

TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHẠM VĂN ĐỒNG
KHOA KINH TẾ



BÀI GIẢNG

MÔN: KINH TẾ HỌC

(Dùng cho đào tạo Tín chỉ - Bậc Cao đẳng)

Người biên soạn: Th.S Nguyễn Thị Hồng Đào

Lưu hành nội bộ - Năm 2019

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: KINH TẾ VI MÔ VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP	3
1.1 Đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu kinh tế vi mô.....	3
1.2 Doanh nghiệp và những vấn đề kinh tế cơ bản của doanh nghiệp	6
1.3 Lý thuyết lựa chọn	7
1.4 Ảnh hưởng của qui luật khan hiếm, lợi suất giảm dần, chi phí cơ hội ngày càng tăng, hiệu quả kinh tế đến việc lựa chọn kinh tế tối ưu.....	10
CHƯƠNG 2: CUNG CẦU HÀNG HOÁ	14
2.1 Cầu hàng hóa.....	14
2.2 Cung hàng hóa	18
2.3 Cân bằng cung cầu.....	19
2.4 Sự co giãn của cầu.....	22
CHƯƠNG 3: LÝ THUYẾT NGƯỜI TIÊU DÙNG	28
3.1 Lý thuyết về hành vi người tiêu dùng	28
3.2. Lựa chọn tiêu dùng tối ưu	29
CHƯƠNG 4: LÝ THUYẾT VỀ DOANH NGHIỆP	35
4.1 Lý thuyết sản xuất.....	35
4.2 Lý thuyết chi phí sản xuất.....	40
CHƯƠNG 5: CẠNH TRANH VÀ ĐỘC QUYỀN.....	46
5.1. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo	46
5.2. Thị trường độc quyền hoàn toàn	49
5.3 Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo	52
CHƯƠNG 6: KHÁI QUÁT VỀ KINH TẾ VĨ MÔ	62
6.1. Một số khái niệm.....	62
6.2. Giới hạn khả năng sản xuất và ba vấn đề trung tâm	63
6.3. Nhược điểm của kinh tế thị trường và vai trò kinh tế của Chính phủ	67
6.4. Mục tiêu, công cụ điều tiết vĩ mô	67
CHƯƠNG 7: ĐO LƯỜNG SẢN LƯỢNG QUỐC GIA	72

7.1. Đo lường mức sản xuất một quốc gia.....	72
7.2. Chỉ tiêu GDP và GNP	73
7.3. Tính GDP danh nghĩa theo giá thị trường	75
7.4. Tính GNP danh nghĩa theo giá thị trường	79
CHƯƠNG 8: TỔNG CUNG, TỔNG CẦU VÀ CHÍNH SÁCH TÀI KHÓA.	84
8.1. Tổng cầu và sản lượng cân bằng	84
8.2. Tổng cung và thị trường lao động	98
8.3. Mối quan hệ giữa tổng cung - tổng cầu và quá trình tự điều chỉnh của nền kinh tế.....	106
8.4. Chính sách tài khóa	108
CHƯƠNG 9: TIỀN TỆ VÀ CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ	117
9.1. Chức năng tiền tệ	117
9.2. Mức cung tiền và vai trò kiểm soát tiền tệ của ngân hàng Trung ương	118
9.3. Mức cầu tiền	125
9.4. Tiền tệ, lãi suất và tổng cầu.....	127
9.5. Chính sách tài khóa, tiền tệ và sự phối hợp hai chính sách này	133
CHƯƠNG 10: LẠM PHÁT VÀ THẤT NGHIỆP.....	139
10.1. Lạm phát.....	139
10.2. Thất nghiệp.....	144
10.3. Mối quan hệ giữa lạm phát và thất nghiệp.....	149
Tài liệu tham khảo	155

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

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

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

1.1.1.1 Kinh tế học

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

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

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

1.1.1.2 Kinh tế vĩ mô

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

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

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

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

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

1.1.1.3 Kinh tế vi mô

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

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

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

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

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

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

1.1.2 Đối tượng và nội dung của kinh tế vi mô

1.1.2.1 Đối tượng

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

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

1.1.2.2 Nội dung

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.1.3. Phương pháp nghiên cứu vi mô

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

- Phương pháp mô hình hoá

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

- Phương pháp so sánh tĩnh

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

- Quan hệ nhân quả

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

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

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

1.2.1 Doanh nghiệp

1.2.1.1 Khái niệm

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

1.2.1.2 Mục tiêu của doanh nghiệp

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

1.2.1.3 Quá trình kinh doanh của doanh nghiệp

- Đối với các doanh nghiệp sản xuất bao gồm các giai đoạn sau:
 - + Nghiên cứu nhu cầu thị trường về hàng hoá, dịch vụ để lựa chọn và quyết định sản xuất cái gì.
 - + Chuẩn bị đồng bộ các yếu tố đầu vào để thực hiện quyết định sản xuất như: lao động, đất đai, thiết bị máy móc, vật tư, công nghệ...
 - + Tổ chức tốt quá trình kết hợp chặt chẽ, khéo léo các yếu tố đầu vào để tạo ra hàng hoá, dịch vụ.
 - + Tổ chức tốt quá trình tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ và thu tiền về.
- Đối với các doanh nghiệp thương mại - dịch vụ bao gồm các giai đoạn sau:
 - + Nghiên cứu nhu cầu thị trường về hàng hóa, dịch vụ để lựa chọn và quyết định lượng hàng hóa cần mua để bán cho khách hàng.
 - + Tổ chức việc mua các hàng hóa, dịch vụ theo nhu cầu thị trường.
 - + Tổ chức việc bao gói, chế biến để chuẩn bị bán ra.
 - + Tổ chức việc bán hàng hóa và thu tiền về.

1.2.1.4 Chu kỳ kinh doanh của doanh nghiệp

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

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

- Thời gian nghiên cứu nhu cầu thị trường để quyết định sản xuất cái gì?
- Thời gian chuẩn bị các yếu tố đầu vào, mua hàng hoá, dịch vụ nào để chuẩn bị quá trình sản xuất kinh doanh.
- Thời gian tổ chức quá trình sản xuất hoặc bao gói, chế biến
- Thời gian tổ chức quá trình tiêu thụ hàng hoá

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

1.2.2 Những vấn đề cơ bản của doanh nghiệp

1.2.2.1 Sản xuất cái gì?

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

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

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

1.2.2.2 Sản xuất như thế nào?

Phải lựa chọn và quyết định:

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

1.2.2.3 Sản xuất cho ai?

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

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

1.3 Lý thuyết lựa chọn

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

- Định nghĩa

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

- Tại sao phải lựa chọn?

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

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

- Mục đích của lựa chọn

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

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

- ***Căn cứ để lựa chọn***

Chủ yếu dựa vào chi phí cơ hội

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

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

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

1.3.2. Phương pháp lựa chọn tối ưu

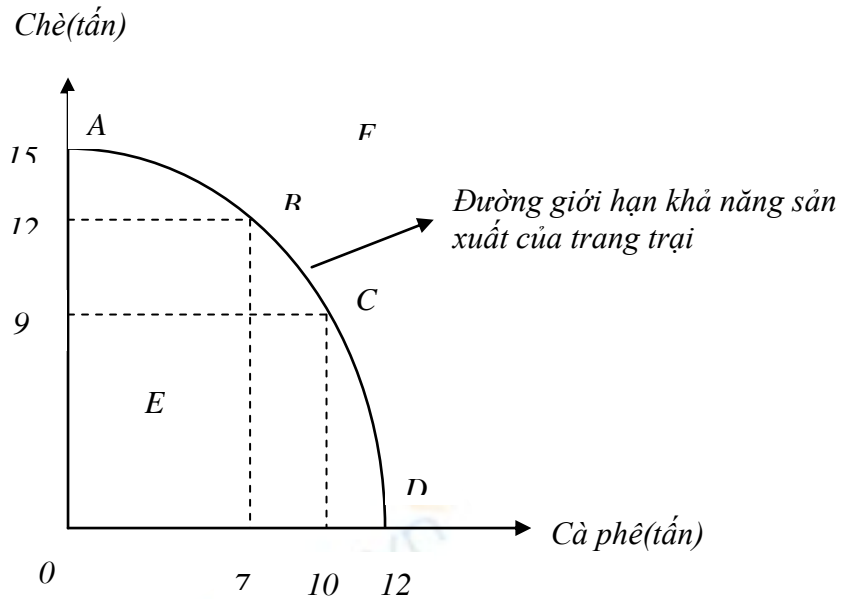
Có thể dựa vào đường giới hạn khả năng sản xuất.

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

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

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

Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất.



Hình 1.1: Đường giới hạn khả năng sản xuất

Nhận xét:

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

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

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

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

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

+ Từ A => B:

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

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

+ Từ B => C:

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

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

+ Từ C => D:

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

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

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

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

1.4.1 Ảnh hưởng của qui luật khan hiếm

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

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

1.4.2 Ảnh hưởng của qui luật lợi suất giảm dần

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

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

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

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

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

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

1.4.4 Ảnh hưởng của hiệu quả kinh tế

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

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

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

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

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

Tailieu.vn

PHẦN ÔN TẬP

CÂU HỎI ĐÚNG SAI:

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

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

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

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

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

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

BÀI TẬP

Bài 1.1

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

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

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

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

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

Bài 1.2

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

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

- Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất của nền kinh tế.
- Hãy tính chi phí cơ hội và minh họa trên đồ thị của việc sản xuất một trăm đĩa nhạc mỗi tuần.
- Có phải tất cả các khả năng trên đều có hiệu quả kinh tế như nhau không. Vì sao?
- Điều gì sẽ xảy ra nếu các nguồn lực sử dụng trong sản xuất được bổ sung thêm. Hãy minh họa trên đồ thị

CHƯƠNG 2: CUNG CẦU HÀNG HOÁ

2.1 Cầu hàng hóa

2.1.1 Khái niệm cầu

- Lượng cầu: Là số lượng hàng hoá, dịch vụ mà người mua có khả năng mua và sẵn sàng mua ở mức giá đã cho trong một khoảng thời gian nhất định.

- Cầu hàng hoá là toàn bộ mối quan hệ giữa lượng cầu và giá trong một khoảng thời gian nhất định.

- Phân biệt giữa nhu cầu và cầu:

+ Nhu cầu: Là những mong muốn, nguyện vọng vô hạn của con người.

☞ Cầu là nhu cầu có khả năng thanh toán.

2.1.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu

Gồm các yếu tố cơ bản sau:

- **Giá của hàng hóa đó (P):** có quan hệ tỷ lệ nghịch với lượng cầu

- **Thu nhập được sử dụng của người tiêu dùng (Y)**

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

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

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

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

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

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

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

Ví dụ: P thịt tăng $\Rightarrow$ Q thịt giảm $\Rightarrow$ Q cá tăng

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

Ví dụ: P xăng tăng $\Rightarrow$ Q xe máy giảm.

- **Dân số (N)**

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

- Thị hiếu của người tiêu dùng (T)

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

- Kỳ vọng (E)

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

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

2.1.3. Hàm số cầu

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

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

Trong đó:

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

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

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

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

N : Dân số

T : Thị hiếu của người tiêu dùng

E : Các kỳ vọng

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

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

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

2.1.4 Biểu cầu

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

Ví dụ:

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

2.1.5 Đường cầu

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

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

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

2.1.6 Luật cầu

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

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

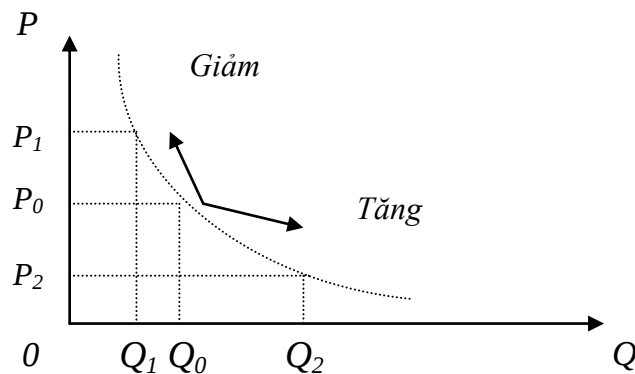
- Ảnh hưởng thay thế: Khi giá cao, người tiêu dùng sẽ chuyển sang sử dụng hàng hoá thay thế.

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

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

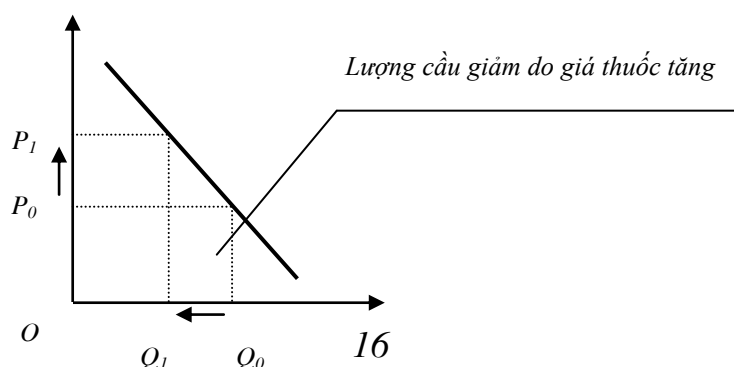
2.1.7.1 Sự vận động dọc theo đường cầu

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



Hình 2.1: Sự vận động dọc theo đường cầu

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

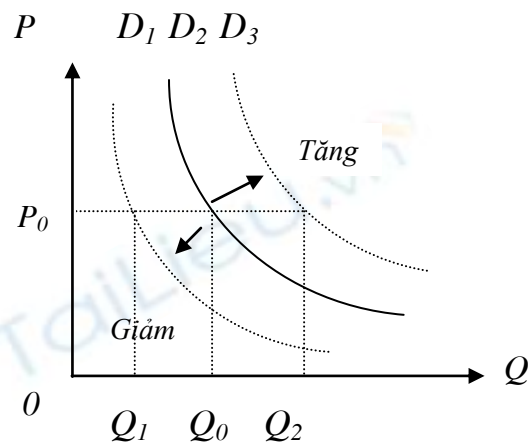


2.1.7.2 Sự dịch chuyển của đường cầu

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

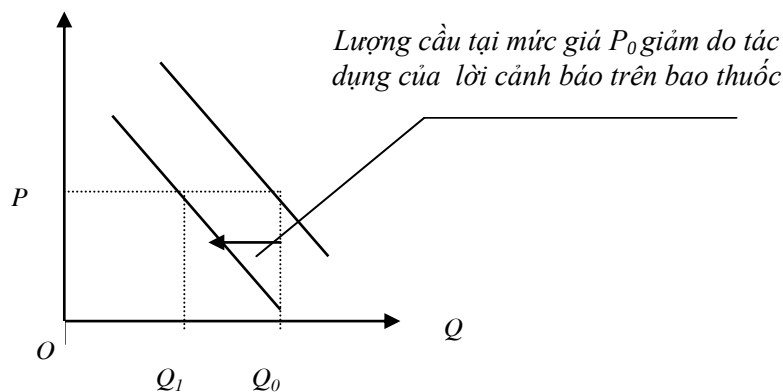
Nói cách khác, bất kỳ sự thay đổi nào làm tăng lượng hàng mà người mua muốn mua tại mọi mức giá nhất định cũng làm dịch chuyển đường cầu sang phải và ngược lại.

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



Hình 2.2: Sự dịch chuyển của đường cầu

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



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

2.2 Cung hàng hóa

2.2.1 Khái niệm cung

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

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

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

2.2.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến cung

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

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

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

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

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

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

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

2.2.3 Hàm số cung

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

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

Trong đó:

- $P_{x,t}$: Lượng cung đối với hàng hoá x trong thời gian t
- T : Công nghệ
- P_i : Giá của các yếu tố đầu vào
- T_a : Thuế
- N_s : Số người sản xuất

2.2.4 Biểu cung

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

2.2.5 Đường cung

Là đồ thị miêu tả biểu cung.

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

2.2.6 Luật cung

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

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

2.2.7.1 Sự vận động dọc theo đường cung

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

2.2.7.2 Sự dịch chuyển của đường cung

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

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

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

2.3 Cân bằng cung cầu

2.3.1 Trạng thái cân bằng cung cầu

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

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

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

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