...

Trong việc kiểm soát các hành vi gây ô nhiễm môi trường (một loại ngoại ứng tiêu cực điển hình và quan trọng nhất đối với xã hội), *quy chế hay luật lệ* của nhà nước đóng vai trò rất quan trọng. Chẳng hạn, nhà nước có thể đưa ra những quy định về bảo vệ môi trường bằng cách cấm đoán hoặc hạn chế những hoạt động xâm hại môi trường. Nhà nước có thể đề ra bộ tiêu chuẩn trong đó quy định mức ô nhiễm tối đa được phép đối với một hoạt động sản xuất nào đó. Khi doanh nghiệp vi phạm quy định này (sản xuất với mức gây ô nhiễm môi trường cao hơn mức được phép), nó sẽ bị trừng phạt (bị rút giấy phép kinh doanh, bị phạt tiền...). Với các quy chế kiểm soát ô nhiễm như vậy, doanh nghiệp buộc phải sử dụng những cách thức sản xuất, công nghệ sản xuất thích hợp, cho phép hoạt động sản xuất của nó đảm bảo được các tiêu chuẩn môi trường mà nhà nước quy định. So với khi không bị nhà nước điều tiết, giờ đây chi phí sản xuất chung của doanh nghiệp tăng lên (do phải bỏ ra khoản chi phí đầu tư để đổi mới công nghệ). Nhờ đó, sản lượng mà nó cung ứng và sản lượng chung trên thị trường sẽ giảm xuống.

Không phải lúc nào nhà nước cũng dễ dàng kiểm soát “đầu ra” của ô nhiễm (môi trường). Đo lường mức ô nhiễm môi trường thực sự mà các doanh nghiệp gây ra luôn là công việc khó khăn, tốn kém. Trong một số trường hợp, để tránh việc này, nhà nước thay vì kiểm soát “đầu ra” lại áp dụng phương thức kiểm soát “đầu vào”: ví dụ, nhà nước quy định các doanh nghiệp trong một ngành cụ thể nào đó phải sử dụng các công nghệ ít gây hại về môi trường có tính chất chuẩn mực nào đó. Chắc chắn việc đầu tư cho những công nghệ ít gây hại cho môi trường này cũng gây ra những phí tổn nhất định cho doanh nghiệp. Vì thế, về nguyên tắc, nó

cũng tác động đến hành vi của doanh nghiệp theo hướng tích cực đối với xã hội.

Đánh thuế ô nhiễm hay buộc doanh nghiệp phải *trả phí ô nhiễm* cũng là một hướng chính sách nhà nước có thể áp dụng để bảo vệ môi trường, đưa sản lượng thị trường về mức hiệu quả. Chẳng hạn, đường MC_{TN} là đường chi phí biên tư nhân của các doanh nghiệp. Do quá trình sản xuất của các doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường, nên nếu tính cả khoản chi phí này thì chi phí biên của xã hội MC_{XH} sẽ phải cao hơn MC_{TN} và do đó, đường MC_{XH} sẽ nằm cao hơn đường MC_{TN} . Khi chưa bị nhà nước điều tiết, sản lượng thị trường cân bằng ở mức Q_T , gắn với đường MC_{TN} . Khi nhà nước thu thuế (hay phí) ô nhiễm, những thiệt hại xã hội do ô nhiễm môi trường giờ đây trở thành một khoản chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra đền bù. Đường chi phí biên tư nhân sau thuế MC_{TN} sẽ trở thành đường chi phí biên xã hội MC_{XH} . Kết cục là sản lượng thị trường sau thuế sẽ là sản lượng hiệu quả xã hội Q^* , gắn liền với đường MC_{XH} .



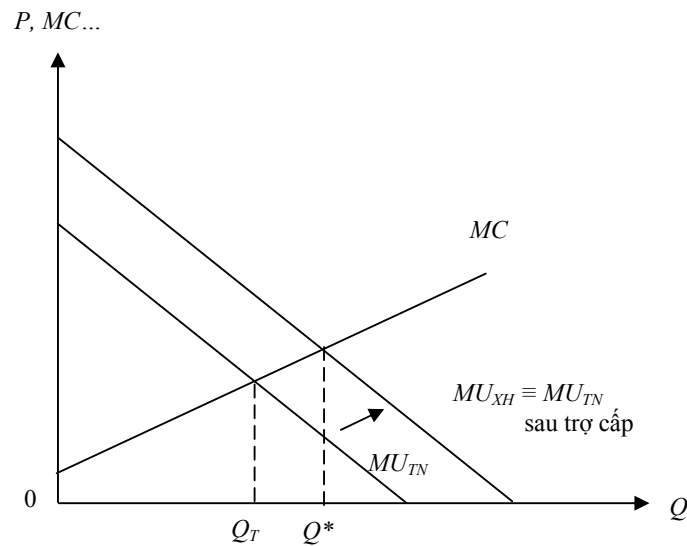
Hình 10.8: Đánh thuế ô nhiễm. Khi không bị điều tiết, sản lượng thị trường là Q_T . Khi đánh thuế vào mỗi đơn vị hàng hóa một mức thuế là T , đúng bằng mức chi phí ô nhiễm, MC_{TN} sau thuế sẽ bằng MC_{XH} . Sản lượng thị trường sẽ trở về sản lượng hiệu quả Q^* .

Trên thực tế, việc thiết kế mức thuế (hay phí) ô nhiễm chính xác là không dễ dàng. Vì thế, trong các trường hợp có thể, nhà nước thường áp dụng các giải pháp thay thế đơn giản hơn. Việc *xác lập một cách rõ ràng các quyền sở hữu về các tài sản*, nhất là đối với các nguồn lực chung, mỗi khi có thể thực hiện được là một ví dụ. Một bãi cỏ, một cánh rừng, một khu đất, một hồ nước thường bị người ta khai thác bừa bãi, sử dụng một cách không hiệu quả nếu chúng là sở hữu chung của cộng đồng. Ai cũng có xu hướng khai thác các tài sản trên để thu vén cho lợi ích riêng của mình, bất chấp điều đó làm tổn hại đến tài sản chung, lợi ích chung của cộng đồng. Đây cũng là một dạng thất bại thị trường liên quan đến ngoại ứng tiêu cực. Ngược lại, khi khu đất, hồ nước, cánh rừng trên trở thành tài sản của các cá nhân cụ thể, chúng sẽ được khai thác và sử dụng một cách hoàn toàn khác. Thất bại thị trường nói trên sẽ biến mất.

- *Đối với ngoại ứng tích cực*: Can thiệp của nhà nước trong trường hợp này là nhằm đưa sản lượng thị trường tăng lên theo hướng sản lượng hiệu quả xã hội. Trong trường hợp này, nhà nước buộc phải đưa ra những khuyến khích cần thiết để mọi người sẵn sàng sản xuất và tiêu dùng ở mức cao hơn. Công cụ chủ yếu được nhà nước sử dụng ở đây là *trợ cấp*.

Giả sử trên một thị trường nhất định, việc tiêu dùng hàng hóa của những cá nhân trực tiếp mua sắm hàng hóa đem lại ngoại ứng tích cực cho cả những người khác (những người không mua hàng hóa, không trực tiếp “sử dụng” hàng hóa song vẫn được hưởng lợi từ việc tiêu dùng của người khác). Trong trường hợp này, nếu MU_{TN} thể hiện độ thỏa dụng biên của các cá nhân trực tiếp mua hàng hóa, thì nó thấp hơn độ thỏa dụng biên xã hội MU_{XH} (MU_{XH} bao gồm cả độ thỏa dụng của những người trực tiếp mua hàng lẫn độ thỏa dụng của cả những người được “ăn theo”). Khi tham gia vào thị trường, những người mua hàng chỉ cân nhắc, mặc cả trên cơ sở MU_{TN} của chính mình, do đó, đường cầu thị trường chỉ phản ánh đường MU_{TN} . Sản lượng thị trường cân bằng ở mức Q_T , thấp hơn sản lượng hiệu quả xã hội Q^* (mức sản lượng gắn với đường cầu phản ánh đường MU_{XH}). Để đẩy sản lượng từ Q_T lên Q^* , nhà nước có thể trợ cấp cho những người tiêu dùng khi họ mua sắm hàng hóa nói trên chẳng hạn.

Khi có trợ cấp, lợi ích của mỗi cá nhân khi mua sắm hàng hóa, ngoài lợi ích thông thường trước đây, còn bao gồm lợi ích tiền bạc do được hưởng khoản trợ cấp. Đường MU_{TN} sau trợ cấp của họ được đẩy lên trên, hướng về đường MU_{XH} . Nhờ vậy, sản lượng thị trường sau khi có trợ cấp sẽ tăng lên, và trong trường hợp lý tưởng, mức trợ cấp được thiết kế chính xác để MU_{TN} sau trợ cấp trở thành MU_{XH} , sản lượng này sẽ trở thành sản lượng hiệu quả Q^* .



Hình 10.9: Trợ cấp và ngoại ứng tích cực. Khi việc tiêu dùng hàng hóa gây ra những ngoại ứng tích cực, MU_{TN} thấp hơn MU_{XH} . Sản lượng thị trường Q_T thấp hơn sản lượng hiệu quả Q^* . Để khuyến khích những người tiêu dùng mua nhiều hàng hóa hơn nhà nước cần trợ cấp cho người tiêu dùng. Sau trợ cấp, nhu cầu thị trường của những người tiêu dùng tăng lên và do đó, sản lượng thị trường cũng tăng lên.

* Cung cấp hàng hóa công cộng: Do hiện tượng “kẻ ăn không” trở thành phổ biến và thị trường tư nhân không thể cung cấp được những hàng hóa công cộng như quốc phòng, đê điều, an ninh trật tự xã hội, hệ thống luật pháp... thì việc nhà nước phải đứng ra trực tiếp cung cấp các hàng hóa này được coi là đương nhiên. Chỉ có trong trường hợp như vậy, xã hội mới có được những hàng hóa quan trọng, cần thiết. Những hàng hóa như đê điều, quốc phòng... không thể cung ứng được trong khuôn khổ các giao dịch tự nguyện tư nhân. Việc cung ứng chúng luôn gắn với nhà nước dưới các hình thức khác nhau. Bằng cách thu thuế để bù đắp các chi phí

cung ứng hàng hóa, nhà nước có thể cung cấp hàng hóa miễn phí cho dân chúng, do đó, không phải bận tâm về hiện tượng “kẻ ăn không”.

Đối với một số trường hợp khác, thị trường tư nhân có thể cung cấp được hàng hóa công cộng song thường lại cung cấp ở mức không hiệu quả. Như trường hợp cầu, đường lúc vắng người, việc thu lệ phí cầu, đường của phương thức cung cấp tư nhân làm cho mức tiêu dùng không thể đạt đến điểm hiệu quả (cầu đường không được sử dụng hết công suất mà nó có thể phục vụ xã hội). Để sửa chữa khuyết tật này của thị trường, nhà nước cũng phải đứng ra cung cấp hàng hóa thay cho thị trường. Việc nhà nước đảm nhiệm việc cung cấp hệ thống kết cấu hạ tầng của nền kinh tế chính là xuất phát từ lý do này.

Cần lưu ý rằng, việc nhà nước phải đứng ra cung cấp hàng hóa công cộng không đồng nghĩa với việc nhà nước đứng ra sản xuất trực tiếp các hàng hóa này. Trong nhiều trường hợp (ví dụ cung cấp cầu, đường), nhà nước chỉ là người bỏ tiền ra để mua sắm hàng hóa. Bằng cách đặt hàng cho khu vực tư nhân, nhà nước không cần phải trực tiếp sản xuất hàng hóa.

* *Cung cấp thông tin*: Có hai hướng để nhà nước khắc phục sự thiếu hụt thông tin trên thị trường: 1) cung cấp thông tin bổ sung cho thị trường; 2) đưa ra những quy chế về cung cấp thông tin để điều tiết các giao dịch trên thị trường tư nhân.

Việc nhà nước tổ chức thu thập hay sản xuất thông tin để cung cấp thông tin bổ sung cho thị trường thường liên quan đến những thông tin có thể sử dụng chung cho nhiều người. Thông tin ở đây cũng là một loại hàng hóa công cộng. Thông tin về dự báo thời tiết chẳng hạn là một loại thông tin quan trọng thường được nhà nước cung cấp miễn phí. Thông tin về tình hình kinh tế vĩ mô, về một thị trường xuất khẩu mới (ví dụ thị trường Hoa Kỳ), về chất lượng nhiều loại hàng hóa (ví dụ nhà nước đóng dấu chất lượng cho thực phẩm đã được kiểm dịch hay kiểm tra chất lượng)... cũng là những loại thông tin mà nhà nước hay cung cấp. Nhờ

những thông tin loại này, các giao dịch thị trường diễn ra dễ dàng hơn, hiệu quả hơn.

Sự thiếu hụt thông tin trên thị trường còn có thể khắc phục bằng cách nhà nước đề ra những quy chế về cung cấp thông tin cho những thị trường cụ thể nhất định. Không có những quy định cưỡng bức này, những nhà sản xuất tư nhân có thể không chịu bỏ ra những khoản chi phí lớn để hoàn thành nghĩa vụ cung cấp thông tin của mình. Việc nhà nước buộc mọi nhà sản xuất phải in nhãn, mác hàng hóa với những thông tin nhất định là một trong những quy định như vậy. Không phải ngẫu nhiên mà khi mua dược phẩm, người tiêu dùng thường nhận được những bản chỉ dẫn khá chi tiết về cách thức sử dụng sản phẩm. Khi tham gia vào việc niêm yết trên thị trường chứng khoán, công ty phải công bố các thông tin cơ bản về tình hình kinh doanh và trạng thái tài chính của doanh nghiệp. Những ứng xử trong việc cung cấp thông tin như thế đều liên quan đến những quy định của nhà nước.

* *Phân phối lại thu nhập*: Sự chênh lệch thu nhập quá mức giữa các tầng lớp dân cư tạo ra áp lực đòi hỏi nhà nước phải thực hiện sự phân phối lại thu nhập theo hướng lấy một phần thu nhập của người giàu chuyển sang cho người nghèo. Thuế thu nhập lũy tiến là một công cụ phân phối lại quan trọng được hầu hết các nước áp dụng. Trong hệ thống thuế này, những người có thu nhập thấp dưới một ngưỡng nào đó không bị đánh thuế; còn những người có thu nhập cao hơn sẽ bị đánh thuế với mức thuế suất biên tăng dần theo đà tăng của thu nhập. Với thuế lũy tiến, thu nhập càng cao thì tỷ lệ thuế phải nộp so với thu nhập càng cao.

Ngoài thuế lũy tiến, nhà nước cũng thường áp dụng hệ thống trợ cấp để hỗ trợ cho những người thu nhập thấp (những người nghèo, đồng con, ốm đau bệnh tật, già cả song không có nơi nương tựa...). Những chương trình chi tiêu công cộng như đầu tư vào hệ thống trường học công, bệnh viện công... cũng tạo cơ hội cho người nghèo có thể tiếp cận được những dịch vụ cơ bản đó, mặc dù họ không có tiền để thanh toán cho các dịch vụ này trên thị trường tư nhân.

Khó khăn đối với chính phủ khi triển khai các chương trình hay chính sách phân phối lại là: nếu lạm dụng, sự phân phối lại sẽ tạo ra những khuyến khích phi hiệu quả. Khi những người giàu bị đánh thuế quá cao, họ sẽ không có động lực để đưa các nguồn lực riêng của mình, kể cả kỹ năng quản lý của họ, vào vòng quay chung của nền kinh tế,

* *Ổn định hóa kinh tế vĩ mô*: là một chức năng kinh tế quan trọng của nhà nước. Khi sự mất ổn định của nền kinh tế bắt nguồn từ cách thức vận động theo chu kỳ của nó, nhiệm vụ của nhà nước là tìm cách làm phẳng hơn chu kỳ của nền kinh tế, làm cho biên độ của các dao động lên xuống về mặt sản lượng thu hẹp lại. Nói cách khác, nhà nước cần can thiệp sao cho sản lượng thực tế của nền kinh tế theo sát được mức sản lượng tiềm năng, xét về ngắn hạn, và mức tiềm năng này sẽ tăng lên với tốc độ cao, xét về dài hạn. Cơ sở lý thuyết cho việc phân tích các chính sách ổn định hóa kinh tế vĩ mô của nhà nước sẽ được nghiên cứu ở môn kinh tế học vĩ mô. Ở đây, chúng ta chỉ đề cập đến một vài điểm một cách sơ lược.

Khi nền kinh tế suy thoái, tổng sản lượng thực tế thấp, thất nghiệp ở mức cao, nhiều tiềm năng kinh tế không được lôi cuốn vào vòng quay kinh tế do tổng nhu cầu chi tiêu xã hội thấp. Mục tiêu ưu tiên về mặt vĩ mô lúc này của nhà nước thường là: kích thích kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng, hạ thấp tỷ lệ thất nghiệp. Để làm được điều đó, nhà nước thường tìm cách gia tăng tổng cầu bằng việc áp dụng hoặc chính sách tài khóa mở rộng (tăng các khoản chi tiêu của chính phủ hoặc giảm thuế, hoặc kết hợp cả hai), hoặc chính sách tiền tệ mở rộng (mở rộng cung tiền, hạ thấp lãi suất để kích thích các hoạt động đầu tư nói riêng và kích thích tổng cầu nói chung) hoặc áp dụng một hỗn hợp thích hợp hai loại chính sách này.

Ngược lại, khi nền kinh tế tăng trưởng quá nhanh (trong kinh tế học, người ta gọi là nền kinh tế “quá nóng”), lạm phát bùng nổ thì việc kiềm chế lạm phát, duy trì sự gia tăng cân đối trong các bộ phận khác nhau của tổng cầu trở nên quan trọng và thường trở thành mục tiêu ưu tiên. Chẳng hạn, để hạ thấp tỷ lệ lạm phát, cách thức phổ biến là nhà nước

thực hiện chính sách tiền tệ thắt chặt, theo đó sự gia tăng của mức cung tiền được kiểm soát chặt chẽ. Khi mức cung tiền giảm thì lãi suất có điều kiện tăng lên, đầu tư trở nên đắt đỏ hơn. Nhờ đó, các hoạt động chi tiêu đầu tư như xây dựng nhà máy, mua sắm máy móc, thiết bị, tăng dự trữ hàng hóa... bị kiềm chế. Đây là cách thức chủ yếu để nhà nước tác động vào tổng nhu cầu chi tiêu của xã hội, khiến cho nó giảm xuống hay tăng trưởng chậm lại. Kết cục có thể chờ đợi là: tỷ lệ lạm phát giảm, nền kinh tế tăng trưởng chậm lại song an toàn hơn.

Không phải trong mọi trường hợp nhà nước đều có khả năng sửa chữa thành công các thất bại thị trường. Để sửa chữa được các thất bại thị trường, nhà nước cũng cần nắm bắt được thông tin đầy đủ, huy động được những nguồn lực cần thiết và có đủ năng lực để hoạch định và triển khai có hiệu quả các chính sách và chương trình công cộng. Khi thiếu những điều đó, việc sửa chữa các thất bại thị trường như chúng ta vừa đề cập chỉ tồn tại như một khả năng.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. David Begg, Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch (1992). *Kinh tế học*. NXB Giáo dục và Trường Đại học Kinh tế quốc dân. Hà Nội.
2. Edgar. K. Browning, Mark A. Zupan (2002). *Microeconomics: Theory and Applications*. John Wiley & Sons, Inc.
3. Vũ Kim Dũng (chủ biên) (2006). *Giáo trình Nguyên lý kinh tế học vi mô*. NXB Thống kê. Hà Nội.
4. Jack Hirshleifer, Amihai Glazer (1996). *Lý thuyết giá cả và sự vận dụng*. NXB Khoa học và kỹ thuật.
5. N. Gregory Mankiw (2004). *Principles of Economics*. Thomson, South - Western.
6. David W. Pearce (Tổng biên tập) (1999). *Từ điển Kinh tế học hiện đại*. NXB Thống kê và Đại học Kinh tế quốc dân.
7. Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld (2001). *Microeconomics*. Prentice – Hall, Inc.
8. P.A.. Samuelson & W. D. Nordhaus (1997). *Kinh tế học*. NXB Chính trị Quốc gia. Hà Nội.