

LỜI GIỚI THIỆU

Đối với những bạn đang theo học các ngành Kinh tế, Tài chính, Kế toán, Ngân hàng, Bán hàng, Marketing ... Kinh tế vi mô là nguồn kiến thức rất cần thiết và nhà tuyển dụng luôn đánh giá cao những ai am hiểu về lĩnh vực này. Hiểu biết về kinh tế vi mô giúp doanh nghiệp nắm bắt được quy luật của nền kinh tế, ứng phó nhạy bén đối với những thay đổi về chính sách, biến động của thị trường ... Nhằm giúp doanh nghiệp vượt qua khó khăn, nắm bắt cơ hội để phát triển kinh doanh.

Trong quá trình biên soạn không tránh khỏi những khiếm khuyết, rất mong được sự góp ý của học sinh và sự chỉ giáo của người đọc.

Xin trân trọng giới thiệu cùng các học sinh và bạn đọc.

Nhóm tác giả

Tailieu.vn

MỤC LỤC

TaiLieu.vn

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ KINH TẾ HỌC

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm, phân loại, phương pháp nghiên cứu kinh tế học và lý thuyết lựa chọn kinh tế tối ưu.
- Thực hiện được các bài tập tình huống, phân biệt chính xác kinh tế vi mô và vĩ mô.
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình nghiên cứu, học tập.

Nội dung:

1.1. Nền kinh tế

1.1.1. Các chủ thể nền kinh tế

Chủ thể của luật kinh tế bao gồm các tổ chức, cá nhân có đủ điều kiện để tham gia vào những quan hệ do luật kinh tế điều chỉnh.

1- Điều kiện để trở thành chủ thể của luật kinh tế

+ Phải được thành lập một cách hợp pháp.

Những cơ quan, tổ chức được coi là thành lập hợp pháp khi chúng được cơ quan nhà nước có thẩm quyền ra quyết định thành lập hoặc cho phép thành lập hoặc tuân thủ các thủ tục do luật định ra được tổ chức dưới những hình thức nhất định với chức năng, nhiệm vụ và phạm vi hoạt động rõ ràng theo các quy định của pháp luật.

+ Phải có tài sản riêng.

Một tổ chức được coi là có tài sản riêng khi:

- Tổ chức đó có một khối lượng tài sản nhất định phân biệt với tài sản của cơ quan cấp trên hoặc của các tổ chức khác
- Có khối lượng quyền năng nhất định để chi phối khối lượng tài sản đó và phải tự chịu trách nhiệm độc lập bằng chính tài sản đó

+ Phải có thẩm quyền kinh tế

Thẩm quyền kinh tế là tổng hợp các quyền và nghĩa vụ về kinh tế được pháp luật ghi nhận hoặc công nhận. Thẩm quyền kinh tế của một chủ thể luật kinh tế luôn phải tương ứng với chức năng nhiệm vụ và lĩnh vực hoạt động của nó. Như vậy có thể thấy thẩm quyền kinh tế là giới hạn pháp lý mà trong đó các chủ thể luật kinh tế được hành động hoặc phải hành động hoặc không được phép hành động. Thẩm quyền kinh tế trở thành cơ sở pháp lý để các chủ thể luật kinh tế thực hiện các hành vi pháp lý nhằm tạo ra các quyền và nghĩa vụ cụ thể cho mình.

2- Các loại chủ thể của luật kinh tế

– Nếu căn cứ vào chức năng hoạt động của chủ thể luật kinh tế gồm:

+ Cơ quan có chức năng quản lý kinh tế: Đây là những cơ quan nhà nước trực tiếp thực hiện chức năng quản lý kinh tế, gồm cơ quan quản lý có thẩm quyền chung, cơ quan quản lý có thẩm quyền riêng.

+ Các đơn vị có chức năng sản xuất kinh doanh trong đó gồm các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế và cả cá nhân được phép kinh doanh, nhưng chủ yếu là các doanh nghiệp

– Nếu căn cứ vào vị trí, vai trò và mức độ tham gia vào các quan hệ luật kinh tế thì có các chủ thể sau:

+ Chủ thể chủ yếu và thường xuyên của luật kinh tế. Đó là các doanh nghiệp bởi vì trong nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần theo cơ chế thị trường của nước ta, các doanh nghiệp được thành lập với mục đích chủ yếu là tiến hành các hoạt động kinh doanh. Sự tồn tại của chúng gắn liền với hoạt động kinh doanh, vì thế chúng thường xuyên tham gia vào các quan hệ kinh tế. Tức là sự tham gia vào các quan hệ kinh tế của các doanh nghiệp thể hiện tính phổ biến, tính liên tục và phạm vi rộng rãi.

+ Chủ thể không thường xuyên của luật kinh tế. Đó là những cơ quan hành chính sự nghiệp như trường học, bệnh viện, viện nghiên cứu và các tổ chức xã hội trong quá trình hoạt động cũng ký kết hợp đồng kinh tế để phục vụ cho hoạt động chính của đơn vị. Sự tham gia vào các quan hệ do luật kinh tế điều chỉnh của các tổ chức này là không thường xuyên liên tục do đó chúng không phải là chủ thể, thường xuyên chủ yếu của luật kinh tế.

1.1.2. Các yếu tố sản xuất

Lao động: Bao gồm tất cả những người làm việc trong doanh nghiệp (còn được gọi là nguồn nhân lực) từ giám đốc đến quản đốc, nhân công đến nhân viên văn phòng, công nhân trong dây chuyền lắp ráp, người bán hàng ...

Tiền vốn: Là tất cả tiền của cho hoạt động tài chính của một doanh nghiệp. Những tiền của này có thể là vốn đầu tư của chính chủ doanh nghiệp, các cổ đông, của các thành viên, là tiền vay ngân hàng hay lợi nhuận kinh doanh được giữ lại. Chúng được sử dụng để mua nguyên liệu, trả lương công nhân, lắp đặt máy móc, thiết bị mới hay xây dựng nhà xưởng, mở rộng nhà máy.

Nguyên liệu: Có thể thuộc dạng tự nhiên như đất đai, nước hay khoáng chất để tuyển chọn. Trong công nghiệp nguyên liệu bao gồm nguyên liệu thô, linh kiện rời hay bán thành phẩm, sử dụng trực tiếp trong quá trình sản xuất.

Đội ngũ các nhà kinh doanh: Là những người chấp nhận rủi ro tham gia vào hoạt động kinh doanh. Nhà kinh doanh có thể tự quản lý doanh nghiệp của họ hoặc đối với các tổ chức kinh doanh lớn giới chủ có thể thuê mướn một đội ngũ các nhà quản trị chuyên nghiệp thay mặt họ điều hành doanh nghiệp.

Nhà kinh doanh là những người tạo lập doanh nghiệp, làm chủ sở hữu và quản lý doanh nghiệp. Đó là những người có sáng tạo, linh hoạt, dám chấp nhận những mạo hiểm rủi ro trong kinh doanh, chính họ là những người tạo nên sức sống của doanh nghiệp, tạo nên sự sôi động của cuộc sống cạnh tranh trên thị trường.

Trong nền kinh tế thị trường, vai trò kinh doanh biểu hiện trước hết trong việc chuyển dịch các yếu tố kinh doanh: đất đai, lao động, vốn, kỹ thuật, thông tin...

Nhà kinh doanh phải là những người có khả năng hoạt động theo nhiều chức năng khác nhau. Khi bước vào lĩnh vực kinh doanh họ có quyết tâm để theo đuổi những mục tiêu đã xác định: tìm kiếm lợi nhuận, được tự chủ trong hành động, được thỏa mãn trong cuộc sống v.v....

Những nhà doanh nghiệp thành công chỉ chấp nhận những rủi ro được tính toán của việc thu lợi nhuận hoặc lỗ lã trong việc thực hiện những hoạt động kinh doanh trong một thị trường mà họ đã phát hiện ra một ý niệm về những nhu cầu.

1.1.3. Ba vấn đề kinh tế cơ bản

Để hiểu được sự vận hành của nền kinh tế, chúng ta phải nhận thức được những vấn đề cơ bản mà bất kỳ nền kinh tế nào cũng phải giải quyết. Đó là:

- Sản xuất cái gì?
- Sản xuất như thế nào?
- Sản xuất cho ai?

Quyết định sản xuất cái gì?

Bao gồm việc giải quyết một số vấn đề cụ thể như: sản xuất hàng hóa, dịch vụ nào, số lượng bao nhiêu và thời gian cụ thể nào.

Để giải quyết tốt vấn đề này, các doanh nghiệp phải làm tốt công tác điều tra nhu cầu của thị trường. Từ nhu cầu vô cùng phong phú và đa dạng, các doanh nghiệp phải xác định được các nhu cầu có khả năng thanh toán để xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh. Sự tương tác của cung và cầu, cạnh tranh trên thị trường sẽ hình thành nên giá của hàng hóa và dịch vụ, là tín hiệu tốt cho việc phân bổ các nguồn lực xã hội.

Quyết định sản xuất như thế nào?

Bao gồm các vấn đề:

- Lựa chọn công nghệ sản xuất nào.
- Lựa chọn các yếu tố đầu vào nào.
- Lựa chọn phương pháp sản xuất nào.

Các doanh nghiệp phải luôn quan tâm để sản xuất ra hàng hóa nhanh, có chi phí thấp để cạnh tranh thắng lợi trên thị trường. Các biện pháp cơ bản các doanh nghiệp áp dụng là thường xuyên đổi mới kỹ thuật và công nghệ, nâng cao trình độ công nhân và lao động quản lý nhằm tăng hàm lượng chất xám trong hàng hóa và dịch vụ.

Quyết định sản xuất cho ai?

Bao gồm việc xác định rõ ai sẽ được hưởng và được lợi từ những hàng hóa và dịch vụ được sản xuất ra. Trong nền kinh tế thị trường, thu nhập và giá cả xác định ai sẽ nhận hàng hóa và dịch vụ cung cấp. Điều này được xác định thông qua tương tác giữa người mua và bán trên thị trường sản phẩm và thị trường nguồn lực.

Thu nhập chính là nguồn tạo ra năng lực mua bán của các cá nhân và phân phối thu nhập được xác định thông qua tiền lương, tiền lãi, tiền cho thuê và lợi nhuận trên thị trường nguồn lực sản xuất. Trong nền kinh tế thị trường, những ai có nguồn tài nguyên, lao động, vốn và kỹ năng quản lý cao hơn sẽ nhận thu nhập cao hơn. Với thu nhập này, các cá nhân đưa ra quyết định loại và số lượng sản phẩm sẽ mua trên thị trường sản phẩm và giá cả định hướng cách thức phân bổ nguồn lực cho những ai mong muốn trả với mức giá thị trường.

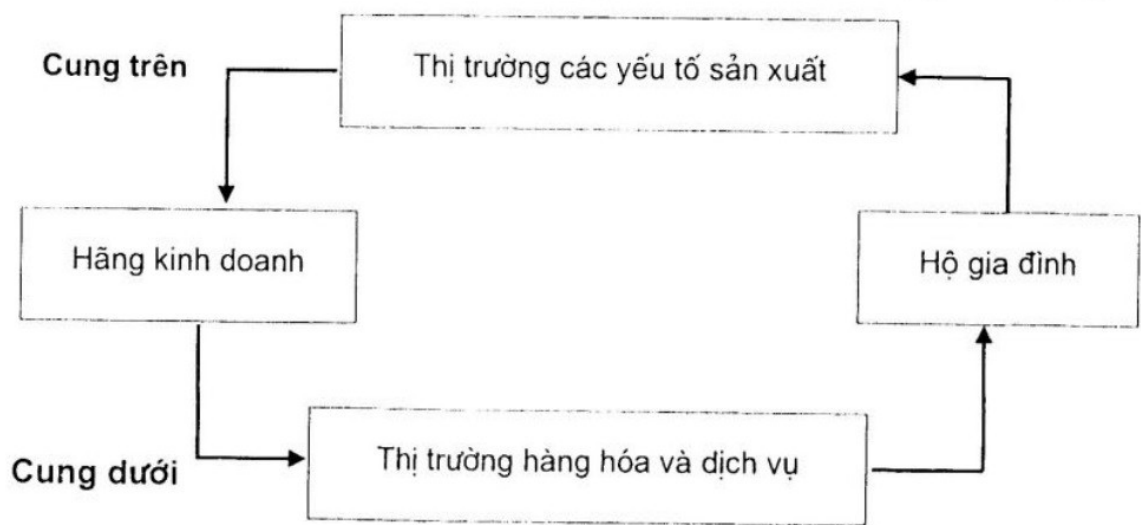
1.1.4. Các mô hình kinh tế

Mô hình kinh tế truyền thống

Đây là mô hình kinh tế tự nhiên đã xuất hiện từ thời kỳ công xã nguyên thủy ở đó việc sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai là hoàn toàn theo tập quán được truyền lại từ trước. Kinh tế kiểu tự cấp, tự túc khác đều là những biểu hiện của mô hình kinh tế tự nhiên. Và ngày nay có những nơi vẫn còn tồn tại mô hình này. Trong mô hình kinh tế tự nhiên, chỉ có một tác nhân duy nhất đóng hai vai trò: vừa là người sản xuất, vừa là người tiêu dùng.

Mô hình kinh tế thị trường tự do

Được hình thành và phát triển ở hầu khắp các nước tư bản chủ nghĩa, từng được xem là một phát minh vĩ đại trong tổ chức sản xuất của xã hội loài người. Trong nền kinh tế này, thị trường tự do quyết định tất cả. Mệnh lệnh cho các chủ thể kinh tế là giá cả trên thị trường. Các quyết định về vấn đề sản xuất cái gì, bao nhiêu, phân phối như thế nào đều được thực hiện thông qua thị trường. Ví dụ: thị trường ra “mệnh lệnh” để sản xuất quần áo, lương thực, xe máy... với số lượng nhiều hay ít. Cũng chính thị trường ra lệnh cho người sản xuất loại bỏ bớt lao động và thay thế bằng máy móc để sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Còn trong lĩnh vực phân phối, thị trường đặt ra nguyên tắc phân phối qua thu nhập bằng tiền và giá cả. Thị trường giải quyết ba vấn đề kinh tế lớn thông qua cơ chế giá cả. Mô hình kinh tế này phản ánh tác động qua lại giữa các tác nhân kinh tế chủ yếu của thị trường gồm: hộ gia đình (H) và các hãng kinh doanh (F), cùng những lợi ích của họ. Sự tương tác giữa họ tạo nên vòng luân chuyển kinh tế vi mô đơn giản. Có hai mô hình kinh tế vi mô: Vòng luân chuyển kinh tế của các hãng kinh doanh (F) và hộ gia đình (H).



Cung trên: Hộ gia đình quyết định tiêu dùng và đó là cơ sở để các hãng quyết định sản xuất. Hộ gia đình là tác nhân quyết định vòng luân chuyển kinh tế vi mô. Hộ gia đình sử dụng thu nhập do bán tư liệu sản xuất (lao động, đất, vốn) để mua hàng hóa và dịch vụ từ các hãng sản xuất ra. Hãng kinh doanh sử dụng thu nhập từ việc bán hàng để mua nguồn dự trữ cho sản xuất.

Cung dưới: Quyết định của hộ gia đình được đáp ứng trên cơ sở kế hoạch sản xuất của hãng kinh doanh phối hợp với các nguồn dự trữ khan hiếm. Sự vận động cần phải được phối hợp trên cả hai thị trường: thị trường nguồn dự trữ của sản xuất với thị trường hàng hóa và dịch vụ.

Mô hình cung cầu trên thị trường: giải thích mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau giữa khu vực kinh doanh với khu vực tiêu dùng. Hai khu vực tác động lẫn nhau theo nguyên tắc mua – bán trên thị trường. Các quyết định phối hợp trên thị trường sẽ thiết lập giá cả cân bằng và sản lượng cân bằng. Giá cả thị trường là kết quả tác động qua lại giữa cung và cầu.

Vai trò của giá cả: Giá cả là thông tin cần thiết để tiếp nhận các quyết định của chủ thể kinh tế: là thông tin quan trọng để quyết định phân phối nguồn lực khan hiếm; thông qua giá cả có thể xác định thu nhập của chủ sở hữu: tín hiệu giá cả còn định

hướng cho người tiêu dùng, các nhà sản xuất hay các chủ thể tầm nhìn, kế hoạch dài hạn để đảm bảo phối hợp tốt nhất các mô hình kinh tế và các quyết định kinh tế.

Mô hình kinh tế chỉ huy

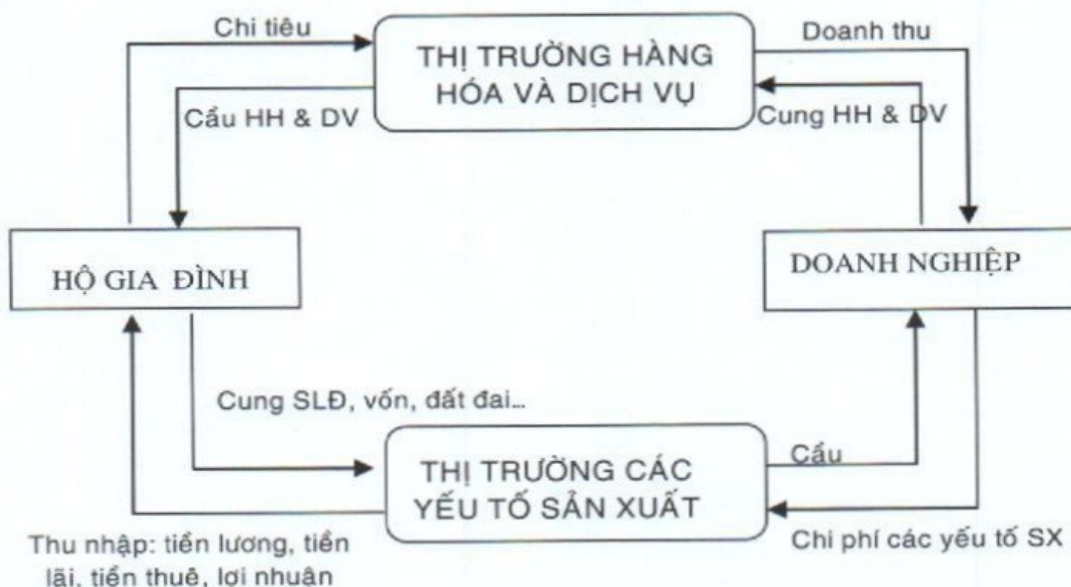
Còn gọi là kinh tế mệnh lệnh (hay kế hoạch hóa tập trung) là tổ chức kinh tế trong đó ba vấn đề lớn của nền kinh tế được giải quyết theo mệnh lệnh từ một trung tâm chỉ huy. Mô hình kinh tế này đã từng tồn tại ở Liên Xô cũ và các nước xã hội chủ nghĩa trước đây: đặc trưng của sản xuất là tuân theo chỉ tiêu mệnh lệnh chỉ huy từ một trung tâm. Quyết định về số lượng, phương thức sản xuất, chủng loại sản phẩm, thực hiện việc phân phối sản phẩm cho xã hội thông qua các kế hoạch tập trung và thống nhất từ Chính phủ xuống cơ sở. Mô hình này có ba tác nhân: Chính phủ, hộ gia đình và các hãng kinh doanh.

Nền kinh tế hỗn hợp và vai trò của các tác nhân kinh tế

Mỗi mô hình kinh tế nêu trên đã từng chiếm vai trò thống trị trong một hay một số xã hội trong một thời kỳ dài. Tuy nhiên, trong các điều kiện hiện đại, hầu hết các nền kinh tế của các quốc gia khác nhau đều mang tính chất hỗn hợp, đó là mô hình kinh tế thị trường tự do và kinh tế chỉ huy kết hợp với vai trò kinh tế của Nhà nước. Do đó, có thể gọi đó là những nền kinh tế hỗn hợp. Nếu kinh tế thị trường được điều tiết bằng “bàn tay vô hình” của thị trường tự do thì nền kinh tế hỗn hợp hiện đại được điều tiết

1.1.5. Sơ đồ hoạt động của nền kinh tế

Bây giờ chúng ta bắt đầu xem xét sơ đồ chu chuyển kinh tế (như hình ở dưới). Trong hình này, một nền kinh tế mở có bốn khu vực, đó là khu vực hộ gia đình, khu vực doanh nghiệp, khu vực chính phủ và khu vực nước ngoài.



Hình 1.3 Sơ đồ chu chuyển kinh tế

Đối với khu vực hộ gia đình, khi hộ gia đình cung cấp các yếu tố sản xuất cho

doanh nghiệp thông qua thị trường các yếu tố sản xuất, họ sẽ nhận về các khoản thu nhập từ lao động (W) khi hộ gia đình cung cấp sức lao động, tiền lãi (i) khi hộ gia đình cung cấp vốn, tiền thuê (R) khi hộ gia đình cho thuê tài sản. Ngoài ra, nếu doanh nghiệp không giữ một phần của lợi nhuận (π) thì các hộ gia đình sẽ nhận được toàn bộ phần lợi nhuận đó dưới hình thức lợi tức chia cho cổ đông, vì xét cho cùng chủ sở hữu của các doanh nghiệp là các hộ gia đình. Đồng thời, hộ gia đình còn nhận một số tiền gọi là chi chuyển nhượng (Tr) từ chính phủ. Với thu nhập có được, hộ gia đình phải nộp thuế đánh trên thu nhập và tài sản (T) cho chính phủ, trích một phần để chi tiêu cho hàng hóa và dịch vụ (C) do các doanh nghiệp sản xuất ra thông qua thị trường hàng hóa; phần còn lại để tiết kiệm (S).

Đối với khu vực doanh nghiệp, họ sẽ sử dụng các yếu tố sản xuất để sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ và đem bán các hàng hóa và dịch vụ trên thị trường hàng hóa để các hộ gia đình mua về tiêu thụ. Tổng giá trị hàng hóa và dịch vụ cuối cùng đó chính là Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) và đó cũng chính là tổng luồng tiền mà nền kinh tế có được. Với số tiền có được, doanh nghiệp lại tiếp tục đầu tư (I), nộp thuế (T) cho chính phủ, trích khấu hao (De), trả tiền lương (W), tiền lãi (i), tiền thuê (R) cho hộ gia đình và các doanh nghiệp còn lại lợi nhuận (π).

Đối với khu vực chính phủ, ngân sách sẽ trang trải chi tiêu của chính phủ. Nguồn thu ngân sách chính phủ là từ các khoản thuế (T) từ các hộ gia đình và doanh nghiệp dưới dạng thuế sản xuất, thuế nhập khẩu và thuế đánh trên thu nhập và tài sản... Từ nguồn thu này, chính phủ dùng để chi tiêu cho hàng hóa và dịch vụ (G) nhằm để thực hiện các khoản chi chuyển nhượng (Tr).

Đối với khu vực nước ngoài, khu vực này sẽ chi tiền để mua hàng hóa và dịch vụ trong nước thông qua hoạt động xuất khẩu (X) của quốc gia đó. Đồng thời, khu vực này sẽ nhận tiền khi bán hàng hóa và dịch vụ thông qua hoạt động nhập khẩu (M) của quốc gia này.

Sau khi xem xét luồng tiền lưu thông như thế nào thông qua sơ đồ chu chuyển kinh tế, ta thấy rằng khi có các yếu tố sản xuất đầu vào, hàng hóa và dịch vụ sẽ được tạo ra thông qua quá trình sản xuất. Giá trị của những hàng hóa dịch vụ cuối cùng được bán trên thị trường hàng hóa chính là Tổng sản phẩm quốc nội (GDP). Từ đây, các khu vực sẽ nhận vào một số tiền, nhưng cũng đồng thời phải chi ra một khoản tiền nào đó để hoạt động của nền kinh tế lại tiếp tục theo sơ đồ chu chuyển.

1.2. Kinh tế học

1.2.1. Khái niệm

Theo một khái niệm chung nhất, **kinh tế học** là một bộ môn khoa học xã hội giúp cho con người hiểu về cách thức vận hành của nền kinh tế nói chung và cách thức ứng xử của từng chủ thể tham gia vào nền kinh tế nói riêng. Vấn đề khan hiếm nguồn lực yêu cầu các nền kinh tế hay các đơn vị kinh tế phải lựa chọn. Các Nhà Kinh tế cho rằng: Kinh tế học là "*khoa học của sự lựa chọn*". Kinh tế học tập trung vào việc sử dụng và quản lý các nguồn lực hạn chế để đạt được thỏa mãn tối đa nhu cầu vật chất của con người. Đặc biệt, kinh tế học nghiên cứu hành vi trong sản xuất, phân phối và tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ trong thế giới có nguồn lực hạn chế.

1.2.2. Kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô

Kinh tế học vi mô nghiên cứu các quyết định của các cá nhân và doanh nghiệp và các tương tác giữa các quyết định này trên thị trường. Kinh tế học vi mô giải quyết các đơn vị cụ thể của nền kinh tế và xem xét một cách chi tiết cách thức vận hành của các đơn vị kinh tế hay các phân đoạn của nền kinh tế.

Mục tiêu của kinh tế học vi mô nhằm giải thích giá và lượng của một hàng hóa cụ thể. Kinh tế học vi mô còn nghiên cứu các quy định, thuế của chính phủ tác động đến giá và lượng hàng hóa và dịch vụ cụ thể. Chẳng hạn, kinh tế học vi mô nghiên cứu các yếu tố nhằm xác định giá và lượng xe hơi, đồng thời nghiên cứu các quy định và thuế của chính phủ tác động đến giá cả và sản lượng xe hơi trên thị trường.

Kinh tế học vĩ mô nghiên cứu nền kinh tế quốc gia và kinh tế toàn cầu, xem xét xu hướng phát triển và phân tích biến động một cách tổng thể, toàn diện về cấu trúc của nền kinh tế và mối quan hệ giữa các bộ phận cấu thành của nền kinh tế.

Mục tiêu phân tích của kinh tế học vĩ mô nhằm giải thích giá cả bình quân, tổng việc làm, tổng thu nhập, tổng sản lượng sản xuất. Kinh tế học vĩ mô còn nghiên cứu các tác động của chính phủ như thu ngân sách, chi tiêu chính phủ, thâm hụt ngân sách lên tổng việc làm và tổng thu nhập. Chẳng hạn, kinh tế học vĩ mô nghiên cứu chi phí sống bình quân của dân cư, tổng giá trị sản xuất, thu chi ngân sách của một quốc gia. Sự phân biệt *kinh tế học vi mô* và *vĩ mô* không có nghĩa là phải tách rời các vấn đề kinh tế một cách riêng biệt. Nhiều vấn đề liên quan đến cả hai. Chẳng hạn, sự ra đời của video game và sự phát triển của thị trường sản phẩm truyền thông. Kinh tế học vĩ mô giải thích ảnh hưởng của phát minh lên tổng chi tiêu và việc làm của toàn bộ nền kinh tế. Trong khi đó, kinh tế học vi mô giải thích các ảnh hưởng của phát minh lên giá và lượng của sản phẩm này và số người tham gia trò chơi.

Kinh tế học vi mô và *kinh tế học vĩ mô* là hai bộ phận cấu thành quan trọng của môn kinh tế học, có mối quan hệ hữu cơ với nhau. Mối quan hệ này cho thấy rằng, trong thực tiễn quản lý kinh tế, cần thiết phải giải quyết tốt các vấn đề kinh tế trên cả hai phương diện vi mô và vĩ mô. Nếu chỉ tập trung vào những vấn đề vi mô như tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp mà không có sự điều tiết của chính phủ, thì không thể có một nền kinh tế thực sự phát triển ổn định, bình đẳng và công bằng.

1.2.3. Phương pháp nghiên cứu kinh tế học

Kinh tế vi mô, kinh tế vĩ mô và kinh tế thế giới là cách chia theo kinh tế học hiện tại (Modern Economics)

Kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc. Kinh tế học được gọi là thực chứng khi nó nhằm mục đích giải thích các hậu quả từ những lựa chọn khác nhau dựa trên một tập hợp các giả định hay các quan sát và được gọi là chuẩn tắc khi nó nhằm đưa ra lời khuyên cần phải làm gì.

Kinh tế chính thống và kinh tế phi chính thống. Được gọi là chính thống nếu định hướng nghiên cứu tuân theo tổ hợp giả thuyết "Hợp lý – Chủ nghĩa cá thể - Cân bằng" và phi chính thống nếu chuyên theo "Định chế - Lịch sử - Cơ cấu xã hội".

Phân loại theo ngành nếu nghiên cứu kinh tế kết hợp với các ngành khoa học khác hoặc vấn đề kinh tế nằm trong phạm vi các lĩnh vực nghiên cứu khác. Đó là: địa lý kinh tế, lịch sử kinh tế, kinh tế văn hóa, kinh tế công cộng, kinh tế tiền tệ, kinh tế quốc tế, kinh tế công nghiệp, kinh tế nông nghiệp, kinh tế môi trường, kinh tế tài chính, kinh

tế thông tin, kinh tế lao động, luật và kinh tế, toán kinh tế, lý thuyết trò chơi, thống kê, kinh tế lượng, kế toán.

1.3. Lựa chọn kinh tế tối ưu

1.3.1. Lý thuyết lựa chọn

Nếu như người tiêu dùng có một lựa chọn mua sản phẩm như bia, anh ta sẽ tiếp tục mua cho tới khi lợi ích cận biên đúng bằng giá cốc bia (Lợi ích cận biên là lợi ích nhận thêm được khi uống thêm 1 cốc bia). Vấn đề khó khăn ở đây là lợi ích là rất khó đo đếm, càng uống nhiều bia anh ta càng mất lý trí và tính toán càng sai. Vì vậy một điều kiện quan trọng trong kinh tế học đó là người tiêu dùng phải có lý trí, biết rõ cái gì hơn cái gì.

Giả sử chúng ta ăn buffet với mức giá cố định là 300.000 đ. Bạn biết rõ ràng là bạn vừa phải thỏa mãn nhu cầu ăn ngon và đủ của mình, vừa phải làm sao để ăn nhiều nhất có thể (sao cho tổng thể chi phí để làm ra chỗ thức ăn đó gần sát tới 300k, cao hơn càng tốt). Đứng trước một dãy các lựa chọn, bạn nên chọn chiến lược ăn thế nào để đạt mục tiêu?

Thông thường trong bữa buffet ta hay tập trung vào khoảng 3 món ăn chính mà ta cảm thấy ngon, và chén tận lực cho tới khi no. Vấn đề lớn là ăn một con mực đầu tiên sẽ thấy ngon, con mực thứ hai đã kém ngon hơn rồi. Vì vậy giải pháp là bạn phải tính toán được các thông số sau:

- Giá tiền của chỗ thức ăn đó là bao nhiêu? (1)
- Nó sẽ làm tăng bao nhiêu % độ no của bạn (giả sử như 100% là bạn không thể tiếp tục ăn được nữa). Đây là chi phí cơ hội. (2)
- Lợi ích của bạn nhận được: cảm giác ngon miệng. (3)

Giả sử như sự lựa chọn tuân theo quy luật không cạnh tranh, cơ hội không giảm dần theo thời gian thì chừng nào (1) + (2) còn nhỏ hơn (3) thì bạn sẽ còn ăn món đó. Ở một số nơi ta có thể ăn theo cách là mua 300K một cái thẻ; với cái thẻ có chứa 300K này ta sẽ lựa chọn việc ăn uống của ta; sẽ rất đúng trong trường hợp này. Còn trong trường hợp này vì (1) đã chi trước và không đổi theo các lựa chọn nên nó chỉ có xu hướng định hướng ta chọn món đắt tiền thay vì ăn bánh mì hay bánh bao.

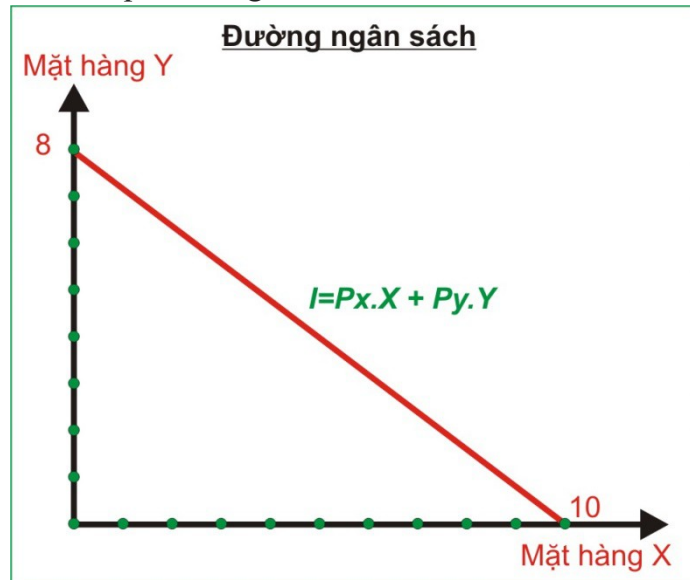
Lựa chọn tối ưu là bạn chọn một danh sách các món sao cho tổng lợi ích là cao nhất. Bạn có thể lặp lại một món ăn nhưng phải tính được lợi ích cận biên nhận được có cao hơn so với lợi ích cận biên của các món khác không.

Vì vậy lần sau nếu có đi chợ cho gia đình, đứng trước một dãy các lựa chọn món ăn thì nhớ mang theo máy tính cũng như bảng quy đổi lợi ích của mỗi thành viên trong gia đình đối với món ăn. Nhớ rằng tập trung toàn bộ số tiền được phép của bữa ăn đó vào một món ăn là không thông minh, phải mua mỗi thứ một ít sao tổng lợi ích gia đình bạn nhận được là lớn nhất. Chú ý cần đảm bảo sự phân chia lợi ích công bằng giữa các thành viên trong gia đình để tránh tranh chấp. Tất cả các cuộc bạo động, biểu tình, xung đột, chiến tranh đều là do người ta cảm thấy mình không được nhận lợi ích công bằng như người khác.

Để cho đầu bạn đỡ bốc khói vì lo nghĩ trong tính toán, tổng lợi ích tối đa sẽ đạt được khi lợi ích cận biên tính trên một đồng chi tiêu của các hàng hóa là bằng nhau. Đây được gọi là nguyên tắc tiêu dùng cân bằng cận biên. $MU_1/P_1 = MU_2/P_2 = \dots = MU_5/P_5$. Ta sẽ chứng minh điều này ở phần tiếp theo.

Đường ngân sách

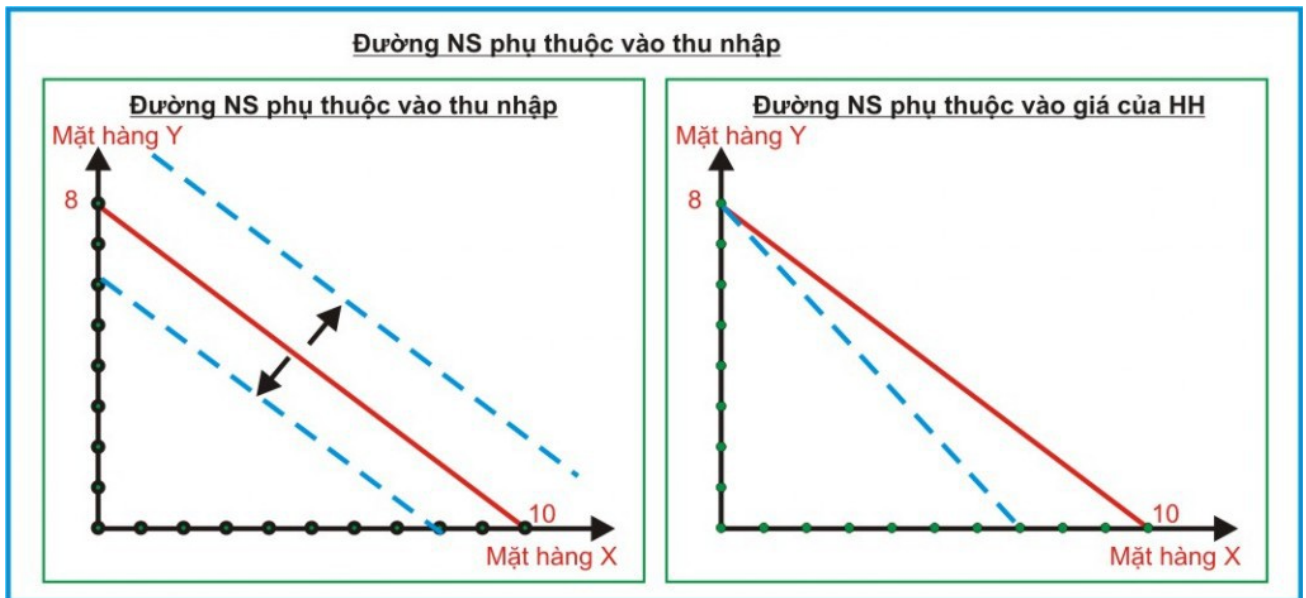
Giả sử như tổng chi tiêu hay ngân sách ta dành cho một tháng là 10 triệu đồng. Ta có rất nhiều sự lựa chọn để tiêu số tiền này, ví dụ như ta có thể mua 10tr tiền tắm, 10 tr tiền thịt bò hoặc là mua quần áo hết số này. Tất nhiên là ta không làm thế, ta sẽ mua một giỏ hàng hóa cho gia đình. Tính toán làm sao để giỏ hàng hóa này mang lại tổng lợi ích lớn nhất đó là việc quan trọng.



Giả sử ta có hai mặt hàng X và Y có giá tương ứng là P_x và P_y thì phương trình của đường ngân sách là $I = P_x \cdot X + P_y \cdot Y$. Khi $X = 0$ thì có nghĩa là ta sẽ mua được số lượng tối đa của Y và khi $Y = 0$ thì ta mua được tối đa số lượng X. Khi thay đổi X và Y thì ta chỉ có thể di chuyển trên đường thẳng này. Nếu điểm kết hợp nằm bên trong thì có nghĩa là ta tiêu chưa hết tiền, những điểm bên ngoài là những điểm không thể mua được trừ khi ta bổ sung thêm tiền vào ngân sách. Đường này ta sẽ thấy gần giống với đường giới hạn khả năng sản xuất vì bản chất là giống nhau.

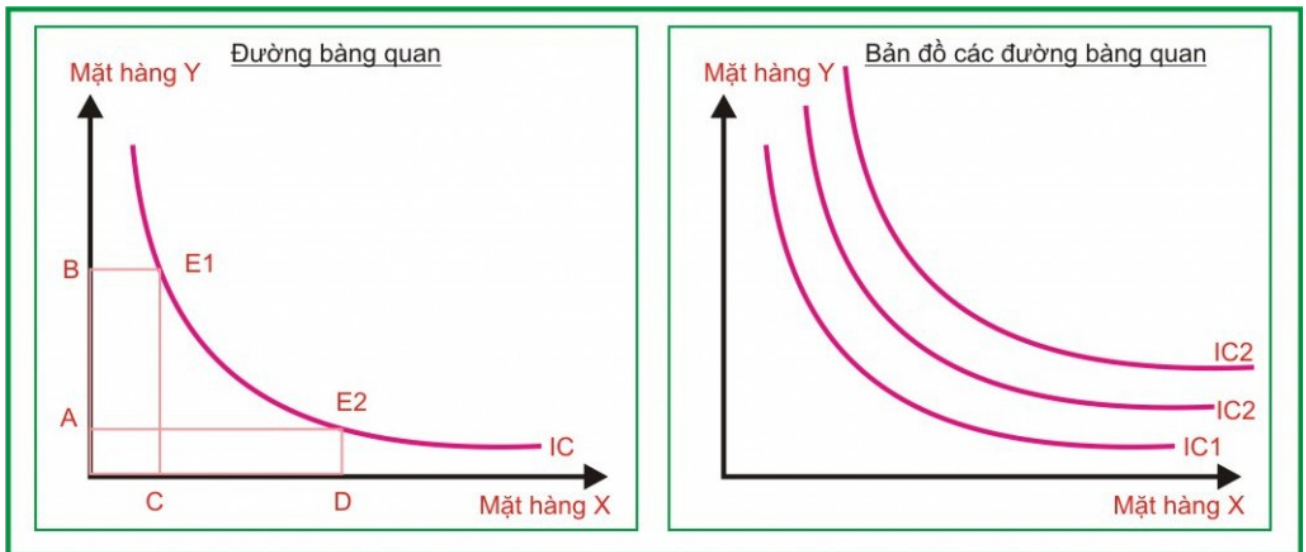
Khi thu nhập thay đổi, nói đúng hơn là khi ngân sách dành cho chi tiêu tăng lên hay giảm đi thì đường ngân sách sẽ dịch chuyển sang phải hoặc trái. Khi giá một hàng hóa thay đổi thì đường ngân sách sẽ xoay.

Độ dốc của đường ngân sách = $-P_x/P_y$



Đường bàng quan

Bàng quan có nghĩa là không quan tâm, nó thể hiện việc người tiêu dùng không có sự phân biệt giữa các lựa chọn vì mọi sự kết hợp đều mang lại lợi ích như nhau. Đường biểu diễn các điểm kết hợp mà lợi ích bằng nhau gọi là đường bàng quan, đường đồng mức thỏa mãn.

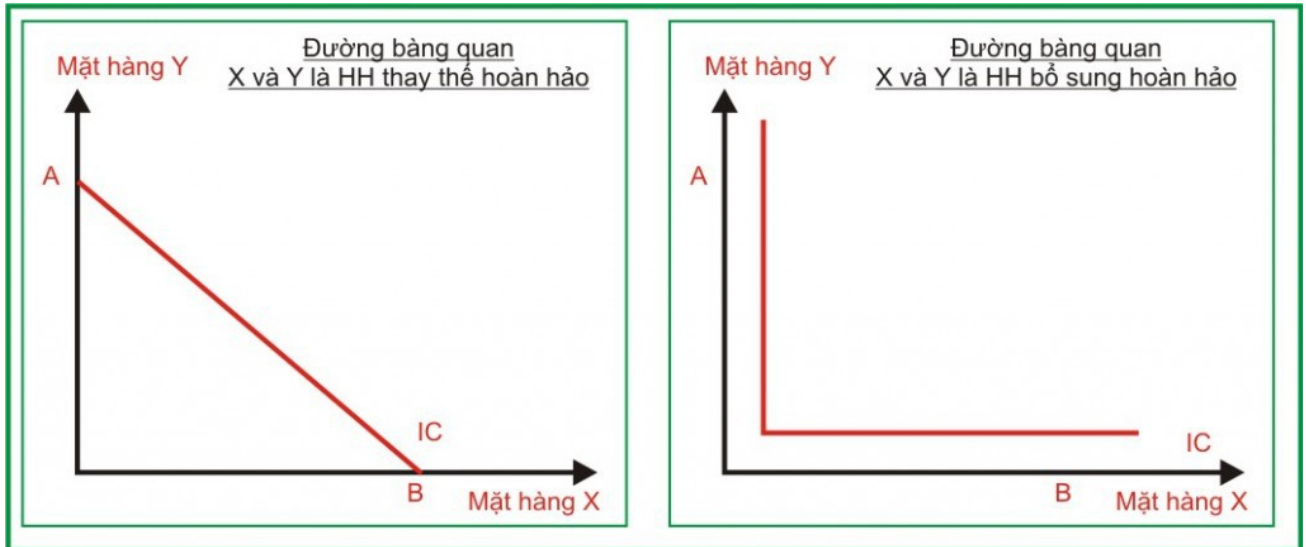


Trong hình trên Lợi ích chọn (mua A sp Y và D sp X) = Lợi ích chọn (mua B sp Y và C sp X).

Tỷ lệ thay thế cận biên **MRS** là số đơn vị hàng hóa X cần mua thêm khi giảm đi một đơn vị hàng hóa Y để vẫn đạt mức lợi ích cũ = $- MU_x/MU_y$

Chú ý là đường cong này không phải đường cong lợi ích cận biên, nó chỉ biểu thị sự kết hợp giữa hai mặt hàng X và Y mà những điểm trên đường thẳng này là sự kết hợp về mặt lượng của X và Y cho lợi ích bằng nhau.

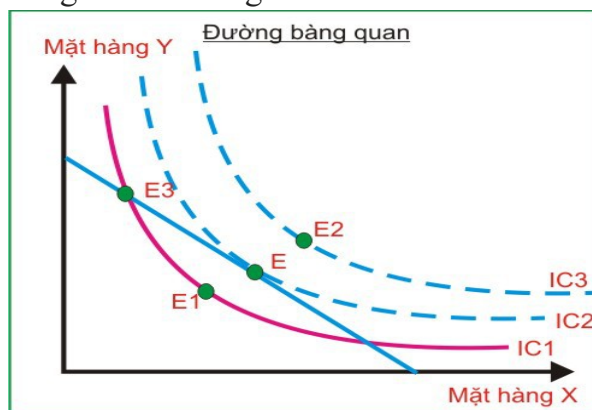
Trên thị trường có rất nhiều người tiêu dùng, các đường bàng quan của người tiêu dùng tạo thành Bản đồ đường bàng quan. Vì cảm nhận lợi ích họ nhận được khác nhau nên các đường bàng quan không trùng nhau, các đường bàng quan càng xa gốc tọa độ thì cảm nhận về lợi ích của người tiêu dùng càng nhiều.



Đối với hàng hóa thay thế hoàn hảo (như Coca với Pepsi) thì người ta có thể tiêu dùng hoàn toàn X mà không tiêu dùng Y và ngược lại vì vậy nó là đường thẳng bắt đầu và kết thúc trên trục tung và trục hoành.

Đối với hàng hóa bổ sung hoàn hảo thì việc tiêu dùng hàng hóa X phải đồng thời với tiêu dùng hàng hóa Y vì vậy nó là 2 đường vuông góc song song với các trục.

Trạng thái cân bằng của người tiêu dùng



Điểm mà người tiêu dùng đạt được tổng lợi ích cao nhất với một khoản ngân sách xác định là điểm mà đường ngân sách tiếp xúc với đường bàng quan cao nhất.

Tại điểm E này độ dốc của hai đường là bằng nhau vì vậy điều kiện tối ưu của người tiêu dùng là $MU_x/P_x = MU_y/P_y$

Nếu người tiêu dùng chọn điểm E1 thì họ vẫn còn ngân sách trong khi điều kiện đưa ra là phải tiêu hết ngân sách

Nếu người tiêu dùng chọn điểm E2 thì mặc dù rằng tổng lợi ích tại điểm đó lớn hơn E nhưng họ lại không đủ tiền mua vì nó nằm ngoài đường ngân sách.

Nếu như người tiêu dùng chọn điểm E3 thì họ tiêu hết tiền vì nó nằm trên đường giới hạn NS nhưng lại không đạt được lợi ích tối đa vì lợi ích tại E3 thấp hơn lợi ích tại E.

Thông thường thì ta chỉ có thể phân hoạch được những khoản chi lớn như tiền cho các chi phí cố định (điện, nước,...), tiền cho tiêu dùng cá nhân của mỗi thành viên, tiền học cho bọn trẻ. Các phân hoạch nhỏ hơn thường khó và vì vậy rất ít khi chúng ta có thể tối ưu hóa được việc sử dụng ngân sách. Chủ yếu chúng ta chú ý ở đây là chi phí cơ hội trong đường ngân sách, việc tiêu dùng quá tay một mặt hàng X sẽ phải trả giá bởi mặt hàng Y.

1.3.2. Đường giới hạn khả năng sản xuất

Kinh tế học trả lời 3 câu hỏi cơ bản:

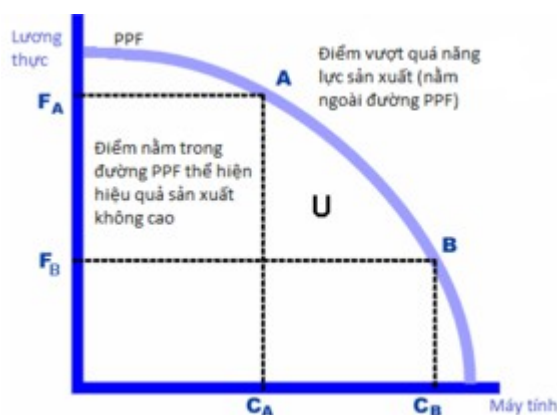
Sản xuất cái gì, với số lượng bao nhiêu? (tiêu dùng hay đầu tư, hàng hóa tư nhân hay công cộng, thịt hay khoai tây...)

Sản xuất như thế nào? (sử dụng công nghệ nào?...)

Sản xuất cho ai? (sản xuất phải hướng đến nhu cầu người tiêu dùng, phân phối đầu ra cho ai?...)

Một công cụ để phân tích vấn đề này là đường giới hạn khả năng sản xuất (viết tắt: theo tiếng Anh: PPF- production possibilities frontier). Giả sử, một nền kinh tế chỉ sản xuất hai loại hàng hóa. Đường PPF chỉ ra các sản lượng khác nhau của hai loại hàng hóa. Công nghệ và nguồn lực đầu vào (như: đất đai, nguồn vốn, lao động tiềm năng) cho trước sẽ sản xuất ra một mức giới hạn tổng sản lượng đầu ra. Điểm A trên đồ thị chỉ ra rằng có một lượng FA thực phẩm và một lượng CA máy tính được sản xuất khi sản xuất ở mức hiệu quả. Cũng tương tự như vậy đối với một lượng FB thực phẩm và CB máy tính ở điểm B. Mọi điểm trên đường PPF đều chỉ ra tổng sản lượng tiềm năng tối đa của nền kinh tế, mà ở đó, sản lượng của một loại hàng hóa là tối đa tương ứng với một lượng cho trước của loại hàng hóa khác.

Sự khan hiếm chỉ ra rằng, mọi người sẵn sàng mua nhưng không thể mua ở các mức sản lượng ngoài đường PPF. Khi di chuyển dọc theo đường PPF, nếu sản xuất một loại hàng hóa nào nhiều hơn thì sản xuất một loại hàng hóa khác phải ít đi, sản lượng hai loại hàng hóa có mối quan hệ tỷ lệ nghịch. Điều này xảy ra là bởi vì để tăng sản lượng một loại hàng hóa đòi hỏi phải có sự dịch chuyển nguồn lực đầu vào để sản xuất loại hàng hóa kia. Độ dốc tại một điểm của đồ thị thể hiện sự đánh đổi giữa hai loại hàng hóa. Nó đo lường chi phí của một đơn vị tăng thêm của một loại hàng hóa khi bỏ không sản xuất một loại hàng hóa khác, đây là một ví dụ về chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội được miêu tả như là một "mối quan hệ cơ bản giữa khan hiếm và lựa chọn". Trong kinh tế thị trường, di chuyển dọc theo một đường có thể được miêu tả như là lựa chọn xem có nên tăng sản lượng đầu ra của một loại hàng hóa trên chi phí của một loại hàng hóa khác không.



Với sự giải thích như trên, mỗi điểm trên đường PPF đều thể hiện hiệu quả sản xuất bằng cách tối đa hóa đầu ra với một sản lượng đầu vào cho trước. Một điểm ở bên trong đường PPF, ví dụ như điểm U, là có thể thực hiện được nhưng lại ở mức sản xuất không hiệu quả (bỏ phí không sử dụng các nguồn lực đầu vào). Ở mức này, đầu ra của một hoặc hai loại hàng hóa có thể tăng lên bằng cách di chuyển theo hướng đông bắc đến một điểm nằm trên đường cong. Một ví dụ cho sản xuất không hiệu quả là thất nghiệp cao trong thời kỳ suy thoái kinh tế. Mặc dù vậy, một điểm trên đường PPF không có nghĩa là đã đạt hiệu quả phân phối một cách đầy đủ nếu như nền kinh tế không sản xuất được một tập hợp các loại hàng hóa phù hợp với sự ưa thích của người tiêu dùng. Liên quan đến sự phân tích này là kiến thức được nghiên cứu trong môn kinh tế học công cộng, môn khoa học nghiên cứu làm thế nào mà một nền kinh tế có thể cải thiện sự hiệu quả của nó. Tóm lại, nhận thức về sự khan hiếm và việc một nền kinh tế sử dụng các nguồn lực như thế nào cho hiệu quả nhất là một vấn đề cốt yếu của kinh tế học.

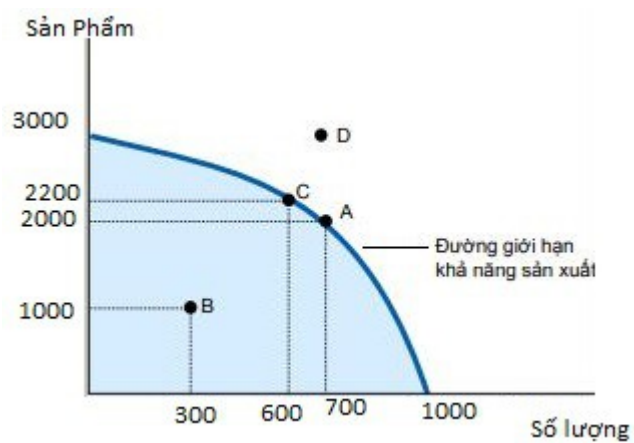
1.3.3. Ảnh hưởng của các qui luật kinh tế đối với sự lựa chọn kinh tế tối ưu

Các quy luật cơ bản của kinh tế thị trường:

- Xu hướng bảo toàn cân bằng của hệ thống.
- Mâu thuẫn phát triển của hệ thống.
- Tính chu kỳ của hệ thống.
- Sức chứa biên của thị trường.
- Giá trị sử dụng của hàng hóa.
- Sự kích thích quyền lợi nhà sản xuất.
- Phân phối thu nhập theo lao động.
- Sự thay thế và tái tạo tài nguyên vật chất và tài nguyên lao động.
- Hiệu quả tối ưu của sở hữu hoàn toàn.

BÀI TẬP CHƯƠNG 1

Giải thích về đường giới hạn khả năng sản xuất theo biểu đồ dưới đây:



CHƯƠNG 2 CUNG – CẦU

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm, phân loại, phương pháp nghiên cứu kinh tế học và lý thuyết lựa chọn kinh tế tối ưu.
- Thực hiện được các bài tập tình huống, phân biệt chính xác kinh tế vi mô và vĩ mô.
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình nghiên cứu, học tập.

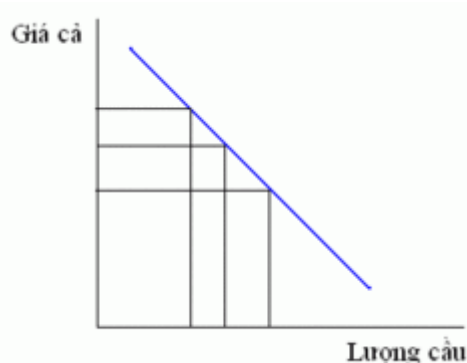
Nội dung:

2.1. Cầu

2.1.1. Khái niệm

Là khối lượng hàng hóa dịch vụ mà người tiêu dùng cần mua trong thời kì nhất định, tương ứng với giá cả và thu nhập xã hội.

Trong kinh tế học, **đường cầu (demand curve)** là đường đồ thị biểu diễn sự thay đổi của lượng cầu (lượng hàng hóa mà khách hàng sẵn lòng và có thể mua) tương ứng với từng mức giá. Đường cầu được vẽ dựa trên biểu cầu (demand schedule) - bảng biểu thể hiện số lượng cầu ở từng mức giá^[1]. Đường cầu thị trường là tổng hợp các đường cầu cá nhân (được vẽ dựa trên biểu cầu thị trường - tổng hợp các biểu cầu cá nhân).



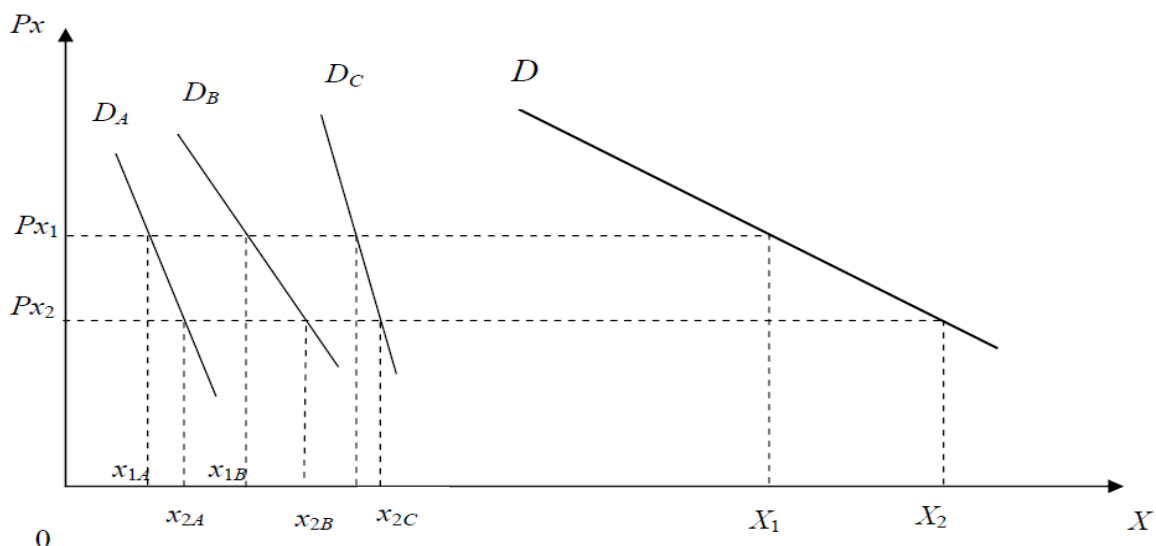
Đường cầu được sử dụng để dự đoán hành vi trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo (thị trường mà ở đó không ai có khả năng đến giá thị trường) và thường được kết hợp với đường cung để xác định mức giá cân bằng (equilibrium price - hay còn gọi là giá thị trường), sản lượng cân bằng (equilibrium quantity - sản lượng mà ở đó lượng cung bằng lượng cầu, không xuất hiện sự dư thừa - surplus hay thiếu hụt - shortage) hay nói một cách khác chính là điểm cân bằng (giao điểm của đường cung với đường cầu). Ở thị trường độc quyền thì đường cầu đối với công ty độc quyền chính là đường cầu thị trường.

2.1.2. Cầu cá nhân và cầu thị trường

2.1.2.2. 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 1: 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 đại 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.

2.1.3. Luật cầu

Nguyên lý cung - cầu, hay **quy luật cung cầu**, phát biểu rằng thông qua sự điều chỉnh của thị trường, một mức giá cân bằng (còn gọi là mức giá thị trường) và một lượng giao dịch hàng cân bằng (lượng cung cấp bằng lượng nhu cầu) sẽ được xác định.

2.1.4. Các yếu tố hình thành cầu

Giá hàng hoá, dịch vụ ảnh hưởng tới cung:

Giá hàng hoá dịch vụ ảnh hưởng đến lượng cung theo luật cung. Khi giá hàng hoá dịch vụ tăng, người sản xuất sẽ sản xuất nhiều hàng hoá hơn để tung ra thị trường nhằm thu lại nhiều lợi nhuận hơn và ngược lại.

Giá các yếu tố sản xuất ảnh hưởng tới cung:

Giá của các yếu tố sản xuất tác động trực tiếp đến chi phí sản xuất và do đó ảnh hưởng đến lượng hàng hoá mà người sản xuất muốn bán.

Chính sách của chính phủ ảnh hưởng tới cung:

Các chính sách của chính phủ như chính sách pháp luật, chính sách thuế và chính sách trợ cấp đều có tác động mạnh mẽ đến lượng cung. Khi chính sách của chính phủ mang lại sự thuận lợi cho người sản xuất, người sản xuất được khuyến khích sản xuất khiến lượng cung tăng và đường cung dịch chuyển sang phải và ngược lại.

Công nghệ ảnh hưởng tới cung:

Công nghệ là yếu tố quan trọng trong sự thành bại của bất kỳ một DN nào. Công nghệ sản xuất có ảnh hưởng trực tiếp đến số lượng hàng hoá sản xuất ra.

Các kỳ vọng của người bán ảnh hưởng tới cung:

Kỳ vọng là những dự đoán, dự báo của người sản xuất về những diễn biến thị trường trong tương lai ảnh hưởng đến cung hiện tại. Nếu các kỳ vọng thuận lợi đối với người bán thì lượng cung hiện tại sẽ giảm, đường cung dịch chuyển sang trái và ngược lại.

Số lượng người bán trên thị trường ảnh hưởng tới cung:

Số lượng người bán có ảnh hưởng trực tiếp đến số hàng hoá bán ra trên thị trường. Khi có nhiều người bán, lượng cung hàng hoá tăng lên khiến đường cung hàng hoá dịch chuyển sang phải và ngược lại.

2.1.5. Sự thay đổi của lượng cầu và của 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,