economics

8th Edition

David Begg
Stanley Fischer
Rudiger Dornbusch

Kinh tế học VĨ MÔ

Mc Graw Hill Education
www.mcgraw-hill.co.uk

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ
www.nxbthongke.com.vn

David Begg
Stanley Fischer
Rudiger Dornbusch

Kinh tế học
VI MÔ

(Tái bản lần 3)

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

Hiệu đính: **Trần Phú Thuyết**

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ
Hà Nội - 2009

LỜI NHÀ XUẤT BẢN

Sau khi dịch và xuất bản đầy đủ bộ sách "Kinh tế học" phiên bản thứ 8 của tác giả David Begg, Nhà xuất bản Thống kê tiến hành rút gọn cho phù hợp với giáo trình Vi mô, Vĩ mô của các trường đại học.

Cuốn sách là một công trình lớn của các tác giả nổi tiếng: David Begg (Giáo sư Kinh tế học trường Tổng hợp London - Anh); Stanley Fischer (Giáo sư Kinh tế học, Thống đốc Ngân hàng Trung ương Israel) và Rudiger Dornbusch (Giáo sư Kinh tế học Học viện Công nghệ Massachusetts - Mỹ); sách gồm 16 chương, trong mỗi chương, các vấn đề cơ bản được trình bày một cách có hệ thống, ngắn gọn và dễ hiểu, các định nghĩa chuẩn xác, có nhiều ví dụ thực tế minh hoạ cho phần lý thuyết, sách còn cập nhật nhiều số liệu thống kê về tình hình phát triển kinh tế thế giới. Cuối mỗi chương có phần tóm tắt nội dung và một số bài tập để bạn đọc kiểm tra kiến thức thu nhận được của mình. Ngoài ra, còn có phần đáp án và thuật ngữ ở cuối sách.

Cuốn sách được nhóm giảng viên đang giảng dạy tại khoa Kinh tế học trường Đại học Kinh tế quốc dân biên dịch: PGS. TS Vũ Kim Dũng; PGS. TS Phạm Văn Minh; PGS. TS Nguyễn Văn Công; Th.S Hồ Đình Bảo; PGS. TS Cao Thúy Xiêm; Th.S Nguyễn Việt Hưng; Th.S Hoàng Thúy Nga; Th.S Trần Hương Giang, Th.S Nguyễn Trọng Nghĩa. Hiệu đính là ông Trần Phú Thuyết, người đã dịch và hiệu đính lần xuất bản trước (phiên bản thứ 3).

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

Xin chân thành cảm ơn!

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

Mục lục

Lời nhà xuất bản iii

Chương 1 Kinh tế học và nền kinh tế 1

1.1 Các vấn đề kinh tế 2
1.2 Khan hiếm và các mục đích sử dụng các nguồn lực khác nhau 5
1.3 Vai trò của thị trường 7
1.4 Thực chứng và chuẩn tắc 10
1.5 Vi mô và vĩ mô 11
Tóm tắt 12
Câu hỏi ôn tập 13

Chương 2 Các công cụ phân tích kinh tế 15

2.1 Số liệu kinh tế 16
2.2 Các chỉ số 17
2.3 Các biến thực tế và biến danh nghĩa 19
2.4 Đo lường sự thay đổi của các biến số kinh tế 20
2.5 Các mô hình kinh tế 21
2.6 Mô hình và số liệu 22
2.7 Các đồ thị điểm, đường và phương trình 23
2.8 Cách tiếp cận khác đối với "các yếu tố khác không đổi" 25
2.9 Các lý thuyết và minh chứng 26
2.10 Những phê phán phổ biến về kinh tế học và các nhà kinh tế 26
Tóm tắt 28
Câu hỏi ôn tập 29

Chương 3 Cầu, cung và thị trường 31

3.1 Thị trường 31
3.2 Cầu, cung và sự cân bằng 32
3.3 Đường cầu và đường cung 33
3.4 Đằng sau đường cầu 34
3.5 Sự dịch chuyển của đường cầu 36
3.6 Đằng sau đường cung 37
3.7 Sự dịch chuyển đường cung 39
3.8 Thị trường tự do và sự kiểm soát giá 40
3.9 Sản xuất cái gì, như thế nào và cho ai 42
Tóm tắt 43
Câu hỏi ôn tập 44

Chương 4 **Độ co giãn của cung và cầu** **45**

4.1 Phản ứng của cầu đối với giá 45
4.2 Giá, lượng cầu và tổng chi tiêu 50
4.3 Các ứng dụng khác của độ co giãn của cầu 51
4.4 Ngắn hạn và dài hạn 53
4.5 Độ co giãn chéo của cầu 53
4.6 Ảnh hưởng của thu nhập đến cầu 54
4.7 Lạm phát và cầu 56
4.8 Độ co giãn của cung 57
4.9 Ai thực sự là người chịu thuế? 58
Tóm tắt 59
Câu hỏi ôn tập 60

Chương 5 **Lựa chọn của người tiêu dùng và quyết định cầu** **62**

5.1 Cầu cá nhân 62
5.2 Sự điều chỉnh đối với thay đổi thu nhập 70
5.3 Điều chỉnh đối với thay đổi giá 71
5.4 Đường cầu thị trường 77
5.5 Hàng hoá bổ sung và hàng hoá thay thế 78
5.6 Trợ cấp bằng hiện vật 78
Tóm tắt 79
Câu hỏi ôn tập 80
Phụ lục: lựa chọn tiêu dùng với lợi ích có thể đo lường 81

Chương 6 **Các quyết định cung ứng** **84**

6.1 Tổ chức doanh nghiệp 85
6.2 Tài khoản của một hãng 85
6.3 Các hãng và tối đa hoá lợi nhuận 90
6.4 Tài chính công ty và kiểm soát công ty 90
6.5 Quyết định cung của hãng 92
6.6 Chi phí cận biên và doanh thu cận biên 93
6.7 Đường chi phí cận biên và đường doanh thu cận biên 97
Tóm tắt 98
Câu hỏi ôn tập 99

Chương 7 **Cung và chi phí** **101**

7.1 Đầu vào và đầu ra 101
7.2 Chi phí và lựa chọn công nghệ 103
7.3 Tổng chi phí, chi phí trung bình, chi phí cận biên trong dài hạn 104
7.4 Hiệu suất theo quy mô 105

7.5	Chi phí trung bình và chi phí cận biên	109
7.6	Quyết định sản lượng trong dài hạn	110
7.7	Chi phí ngắn hạn và quy luật năng suất cận biên giảm dần	110
7.8	Quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn	115
7.9	Chí phí ngắn hạn và dài hạn	117
	Tóm tắt	117
	Câu hỏi ôn tập	119
Chương 8	**Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần tuý**	**120**
8.1	Cạnh tranh hoàn hảo	121
8.2	Quyết định sản lượng của một hãng cạnh tranh hoàn hảo	122
8.3	Đường cung của ngành	125
8.4	So sánh tĩnh trong một ngành cạnh tranh hoàn hảo	128
8.5	Cạnh tranh toàn cầu	130
8.6	Độc quyền thuần tuý: trường hợp đối lập với cạnh tranh hoàn hảo	132
8.7	Sản lượng tối đa hoá lợi nhuận của một hãng độc quyền	133
8.8	Giá, sản lượng trong độc quyền và cạnh tranh	135
8.9	Độc quyền không có đường cung	137
8.10	Độc quyền và sự thay đổi công nghệ	140
	Tóm tắt	141
	Câu hỏi ôn tập	142
Chương 9	**Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo**	**144**
9.1	Tại sao các cấu trúc thị trường lại khác nhau	145
9.2	Cạnh tranh độc quyền	149
9.3	Độc quyền tập đoàn và sự phụ thuộc lẫn nhau	150
9.4	Lý thuyết trò chơi và các quyết định phụ thuộc lẫn nhau	153
9.5	Hàm phản ứng	155
9.6	Sự gia nhập mới và cạnh tranh tiềm năng	159
9.7	Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược	161
9.8	Kết luận	163
	Tóm tắt	164
	Câu hỏi ôn tập	165
Chương 10	**Thị trường lao động**	**166**
10.1	Cầu về yếu tố của một hãng trong dài hạn	167
10.2	Cầu về lao động của một hãng trong ngắn hạn	169
10.3	Đường cầu lao động của ngành	173
10.4	Cung lao động	174
10.5	Cân bằng thị trường lao động của ngành	179
10.6	Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế	180

10.7 Thị trường lao động có thanh toán hết không? 181
10.8 Tiền lương và việc làm ở Liên hiệp Anh 184
Tóm tắt 185
Câu hỏi ôn tập 186
Phụ lục: Đường đồng lượng và sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất 187

Chương 11 Các thị trường yếu tố và phân phối thu nhập 191
11.1 Vốn vật chất 192
11.2 Tiền thuê, lãi suất và giá của tài sản 193
11.3 Tiết kiệm, đầu tư và lãi suất thực tế 198
11.4 Nhu cầu về dịch vụ vốn 199
11.5 Cung ứng các dịch vụ vốn 200
11.6 Cân bằng và điều chỉnh trên thị trường dịch vụ vốn 202
11.7 Giá của tài sản vốn 204
11.8 Đất đai và tiền thuê đất 205
11.9 Phân bổ cung đất đai cố định cho các mục đích sử dụng cạnh tranh 206
11.10 Các số liệu thực tế 207
11.11 Phân phối thu nhập ở Liên hiệp Anh 208
Tóm tắt 210
Câu hỏi ôn tập 211
Phụ lục: Phép đại số đơn giản cho giá trị hiện tại và chiết khấu 212

Chương 12 Kinh tế học phúc lợi 213
12.1 Công bằng và hiệu quả 214
12.2 Cạnh tranh hoàn hảo và hiệu quả Pareto 215
12.3 Sự méo mó và điều tốt thứ nhì 218
12.4 Thất bại của thị trường 220
12.5 Ảnh hưởng hướng ngoại 222
12.6 Các vấn đề môi trường 225
12.7 Các thị trường không tồn tại: thời gian và rủi ro 229
12.8 Chất lượng, y tế và an toàn 229
Tóm tắt 231
Câu hỏi ôn tập 233

Chương 13 Thu và chi của chính phủ 235
13.1 Đánh thuế và chi tiêu của chính phủ 237
13.2 Chính phủ trong nền kinh tế thị trường 238
13.3 Các nguyên tắc đánh thuế 241
13.4 Đánh thuế và kinh tế học hướng cung 245
13.5 Chính quyền địa phương 246

13.6 Chủ quyền kinh tế 247
13.7 Kinh tế chính trị: các chính phủ quyết định như thế nào 249
Tóm tắt 252
Câu hỏi ôn tập 253

Chương 14 Chính sách ngành và chính sách cạnh tranh 255
14.1 Chính sách ngành 256
14.2 Địa lý kinh tế 259
14.3 Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền 261
14.4 Chính sách cạnh tranh 266
14.5 Sáp nhập 269
Tóm tắt 271
Câu hỏi ôn tập 272

Chương 15 Độc quyền tự nhiên: công cộng hay tư nhân? 274
15.1 Độc quyền tự nhiên 275
15.2 Các ngành quốc hữu hoá 276
15.3 Công cộng và tư nhân 281
15.4 Tư nhân hoá trong thực tế 283
15.5 Điều tiết độc quyền tư nhân 285
15.6 Sáng kiến tài chính tư nhân 287
Tóm tắt 289
Câu hỏi ôn tập 290

Chương 16 Thương mại quốc tế 292
16.1 Các xu hướng thương mại 293
16.2 Lợi thế so sánh 295
16.3 Thương mại nội ngành 300
16.4 Những người được lợi và những người bị thiệt 302
16.5 Kinh tế học về thuế quan 303
16.6 Các lập luận tốt và xấu về thuế quan 305
16.7 Các mức thuế quan: không quá tối? 310
16.8 Các chính sách thương mại khác 311
Tóm tắt 312
Câu hỏi ôn tập 313

Phụ lục: Đáp án 315
Thuật ngữ 319

Chương 1

Kinh tế học và nền kinh tế

Mục tiêu nghiên cứu

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Hộp 1-1 Phần lớn sản lượng là dịch vụ

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

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

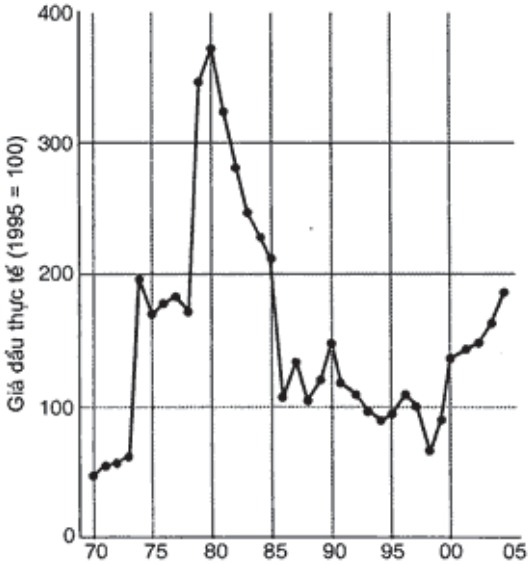
% tổng sản phẩm quốc dân	Anh	Mỹ	Pháp	Nhật
Nông nghiệp	1	2	3	2
Công nghiệp	27	25	26	33
Dịch vụ	72	73	71	66

Nguồn: World Bank, *World Development Report.*

1.1 Các vấn đề kinh tế

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

Hình 1.1 Giá dầu thực tế, 1970 - 2004



Nguồn: IMF, International Financial Statistics.

Các cú sốc giá dầu

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Phân phối thu nhập

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

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

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

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

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

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

Bảng 1.1 Dân số và thu nhập thế giới

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

Nguồn: World Bank, *World Development Report 2003.*

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

Như vậy, nền kinh tế thế giới sản xuất cho ai? Chủ yếu là sản xuất cho 15% dân số thế giới sống ở các nước công nghiệp giàu có. Câu trả lời này cũng giúp chúng ta giải đáp cho câu hỏi sản xuất cái gì. Sản lượng thế giới chủ yếu hướng tới những hàng hoá, dịch vụ được tiêu dùng ở các nước giàu. Những điều bất công bằng này chính là một phần những gì mà những người đấu tranh chống chủ nghĩa tư bản muốn nhấn mạnh.

Hộp 1-2 Người giàu nhất nước Anh

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

Để chỉ ra sự bất bình đẳng đã diễn ra như thế nào, bảng dưới đây minh hoạ sự phân chia thu nhập quốc dân cho từng cá nhân, nhưng biểu thị chúng theo % thu nhập thực tế của Anh năm 2003. Kết quả là gì? Người giàu nhất nước Anh là một quý tộc người Noóc Măng, người đã chiến đấu trong trận Hastings năm 1066 và được ban thưởng vùng đất mà ngày nay nó trị giá 57 tỷ bảng. Tuy nhiên, William nhà Warenne, bá tước xứ Surrey, không sống lâu để tận hưởng điều này: ông ấy bị giết bởi một mũi tên trong một trận đánh khác hai năm sau đó.

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

Nguồn: www.SundayTimes.co.uk

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Bảng 1.2 Các khả năng sản xuất

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

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

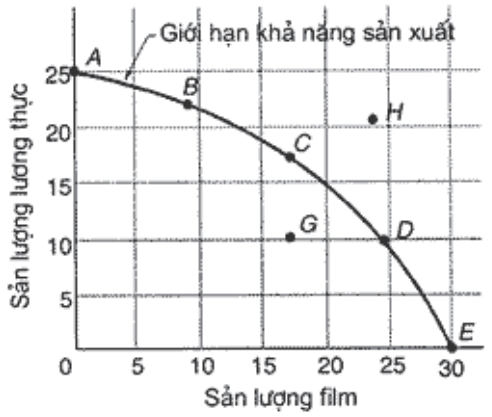
Hình 1.2 minh hoạ các kết hợp tối đa có thể có của lương thực và film mà nền kinh tế có thể làm ra. Điểm A thể hiện dòng đầu tiên trong Bảng 1.2, tại đó sản lượng lương thực là 25 và sản lượng film là 0. Điểm B, C, D và E tương ứng với các dòng tiếp theo trong Bảng 1.2. Đường cong nối các điểm từ A đến E trong Hình 1.2 được gọi là "đường giới hạn khả năng sản xuất" hay PPF.

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

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

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

Hình 1.2 Đường giới hạn khả năng sản xuất



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.3 Vai trò của thị trường

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

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

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

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

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

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

Nền kinh tế mệnh lệnh

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

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

Hộp 1-4 Chủ nghĩa Marx cho những nhà hoạch định kế hoạch tập trung

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

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

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

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

"Bàn tay vô hình"

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

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

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

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

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

Nền kinh tế hỗn hợp

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

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

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

Hình 1.3 Định hướng thị trường

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

1.4 Thực chứng và chuẩn tắc

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

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

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

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

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

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

Hộp 1-5 Mảng xanh

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

Cho đến nay, lý do đặt ra là công nghệ. Bất kỳ người nào cũng có thể đi trên đồng, chôn rác sau khi trời tối, bơm hoá chất ra sông hay vứt rác ra đường phố công cộng. Tuy nhiên dần dần việc kiểm soát bằng điện tử trở nên dễ dàng hơn và chi phí thấp hơn. Lúc đó có thể coi môi trường giống như một hàng hoá có thể được thực hiện thông qua thị trường. Điều này thúc đẩy sự tranh cãi mạnh mẽ về các vấn đề sản xuất cái gì, như thế nào và sản xuất cho ai.

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

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

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

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

1.5 Vi mô và vĩ mô

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tổng sản phẩm quốc nội (GDP)

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

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

Mức giá chung

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

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

Tỷ lệ thất nghiệp

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

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

TÓM TẮT

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

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

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

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Một nền kinh tế có 5 lao động. Mỗi lao động có thể sản xuất 4 chiếc bánh và 3 chiếc áo, tuy nhiên nhiều lao động khác có thể làm việc trong cùng một ngành. (a) Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất? (b) Xã hội có thể sản xuất bao nhiêu chiếc bánh nếu không sản xuất áo? (c) Những điểm nào trên đồ thị là những điểm không có hiệu quả? (d) Chi phí cơ hội của việc sản xuất một chiếc áo là gì? (e) Quy luật hiệu suất giảm dần có hiệu lực trong nền kinh tế này?

2. Nước Nga thời cộng sản sử dụng giá để phân bổ sản phẩm giữa những người tiêu dùng khác nhau. Các nhà hoạch định kế hoạch tập trung thiết lập các mục tiêu sản xuất nhưng sau đó bày hàng hoá trong các cửa hàng, cố định giá bán và đưa tiền cho người lao động để chi tiêu. Tại sao không lập kế hoạch phân bổ các hàng hoá cụ thể cho từng người nhất định?

3. Xã hội từ bỏ giáo dục ở cấp đại học. Các sinh viên phải ngay lập tức đi tìm việc làm. Nếu không có sẵn việc làm, tiền lương và giá cả sẽ điều chỉnh như thế nào để những người muốn có việc làm có thể tìm được?

4. Nhận định nào sau đây là thực chứng và nhận định nào là chuẩn tắc? (a) Lạm phát hàng năm dưới 2%. (b) Vì lạm phát thấp, chính phủ nên giảm thuế. (c) Thu nhập ở Anh cao hơn so với ở Ba Lan. (d) Người Anh hạnh phúc hơn người Ba Lan.

5. Nhận định nào sau đây thuộc về kinh tế học vi mô, nhận định nào thuộc về kinh tế học vĩ mô? (a) Lạm phát thấp hơn so với những năm 1980. (b) Giá lương thực tháng này giảm. (c) Thời tiết tốt có nghĩa sản lượng thu hoạch tốt. (d) Thất nghiệp ở London thấp hơn so với mức trung bình toàn nước Anh.

6. **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định này là sai? (a) Một số nhà kinh tế thuộc Đảng bảo thủ, một số khác thuộc Công đảng, do đó kinh tế học có thể biện minh cho bất kỳ điều gì. (b) Không có điều gì kiểu như một bữa ăn trưa miễn phí. Để có nhiều hơn một hàng hoá bạn phải hy sinh hàng hoá khác. (c) Kinh tế học đề cập đến con người và như vậy không thể là một môn khoa học.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 315.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

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

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

Chương 2

Các công cụ phân tích kinh tế

Mục tiêu nghiên cứu

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.1 Số liệu kinh tế

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

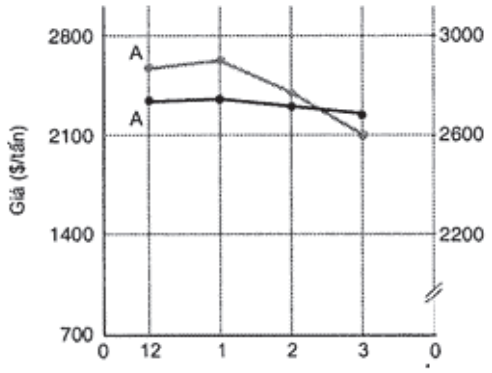
Số liệu dãy số thời gian

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

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

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

Hình 2.1 Giá đồng hàng tháng, năm 2003 - 2004



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

Nguồn: IMF, International Financial Statistics.

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

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

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

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

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

Số liệu chéo

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

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

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

Nguồn: OECD, *Economic Outlook.*

2.2 Các chỉ số

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

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

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

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

Bảng 2.3 Giá nhôm và đồng (USD/tấn)

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

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

giá nhôm năm 1998 là 1400$ cho giá năm 2001 là 1500$ để có được 0,93. Nhân số này với giá trị ban đầu là 100 (chỉ số năm 2001) để có được 93 như trong Bảng 2.3. Chỉ số giá đồng được tính toán tương tự, chia từng giá cho giá năm 2001 sau đó nhân với 100.

Bây giờ kiểm tra lại xem bạn hiểu về thao tác này như thế nào. Năm 1992 giá trung bình của nhôm là 1000$/tấn và trung bình của đồng là 2880. Hãy xác định chỉ số giá đồng và nhôm? (trả lời: 67 và 134).

Chỉ số trung bình

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

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

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

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

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

RPI và các chỉ số khác

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

Bảng 2.4 Trọng số RPI ở Liên hiệp Anh

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

Nguồn: ONS, *Monthly Digest of Statistics.*

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

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

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

2.3 Các biến thực tế và biến danh nghĩa

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

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

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

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

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

Nguồn: ONS, *Economic Trends.*

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

Giá tương đối hay thực tế

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

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

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

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

Sức mua của tiền

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

Hộp 2-1 Nhiều nhà triệu phú

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

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

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

Hộp 2-2 Siêu lạm phát

Năm 1918, liên quân chiến thắng yêu cầu Đức phải bồi thường thiệt hại và trả lương hưu cho các lực lượng quân đội của liên quân tham gia chiến tranh. Năm 1922, kinh tế đổ vỡ, Đức từ chối bồi thường. Tháng 1 năm 1923 quân Pháp và Bỉ chiếm đóng các mỏ than Ruhr. Công nhân Đức bắt đầu một cuộc tổng đình công và chính phủ phải in tiền để trả lương cho 2 triệu công nhân.

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

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

2.4 Đo lường sự thay đổi của các biến số kinh tế

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

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

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

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

2.5 Các mô hình kinh tế

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

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

Doanh thu = [giá vé] x [số lượng khách] (1)

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

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

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

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

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

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

Doanh thu của dịch vụ tàu điện = giá vé tàu điện x số lượng khách
= giá vé tàu điện x f (giá vé tàu điện,
giá vé taxi, giá xăng, giá vé xe bus,
thu nhập của hành khách ...) (3)

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

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

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

Online Learning Centre with POWERWEB

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

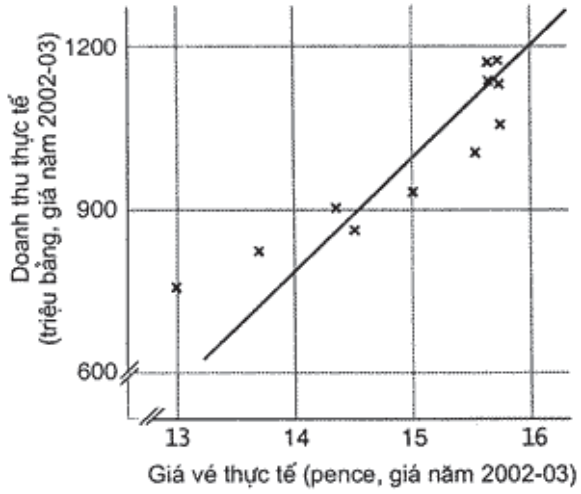
2.6 Mô hình và số liệu

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

Bằng chứng thực nghiệm

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

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



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

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

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

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

Nguồn: Transport for London.

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

Những năm có doanh thu thực tế thấp nhất là những năm có giá vé thực tế là thấp nhất. Tuy nhiên, ảnh hưởng của giá vé thực tế thay đổi không phải là toàn bộ ảnh hưởng. Các yếu tố khác không đổi, giá vé cao hơn sẽ làm giảm số lượng hành khách. Trên thực tế, cột (2) cho thấy rằng số lượng sử dụng dịch vụ tàu điện tăng lên khi giá vé cao hơn. Số lượng hành khách tăng khá nhanh. Chúng ta sẽ giải đáp vấn đề hóc búa này trong mục 2.8.

2.7 Các đồ thị điểm, đường và phương trình

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

Nếu chúng ta vẽ một đường thẳng hoặc một đường cong qua tất cả các điểm này, điều này cho thấy (không chứng minh) mối quan hệ giữa 2 biến. Nếu minh hoạ các điểm này, chúng không nằm trên các đường thẳng hoặc đường cong đó, điều này cho thấy (không chứng minh) không có mối quan hệ giữa 2 biến. Chỉ khi kinh tế học là một môn khoa học thực nghiệm, trong đó chúng ta có thể tiến hành các thí nghiệm được kiểm soát để đảm bảo tất cả các yếu tố khác không đổi, chúng ta mới phân tích được các đồ thị điểm một cách chính xác. Tuy vậy, chúng thường cung cấp những chứng cứ hữu ích.

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

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

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

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

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

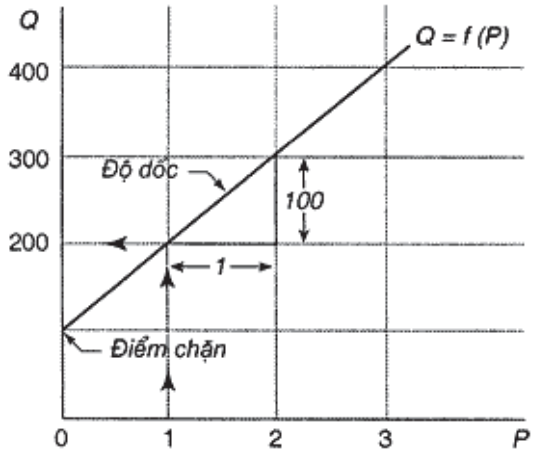
Điều này cho phép giải quyết vấn đề duy trì các yếu tố khác không thay đổi. Máy tính biểu diễn giá vé tàu điện trên 1 trục và giá vé xe bus trên 1 trục khác, giá xăng trên trục thứ 3, thu nhập của khách hàng trên trục thứ 4, và doanh thu trên trục thứ 5, minh hoạ tất cả các biến này cùng một lúc và xác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

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

Đọc các đồ thị

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

Hình 2.3 Sự phụ thuộc tuyến tính đồng biến



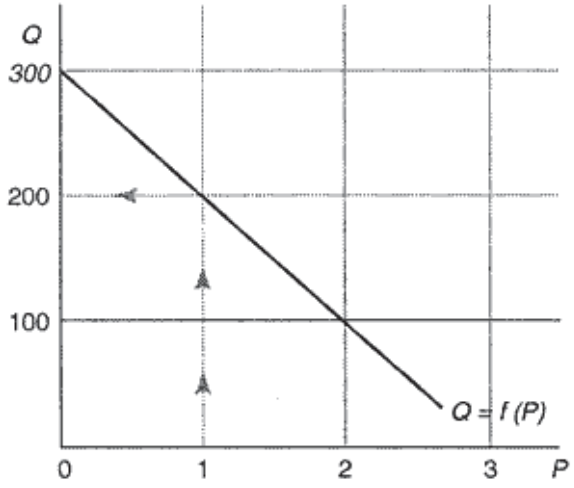
Như trong Hình 2.3, khi hàm này là 1 đường thẳng, chỉ cần 2 thông tin để phác hoạ toàn bộ quan hệ giữa Q và P. Chúng ta cần hệ số chặn và hệ số góc. Hệ số chặn là độ cao của đường thẳng này khi biến số trên trục hoành bằng 0. Trong Hình 2.3 hệ số chặn là 100, là giá trị của Q khi P = 0.

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

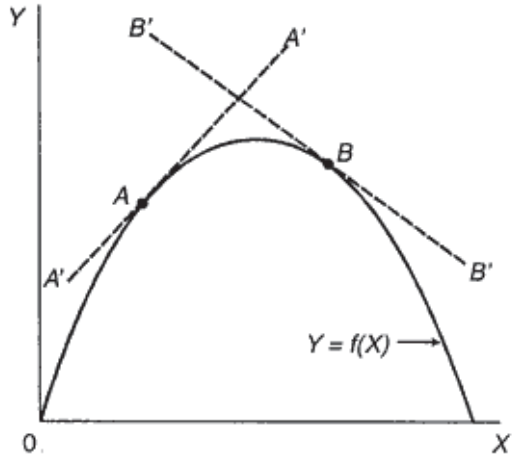
Hình 2.3 chỉ ra mối quan hệ đồng biến giữa Q và P. Khi giá trị của P tăng lên sẽ làm cho Q tăng lên. Đường thẳng này có độ dốc dương. Hình 2.4 minh hoạ trường hợp Q là 1 hàm nghịch biến của P. Giá trị của P tăng lên sẽ làm Q giảm xuống. Đường như vậy có độ dốc âm.

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

Hình 2.4 Sự phụ thuộc tuyến tính nghịch biến

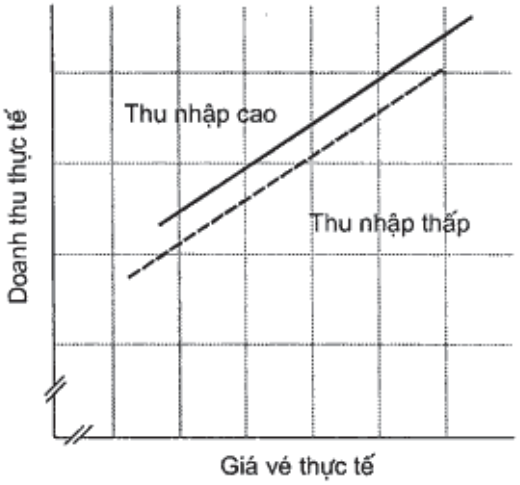


Hình 2.5 Sự phụ thuộc phi tuyến tính



2.8 Cách tiếp cận khác đối với "các yếu tố khác không đổi"

Hình 2.6 Các yếu tố khác không đổi



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

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

Khi chúng ta tính đến những biến động cả về giá vé và thu nhập của hành khách thì phân tích của chúng ta trở lên có ý nghĩa hơn. Hãy tưởng tượng ra 2 giai đoạn, một là khi thu nhập thấp và một là khi thu nhập ở mức cao. Hình 2.6 minh hoạ mối quan hệ giữa giá vé và doanh thu trong từng giai đoạn đó. Đường nét đứt tương ứng với mức thu nhập thấp và như vậy cầu đối với đi lại bằng tàu điện ở mức thấp. Đường nét liền minh hoạ cầu ở mức cao hơn tại mỗi mức giá vé.

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

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

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

2.9 Các lý thuyết và minh chứng

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Hôn nhân và ly hôn

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

Ma tuý

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

TÓM TẮT

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

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

CÂU HỎI ÔN TẬP

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

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

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

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

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

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

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

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 315.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

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

Chương 3

Cầu, cung và thị trường

Mục tiêu nghiên cứu

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

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

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

3.1 Thị trường

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

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

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

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

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

3.2 Cầu, cung và sự cân bằng

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

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

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

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

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

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

Bảng 3.1 Cầu và cung sôcôla

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

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

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

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

Mức giá cân bằng

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

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

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

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

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

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

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

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

3.3 Đường cầu và đường cung

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

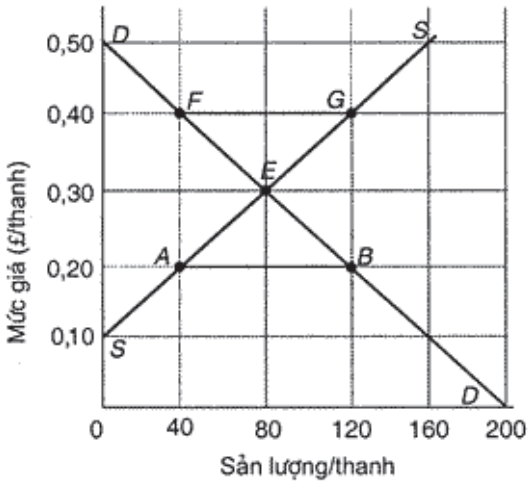
Đường cầu thể hiện mối quan hệ giữa mức giá và lượng cầu, khi những điều kiện khác không đổi.

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

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

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

Hình 3.1 Thị trường sôcôla



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

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

Giả sử tại mức giá là 0,40£. Chỉ có 40 thanh sôcôla được bán trong khi người mua muốn mua 120 thanh. Tại sao người bán chứ không phải người mua lại chán nản khi mong muốn của họ bất đồng? Việc tham gia thị trường là tự nguyện. Người mua không buộc phải mua và người bán không buộc phải bán. Khi thị trường không cân bằng, sản lượng giao dịch sẽ là số nhỏ hơn trong hai mức sản lượng: lượng cung và lượng cầu. Tại bất kỳ mức sản lượng nào trên 40 thanh ở mức giá 0,40£ đều khiến người mua phải mua thứ họ không muốn. Tương tự như vậy, tại mức giá 0,20£, bất kỳ mức sản lượng nào trên 40 thanh là sự ép buộc đối với người bán.

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

3.4 Đằng sau đường cầu

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

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

Giá cả hàng hoá liên quan

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

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

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

Thu nhập của người tiêu dùng

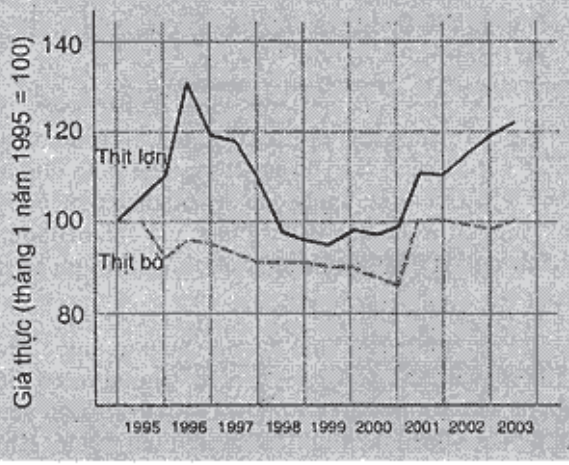
Loại thứ 2 trong "những yếu tố khác không đổi" khi xác định đường cầu là thu nhập của người tiêu dùng. Khi thu nhập tăng, cầu về hầu hết các loại hàng hoá tăng. Thông thường người tiêu dùng muốn mua nhiều hơn hầu hết các loại. Tuy nhiên, cũng có trường hợp ngoại lệ.

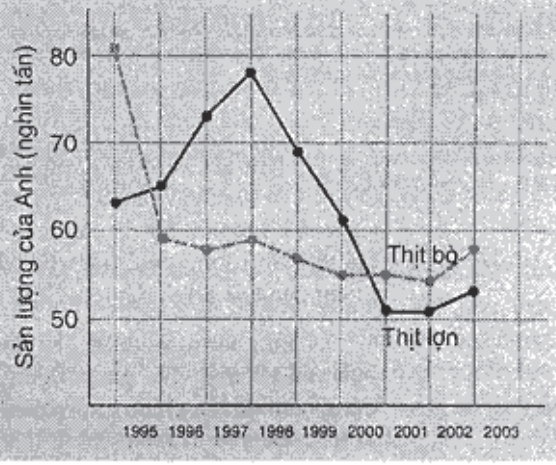
Cầu đối với **hàng hoá thông thường** tăng khi thu nhập tăng. Cầu đối với **hàng hoá thứ cấp** giảm khi thu nhập tăng.

Hộp 3-1 Thị trường thịt lợn...

Năm 1996 cuộc khủng hoảng BSE dẫn tới sự suy giảm cầu về thịt bò của Anh. Với đường cầu thấp hơn, giá cân bằng của thịt bò giảm. Người tiêu dùng chuyển sang mua thịt gà và thịt lợn. Giá thịt lợn tăng lên nhanh chóng. Nhiều người nông dân chuyển từ nuôi bò sang nuôi lợn. Năm 1998 thị trường bị tràn ngập bởi thịt lợn và giá thịt lợn lại giảm. Năm 2001 người ta nuôi ít lợn hơn để cung cấp ra thị trường.

Nguồn: ONS, Monthly Digest of statistics.





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

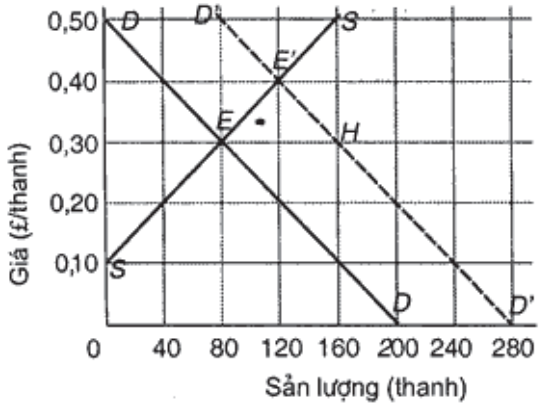
Thị hiếu

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

3.5 Sự dịch chuyển của đường cầu

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

Hình 3.2 Sự tăng cầu sôcôla



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3.6 Đằng sau đường cung

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

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

Công nghệ

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

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

Chi phí đầu vào

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

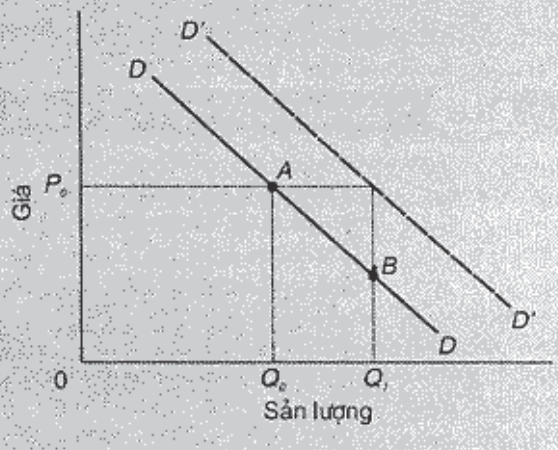
Hộp 3-2 Sự dịch chuyển dọc theo đường cầu và sự dịch chuyển của đường cầu

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

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

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

Những điều kiện khác không đổi, sự thay đổi giá cả gây ra sự di chuyển dọc theo đường cung và đường cầu. Khi những yếu tố khác thay đổi, chúng dịch chuyển trên biểu đồ.



Quy định của Chính phủ

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

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

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

3.7 Sự dịch chuyển đường cung

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

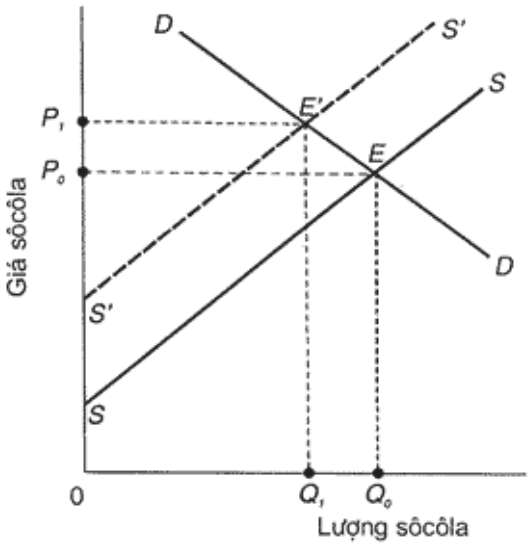
Hộp 3-3 Giáo hoàng và giá cá

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

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

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

Hình 3.3 Giảm cung



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

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

3.8 Thị trường tự do và sự kiểm soát giá

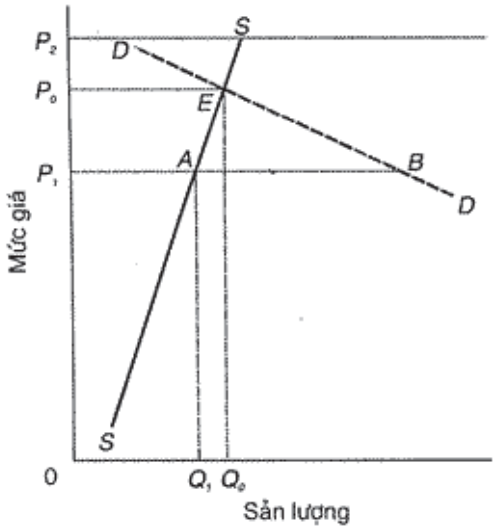
Thị trường tự do cho phép giá cả được xác định tự nhiên theo tác động của cung và cầu.

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

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

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

Hình 3.4 Ảnh hưởng của giá trần



Trạng thái cân bằng thị trường tự do là tại E. Mức giá cao P_0 khiến lượng cầu bị hạn chế bởi cung khan hiếm. Tại mức giá trần P_1, giá đã được giữ ở mức thấp nhưng lại tạo ra sự dư cầu AB. Nó cũng làm giảm lượng cung từ Q_0 đến Q_1. Mức giá trần P_2 không thích hợp vì trạng thái cân bằng thị trường tự do E vẫn có thể tồn tại.

Hình 3.4 biểu thị thị trường thức ăn. Chiến tranh làm gián đoạn việc nhập khẩu thức ăn. Đường cung nằm sát về phía trái và mức giá cân bằng thị trường tự do P_0 là cao. Thay vì để thị trường tự do có trạng thái cân bằng tại E, chính phủ đặt giá trần P_1. Lượng bán là Q_1 và dư cầu là khoảng cách AB. Giá trần tạo ra sự thiếu cung so với cầu bằng cách giữ cho giá thức ăn ở dưới mức cân bằng[1].

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

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

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

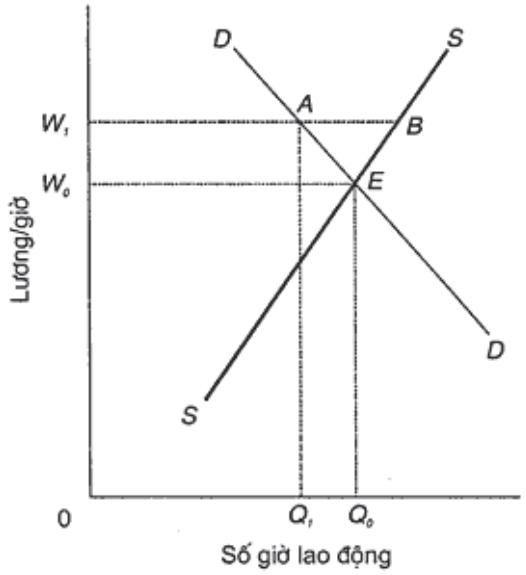
về lao động. Trạng thái cân bằng thị trường tự do là E, mức lương là W_0. Lương tối thiểu dưới W_0 là không thích hợp vì trạng thái cân bằng thị trường tự do vẫn tồn tại. Giả sử, trong nỗ lực trợ giúp người công nhân, chính phủ đặt mức lương tối thiểu là W_1. Các hãng có cầu về lượng lao động là Q_1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

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

Hộp 3-4 Sự áp đặt

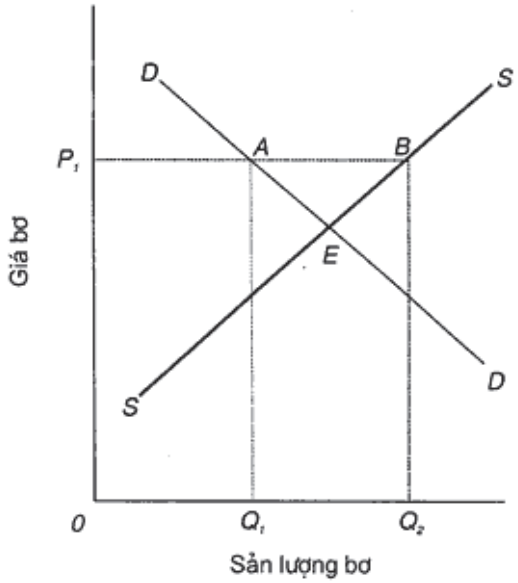
California, ngôi nhà của Silicon Valley và Hollywood, là một trong những nơi giàu có nhất thế giới. Năm 2001 California bị ngắt điện vì nguồn cung cấp điện bị tắt. Vì nghèo đói không thể bị đổ lỗi cho nên điều đó là kết quả tất yếu của chính sách kém cỏi. California đã tư nhân hoá những công ty điện của Bang nhưng sau đó lại áp đặt một mức giá cho điện. Tuy nhiên, mức giá áp đặt là quá thấp. Những nhà cung cấp điện của Bang bị cạn tiền. Mức giá thấp giả tạo không chỉ trước sau gì cũng làm giảm lượng cung mà còn làm tăng lượng cầu. Một con đường tới thảm họa.

Hình 3.5 Mức lương tối thiểu



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

Hình 3.6 Giá sàn đối với bơ



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

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

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

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

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

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

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

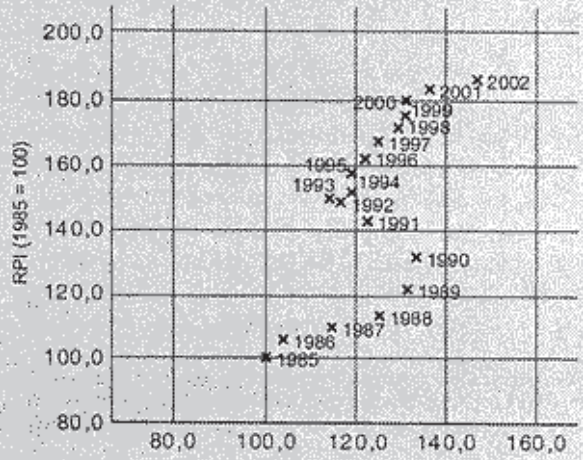
Thị trường chỉ cho chúng ta biết sản xuất hàng hoá cho ai: cho tất cả những người tiêu dùng sẵn sàng mua ít nhất là tại mức giá cân bằng. Thị trường cũng chỉ cho chúng ta biết ai sản xuất: tất cả những người sẵn sàng cung cấp tại mức giá cân bằng. Sau đây chúng ta sẽ được biết thị trường cũng chỉ ra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

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

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

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

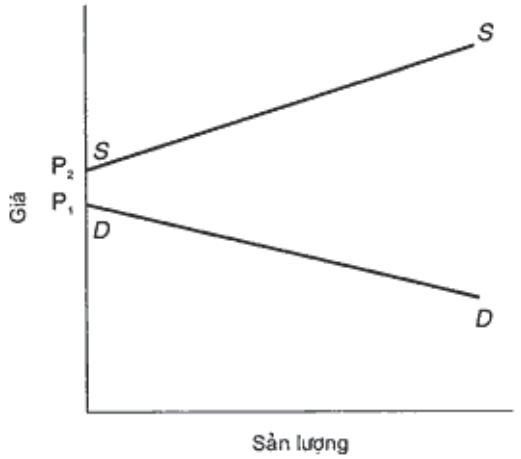
Sau khi đã chẩn đoán, chúng ta kết hợp các chứng cứ lại. Sự mở rộng các hoạt động kinh tế là một yếu tố xác định quan trọng đối với cầu về ngành xây dựng. GDP thực tế của Anh tăng mạnh trong giai đoạn 1985 - 1989, giảm nhanh trong giai đoạn 1990 - 1993 và lại tăng lên trong giai đoạn 1993 - 2000. Những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



Chỉ số sản lượng ngành công nghiệp xây dựng (1985 = 100)

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

Hình 3.7 Hàng hóa không được sản xuất



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

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

Xã hội có lẽ không thích câu trả lời do thị trường đem lại. Thị trường tự do không đem lại đầy đủ thức ăn để đẩy lùi sự đói kém hoặc không đủ thuốc để chăm sóc những người ốm. Nó chỉ cung cấp thức ăn và thuốc cho những ai sẵn sàng và có khả năng trả tiền tại mức giá cân bằng. Xã hội có lẽ thực hiện sự điều chỉnh để người nghèo sẽ nhận được nhiều thức ăn và thuốc hơn là do họ có được trên thị trường tự do. Xã hội có lẽ cũng sẽ điều chỉnh: mặc dù mọi người sẵn sàng và có khả năng thanh toán cho sách báo khiêu dâm nhưng sẽ tốt hơn cho xã hội nếu chính thức cấm những hành vi trên. Chỉ có ít quốc gia cho phép để thị trường tự do không kiểm soát đối với tất cả các mặt hàng. Chính phủ can thiệp rộng rãi để thay đổi sản lượng đầu ra của thị trường thông qua những quy định, thuế khoá và phân phối thu nhập như là trợ cấp thất nghiệp.

TÓM TẮT

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

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

CÂU HỎI ÔN TẬP

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

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

2. Dư cung hoặc dư cầu là bao nhiêu nếu mức giá là: (a) 12, (b) 20? Mô tả sự thay đổi của giá cả bởi 2 vị trí (a) và (b).

3. Đường cầu bánh mì nướng thay đổi như thế nào nếu giá bánh mì tăng? Chỉ ra trên đồ thị cung - cầu sự thay đổi mức giá và sản lượng cân bằng.

4. Đường cầu bánh mì nướng bị ảnh hưởng như thế nào bởi việc tạo ra lò nướng bánh nếu như mọi người thích cách nướng bánh mới hơn? Mức giá và sản lượng cân bằng bánh mì nướng thay đổi như thế nào?

5. Bạn là người nuôi cừu. Hãy đưa ra ba ví dụ làm giảm cung của bạn về len. Bạn có sử dụng việc giảm giá len làm một ví dụ không? Đó có phải là một ví dụ hợp lý không?

6. Hàng hoá sành điệu được cầu vì chúng rất đắt. Có phải đường cầu cho những hàng hoá đó dốc lên trên?

7. **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những trường hợp sau đây là sai? (a) Đội bóng Manchester United nổi tiếng hơn đội Wrexham. Đội Man Utd sẽ luôn luôn dễ dàng hơn trong việc lấp đầy sân vận động. (b) "Núi bơ" châu Âu chỉ ra năng suất lao động có thể được nâng cao như thế nào khi người nông dân tin vào lý tưởng châu Âu. (c) Duy trì mức thấp cho giá thuê nhà đảm bảo một số lượng lớn nhà rẻ cho những người nghèo.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 315.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

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

Chương 4

Độ co giãn của cung và cầu

Mục tiêu nghiên cứu

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

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

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

4.1 Phản ứng của cầu đối với giá

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

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

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

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

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

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

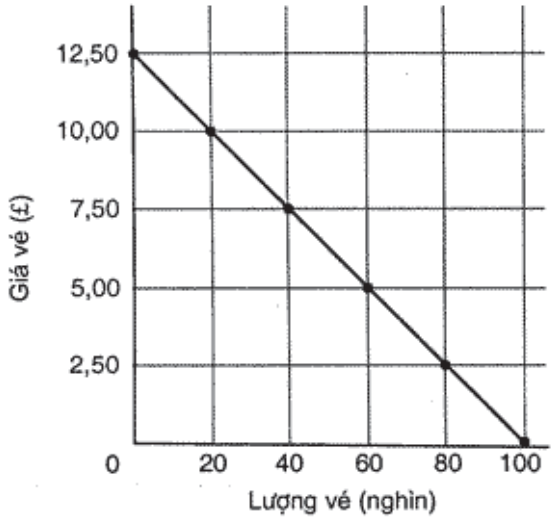
Giả sử 1% tăng trong giá làm giảm lượng cầu 2%. Độ co giãn của cầu theo giá bằng phần trăm thay đổi trong lượng cầu (-2) chia cho phần trăm thay đổi trong giá (+1) cho nên bằng -2. Dấu trừ có nghĩa lượng cầu sẽ giảm khi giá tăng. Nếu giá giảm 4%, lượng cầu sẽ tăng 2%, độ co giãn của cầu bằng -1/2 bởi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

Bảng 4.1 Cầu về vé xem bóng đá

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

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

Hình 4.1 Cầu về vé xem bóng đá



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

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

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

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

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

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

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

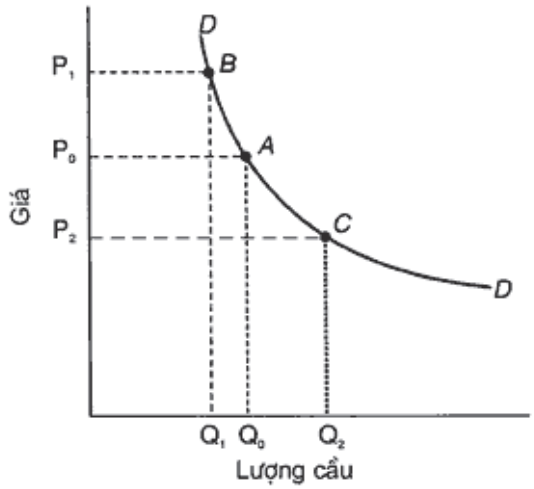
Ở cột a, giá tăng 100% (từ 1£ lên 2£) thì lượng cầu giảm xuống 20% (từ 10 xuống 8), độ co giãn của cầu = (-20/100) = -0,2, tương tự, ở cột c, giá giảm 50% (từ 2£ xuống 1£) thì lượng cầu tăng 25% (từ 8 lên 10), độ co giãn bằng 25/-50= -0,5.

Tự hoàn thành số liệu ở cột b, d, e.

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

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

Hình 4.2 Đường cầu phi tuyến DD



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

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

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

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

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

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

Cầu co giãn và không co giãn

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

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

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

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

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

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

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

Đo lường độ co giãn

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

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

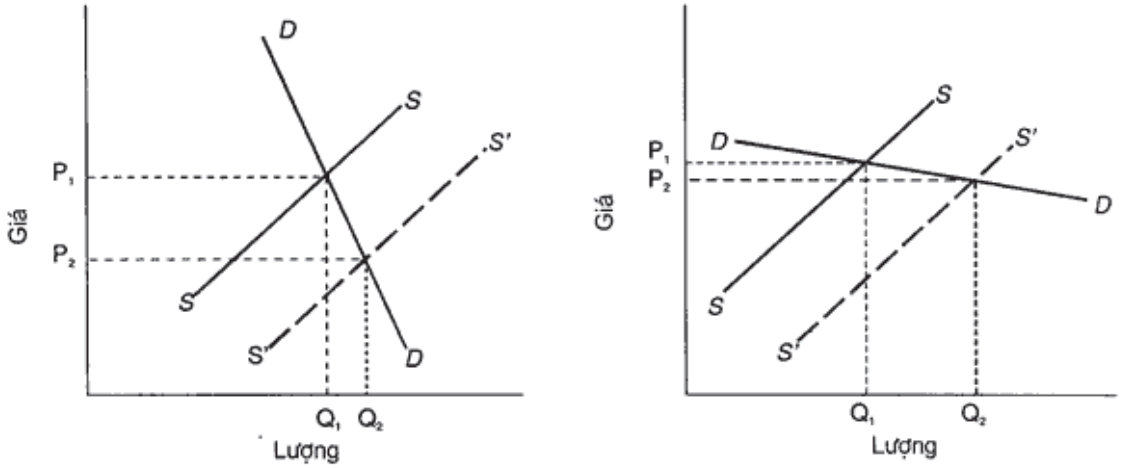
Hàng hóa có phạm vi rộng	Độ co giãn của cầu	Hàng hóa có phạm vi hẹp	Độ co giãn của cầu
Nhiên liệu	-0,5	Thực phẩm từ sữa	-0,1
Thực phẩm	-0,5	Bánh mỳ và ngũ cốc	-0,2
Đồ uống có cồn	-0,8	Giải trí	-1,4
Hàng lâu bền	-0,9	Chi tiêu nghỉ mát ở nước ngoài	-1,6
Dịch vụ	-1,0	Thực phẩm	-2,6

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

Ứng dụng độ co giãn của cầu

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

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



(a) Cầu không co giãn **(b) Cầu co giãn**

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

Hình 4.3a minh họa điều này. SS là đường cung trong một thị trường nông nghiệp khi mất mùa và S'S' là đường cung khi được mùa. Giá cân bằng thay đổi từ P_1 đến P_2 trong khi lượng cân bằng thay đổi ít. Ngược lại, Hình 4.3b minh họa ảnh hưởng khi đường cung dịch chuyển nhưng với đường cầu co giãn. Giá cân bằng thay đổi ít hơn

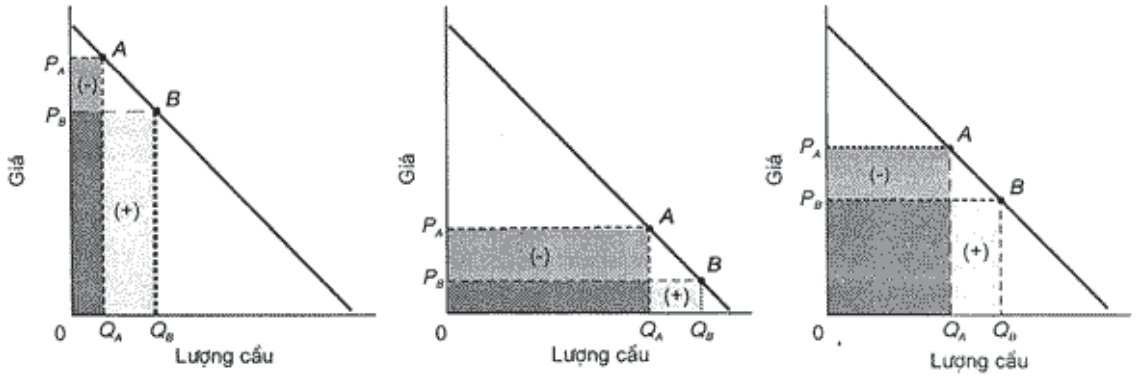
nhưng lượng cân bằng thay đổi nhiều hơn. Như vậy, biết độ co giãn của cầu thì ta hiểu tại sao trên một số thị trường sản lượng hay thay đổi nhưng giá ổn định trong khi một số thị trường khác giá lại hay thay đổi còn sản lượng giữ nguyên.

4.2 Giá, lượng cầu và tổng chi tiêu

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

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

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



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

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

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

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

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

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

Giá vé xem bóng đá

Hãy suy nghĩ về doanh thu từ việc bán vé xem bóng đá. Bảng 4.4 có các số liệu về lượng cầu vé xem bóng đá lấy từ Bảng 4.1 và lượng cầu ở mức giá 6,25£. Ở mức giá này, độ co giãn của cầu bằng -1. Giá giảm 20% (-1,25£) dẫn đến lượng cầu tăng 20% (10000 vé). Cột (4) chỉ ra tổng doanh thu ở mỗi mức giá.

Bảng 4.4 Cầu về vé xem bóng đá và tổng doanh thu

(1) Giá vé (£)	(2) Lượng cầu (1000)	(3) Độ co giãn của cầu	(4) Tổng chi tiêu (1000£)
12,50	0	-∞	0
10,00	20	-4	200
7,50	40	-1,5	300
6,25	50	-1	312,5
5,00	60	-0,67	300
2,50	80	-0,25	200
0	100	0	0

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

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

4.3 Các ứng dụng khác của độ co giãn của cầu

Cà phê tuyết

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

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

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

Nguồn: IMF, International Financial Statistics.

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

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

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

Nông dân và mất mùa

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

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

Hộp 4-2 Chiến tranh giá cả

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

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

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

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

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

4.4 Ngắn hạn và dài hạn

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

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

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

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

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

Dài hạn là khoảng thời gian bao lâu?

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

4.5 Độ co giãn chéo của cầu

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

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

Độ co giãn chéo của cầu có thể dương hoặc âm. Nó là dương nếu giá hàng hóa j tăng làm cho lượng cầu về hàng hóa i tăng. Giả sử i là chè và j là cà phê. Giá của cà phê tăng làm cầu về chè tăng. Độ co giãn chéo của cầu chè đối với cà phê là dương. Độ co giãn chéo dương nếu hai hàng hóa là thay thế và âm nếu hai hàng hóa là bổ sung cho nhau. Chúng ta hy vọng giá xăng tăng làm giảm cầu về xe ôtô bởi vì xăng và xe ôtô là hai hàng hóa bổ sung.

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

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

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

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

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

4.6 Ảnh hưởng của thu nhập đến cầu

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

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

Bảng 4.7 Tỷ lệ chi tiêu năm 1992 - 2002

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

Nguồn: ONS, UK National Accounts.

Chương 3 đã chỉ ra thu nhập của người tiêu dùng tăng lên thì lượng cầu có xu hướng tăng lên. Tuy nhiên, lượng cầu sẽ tăng lên các lượng khác nhau khi thu nhập tăng lên. Việc người tiêu dùng chi tiêu bao nhiêu vào các loại hàng hóa khác nhau phụ thuộc vào mức thu nhập của họ. Tỷ lệ chi tiêu của một hàng hóa chính là tỷ số về phần chi tiêu cho hàng hóa đó trong tổng thu nhập của người tiêu dùng.

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

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

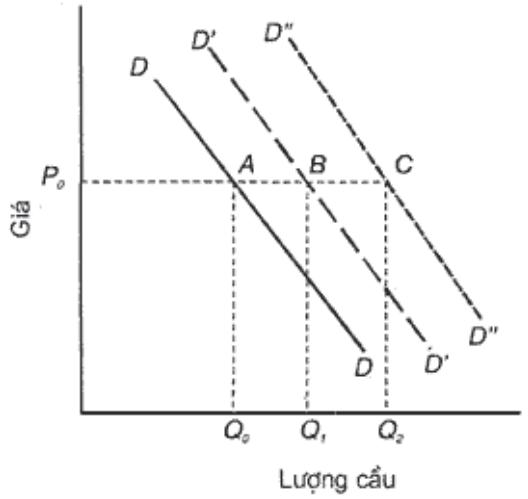
Hàng hóa thông thường, thứ cấp và cao cấp

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

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

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

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



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

Những định nghĩa này nói với chúng ta điều gì xảy ra với tỷ lệ chi tiêu khi thu nhập thay đổi còn giá của hàng hóa giữ nguyên. Tỷ lệ chi tiêu của hàng hóa thứ cấp giảm xuống khi thu nhập tăng. Nghĩa là thu nhập cao hơn liên quan đến lượng cầu ít hơn ở mọi mức giá. Ngược lại, tỷ lệ chi tiêu cho hàng hóa cao cấp tăng lên khi thu nhập tăng lên. Bởi vì độ co giãn của cầu theo thu nhập của hàng hóa cao cấp lớn hơn 1, thu nhập tăng 1% thì lượng cầu về hàng hóa cao cấp tăng nhiều hơn 1%. Nhưng thu nhập tăng làm giảm phần chi tiêu cho những hàng hóa thông thường thuộc loại thiết yếu. Thu nhập tăng 1% làm cho lượng cầu tăng lên ít hơn 1%, dẫn đến tỷ lệ chi tiêu cho hàng hóa này giảm xuống.

Hàng hóa thứ cấp thường là những hàng hóa có chất lượng kém hơn so với những hàng hóa thay thế khác có chất lượng cao hơn nhưng đắt hơn. Những người nghèo hài lòng với việc tiêu dùng thịt có nhiều mỡ, quần áo có nhiều nylon. Khi thu nhập của họ tăng lên, họ chuyển sang những loại thịt nhiều nạc hơn và quần áo nhiều chất cotton hơn. Vậy thu nhập tăng lên chắc chắn làm giảm cầu về thịt mỡ và quần áo chất liệu nhiều nylon.

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

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

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

Hộp 4-3 **Sự phát triển chóng mặt của ôtô**

Khi một đất nước phát triển và giàu lên, một trong những hàng hóa mà mọi người muốn có là xe ôtô. Độ co giãn của cầu theo thu nhập về xe ôtô ước lượng khoảng = 2. Trung Quốc, một trong những nền kinh tế phát triển nhanh nhất trên thế giới, bây giờ có sự ham muốn tột bậc về ôtô. Với mức thu nhập tăng nhanh như vậy, người ta bỏ xe đạp đi ôtô. Năm 1949, nước đông dân nhất thế giới chỉ có 1800 ôtô. Con số này bây giờ là 20 triệu. Năm 2002, thị trường ôtô tăng trưởng 60% và năm 2003 là 100%. Trong những năm 1970, một công nhân phải tiết kiệm một năm mới mua được một chiếc xe đạp, thu nhập bây giờ tăng nhanh nên họ tiết kiệm một năm thì mua được một chiếc ôtô.

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

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

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

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

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

Nguồn: as in Table 4.3.

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

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

Ứng dụng độ co giãn của cầu theo thu nhập

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

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

4.7 Lạm phát và cầu

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

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

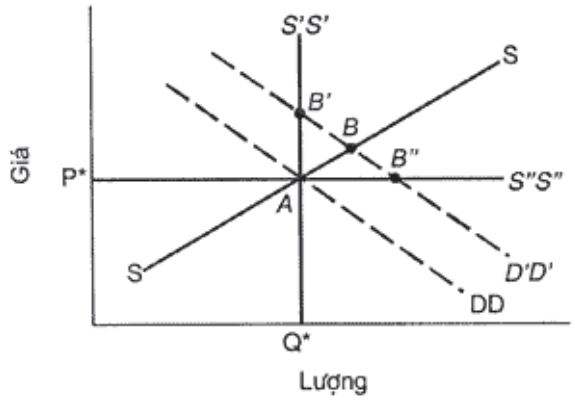
Vậy chúng ta xem xét lại vấn đề như thế nào về độ co giãn khi nói rằng độ co giãn của cầu theo giá sẽ thay đổi khi giá của hàng hóa thay đổi? Mỗi loại độ co giãn đo lường sự thay đổi của một biến khi tất cả các biến khác xác định cầu đều giữ nguyên. Khi tất cả giá và thu nhập cùng thay đổi, khái niệm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

4.8 Độ co giãn của cung

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

Độ co giãn của cung = (% thay đổi của lượng cung)/(% thay đổi của giá)

Hình 4.6 Các giá trị về độ co giãn của cung



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

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

Hộp 4-4 Thị hiếu về cà phê

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

Nguồn: Financial Times, 17 May 2001.

Thu nhập cao hơn đã làm tăng cầu về cà phê nhưng cung về cà phê còn tăng nhanh hơn. Có thêm nhiều nước mới sản xuất cà phê, năng suất ngành nông nghiệp cũng tăng lên và năm 1989 không đạt được thỏa thuận đặt giá trần cho cà phê xuất khẩu.

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

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

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

4.9 Ai thực sự là người chịu thuế?

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

Đầu tiên, chúng ta bàn về thuế đánh trên từng đơn vị sản phẩm, ví dụ 5£/chai vodka. Chúng ta cùng chỉ ra ảnh hưởng của thuế này liên quan đến độ co giãn của cầu và cung. Sau đó, chúng ta bàn đến thuế giá trị hàng hóa (ad valorem) được đo lường bằng % giá trị hàng hóa. Ví dụ, thuế VAT thường là 17,5% giá trị của hàng hóa hoặc dịch vụ.

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

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

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

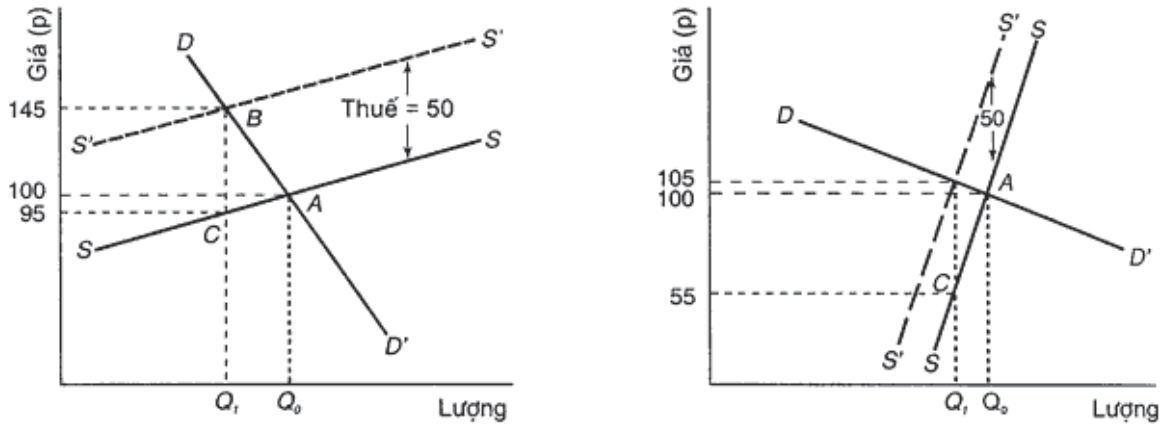
Hình 4.7(a) và 4.7(b) vẽ mức giá mà người tiêu dùng phải trả (sau thuế) trên trục tung, DD' là đường cầu. Bởi vì giá mà người sản xuất nhận được chính là giá mà người tiêu dùng trả trừ đi 50p thuế một bao thuốc lá, thuế đã làm đường cung dịch chuyển từ SS đến S'S' trong cả 2 hình. Trong mỗi trường hợp,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

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

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

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

Hình 4.7 Tỷ lệ chịu thuế



(a) Đường cầu dốc, đường cung thoải

(b) Đường cầu thoải, đường cung dốc

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

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

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

TÓM TẮT

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

khoảng -1 đến 0. Giá giảm làm giảm tổng chi tiêu cho hàng hóa. Cầu là co giãn đơn vị nếu độ co giãn là bằng -1. Giá thay đổi không ảnh hưởng đến tổng chi tiêu.

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

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Cửa hàng của bạn có 100 quả đào chín cần phải bán ngay. Đường cung về đào là đường thẳng đứng. Theo kinh nghiệm trước đây, nếu ở giá 1£ thì bán được 100 quả. (a) Vẽ đường cung và đường cầu cho thấy điểm cân bằng. (b) Độ co giãn của cầu là -0,5. Bạn phát hiện 10 quả đào bị hỏng và không bán được. Hãy vẽ đường cung mới. Mức giá cân bằng mới là bao nhiêu?

2. (a) Sữa, dịch vụ nha khoa, bia; (b) Sôcôla, gà, đi bằng tàu hỏa; (c) Đi xem kịch, câu lạc bộ tennis, phim. Hãy xác định cầu là co giãn hay không co giãn đối với mỗi nhóm hàng hóa trên. Sắp xếp độ co giãn đối với mỗi nhóm hàng hóa. Giải thích.

3 Điểm nào trên đường cầu thẳng có tổng chi tiêu của người tiêu dùng là lớn nhất? Giải thích. Thông tin này có ích gì cho chủ câu lạc bộ bóng đá?

4 Bảng sau là độ co giãn của cầu theo giá và theo thu nhập về rau và dịch vụ ăn uống. Đối với mỗi hàng hóa, giải thích đó là hàng cao cấp hay thiết yếu, và liệu cầu là co giãn hay không co giãn.

	Độ co giãn của cầu theo giá	Độ co giãn theo thu nhập
Rau	0,17	0,87
Dịch vụ ăn uống	2,61	1,64

5 Năm 1974, người tiêu dùng ở Anh tiêu 1,3 triệu bảng vào bánh mỳ và ngũ cốc. Năm 2004, họ tiêu dùng hơn 5 triệu bảng vào bánh mỳ và ngũ cốc, vậy bánh mỳ có phải là hàng hóa thứ cấp. Giải thích.

6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao các câu sau là sai: (a) Bởi vì thuốc lá là hàng hóa thiết yếu, doanh thu thuế từ thuốc lá sẽ luôn tăng lên khi thuế tăng. (b) Nông dân nên mua bảo hiểm để phòng thời tiết xấu có thể làm giảm một nửa sản lượng của vụ mùa. (c) Thu nhập của người tiêu dùng cao hơn luôn làm lợi cho người sản xuất.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 315.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

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

Chương 5

Lựa chọn của người tiêu dùng và quyết định cầu

Mục tiêu nghiên cứu

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

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

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

5.1 Cầu cá nhân

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

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

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

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

Ràng buộc ngân sách

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

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

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

Bảng 5.1 Giỏ tiêu dùng có thể mua được

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

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

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

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

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

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

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

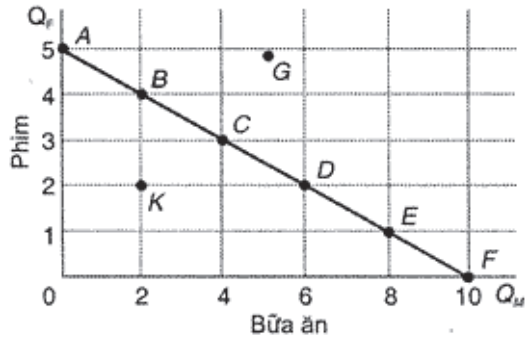
của đường ngân sách bằng mức chênh lệch khoảng cách theo trục tung chia tương ứng cho mức chênh lệch khoảng cách theo trục hoành. Trên Hình 5.1 độ dốc đường ngân sách là -1/2. Mức chênh lệch (+1) phim chia cho mức chênh lệch (-2) bữa ăn. Ví dụ trên minh hoạ cho công thức chung:

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

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

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

Hình 5.1 Đường ngân sách



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

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

Thị hiếu

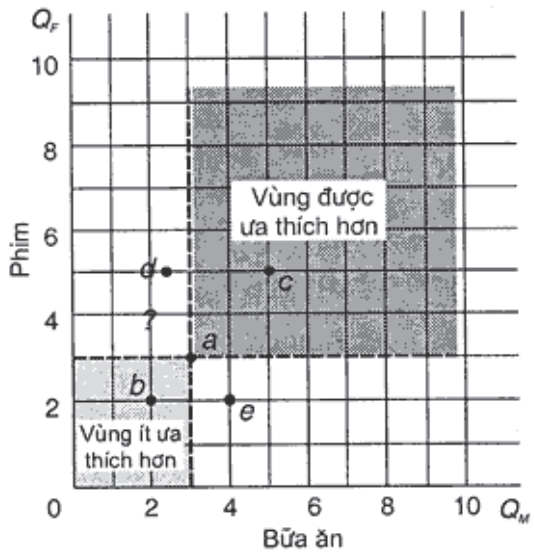
Đường ngân sách chỉ ra người tiêu dùng phải đối mặt với những điều kiện thị trường (mức giá và thu nhập). Chúng ta xem xét thị hiếu người tiêu dùng với ba giả định được coi là hợp lý. Thứ nhất, người tiêu dùng có thể sắp xếp thứ tự cho những kết hợp khác nhau theo độ hài lòng hay độ thoả dụng mà chúng đem lại. Không cần thiết phải lượng hoá những độ thoả dụng đó[2], ví dụ như nhóm hàng này có độ thoả dụng gấp đôi nhóm hàng khác. Chúng ta chỉ cần người tiêu dùng quyết định được nhóm hàng này tốt hơn, kém hơn hay bằng với nhóm hàng khác. Chúng ta giả định rằng sự sắp xếp của những nhóm hàng có thể có tính chất nhất quán: nếu nhóm hàng A được ưa thích hơn nhóm hàng B và nhóm hàng B được ưa thích hơn nhóm hàng C thì nhóm hàng A phải được ưa thích hơn nhóm hàng C.

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

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

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

Hình 5.2 **Sắp xếp các kết hợp tiêu dùng**



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

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

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

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

Giả sử người sinh viên đó có 5 vé xem phim và không có bữa ăn nào cả. Đã xem xong 4 phim, sinh viên đó không thích xem phim thứ năm lắm. Khi không ăn sinh viên đó rất đói. Lợi ích của sự kết hợp này thấp: bị đói sinh viên đó không thể thích xem phim được nữa. Đối với lợi ích thấp như vậy sinh viên đó có thể từ bỏ vài bộ phim để có thể mua một ít thức ăn.

Hộp 5-1 **Theo đuổi**

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

Bạn có thể mua một cuốn tạp chí ôtô và tìm xem liệu hệ giảm xóc của Clio có thực sự khác biệt hay không. Nhưng đó không phải là tiêu điểm. Quảng cáo này nói về phong cách. Không phải cái bạn cho là đẹp mà là cái những người khác cho là đẹp. Renault đảm bảo với bạn rằng những người khác, người sành điệu, cảm thấy tuyệt vời khi lái xe Clio. Tương tự bạn cũng có thể cảm thấy như vậy. Mối quan hệ phụ thuộc qua lại này của thị hiếu là chìa khoá mở cửa cho quảng cáo và quan hệ công chúng.

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

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

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

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

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

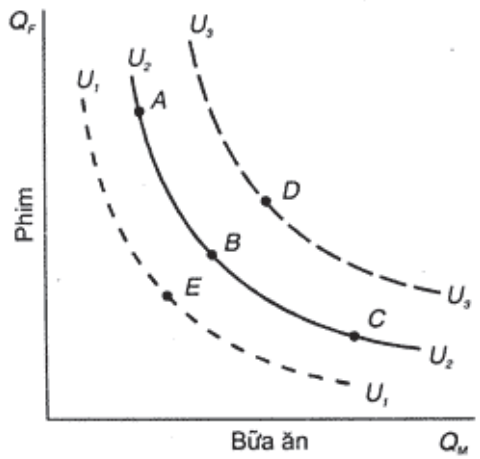
Chúng ta đã đưa ra cả ba giả định - rằng người tiêu dùng thích hàng hóa nhiều hơn chứ không phải ít hơn, có thể sắp xếp thứ tự những sự kết hợp khác nhau theo độ thoả dụng mà chúng đem lại và thị hiếu có tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần. Bây giờ sẽ dễ dàng khi mô tả thị hiếu bằng đường bàng quan.

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

Biểu diễn sở thích bằng đường bàng quan

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

Hình 5.3 **Biểu diễn thị hiếu tiêu dùng**



Dọc theo mỗi đường bàng quan như đường U_2U_2, lợi ích đối với người tiêu dùng là không đổi. Bởi vì nhiều được ưa thích hơn là ít, bất cứ một điểm nào ở trên đường bàng quan cao hơn (đường U_3U_3) sẽ được ưa thích hơn các điểm khác nằm trên đường bàng quan thấp hơn. Các đường bàng quan dốc xuống. Nếu không, người tiêu dùng sẽ có nhiều hơn cả hai loại hàng hóa và trở nên thỏa mãn hơn. Tỷ lệ thay thế cận biên cho thấy rằng mỗi đường bàng quan đều trở nên phẳng hơn nếu chúng ta dịch chuyển sang phải.

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

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

Tỷ lệ thay thế cận biên giữa bữa ăn và phim là độ dốc của đường bàng quan tại điểm mà chúng ta bắt đầu. Hai đặc tính của một đường bàng quan là dốc xuống và thoải đều khi chúng ta di chuyển sang phải - có được từ giả định rằng người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn và sở thích của họ thoả mãn giả định tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần.

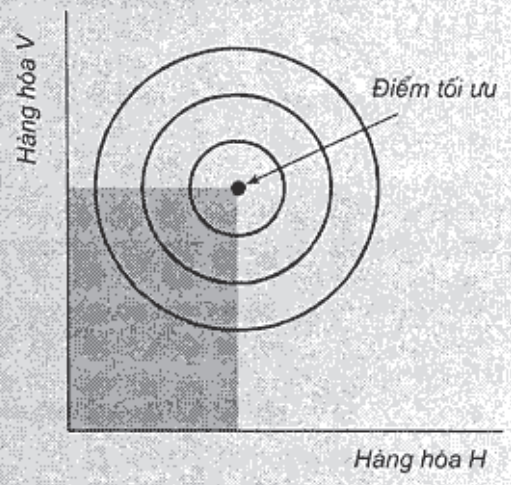
Bây giờ xét điểm D trên đường bàng quan U_3U_3. Điểm D có nhiều phim và bữa ăn hơn điểm B. Vì người tiêu dùng thích số lượng nhiều hơn nên lợi ích tại D cao hơn tại B. Nhưng mọi điểm trên U_3U_3 đều cho lợi ích như nhau. Vì thế mọi điểm trên U_3U_3 đều có lợi ích cao hơn mọi điểm trên U_2U_2. Ngược lại,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

Hộp 5-2 Những biểu đồ đường tròn khác

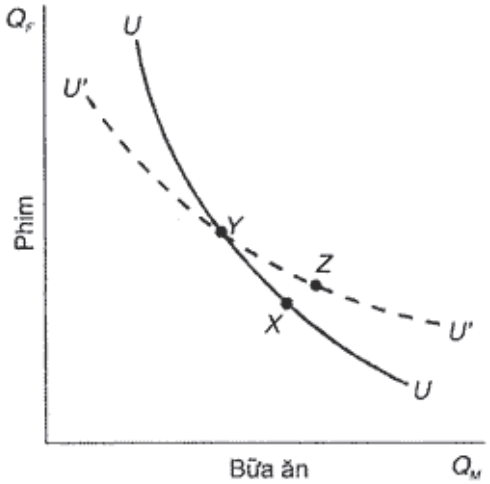
Khi chúng ta nhìn vào một biểu đồ tốt, chúng ta sẽ thấy những đường tròn hay đường viền đồng tâm, mỗi đường chỉ ra những điểm ở cùng một độ cao. Chúng gần giống những đường bàng quan nhưng không phải tuân theo quy luật tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần và có những hình dạng kỳ lạ hơn. Nhưng chúng không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

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

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



Hình 5.4 Các đường bàng quan không thể cắt nhau



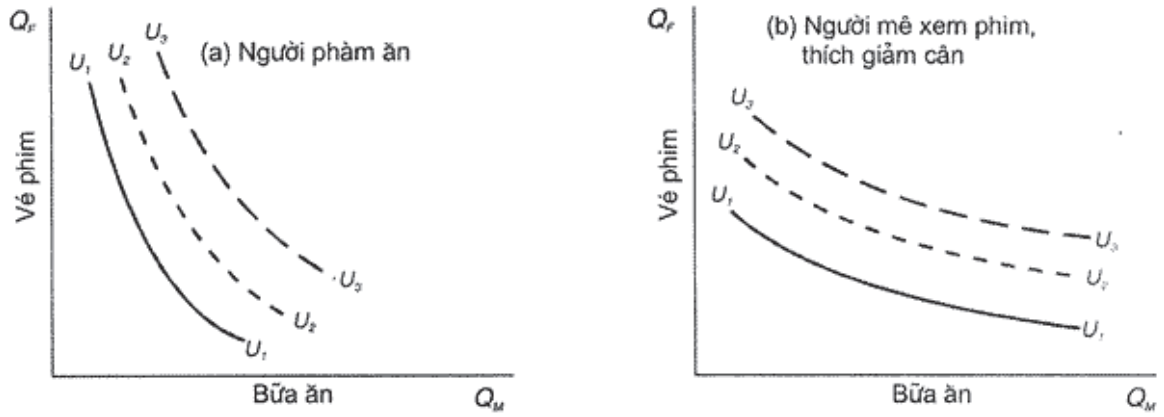
Nếu các đường bàng quan cắt nhau, người tiêu dùng sẽ không phân biệt X và Y trên đường bàng quan UU và giữa Y và Z trên đường bàng quan U'U' và do đó, sẽ không phân biệt được giữa X và Z. Bởi vì Z đem lại một khối lượng nhiều hơn về cả hai loại hàng hóa, điều này trái với giả thiết là người tiêu dùng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

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

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

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

Hình 5.5 Thị hiếu khác nhau

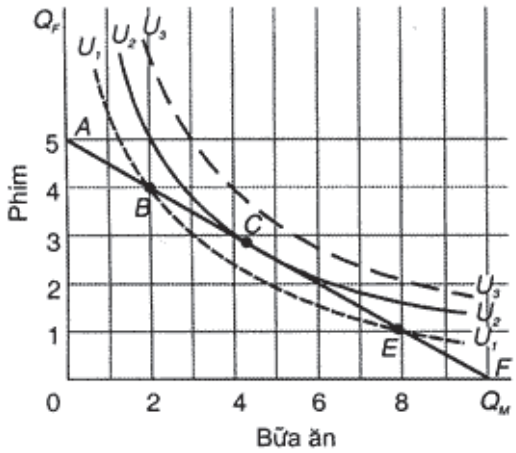


Để giữ lợi ích không thay đổi dọc theo một đường bàng quan cụ thể, một người phàm ăn sẽ hy sinh một số lượng lớn các lần xem phim để có thêm các bữa ăn, nhưng một người mê xem phim thì sẽ hy sinh một số lượng rất nhỏ các lần xem phim để tăng thêm một lượng tương tự các bữa ăn.

Tối đa hoá lợi ích và sự lựa chọn

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

Hình 5.6 Lựa chọn tiêu dùng



Các điểm nằm phía trên đường ngân sách AF là không kham được. Người tiêu dùng không thể với tới được đường bàng quan U_3U_3. Các điểm như B và E là những điểm kham được, nhưng chúng chỉ cho phép người tiêu dùng với đến được đường bàng quan U_1U_1. Người tiêu dùng sẽ chọn điểm C để với tới được đường bàng quan cao nhất có thể đạt được U_2U_2. Tại điểm được chọn C, đường bàng quan và đường ngân sách chỉ tiếp tuyến với nhau và hệ số góc của chúng như nhau.

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

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

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

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

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

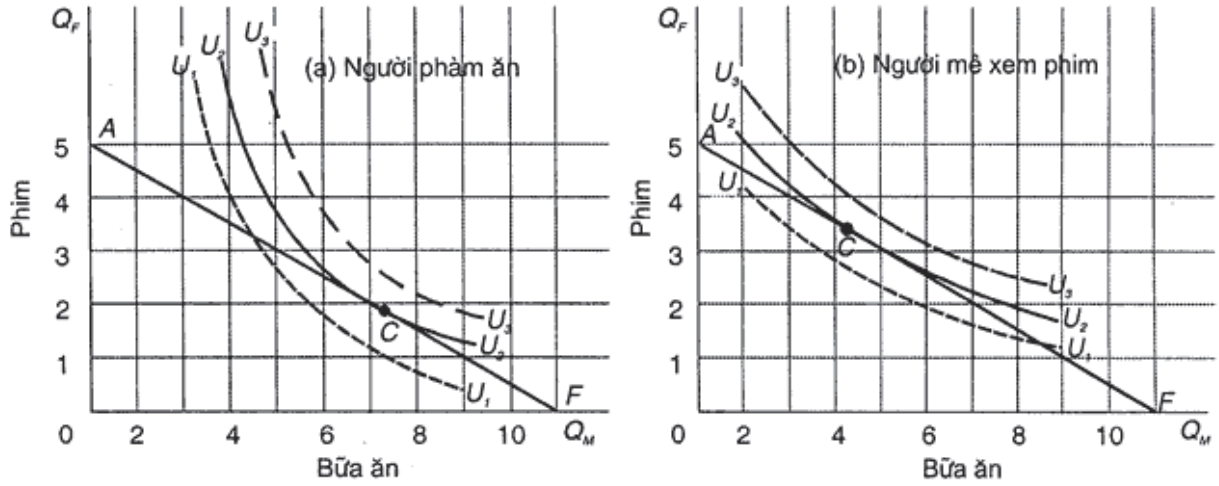
Tuy nhiên, người sinh viên sẽ không chọn B hay E. Bằng cách di chuyển tới điểm C người sinh viên đạt được đường bàng quan cao hơn và thu được lợi ích cao hơn. C là điểm được lựa chọn. Bất kỳ điểm có thể chi trả được nằm trên đường ngân sách đều nằm trên một đường bàng quan thấp hơn. Đường ngân sách không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

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

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

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

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



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

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

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

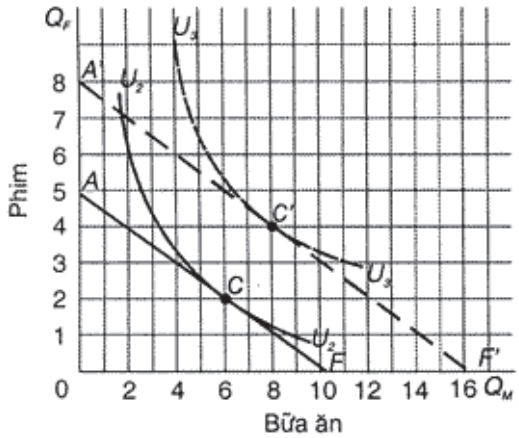
Hình 5.7 giả định rằng hai sinh viên này có cùng một đường ngân sách. Họ có cùng mức thu nhập và đối diện cùng một mức giá của thức ăn và phim. Chỉ có thị hiếu của họ là khác nhau. Hình 5.7 (a) chỉ ra điểm lựa chọn C của người phàm ăn, với nhiều bữa ăn và ít phim. Hình 5.7 (b) xác định rằng người nghiện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

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

5.2 Sự điều chỉnh đối với thay đổi thu nhập

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

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



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

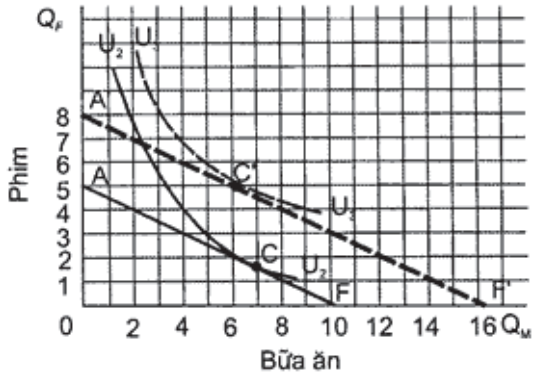
Với thị hiếu và giá cả nhất định, Hình 5.8 chỉ ra ảnh hưởng của thu nhập cao hơn. Người sinh viên đã có thu nhập 50£, có đường ngân sách AF và chọn điểm C để tối đa hoá lợi ích. Giả sử thu nhập của người ấy tăng từ 50£ lên 80£. Giá của bữa ăn và phim theo thứ tự vẫn là 5£ và 10£. Với thu nhập cao hơn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

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

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

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

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



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

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

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

Đường mở rộng thu nhập

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

Thay vì phản ứng của cầu đối với một sự thay đổi nhất định về thu nhập, chúng ta muốn biết về phản ứng của cầu đối với tất cả những thay đổi khác nhau có thể có của thu nhập. Nghiên cứu điều đó chúng ta xác định đường mở rộng thu nhập. Nhìn lại Hình 5.8, đường ngân sách AF và A'F' tương ứng với thu nhập lần lượt là 50£ và 80£. Với mức thu nhập cao hơn, chúng ta có thể vẽ nhiều đường ngân sách, song song với AF và A'F' nhưng cao hơn. Chúng ta có thể tìm được những điểm trên đường ngân sách mới mà người tiêu dùng sẽ chọn khi có mức thu nhập cao hơn. Nối những điểm được chọn (C và C' trên Hình 5.8) và những điểm mới (chẳng hạn là C'' và C'''), ta được đường mở rộng thu nhập. Hãy thử tự vẽ nó.

5.3 Điều chỉnh đối với thay đổi giá

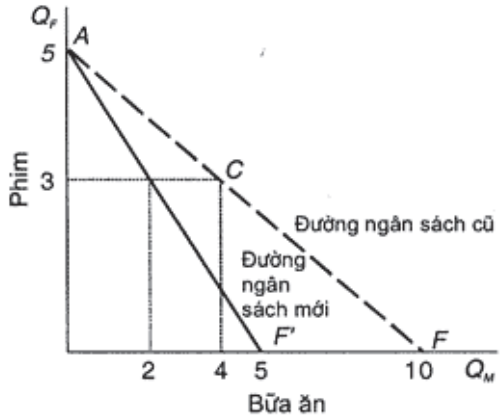
Chúng ta đã xem xét thay đổi về thị hiếu và thu nhập, bây giờ chúng ta phân biệt ảnh hưởng của thay đổi giá cả. Chương 4 chỉ ra rằng giá cả tăng làm giảm lượng cầu, khi những yếu tố khác không đổi. Độ co giãn cầu theo giá bản thân hàng hoá đó đo lường phản ứng này, và nó càng lớn càng dễ thay thế bằng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

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

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

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

Hình 5.10 Một mức gia tăng trong giá bữa ăn



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

Giá thay đổi và đường ngân sách

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

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

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

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

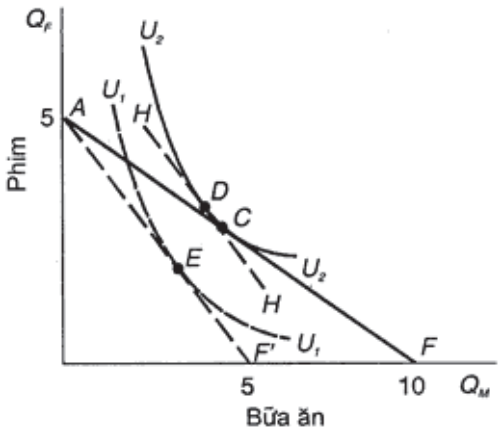
Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập

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

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

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

Hình 5.11 Ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập



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

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

Ảnh hưởng thay thế

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

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

Hộp 5-3 Sự thay thế

Một người đứng trước hai sự lựa chọn giữa cocktail Tom Collins và bia. Khi giá của hai loại đồ uống là như nhau, anh ta chọn một sự kết hợp nhất định. Sau đó giá tương đối của Tom Collins tăng lên bốn lần nhưng thu nhập của anh ta được điều chỉnh nên anh ta có thể vẫn chọn sự kết hợp ban đầu. Tuy nhiên, anh ấy phản ứng lại với giá bia giảm tương đối bằng cách chọn một sự kết hợp mới mà lấy thêm bia thay cho Tom Collins. Đó là ảnh hưởng thay thế thuần tuý. Đường ngân sách của anh ta tăng số lần tương ứng để có được cả hai loại đồ uống. Lượng cầu thay đổi với giá đồ uống.

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

Ảnh hưởng thu nhập

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

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

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

Ảnh hưởng ròng của giá cả tăng tới lượng cầu

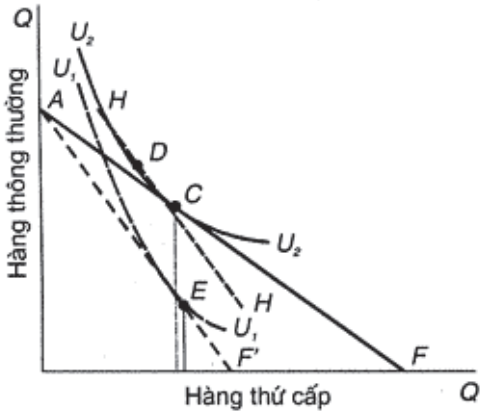
Người tiêu dùng thay đổi từ điểm C tới điểm mới E. Chúng ta có thể giải thích nó là ảnh hưởng thay thế thuần tuý từ C tới điểm giả định D cộng với ảnh hưởng thu nhập thuần tuý từ D tới E. Nếu hàng hoá có giá cả tăng là hàng hoá thông thường, đường cầu dốc xuống như đã xem xét ở Chương 4.

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

Hàng hoá thứ cấp

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

Hình 5.12 **Hàng hóa Giffen**



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

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

Hàng hoá thứ cấp không nhất thiết là hàng hoá "Giffen". Nó đòi hỏi một ảnh hưởng thu nhập rất lớn - ở đây là tăng lượng cầu phản ứng lại với giảm thu nhập thực tế - để bù đắp lại ảnh hưởng thay thế luôn làm giảm lượng cầu. Khi hàng hoá là hàng hoá thứ cấp, lập luận lý thuyết không thể chỉ ra được ảnh hưởng nào chiếm ưu thế. Chúng ta phải xem xét dẫn chứng thực tế. Sau những thập kỷ nghiên cứu thực tế, những nhà kinh tế học cho rằng hàng hoá "Giffen" là hiếm. Trên thực tế, hàng hoá hiếm khi là hàng hoá thứ cấp đến mức để ảnh hưởng thu nhập có thể đảo ngược lại ảnh hưởng thay thế.

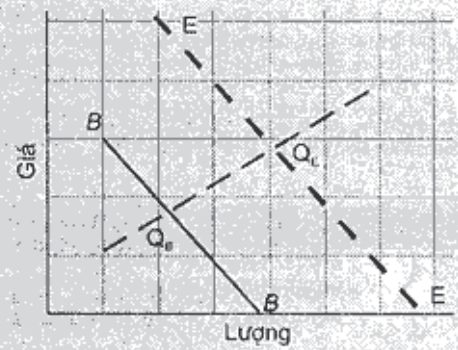
Hộp 5-4 Tiêu dùng đặc biệt

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

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

Khi mọi người đánh giá đường cầu dốc lên, họ thường so sánh những điểm như là Q_E và Q_B trên đồ thị, khi nối chúng lại sẽ tạo ra đường cầu dốc lên. Tuy nhiên, yêu cầu "các yếu tố khác không đổi" cho phép chúng ta xem xét tốt hơn về hành vi bộc lộ. Những yếu tố khác không đổi, nếu bạn có thể mua nhiều giày tại mức giá rẻ bạn sẽ muốn mua chúng nhiều hơn. Cái phải giữ cố định trong ví dụ này là chất lượng và mức độ đặc biệt nhận thấy.

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



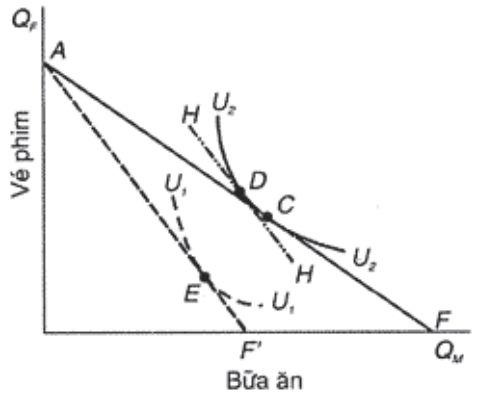
Như là sự điều chỉnh theo kinh nghiệm, những nhà kinh tế học cho rằng, thậm chí đối với hàng hoá thứ cấp, đường cầu sẽ dốc xuống khi giá cả tăng lên. Đối với những trường hợp phổ biến hơn khi hàng hoá là hàng hoá thông thường, với độ co giãn theo thu nhập của cầu là dương, ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng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

Độ co giãn chéo của cầu theo giá hàng hoá khác

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

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

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



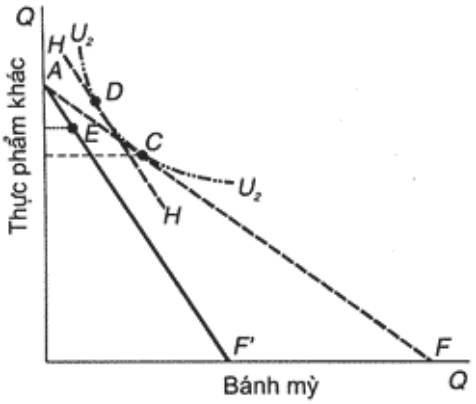
Một sự gia tăng trong giá bữa ăn làm quay đường ngân sách từ AF đến AF'. Ảnh hưởng thay thế từ C đến D là nhỏ. Các đường bàng quan có độ cong lớn vì hai loại hàng hóa này có khả năng thay thế nhau rất thấp xét về độ thỏa dụng. Ảnh hưởng thu nhập từ D đến E cho thấy có sự giảm sút rất lớn về số lần xem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

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

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

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

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



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

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

Cũng giả sử rằng hàng hoá khác có độ co giãn cầu theo thu nhập là nhỏ. Mặc dù giá bánh mỳ cao hơn làm giảm thu nhập thực tế, nó có ảnh hưởng thu nhập nhỏ làm giảm lượng cầu về hàng hoá khác. Cuối cùng, nếu bánh mỳ chiếm một phần tương đối nhỏ trong ngân sách người tiêu dùng, giá bánh mỳ cao có ảnh hưởng nhỏ tới việc giảm sức mua của người tiêu dùng. So sánh Hình 5.13 và 5.14, sự di chuyển song song từ HH tới AF' trong trường hợp sau là nhỏ hơn.

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

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

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

Online Learning Centre with POWERWEB

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

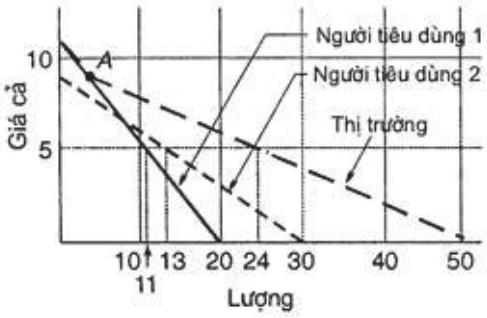
5.4 Đường cầu thị trường

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

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

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

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



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

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

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

5.5 Hàng hóa bổ sung và hàng hóa thay thế

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

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

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

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

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

5.6 Trợ cấp bằng hiện vật

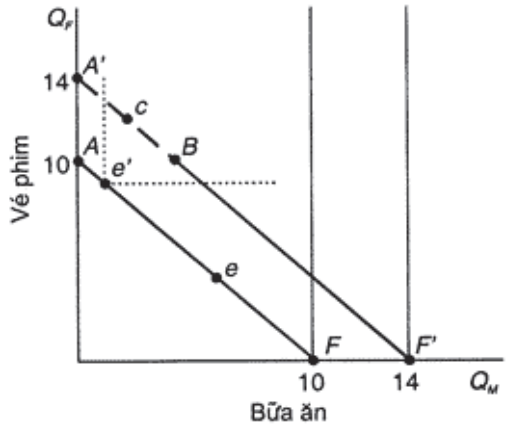
Trợ cấp là một khoản thanh toán thường được thực hiện bởi chính phủ mà người được hưởng không phải trả giá cho nó. **Trợ cấp bằng hiện vật** là một món quà hàng hóa hay dịch vụ.

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

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

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

Hình 5.16 **Trợ cấp bằng tiền và bằng hiện vật**



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

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

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

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

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

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

TÓM TẮT

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

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

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

CÂU HỎI ÔN TẬP

1 Một người tiêu dùng có thu nhập 50£. Đơn giá cho thức ăn là 5£ và phim là 2£. (a) Vẽ đường ngân sách. Chọn điểm e là sự lựa chọn sự kết hợp ban đầu của người tiêu dùng. (b) Giá thức ăn giảm còn 2,5£. Vẽ đường ngân sách mới. Có thể nói gì về điểm lựa chọn tiêu dùng mới e' nếu cả hai hàng hoá là hàng hoá thông thường? (c) Giá phim cũng giảm còn 1£. Vẽ đường ngân sách mới và chỉ ra điểm lựa chọn e''. (d) e'' khác e như thế nào? Tại sao?

2 Độ co giãn của cầu với giá của chính nó đối với thức ăn là âm. Cầu đối với thức ăn là không co giãn. Giá thức ăn cao hơn làm tăng chi tiêu cho thức ăn. Giá thức ăn cao hơn hàm ý chi tiêu cho tất cả hàng hoá khác ít hơn. Lượng cầu mỗi loại hàng hoá khác giảm. Giải thích hiện tượng trên. Có phải tất cả các câu trên đều đúng?

3 Giả sử phim là hàng hoá thông thường và giao thông là hàng hoá thứ cấp. Lượng cầu về hai loại hàng hoá trên thay đổi như thế nào khi thu nhập tăng? Vẽ đường ngân sách cũ và mới và biểu thị sự thay đổi cầu.

4 Giả sử người Glaswegians có mức thu nhập nhất định và thích đi nghỉ cuối tuần ở Highlands, mất ba giờ đi ô tô. (a) Nếu giá xăng tăng gấp đôi, ảnh hưởng tới cầu đi nghỉ ở Highlands như thế nào? Giải thích cả ảnh hưởng thu nhập và ảnh hưởng thay thế. (b) Sử dụng đồ thị cung và cầu để mô tả điều xảy ra với giá phòng khách sạn ở Highland.

5 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những câu sau lại sai? (a) Vì người tiêu dùng không biết về đường bàng quan hay đường ngân sách, nên họ không thể chọn được điểm trên đường ngân sách tiếp tuyến với đường bàng quan cao nhất có thể. (b) Lạm phát có thể làm giảm cầu vì giá cả tăng và hàng hoá đắt đỏ hơn.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 315-16.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

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

Phụ lục Lựa chọn tiêu dùng với lợi ích có thể đo lường

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

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

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

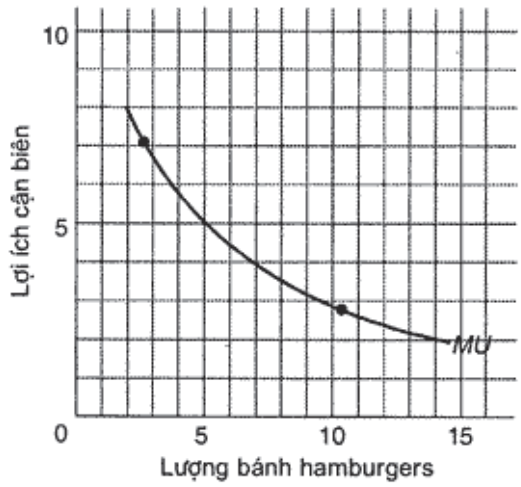
Thậm chí là như vậy thì phương pháp phân tích lựa chọn tiêu dùng khi lợi ích có thể đo lường được cũng khá thú vị, mặc dù chúng ta thu được mọi kết luận trong bài mà không cần tới giả định thêm này. Chúng ta gọi người mà đo được lợi ích là Fred.

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

Fred đi nghe nhạc rock và ăn hamburgers. Đối với sự tiêu dùng một trong hai hàng hoá đó, anh ta thích nhiều hàng hoá kia hơn là ít hơn. Độ thoả dụng của anh ta tăng lên. Nếu Fred có được 67 đơn vị lợi ích nhờ việc tiêu dùng 10 bánh hamburgers và 1 buổi nhạc rock và 70 đơn vị lợi ích từ 11 bánh hamburgers và 1 buổi nhạc rock, lợi ích cận biên từ chiếc bánh hamburgers thứ 11 là (70 - 67 =) 3 đơn vị lợi ích.

Fred không đói lắm. Anh ấy đã ăn 10 bánh hamburgers tại một buổi ca nhạc. Anh ấy không thu được nhiều từ chiếc bánh thứ 11, chỉ có thêm 3 đơn vị lợi ích. Ngược lại, nếu Fred chỉ có hai chiếc bánh tại một buổi ca nhạc (đem lại cho anh 20 đơn vị lợi ích), anh ấy có lẽ thích chiếc

Hình 5.A1 **Lợi ích cận biên**



Lợi ích cận biên MU cho thấy một lượng tăng thêm vào tổng số đơn vị lợi ích khi tiêu dùng thêm một đơn vị. Lợi ích cận biên giảm dần có nghĩa là MU dốc xuống khi lượng tiêu dùng tăng lên.

bánh thứ 3 (tổng lợi ích là 27 đơn vị). Lợi ích cận biên của chiếc bánh thứ 3 là (27 - 20 =) 7 đơn vị lợi ích. Thị hiếu của Fred tuân theo quy luật lợi ích cận biên giảm dần.

Hình 5.A1 vẽ lợi ích cận biên của Fred về hamburgers. Anh ấy thu được lợi ích tăng thêm ít hơn từ việc tiêu dùng thêm hamburgers: đồ thị lợi ích cận biên của anh ta MU dốc xuống.

Fred có mức thu nhập nhất định để chi tiêu. Khi biết giá của buổi nhạc rock và bánh hamburgers, chúng ta có thể vẽ đường ngân sách. Fred chọn điểm có thể đạt tới trên đường này để tiêu dùng như thế nào? Anh ấy muốn tối đa hoá lợi ích của mình.

Giá hamburgers là P_H và giá buổi ca nhạc là P_C. Nếu MU_H là lợi ích cận biên của Fred đối với hamburgers, anh ấy nhận được MU_H/P_H đơn vị lợi ích tăng thêm nhờ 1£ chi thêm cho hamburgers và MU_C/P_C đơn vị lợi ích tăng thêm nhờ 1£ chi thêm cho buổi ca nhạc.

Giả sử MU_H/P_H lớn hơn MU_C/P_C. 1£ chi thêm cho hamburgers đem lại lợi ích cao hơn 1£ chi thêm cho buổi ca nhạc. Nếu Fred chi thêm 1£ cho hamburgers và giảm 1£ chi cho buổi ca nhạc, tổng lợi ích tăng lên: anh ấy nhận thêm từ hamburgers nhiều hơn là mất đi từ buổi ca nhạc. Anh ấy có thể tăng lợi ích mà không cần chi tiêu thêm. Anh ấy luôn muốn chuyển chi tiêu sang hàng hoá mà đem lại nhiều lợi ích cận biên trên 1£ hơn. Để tối đa hóa lợi ích, Fred sử dụng toàn bộ thu nhập của mình (anh ấy không chọn điểm ở phía trong đường ngân sách) và điều chỉnh chi tiêu của mình giữa hamburgers và buổi ca nhạc cho đến khi:

$$MU_H/P_H = MU_C/P_C \qquad (A1)$$

Khi giữ như vậy, Fred không thể sắp xếp lại sự phân chia tổng thu nhập để tăng lợi ích[4]. Fred tối đa hoá lợi ích bằng cách chọn sự kết hợp tiêu dùng, trên đường ngân sách, tại đó tỷ lệ lợi ích cận biên theo giá cả là như nhau cho mọi hàng hoá.

Xây dựng đường cầu

Giả sử giá hamburgers P_H giảm. Cho cùng một mức tiêu dùng bánh, MU_H/P_H tăng lên và lớn hơn MU_C/P_C, làm mất cân bằng phương trình (A1). Để tối đa hoá lợi ích, Fred thay đổi lượng cầu.

Nếu Fred mua nhiều bánh hơn khi giá giảm, quy luật lợi ích cận biên giảm dần nói rằng MU_H giảm khi Fred mua nhiều bánh hơn. MU_H/P_H di chuyển tới MU_C/P_C, như yêu cầu của phương trình (A1). Đó là ảnh hưởng thay thế của việc thay đổi giá tương đối giữa bánh và buổi ca nhạc. Ảnh hưởng thay thế gợi ý rằng đường cầu dốc xuống; khi giá bánh giảm, lượng cầu tăng.

Tuy nhiên, giá bánh rẻ hơn làm tăng sức mua của số tiền Fred có. Nó ảnh hưởng tới lợi ích cận biên của Fred. Nếu bánh là hàng hoá thông thường, Fred mua nhiều hơn

[4] Phương trình (A1) cũng hàm ý $MU_H/MU_C = P_H/P_C$. Nhân cả 2 vế với -1 vế bên phải là độ dốc của đường ngân sách, chỉ phụ thuộc vào giá tương đối. Vế bên trái là tỷ lệ thay thế cận biên: nếu tỷ lệ thay thế cận biên của 1 hamburger là 2 và của 1 buổi hòa nhạc là 4, thì $-MU_H/MU_C = -1/2$. 1 hamburger có thể đổi lấy 1/2 buổi hòa nhạc mà tổng lợi ích không đổi, điều này chỉ ra tỷ lệ thay thế cận biên đo lường cái gì. Phương trình (A1) hàm ý rằng độ dốc của đường bàng quan, tỷ lệ thay thế cận biên, bằng với độ dốc của đường ngân sách. Điều kiện tiếp tuyến có thể được hình thành không cần đến lợi ích đo được.

khi sức mua của thu nhập tăng lên. Thu nhập cao hơn dịch chuyển đường lợi ích cận biên của Fred lên như Hình 5.A2.

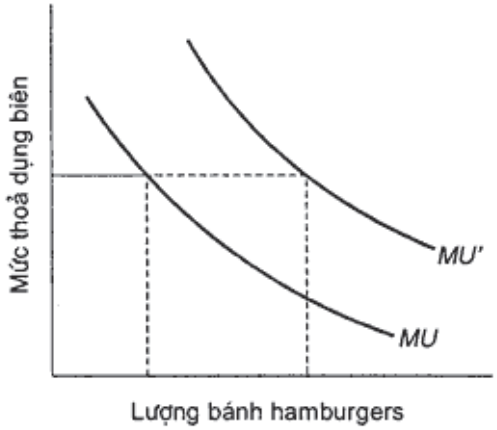
Hộp 5-5 Lợi ích cận biên và nghịch lý nước - kim cương

Những nhà kinh tế học thế kỷ 19 thắc mắc tại sao giá nước, thứ thiết yếu cho cuộc sống, lại quá rẻ so với kim cương. Một người trả lời rằng kim cương khan hiếm hơn nước. Người tiêu dùng rõ ràng thu được tổng lợi ích từ nước (thiếu nó họ sẽ chết) nhiều hơn là từ kim cương. Quan điểm về lợi ích cận biên giải quyết vấn đề này.

Phương trình (A1) chỉ ra rằng người tiêu dùng tiếp tục mua một hàng hoá đến khi tỉ lệ lợi ích cận biên theo giá của hàng hoá đó bằng với tỉ lệ lợi ích cận biên theo giá của hàng hoá khác. Lít nước cuối cùng mà chúng ta uống hay sử dụng đem lại lợi ích cận biên tăng thêm rất ít. Viên kim cương cuối cùng vẫn đem lại sự khác biệt cận biên lớn. Mọi người sẵn sàng trả nhiều hơn cho những viên kim cương tăng thêm so với lượng nước tăng thêm.

Theo những con số trên Hình 5.A1, biểu lợi ích cận biên MU rất cao đối với những giọt nước đầu tiên. Để tránh chết khát thì lượng nước đó đáng phải như vậy. Nhưng hầu hết mọi người đều ở phần dưới cùng của biểu trên, dùng nhiều nước đến mức mà giá trị cận biên của nó đối với chúng ta là thấp.

Hình 5.A2 Sự gia tăng trong sức mua của thu nhập



Nếu bánh hamburgers là hàng thông thường thì thu nhập cao hơn đẩy đường lợi ích cận biên lên trên. Lượng cầu phải tăng lên nếu lợi ích cận biên không thay đổi.

Ảnh hưởng thu nhập đó có nghĩa là Fred thấy rằng MU_H/P_H tăng không chỉ do P_H giảm mà còn do MU_H tăng tại bất kỳ mức tiêu dùng bánh nào. Fred thậm chí mua nhiều bánh hơn, trượt xuống theo biểu lợi ích cận biên cao hơn, vì thế giảm lợi ích cận biên MU_H cho đến khi MU_H/P_H lại bằng MU_C/P_C. Vì vậy, đối với hàng hoá thông thường ảnh hưởng thu nhập bổ trợ ảnh hưởng thay thế. Đường cầu phải dốc xuống.

Giả sử bánh là hàng hoá thứ cấp. Hình 5.A2 chỉ ra sự di chuyển xuống dưới của biểu MU_H khi sức mua của thu nhập tăng lên. Tại mức tiêu dùng cũ, MU_H có lẽ giảm nhiều hơn mức giảm của P_H, giá bánh. Nếu như vậy, Fred phải giảm tiêu dùng bánh để làm tăng lợi ích cận biên và khôi phục lại MU_H/P_H bằng MU_C/P_C để tối đa hoá lợi ích.

Đối với hàng hoá thứ cấp, ảnh hưởng thu nhập có chiều hướng ngược với ảnh hưởng thay thế. Nếu ảnh hưởng thu nhập đủ lớn, nó sẽ thắng. Giá bánh giảm làm giảm lượng cầu về bánh. Đường cầu dốc lên. Như đã nói ở trong bài, hàng hoá Giffen là rất hiếm. Giả sử rằng đường cầu trong thực tế dốc xuống là an toàn.

Những nhà kinh tế học hiện đại không quan tâm lắm tới lợi ích đo được, mà thích đường bàng quan được sử dụng trong bài. Nhưng đường bàng quan hơi khó trong lần đầu sử dụng. Bạn cần luyện tập sử dụng chúng để thấy quen với chúng. Lợi ích đo được và ý tưởng đơn giản về lợi ích cận biên giảm dần cho phép sự giới thiệu dễ hơn về tính chất cơ bản của đường cầu và sự lựa chọn tiêu dùng trong chương này.

Chương 6

Các quyết định cung ứng

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. Tổ chức doanh nghiệp.
2. Tài khoản của một hãng.
3. Các hãng và tối đa hóa lợi nhuận.
4. Tài chính công ty và kiểm soát công ty.
5. Quyết định cung ứng của hãng.
6. Chi phí cận biên và doanh thu cận biên.

Sau khi phân tích vấn đề về cầu, bây giờ chúng ta quay lại vấn đề về cung. Làm thế nào để các hãng có thể đưa ra quyết định sản xuất và bán bao nhiêu sản phẩm? Liệu chỉ một lý thuyết về cung có thể mô tả cách hoạt động của các nhà sản xuất khác nhau, từ những công ty khổng lồ như Shell đến người bán kem tự hành nghề với chiếc xe kem?

Đối với mỗi mức sản lượng đầu ra có thể có của mỗi hãng, cần phải tính toán xem chi phí để sản xuất ra mức sản lượng đó và doanh thu thu được từ việc bán sản phẩm đó là bao nhiêu. Đối với mỗi mức sản lượng, chi phí sản xuất phụ thuộc vào công nghệ ấn định lượng đầu vào cần thiết và giá đầu vào mà hãng sẽ phải trả. Doanh thu từ việc bán sản phẩm phụ thuộc vào đường cầu mà hãng phải đáp ứng. Đường cầu xác định mức giá bán bất kỳ sản lượng đầu ra nào và bởi vậy, nó cũng chính là doanh thu mà các hãng đạt được.

Lợi nhuận được tính bằng doanh thu trừ đi chi phí. Điểm chính của lý thuyết cung là sự giả định tất cả các hãng đều theo đuổi mục tiêu là càng kiếm được nhiều lợi nhuận càng tốt. Bằng cách xem xét doanh thu và chi phí thay đổi như thế nào với các mức sản lượng được sản xuất và tiêu thụ, các hãng sẽ lựa chọn mức sản lượng đem lại lợi nhuận tối đa. Để hiểu được các hãng đưa ra các quyết định cung ứng như thế nào, chúng ta cần phân tích những yếu tố quyết định doanh thu và chi phí.

Giả định tối đa hoá lợi nhuận là nền tảng của lý thuyết cung. Chúng ta sẽ cùng xem xét độ tin cậy của giả thuyết, các quan điểm khác nhau và mục tiêu lựa chọn của các hãng.

6.1 Tổ chức doanh nghiệp

Doanh nghiệp một chủ là một đơn vị kinh doanh do một cá nhân làm chủ.

Doanh nghiệp gồm các doanh nghiệp một chủ, doanh nghiệp đồng sở hữu và các công ty. Các doanh nghiệp một chủ là tổ chức doanh nghiệp phổ biến nhất hoạt động với quy mô nhỏ. Các doanh nghiệp đồng sở hữu có quy mô lớn hơn và các công ty có quy mô lớn nhất.

Một doanh nghiệp một chủ thu được doanh thu từ hoạt động kinh doanh của mình và cũng phải tự chịu trách nhiệm khi bị thua lỗ. Nếu anh ta không trả được nợ thì anh ta sẽ trở thành người phá sản. Phần tài sản còn lại như là nhà ở sẽ được bán để lấy tiền trả cho các chủ nợ.

Doanh nghiệp đồng sở hữu là một doanh nghiệp được sở hữu bởi hai hay nhiều người, cùng phân chia lợi nhuận và cùng chịu trách nhiệm về các khoản thua lỗ của doanh nghiệp.

Nếu hoạt động kinh doanh trở nên khả quan hơn thì doanh nghiệp sẽ cần tiền để mở rộng quy mô. Để làm được việc đó thì doanh nghiệp phải liên kết với các đối tác để tăng thêm nguồn vốn. Các doanh nghiệp đồng sở hữu thường phải chịu trách nhiệm vô hạn. Cũng giống như các doanh nghiệp một chủ, các doanh nghiệp đồng sở hữu chịu trách nhiệm trước những khoản lỗ của hãng nhưng lớn hơn so với doanh nghiệp một chủ. Các hãng cần phải có sự tin cậy - như các công ty tư vấn luật và kế toán thường được chọn làm người góp vốn. Từ đó, khách hàng có thể nhận thấy người chỉ đạo hoạt động kinh doanh sẵn sàng đặt của cải của mình ngay dưới trách nhiệm pháp lý của hãng.

Một công ty là một tổ chức hợp pháp được phép sản xuất, kinh doanh.

Bất kỳ một doanh nghiệp nào cũng cần vốn để bắt đầu hoạt động kinh doanh và phát triển nguồn tài chính của nó. Các hãng luật, bác sỹ hay kế toán chủ yếu dựa vào nguồn lực con người, do vậy họ không cần nhiều vốn lắm. Những khoản tiền cần thiết có thể được huy động từ các đối tác và có thể vay ngân hàng. Các doanh nghiệp mà cần chi phí đầu vào lớn dành cho máy móc thì cần khoản vốn ban đầu lớn hơn nhiều. Nó khá phức tạp trong việc thu hút một số lượng lớn đối tác. Sẽ dễ dàng hơn nếu doanh nghiệp đó hoạt động với mô hình một công ty.

Khác với các hộ hùn vốn, một công ty tồn tại độc lập với những người sở hữu. Quyền sở hữu được chia cho các cổ đông. Những cổ đông gốc có thể bán cổ phần của mình ra ngoài để thu lợi nhuận. Bằng việc bán cổ phần nhằm chia sẻ lợi nhuận, doanh nghiệp có thể tăng nguồn vốn của mình.

Các cổ đông của một công ty có trách nhiệm hữu hạn. Khoản tiền lớn nhất họ có thể mất là khoản họ bỏ ra mua cổ phiếu.

Các cổ đông có thể kiếm lợi nhuận bằng hai cách. Cách thứ nhất, công ty trả cổ tức thường xuyên cho các cổ đông, tức là trả phần lợi nhuận mà công ty không muốn tái đầu tư cho doanh nghiệp. Cách thứ hai là các cổ đông có thể kiếm được lãi vốn (hoặc lỗ vốn). Nếu bạn mua cổ phần của Shell với giá 700£ mỗi cổ phần nhưng sau đó mọi người định ra được lợi nhuận và cổ tức bất ngờ tăng vọt, bạn có thể bán lại cổ phần với giá 750£ và bạn sẽ kiếm được lãi vốn là 50£. Khác với hộ buôn bán cá thể và hội góp vốn, các cổ đông không thể buộc phải bán tài sản cá nhân của họ nếu doanh nghiệp phá sản. Tình huống xấu nhất là các cổ phần trở thành không có giá trị.

Các công ty được điều hành bởi hội đồng quản trị (HĐQT). HĐQT phải trình bày báo cáo thường niên trước các cổ đông. Còn các cổ đông có thể bỏ phiếu cách chức HĐQT nếu họ có thể tìm được người thay thế tốt hơn. Các công ty chủ yếu tổ chức theo hình thức những doanh nghiệp lớn.

6.2 Tài khoản của một hãng

Bản báo cáo của các hãng có hai loại tài khoản, một là dự trữ và một là luồng.

Dự trữ được đo lường tại một thời điểm, **luồng** được đo lường trong một giai đoạn.

Nước chảy ra từ vòi trong một giây và trong một phút là khác nhau. Sự đo lường cần một khoảng thời gian để cảm nhận. Nước tồn đọng trong chậu bất kỳ lúc nào cũng được tính bằng lít, không kể thời gian. Bản báo cáo lỗ lãi của hãng trong năm (tài khoản luồng) và bảng cân đối kế toán cho biết tài khoản có và tài khoản nợ ở một thời điểm (tài khoản dự trữ). Cả hai vấn đề có mối liên quan đến nhau như là chậu và nước. Dòng nước làm thay đổi dự trữ nước, dù rằng lượng dự trữ tính bằng lít ở mỗi thời điểm. Chúng ta bắt đầu với các tài khoản luồng tiền.

Doanh thu là phần tiền mà hãng thu được do bán hàng hóa, dịch vụ trong một giai đoạn nhất định. Chi phí là các khoản chi phát sinh trong sản xuất của giai đoạn đó và lợi nhuận bằng doanh thu trừ chi phí.

Các tài khoản luồng

Mặc dù khái niệm này rất đơn giản nhưng việc tính toán doanh thu, chi phí và lợi nhuận cho một hãng lớn là rất phức tạp, nếu không thì chúng ta không cần nhiều kế toán đến như vậy. Bây giờ, chúng ta đi vào một ví dụ cụ thể:

Rent-a-Person (R-a-P) là một hãng đi thuê nhân công và sau đó cho các hãng khác cần nhân công thuê lại. R-a-P cho thuê với giá 10£ một giờ một nhân công nhưng chỉ trả cho nhân công 7£ một giờ. Trong năm 2004 hãng thuê 100.000 giờ lao động. Những phí tổn của hãng bao gồm tiền thuê văn phòng, tiền thuê chỗ quảng cáo và trả tiền điện thoại, lên tới 200.000£. Bảng 6.1 cho chúng ta biết bản thu nhập hoặc kê khai lỗ lãi trong năm 2004. Lợi nhuận trước thuế là 100.000£. Thuế là 25.000£. Lợi nhuận sau thuế của R-a-P là 75.000£. Bây giờ, chúng ta sẽ đi vào những vấn đề phức tạp.

Bảng 6.1 Báo cáo thu nhập của công ty R-a-P, ngày 31 tháng 12 năm 2004

Doanh thu		
100 000 giờ, mỗi giờ 10£		1 000 000£
Chi phí		
Lương	700 000£	
Tiền quảng cáo	50 000£	
Tiền thuê văn phòng	50 000£	
Các chi phí khác	100 000£	
		-900 000£
Lợi nhuận trước thuế		100 000£
Thuế		25 000£
Lợi nhuận sau thuế		75 000£

Những hoá đơn chưa thanh toán

Mọi người thường không thanh toán những hoá đơn đúng hạn. Cuối năm 2004, R-a-P chưa được thanh toán tiền thuê nhân công của các hãng trong năm. Mặt khác, họ cũng chưa trả tiền điện thoại của hãng trong tháng 12. Theo quan điểm kinh tế, việc xác định đúng doanh thu và chi phí có mối liên quan đến hoạt động kinh doanh của hãng trong năm đó dù cho các khoản thanh toán đã được thực hiện hay chưa. Việc thu chi thực tế hoàn toàn khác so với doanh thu và chi phí kinh tế. Các hãng làm ăn có lợi nhuận vẫn có thể có luồng tiền ít ỏi. Ví dụ như khi khách hàng trả chậm.

Luồng tiền của một hãng là lượng tiền ròng thực tế nhận được trong một giai đoạn.

Vốn và khấu hao

Vốn hiện vật là máy móc, thiết bị và nhà xưởng được sử dụng trong sản xuất.

Hãng R-a-P có rất ít tài sản cố định. Thay vào đó, hãng thuê văn phòng, máy chữ và bàn làm việc. Tuy nhiên, nhiều hãng phải mua tài sản cố định. Các nhà kinh tế sử dụng từ vốn để biểu thị những hàng hoá không sử dụng hết toàn bộ trong quá trình sản xuất suốt giai đoạn đó. Nhà xưởng và xe cộ là tài sản cố định do nó được sử dụng năm này qua năm khác. Điện năng cũng không phải là vốn vì nó được sử dụng trong năm 2004 thì không còn tính cho năm 2005. Các nhà kinh tế còn sử dụng "hàng lâu bền" hay "tài sản hiện vật" để miêu tả hàng hóa vốn (hàng hóa tư bản), tư liệu sản xuất, chi phí cho vốn cố định được xử lý thế nào khi tính lợi nhuận và chi phí?

Đó là chi phí sử dụng chứ không phải là một phần chi phí mua thiết bị trong khoản chi phí của hãng đó trong năm. Nếu R-a-P thuê toàn bộ thiết bị thì chi phí đó đơn thuần là tiền trả cho khoản thuê những tư liệu sản xuất.

Giả sử hãng R-a-P mua 8 chiếc máy tính trong tháng một với giá 1.000£ mỗi chiếc. Hãng sẽ không được cộng thêm khoản chi phí mua máy là 8.000£ vào để tính chi phí và lợi nhuận của năm đó. Đúng hơn là chi phí đó được tính vào mức giảm giá trị của máy tính trong năm đó. Giả sử sự hao mòn và hư hỏng làm giảm giá trị máy tính bớt đi 300£ trong năm đó thì chi phí kinh tế của việc sử dụng 8 chiếc máy tính trong năm đó là 2.400£, đây là phần khấu hao trong suốt năm.

Khấu hao là phần giảm giá trị của một hàng hóa vốn (hàng hóa tư bản) trong một giai đoạn.

Khấu hao dẫn đến sự chênh lệch giữa lợi nhuận kinh tế và luồng tiền vào. Hàng hóa vốn được mua lần đầu tiên thì luồng tiền ra lớn hơn nhiều so với chi phí khấu hao của việc sử dụng nó trong năm đầu tiên. Lợi nhuận có thể cao nhưng luồng tiền vào lại thấp. Trong những năm sau, hãng không phải chi nhiều hơn nữa để mua hàng hóa vốn nhưng phải tính khấu hao như một khoản chi phí kinh tế khi giá trị của hàng hóa vốn giảm xuống. Luồng tiền vào lúc này cao hơn lợi nhuận kinh tế.

Việc coi khấu hao, không phải là giá mua, như là chi phí kinh tế thực sự sẽ dàn trải chi phí ban đầu trong suốt quá trình sử dụng tư liệu sản xuất nhưng đó không phải là cách mà chúng ta tính toán chi phí. R-a-P có thể bán máy tính của họ với giá 5.600£ sau 1 năm, hạn chế chi phí của nó ở 2.400£. Khi hãng quyết định giữ số máy đó để tái sử dụng trong năm tiếp theo thì chiến lược này còn có lợi hơn nữa. Do đó, chi phí kinh tế thực tế của việc sử dụng máy tính trong năm đầu cao nhất là 2.400£.

Hàng lưu kho

Nếu việc sản xuất có thể tiến hành ngay thì các hãng có thể sản xuất để đáp ứng những đơn đặt hàng khi chúng phát sinh. Thực tế thì việc sản xuất cần phải có thời gian. Các hãng phải giữ hàng lưu kho để đáp ứng cầu trong tương lai.

Hàng lưu kho là những hàng hóa được hãng lưu dự trữ để bán trong tương lai.

Giả sử đầu năm 2004, hãng Rover lưu kho 50.000 xe ô tô đã hoàn chỉnh và sẵn sàng bán. Trong năm 2004, hãng sản xuất trên một triệu ô tô mới và bán 950.000 chiếc. Tháng 12, số xe hoàn thành và lưu kho là 100.000 chiếc. Vậy lợi nhuận sẽ được tính như thế nào? Doanh thu có được từ việc bán 950.000 chiếc xe. Vậy nên tính chi phí dựa trên việc bán 950.000 chiếc xe hay một triệu chiếc thực tế đã sản xuất?

Chi phí kinh tế cần phải gắn với 950.000 chiếc xe đã bán. Còn 50.000 chiếc xe lưu kho được coi là vốn mà hãng tự tạo cho mình để sẵn sàng bán trong thời kỳ tới. Có một dòng tiền ra để trả cho việc sản xuất một triệu xe nhưng một phần luồng tiền ra được sử dụng mua số hàng lưu kho sẽ mang lại doanh thu cho năm kế tiếp mà không cần mất phí tổn nào để sản xuất.

Vay nợ

Các hãng thường vay nợ để tài trợ cho các chi phí mở rộng và xây dựng doanh nghiệp bằng việc mua hàng hóa vốn, trả chi phí cho các cố vấn pháp luật khi làm giấy tờ đăng ký hoạt động kinh doanh cho công ty... Họ sẽ phải trả lãi suất cho khoản tiền đi vay đó. Phần lãi suất đó là chi phí kinh doanh, do đó phải được tính vào phần chi phí.

Các tài khoản dự trữ: bảng cân đối

Báo cáo thu nhập trong Bảng 6.1 cho chúng ta biết về luồng tiền trong một năm nhất định. Chúng ta có thể xem xét hoạt động kinh doanh trong quá khứ của hãng tại một

thời điểm nào đó. Bảng cân đối liệt kê các tài sản hãng có và các khoản nợ của hãng tại một thời điểm. Bảng 6.2 là bảng cân đối kế toán của công ty quốc tế Snark vào ngày 31 tháng 12 năm 2004.

Bảng 6.2 Bảng cân đối của công ty Snark ngày 31 tháng 12 năm 2004

Tài sản	1000£	Nợ	1000£
Tiền mặt	40	Những khoản phải trả	90
Những khoản phải thu	70	Tiền cầm cố	150
Hàng lưu kho	100	Vay ngân hàng	60
Nhà xưởng (giá trị ban đầu 500)	330	**Tổng nợ**	**300**
		Giá trị ròng	**240**
Tổng	**540**		**540**

Tài sản của Snark là tiền mặt gửi ở ngân hàng, nợ của các khách hàng (tài khoản phải thu), hàng lưu kho ở trong kho và nhà máy (chi phí gốc 500.000£, hiện tại giá trị chỉ còn 330.000£ vì khấu hao). Tổng giá trị tài sản của Snark là 540.000£.

Nợ của Snark là các hoá đơn chưa thanh toán, tiền cầm cố cho nhà máy và các khoản vay tiền mặt ngân hàng do nhu cầu ngắn hạn. Tổng khoản nợ là 300.000£. Giá trị ròng của công ty Snark International là 240.000£, tài sản trừ đi nợ.

Hộp 6-1 Một cái tên tốt đáng giá như thế nào

Công ty tư vấn tính toán doanh thu của một công ty là bao nhiêu nhờ giá trị thương hiệu. Những hãng khổng lồ Mỹ như Coca-Cola và Microsoft đứng đầu trong danh sách toàn thế giới, nhưng Nokia, Mercedes và IKEA cũng ở vị trí khá cao. NIKE và Adidas cũng vậy. Thật thú vị là các ngân hàng lớn có vị trí khá nghèo nàn trong danh sách này.

Hạng (2003)	Công ty	Ngành	Giá trị thương hiệu (Tỷ $) 2003
1	Coca-Cola	Đồ uống	71
2	Microsoft	Công nghệ phần mềm	65
3	IBM	Máy tính	52
5	Intel	Máy tính	31
6	Nokia	Điện thoại di động	29
7	Disney	Giải trí	28
10	Mercedes	Ô tô	21
20	Sony	Điện tử	13
48	Xerox	Máy photocopy	6
33	Nike	Hàng thể thao	8
43	Ikea	Hàng gia dụng	7
67	Adidas	Hàng thể thao	4

Giá trị ròng của một hãng là tài sản mà nó sở hữu trừ đi nợ của nó.

Bạn hãy đặt giá giành quyền kiểm soát công ty Snark. Liệu có nên đặt giá bằng với giá trị ròng là 240.000£ không? Có lẽ là không. Snark là một hãng đang hoạt động có triển vọng tăng trưởng trong tương lai. Bạn không chỉ trả giá cho tài khoản có tài chính mà bạn phải trả cả cho tiếng tăm, các khách hàng trung thành và những khoản lợi vô hình mà các nhà kinh tế học gọi nó là danh tiếng. Nếu Snark là một công ty có tiếng, bạn sẽ phải đặt giá cao hơn 240.000£. Bạn có thể nghĩ rằng những kế toán viên của Snark đã đánh

giá thấp giá trị bán lại của những tài khoản có của hãng. Nếu bạn có thể mua Snark với giá 240.000£ bạn có thể kiếm được lợi nhuận bằng cách bán hết từng phần thiết bị, nhà xưởng riêng lẻ như là "bán tài sản thanh lý".

Thu nhập

Lợi nhuận để lại là một phần của lợi nhuận sau thuế được chuyển lại đầu tư vào hoạt động của doanh nghiệp.

Khi một hãng thu được lợi nhuận sau thuế, họ có thể trả cho các cổ đông dưới dạng cổ tức, hoặc giữ lại cho hãng như là phần lợi nhuận để lại. Phần lợi nhuận để lại có ảnh hưởng đến bảng cân đối kế toán. Nếu hãng giữ lại ở dạng tiền mặt hoặc sử dụng để mua thiết bị mới thì nó sẽ làm tăng tài sản. Hoặc có thể lựa chọn, trả tiền vay ngân hàng sẽ làm giảm tài khoản nợ của hãng. Bằng cả hai cách đó giá trị ròng của hãng tăng lên.

Chi phí cơ hội và chi phí tính toán

Báo cáo thu nhập và cân đối kế toán của một công ty cung cấp hai chỉ dẫn hữu ích để biết công ty đó hoạt động như thế nào. Nhưng các nhà kinh tế và các kế toán viên có cách nhìn khác nhau về chi phí và lợi nhuận. Một kế toán viên quan tâm đến những hoá đơn thực tế và các khoản phải trả của công ty. Trong khi, một nhà kinh tế quan tâm đến việc doanh thu và chi phí ảnh hưởng thế nào tới quyết định cung ứng của hãng, phân bổ các nguồn lực cho những hoạt động riêng biệt. Các phương pháp kế toán có thể gây nhầm lẫn qua hai cách.

Chi phí cơ hội là giá trị mất đi do không sử dụng một nguồn lực (lao động, vốn) vào một mục đích sử dụng tốt nhất bị bỏ qua.

Các nhà kinh tế nhận ra rằng xác định chi phí của việc sử dụng các nguồn lực không phải bằng số thực chi mà bằng chi phí cơ hội của nó. Để thấy được đây là cách tính đúng về chi phí, những vấn đề mà các nhà kinh tế đều mong muốn nghiên cứu, chúng ta đưa ra hai ví dụ.

Nếu bạn điều hành hoạt động của hãng mình, bạn nên quan tâm đến chi phí thời gian của lao động. Bạn có thể lập một bản báo cáo thu nhập giống như Bảng 6.1, để có được lợi nhuận 20.000£ một năm và đi đến kết luận việc kinh doanh này là tốt. Kết luận này đã bỏ qua chi phí cơ hội của thời gian. Nếu bạn có thể kiếm được 25.000£ mỗi năm khi làm việc cho người khác thì bạn sẽ tự làm mất đi 5.000£ mỗi năm mặc dù lợi nhuận tính toán là 20.000£. Nếu chúng ta muốn hiểu được động cơ do thị trường tạo ra để dẫn dắt mọi người tìm kiếm được việc làm thì chúng ta phải sử dụng khái niệm kinh tế về chi phí cơ hội, chứ không phải là khái niệm tính toán về thực chi.

Trường hợp thứ hai, khi tính chi phí cơ hội phải tính đến vốn. Bạn có thể dùng tiền để khởi sự một doanh nghiệp. Lợi nhuận tính toán đã bỏ qua việc sử dụng vốn tài chính của riêng mình (trái ngược với khoản đi vay). Những khoản tiền này có thể được gửi vào ngân hàng để hưởng lãi hoặc sử dụng để mua cổ phiếu của các hãng khác. Chi phí cơ hội của khoản tiền đó chính là một phần của chi phí kinh tế của doanh nghiệp nhưng không được đưa vào chi phí tính toán. Nếu có thể kiếm được 10% từ việc gửi tiền thì chi phí cơ hội của ngân quỹ sẽ là 10% nhân với số tiền gửi vào. Nếu sau khi khấu trừ chi phí này và chi phí thực của thời gian, doanh nghiệp vẫn kiếm được lợi nhuận thì các nhà kinh tế gọi đó là "siêu lợi nhuận".

Siêu lợi nhuận là lợi nhuận kinh tế thuần túy và đo lường tất cả các chi phí kinh tế phù hợp.

Siêu lợi nhuận là chỉ dẫn thực tế về việc tiến hành hoạt động kinh doanh tốt đến đâu khi đầu tư thời gian và ngân quỹ của họ vào kinh doanh. Siêu lợi nhuận chứ không phải là lợi nhuận tính toán là động lực để thúc đẩy nguồn lực vào (hoặc thoát ra) của một doanh nghiệp.

6.3 Các hãng và tối đa hóa lợi nhuận

Các nhà kinh tế giả định rằng các hãng lựa chọn sản lượng để tối đa hoá lợi nhuận. Một số nhà kinh tế và doanh nghiệp hoài nghi về giả định đó. Một người tự kinh doanh có thể thích tự kinh doanh hơn là làm ở nơi khác dù kiếm được nhiều hơn. Quyết định kinh doanh của người đó phản ánh sự hài lòng tối đa đối với công việc của người đó chứ không đơn thuần là lợi nhuận họ kiếm được.

Sở hữu và kiểm soát

Một lý do có ý nghĩa hơn khi hoài nghi về giả định tối đa hoá lợi nhuận là những hãng lớn không do những người chủ của nó điều hành mà do một ban giám đốc được thuê. Trong cuộc họp thường niên, các cổ đông có thể giải tán ban giám đốc này nhưng điều đó hiếm khi xảy ra. Các giám đốc là những chuyên gia biết nhiều thông tin. Các cổ đông khó có thể biết chắc là các giám đốc khác có thể làm tăng lợi nhuận của công ty.

Các nhà kinh tế gọi vấn đề này là sự phân chia sở hữu và kiểm soát. Mặc dù, các cổ đông muốn tối đa hoá lợi nhuận có thể có, các giám đốc là người đưa ra các quyết định thực tế có thể có các mục tiêu khác. Liệu các giám đốc có hành động vì động cơ nào khác chứ không phải vì lợi ích của các cổ đông không?

Lương các giám đốc thường cao hơn khi làm việc ở các hãng lớn. Các giám đốc có thể theo đuổi mục tiêu về quy mô và sự tăng trưởng hơn là tìm kiếm lợi nhuận tối đa có thể có, giả dụ như sử dụng một khoản chi phí lớn dành cho quảng cáo để tăng doanh số bán.

Tuy nhiên, có hai lý do giải thích tại sao mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận là điểm tốt để bắt đầu. Thậm chí, nếu các cổ đông không thể nhận ra rằng lợi nhuận thấp hơn dự kiến thì các hãng có kinh nghiệm trong ngành có thể nắm bắt vấn đề nhanh hơn. Nếu lợi nhuận thấp thì giá cổ phiếu sẽ giảm. Để nắm quyền kiểm soát, công ty khác có thể mua cổ phần với giá rẻ, sa thải ban quản lý hiện tại, xây dựng lại chính sách tối đa hoá lợi nhuận và kiếm được lãi vốn từ việc cổ phiếu tăng giá khi thị trường chứng khoán nhận định được việc tăng lên của lợi nhuận. Sợ mất quyền kiểm soát có thể khiến các giám đốc cố gắng tối đa hoá lợi nhuận.

Hơn nữa, do nhận biết được các giám đốc thường làm theo ý mình nên các cổ đông cố đảm bảo lợi ích của các giám đốc và các cổ đông là như nhau. Bằng cách thưởng một khoản lớn tiền liên quan đến tính sinh lợi cho các giám đốc có thâm niên hoặc cổ phiếu tuy nhỏ hơn so với tổng số cổ phần nhưng lại lớn hơn lương quản lý, các cổ đông cố gắng đảm bảo cho các giám đốc có thâm niên quan tâm đến lợi nhuận như các cổ đông.

Giả thuyết các hãng cố gắng tối đa hoá lợi nhuận có tính thực tế hơn. Trước khi sử dụng giả thuyết này để phát triển lý thuyết cung, chúng ta bàn về thị trường chứng khoán chi tiết hơn.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

6.4 Tài chính công ty và kiểm soát công ty

Tài chính công ty nói đến cách thức các hãng tài trợ cho các hoạt động của mình.

Nguồn tài trợ bao gồm (a) vay ngân hàng, (b) vay bằng cách bán các giấy tờ có giá (trái phiếu công ty) bằng cách hãng cam kết trả lãi suất trong thời hạn nhất định và sẽ hoàn trả khoản nợ và (c) bán cổ phiếu mới của mình trên thị trường chứng khoán. Các nước khác nhau có hệ thống công ty tài chính khác nhau.

Nước Mỹ và nước Anh cùng có những hệ thống dựa vào thị trường hay những người đứng ngoài cuộc, dựa vào hoạt động của thị trường chứng khoán trong việc mua bán cổ phiếu và nợ, và phát hành cổ phiếu và các khoản nợ mới. Nhật Bản và nhiều nước ở châu Âu, đặc biệt là Đức, có một hệ thống người trong cuộc, trong đó thị trường tài chính chỉ đóng một vai trò nhỏ bé. Các công ty của Đức vay ngân hàng những khoản vay dài hạn, do đó các ngân hàng tham gia vào ban điều hành công ty và nắm bắt những thông tin bên trong của nó.

Tài trợ hoặc kiểm soát

Kiểm soát công ty nói đến việc ai là người nắm quyền kiểm soát hãng trong các tình huống khác nhau.

Các hãng lớn thường tài trợ cho những khoản đầu tư mới của họ dựa trên phần lợi nhuận giữ lại. Khoảng 90% các khoản đầu tư công ty của Anh được cấp vốn bằng cách này; khoảng 7% từ việc bán cổ phiếu mới trên thị trường chứng khoán. Điểm khác biệt căn bản của 2 hệ thống này không phải là việc hệ thống nào tài trợ dễ hơn mà chính là việc quyền kiểm soát thuộc về người tài trợ vốn.

Đối với hệ thống người trong cuộc dựa vào ngân hàng, người đại diện của ngân hàng tham gia vào ban lãnh đạo của hãng, sử dụng vị trí tham gia này để thay đổi khi có sai lầm. Hệ thống dựa vào thị trường giảm vai trò của các ngân hàng và phát huy vai trò của thị trường cổ phiếu và thị trường nợ. Thất bại trong việc trả lãi đối với các khoản nợ sẽ làm cho các chủ nợ khiến hãng phá sản. Tương tự, cổ phiếu được phát hành rộng rãi ra công chúng sẽ làm tăng khả năng bị thôn tính trên thị trường cổ phiếu do ban quản lý mới mua quyền kiểm soát trên thị trường mở. Hệ thống dựa vào thị trường đối với tài chính công ty như vậy trở thành thị trường cho quyền kiểm soát công ty.

Những thôn tính thù địch

Tại Đức, những thôn tính thù địch là hiếm thấy. Ngược lại, rất nhiều những sự tiếp quản ở Anh là những cuộc đấu giá thù địch không được những nhà quản lý hiện tại hoan nghênh. Một số nhà kinh tế coi những cuộc đấu giá thù địch như một áp lực quan trọng cho hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, sự phân chia giữa sở hữu và kiểm soát trong các công ty công dẫn đến vấn đề người chủ - nhân viên. Nhân viên (ở đây là những người quản lý) sẽ hành động vì lợi ích của bản thân họ hơn là lợi ích của những người chủ (các cổ đông).

Một người chủ có thể uỷ quyền các quyết định cho nhân viên. Nếu chi phí để kiểm soát người nhân viên là quá cao, nhân viên có thông tin bên trong về tình hình hoạt động của doanh nghiệp, gây ra vấn đề chủ - tớ.

Mối đe dọa về những thôn tính thù địch cản trở những người quản lý đi quá xa các chính sách tối đa hóa lợi nhuận mà các cổ đông mong muốn. Sự quản lý yếu kém dẫn đến lợi nhuận thấp, giảm giá cổ phiếu và dẫn đến những cơ hội, những kẻ thôn tính mua công ty với giá rẻ. Mối đe dọa bị thôn tính cung cấp một phương pháp để góp phần khắc phục vấn đề chủ - tớ.

Tuy nhiên, mối đe dọa bị thôn tính cũng làm suy yếu những người quản lý hiện tại. Mong muốn sự hợp tác làm việc trong quá trình chuyển đổi sang những phương pháp sản xuất mới, bạn cam kết thưởng hậu hĩnh cho nhân viên khi năng suất tăng lên. Các nhân viên biết bạn sẽ giữ lời hứa, nhưng không thể tin bạn. Trong khi những thay đổi đang được thực hiện, lợi nhuận tạm thời giảm xuống và bạn có thể phải đối mặt với một mối đe dọa bị thôn tính. Người chủ mới có thể sa thải công nhân để tiết kiệm chi phí. Do đó, công nhân sẽ từ chối kế hoạch thay đổi của bạn.

Mối đe dọa thôn tính, bằng việc làm cản trở khả năng của người quản lý thực hiện các cam kết, sẽ cản trở đầu tư và khuyến khích chủ nghĩa ngắn hạn. Tuy nhiên, các hệ thống người tham gia của Đức và Nhật cũng có những vấn đề của chúng, đặc biệt nếu đòi hỏi những hành động quyết liệt. Nền kinh tế Nhật sụt giảm trong những tình trạng bi đát trong vòng 10 năm qua vì các công ty, đặc biệt là các ngân hàng, thất bại trong việc đưa ra những thay đổi căn bản sau sự sụt giảm giá bất động sản vào đầu những năm 1990. Ở Anh và Mỹ, họ sẽ ít kiên nhẫn hơn, ít quan tâm hơn đến việc chấp nhận thất bại và phản ứng mau lẹ hơn.

Như thường lệ, các tranh cãi vẫn rất gay gắt - ở đây, là về giá trị tương đối của 2 hệ thống về quyền kiểm soát công ty - bởi vì, cả 2 phía đều có những luận cứ hợp lý. Hộp 6-2 bàn chi tiết hơn về vấn đề này.

Hộp 6-2 Các ông chủ trở nên béo phì tới mức nào?

Các hãng ở Anh và Mỹ cho phép những nhà quản lý cấp cao có quyền mua cổ phiếu của công ty trong tương lai nhưng tại một mức giá đã được thống nhất từ trước. Nếu công ty hoạt động tốt, giá cổ phiếu của nó sẽ tăng và các nhà quản lý sẽ thu được lợi nhuận cá nhân rất lớn. Như vậy, các nhà quản lý được thuyết phục mưu cầu lợi ích giống như các cổ đông, làm cho lợi nhuận của công ty cao đến mức có thể. Tuy nhiên, những khuyến khích hào phóng cũng làm cho người quản lý dối trá và hành động gian lận để làm tăng giá cổ phiếu. Những vụ scandal ở các công ty như Enron và WorldCom một phần có liên quan đến quyền mua bán cổ phiếu của người quản lý.

Vào năm 2004 theo Financial Times các công ty Mỹ đã giảm quyền lợi này.

Nguồn: Financial Times, 22 March 2004.

6.5 Quyết định cung của hãng

Giả sử có một hãng sản xuất thìa. Có một vài cách sản xuất thìa bằng việc sử dụng nhiều lao động và ít máy móc hoặc sử dụng nhiều máy móc nhưng ít lao động. Hãng đó biết các cách thức sản xuất thìa và chi phí trả cho đầu vào cũng như tiền công trả cho nhân công và tiền thuê máy móc. Hãng cũng biết đường cầu về sản phẩm này và phần doanh thu kiếm được từ việc bán khối lượng thìa khác nhau tại các mức giá khác nhau.

Để tối đa hoá lợi nhuận, hãng phải lựa chọn mức sản lượng đầu ra tốt nhất, lượng đầu ra biến đổi sẽ ảnh hưởng đến chi phí sản xuất và doanh thu từ việc bán sản phẩm. Chi phí và cầu là điều kiện để xác định mức sản lượng đầu ra mà hãng muốn tối đa hoá lợi nhuận.

Tối thiểu hóa chi phí

Hãng luôn mong muốn chọn được mức sản lượng đầu ra để sản xuất với mức chi phí thấp nhất có thể. Việc sản xuất cùng một lượng sản phẩm đầu ra với mức chi phí thấp hơn sẽ làm tăng lợi nhuận. Do vậy, để đạt được lợi nhuận tối đa hãng phải sản xuất sản phẩm đầu ra với chi phí thấp nhất có thể.

Đường tổng chi phí

Khi biết được phương pháp sản xuất, chi phí thuê nhân công và máy móc sẽ giúp các hãng tính được chi phí tối thiểu để sản xuất mỗi sản phẩm đầu ra. Sẽ là không hiệu quả

Bảng 6.3 Chi phí, doanh thu, lợi nhuận (hàng tuần)

(1) Sản lượng	(2) Tổng chi phí (£)	(3) Giá (£)	(4) Tổng doanh thu (2) x (3) (£)	(5) Lợi nhuận (4) - (2) (£)
0	10	-	0	-10
1	25	21	21	-4
2	36	20	40	4
3	44	19	57	13
4	51	18	72	21
5	59	17	85	26
6	**69**	**16**	**96**	**27**
7	81	15	105	24
8	95	14	112	17
9	111	13	117	6
10	129	12	120	-9

nếu sử dụng nhiều máy móc để sản xuất một số cái thìa, sẽ hiệu quả hơn khi sử dụng nhiều máy móc hơn nếu sản xuất số lượng thìa nhiều hơn.

Bảng 6.3 cho chúng ta biết các mức sản lượng khác nhau ở cột (1). Cột (2) cho biết chi phí tối thiểu để sản xuất mỗi mức sản lượng. Hãng phải chịu chi phí là 10£ cho mức sản lượng bằng 0. Đây là chi phí cho hoạt động của doanh nghiệp như là tiền thuê văn phòng, trả tiền điện thoại... Sau đó, chi phí tăng lên theo mức sản lượng sản xuất ra. Các chi phí bao gồm cả chi phí cơ hội của các nguồn lực dùng trong sản xuất. Ở mức sản lượng cao, chi phí tăng đột ngột khi sản lượng tăng: hãng phải trả cho công nhân làm thêm giờ vào ngày nghỉ và buổi tối.

Tổng doanh thu

Doanh thu từ việc bán sản phẩm phụ thuộc vào giá và cầu. Cột 3 trong Bảng 6.3 cho biết đường cầu, mức giá tại mỗi mức sản lượng có thể bán. Cột 4 tính được doanh thu từ việc bán sản phẩm, giá bán nhân với sản lượng. Ở mức giá 21£ hãng bán được một chiếc thìa. Giá càng thấp thì lượng sản phẩm bán được càng tăng: đường cầu dốc xuống.

Lợi nhuận

Cột cuối cùng miêu tả lợi nhuận, mức chênh lệch giữa doanh thu và chi phí. Với mức sản lượng thấp, lợi nhuận sẽ âm. Ở mức sản lượng cao nhất là 10, lợi nhuận một lần nữa lại âm. Ở mức sản lượng ở giữa hãng thu được lợi nhuận dương.

Lợi nhuận cao nhất là 27£ một tuần, với mức sản lượng là 6 chiếc thìa. Với giá bán 16£ một chiếc, tổng doanh thu sẽ là 96£. Chi phí sản xuất được tính đúng bằng 69£, lợi nhuận thu được là 27£ một tuần. Đây là mức sản lượng hãng lựa chọn hay đó là quyết định cung của hãng (biểu thị dòng in đậm ở trong Bảng 6.3).

Tối đa hoá lợi nhuận không giống tối đa hoá doanh thu. Bằng cách bán 10 chiếc thìa một tuần, hãng có doanh thu 120£ nhưng phải bỏ ra chi phí để sản xuất chúng là 129£. Chi phí để sản xuất những chiếc thìa cuối cùng là rất đắt và mang lại doanh thu bổ sung lại rất ít.

6.6 Chi phí cận biên và doanh thu cận biên

Thật hữu ích nếu ta xem cùng một vấn đề từ nhiều góc độ khác nhau. Bây giờ, với mỗi mức sản lượng đầu ra chúng ta đặt câu hỏi liệu hãng có cần tăng thêm sản lượng nữa không? Giả sử hãng sản xuất 3 chiếc thìa và xem xét việc tăng sản lượng lên 4 chiếc. Bảng 6.3 cho chúng ta biết tổng chi phí tăng từ 44£ lên 51£, tức là tăng tổng chi phí thêm 7£. Doanh thu tăng từ 57£ lên 72£, doanh thu tăng thêm 15£. Việc tăng sản lượng từ 3 lên 4 chiếc thìa sẽ thu được doanh thu tăng thêm nhiều hơn chi phí tăng thêm. Lợi nhuận tăng 8£ (doanh thu tăng thêm 15£ trừ đi chi phí tăng thêm 7£). Hãng có thể xem xét liệu còn có lợi không nếu nâng mức sản xuất từ 4 lên 5, v.v...

Cách tiếp cận này, tức là xem xét việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm có ảnh hưởng như thế nào đến lợi nhuận - tập trung vào chi phí cận biên và doanh thu cận biên của việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm.

Chi phí cận biên là phần tăng trong tổng chi phí khi sản lượng tăng 1 đơn vị. **Doanh thu cận biên** là phần tăng trong tổng doanh thu khi sản lượng tăng 1 đơn vị.

Nếu doanh thu cận biên lớn hơn chi phí cận biên, hãng nên tăng sản lượng sản xuất. Việc sản xuất và bán sản phẩm bổ sung sẽ làm tăng tổng doanh thu nhiều hơn là tổng chi phí, do đó làm tăng lợi nhuận. Nếu doanh thu cận biên nhỏ hơn chi phí cận biên thì hãng nên giảm sản lượng đầu ra. Việc sản xuất và bán thêm một sản phẩm sẽ làm giảm lợi nhuận.

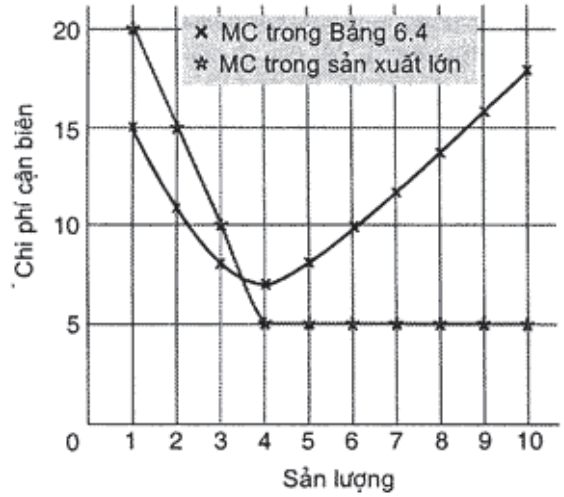
Như vậy, chúng ta có thể sử dụng chi phí cận biên và doanh thu cận biên để xác định sản lượng làm tối đa hoá lợi nhuận. Chừng nào mà doanh thu cận biên lớn hơn chi phí cận biên thì vẫn có thể tăng sản lượng. Ngay khi doanh thu cận biên nhỏ hơn chi phí cận biên thì phải dừng việc tăng sản lượng.

Chi phí cận biên

Bảng 6.4 Tổng chi phí và chi phí cận biên

Sản lượng	Tổng chi phí (£)	Chi phí cận biên (£)
0	10	
1	25	15
2	36	11
3	44	8
4	51	7
5	59	8
6	69	10
7	81	12
8	95	14
9	111	16
10	129	18

Hình 6.1 Chi phí cận biên



Bảng 6.4 sử dụng số liệu của Bảng 6.3 để tính toán chi phí cận biên của việc sản xuất thêm một đơn vị sản lượng. Sản xuất tăng từ 0 lên 1 sản phẩm làm tăng tổng chi phí từ 10£ lên 25£. Chi phí cận biên của đơn vị sản lượng đầu tiên là 15£. Bảng 6.4 cho chúng ta biết chi phí cận biên của mỗi đơn vị sản lượng, tổng chi phí tăng thêm của việc tăng sản lượng thêm đơn vị cuối cùng.

Chi phí cận biên sẽ lớn tại mức sản lượng thấp và tại mức sản lượng cao. Chi phí cận biên thấp nhất tại mức sản lượng thứ 4, khi đó tổng chi phí tăng lên 7£.

Tại sao khi mức sản lượng tăng lên thì chi phí cận biên bắt đầu tăng sau đó giảm xuống, rồi lại tăng lên? Câu trả lời phản ánh các kỹ thuật sản xuất khác nhau. Ở mức sản lượng thấp, hãng sẽ sử dụng công nghệ đơn giản. Khi sản lượng tăng, nhiều máy móc hiện đại hơn được sử dụng tạo ra sản phẩm tăng thêm khá rẻ. Khi sản lượng ngày một tăng, sự khó khăn trong quản lý một hãng lớn ngày càng rõ nét. Việc tăng sản lượng ngày càng trở nên khó khăn và chi phí cận biên ngày một tăng.

Hình 6.1 chỉ ra mối quan hệ giữa sản lượng và chi phí cận biên thay đổi giữa các hãng. Với một mỏ than gần cạn kiệt thì sản xuất thêm lượng đầu ra chi phí cận biên sẽ tăng. Đối với nền công nghiệp sản xuất với khối lượng lớn thì khi tăng sản lượng đầu ra chi phí cận biên của nó có thể giảm xuống và sau đó sẽ không đổi (xem Hình 6.1).

Doanh thu cận biên

Vẫn dựa vào Bảng 6.3, Bảng 6.5 cho chúng ta biết được doanh thu cận biên, tổng doanh thu tăng thêm khi một đơn vị sản lượng được bán thêm. Khi sản lượng tăng từ 0 đến 1 thì doanh thu tăng từ 0£ lên 21£. Doanh thu cận biên của đơn vị đầu tiên là 21£. Còn khi tăng sản lượng từ 7 lên 8 đơn vị thì doanh thu tăng từ 105£ lên 112£ và doanh thu cận biên bằng 7£. Tổng doanh thu và doanh thu cận biên phụ thuộc vào đường cầu đối với sản phẩm của hãng.

Doanh thu được trình bày ở Hình 6.2 và nó giảm xuống khi tăng sản lượng và có thể âm khi mức sản lượng cao. Khi bán 11 chiếc thìa thì giá có thể chỉ được 10£ mỗi chiếc. Tổng doanh thu đạt được là 110£. Vì 10 chiếc thìa thu được 120£ ở Bảng 6.5, doanh thu cận biên của việc tăng từ 10 lên 11 chiếc thìa là 110£ trừ đi 120£ bằng -10£.

Doanh thu cận biên = Doanh thu tăng thêm khi làm ra và bán thêm 1 sản phẩm

Bảng 6.5 Giá, tổng doanh thu và doanh thu cận biên

Sản lượng	Giá (£)	Tổng doanh thu (£)	Doanh thu cận biên (£)
0	-	0	
1	21	21	21
2	20	40	19
3	19	57	17
4	18	72	15
5	17	85	13
6	16	96	11
7	15	105	9
8	14	112	7
9	13	117	5
10	12	120	3

Đường cầu dốc xuống. Để bán được nhiều sản phẩm thì phải giảm giá bán. Việc bán thêm 1 đơn vị sản lượng với mức giá thấp hơn là thành phần đầu tiên của doanh thu cận biên. Tuy nhiên, thực tế khi hãng bán thêm sản phẩm thì phải giảm giá đối với tất cả các đơn vị sản lượng trước đây so với giá mà nó có thể bán được. Tác động này làm giảm doanh thu cận biên khi bán thêm 1 đơn vị sản lượng.

Doanh thu cận biên giảm đều bởi 2 lý do. Thứ nhất vì đường cầu là đường dốc xuống, 1 đơn vị bán thêm phải bán ở mức giá thấp hơn. Thứ hai, việc giảm giá liên tục gây giảm doanh thu do bán đơn vị sản phẩm hiện có và với sản lượng đầu ra hiện có lớn hơn sẽ làm doanh thu ngày càng giảm khi giá bán chúng ngày càng giảm. Tóm lại, (a) doanh thu cận biên giảm khi tăng sản lượng và (b) doanh thu cận biên nhỏ hơn giá bán đơn vị sản lượng cuối cùng vì một mức giá thấp hơn sẽ làm giảm doanh thu kiếm được từ việc bán sản lượng hiện có.

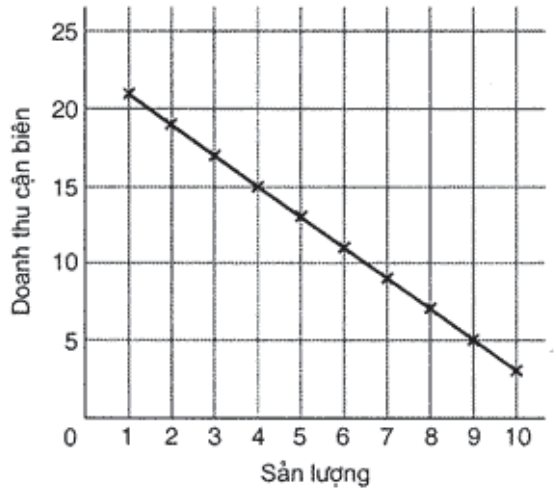
Hộp 6-2 Vậy hãng là gì?

Một số thứ được trao đổi trên thị trường, một số thứ khác được tổ chức bởi hệ thống mệnh lệnh theo chiều dọc trong nội bộ một hãng trước khi sự trao đổi diễn ra. Ông chủ muốn một tách cafe sẽ không tổ chức đấu giá, ông ta sẽ nói một người nào đó làm nó.

Một quan điểm là các hãng có được "những phối hợp tĩnh", những lợi ích từ các hoạt động có liên quan chặt chẽ. Sẽ là hợp lý nếu kết hợp các hoạt động sản xuất có liên quan cùng với nhau trước khi bán đi cả gói đó. Một quan điểm khác là các hãng đòi hỏi lòng tin và tinh thần làm việc theo nhóm, các mối quan hệ dài hạn. Các hãng là các dụng cụ để kết dính lại các mối quan hệ dài hạn mà tính hiệu quả đòi hỏi chúng.

Quan điểm thứ ba và là quan điểm gần đây nhất là các hãng thể hiện các hợp đồng không hoàn chỉnh. Nếu người ta có thể thấy được điều gì xảy ra, họ có thể tham gia vào một giao dịch thị trường, ký một hợp đồng làm rõ những xảy ra trong mọi tình huống. Nhưng một số tình huống tương lai không thể dự đoán trước được: không một hợp đồng nào có thể đảm bảo chúng. Quyền lực - hệ thống cấp bậc ra quyết định trong hãng - chỉ rõ ai là người phân xử nếu một sự kiện ngẫu nhiên khác thường xảy ra.

Hình 6.2 Doanh thu cận biên



Doanh thu cận biên là phần tăng trong doanh thu của hãng do bán thêm 1 đơn vị. Nếu hãng có thể bán nhiều sản phẩm hơn chỉ bằng cách giảm giá bán, doanh thu cận biên sẽ giảm khi sản lượng tăng.

Hình dáng của đường doanh thu cận biên giống hình dáng của đường cầu của hãng. Một hãng nhỏ trong một thị trường lớn có thể bán bao nhiêu sản phẩm mà nó muốn mà không ảnh hưởng tới giá cả thị trường. Đường cầu của hãng là đường nằm ngang tại mức giá hiện hành. Trong trường hợp đặc biệt này, giá sẽ bằng doanh thu cận biên. Đối với sản lượng hiện có, doanh thu sẽ không bị mất khi ngày càng nhiều sản lượng được bán ra.

MR, MC và lựa chọn mức sản lượng

Kết hợp chi phí cận biên (MC) và doanh thu cận biên (MR). Bảng 6.6 xem xét sản lượng tối đa hoá lợi nhuận của hãng. Nếu MR vượt quá MC, 1 đơn vị sản lượng tăng thêm sẽ làm tăng lợi nhuận. Cột cuối cùng cho ta biết lý do tại sao hãng sản xuất ít nhất là 6 đơn vị sản lượng. Bây giờ hãng đang xem xét việc tăng sản lượng từ 6 lên 7 đơn vị. Doanh thu cận biên là 9£ và chi phí cận biên là 12£. Lợi nhuận sẽ giảm 3£. Không nên tăng sản lượng lên 7 đơn vị hoặc bất kỳ mức nào cao hơn thế. Hãng chỉ nên mở rộng sản xuất tới 6 đơn vị. Ở mức sản lượng đó hãng sẽ tối đa hoá lợi nhuận như chúng ta biết từ Bảng 6.5.

Bảng 6.6 Sử dụng doanh thu biên và chi phí biên lựa chọn sản lượng

Sản lượng	MR (£)	MC (£)	MR – MC (£)	Quyết định sản lượng
1	21	15	6	Tăng
2	19	11	8	Tăng
3	17	8	9	Tăng
4	15	7	8	Tăng
5	13	8	5	Tăng
6	11	10	1	
7	9	12	-3	Giảm
8	7	14	-7	Giảm
9	5	16	-11	Giảm
10	3	18	-15	Giảm

Tổng chi phí và tổng doanh thu so với chi phí cận biên và doanh thu cận biên

Bảng 6.5 dựa vào tổng chi phí và tổng doanh thu, Bảng 6.6 thì dựa vào chi phí cận biên và doanh thu cận biên, là các cách khác nhau để giải quyết cùng một vấn đề. Các nhà kinh tế sử dụng thường xuyên việc phân tích cận biên. Liệu có sự thay đổi nhỏ nào có thể làm cho hãng hoạt động tốt hơn không? Nếu có thì tình trạng hiện tại không thể là tốt nhất và cần có sự thay đổi.

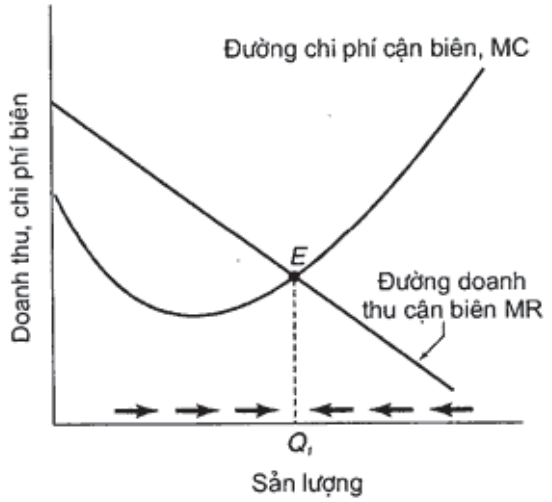
Phân tích cận biên cần phải có sự xem xét cẩn trọng. Nó có thể bỏ lỡ tất cả lựa chọn hoặc không. Ví dụ, giả sử MR vượt quá MC cho đến mức sản lượng 6 đơn vị, nhưng sau đó MR lại nhỏ hơn MC. 6 đơn vị là mức sản lượng tốt nhất. Tuy nhiên, nếu hãng chịu mức chi phí lớn dù có sản xuất hay không (ví dụ trả lương quá nhiều cho giám đốc quản lý) thì lợi nhuận từ việc sản xuất 6 đơn vị có thể không bù đắp được chi phí cố định. Do phải trả chi phí cố định đó, nên mức sản lượng 6 đơn vị là mức sản lượng tối thiểu hoá phần thua lỗ. Hãng có thể tránh được thua lỗ bằng cách đóng cửa. Chúng ta sẽ xem xét kỹ hơn vấn đề này ở chương sau.

Tóm lại, một hãng tối đa hoá lợi nhuận nên tăng sản lượng nếu doanh thu cận biên vượt quá chi phí cận biên nhưng dừng việc tăng sản lượng ngay khi chi phí cận biên vượt quá doanh thu cận biên. Quy luật này dẫn đến việc các hãng lựa chọn được mức sản lượng tốt nhất. Nếu hãng không thu được lợi nhuận dương thì hãng nên đóng cửa.

6.7 Đường chi phí cận biên và đường doanh thu cận biên

Cho đến bây giờ chúng ta đã giả thuyết hãng sản xuất hàng hóa với số nguyên, như là 0, 1 hoặc 2, hơn là một lượng như 1,5 hay 6,7. Sản lượng đầu ra không giới hạn với các số nguyên. Đối với các hàng hoá như lúa mỳ và sữa, các hãng có thể bán những lượng lẻ. Còn đối với những hàng hoá như ô tô thì hãng có thể bán theo đơn vị, hãng có thể bán 75 chiếc ôtô trong một tuần. Như vậy, sẽ dễ hình dung các hãng thay đổi mức sản lượng và tiêu thụ liên tục.

Hình 6.3 Doanh thu cận biên và chi phí cận biên



Đường doanh thu cận biên và chi phí cận biên cho thấy sự thay đổi từ từ ở đây. Mức tối ưu của hãng là Q_1, tức là mức sản lượng mà tại đó, doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Bất cứ ở nơi nào bên trái Q_1, doanh thu cận biên lớn hơn chi phí cận biên và hãng cần tăng thêm sản lượng, như mũi tên chỉ trên hình vẽ. Khi sản lượng lớn hơn Q_1, doanh thu cận biên ít hơn chi phí cận biên và lợi nhuận tăng bằng cách giảm sản lượng. Điều này được thấy qua hình các mũi tên chỉ sang phía trái đối với mức sản lượng trên Q_1. Một lần nữa, nếu hãng thua lỗ tại Q_1 thì nó phải kiểm tra lại xem liệu khi không hề sản xuất có tốt hơn khi sản xuất ở điểm Q_1 không.

Chúng ta có thể vẽ những đường thay đổi từ từ về doanh thu cận biên và chi phí cận biên như Hình 6.3. Lợi nhuận sẽ cực đại tại điểm E giao giữa hai đường. Sản lượng tối đa hoá lợi nhuận (hay tối thiểu hóa phần thua lỗ) là Q_1. Với một mức sản lượng thấp hơn, doanh thu cận biên vượt quá chi phí cận biên và việc mở rộng sản xuất sẽ tăng lợi nhuận (hoặc giảm phần lỗ).

Phía bên phải của Q_1, MC vượt quá MR. Việc mở rộng sản xuất sẽ làm tăng mức chi phí nhiều hơn mức doanh thu và việc thu hẹp sản xuất sẽ tiết kiệm chi phí nhiều hơn so với doanh thu bị mất. Vì động cơ lợi nhuận, sản lượng sẽ được tăng ở bên trái Q_1 và được giảm ở bên phải Q_1 như được biểu hiện ở mũi tên trong Hình 6.3. Động cơ này sẽ dẫn các hãng đến việc lựa chọn mức sản lượng Q_1. Ở Q_1 doanh thu cận biên đúng bằng chi phí cận biên. Bảng 6.7 tóm tắt các điều kiện để xác định sản lượng đầu ra tối đa hoá lợi nhuận.

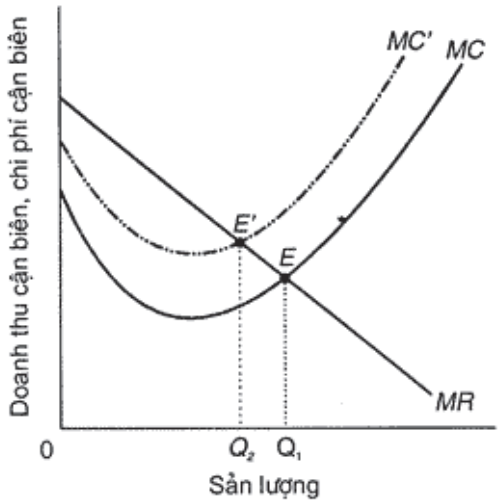
Bảng 6.7 Hãng lựa chọn sản lượng

Điều kiện cận biên	Quyết định sản lượng	Kiểm tra
MR > MC	Tăng	
MR < MC	Giảm	
MR = MC	Không đổi	Nếu lợi nhuận lớn hơn 0, tiếp tục sản xuất còn không thì dừng

Những thay đổi trong chi phí

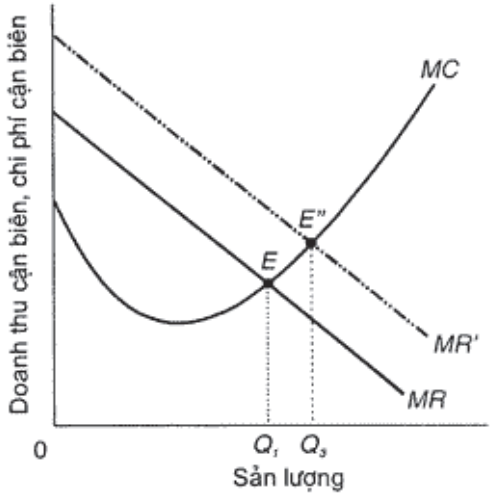
Giả sử các hãng phải trả giá cao hơn cho nguyên vật liệu. Tại mỗi mức sản lượng đầu ra, chi phí cận biên sẽ cao hơn ban đầu. Hình 6.4 cho chúng ta thấy MC sẽ dịch chuyển lên trên tới MC'. Bây giờ hãng sẽ sản xuất tại điểm E'. Chi phí cận biên cao hơn làm giảm mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận từ Q_1 xuống Q_2.

Hình 6.4 Chi phí cận biên tăng làm giảm sản lượng



Đường cong chi phí cận biên chuyển từ MC lên MC' do kết quả của việc tăng chi phí sử dụng một yếu tố sản xuất: ví dụ như tiền công có thể đã tăng. Việc dịch chuyển lên trên này đưa điểm cắt giữa các đường MC và MR từ E lên E' và dẫn đến mức sản lượng thấp hơn. Sản lượng giảm từ Q_1 xuống Q_2. Do vậy, chi phí của hãng thì tăng, nó sẽ quyết định sản xuất ít hơn.

Hình 6.5 Sự dịch chuyển lên trên của đường doanh thu cận biên làm tăng sản lượng



Khi đường MR dịch chuyển lên phía trên từ MR đến MR', điểm cắt giữa đường MR và MC chuyển từ E lên E''. Mức sản lượng tối ưu của hãng tăng từ Q_1 đến Q_3. Việc dịch chuyển đường doanh thu cận biên lên trên có thể là do việc tăng số khách hàng của hãng trên thị trường.

Đường cầu dịch chuyển

Giả sử đường cầu của hãng và đường doanh thu cận biên của hãng dịch chuyển lên trên. Tại mỗi mức sản lượng, giá và doanh thu cận biên cao hơn trước. Hình 6.5 cho thấy đường MR dịch chuyển lên MR', làm cho các hãng phải chuyển từ E sang E''. Cầu cao hơn làm cho các hãng tăng mức sản lượng từ Q_1 lên Q_3.

Các hãng có xác định được đường chi phí cận biên và doanh thu cận biên của họ?

Các hãng trên thực tế liệu có biết đường chi phí cận biên và doanh thu cận biên của họ, đó là chưa nói đến việc tính toán phức tạp để đảm bảo sản lượng cân bằng được 2 đường này.

Điều quan trọng là những thử nghiệm như vậy không cần thiết đối với sự thích hợp của mô hình cung ứng của chúng ta. Nếu may mắn, linh cảm hay suy xét, thì hãng có thể thành công trong việc tối đa hoá lợi nhuận ở điểm mà chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên. Những phân tích trên đơn thuần là để tìm kiếm những nhà quản lý có linh cảm tốt trong việc đưa ra những quyết định đúng đắn để tồn tại trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.

Chương này đã giới thiệu cho chúng ta về doanh thu và chi phí. Chương sau chúng ta sẽ đi vào chi tiết hơn nhưng bây giờ chúng ta đã có cơ sở lý thuyết về cách mà các hãng lựa chọn sản lượng. Các hãng chọn mức sản lượng nào để tối đa hoá lợi nhuận. Với mức sản lượng đó thì chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên.

TÓM TẮT

- **Lý thuyết cung** là lý thuyết về vấn đề lựa chọn sản lượng sản xuất của các hãng.
- Có 3 loại hãng: doanh nghiệp một chủ, doanh nghiệp đồng sở hữu và các công ty. Doanh nghiệp một chủ nhiều nhất nhưng có quy mô nhỏ. Các hãng lớn là các công ty.

- Các công ty thuộc sở hữu của các cổ đông nhưng được điều hành bởi ban giám đốc.
- Các cổ đông có **trách nhiệm hữu hạn**. Doanh nghiệp đồng sở hữu và doanh nghiệp một chủ có **trách nhiệm vô hạn**.
- **Doanh thu** là những gì mà doanh nghiệp thu được khi bán sản phẩm. **Chi phí** là các khoản chi trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. **Lợi nhuận** là phần chênh lệch giữa doanh thu và chi phí.
- **Chi phí bao gồm cả chi phí cơ hội** của mọi nguồn lực trong sản xuất. **Chi phí cơ hội** là số tiền mà khoản đầu tư có thể thu được nếu sử dụng nó vào việc khác với mức trả cao hơn. Đặc biệt chi phí kinh tế bao gồm cả chi phí thời gian và công sức điều hành doanh nghiệp. **Chi phí kinh tế** bao gồm cả chi phí cơ hội của nguồn vốn được sử dụng của hãng. **Siêu lợi nhuận** của hãng là lợi nhuận thuần tuý trả cho người sở hữu sau khi trừ đi các loại chi phí.
- Các hãng được giả định là theo đuổi mục tiêu **tối đa hoá lợi nhuận**. Mặc dù, các hãng được điều hành bởi những người quản lý chứ không phải người sở hữu, nhưng tối đa hoá lợi nhuận là một giả thuyết có lợi để điều hành hành vi của hãng. Các hãng kinh doanh thua lỗ không thể tiếp tục kinh doanh mãi được.
- Nhằm tối đa hoá lợi nhuận, các hãng cần phải sản xuất mức sản lượng với chi phí càng rẻ càng tốt. Tối đa hoá lợi nhuận đòi hỏi phải tối thiểu hoá chi phí ở mỗi mức sản lượng.
- Các hãng lựa chọn **mức sản lượng tối ưu** để tối đa hoá lợi nhuận kinh tế. Quyết định này có thể được mô tả tương đương với việc xem xét doanh thu cận biên và chi phí cận biên. **Chi phí cận biên** là chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm 1 đơn vị sản lượng. **Doanh thu cận biên** là mức thay đổi tương ứng của tổng doanh thu và phụ thuộc vào đường cầu sản phẩm của hãng. **Lợi nhuận tối đa tại mức sản lượng mà ở đó chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên**. Nếu lợi nhuận âm ở mức sản lượng đó thì hãng nên đóng cửa nếu như việc này giảm bớt thua lỗ.
- Dịch chuyển đường chi phí cận biên lên trên sẽ làm giảm sản lượng. Dịch chuyển đường doanh thu cận biên lên trên sẽ làm tăng sản lượng.
- Các hãng cần phải xác định đường chi phí cận biên và doanh thu cận biên. Điều chỉnh MC = MR là một phương pháp mà các nhà kinh tế sử dụng mô phỏng theo linh cảm của các hãng thành công trong quản lý, có nghĩa là xác định đúng mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1 Điều sau đây ảnh hưởng như thế nào đến bản báo cáo thu nhập đối với hãng R-a-P trong Bảng 6.1? (a) R-a-P nợ công nhân 70.000£ vì việc họ đã làm trong năm. (b) Thay vì thuê văn phòng, R-a-P có văn phòng của mình. (c) Trong năm đó R-a-P thu được nợ từ năm trước.

2 R-a-P do 1 người chủ điều hành, ông ta có thể kiếm được 40.000£ một năm nếu làm việc ở hãng khác. Ông ta đầu tư 20.000£ vào Công ty R-a-P mà có thể kiếm được lãi suất 12% ở chỗ khác. Lợi nhuận kinh tế hãng R-a-P thu được là bao nhiêu? (Sử dụng Bảng 6.1).

3 (a) Giả sử công ty Snark International vay thêm 50.000£ từ ngân hàng và tăng thêm hàng lưu kho. Hãy cho biết bảng cân đối kế toán bị ảnh hưởng như thế nào? (Bảng 6.2). (b) Lãi trả cho các khoản vay được thể hiện như thế nào trong bản báo cáo thu nhập của hãng Snark International?

4. (a) Có phải tất cả các hãng theo đuổi mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận? (b) Các hãng có nên ủng hộ hoạt động từ thiện, nghệ thuật và vận động chính trị? Điều đó có mâu thuẫn với ý (a) không?

5. Bảng 6.3, giả sử tổng chi phí sản xuất ở mỗi mức sản lượng cao hơn 40£ so với chi phí trong cột 4 trong bảng. Hãng sẽ quyết định sản xuất ở mức sản lượng là bao nhiêu? Giải thích.

6. Một hãng có chi phí như ở Bảng 6.4, có thể bán bất kỳ mức sản lượng nào nó muốn ở mức giá 13£. (a) Vẽ đường MR và MC? (b) Sản lượng sản xuất sẽ là bao nhiêu?

7. **Những sai lầm thường gặp**: Tại sao những nhận định sau là sai? (a) Các hãng có lợi nhuận tính toán chắc chắn sẽ phát triển. (b) Các hãng không biết chi phí cận biên của mình. Lý thuyết cung không thể giả định rằng các hãng đặt doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. (c) Để tối đa hóa lợi nhuận, cần tối đa hóa lượng bán.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 316.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

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

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

Chương 7

Cung và chi phí

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. **Hàm sản xuất.**
2. **Công nghệ và kỹ thuật sản xuất.**
3. **Việc lựa chọn kỹ thuật sản xuất phụ thuộc vào giá các yếu tố đầu vào như thế nào.**
4. **Tổng chi phí, chi phí trung bình, chi phí cận biên trong ngắn hạn và dài hạn.**
5. **Hiệu suất theo quy mô và mối quan hệ của nó với các đường chi phí trung bình.**
6. **Các yếu tố đầu vào cố định và biến đổi trong ngắn hạn.**
7. **Quy luật hiệu suất giảm dần.**
8. **Một hãng lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn và dài hạn như thế nào.**

Chương 6 giới thiệu lý thuyết về cung. Các hãng lựa chọn mức sản lượng tại đó chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên và thu được lợi nhuận tối đa (thua lỗ tối thiểu). Nếu lợi nhuận là dương, hãng sẽ sản xuất tại mức sản lượng đó. Nếu lợi nhuận là âm, hãng sẽ xem xét có nên tiếp tục sản xuất hay không. Chương này sẽ phát triển sâu hơn lý thuyết về cung.

Chúng ta phân biệt quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn và dài hạn. Chẳng có hãng nào vẫn tiếp tục kinh doanh nếu lợi nhuận âm mãi mãi. Bây giờ, chúng ta có thể chỉ ra trong ngắn hạn, khi hãng không thể phản ứng hoàn toàn với sự thay đổi của các điều kiện về cầu và chi phí; và trong dài hạn, khi hãng có thể điều chỉnh hoàn toàn thì tại sao các đường chi phí lại khác nhau và khác như thế nào.

Hình 7.1 tóm tắt nội dung cơ bản của chương này. Bao trùm lên tất cả là vấn đề về chi phí. Bởi vì có quá nhiều đường chi phí, bạn có thể kiểm tra lại ở Hình 7.1. Chúng ta sẽ bắt đầu bằng việc đưa ra hàm sản xuất, khái niệm miêu tả công nghệ của hãng.

7.1 Đầu vào và đầu ra

Một **yếu tố đầu vào** là một hàng hóa hoặc dịch vụ được sử dụng để sản xuất ra sản lượng đầu ra.

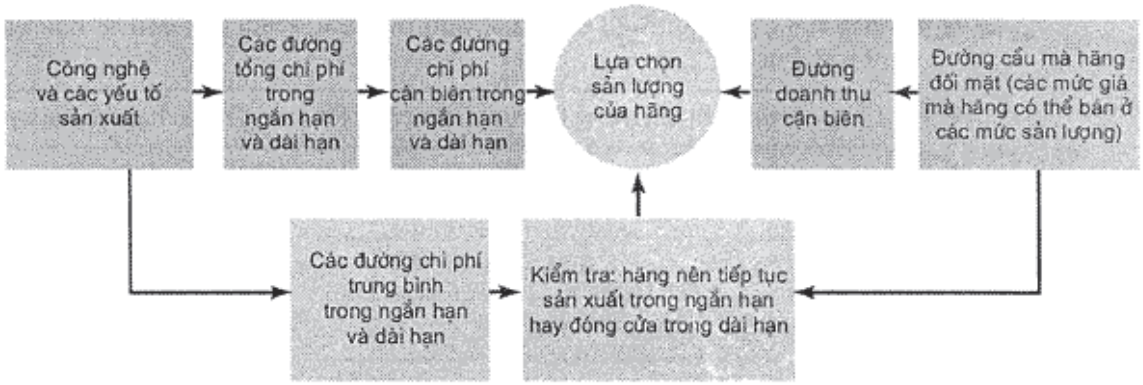
Yếu tố đầu vào bao gồm lao động, máy móc, nhà xưởng, nguyên liệu và năng lượng. Giả sử hãng sử dụng các yếu tố đầu vào để sản xuất Snark. Đây là một vấn đề về kỹ thuật và quản lý. Hàm sản xuất biểu diễn mối quan hệ kỹ thuật hiệu quả của việc kết hợp các yếu tố đầu

Kỹ thuật sản xuất là cách kết hợp các yếu tố đầu vào một cách hiệu quả để sản xuất ra một mức sản lượng cho trước. Hiệu quả được hiểu là không còn cách nào khác để sản xuất ra mức sản lượng cho trước đó mà nếu sử dụng ít yếu tố đầu vào này thì bắt buộc phải tăng yếu tố đầu vào kia. **Hàm sản xuất** là tập hợp của tất cả các kỹ thuật sản xuất hiệu quả đó.

vào để sản xuất ra sản lượng đầu ra. Bởi vì, các hãng tối đa hóa lợi nhuận không muốn sản xuất bằng các phương pháp sản xuất lãng phí, cho nên chúng ta giới hạn sự quan tâm vào những phương pháp sản xuất có hiệu quả.

Để tạo ra 1 Snark, phương pháp A cần 2 công nhân và 1 máy, nhưng phương pháp B cần 2 công nhân và 2 máy. Phương pháp B ít hiệu quả hơn phương pháp A. Nó sử dụng cùng số lượng lao động nhưng lại nhiều máy hơn. Phương pháp B không được đề cập đến trong hàm sản xuất.

Hình 7.1 **Lý thuyết cung hoàn chỉnh**



Sơ đồ này có thể mở rộng phân tích Chương 6 theo 2 cách. Thứ nhất, nghiên cứu riêng các đường chi phí trong ngắn hạn, dài hạn và các quyết định sản lượng. Thứ hai, chúng ta bắt đầu bằng các đường tổng chi phí để chỉ ra hãng sẽ lựa chọn cách sản xuất với chi phí thấp nhất ở mỗi mức sản lượng với các công nghệ có sẵn.

Kỹ thuật là một cách kết hợp cụ thể các yếu tố đầu vào để sản xuất ra các yếu tố đầu ra. **Công nghệ** là một loạt các kỹ thuật đã biết. **Tiến bộ kỹ thuật** là một kỹ thuật mới cho phép sản xuất ra một mức sản lượng như trước nhưng sử dụng ít yếu tố đầu vào hơn trước.

Bảng 7.1 chỉ ra một vài cách kết hợp của các yếu tố đầu vào trong hàm sản xuất. Hai dòng đầu chỉ ra 2 cách kết hợp để tạo ra 100 Snark: 4 máy và 4 lao động, hoặc 2 máy và 6 lao động. Dòng thứ ba chỉ ra ảnh hưởng khi thêm một lao động. Sản lượng tăng thêm 6. Dòng cuối cùng chỉ ra ảnh hưởng khi cả 2 yếu tố đầu vào ở dòng thứ hai tăng lên 2 lần thì sản lượng đầu ra cũng tăng lên gấp đôi, mặc dù người ta thường nói: có quá nhiều lao động trong một nhà máy nhỏ sẽ làm cho mọi người làm việc chậm hơn.

Bảng 7.1 **Hàm sản xuất**

Sản lượng đầu ra	Vốn	Lao động
100	4	4
100	2	6
106	2	7
200	4	12

Bảng 7.1 cũng chỉ ra các cách kết hợp hiệu quả khác giữa lao động và vốn. Lúc này, một hãng xác định được hàm sản xuất bằng việc hoàn thành sự kết hợp một loạt các phương pháp sản xuất có hiệu quả thông qua ý kiến của các kỹ sư, các nhà thiết kế, các chuyên gia về thời gian và động cơ làm việc.

Một phương pháp sản xuất trước đây có hiệu quả nhưng có thể trở thành không có hiệu quả sau

khi có sự tiến bộ về công nghệ cho phép tạo ra một cách sản xuất tốt hơn. Sự tiến bộ công nghệ này làm thay đổi hàm sản xuất.

7.2 Chi phí và lựa chọn công nghệ

Hàm sản xuất là một quan hệ phụ thuộc giữa lượng các yếu tố đầu vào và lượng các yếu tố đầu ra. Nhưng để tính chi phí, chúng ta cần phải biết giá của các yếu tố đầu vào.

Hãy xem xét cách kết hợp với mức chi phí thấp nhất để sản xuất ra 100 Snark[1]. Giả sử có 2 cách kết hợp hiệu quả, 2 dòng đầu của Bảng 7.1 được đưa vào 2 cột đầu của Bảng 7.2 và gọi là kỹ thuật A và B. Giá thuê một máy là 320£ và giá trả cho một lao động là 300£.

Để tạo ra 100 Snark, Bảng 7.2 đưa ra tổng chi phí cho kỹ thuật A là 2480£ và kỹ thuật B là 2440£. Hãng lựa chọn kỹ thuật B. 100 Snark với chi phí 2440£ là một điểm nằm trên đường tổng chi phí. Đó là phương pháp sản xuất hiệu quả nhất với giá thuê máy và thuê lao động như Bảng 7.2.

Để có toàn bộ đường tổng chi phí, chúng ta tính toán cho từng mức sản lượng. Hàm sản xuất giúp chúng ta xác định số lượng yếu tố đầu vào cần sử dụng của mỗi kỹ thuật. Sử dụng giá của mỗi yếu tố đầu vào, chúng ta tính toán chi phí sử dụng mỗi phương án kỹ thuật và lựa chọn được kỹ thuật sản xuất có chi phí thấp nhất. Nối những điểm đó lại với nhau, chúng ta có đường tổng chi phí, trên đó ta có thể dịch chuyển từ một mức sản lượng này đến mức sản lượng khác. Từ đường tổng chi phí, ta xác định đường chi phí cận biên - là phần tăng thêm của tổng chi phí khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.

Bảng 7.2 Lựa chọn kỹ thuật sản xuất với chi phí thấp nhất

Kỹ thuật	Số lượng vốn	Số lượng lao động	Giá thuê máy (£/máy)	Giá thuê lao động (£/người)	Chi phí vốn (£)	Chi phí lao động (£)	Tổng chi phí (£)
A	4	4	320	300	1280	1200	2480
B	2	6	320	300	640	1800	2440

Cường độ yếu tố sản xuất

Một kỹ thuật sản xuất sử dụng rất nhiều vốn và ít lao động gọi là "hướng tư bản". Ngược lại, một kỹ thuật sử dụng nhiều lao động và ít vốn hơn gọi là "hướng lao động". Ở Bảng 7.2, kỹ thuật A có xu hướng sử dụng nhiều vốn hơn và ít lao động hơn kỹ thuật B. Theo kỹ thuật A, tỷ lệ vốn/lao động là 1 trong khi theo kỹ thuật B tỷ lệ này là 1/3.

Giá các yếu tố đầu vào và lựa chọn kỹ thuật sản xuất

Với giá của vốn và lao động như ở Bảng 7.2, kỹ thuật sản xuất sử dụng nhiều lao động là rẻ hơn. Giả sử, tiền lương trả cho lao động tăng từ 300£ lên 340£: lao động thì đắt hơn còn giá của vốn vẫn giữ nguyên. Giá tương đối của lao động so với vốn tăng lên.

[1] Vì sản lượng, doanh thu và chi phí đều là các luồng, nên chúng cần được tính toán theo tuần hoặc theo năm. Chúng ta bỏ qua đơn vị thời gian nhưng không quên chúng là các luồng chứ không phải dự trữ.

Chúng ta đặt ra 2 câu hỏi. Thứ nhất, điều gì xảy ra với tổng chi phí để sản xuất ra 100 Snark? Thứ hai, kỹ thuật sản xuất nào lúc này được ưa chuộng hơn? Bảng 7.3 tính toán tổng chi phí với mức giá thuê lao động mới. Bởi vì, cả 2 kỹ thuật đều sử dụng nhiều lao động nên tổng chi phí tăng lên. Khi tính tổng chi phí cho tất cả các mức sản lượng, đường tổng chi phí dịch chuyển lên trên khi mức tiền lương tăng lên.

Trong ví dụ này, giá tương đối của lao động tăng lên làm cho hãng sẽ lựa chọn kỹ thuật sản xuất B sử dụng nhiều vốn hơn.

Bảng 7.3 Ảnh hưởng của giá thuê lao động tăng lên

Khả năng	Số lượng vốn	Số lượng lao động	Giá thuê máy (£/máy)	Giá thuê lao động (£/người)	Chi phí vốn (£)	Chi phí lao động (£)	Tổng chi phí (£)
A	4	4	320	340	1280	1360	2640
B	2	6	320	340	640	2040	2680

7.3 Tổng chi phí, chi phí trung bình, chi phí cận biên trong dài hạn

Dài hạn là khoảng thời gian đủ để hãng thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào. Ngắn hạn, hãng chỉ có thể thay đổi một phần trong số các yếu tố đầu vào đang sử dụng.

Tổng chi phí dài hạn là chi phí tối thiểu để sản xuất mỗi mức sản lượng khi hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào. **Chi phí cận biên dài hạn** là mức tăng tổng chi phí dài hạn khi sản lượng tăng thêm một đơn vị.

Chi phí trung bình dài hạn bằng tổng chi phí LTC chia cho mức sản lượng Q.

Khi đối mặt với sự dịch chuyển lên trên của đường cầu và đường doanh thu cận biên, như đã giải thích ở Chương 6, một hãng sẽ mở rộng sản lượng. Tuy nhiên, sự điều chỉnh này cần có thời gian. Đầu tiên, hãng sẽ giữ nguyên số lượng lao động nhưng yêu cầu làm thêm giờ. Trong dài hạn, hãng có thể thay đổi quy mô nhà máy, thay đổi phương thức sản xuất, thuê nhiều lao động hơn và có thêm nhiều hợp đồng mới với các nhà cung cấp nguyên vật liệu.

Hãng có thể thay đổi ngay thời lượng ca làm việc. Thuê thêm công nhân có lẽ sẽ mất nhiều thời gian hơn, có khi mất hàng năm trước khi thiết kế, xây dựng và đưa vào hoạt động một nhà máy mới. Trong mục này, chúng ta đưa ra đường tổng chi phí dài hạn khi hãng có thể tiến hành tất cả các sự điều chỉnh mà hãng mong muốn.

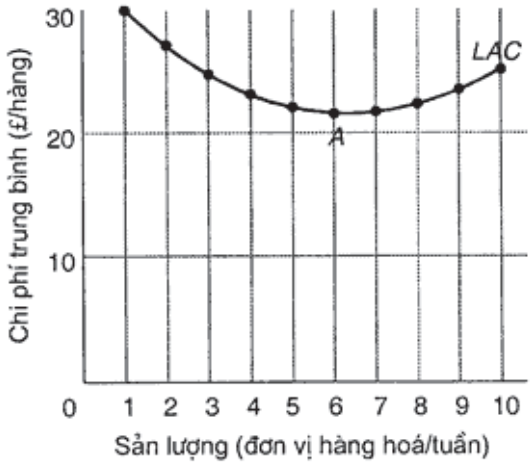
Bảng 7.4 minh họa tổng chi phí dài hạn LTC và chi phí cận biên dài hạn LMC. Bởi vì, luôn có một lựa chọn là hãng có thể đóng cửa toàn bộ cho nên khi không sản xuất đơn vị sản lượng nào LTC sẽ bằng 0. LTC là tất cả các chi phí sau khi hãng đã tiến hành điều chỉnh tất cả các nguồn lực.

Bảng 7.4 cũng minh họa đường LMC. LTC sẽ tăng lên khi sản lượng tăng lên. LMC sẽ là phần tăng thêm của LTC khi sản xuất đơn vị sản phẩm cuối cùng.

Một hãng lớn có thể sản xuất sản phẩm với chi phí thấp hơn một hãng nhỏ không? Hay hãng lại gặp phải bất lợi do quy mô lớn? Để trả lời được câu hỏi này cần quan tâm đến chi phí trung bình.

Bảng 7.4 cũng minh họa đường tổng chi phí trung bình dài hạn LAC (cột 2/cột 1). Đường LAC được vẽ ở Hình 7.2. Chi phí trung bình ban đầu cao, sau đó giảm xuống, cuối cùng lại tăng lên. Hình dạng phổ biến của LAC là dạng hình chữ U. Để xem tại sao đây là hình dạng phổ biến của đường chi phí trung bình ta xem xét vấn đề "hiệu suất theo quy mô".

Hình 7.2 Đường LAC



Đường LAC minh họa số liệu ở cột cuối trong Bảng 7.4. Đường LAC có dạng hình chữ U. Mức chi phí trung bình thấp nhất tại A, với sản lượng bằng 6 và chi phí bằng 21 £.

Bảng 7.4 Các chi phí dài hạn

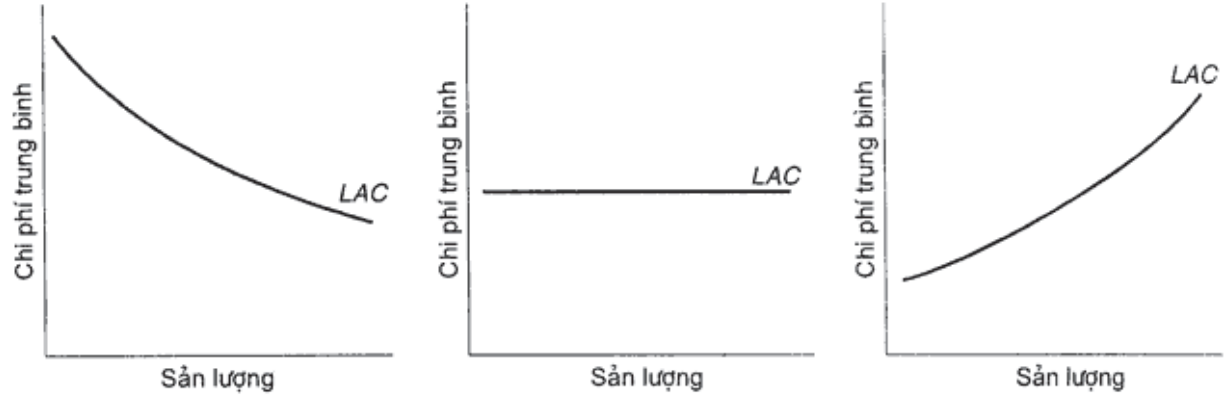
(1) Sản lượng	(2) Tổng chi phí (£)	(3) Chi phí cận biên (£)	(4) Chi phí trung bình (£)
0	0		-
1	30	30	30
2	54	24	27
3	74	20	24,67
4	91	17	22,75
5	107	16	21,40
6	126	19	21,00
7	149	23	21,29
8	176	27	22,00
9	207	31	23,00
10	243	36	24,30

7.4 Hiệu suất theo quy mô

Quy mô liên quan đến sản lượng của hãng. Có 3 trường hợp trong Hình 7.3.

Ở Hình 7.2, chi phí trung bình có tính kinh tế theo quy mô tại điểm A, điểm có chi phí trung bình thấp nhất. Sau mức sản lượng tương ứng với A là tính phi kinh tế theo quy mô. Tại sao hãng đạt được tính kinh tế ở những mức sản lượng nhỏ hơn, còn ở những mức sản lượng lớn hơn lại là tính phi kinh tế theo quy mô?

Hình 7.3 Hiệu suất theo quy mô và chi phí trung bình dài hạn



a) Tính kinh tế của quy mô, hay hiệu suất tăng theo quy mô

b) Hiệu suất không đổi theo quy mô

c) Tính phi kinh tế của quy mô, hay hiệu suất giảm theo quy mô

3 đường LAC minh họa mối quan hệ giữa hiệu suất theo quy mô và hình dạng của đường LAC. Khi LAC giảm xuống, chi phí trung bình giảm khi sản lượng tăng và có hiệu suất tăng theo quy mô. Khi LAC tăng, chi phí trung bình cũng tăng lên khi mức sản lượng tăng thì có hiệu suất giảm theo quy mô. Trường hợp giữa, khi chi phí trung bình không đổi thì có hiệu suất không đổi theo quy mô.

Chúng ta vẽ một đường chi phí với mức giá cho trước của các yếu tố đầu vào. Sự thay đổi của chi phí trung bình khi di chuyển dọc theo đường chi phí LAC không thể

Tính kinh tế của quy mô (hiệu suất tăng theo quy mô) nghĩa là chi phí trung bình dài hạn giảm khi sản lượng tăng. **Tính phi kinh tế của quy mô (hiệu suất giảm theo quy mô)** nghĩa là chi phí trung bình dài hạn tăng khi sản lượng tăng. **Hiệu suất không đổi theo quy mô** nghĩa là chi phí trung bình dài hạn không đổi khi sản lượng tăng.

được giải thích bằng sự thay đổi trong giá của các yếu tố đầu vào (sự thay đổi của giá yếu tố đầu vào làm dịch chuyển đường chi phí). Mối quan hệ giữa chi phí trung bình và sản lượng phụ thuộc vào mối quan hệ kỹ thuật của các yếu tố đầu vào và sản lượng đầu ra được thể hiện trong hàm sản xuất.

Tính kinh tế của quy mô

Có 3 lý do dẫn đến tính kinh tế của quy mô. Thứ nhất là do tính không thể chia nhỏ được trong quá trình sản xuất có nghĩa là để bắt đầu kinh doanh, một hãng cần một số yếu tố đầu vào tối thiểu kể cả hãng có sản xuất hay không. Các yếu tố đầu vào này có khi được gọi là chi phí cố định, bởi vì chúng không thay đổi khi sản lượng thay đổi. Để bắt đầu công việc kinh doanh, hãng cần một người quản lý, một máy điện thoại, một kế toán và một nhà nghiên cứu thị trường. Nhưng hãng không thể có một nửa người quản lý, một nửa máy điện thoại chỉ vì hãng muốn hoạt động ở mức sản lượng thấp.

Bắt đầu với mức sản lượng thấp, ban đầu các chi phí này không tăng khi sản lượng tăng lên. Một người quản lý dễ dàng kiểm soát 3 công nhân cũng dễ dàng như kiểm soát 2 công nhân. Và không cần đến chiếc điện thoại thứ hai. Hãng có thể đạt được tính kinh tế của quy mô bởi vì những chi phí cố định này không thay đổi khi hãng tăng sản lượng, làm cho chi phí trung bình cho một đơn vị sản phẩm giảm xuống. Tuy nhiên, khi hãng mở rộng quy mô hơn, hãng phải thuê thêm người quản lý, mua thêm điện thoại và tính kinh tế của quy mô biến mất. Chi phí trung bình không giảm nữa.

Hộp 7-1 Tính kinh tế của quy mô và internet

Sản xuất các loại hàng hóa như phim, nhạc, các chương trình mới đòi hỏi chi phí cố định rất cao nhưng khi phân phối thì chi phí cận biên gần như là bằng 0. Tính kinh tế theo quy mô trong trường hợp này là rất lớn. Thêm nữa, nếu chi phí cận biên gần như bằng 0 thì những nhà cung cấp khôn ngoan sẽ đặt giá sản phẩm sao cho doanh thu cận biên cũng rất nhỏ.

Lý do thứ hai là do sự chuyên môn hóa. Một doanh nghiệp chỉ có một người phải một mình đảm đương tất cả các công việc trong kinh doanh. Khi hãng mở rộng quy mô và thuê thêm lao động, mỗi công nhân có thể tập trung vào duy nhất một công việc và họ sẽ làm công việc đó tốt hơn.

Lý do thứ ba là do sự thay thế gần gũi của các yếu tố đầu vào. Quy mô lớn hơn thường cần sử dụng những máy móc tốt hơn. Bất luận dây chuyền sản xuất bằng robot hoạt động hiệu quả như thế nào, thật vô nghĩa nếu đặt một dây chuyền này để sản xuất ra 5 chiếc ôtô một tuần. Chi phí trung bình như vậy là rất lớn. Nhưng công nghệ sản xuất này có thể sản xuất được rất nhiều xe ôtô, điều này làm cho chi phí trung bình sẽ giảm xuống.

Tính phi kinh tế của quy mô

Sau một mức sản lượng nhất định, đường chi phí trung bình lại bắt đầu tăng lên khi xuất hiện tính phi kinh tế của quy mô. Công việc sẽ ngày càng phức tạp hơn khi quy mô càng phình to: đây gọi là tính phi kinh tế của quy mô do quản lý. Các công ty lớn cần nhiều người quản lý, và mỗi người cần quản lý nhiều công việc hơn. Công ty bắt đầu rối bù, và gặp phải vấn đề về hợp tác giữa những người quản lý với nhau, lúc này chi phí trung bình bắt đầu tăng.

Tính phi kinh tế còn có thể được giải thích theo quan điểm về vị trí địa lý. Nếu một nhà máy ở một vị trí tốt, nó có thể giảm tối đa chi phí vận chuyển hàng hóa đến thị trường tiêu thụ. Nhà máy khác ở vị trí kém thuận lợi hơn thì chi phí vận chuyển sẽ cao hơn. Lấy một ví dụ khác, một hãng khai thác than ban đầu khai thác than ở những vị trí dễ dàng. Sau đó muốn tăng sản lượng hãng phải khai thác sâu hơn, làm cho chi phí trung bình tăng lên.

Khi sản lượng tăng lên, hình dạng đường chi phí trung bình phụ thuộc vào tính kinh tế của quy mô kéo dài bao lâu và tính phi kinh tế của quy mô xảy đến nhanh như thế nào. Sự cân bằng giữa 2 vấn đề này là khác nhau giữa các ngành với nhau và các hãng với nhau.

Hiệu suất theo quy mô trong thực tế

Để thu thập những bằng chứng về hiệu suất theo quy mô, chúng ta có thể hỏi những kỹ thuật viên để xác định xem chi phí thay đổi thế nào khi sản lượng thay đổi. Nhưng kiểm tra tính phi kinh tế theo quy mô do vấn đề về quản lý thì khó hơn. Hầu hết các nghiên cứu tập trung chủ yếu vào chi phí sản xuất trực tiếp. Bởi vì, các nghiên cứu bỏ qua tính phi kinh tế do nguyên nhân về quản lý, làm cho tính phi kinh tế bị cường điệu hóa.

Điểm quy mô tối thiểu có hiệu quả (MES) là mức sản lượng thấp nhất tại đó đường LAC đạt giá trị nhỏ nhất.

Rất nhiều nghiên cứu của các hãng sản xuất khẳng định tính kinh tế của quy mô vẫn tồn tại khi sản lượng rất lớn[2]. Đường chi phí trung bình dài hạn vẫn dốc xuống, mặc dù độ dốc giảm liên tục.

Các nhà kinh tế cố gắng xác định mức sản lượng tại đó đường chi phí trung bình bắt đầu nằm ngang.

Bảng 7.5 MES trong một vài ngành ở Mỹ và Anh

Ngành	% tăng lên trong LAC ở 1/3 MES	MES tính theo % so với cả thị trường ở Anh	MES tính theo % so với cả thị trường ở Mỹ
Xi măng	26	6	2
Sắt thép	11	15	3
Chai thủy tinh	11	9	2
Vòng bi	8	4	1
Vải	7	2	1
Tủ lạnh	6	83	14
Xăng dầu	5	12	2
Sơn	4	10	1
Thuốc lá	2	30	6
Giày	2	1	1

Nguồn: F.M. Scherer *et al.*, *The Economics of Multiplant Operation*, Harvard University Press, Tables 3.11 and 3.15.

Bảng 7.5 là một vài ước lượng về MES của các hãng trong các ngành khác nhau ở Mỹ và Anh. Cột đầu tiên cho biết các đường chi phí giảm xuống như thế nào trước khi đạt điểm MES. Nó chỉ ra chi phí trung bình là cao hơn bao nhiêu khi sản lượng bằng 1/3 so với sản lượng khi đạt MES. Cột thứ 2 và 3 chỉ ra mức sản lượng MES so với sản lượng chung của cả ngành. Điều này mang đến một tiêu chuẩn cho tính kinh tế đối với các hãng trong mỗi một ngành. Bởi vì, các hãng ở Mỹ và Anh sử dụng cùng các công nghệ nổi tiếng, sự khác nhau trong cột 2 và cột 3 là do sự khác nhau trong quy mô của các ngành ở 2 nước chứ không phải do sự khác nhau trong mức sản lượng MES của từng hãng.

Tính kinh tế theo quy mô của các hãng trong ngành chế tạo là rất lớn. Ở các mức sản lượng thấp, chi phí trung bình là cao hơn so với chi phí trung bình ở mức sản lượng MES. Chúng ta mong muốn tìm thấy điều tương tự ở ngành chế tạo máy bay và ôtô, những ngành mà chi phí cố định cho việc nghiên cứu và phát triển mẫu sản phẩm mới là rất lớn và có thể tận dụng những dây chuyền sản xuất với mức sản lượng rất lớn. Ở một đất nước lớn như Mỹ, MES của một hãng riêng lẻ ở mức sản lượng tương đối nhỏ so với mức sản lượng chung của cả ngành. Hầu hết các hãng đang sản xuất ở phần thoải của đường chi phí trung bình ít khi khai thác tính kinh tế của quy mô. Ở những nước nhỏ hơn như Anh, MES của một hãng riêng lẻ lại xảy ra ở mức sản lượng tương đối lớn so với mức sản lượng chung của cả ngành.

[2] Xem F.M.Scherer và D.Ross, Industrial Market Structure and Economic Performance, Honghton Mifflin, 1990.

Hộp 7-2 **Sáp nhập các công ty**

Sự sáp nhập của các công ty dược phẩm lớn trên thế giới đang diễn ra liên tục chưa từng có từ trước đến nay. Nhưng một câu hỏi được đặt ra là các công ty được sáp nhập có thể tồn tại được bao lâu.

Pfizer đấu giá 60 tỉ USD cho Pharmacia, ngay sau khi sáp nhập với Warner Lambert. Trước đó, năm 2003, GlaxoWellcome và Smith Kline Beecham đã sáp nhập với nhau lấy tên là GlaxoSmithkline, GSK. Các công ty khi sáp nhập với nhau thì tiết kiệm được chi phí rất nhiều. GSK ước tính tiết kiệm được 1,8 tỉ USD (15% chi phí) trong vòng 3 năm sau khi sáp nhập. Việc tiết kiệm được chi phí này do lực lượng bán hàng. Hợp tác giữa các lực lượng bán hàng nhằm phục vụ cho một phạm vi địa lý rộng hơn, với danh mục thuốc nhiều hơn từ các danh mục liệt kê của các công ty sáp nhập với nhau.

Tuy nhiên, đội ngũ bán hàng này lại phát triển nhanh hơn số lượng các bác sĩ, những người kê đơn thuốc, ước chừng một bác sĩ trên 60 giây lại tiếp một người bán thuốc. Một thách thức của các công ty dược là làm thế nào để tạo ra giá trị trong tương lai. Một xu hướng đang phát triển đó là giảm quy mô công ty và tập trung vào những công nghệ mang lại giá trị cao như công nghệ sinh học. GSK đã chia bộ phận nghiên cứu thành 6 lĩnh vực lớn, tất cả đều cạnh tranh để có được chi phí phục vụ cho việc nghiên cứu và phát triển. Những bộ phận nào thành công trong vấn đề tài chính thì được giữ lại, bán trên thị trường công ty trở thành những công ty dược phẩm nhỏ chuyên về một lĩnh vực, mà điểm mạnh của công ty này dựa vào những sản phẩm có bằng phát minh sáng chế và không còn tồn tại tính kinh tế của quy mô trong bán hàng nữa.

Nguồn: Investors' Chronicle, 12 March 2004.

Tuy nhiên, Bảng 7.5 gợi ý rằng trong nhiều ngành, thậm chí trong cả những ngành chế tạo là ngành mà MES của một hãng là nhỏ so với MES của cả ngành và chi phí trung bình không cao hơn nhiều lắm nếu mức sản lượng thấp hơn MES. Các hãng này sẽ sản xuất rất nhiều sản phẩm trong phần đường LAC gần như là nằm ngang.

Cuối cùng, có nhiều hãng, đặc biệt là các hãng ngoài ngành chế tạo thì đặc trưng là đường chi phí có dạng hình chữ U. Với rất ít cơ hội có được tính kinh tế của quy mô, các hãng này hoạt động ở phần tăng lên của đường chi phí trung bình ngay cả ở mức sản lượng vừa phải. Rất nhiều các ngành dịch vụ như cắt tóc, bác sĩ, trang trí, hoạt động theo phương thức này.

Toàn cầu hóa, sự thay đổi công nghệ và tính kinh tế của quy mô

Những thông tin trong Bảng 7.5 đã là những thông tin "cổ điển". Đã hơn một thập kỷ trôi qua, một vài thứ đã thay đổi kể từ thời điểm đó. Sự tiến bộ công nghệ trong giao thông vận tải đã làm giảm chi phí vận chuyển hàng hóa trên các tuyến đường dài. Những tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực thông tin đã làm cho các công ty quản lý các hoạt động của nó với hoạt động trên thế giới dễ dàng hơn. Máy tính ở các công ty chuyển phát hàng hóa như Federal Express và DHL có thể kiểm soát hàng hóa ở khắp nơi trên thế giới. Trong năm 2001, các hoạt động toàn cầu của FedEx đã tạm thời ngừng hoạt động không phải do đình công của các phi công mà do các virut máy tính.

Toàn cầu hóa là tăng cường sự hội nhập giữa các thị trường của các nước trước đây rất tách biệt nhau.

Toàn cầu hóa chỉ là một phần trong chính sách của những nước đang loại bỏ những hạn chế đối với các công ty nước ngoài nhưng nảy sinh chủ yếu là do những thay đổi chi phí mà tiến bộ công nghệ mang lại. Những công nghệ mới và chi phí vận chuyển thấp hơn không chỉ tăng quy mô thị trường, mà còn giảm tính phi kinh tế của quy mô. Việc quản lý các công ty với quy mô lớn càng dễ dàng hơn. Mức sản lượng của MES tăng lên. Các công ty quốc tế như Microsoft, Shell, Nike và Nokia tiếp tục duy trì sự thành công ngày càng nhiều ở các nước trên thế giới: tính kinh tế của quy mô giúp họ loại bỏ các đối thủ cạnh tranh trong nước.

Khía cạnh khác trong Bảng 7.5 mà chúng ta gọi là "cổ điển" là ở chỗ cột cuối cùng chỉ ra rằng quy mô thị trường trong nước có liên quan đến quy mô hãng mà chúng ta

đang xét MES của hãng đó. Điều này là đúng với các hãng chỉ sản xuất cho thị trường trong nước. Toàn cầu hóa đã chỉ ra sự lỗi thời của những kết luận này.

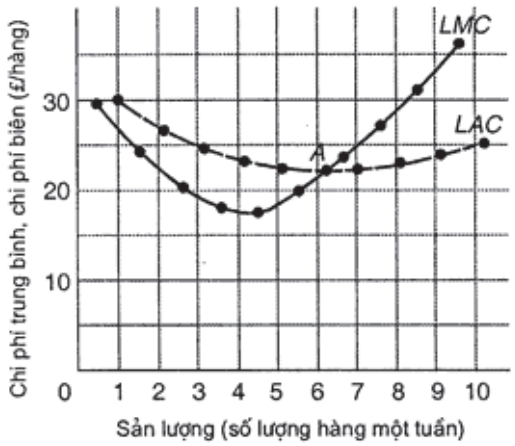
Khi bàn về tính kinh tế của quy mô, chúng ta đã bắt đầu bằng lý thuyết về cung trong Chương 6. Mặc dù xác định được tầm quan trọng về tính kinh tế của quy mô, chúng ta vẫn phải bắt đầu với quyết định sản lượng của một hãng có đường chi phí trung bình dạng chữ U. Sau đó, chúng ta phân tích sẽ phải sửa đổi như thế nào khi các hãng gặp phải tính kinh tế của quy mô quá lớn.

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

7.5 Chi phí trung bình và chi phí cận biên

Hình 7.4 minh họa đường LMC và LAC. Bây giờ chúng ta tìm hiểu về mối quan hệ giữa 2 đường chi phí này.

Hình 7.4 Chi phí trung bình và chi phí cận biên



Những số liệu này rút ra từ Bảng 7.4. Có 2 điểm đặc biệt về mối quan hệ giữa chi phí trung bình (LAC) và chi phí cận biên (LMC). Thứ nhất, LAC giảm khi LMC nằm phía dưới LAC và tăng bất cứ khi nào LMC nằm trên LAC. Thứ hai, đường LMC cắt đường LAC ở điểm thấp nhất của đường LAC - nói cách khác ở điểm mà sản lượng được sản xuất với chi phí đơn vị thấp nhất.

Hai cột cuối cùng ở Bảng 7.4 được minh họa trên Hình 7.4. Ở mỗi mức sản lượng, LAC bằng tổng chi phí chia cho sản lượng. Để nhấn mạnh chi phí cận biên là do di chuyển từ một mức sản lượng này đến mức sản lượng khác, chúng ta vẽ đường LMC ở giữa các mức sản lượng tương ứng. LMC là 30£ cho đơn vị sản lượng thứ nhất và chúng ta đặt ở mức sản lượng giữa 0 và 1.

Hai nhận xét rút ra từ bảng và hình vẽ.

1. LAC giảm khi LMC nhỏ hơn LAC, tăng khi LMC lớn hơn LAC.

2. LMC cắt LAC ở mức sản lượng tương ứng với LAC nhỏ nhất.

Mối quan hệ giữa chi phí cận biên và chi phí trung bình là vấn đề số học và cũng tương tự như khi chúng ta cho rằng một trận đấu bóng tương tự như sản xuất ra một đơn vị sản phẩm. Một người ghi 3 bàn thắng trong 3 trận, trung bình 1 trận 1 bàn thắng. 2 bàn thắng cho trận tiếp theo, tức là 5 bàn cho 4 trận, trung bình lúc này là 1,25 bàn một trận. Trong trận thứ 4, bàn thắng cận biên là 2 làm tăng tổng bàn thắng từ 3 lên 5. Bởi vì, số bàn thắng cận biên lớn hơn số bàn thắng trung bình của 3 trận trước, trận thứ 4 làm tăng số bàn thắng trung bình của 4 trận.

Lập luận tương tự cho chi phí sản xuất. Khi chi phí cận biên của đơn vị sản phẩm tiếp theo lớn hơn chi phí trung bình của những đơn vị trước đó, điều này làm cho chi phí trung bình tăng lên. Khi chi phí cận biên của việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm nhỏ hơn chi phí trung bình của những đơn vị trước, chi phí trung bình có xu hướng giảm xuống. Khi chi phí cận biên và chi phí trung bình bằng nhau, thêm một đơn vị sản phẩm, chi phí trung bình không đổi. Điều này giải thích nhận xét thứ nhất.

Nhận xét thứ hai rút ra từ nhận xét thứ nhất. Trong Hình 7.4, đường chi phí trung bình và chi phí cận biên cắt nhau ở điểm A, chính là điểm thấp nhất của đường chi phí

trung bình. Ở bên trái điểm A, LMC thấp hơn LAC, vì vậy chi phí trung bình vẫn đang giảm. Ở bên phải điểm A, LMC lớn hơn LAC nên chi phí trung bình đang tăng. Chi phí trung bình thấp nhất tại điểm A. Đường chi phí cận biên cắt đường chi phí trung bình ở điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình.

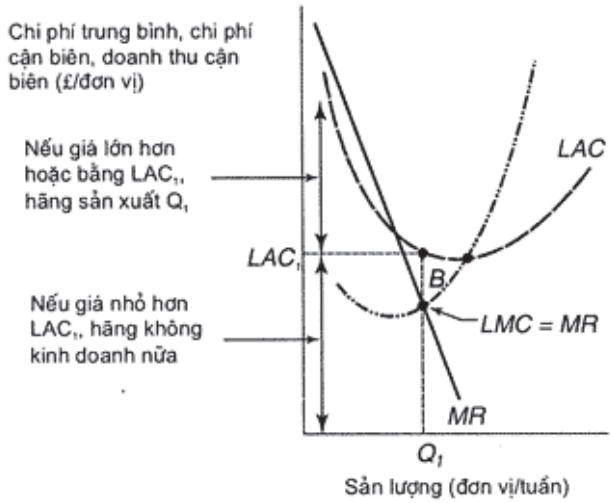
Bảng 7.6 Chi phí trung bình và chi phí cận biên

	MC < AC	MC = AC	MC > AC
AC:	Giảm	Nhỏ nhất	Tăng

Bảng 7.6 tóm tắt mối quan hệ quan trọng này giữa 2 đường chi phí. Mối quan hệ này không chỉ đúng với LMC và LAC mà còn đúng với mối quan hệ giữa chi phí trung bình ngắn hạn (SAC) và chi phí cận biên ngắn hạn (SMC).

7.6 Quyết định sản lượng trong dài hạn

Hình 7.5 Quyết định sản lượng trong dài hạn



Trong dài hạn, hãng sẽ lựa chọn mức sản lượng tại B tương ứng với MR = LMC. Khi đó hãng sẽ kiểm tra liệu hãng lãi hay lỗ ở mức sản lượng Q_1. Nếu giá bằng hoặc lớn hơn LAC_1, hãng sẽ không lỗ và tiếp tục kinh doanh. Nếu giá nhỏ hơn LAC_1, quyết định sản lượng này không có ý nghĩa gì, hãng sẽ đóng cửa.

Hình 7.5 minh họa đường LAC và LMC của một hãng. Nó cũng minh họa đường doanh thu cận biên MR. Ở Chương 6 chúng ta biết mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận hay tối thiểu hóa phần lỗ là tại B. Đó là mức sản lượng có doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Lúc đó, hãng sẽ kiểm tra liệu hãng lãi hay lỗ ở mức sản lượng đó. Hãng sẽ không tiếp tục kinh doanh nếu bị lỗ mãi.

Tổng lợi nhuận bằng lợi nhuận đơn vị nhân số lượng sản phẩm. Tổng lợi nhuận là dương nếu lợi nhuận đơn vị là dương. Lợi nhuận đơn vị bằng doanh thu trung bình trừ chi phí trung bình. Nhưng doanh thu trung bình đơn thuần chính là giá bán của sản phẩm. Vậy, nếu chi phí trung bình dài hạn tại điểm B lớn hơn giá bán của sản phẩm tại Q_1, hãng sẽ lỗ trong dài hạn và sẽ đóng cửa. Nếu ở mức sản lượng đó mà giá bằng LAC, hãng hòa vốn. Nếu giá lớn hơn LAC hãng thu được lợi nhuận dài hạn và tiếp tục kinh doanh.

Đầu tiên, chúng ta sử dụng điều kiện cận biên (LMC = MR) để tìm mức sản lượng tối ưu nhất để hãng tiếp tục kinh doanh. Sau đó, chúng ta sử dụng điều kiện trung bình (so sánh LAC và giá) để xác định mức sản lượng tốt nhất đó tạo ra lãi hay lỗ.

7.7 Chi phí ngắn hạn và quy luật năng suất cận biên giảm dần

Yếu tố đầu vào cố định là yếu tố không thể thay đổi được. **Yếu tố đầu vào biến đổi** thì có thể thay đổi được, kể cả trong ngắn hạn.

Ngắn hạn là thời kỳ hãng không thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào. Trong ngắn hạn, hãng vẫn hoạt động với một số yếu tố đầu vào cố định. Thời kỳ ngắn hạn kéo dài bao lâu phụ thuộc vào ngành mà hãng đang hoạt động. Có thể phải mất 10 năm mới xây dựng xong một nhà máy mới nhưng chỉ mất 1 vài tháng để mở một nhà hàng mới, hay sửa sang, chuyển nhượng, mua lại một nhà hàng đã có sẵn.

Chi phí cố định không thay đổi khi sản lượng thay đổi.

Sự tồn tại của chi phí cố định trong ngắn hạn có 2 ý nghĩa sau. Thứ nhất, trong ngắn hạn, hãng có chi phí cố định. Hãng vẫn phải chịu những chi phí cố định này ngay cả khi sản lượng bằng 0. Nếu hãng không nhanh chóng có thêm nhà máy mới, hãng phải trả khấu hao cho nhà máy đó và chi phí lãi suất về số tiền đã vay để mua nhà máy.

Thứ hai, bởi vì trong ngắn hạn hãng không thể tiến hành tất cả những điều chỉnh mà hãng mong muốn, chi phí ngắn hạn của hãng sẽ lớn hơn chi phí dài hạn. Bây giờ chúng ta nghiên cứu các chi phí ngắn hạn này một cách chi tiết hơn.

Chi phí cố định và chi phí biến đổi ngắn hạn

Bảng 7.7 minh họa các số liệu về chi phí ngắn hạn. Cột thứ 2 là các chi phí cố định ngắn hạn, không phụ thuộc vào mức sản lượng. Cột thứ ba là các chi phí biến đổi.

Chi phí biến đổi thay đổi cùng với sự thay đổi của sản lượng.

Chi phí biến đổi là những chi phí thuê các yếu tố đầu vào biến đổi như lao động và nguyên vật liệu. Các hãng có thể có hợp đồng dài hạn với người lao động và các nhà cung cấp nguyên vật liệu mà những đối tượng này có thể làm giảm tốc độ điều chỉnh các yếu tố đầu vào. Hầu hết các hãng vẫn duy trì một số lao động làm nửa ngày và một số nhà cung cấp khác trên thị trường mở.

Bảng 7.7 Các chi phí ngắn hạn

(1) Sản lượng	(2) SFC chi phí cố định ngắn hạn	(3) SVC chi phí biến đổi ngắn hạn	(4) STC tổng chi phí ngắn hạn	(5) SMC chi phí cận biên ngắn hạn
0	30	0	30	
1	30	22	52	22
2	30	38	68	16
3	30	48	78	10
4	30	61	91	13
5	30	79	109	18
6	30	102	132	23
7	30	131	161	29
8	30	166	196	35
9	30	207	237	41
10	30	255	285	48

Cột 4 của Bảng 7.7 là tổng chi phí ngắn hạn.

Tổng chi phí ngắn hạn (STC) = Chi phí cố định ngắn hạn (SFC)

+ Chi phí biến đổi ngắn hạn (SVC) (1)

Cột cuối cùng là chi phí cận biên ngắn hạn SMC. Bởi vì, chi phí cố định không tăng cùng với sản lượng, SMC chính là phần tăng thêm của tổng chi phí ngắn hạn và chi phí biến đổi ngắn hạn khi tăng sản lượng lên 1 đơn vị.

Bất kể ở mức sản lượng nào, chi phí cố định ngắn hạn đều là 30£ một tuần. Chi phí cận biên ngắn hạn luôn có giá trị dương. Tổng chi phí ngắn hạn tăng lên khi sản lượng tăng lên. Tổng chi phí tăng lên khi sản xuất thêm 1 đơn vị, và tổng chi phí càng tăng khi chi phí cận biên lớn hơn. Cột cuối cùng trong Bảng 7.7 thể hiện khi sản lượng tăng chi

phí cận biên ban đầu giảm, sau đó tăng lên. Đường chi phí cận biên ngắn hạn có hình dạng giống đường chi phí cận biên dài hạn trong Hình 7.5 nhưng nguyên nhân dẫn đến hình dạng này thì lại khác.

Trong dài hạn, hãng có thể thay đổi các yếu tố đầu vào. Khi hãng mở rộng sản lượng hãng đạt được tính kinh tế của quy mô, sau đó là tính phi kinh tế của quy mô và điều đó làm cho chi phí cận biên giảm sau đó lại tăng ở những mức sản lượng lớn.

Trong ngắn hạn, giả định có ít nhất một yếu tố đầu vào cố định, thường là vốn. Giả sử có 2 yếu tố đầu vào trong ngắn hạn, vốn cố định và lao động biến đổi. Để thay đổi sản lượng, khi chúng ta vận động dọc theo đường chi phí cận biên, hãng phải tăng số lượng lao động nhưng vẫn giữ nguyên quy mô nhà máy và thiết bị. Điều này giải thích hình dạng của đường chi phí cận biên ngắn hạn.

Năng suất (sản phẩm) cận biên của lao động và quy luật năng suất cận biên giảm dần

Sản phẩm cận biên của một yếu tố đầu vào biến đổi là số lượng sản phẩm tăng thêm khi sử dụng thêm một đơn vị yếu tố đầu vào đó với điều kiện giữ nguyên các yếu tố đầu vào khác.

Duy trì tất cả các yếu tố sản xuất không thay đổi ngoại trừ một yếu tố, **quy luật năng suất cận biên giảm dần** cho rằng đến một mức nhất định, sự tăng thêm đầu vào biến đổi này dẫn đến năng suất cận biên của nó giảm dần.

Bảng 7.8 chỉ ra sản lượng đầu ra tăng lên bao nhiêu khi sử dụng thêm một đơn vị lao động với một số lượng vốn nhất định. Nếu không sử dụng lao động nào, sản lượng bằng 0. Lao động đầu tiên làm sản lượng tăng 0,8 đơn vị. Sản phẩm cận biên của người lao động thứ nhất bằng 0,8. Người lao động thứ ba có sản phẩm cận biên là 1,3, bởi vì 2 người sản xuất 1,8 đơn vị nhưng 3 người sản xuất 3,1 đơn vị.

Ở những mức sản lượng thấp và lao động được sử dụng ít, người lao động đầu tiên một mình được sử dụng tất cả các máy móc của cả nhà máy, anh ta có quá nhiều việc phải làm. Người thứ hai có thể san sẻ bớt công việc cho người thứ nhất và người thứ ba cũng vậy. Giả sử nhà máy có 3 máy và 3 người lao động chuyên môn hóa mỗi người sử dụng một máy. Sản phẩm cận biên của người thứ tư sẽ là thấp hơn. Chỉ với 3 máy, người thứ tư sẽ chỉ được sử dụng một vào lúc một người khác nghỉ. Người thứ năm còn có ít thời gian để sử dụng máy hơn. Thực tế, ngoài 3 lao động ra, sản phẩm cận biên của mỗi lao động tiếp theo sẽ giảm xuống khi số lao động tăng lên. Đấy là quy luật năng suất cận biên giảm dần của lao động.

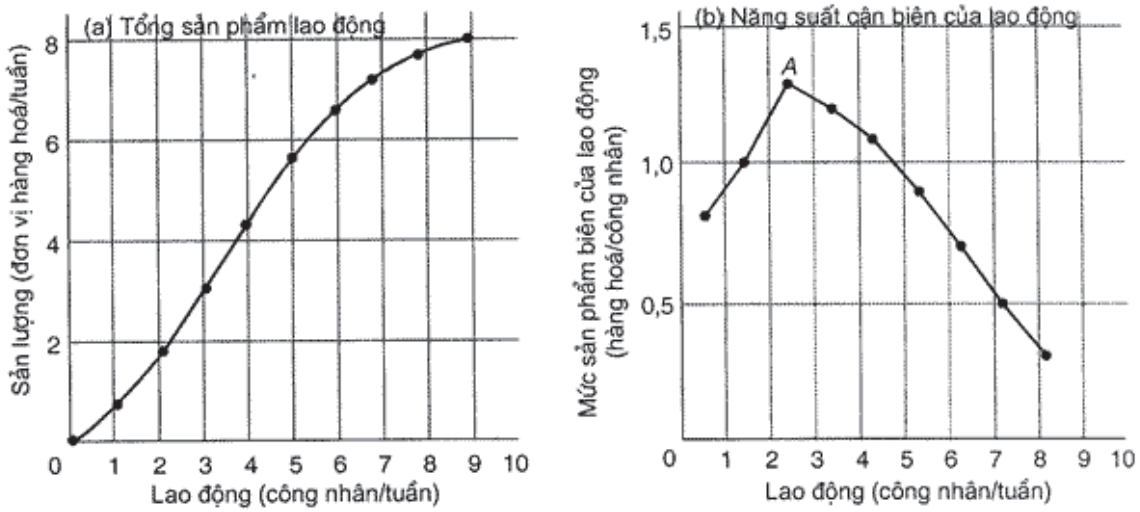
Đây là một quy luật về công nghệ. Thêm lao động trong khi số lượng máy móc giữ nguyên thì thật lãng phí. Vai trò của người lao động thứ chín có lẽ chỉ là mang cà phê đến cho người khác. Điều này không đóng góp gì lớn vào sự tăng lên của sản lượng. Hình 7.6 tóm tắt những phân tích về năng suất cận biên.

Nếu vốn là biến đổi và lao động là cố định, nếu thêm nhiều máy móc với một lượng lao động nhất định thì đầu tiên sản lượng sẽ tăng nhanh nhưng quy luật năng suất cận biên giảm dần sẽ nhanh chóng chi phối khi máy móc không được khai thác hết. Hình 7.6 minh họa sản phẩm cận biên của lao động khi lao động là yếu tố biến đổi và hình này cũng đúng với vốn khi vốn là yếu tố biến đổi[3].

Sản phẩm cận biên không phải là "năng suất lao động" mà năng suất lao động ám chỉ là sản phẩm bình quân. Sản phẩm bình quân của lao động bằng tổng sản lượng chia cho tổng lao động sử dụng. Nếu sản phẩm cận biên của lao động nằm phía trên sản phẩm trung bình, việc thêm một lao động sẽ làm tăng sản phẩm trung bình. Khi có quy luật năng suất giảm dần, sản phẩm cận biên sẽ giảm nhanh hơn sản phẩm trung bình và sản phẩm trung bình sẽ giảm nếu có thêm lao động được sử dụng.

[3] Các nhà kinh tế sử dụng quy luật năng suất cận biên giảm dần để mô tả sự gia tăng của một đầu vào biến đổi trong khi các đầu vào khác cố định trong ngắn hạn, nhưng hiệu suất giảm dần được sử dụng để mô tả tính phi kinh tế của quy mô khi tất cả các yếu tố đầu vào đều thay đổi trong dài hạn.

Hình 7.6 **Năng suất lao động và quy luật năng suất cận biên giảm dần**



Hình vẽ này dựa vào số liệu ở Bảng 7.8. Tổng sản phẩm lao động tăng khi lượng lao động tăng (phần a). Nhưng sản phẩm cận biên của lao động đầu tiên tăng sau đó giảm. Sau điểm A ở phần (b), sản phẩm cận biên bắt đầu giảm, bởi vì lao động được sử dụng nhiều hơn với một số lượng máy móc như ban đầu.

Bảng 7.8 **Tổng sản lượng và năng suất cận biên của lao động**

Lao động	Sản lượng (tổng sản phẩm)	Năng suất cận biên của lao động
1	0,8	0,8
2	1,8	1,0
3	3,1	1,3
4	4,3	1,2
5	5,4	1,1
6	6,3	0,9
7	6,3	0,7
8	7,5	0,5
9	7,8	0,3

Thông thường, chúng ta cần phân biệt sự vận động dọc theo một đường cong và dịch chuyển của đường cong. Đường sản phẩm cận biên được vẽ khi các yếu tố đầu vào khác cố định. Với mức yếu tố đầu vào cố định cao hơn thì đường sản phẩm cận biên cũng sẽ cao hơn. Với nhiều máy móc hơn, mỗi lao động tăng thêm sẽ có khả năng tạo ra nhiều sản lượng hơn trước đây. Số liệu trong Bảng 7.8 và độ cao của đường sản phẩm cận biên trong Hình 7.6 phụ thuộc vào số lượng các yếu tố đầu vào mà hãng sử dụng ban đầu.

Chi phí cận biên ngắn hạn là phần chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng trong ngắn hạn trong khi vẫn giữ nguyên một vài yếu tố đầu vào.

Chi phí cận biên ngắn hạn

Bảng 7.7 cho thấy, khi sản lượng tăng lên, chi phí cận biên đầu tiên giảm sau đó tăng. Tất cả những người lao động được trả mức lương như nhau. Khi sản phẩm cận biên của lao động đang tăng, mỗi lao động đóng góp vào sản lượng nhiều hơn so với những người lao động trước đó. Vì vậy, chi phí sản xuất thêm một đơn vị sản lượng giảm xuống. SMC giảm xuống chừng nào sản phẩm cận biên của lao động còn tăng.

Khi quy luật năng suất cận biên giảm dần bắt đầu chi phối, sản phẩm cận biên giảm xuống và SMC bắt đầu tăng lên. Lúc này cần nhiều lao động hơn để sản xuất thêm một đơn vị sản lượng.

Vậy hình dạng của đường chi phí cận biên ngắn hạn và tổng chi phí ngắn hạn được xác định dựa vào hình dạng của đường sản phẩm cận biên trên Hình 7.6, cụ thể là phụ thuộc vào công nghệ mà hãng đã lựa chọn.

Chi phí cố định trung bình ngắn hạn (SAFC) bằng SFC chia cho sản lượng Q. **Chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn** (SAVC) bằng SVC chia cho sản lượng Q. **Tổng chi phí trung bình ngắn hạn** (SATC) bằng STC chia cho sản lượng Q.

Chi phí trung bình ngắn hạn

Từ số liệu trong Bảng 7.7 có thể tính toán các loại chi phí trung bình ở Bảng 7.9. Mỗi kết quả ở Bảng 7.9 là bằng số liệu ở Bảng 7.7 chia cho sản lượng. Bảng 7.9 cũng có số liệu về chi phí cận biên ngắn hạn, rút từ Bảng 7.7

Hình 7.7 vẽ 3 đường chi phí trung bình ngắn hạn từ số liệu Bảng 7.9

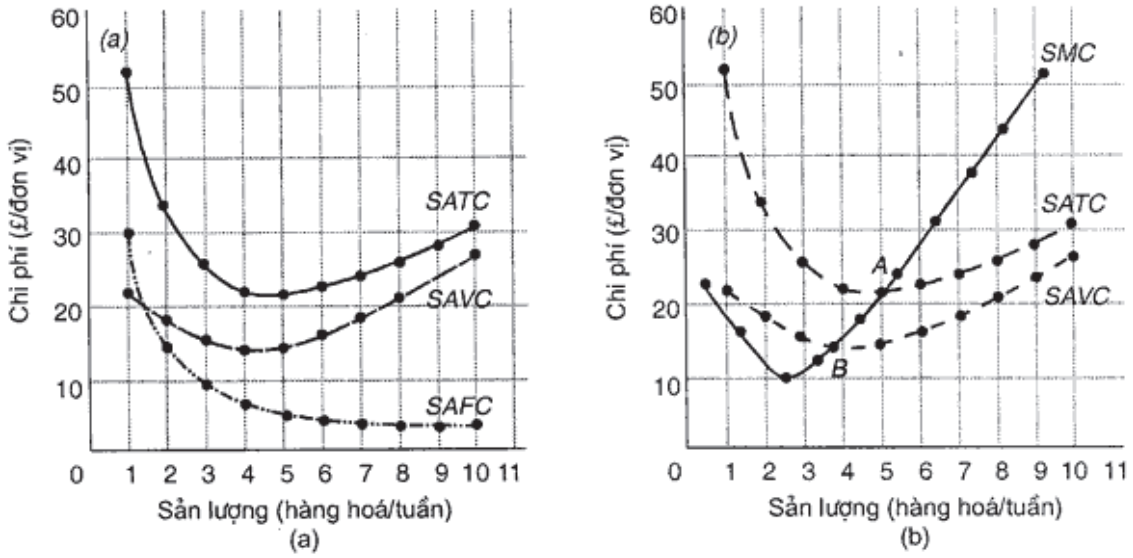
Tổng chi phí trung bình ngắn hạn *(SATC)* = Chi phí cố định trung bình ngắn hạn *(SAFC)* + Chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn *(SAVC)* (2)

Phương trình này có được bằng việc chia tất cả các đại lượng trong phương trình (1) cho mức sản lượng Q.

Bảng 7.9 Các chi phí trung bình ngắn hạn

Sản lượng	SAFC Chi phí cố định trung bình ngắn hạn	SAVC Chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn	SATC Tổng chi phí trung bình ngắn hạn	SMC Chi phí cận biên ngắn hạn
0			22	
1	30,00	22,00	52,00	22
2	15,00	19,00	34,00	16
3	10,00	16,00	26,00	10
4	7,50	15,25	22,75	13
5	6,00	15,80	21,80	18
6	5,00	17,00	22,00	23
7	4,29	18,71	23,00	29
8	3,75	20,75	24,50	35
9	3,33	23,00	26,33	41
10	3,00	25,50	28,50	48

Hình 7.7 Chi phí trung bình và chi phí cận biên ngắn hạn



Hình này sử dụng số liệu ở Bảng 7.9. Phần (a) là chi phí cố định, biến đổi và tổng chi phí trung bình. SATC = SAFC + SAVC. Hình dạng của đường SATC là do SAFC và SAVC. Khi cả SAFC và SAVC đều giảm thì SATC giảm. Khi SAVC bắt đầu tăng hình dạng của SATC phụ thuộc vào liệu SAVC tăng nhiều hơn hay ít hơn so với sự giảm xuống của SAFC. Ở phần (b), mối quan hệ giữa chi phí cận biên và trung bình trong dài hạn cũng tương tự như ở trong ngắn hạn. Đường SMC đi qua điểm thấp nhất của cả đường SAVC, điểm B và đường SATC, điểm A.

Hãy nhìn vào Hình 7.7(b). Chúng ta đã biết hình dáng của đường SMC bị chi phối bởi năng suất cận biên. Mối quan hệ số học giữa chi phí cận biên và chi phí trung bình giải thích tại sao SMC đi qua điểm thấp nhất A của đường tổng chi phí trung bình ngắn hạn. Ở bên trái điểm A, SMC nằm bên dưới SATC và kéo đường SATC đi xuống khi sản lượng tăng lên. Ở bên phải điểm A thì ngược lại. Điều này giải thích hình dạng của đường SATC trên Hình 7.7.

Chi phí biến đổi bằng tổng chi phí trừ đi chi phí cố định. Chi phí cố định không thay đổi khi sản lượng thay đổi. Vì vậy, chi phí cận biên cũng minh họa phần thay đổi trong chi phí biến đổi khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng. Và cũng có mối quan hệ giữa chi phí cận biên và chi phí biến đổi trung bình như trên hình vẽ. SMC đi qua điểm thấp nhất B của đường SAVC. Ở bên trái điểm B, SMC thấp hơn SAVC và SAVC giảm. Ở bên phải điểm B, SAVC tăng. Cuối cùng, vì SATC chênh lệch với SAVC một khoản đúng bằng SAFC cho nên SAVC nằm dưới SATC. Điểm B phải nằm phía bên trái điểm A. Điều này giải thích hình dạng của đường SAVC và mối quan hệ của nó với SATC như Hình 7.7(b).

Trong Hình 7.7 (a), SAFC giảm xuống từ từ vì tổng chi phí cố định dàn trải cho mức sản lượng lớn hơn. Hình 7.7(b) là phù hợp với Hình 7.7(a). Từ Hình 7.7(b), chúng ta có thể kiểm tra ở mỗi mức sản lượng, SATC = SAFC + SAVC, như công thức (2).

Làm sao mà mọi người có thể nhớ tất cả các đường chi phí? Có 3 loại chi phí cơ bản: tổng chi phí, chi phí trung bình và chi phí cận biên. Chúng ta cũng có thể phân biệt giữa chi phí ngắn hạn và chi phí dài hạn, giữa chi phí cố định và chi phí biến đổi. Những sự phân biệt này tạo ra hình dạng các đường chi phí như chúng ta vừa đề cập đến.

Chúng ta nghiên cứu tất cả các đường chi phí để hiểu về quyết định sản xuất trong ngắn hạn cũng như trong dài hạn của hãng. Chúng ta đã phân tích quyết định sản xuất trong dài hạn. Bây giờ, chúng ta sử dụng những đường chi phí ngắn hạn để phân tích quyết định sản xuất trong ngắn hạn của một hãng.

Hộp 7-3 Quyết định của Rolls Royce

Nhãn hiệu Rolls Royce, nhãn hiệu xe được ưa chuộng của người Anh, do BMW chế tạo. Nhưng việc kinh doanh động cơ máy bay Rolls Royce rất phát đạt và thị phần của công ty tăng từ 20 lên 30% trong thập kỷ qua, giúp công ty trở thành hãng chế tạo động cơ lớn thứ hai thế giới. Hãng đã đạt được thành công này như thế nào? Đó là nhờ hãng nhận thức được tầm quan trọng của tính kinh tế theo quy mô.

Nghiên cứu và phát triển động cơ máy bay là rất tốn kém, đòi hỏi phải sản xuất nhiều sản phẩm mới bù đắp được phần chi phí bỏ ra ban đầu. Hãng đã tạo ra 2 thay đổi rất quan trọng trong chiến lược của hãng.

Thứ nhất, hãng mở rộng vốn đầu tư ban đầu để động cơ của hãng có thể phục vụ được nhiều nhất việc sản xuất các loại máy bay khác nhau, điều này làm tăng cơ hội xây dựng mối quan hệ lâu dài với các nhà sản xuất máy bay. Thứ hai, hãng cố định giá thành sửa chữa và bảo hành các động cơ do hãng sản xuất, điều này giúp hãng đảm bảo chất lượng với những người sử dụng Rolls Royce bằng những cam kết về sự tuyệt vời và an toàn.

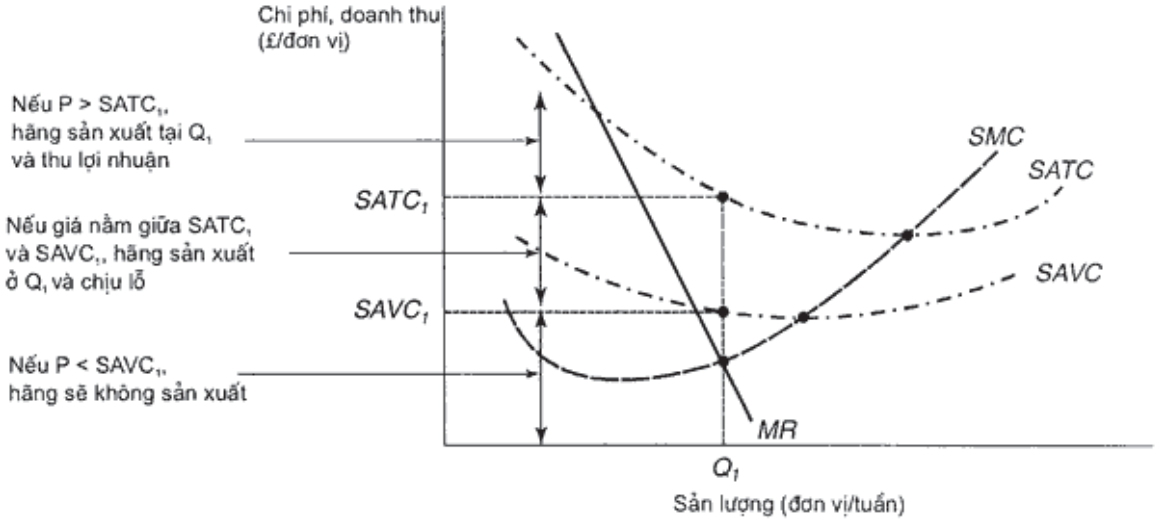
Kết quả là các công ty đã đặt mua rất nhiều và lâu dài động cơ Rolls Royce, điều này giúp cho hãng có đủ khả năng để bù đắp lại những chi phí về nghiên cứu và phát triển đã bỏ ra ban đầu.

Nguồn: Adapted from http:news.bbc.co.uk

7.8 Quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn

Hình 7.8 minh họa quyết định sản lượng của một hãng trong ngắn hạn. Mức sản lượng Q_1 để tối đa hóa lợi nhuận hoặc tối thiểu hóa chi phí được xác định khi doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên ngắn hạn.

Hình 7.8 Quyết định sản lượng ngắn hạn của hãng



Hãng xác định mức sản lượng Q_1, tại đó doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên ngắn hạn. Sau đó hãng kiểm tra xem liệu có nên sản xuất hay không. Nếu P lớn hơn $SATC_1$, tổng chi phí ngắn hạn được xác định tại mức sản lượng Q_1, hãng thu lợi nhuận và sản xuất tại Q_1. Nếu giá nằm giữa $SATC_1$ và $SAVC_1$, hãng bù đắp được một phần chi phí cố định, mặc dù bị lỗ. Hãng vẫn sản xuất ở Q_1. Chỉ khi P thấp hơn $SAVC_1$, hãng không sản xuất. Ở mức giá này, hãng không còn bù đắp được chi phí biến đổi.

Quyết định **sản lượng ngắn hạn** của hãng là Q_1, tại đó MR = SMC nếu giá bù đắp được chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn $SAVC_1$ tại mức sản lượng đó. Nếu không hãng sẽ không sản xuất.

Tiếp theo, hãng quyết định trong ngắn hạn có nên tiếp tục sản xuất nữa hay không. Ở mức sản lượng Q_1, lợi nhuận dương nếu P lớn hơn tổng chi phí trung bình $SATC_1$. Vậy hãng sẽ sản xuất ở mức sản lượng Q_1.

Giả sử P nhỏ hơn $SATC_1$. Hãng sẽ mất tiền bởi vì giá không bù đắp được chi phí. Trong dài hạn hãng sẽ đóng cửa khi bị lỗ. Nhưng trong ngắn hạn, ngay cả ở mức sản lượng Q = 0, hãng vẫn phải trả chi phí cố định. Hãng cần biết nếu sản xuất ở mức sản lượng Q_1 hoặc Q = 0, trường hợp nào lỗ lớn hơn.

Bảng 7.10 Quyết định sản lượng của một hãng

	Điều kiện cận biên	Xác định có nên sản xuất hay không
Ngắn hạn	Chọn sản lượng tại đó *MR = SMC*	Sản xuất nếu *P > SAVC*. Ngược lại, không sản xuất
Dài hạn	Chọn sản lượng tại đó *MR = LMC*	Sản xuất nếu *P > LAC*. Ngược lại, không sản xuất

Nếu doanh thu lớn hơn chi phí biến đổi, hãng sẽ có lời một phần từ chi phí cố định. Như vậy, hãng sẽ sản xuất ở Q_1 nếu doanh thu lớn hơn chi phí biến đổi ngay cả khi bị lỗ ở mức sản lượng này. Hay hãng sẽ sản xuất ở Q_1 nếu P lớn hơn $SAVC_1$. Nếu P nhỏ hơn $SAVC_1$, hãng sẽ không sản xuất. Bảng 7.10 tóm tắt quyết định sản lượng trong ngắn hạn và dài hạn của một hãng.

Hộp 7-4 Điều kiện cận biên và các chi phí chìm

Lý thuyết về cung mang lại 2 quyết định lựa chọn hàng hóa trong cuộc sống. Thứ nhất là *nguyên tắc cận biên*. Một khi đã đạt được mục tiêu thì không sự lựa chọn nào có thể tốt hơn. Để leo lên một quả đồi, bạn đi từng bước nhỏ theo hướng đi lên. Nếu bạn không thể bước thêm nữa, có nghĩa là bạn đã đến đỉnh đồi.

Có một bức tranh lớn tương tự như vậy. Nếu đã có doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên, một hãng sẽ kiểm tra việc đóng cửa hoàn toàn có tốt hơn không. Nguyên tắc cận biên giúp bạn xác định được điểm cao nhất của quả đồi bạn đang đứng nhưng bạn có thể thấy quả đồi khác cao hơn ở cách đấy mấy dặm.

Nguyên tắc thứ hai là *chi phí chìm vẫn là chìm*. Những chi phí này bản thân sự tồn tại của nó không nên ảnh hưởng đến quyết định mới. Trong quyết định chọn sản lượng ngắn hạn, hãng phớt lờ chi phí cố định vì theo quyết định nào hãng vẫn phải chịu chi phí đó. Không nên sử dụng những giọt nước mắt để khóc cho những giọt sữa đã đổ. Đã đọc 7 chương của quyển sách này, bạn thấy có nên đọc tiếp? Điều này phụ thuộc vào những chi phí và lợi ích bạn sẽ thu được từ phần còn lại của cuốn sách, không phụ thuộc vào khoảng thời gian bạn đã tiêu tốn.

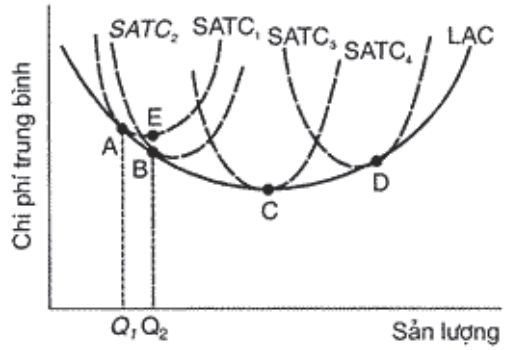
7.9 Chi phí ngắn hạn và dài hạn

Ngay cả khi bị lỗ trong ngắn hạn, một hãng vẫn tiếp tục kinh doanh nếu nó bù đắp được chi phí biến đổi. Nhưng trong dài hạn, hãng phải bù đắp được toàn bộ chi phí thì hãng mới tiếp tục kinh doanh. Bây giờ, chúng ta bàn luận một hãng có thể giảm chi phí trong dài hạn, chuyển lỗ trong ngắn hạn thành lãi trong dài hạn như thế nào.

Hình 7.9 minh họa đường LAC hình chữ U. Ở mỗi điểm trên đường chi phí này, hãng đang sản xuất một mức sản lượng cho trước với chi phí thấp nhất. Đường LAC miêu tả khoảng thời gian đủ để hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào, cả những yếu tố được xem là cố định trong ngắn hạn.

Giả sử "thiết bị" là yếu tố cố định trong ngắn hạn. Mỗi một điểm trên đường LAC liên quan đến một lượng thiết bị nhất định. Nếu giữ nguyên lượng thiết bị này, chúng ta có thể vẽ đường chi phí trung bình ngắn hạn ứng với lượng thiết bị này. $SATC_1$ tương ứng với lượng thiết bị tại điểm A trên đường LAC, và $SATC_2$ và $SATC_3$ là tương ứng với lượng thiết bị tại B và C trên đường LAC. Thực tế, chúng ta có thể vẽ các đường SATC tương ứng với lượng thiết bị ở mỗi điểm trên đường LAC.

Hình 7.9 **Đường chi phí trung bình dài hạn (LAC)**



Giả sử lượng thiết bị là cố định trong ngắn hạn. Với lượng thiết bị, chúng ta có một đường SATC tương ứng. Nhưng trong dài hạn lượng thiết bị là thay đổi. Để xác định đường LAC chúng ta chọn ở mỗi mức sản lượng lượng thiết bị đảm bảo SATC là nhỏ nhất ở mức sản lượng đó. Vì vậy, những điểm như A, B, C, D nằm trên LAC. Đường LAC không phải đi qua điểm thấp nhất của mỗi đường SATC. Vì vậy, đường LAC chỉ ra những cách sản xuất với chi phí trung bình thấp nhất để sản xuất ra một mức sản lượng cho trước khi tất cả các yếu tố đầu vào biến đổi, chứ không phải là những chi phí trung bình thấp nhất mà tại đó một lượng thiết bị nhất định có thể sản xuất được.

Theo định nghĩa, đường LAC minh họa các kết hợp với chi phí ít nhất để sản xuất sản lượng khi tất cả các yếu tố đều biến đổi. B là cách kết hợp với chi phí ít nhất để sản xuất sản lượng Q_2. Nó sẽ sản xuất Q_2 với chi phí cao hơn nếu nó sử dụng lượng thiết bị không tương ứng, lượng thiết bị tại E. Với lượng thiết bị ở điểm A, $SATC_1$ chỉ ra chi phí để sản xuất từng mức sản lượng bao gồm cả Q_2. Vì vậy, $SATC_1$ phải nằm phía trên LAC ở tất cả các điểm trừ A, mức sản lượng tối ưu đối với lượng thiết bị này.

Phân tích này có thể lặp lại cho tất cả các lượng thiết bị khác. Vì vậy, $SATC_3$ và $SATC_4$ với lượng thiết bị tại C và D, phải nằm phía trên LAC ngoại trừ điểm C và D. Trong dài hạn, hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào và sản xuất một mức sản lượng cụ thể với chi phí ít hơn so với trong ngắn hạn, bởi vì trong ngắn hạn nó phải chịu khoản chi phí cố định bỏ ra ban đầu. Một hãng sẽ chịu lỗ do cầu giảm xuống nhưng có thể kiếm được lợi nhuận trong dài hạn một khi nó có đủ thời gian để xây một nhà máy phù hợp với mức sản lượng mới.

TÓM TẮT

- Chương này đề cập đến quyết định sản xuất trong ngắn hạn và dài hạn, dựa vào các đường chi phí. Trong **dài hạn**, một hãng có thể thay đổi toàn bộ các yếu tố đầu vào. Trong **ngắn hạn**, một vài yếu tố đầu vào là biến đổi. Thời gian ngắn hạn là khác nhau đối với các ngành khác nhau.
- **Hàm sản xuất** minh họa sản lượng tối đa có thể sản xuất được với một số lượng yếu tố đầu vào nhất định. Các yếu tố đầu vào bao gồm máy móc, nguyên liệu, lao động và bất kỳ một yếu tố nào khác để sản xuất. Hàm sản xuất tóm tắt các khả năng một hãng có thể sản xuất.

- **Đường tổng chi phí** được xác định dựa vào hàm sản xuất, với giá lao động và giá của các yếu tố khác là cho trước. **Đường tổng chi phí dài hạn** là tập hợp của tất cả các kết hợp của các yếu tố đầu vào với chi phí thấp nhất để sản xuất từng mức sản lượng khi tất cả các yếu tố đầu vào thay đổi. Nếu giá tương đối của một yếu tố đầu vào tăng, hãng sẽ thay bớt yếu tố đó khi chọn kỹ thuật sản xuất sản phẩm.
- **Chi phí trung bình** bằng tổng chi phí chia cho sản lượng. **Đường chi phí trung bình dài hạn (LAC)** được rút ra từ đường tổng chi phí dài hạn.
- **Đường LAC có dạng hình chữ U**. Khi sản lượng tăng lên, đầu tiên chi phí trung bình giảm vì tính không thể chia nhỏ được của sản xuất, lợi ích của chuyên môn hóa và lợi thế sản xuất với quy mô lớn. Có tính kinh tế của quy mô ở phần giảm xuống của hình chữ U. Phần tăng lên của hình chữ U thể hiện tính phi kinh tế của quy mô.
- Hầu hết các ngành chế tạo đều đạt được tính **kinh tế của quy mô**. Đối với một vài ngành khác như dịch vụ cá nhân, không tồn tại tính kinh tế của quy mô ở những mức sản lượng thấp.
- Khi **chi phí cận biên** nằm dưới chi phí trung bình, chi phí trung bình đang giảm. Khi chi phí cận biên cao hơn chi phí trung bình, chi phí trung bình tăng. Chi phí cận biên bằng chi phí trung bình ở điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình.
- Trong dài hạn, hãng cung sản lượng khi **chi phí cận biên dài hạn (LMC)** = MR với mức giá không nhỏ hơn chi phí trung bình dài hạn (LATC) ở mức sản lượng này. Nếu giá nhỏ hơn LATC, hãng sẽ không kinh doanh nữa.
- Trong ngắn hạn, hãng không thể thay đổi một số yếu tố đầu vào mà vẫn phải trả cho các yếu tố đầu vào đó. Đó là những chi phí cố định ngắn hạn (SFC). Chi phí của việc sử dụng các yếu tố đầu vào biến đổi gọi là chi phí biến đổi ngắn hạn (SVC). Tổng chi phí ngắn hạn STC = SFC + SVC.
- **Đường chi phí cận biên ngắn hạn (SMC)** phản ảnh năng suất cận biên của yếu tố đầu vào biến đổi trong khi giữ nguyên các yếu tố khác. Thường chúng ta cho lao động biến đổi và vốn cố định trong ngắn hạn. Khi ít lao động được sử dụng, nhà máy là quá lớn đối với lao động để sản xuất nhiều sản phẩm. Lao động tăng lên làm cho sản lượng sản xuất ra tăng lên rất nhanh và SMC giảm. Một khi tất cả máy móc đã có lao động sử dụng, tăng thêm lao động nhưng sản lượng tăng lên ít. SMC bắt đầu tăng lên.
- Tổng chi phí trung bình ngắn hạn (SATC) = STC/Q. **SATC = SAFC + SAVC**. SATC có dạng hình chữ U. Phần giảm xuống của chữ U này là do cả SAFC giảm khi chi phí cố định dàn trải cho nhiều đơn vị sản lượng hơn và SAVC giảm ở những mức sản lượng thấp. SATC tiếp tục giảm sau khi SAVC bắt đầu tăng, cho đến khi phần tăng của SAVC chiếm ưu thế so với phần giảm xuống của SAFC, lúc đó SATC mới dốc lên.
- Đường SMC cắt cả SATC và SAVC ở 2 điểm thấp nhất của 2 đường này.
- Trong ngắn hạn, hãng cung ở mức sản lượng tương ứng với SMC = MR, với mức giá không nhỏ hơn chi phí biến đổi trung bình. Trong ngắn hạn, hãng sẽ chấp nhận lỗ nếu nó bù đắp được một phần chi phí cố định.
- Đường LAC luôn nằm dưới đường SATC, ngoại trừ một điểm nơi 2 đường tiếp xúc nhau. Điều này ngụ ý rằng một hãng chắc chắn thu được lợi nhuận trong dài hạn lớn hơn trong ngắn hạn nếu nó sản xuất với một lượng thiết bị không phải là tối ưu xét theo quan điểm dài hạn.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1 (a) Hàm sản xuất cung cấp những thông tin gì? (b) Giải thích tại sao hàm sản xuất không cung cấp đủ thông tin cho bất kỳ một ai đó tiến hành hoạt động kinh doanh.

2 (a) Tính kinh tế của quy mô là gì và tại sao nó lại tồn tại? (b) Bảng sau chỉ ra sự thay đổi của sản lượng khi đầu vào thay đổi. Mức lương là 5£ và giá thuê vốn là 2£. Tính toán chi phí thấp nhất để sản xuất 4, 8,12 đơn vị sản lượng. (c) Có hiệu suất tăng, không đổi hay giảm theo quy mô giữa những mức sản lượng này? Mức nào được ứng dụng lúc nào?

Vốn	4	2	7	4	11	8
Lao động	5	6	10	12	15	16
Sản lượng	4	4	8	8	12	12

3 (a) Với mỗi mức sản lượng như bảng trên, cách kết hợp nào thiên về sử dụng vốn hơn? (b) Có phải hãng có xu hướng chuyển cách kết hợp từ thiên về vốn sang thiên về lao động hơn khi mức sản lượng tăng không?

4 Giả sử giá thuê vốn trong câu hỏi 2 tăng lên thành 3£. (a) Ở mức sản lượng nào hãng cũng nên thay đổi cách sản xuất không? Nếu có hãy chỉ ra cách nào? (b) Tổng chi phí và chi phí trung bình của hãng thay đổi như thế nào khi giá thuê vốn tăng lên?

5 (a) Tính các loại chi phí trung bình và chi phí cận biên cho hãng ở mỗi mức sản lượng dựa vào số liệu tổng chi phí cho ở bảng sau. (b) Chỉ ra các chi phí trung bình và chi phí cận biên có mối liên quan như thế nào? (c) Đó là các đường chi phí ngắn hạn hay dài hạn. Giải thích.

Sản lượng	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Chi phí (£)	12	27	40	51	60	70	80	91	104	120

6 (a) Giải thích tại sao một hãng vẫn sản xuất mặc dù nó bị lỗ. (b) Hãng có thể hoạt động như vậy mãi được không? Giải thích.

7 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những câu sau là sai? (a) Hãng bị lỗ thì nên từ bỏ việc kinh doanh ngay. (b) Các hãng lớn sản xuất với chi phí luôn nhỏ hơn các hãng nhỏ? (c) Nhỏ luôn là tốt đẹp.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 316.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

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

Chương 8

Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. Cạnh tranh hoàn hảo.
2. Hãng cạnh tranh hoàn hảo lại quyết định giá bằng chi phí cận biên.
3. Lãi và lỗ là động cơ để các hãng gia nhập hay rút lui khỏi thị trường.
4. Đường cung của ngành.
5. Phân tích so sánh tĩnh về một ngành cạnh tranh.
6. Thương mại quốc tế.
7. Độc quyền thuần túy.
8. Sản lượng của một hãng độc quyền được xác định theo MR = MC.
9. So sánh sản lượng giữa độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo.
10. Phân biệt giá ảnh hưởng đến sản lượng và lợi nhuận của một hãng độc quyền như thế nào.

Một ngành là tập hợp tất cả các hãng sản xuất cùng một loại sản phẩm. Sản lượng của một ngành là tổng sản lượng của tất cả các hãng. Các ngành khác nhau có số lượng các hãng là khác nhau. Eurostar chỉ là hãng duy nhất cung cấp dịch vụ vận chuyển từ London đến Paris. Ngược lại, Anh có 150 000 trang trại và 20 000 người bán rau quả.

Tại sao có ngành có rất nhiều hãng nhưng có ngành lại chỉ có duy nhất một hãng? Chương 9 đưa ra một lý thuyết chung về cấu trúc thị trường, lý thuyết này chỉ ra các điều

Trong **thị trường cạnh tranh hoàn hảo**, cả người mua và người bán tin rằng hành động của họ không ảnh hưởng đến giá thị trường. Ngược lại, một **nhà độc quyền**, người bán duy nhất của ngành, lại đặt giá bán của sản phẩm.

kiện về cầu và chi phí kết hợp với nhau như thế nào để xác định số lượng hãng và hành vi của họ.

Thật là hữu ích nếu đầu tiên chúng ta nghiên cứu về 2 thị trường điển hình mà tất cả các loại thị trường đều là kết hợp của hai loại này. Hai thị trường đó là cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần túy.

Chúng ta tập trung vào số lượng người bán ảnh hưởng đến hành vi của họ như thế nào. Những người mua được xem là nền tảng. Đơn giản chúng ta giả sử có rất nhiều người mua mà đường cầu cá nhân của họ là những đường dốc xuống và có thể tổng hợp thành đường cầu thị trường. Vì vậy, chúng ta xem như cầu thị trường có tính cạnh tranh nhưng cung thì không phải như vậy.

Cạnh tranh hoàn hảo có nghĩa là mỗi một hãng hay một hộ gia đình đều nhận thức rằng lượng hàng hóa mà họ cung hoặc cầu chẳng ảnh hưởng đáng kể gì đến sản lượng chung của cả thị trường, điều này giả định hành động của họ không ảnh hưởng đến giá thị trường. Giả định này được đưa vào mô hình về sự lựa chọn của người tiêu dùng trong Chương 5. Đường ngân sách của mỗi người tiêu dùng được xây dựng với mức giá cho trước của mỗi hàng hóa và không bị ảnh hưởng bởi số lượng hàng hóa mà họ lựa chọn. Thay đổi trong điều kiện thị trường, áp dụng cho tất cả các hãng và khách hàng, làm thay đổi giá cân bằng và vì vậy, làm thay đổi lượng cầu cá nhân, nhưng mỗi khách hàng bỏ qua bất kỳ phản hồi nào từ hành động của họ đến giá thị trường.

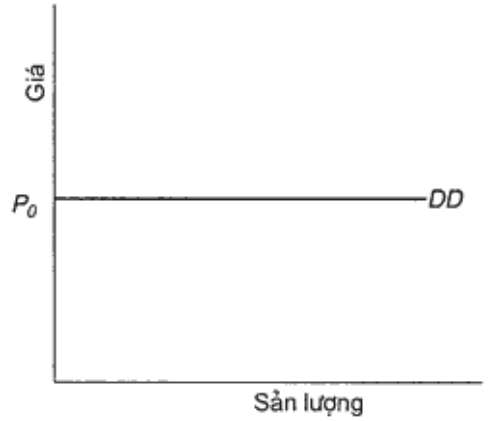
Nội dung về cạnh tranh mà chúng ta mở rộng cho các hãng khác với cách hiểu thông thường. Ford và VW đang cạnh tranh rất quyết liệt trên thị trường ôtô châu Âu nhưng một nhà kinh tế không gọi họ là cạnh tranh hoàn hảo. Mỗi hãng có thị phần rất lớn nên mỗi sự thay đổi trong sản lượng của họ ảnh hưởng đến giá thị trường. VW và Ford mỗi hãng đều quan tâm đến điều này trong việc quyết định sẽ cung bao nhiêu. Họ không phải là người chấp nhận giá. Chỉ trong điều kiện cạnh tranh hoàn hảo, mỗi hãng có thể ra quyết định với việc xem giá độc lập với quyết định của chính bản thân họ.

8.1 Cạnh tranh hoàn hảo

Nếu hành động của cá nhân hãng không ảnh hưởng đến giá, một ngành cạnh tranh hoàn hảo phải có nhiều người mua và người bán. Mỗi hãng trong ngành này gặp phải đường cầu nằm ngang như Hình 8.1. Bất kể hãng bán bao nhiêu sản phẩm, hãng đều bán ở mức giá thị trường. Nếu hãng bán giá cao hơn P_0, hãng sẽ không bán được sản phẩm nào: người mua sẽ chuyển sang mua của hãng khác với sản phẩm giống như sản phẩm của hãng. Bởi vì, hãng có thể bán bao nhiêu sản phẩm tùy thích ở mức giá P_0, hãng sẽ không bán ở mức giá thấp hơn P_0. Đường cầu của cá nhân hãng là DD.

Đường cầu nằm ngang với mức giá không đổi, là đặc điểm nổi bật của một hãng cạnh tranh hoàn hảo. Để xác định đường cầu mà một hãng phải đối mặt, ngành phải có 4 đặc điểm. Thứ nhất, ngành phải có vô số hãng, sản lượng của mỗi hãng chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong sản lượng chung của cả ngành. Thứ hai, sản phẩm phải được tiêu chuẩn hóa (giống nhau). Ngay cả khi trong ngành ôtô có nhiều hãng thì cũng không phải là ngành cạnh tranh. Ford Mondeo không phải là thay thế hoàn hảo cho Vauxhall Vectra. Nếu các hàng hóa khó thay thế hoàn hảo cho nhau thì càng dễ hiểu khi xem Ford là hãng riêng cung cấp Mondeo và Vauxhall là hãng riêng cung cấp Vectra. Mỗi một nhà sản xuất không còn là nhỏ bé đối với thị trường tương ứng và không thể hành động như người chấp nhận giá. Trong một ngành cạnh tranh hoàn hảo, tất cả các hãng phải cung cấp sản phẩm giống nhau với cùng một mức giá.

Hình 8.1 Đường cầu của hãng cạnh tranh



Một hãng cạnh tranh có thể bán bao nhiêu sản phẩm mà hãng muốn ở mức giá thị trường P_0. Đường cầu của nó là DD nằm ngang ở mức giá này.

Ngay cả khi các hãng sản xuất các sản phẩm giống hệt nhau, mỗi hãng cũng vẫn có khả năng ảnh hưởng chút ít đến giá của sản phẩm nếu người mua không có thông tin hoàn hảo về chất lượng hoặc đặc điểm của sản phẩm. Để loại bỏ trường hợp này khỏi thị trường cạnh tranh, cần phải giả sử rằng người mua có thông tin hoàn hảo về sản phẩm mà họ mua. Họ biết sản phẩm của tất cả các hãng khác nhau trong ngành là giống hệt nhau.

Tại sao tất cả các hãng trong ngành lại không làm cái việc mà OPEC đã làm trong năm 1973 - 1974, hạn chế sản lượng, tăng giá sản phẩm bằng việc vận động lên theo đường cầu thị trường?

Đặc điểm quan trọng thứ tư của ngành cạnh tranh hoàn hảo là sự tự do gia nhập và rút lui. Ngay cả khi các hãng trong ngành có thể tập hợp nhau để hạn chế sản lượng và tăng giá thị trường, thì hậu quả là làm tăng số lượng các hãng mới gia nhập ngành, điều này lại làm tăng cung và kéo giá thị trường giảm xuống.

Ngược lại, như chúng ta sẽ thấy, khi các hãng trong ngành cạnh tranh bị lỗ, một vài hãng đóng cửa và điều này làm giảm số lượng hãng trong ngành, dẫn đến cung giảm và giá lại tăng lên, các hãng còn lại tiếp tục kinh doanh.

Tóm lại, mỗi hãng trong ngành cạnh tranh đối mặt với đường cầu nằm ngang tại mức giá thị trường. Để xác định chính xác các điều kiện về cầu mà một hãng phải đối mặt, ngành phải: (1) có nhiều hãng và không ai có khả năng ảnh hưởng đến ngành; (2) sản phẩm giống hệt nhau, vì vậy người mua sẽ chuyển từ người bán này sang người bán khác nếu giá giữa những người bán là khác nhau; (3) khách hàng có thông tin hoàn hảo về chất lượng sản phẩm, vì vậy người mua có thể biết rằng sản phẩm của các hãng khác nhau là giống nhau; (4) tự do gia nhập và rút lui.

8.2 Quyết định sản lượng của một hãng cạnh tranh hoàn hảo

Chương 7 phát triển một lý thuyết chung về cung. Để xác định mức sản lượng tối ưu, các hãng tuân theo nguyên tắc MR = MC. Sau đó hãng sử dụng điều kiện trung bình để xem giá mà sản lượng được bán có bù đắp được chi phí trung bình không.

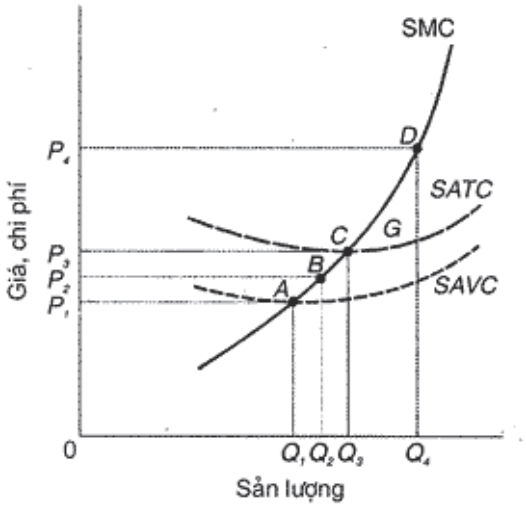
Lý thuyết chung này vẫn phải đúng đối với trường hợp đặc biệt là các hãng cạnh tranh hoàn hảo. Điểm đặc biệt của cạnh tranh hoàn hảo là mối quan hệ giữa giá và doanh thu cận biên. Một hãng cạnh tranh đối mặt với đường cầu nằm ngang. Sản xuất và bán thêm đơn vị sản lượng không làm giảm giá các sản phẩm được bán. Doanh thu tăng thêm từ việc bán thêm một đơn vị sản phẩm chính bằng giá của một đơn vị đó. Vậy doanh thu cận biên của hãng cạnh tranh hoàn hảo chính bằng giá sản phẩm.

$$MR = P \qquad (1)$$

Đường cung ngắn hạn của một hãng

Hình 8.2 minh họa các đường chi phí ngắn hạn - chi phí cận biên SMC, tổng chi phí trung bình SATC và chi phí biến đổi trung bình SAVC - ở Chương 7. Hãng nào cũng sẽ

Hình 8.2 **Quyết định sản lượng ngắn hạn của một hãng cạnh tranh hoàn hảo**



Hãng cạnh tranh hoàn hảo sản xuất ở mức sản lượng mà giá bằng chi phí cận biên, hãng thu được lợi nhuận bằng việc sản xuất một ít sản lượng hơn là không sản xuất. Đường cung ngắn hạn của hãng là đường SMC phần nằm phía trên điểm A, điểm đóng cửa của hãng vì dưới điểm đó hãng không thể bù đắp chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn.

lựa chọn mức sản lượng tại đó doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Phương trình (1) có nghĩa là một hãng cạnh tranh hoàn hảo sẽ chọn mức sản lượng tại đó:

$$SMC = MR = P \qquad (2)$$

Giả sử hãng gặp phải đường cầu nằm ngang tại mức giá P_4 trong Hình 8.2. Từ phương trình (2) hãng chọn mức sản lượng Q_4 ở điểm D, với P = MC.

Tiếp theo, hãng sẽ xem liệu trong ngắn hạn hãng có nên đóng cửa không. Hãng sẽ đóng cửa nếu giá P_4 không bù đắp được chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn ở mức sản lượng này. Trong Hình 8.2 P_4 lớn hơn SAVC ở sản lượng Q_4. Hãng sẽ cung sản lượng Q_4 và thu được lợi nhuận. Điểm D nằm phía trên điểm G, tổng chi phí trung bình ngắn hạn (bao gồm cả chi phí quản lý) để làm ra sản lượng Q_4. Vậy lợi nhuận là diện tích hình chữ nhật bằng DG (lợi nhuận đơn vị sản phẩm) nhân với OQ_4 (số lượng sản phẩm sản xuất).

Đường cung ngắn hạn là đường SMC phần nằm phía trên điểm A với A là giao điểm của SMC cắt điểm thấp nhất của đường SAVC.

Giá P_1 là **mức giá đóng cửa**, dưới mức giá này hãng không sản xuất.

Trong ngắn hạn, hãng sẽ cung sản lượng ở bất kỳ mức giá nào lớn hơn P_1. Ở mức giá P_2, hãng sản xuất tại Q_2, mức sản lượng có giá bằng chi phí cận biên. Bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_1 thì thấp hơn điểm thấp nhất của SAVC. Hãng không thể tìm mức sản lượng tại đó giá bù đắp được SAVC. Giữa điểm A và C hãng lỗ trong ngắn hạn nhưng vẫn bù đắp được một phần chi phí cố định. Ở bất kỳ mức giá nào trên P_3, ở đó SMC đi qua điểm thấp nhất của đường SATC, hãng thu được lợi nhuận trong ngắn hạn.

Lưu ý rằng lợi nhuận kinh tế bao gồm cả chi phí cơ hội của người chủ, nằm trong SAVC và SATC.

Đường cung dài hạn của một hãng

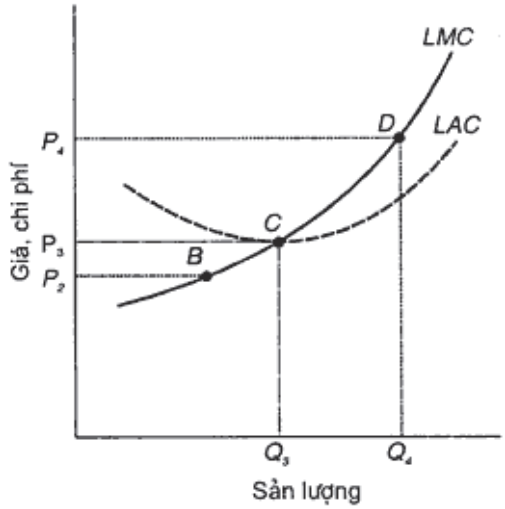
Đường cung dài hạn của một hãng là đường LMC phần nằm phía trên đường LAC.

Hình 8.3 minh họa các đường chi phí trung bình và chi phí cận biên trong dài hạn. Đường LMC thoải hơn so với SMC, vì trong dài hạn hãng có thể điều chỉnh tất cả các yếu tố đầu vào.

Khi lợi nhuận kinh tế bằng 0, có nghĩa là hãng thu được **lợi nhuận bình thường** (normal profit). Lợi nhuận tính toán chỉ đủ bù đắp chi phí cơ hội về thời gian và tiền của người chủ.

Khi giá là P_4, hãng chọn mức sản lượng là Q_4 ở điểm D, sau đó xem có nên đóng cửa ở mức sản lượng này không. Trong dài hạn, đóng cửa đồng nghĩa với việc rời bỏ ngành. Hãng sẽ rời bỏ ngành nếu giá không bù đắp được LAC ở mức sản lượng tối ưu. Ở mức giá P_2 sản lượng tối ưu là tại điểm B trong Hình 8.3, nhưng hãng lỗ và trong dài hạn nên rời khỏi ngành. Ở bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_3, hãng nên rời khỏi ngành. Ở P_3, hãng sản xuất Q_3 và hòa vốn sau khi trả hết các chi phí kinh tế. Hãng thu được lợi nhuận kinh tế bằng 0.

Hình 8.3 Quyết định sản lượng trong dài hạn của hãng cạnh tranh hoàn hảo



Hãng cạnh tranh hoàn hảo sản xuất ở mức sản lượng tại đó P = MC, hãng thu được thêm lợi nhuận hơn là không sản xuất. Vì vậy, hãng chọn những điểm trên đường LMC. Ở bất kỳ mức giá nào cao hơn P_3, hãng thu được lợi nhuận bởi vì P lớn hơn LAC. Ở bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_3, ví dụ P_2, hãng lỗ bởi vì giá thấp hơn LAC. Vậy hãng sẽ không sản xuất ở mức giá thấp hơn P_3. Đường cung dài hạn là đường LMC phần cao hơn điểm C.

Gia nhập là khi các hãng mới tham gia vào một ngành. **Rút lui** là khi các hãng đang ở trong ngành rời bỏ ngành.

Gia nhập và rút lui

Giá P_3 tương ứng với điểm thấp nhất của đường LAC là giá gia nhập hoặc rút lui. Hãng chỉ thu được lợi nhuận thông thường. Không còn động cơ cho việc gia nhập hay rút lui khỏi ngành. Yếu tố khiến cho hãng vẫn còn ở lại ngành là họ còn kiếm được tương đương với chi phí cơ hội. Bất kỳ mức giá nào thấp hơn P_3 sẽ khiến cho hãng rời bỏ ngành trong dài hạn. P_3 chính là mức giá tối thiểu để các hãng ở lại ngành.

Chúng ta cũng có thể phân tích Hình 8.3 cho việc ra quyết định của một hãng tiềm năng sắp gia nhập ngành. Các đường chi phí khi đó chính là các chi phí sau gia nhập. P_3 là mức giá mà các hãng tiềm năng bắt đầu bị hấp dẫn để gia nhập vào ngành. Bất kỳ mức giá nào cao hơn P_3 đều tạo ra mức lợi nhuận lớn hơn lợi nhuận thông thường và khuyến khích các hãng mới gia nhập ngành.

Hộp 8-1 Bùng nổ TV màn hình phẳng

LG Philips, nhà sản xuất màn hình phẳng lớn nhất trên thế giới sẽ đầu tư 25 tỷ tỷ won (21 tỷ $) trong vòng 10 năm tới để khai thác hết sự bùng nổ trong cầu màn hình tivi phẳng.

Nguồn: Reuters, 18 March 2004.

Thị trường về màn hình tivi phẳng đang bùng nổ, với sản lượng là 10 triệu chiếc/năm và mức tăng trưởng hàng năm là 100%. Chiến lược của LG Philips là tăng cung với chi phí thấp hơn. Ý tưởng rất đơn giản: Khai thác tính kinh tế của quy mô trong việc sản xuất những tấm kính LCD lớn hơn dùng để tạo ra màn hình tivi. Tivi màn hình phẳng phổ biến sẽ là loại trên 42 inches.

LG Philips không phải là hãng duy nhất nhằm khai thác tính kinh tế của quy mô trong sản xuất TV màn hình phẳng lớn: Samsung cũng đã đầu tư 18 tỷ $ cho việc sản xuất sản phẩm tương tự như của LG.

Quyết định cung của một hãng cạnh tranh

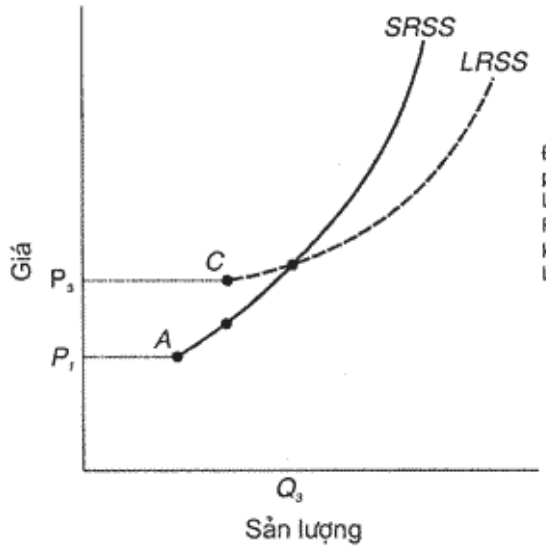
Hình 8.4 tóm tắt những phân tích trước về quyết định cung của một hãng cạnh tranh hoàn hảo. Với mỗi mức chi phí cố định, có một đường chi phí cận biên ngắn hạn SMC và đường cung ngắn hạn SRSS. Đường cung dài hạn LRSS thoải hơn đường SRSS, bởi vì khi thêm các yếu tố đầu vào trong dài hạn làm cho đường LMC thoải hơn đường SMC. Đường SRSS bắt đầu ở mức giá đóng cửa thấp hơn, bởi vì trong ngắn hạn một hãng sẽ

Bảng 8.1 Quyết định cung của một hãng cạnh tranh hoàn hảo

Điều kiện cận biên	Điều kiện trung bình	
	Ngắn hạn	Dài hạn
Sản xuất sản lượng tại P = MC	Nếu P < SAVC đóng cửa tạm thời	Nếu P < LAC rời bỏ ngành

sản xuất nếu nó bù đắp được toàn bộ chi phí biến đổi trung bình. Trong dài hạn, tất cả các chi phí đều đã biến đổi và phải được bù đắp hết nếu hãng tiếp tục ở lại ngành. Trong cả hai trường hợp, đường cung của một hãng cạnh tranh là đường chi phí cận biên phần nằm phía trên điểm đóng cửa. Bảng 8.1 đưa ra nguyên tắc này.

Hình 8.4 Đường cung ngắn hạn và dài hạn của hãng cạnh tranh hoàn hảo



Được vẽ lại từ Hình 8.2 và 8.3, đường cung ngắn hạn là đường SMC phần nằm phía trên điểm A và đường cung dài hạn LRSS là đường LMC phần nằm trên điểm C. P_1 là mức giá đóng cửa trong ngắn hạn và P_3 là mức giá gia nhập và rút lui trong dài hạn. Nếu hãng bắt đầu gặp khó khăn do chi phí cố định, hãng sẽ chọn điểm thấp nhất trên đường LAC và C sẽ là điểm nằm trên đường SRSS.

8.3 Đường cung của ngành

Một ngành cạnh tranh gồm nhiều hãng. Trong ngắn hạn, có 2 yếu tố cố định: Số lượng các yếu tố đầu vào do mỗi hãng sử dụng và số lượng hãng trong ngành. Trong dài hạn, mỗi hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào và số lượng hãng cũng có thể thay đổi thông qua việc gia nhập thêm hay rời bỏ ngành.

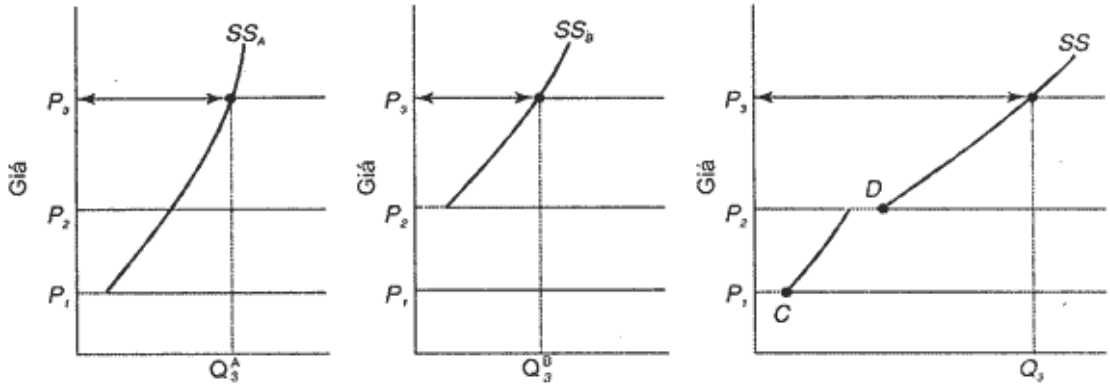
Đường cung ngắn hạn của ngành

Trong Hình 8.5 để có đường cung của ngành ta cộng theo chiều ngang các đường cung của các hãng. Ở mỗi mức giá, chúng ta cộng lượng cung của mỗi hãng thì được tổng lượng cung ở mức giá đó.

Trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là cho trước. Giả sử có 2 hãng A và B. Đường cung ngắn hạn của mỗi hãng là đường SMC phần nằm trên mức giá đóng cửa của hãng. Trong Hình 8.5, hãng A có mức giá đóng cửa thấp hơn hãng B. Hãng A có đường SAVC thấp hơn. Có lẽ hãng A có vị trí hay công nghệ sản xuất tốt hơn. Đường cung của mỗi hãng là nằm ngang ở mức giá đóng cửa. Ở một mức giá thấp hơn mức giá này, hãng sẽ không cung nữa.

Ở mỗi mức giá, mức cung của ngành Q là tổng của Q^A, cung của hãng A và Q^B, cung của hãng B. Vậy, nếu ở mức giá P_3, $Q_3 = Q^A{}_3 + Q^B{}_3$. Đường cung của ngành là tổng theo chiều ngang của các đường cung riêng biệt. Đường cung của ngành bị gián đoạn ở mức giá P_2. Giữa mức giá P_1 và P_2, chỉ mỗi hãng A có chi phí thấp hơn là sản xuất. Ở mức giá P_2, hãng B cũng bắt đầu sản xuất.

Hình 8.5 Đường cung của ngành



Đường cung SS của ngành là tổng hợp lượng cung của tất cả các hãng ở mỗi mức giá. Đường cung này được tổng hợp theo chiều ngang sản lượng của mỗi hãng trong ngành. Với ngành chỉ có 2 hãng A và B, hình trên cho thấy ở mức giá P_3, lượng cung của ngành $Q_3 = Q^A{}_3 + Q^B{}_3$. Bởi vì các hãng có các mức giá đóng cửa hay mức giá gia nhập và rút lui là khác nhau, đường cung của ngành có thể có những điểm gãy ở những điểm như C và D, đó là những điểm mà một hãng mới gia nhập bắt đầu sản xuất. Tuy nhiên, với số lượng hãng là nhiều mà mỗi hãng lại không ảnh hưởng đáng kể gì đến sản lượng chung của cả ngành, cho nên các bước nhảy trong đường cung của ngành là quá nhỏ và chúng ta có thể xem như đường cung của ngành là liên tục.

Khi ngành có nhiều hãng, mỗi hãng có điểm đóng cửa khác nhau thì sẽ có nhiều phần gián đoạn nhỏ trên đường cung của ngành. Bởi vì, mỗi hãng trong ngành cạnh tranh không ảnh hưởng đáng kể đến tổng sản lượng của cả ngành, cho nên đường cung của ngành là tương đối liên tục.

So sánh đường cung ngắn hạn và dài hạn của ngành

Hình 8.5 cũng có thể được sử dụng để xây dựng đường cung dài hạn của ngành. Với mỗi hãng, đường cung riêng của hãng là đường LMC phần nằm trên giá gia nhập và rút lui. Không giống trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là thay đổi. Các hãng trong ngành có thể rời bỏ ngành và các hãng mới có thể gia nhập ngành. Thay bằng việc ở mỗi mức giá, chúng ta cộng theo chiều ngang lượng cung của các hãng đang ở trong ngành, thì chúng ta phải cộng theo chiều ngang lượng cung của tất cả các hãng đang ở trong ngành và có lẽ là cả lượng cung của các hãng tiềm năng sắp gia nhập ngành.

Ở mức giá thấp hơn P_2 trong Hình 8.5, trong dài hạn, hãng B không ở trong ngành. Ở mức giá cao hơn P_2, hãng B lại vẫn ở trong ngành. Khi giá thị trường tăng lên, tổng cung dài hạn của ngành cũng tăng lên không chỉ do các hãng trong ngành tăng cung mà còn do có thêm nhiều hãng mới gia nhập ngành.

Ngược lại, ở các mức giá thấp, các hãng có chi phí cao sẽ bị lỗ và rời bỏ ngành. Gia nhập hay rút lui trong dài hạn tương tự như đóng cửa trong ngắn hạn. Trong dài hạn, việc gia nhập hay rút lui sẽ ảnh hưởng đến số lượng hãng đang cung sản lượng cho ngành; mà để có đường cung của ngành, chúng ta phải cộng theo chiều ngang sản lượng của các hãng này. Trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là cố định nhưng một số hãng thì đang sản xuất trong khi có một số hãng đang đóng cửa tạm thời. Lúc này, đường

cung của ngành lại là tổng theo chiều ngang của tất cả các hãng đang sản xuất ở mức giá hiện hành trên thị trường.

Đường cung dài hạn thoải hơn đường cung ngắn hạn. Mỗi hãng có thể thay đổi các yếu tố đầu vào của nó một cách hợp lý hơn và có đường cung thoải hơn. Hơn nữa, mức giá cao hơn sẽ thu hút thêm nhiều hãng gia nhập ngành. Sản lượng của ngành sẽ tăng lên nhiều hơn sản lượng tăng thêm của các hãng đang ở trong ngành.

Ngược lại, nếu giá giảm, đường cung ngắn hạn của các hãng sẽ dịch chuyển xuống dưới. Nếu hãng có thể bù đắp chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn, có lẽ hãng sẽ giảm sản lượng. Trong dài hạn, mỗi hãng sẽ giảm sản lượng nhiều hơn bởi vì tất cả các yếu tố đầu vào bây giờ có thể thay đổi. Hơn nữa, một vài hãng không bù đắp được chi phí trung bình dài hạn sẽ rời bỏ ngành. Giá giảm làm sản lượng của ngành trong dài hạn giảm nhiều hơn trong ngắn hạn.

Hãng cận biên trong một ngành là hãng chỉ đủ hòa vốn.

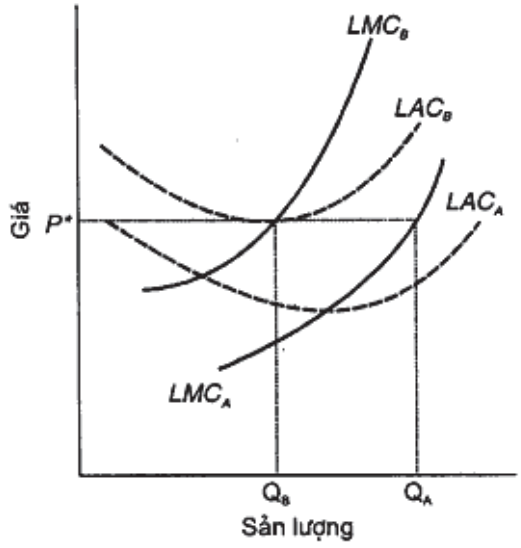
Hãng cận biên

Giả sử trong một ngành có nhiều hãng, các hãng sản xuất sản phẩm giống nhau và bán ở cùng một mức giá nhưng có các đường chi phí khác nhau chút ít. Hình 8.6 minh họa các đường chi phí cho hãng A có chi phí thấp và hãng B có chi phí cao. Một số hãng có chi phí lớn hơn A nhưng nhỏ hơn B, một số khác có chi phí lớn hơn B.

Dài hạn là khoảng thời gian mà việc điều chỉnh các yếu tố đầu vào và số lượng các hãng đã hoàn thành. Không còn có sự gia nhập mới hay rút lui khỏi ngành nữa. Giả sử trong Hình 8.6, giá trong dài hạn là P*. Hãng A sản xuất tại Q_A và thu được lợi nhuận, bởi vì P* lớn hơn LAC ở mức sản lượng Q_A. Các hãng có chi phí cao hơn hãng A không đáng kể sẽ thu được ít lợi nhuận hơn. Hãng B là hãng cuối cùng có thể tồn tại trong ngành.

Tất cả các hãng có chi phí cao hơn B không thể cạnh tranh với các hãng khác trong ngành ở P*. Nếu một hãng tiềm năng có điểm thấp nhất của đường LAC cao hơn P* một ít, nó là hãng cận biên chờ đợi để gia nhập vào ngành. Nếu bất kỳ một yếu tố nào làm cho P* tăng lên một ít, hãng cận biên này có thể gia nhập ngành.

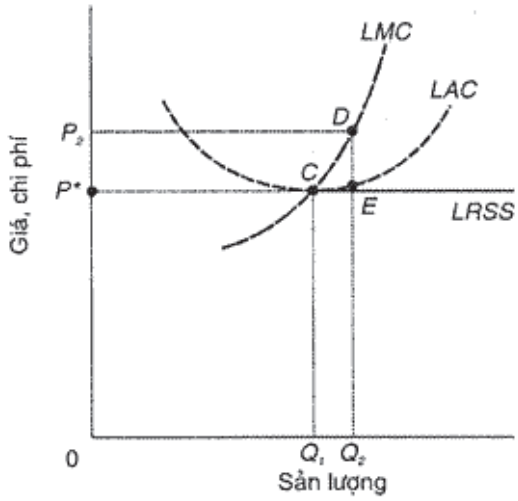
Hình 8.6 Hãng cận biên trong một ngành



Giả sử các hãng có các đường chi phí khác nhau. Hãng A có mức chi phí thấp nhất ngành, có đường chi phí trung bình dài hạn LAC_A và đường chi phí cận biên dài hạn LMC_A. Hãng B có mức chi phí cao hơn là LAC_B và LMC_B. Các hãng khác có chi phí ở giữa 2 hãng này. Ở mức giá P*, hãng A sản xuất Q_A và thu được lợi nhuận. Hãng B sản xuất ở Q_B và hòa vốn. Hãng B là hãng cận biên, tức là nhà sản xuất có chi phí cao nhất có thể tồn tại trong ngành.

Một đường cung dài hạn nằm ngang của ngành

Hình 8.7 Đường cung dài hạn nằm ngang của ngành



Khi tất cả các hãng trong ngành và các hãng tiềm năng đều có các đường chi phí giống nhau, sản lượng của ngành vẫn có thể tăng lên không cần một mức giá cao hơn P*. Lúc này, đường cung dài hạn của ngành là đường nằm ngang LRSS ở mức giá P*. Sản lượng của ngành có thể tăng lên mãi do số lượng các hãng sản xuất tại Q_1 tăng lên.

Nếu mỗi hãng có đường LMC tăng thì đường cung dài hạn của hãng cũng tăng. Đường cung của ngành hơi thoải hơn. Giá cao hơn không những tạo động lực cho các hãng đang ở trong ngành sản xuất nhiều hơn mà còn làm cho các hãng mới gia nhập ngành. Trong trường hợp đặc biệt thì đường cung dài hạn của ngành có xu hướng nằm ngang nếu tất cả các hãng trong ngành và các hãng tiềm năng có các đường chi phí giống hệt nhau (Hình 8.7). Dưới mức giá P*, không hãng nào muốn cung sản lượng. Các hãng chấp nhận P* và mỗi hãng sản xuất Q_1.

Ở mức giá P_2 lớn hơn P*, mỗi hãng sản xuất Q_2 và thu được siêu lợi nhuận. Điểm D nằm trên điểm E. Bởi vì, các hãng tiềm năng có các đường chi phí như nhau, cho nên các hãng mới ồ ạt gia nhập ngành. Đường cung của ngành nằm ngang ở mức giá dài hạn P*. Các hãng đang ở trong ngành không cần thiết phải dịch chuyển đường cung riêng của họ lên trên. Sản lượng ngành tăng lên chỉ do các hãng mới gia nhập ngành. Hình 8.7 chỉ ra đường cung dài hạn của ngành LRSS nằm ngang ở mức giá P*.

Có 2 lý do tại sao một đường cung dài hạn tăng của ngành khó có thể là một đường nằm ngang giống như đường cung của một ngành cạnh tranh hoàn hảo. Thứ nhất, tất cả các hãng trong ngành và các hãng tiềm năng khó mà có các đường chi phí giống nhau. Thứ hai, kể cả trong trường hợp các hãng có chi phí giống nhau, chúng ta có thể vẽ các đường chi phí với công nghệ và giá các yếu tố đầu vào cho trước. Mặc dù mỗi hãng nhỏ không ảnh hưởng đến giá của sản phẩm trên thị trường cũng như giá của các yếu tố đầu vào, sự mở rộng sản lượng của tất cả các hãng có thể làm tăng giá của các yếu tố đầu vào. Vì vậy, giá của sản phẩm trên thị trường có xu hướng tăng nhằm bù lại sự tăng lên của giá yếu tố đầu vào. Nói chung, đường cung dài hạn của ngành dốc lên.

8.4 So sánh tĩnh trong một ngành cạnh tranh hoàn hảo

Trong cân bằng ngắn hạn, giá làm cân bằng lượng cầu và lượng cung của tất cả các hãng đang ở trong ngành khi mỗi hãng đang hoạt động ở một điểm nằm trên đường cung ngắn hạn của hãng.

Chúng ta đã bàn luận về đường cung của ngành, bây giờ chúng ta xem xét cung và cầu kết hợp với nhau như thế nào để xác định giá cân bằng trong ngắn hạn và dài hạn.

Chúng ta sẽ cùng xem xét điểm cân bằng của một ngành cạnh tranh và áp dụng phương pháp phân tích so sánh tĩnh đã học ở Chương 3.

Chi phí tăng

Bây giờ xem xét trường hợp chi phí tăng, ví dụ giá của các yếu tố đầu vào tăng, điều này ảnh hưởng đến tất cả các hãng ở trong ngành. Đơn giản, chúng ta giả sử tất cả các hãng có cùng mức chi phí và vì vậy, đường cung dài hạn của ngành là nằm ngang.

Trong cân bằng dài hạn, giá làm cân bằng lượng cầu và lượng cung của tất cả các hãng đang ở trong ngành khi mỗi hãng đang hoạt động ở một điểm nằm trên đường cung dài hạn của hãng và các hãng có thể tự do gia nhập hay rút lui khỏi ngành.

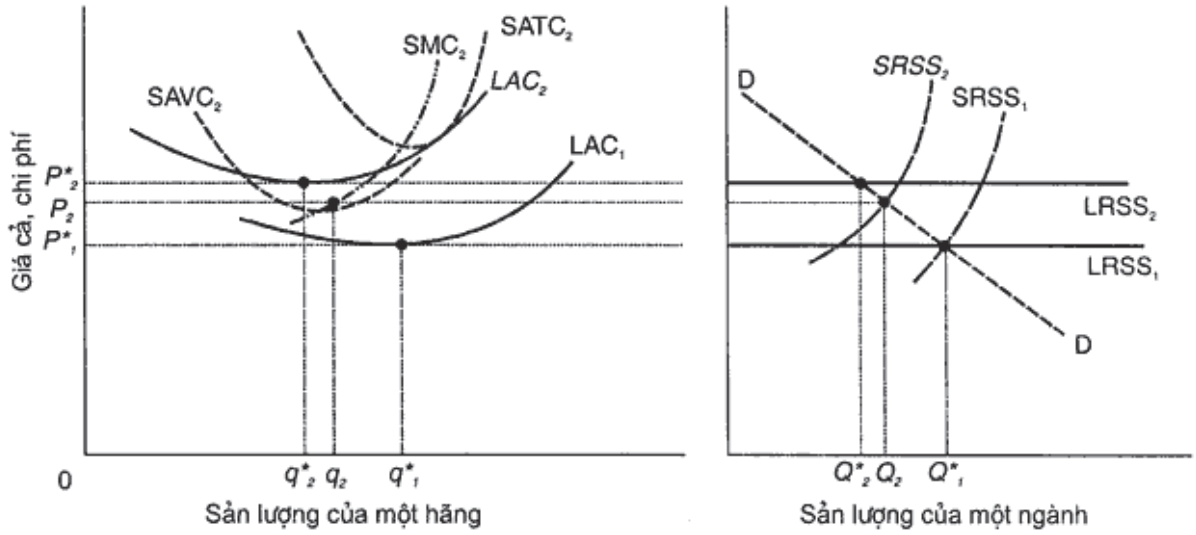
So sánh tĩnh xem xét trạng thái cân bằng sẽ thay đổi như thế nào khi đường cầu hoặc các đường chi phí dịch chuyển.

Hình 8.8 minh họa ngành cạnh tranh hoàn hảo gặp phải đường cầu dốc xuống DD. Ban đầu, đường cung dài hạn là $LRSS_1$. Thị trường cân bằng ở mức giá P^*_1 và Q^*_1. Đường cung ngắn hạn của ngành là $SRSS_1$. Thị trường đạt cân bằng ngắn hạn và dài hạn.

Hình bên trái chỉ ra mỗi hãng cung q^*_1 ở điểm thấp nhất của đường LAC_1. Đó cũng là điểm thấp nhất trên đường SATC và vì vậy cũng nằm trên đường SMC, mặc dù vị trí ban đầu của 2 đường này không được vẽ trên Hình 8.8. N_1 là số lượng hãng trong ngành cung ở mức sản lượng q^*_1. Vậy, tổng sản lượng là $Q^*_1 = N_1 q^*_1$.

Khi giá của các yếu tố đầu vào tăng lên, chi phí của tất cả các hãng đều tăng. LAC_2 là đường chi phí trung bình dài hạn mới của một hãng. Trong ngắn hạn, một hãng vẫn còn một số yếu tố đầu vào cố định. $SATC_2$ và $SAVC_2$ là các đường tổng chi phí trung bình và chi phí biến đổi trung bình. Chi phí cận biên ngắn hạn SMC_2 đi qua 2 điểm thấp nhất của 2 đường này. Đường SMC_2 phần nằm trên điểm thấp nhất của $SAVC_2$ là đường cung ngắn hạn của hãng. Trong ngắn hạn, số lượng hãng trong ngành là không đổi.

Hình 8.8 Chi phí tăng trong một ngành cạnh tranh



Tại cân bằng dài hạn ban đầu của ngành, ngành sản xuất Q^*_1 ở giá P^*_1. Mỗi hãng sản xuất q^*_1 ở điểm thấp nhất trên LAC_1. Đường cung dài hạn $LRSS_1$ là nằm ngang ở giá P^*_1. Trong ngắn hạn, khi chi phí tăng lên, hãng vẫn có các yếu tố sản xuất cố định và số lượng hãng không đổi. Mỗi hãng sản xuất q_2 ở mức giá cân bằng ngắn hạn $P_2 = SMC_2$. Tất cả các hãng sản xuất Q_2. Bởi vì các hãng lỗ, một vài hãng rời bỏ ngành. Đường cung dài hạn mới của ngành là $LRSS_2$ nằm ngang ở P^*_2, điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình dài hạn mới của mỗi hãng LAC_2. Mỗi hãng bây giờ sản xuất q^*_2. Sản lượng của ngành là Q^*_2.

Cộng theo chiều ngang đường cung của N_1 hãng, chúng ta có đường cung ngắn hạn mới của ngành $SRSS_2$. Cân bằng mới trong ngắn hạn là ở mức giá P_2, là giao điểm của $SRSS_2$ cắt đường cầu. Mỗi hãng sản xuất q_2 theo nguyên tắc $P_2 = SMC_2$. Tổng sản lượng là $Q_2 = N_1 q_2$. Các hãng chỉ bù đắp được chi phí biến đổi, không bù đắp được chi phí cố định. Các hãng bị lỗ.

Theo thời gian, hãng thay đổi các yếu tố đầu vào cố định và một vài hãng rời khỏi ngành. Cân bằng dài hạn là tại P^*_2 bởi vì đường cung dài hạn mới của ngành $LRSS_2$ là nằm ngang ở mức giá P^*_2. Mỗi hãng chỉ bù đắp được chi phí trung bình dài hạn tối thiểu và cung q^*_2. Số lượng hãng bây giờ là N_2, vậy $Q^*_2 = N_2 q^*_2$.

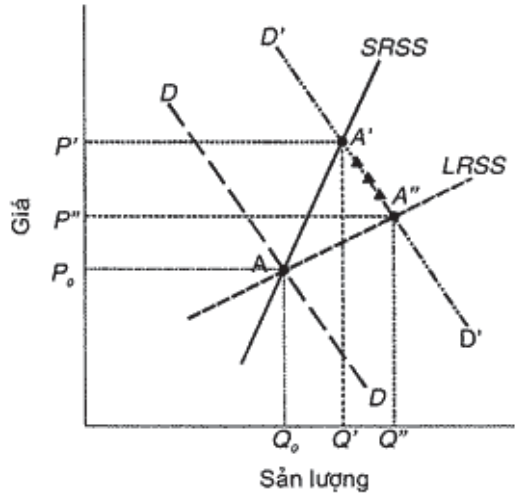
Hình 8.8 minh họa 2 điểm về sự thay đổi của cân bằng dài hạn. Thứ nhất, giá các yếu tố đầu vào tăng làm cho người tiêu dùng phải chịu mức giá cao hơn. Điểm cân bằng dài hạn của hãng cận biên (ở đây là tất cả các hãng, bởi vì chúng có chi phí giống nhau) chính là điểm hòa vốn, vì vậy không còn động cơ cho việc gia nhập hay rút lui nữa. Vậy, giá tăng vẫn bù đắp được sự tăng lên của chi phí trung bình tối thiểu.

Thứ hai, bởi vì giá tăng làm giảm lượng cầu, dẫn đến sản lượng của ngành giảm xuống.

Đường cầu thị trường dịch chuyển

Hình 8.9 minh họa ảnh hưởng khi đường cầu dịch chuyển lên trên từ DD đến D'D'. Điều này ảnh hưởng đến sản lượng của ngành. Bạn hãy minh họa điều gì xảy ra với mỗi hãng bằng hình vẽ của mình như chúng ta đã làm trong Hình 8.8.

Hình 8.9 **Đường cầu dịch chuyển trong một ngành cạnh tranh**



Điểm cân bằng ban đầu là A. Khi đường cầu dịch chuyển từ DD đến D'D', điểm cân bằng ngắn hạn mới là A'. Khi các yếu tố cố định đó được thay đổi và các hãng mới gia nhập ngành, điểm cân bằng vận động từ A' đến điểm cân bằng dài hạn mới A".

Điểm cân bằng dài hạn ban đầu của ngành là A. Trong ngắn hạn, mỗi hãng có các yếu tố đầu vào cố định và số lượng hãng trong ngành là không thay đổi. Cộng theo chiều ngang các đường cung ngắn hạn của các hãng ta có đường cung ngắn hạn của ngành SRSS. Điểm cân bằng ngắn hạn mới của ngành là A'. Khi cầu tăng, giá tăng lên làm cho các hãng vận động lên trên dọc theo đường cung ngắn hạn dốc với các yếu tố đầu vào cố định cho trước.

Trong dài hạn, các hãng có thể điều chỉnh tất cả các yếu tố đầu vào và đường cung dài hạn của ngành thoải hơn. Hơn nữa, nhiều hãng gia nhập vào ngành vì các hãng trong ngành đang thu được siêu lợi nhuận. Hình 8.9 giả định cung dài hạn của ngành cũng tăng lên. Mức giá cao có thể thu hút nhiều hãng có chi phí cao hơn gia nhập ngành hoặc các hãng mở rộng sản xuất làm tăng giá một số đầu vào. Cân bằng dài hạn mới là A''. So với điểm cân bằng ngắn hạn A', tổng sản lượng tăng lên. Nhưng, việc lựa chọn tốt hơn các yếu tố đầu vào và việc gia nhập của các hãng mới làm tăng cung dẫn đến giá cân bằng giảm.

8.5 Cạnh tranh toàn cầu

Sự thay đổi ở thị trường trong nước thường phản ảnh các sự kiện ở thị trường nước ngoài. Giá cả ở Tây Âu trong những năm 1990 giảm sau khi các nhà cung cấp từ Liên Xô cũ tham gia vào nền kinh tế thế giới. Giá len ở EU tăng khi hạn hán ở Úc ảnh hưởng đến người nông dân ở đây. Các thị trường cạnh tranh ở các nước khác nhau được liên kết với nhau thông qua thương mại quốc tế.

Khi chi phí vận chuyển thấp, giá hàng hóa trong một nước không chênh nhiều lắm so với các nước khác. Trong trường hợp đặc biệt, thì đã có "Quy tắc một giá". Nếu không có trở ngại gì và không có chi phí vận chuyển, giá của một số hàng hóa là như nhau ở tất cả các nơi trên thế giới. Những người bán sẽ bán trên thị trường với mức giá cao nhất còn người mua sẽ mua trên thị trường với mức giá thấp nhất. Trao đổi làm cho hai mức giá này bằng nhau.

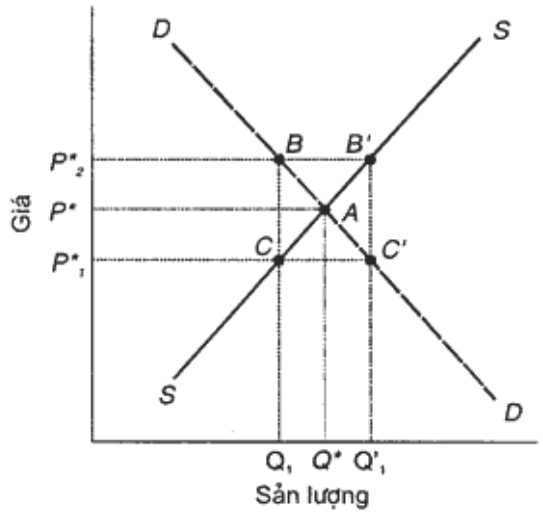
Trong thực tế, chi phí vận chuyển và các hàng rào thương mại, ví dụ thuế nhập khẩu làm cho giá của một số loại hàng hóa khác nhau ở các thị trường khác nhau. Tuy nhiên, trừ phi chi phí vận chuyển quá đắt và hàng rào thương mại vẫn còn, cạnh tranh quốc tế có nghĩa là giá của cùng loại hàng hóa ở các thị trường khác nhau nói chung là có xu hướng thay đổi giống nhau.

Bây giờ chúng ta sẽ minh họa cạnh tranh toàn cầu trong trường hợp không có chi phí vận chuyển và hàng rào thương mại. Người sản xuất và người tiêu dùng trên toàn thế giới là một phần trong một thị trường thống nhất.

Cân bằng trên thị trường nội địa

Hình 8.10 minh họa đường cung nội địa SS và đường cầu nội địa DD của một hàng hóa. Ban đầu, có lẽ do nước này đánh thuế nhập khẩu quá cao cho nên không có thương mại quốc tế. Điểm cân bằng trên thị trường nội địa là A, với mức giá P* và lượng Q*.

Hình 8.10 Cân bằng nội địa và giá quốc tế



SS và DD là đường cung và đường cầu nội địa của một loại hàng hóa khi tham gia thị trường thế giới. Khi không có thương mại quốc tế, điểm cân bằng của thị trường trong nước là A. Khi giá cân bằng của thị trường thế giới là P*, cân bằng vẫn xảy ra tại A. Khi giá cân bằng thế giới là P^*_1, các nhà sản xuất nội địa cung Q_1 và lượng cầu nội địa là Q'_1. Dư cầu (khoảng cách giữa C và C') được đáp ứng bằng nhập khẩu. Ngược lại, khi giá thế giới là P^*_2, các nhà sản xuất trong nước cung Q'_1, lượng cầu trong nước là Q_1 và dư cung (khoảng cách giữa B và B') được giải quyết bằng xuất khẩu.

Sau đó, thuế nhập khẩu bị bãi bỏ. Bây giờ có một đường cung thế giới được xác định bằng cách cộng đường cung của mỗi nước và một đường cầu thế giới. Hai đường này cắt nhau xác định mức giá cho hàng hóa này. Giả sử thị trường nội địa là quá nhỏ so với thị trường thế giới và không có ảnh hưởng gì đến giá của hàng hóa này. Một trong 3 trường hợp sau có thể xảy ra. Hình 8.10 minh họa cả 3 trường hợp này. Thứ nhất, nếu giá thế giới là P*, giá này cũng là giá cân bằng của thị trường nội địa, điểm A vẫn là điểm cân bằng trên thị trường nội địa. Luật một giá có hiệu lực. Không có động cơ để thực hiện thương mại quốc tế. Cung nội địa bằng cầu nội địa. Nhập khẩu và xuất khẩu bằng 0.

Thứ hai, nếu giá thế giới là P^*_1, thấp hơn mức giá nội địa, người tiêu dùng trong nước từ chối trả nhiều hơn mức giá P^*_1. Người sản xuất trong nước không thể nào bán được nhiều hơn mức giá P^*_1. Vì vậy, họ sẽ cung tại Q_1. Người tiêu dùng cầu tại Q'_1, và lượng nhập khẩu là (Q'_1 - Q_1), bằng độ dài CC'.

Thứ ba, nếu mức giá thế giới là P^*_2, người tiêu dùng trong nước sẽ mua tại Q_1 nhưng người sản xuất lại cung tại Q'_1. Lượng xuất khẩu ra nước ngoài là (Q'_1 - Q_1), chính bằng khoảng cách giữa B và B'.

Sự thay đổi của thị trường thế giới ảnh hưởng thị trường nội địa

Giá thế giới tăng lên sẽ ảnh hưởng đến thị trường nội địa, như minh họa trên Hình 8.10. Giá dầu trên thế giới là P^*_1. Các công ty dầu của Anh cung Q_1 nhưng lượng cầu là Q'_1, vậy lượng dầu nhập khẩu là (Q'_1 - Q_1). Bây giờ OPEC hạn chế sản lượng dầu và giá dầu trên thế giới tăng lên. Điều này gây ra 2 ảnh hưởng. Thứ nhất, nó làm giảm lượng cầu về dầu ở Anh. Thứ hai, những người sản xuất dầu ở Anh có thể đặt mức giá cao hơn và vận động dọc theo đường cung đến một mức sản lượng cao hơn.

Bởi vì, lượng cầu nội địa giảm nhưng lượng cung nội địa tăng, làm cho nhập khẩu dầu giảm. Nếu giá thế giới tăng đủ lớn, Anh sẽ trở thành nhà xuất khẩu ròng.

Những đề cập về thương mại quốc tế nhắc chúng ta rằng cách định nghĩa thị trường hoặc ngành trong nước có thể rộng hơn nhiều so với cách định nghĩa nền kinh tế nội địa. Khi chi phí vận chuyển là thấp và hàng rào thương mại là không đáng kể, chúng ta tham gia vào thị trường thế giới và cần tìm kiếm những yếu tố ảnh hưởng đến giá cân bằng của một loại hàng hóa.

Online Learning Centre with POWERWEB

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

8.6 Độc quyền thuần túy: trường hợp đối lập với cạnh tranh hoàn hảo

Không cần phải lo lắng về ảnh hưởng của một hãng cạnh tranh hoàn hảo đến sản lượng của ngành cũng như giá bán sản phẩm trên thị trường. Hãng có thể bán bao nhiêu sản phẩm mà hãng muốn ở mức giá thị trường. Tiếp theo, chúng ta đề cập đến một tình huống thị trường đối lập - thị trường độc quyền thuần túy.

Nhà độc quyền là người bán duy nhất và tiềm năng đối với sản phẩm của ngành.

Hãng và ngành là một. Một hãng trong nước không thể là độc quyền nếu sản phẩm tương tự được bán trên thị trường thế giới. Ví dụ, Consignia (trước đây là bưu điện) cung cấp tem của nước Anh và độc quyền về loại sản phẩm này. Airbus chỉ là nhà sản xuất máy bay lớn ở châu Âu nhưng không phải là độc quyền bởi vì nó phải đối mặt với cạnh tranh của Boeing ở tất cả các thị trường trên thế giới. Một hãng cung cấp duy nhất có lẽ còn đối mặt với sự cạnh tranh vô hình từ các đối thủ tiềm năng. Nếu vậy, nó đã không phải là độc quyền.

Hộp 8-2 Telecoms pact chấm dứt độc quyền

Trước năm 1997, nhiều thị trường nội địa của một số nước trong lĩnh vực bưu chính viễn thông có những quy định rất chặt chẽ. Anh và Mỹ đã thảo lại vài lần những quy định về bưu chính viễn thông nhưng từ năm 1997, khi mở rộng sang 68 nước thì quy định này càng ngày càng mở rộng hơn. Liên minh châu Âu cam kết đến năm 2003, hoàn thành công cuộc tự do hóa những hoạt động viễn thông cơ bản, bao gồm mạng lưới vệ tinh và điện thoại di động. Tổ chức Thương mại Thế giới dự đoán sản lượng trên thế giới trong lĩnh vực này sẽ tăng 4%.

Bảng sau khẳng định các nhà độc quyền quốc gia đã mất đi sự độc quyền do sự cạnh tranh toàn cầu. Chi phí (tính bằng pence) của một cuộc gọi đường dài 3 phút đã giảm xuống một cách đáng kể trong giai đoạn 1995 - 1999. Ví dụ này minh họa 2 điểm. Thứ nhất, nhiều nhà độc quyền là kết quả của chính sách của chính phủ quy định chỉ có một nhà cung cấp trong lĩnh vực này, những chính sách đó có thể thay đổi. Thứ hai, cần phải luôn luôn quan tâm đến quy mô của hãng trong mối quan hệ với các thị trường có liên quan. Khi sự đột phá về kỹ thuật trong công nghệ viễn thông đã làm cho thị trường có liên quan càng ngày càng rộng lớn - vệ tinh không còn bị bó buộc trong lãnh thổ một quốc gia nữa - các công ty điện thoại quốc gia phải chơi trên một sân chơi rộng lớn hơn. Sớm hay muộn thì các nhà hoạch định chính sách phải nhận thức được thực tế đó.

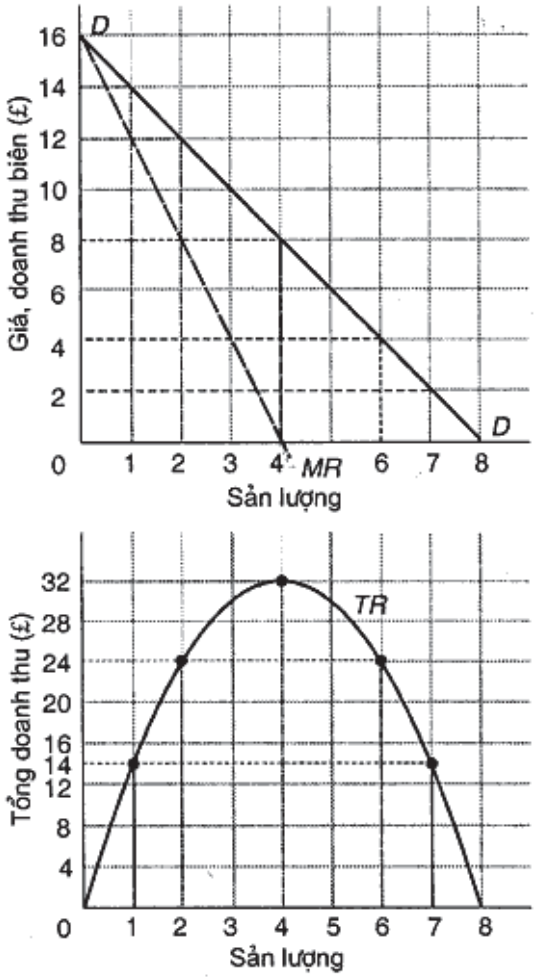
	Pháp	Đức	Ý	Bồ Đào Nha	Tây Ban Nha	Anh
1995	25	35	48	56	48	14
1999	18	11	24	25	38	12

Trước hết, chúng ta nghiên cứu quyết định của một hãng độc quyền tối đa hóa lợi nhuận mà hãng này không phải đối mặt với sự gia nhập mới hay các đối thủ nước ngoài.

Một vài hãng độc quyền là doanh nghiệp nhà nước và không nhất thiết phải hoạt động vì mục đích lợi nhuận cá nhân. Tuy nhiên, trong 2 thập kỷ qua, nhiều nước đã "tư nhân hóa" các hãng độc quyền quốc doanh. Phần còn lại của chương sẽ đề cập đến hành vi của cả các hãng độc quyền tư nhân hiện có và các hãng độc quyền quốc doanh sau khi được tư nhân hóa.

8.7 Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của một hãng độc quyền

Hình 8.11 Cầu, tổng doanh thu và doanh thu cận biên



Tổng doanh thu (TR) bằng giá nhân với sản lượng. Từ đường cầu DD, chúng ta có thể vẽ được đường TR ở mỗi mức sản lượng. TR lớn nhất là 32£, ở mức sản lượng bằng 4 và bán với mức giá 8£/đơn vị. Doanh thu cận biên (MR) chỉ ra TR thay đổi như thế nào khi sản lượng tăng lên một lượng nhỏ. MR nằm dưới đường cầu DD. Từ mức giá của từng đơn vị bán thêm, chúng ta phải trừ đi phần mất của doanh thu từ những đơn vị hiện có khi giá giảm. Phần mất này càng lớn nếu số lượng hàng hiện có càng nhiều và cầu càng ít co giãn. Đường MR càng nằm xa phía dưới đường cầu DD nếu sản lượng càng lớn và cầu càng ít co giãn. Từ mức sản lượng bằng 4, MR là âm và bán thêm đơn vị hàng hóa làm cho TR giảm.

Để tối đa hóa lợi nhuận bất kỳ một hãng nào cũng chọn mức sản lượng tại đó doanh thu cận biên MR bằng chi phí cận biên MC (SMC trong ngắn hạn và LMC trong dài hạn). Sau đó hãng sẽ xem xét liệu có đủ bù đắp chi phí trung bình (SAVC trong ngắn hạn và LAC trong dài hạn).

Điểm đặc biệt của một hãng cạnh tranh là P = MR. Bán thêm một đơn vị sản lượng không làm giảm giá và cũng không làm giảm doanh thu thu được so với các đơn vị trước đó. Phần thay đổi trong tổng doanh thu cũng chính là giá bán thêm một đơn vị hàng hóa.

Ngược lại, đường cầu mà một hãng độc quyền phải đối mặt cũng chính là đường cầu của ngành và dốc xuống. Vì vậy, khi bán thêm một đơn vị sản phẩm, MR nhỏ hơn giá. Hãng độc quyền biết rằng sản lượng có thêm sẽ làm giảm doanh thu từ các đơn vị chưa bán. Để bán được nhiều hơn, phải giảm giá của tất cả các đơn vị hàng hóa.

Với một đường cầu dốc xuống, Hình 8.11 cho thấy giá, doanh thu cận biên và tổng doanh thu có quan hệ với nhau như thế nào. Cầu càng ít co giãn thì giá giảm nhiều hơn khi bán thêm một đơn vị hàng hóa, làm giảm doanh thu từ những đơn vị hàng hóa hiện có. Ở bất kỳ mức sản lượng nào, MR càng nằm thấp hơn đường cầu nếu cầu càng ít co giãn. Cũng vậy, số lượng hàng hóa hiện có càng nhiều, thì giá giảm khi bán thêm một đơn vị hàng hóa càng làm cho doanh thu giảm nhiều. Với một đường cầu cho trước, MR giảm càng nhiều so với giá thì có nghĩa là sản lượng bán được càng nhiều.

Từ một mức sản lượng nhất định (4 trong Hình 8.11), phần doanh thu mất đi vượt quá phần doanh thu thu thêm từ đơn vị hàng hóa bán thêm. Doanh thu cận biên là âm. Bán thêm hàng hóa chỉ làm cho tổng doanh thu giảm.

Nếu xét về khía cạnh chi phí, chỉ với một người sản xuất, các đường chi phí của một hãng đã học trong Chương 8 được đưa vào đây. Độc quyền có các đường chi phí thông thường như chi phí trung bình, cận biên, ngắn hạn và dài hạn. Đơn giản, chúng ta chỉ đề cập đến các đường chi phí dài hạn.

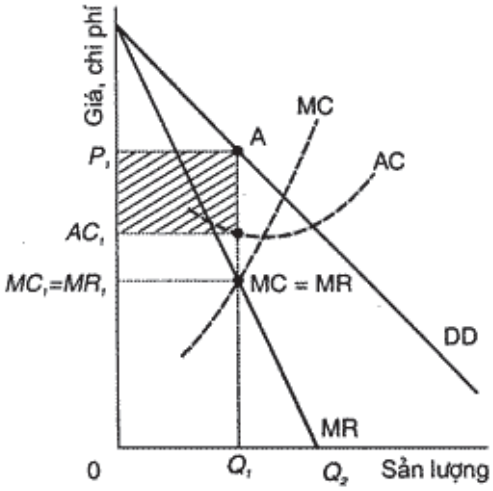
Bảng 8.2 Độc quyền tối đa hóa lợi nhuận

	Điều kiện cận biên			Điều kiện trung bình			
				Ngắn hạn		Dài hạn	
	MR > MC	MR = MC	MR < MC	P > SAVC	P < SAVC	P > LAC	P < LAC
Sản lượng	Tăng	Tối ưu	Giảm	Sản xuất	Đóng cửa	Ở lại	Rời bỏ

Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận

Khi MR = MC tương ứng với mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận. Sau đó, hãng độc quyền sẽ xem xét liệu ở mức sản lượng này, giá (doanh thu trung bình) có bù đắp được chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn và tổng chi phí trung bình dài hạn không. Nếu không, hãng độc quyền nên đóng cửa trong ngắn hạn và rời bỏ ngành trong dài hạn. Bảng 8.2 tóm tắt những quyết định về sản lượng của hãng.

Hình 8.12 Điểm cân bằng của độc quyền: MC = MR



Áp dụng điều kiện cận biên, hãng độc quyền tối đa hóa lợi nhuận sản xuất ở mức sản lượng Q, tương ứng với MR = MC. Sau đó, hãng sẽ kiểm tra xem giá có bù đắp được chi phí trung bình không. Trong hình vẽ, Q_1 có thể bán ở giá P_1, cao hơn AC_1. Lợi nhuận độc quyền là diện tích hình gạch chéo $(P_1 - AC_1)Q_1$.

Hình 8.12 minh họa đường chi phí trung bình AC với dạng phổ biến hình chữ U. Đường chi phí cận biên MC đi qua điểm thấp nhất của đường AC. Đường doanh thu cận biên MR nằm dưới đường cầu DD dốc xuống. Cho MR = MC, hãng chọn mức sản lượng Q_1. Để xác định mức giá tại mức sản lượng này, chúng ta dựa vào đường cầu DD. Độc quyền bán sản lượng Q_1 tại mức giá P_1. Lợi nhuận đơn vị là $(P_1 - AC_1)$ và tổng lợi nhuận là hình gạch chéo $(P_1 - AC_1)Q_1$.

Trong dài hạn, hãng độc quyền thu được siêu lợi nhuận hay còn gọi là lợi nhuận độc quyền. Không giống như ngành cạnh tranh, siêu lợi nhuận của nhà độc quyền không bị mất do có nhiều hãng gia nhập và giá giảm xuống. Độc quyền không lo lắng về sự gia nhập tiềm năng. Khi không có sự gia nhập, chúng ta sẽ loại bỏ cơ chế này do đó siêu lợi nhuận không còn nữa trong dài hạn.

Đặt giá

Hãng cạnh tranh là một người chấp nhận giá, hãng độc quyền đặt giá cho sản phẩm và gọi là người đặt giá. Khi quyết định sản xuất ở Q_1, hãng độc quyền đặt giá tại P_1 vì biết rằng ở mức giá này người tiêu dùng cầu Q_1.

Độ co giãn và doanh thu cận biên

Khi co giãn của cầu nằm giữa 0 và -1, cầu là không co giãn và sản lượng tăng làm tổng doanh thu giảm. Doanh thu cận biên âm. Nghĩa là phần trăm giảm của giá lớn hơn phần

trăm tăng trong lượng cầu. Tất cả các mức sản lượng ở phía bên phải Q_2 đều có MR âm. Đường cầu là không co giãn ở những mức sản lượng lớn hơn Q_2. Ở những mức sản lượng thấp hơn Q_2, đường cầu là co giãn. Mức sản lượng cao hơn dẫn đến tổng doanh thu cao hơn. Doanh thu cận biên là dương.

Độc quyền quyết định sản lượng theo MR = MC. MC phải dương, cho nên MR cũng dương. Mức sản lượng được lựa chọn nằm bên trái Q_2. Một nhà độc quyền không bao giờ sản xuất ở phần không co giãn của đường cầu.

Giá, chi phí cận biên và sức mạnh độc quyền

Phần chênh lệch giữa giá và chi phí cận biên đo lường **sức mạnh độc quyền.**

Ở bất kỳ mức sản lượng nào, giá lớn hơn doanh thu cận biên vì đường cầu là dốc xuống. Vì vậy, khi đặt MR = MC nhà độc quyền đặt một mức giá lớn hơn chi phí cận biên. Ngược lại, một hãng cạnh tranh luôn đặt giá bằng chi phí cận biên, bởi vì giá luôn bằng doanh thu cận biên của hãng. Một hãng cạnh tranh không thể tăng giá lớn hơn chi phí cận biên và không có sức mạnh độc quyền. Đường cầu của hãng độc quyền càng ít co giãn, thì doanh thu cận biên càng thấp hơn nhiều so với giá, giá càng chênh lệch nhiều so với chi phí cận biên, hãng càng có sức mạnh độc quyền lớn.

So sánh tĩnh đối với một hãng độc quyền

Hình 8.12 cũng được sử dụng để phân tích sự thay đổi trong chi phí hoặc cầu. Giả sử chi phí tăng làm dịch chuyển đường MC và AC lên trên. Đường MC cao hơn sẽ cắt đường MR ở mức sản lượng thấp hơn. Nếu hãng độc quyền có thể bán số lượng sản phẩm này ở mức giá đủ bù đắp chi phí trung bình, ảnh hưởng của chi phí tăng là làm sản lượng giảm. Bởi vì đường cầu là dốc xuống, sản lượng thấp hơn đồng nghĩa với giá cân bằng sẽ cao hơn.

Tương tự, với các đường chi phí như Hình 8.12, giả sử đường cầu và đường doanh thu cận biên dịch chuyển lên trên ra bên ngoài. MR bây giờ cắt MC ở mức sản lượng cao hơn. Vậy khi cầu tăng sẽ làm sản lượng của hãng độc quyền tăng.

8.8 Giá, sản lượng trong độc quyền và cạnh tranh

Bây giờ chúng ta so sánh ngành cạnh tranh hoàn hảo với ngành độc quyền. So sánh này cần điều kiện là cả 2 ngành đều có đường cầu và đường chi phí như nhau. Vậy một ngành có thể thay đổi như thế nào nếu đầu tiên nó có cấu trúc là ngành cạnh tranh sau đó lại là một ngành độc quyền.

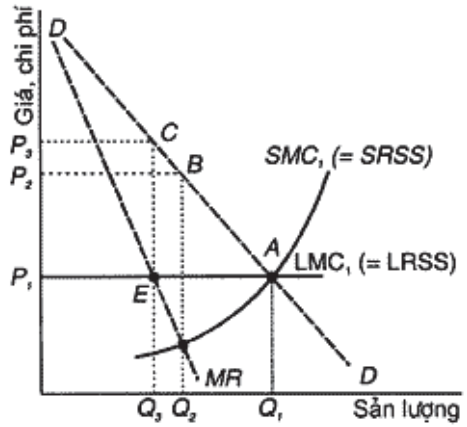
Chương 9 giải thích tại sao một số ngành là cạnh tranh trong khi một số ngành khác là độc quyền. Nếu lý thuyết này đúng, một ngành có thể vừa là cạnh tranh vừa là độc quyền không? Chỉ trong vài trường hợp đặc biệt.

So sánh một ngành cạnh tranh với một ngành độc quyền nhiều nhà máy

Bây giờ đề cập đến một ngành cạnh tranh mà tất cả các hãng trong ngành và các hãng gia nhập tiềm năng đều có các đường chi phí giống nhau. Trong Hình 8.13, LRSS là đường cung dài hạn nằm ngang của ngành cạnh tranh. Ngành đối mặt với đường cầu DD, có điểm cân bằng dài hạn là A với mức giá P_1 và sản lượng Q_1. LRSS nằm ngang tại mức giá P_1, điểm thấp nhất trên đường LAC của mỗi hãng. Bất kỳ một mức giá nào khác cũng sẽ dẫn đến sự gia nhập mới hay rút lui khỏi ngành. LRSS cũng là đường chi phí cận biên dài hạn của ngành LMC_1 do việc mở rộng sản lượng từ các hãng mới gia nhập ngành.

Mỗi hãng sản xuất ở điểm thấp nhất của đường LAC và hòa vốn. Đường chi phí cận biên cắt điểm thấp nhất của đường chi phí trung bình. Vì vậy, mỗi hãng sẽ nằm trên đường SMC và LMC của chính hãng. SRSS, đường cung ngắn hạn của ngành, được xác định bằng cách cộng theo chiều ngang đường SMC của tất cả các hãng. Đây cũng là đường chi phí cận biên ngắn hạn của ngành SMC_1 do việc mở rộng sản lượng của các hãng đang ở trong ngành với một số yếu tố đầu vào cố định tạm thời. Bởi vì SRSS cắt đường cầu tại P_1, ngành đạt cân bằng cả trong ngắn hạn và dài hạn.

Hình 8.13 **Hãng độc quyền sản xuất ít hơn, đặt giá cao hơn**



Điểm cân bằng dài hạn trong một ngành cạnh tranh xảy ra tại A. Tổng sản lượng là Q_1 và giá là P_1. Một ngành độc quyền lại đặt $MR = SMC_1$, hạn chế sản lượng ở Q_2 và tăng giá đến P_2. Trong dài hạn, độc quyền đặt $MR = LMC_1$, giảm sản lượng đến Q_3 và tăng giá đến P_3. Không có sự gia nhập mới cạnh tranh làm mất siêu lợi nhuận P_3CEP_1 bằng việc tăng sản lượng của ngành.

Bắt đầu từ vị trí này, ngành cạnh tranh trở thành một ngành độc quyền. Ngành độc quyền chia làm nhiều nhà máy (hãng) nhưng quyết định sản lượng và giá là tập trung. Một thời gian, hãng độc quyền vẫn duy trì nhiều nhà máy như trong ngành cạnh tranh. Bởi vì, hãng và ngành bây giờ là một, SMC_1 vẫn là đường chi phí cận biên ngắn hạn của hãng độc quyền được cộng theo chiều ngang đường chi phí cận biên của tất cả các nhà máy[1]. Tuy nhiên, hãng độc quyền biết rằng tổng sản lượng cao hơn sẽ kéo giá xuống thấp hơn.

Trong ngắn hạn, hãng độc quyền đặt SMC_1 = MR, đạt điểm cân bằng là B. Sản lượng là Q_2 và giá là P_2. So với điểm cân bằng cạnh tranh tại A, độc quyền đặt giá cao hơn và cung sản lượng ít hơn.

Trong dài hạn, hãng độc quyền có thể thiết lập thêm một số nhà máy mới hay đóng cửa một số nhà máy hiện tại. Dù lỗ hay thu lợi nhuận ngắn hạn tại B (chúng ta cần vẽ đường SATC để xác định điều này), hãng độc quyền trong dài hạn sẽ rời khỏi ngành hoặc loại bỏ một số nhà máy hiện tại.

Hãng độc quyền cắt bớt sản lượng để đẩy giá lên. Trong dài hạn, hãng phải cho mỗi nhà máy hoạt động ở điểm thấp nhất trên đường LAC. Cần phải đóng cửa một số nhà máy để giảm sản lượng. Trong dài hạn, độc quyền đặt LMC_1 = MR và đạt điểm cân bằng C. Giá tăng đến P_3 và sản lượng giảm đến Q_3. Lợi nhuận dài hạn chính là phần diện tích hình P_3CEP_1, bởi vì P_1 vẫn là chi phí trung bình dài hạn khi tất cả các nhà máy đang ở điểm thấp nhất của đường LAC của chính mỗi nhà máy.

Bởi vì MR nhỏ hơn giá, hãng độc quyền sản xuất ít hơn và đặt mức giá cao hơn ngành cạnh tranh. Tuy nhiên, trong ví dụ này có một sự ngăn chặn hợp pháp việc gia nhập của các đối thủ cạnh tranh, điều này làm cho hãng độc quyền thành công trong dài hạn. Nếu không, với các đường chi phí như nhau, các hãng khác sẽ thiết lập sự cạnh tranh, mở rộng sản lượng của ngành và cạnh tranh làm mất đi siêu lợi nhuận. Không có sự gia nhập mới chính là bản chất của độc quyền.

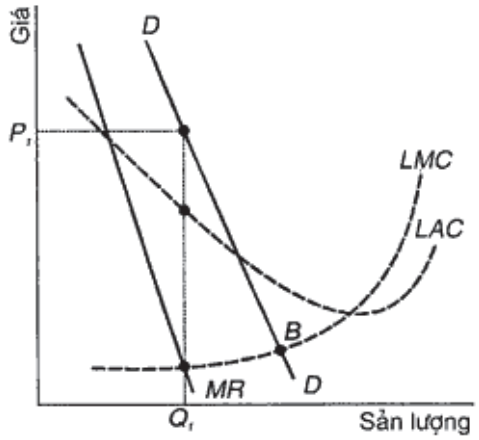
[1] Trong 1 ngành cạnh tranh, mỗi hãng đều cân bằng giữa giá và chi phí cận biên. Như vậy, các hãng sản xuất với cùng 1 mức chi phí cận biên. Chúng ta có thể tổng hợp theo chiều ngang (tại cùng 1 mức giá) để xây dựng đường SMC của ngành. Một nhà độc quyền nhiều nhà máy không cần thiết phải cân bằng MC giữa tất cả các nhà máy nhưng luôn nhận thấy việc làm như thế là có lợi. Nếu chi phí cận biên trong 2 nhà máy khác nhau, nhà độc quyền có thể sản xuất cùng mức sản lượng như cũ với chi phí thấp hơn bằng cách sản xuất thêm ở nhà máy có MC thấp và giảm sản xuất ở nhà máy có MC cao. Như vậy, SMC của nhà độc quyền ở các nhà máy vẫn bằng tổng theo chiều ngang của SMC của từng nhà máy, giống như trong ngành cạnh tranh.

So sánh một hãng độc quyền một nhà máy với một ngành cạnh tranh

Thay vì nghiên cứu một hãng độc quyền có được nhờ thâu tóm nhiều hãng cạnh tranh, chúng ta xem xét một hãng độc quyền đáp ứng toàn bộ cầu của ngành chỉ với một nhà máy. Đây là hình thức hợp lý nhất khi tính kinh tế của quy mô là rất lớn. Chi phí ban đầu để thiết lập mạng lưới điện thoại quốc gia là rất tốn kém. Nhưng một khi mạng lưới này đã được thiết lập thì chi phí kết nối khi có thêm người thuê bao là thấp.

Các hãng độc quyền hưởng lợi từ tính kinh tế của quy mô lớn - LAC luôn giảm xuống khi sản lượng tăng - được gọi là độc quyền tự nhiên. Tính kinh tế của quy mô lớn giải thích tại sao chỉ có duy nhất một hãng cung sản lượng và không lo sợ việc gia nhập của các hãng khác. Các hãng mới nhỏ hơn sẽ bị ngăn chặn do bị bất lợi vì chi phí.

Hình 8.14 **Độc quyền tự nhiên với tính kinh tế của quy mô**



Đường LAC luôn giảm xuống trong phạm vi sản lượng mà hãng độc quyền có thể bán. Tính kinh tế theo quy mô lớn so với quy mô thị trường. Hãng độc quyền sản xuất Q_1 tại mức giá P_1 và thu lợi nhuận. Nếu nó cố gắng hành động như một hãng cạnh tranh chấp nhận giá thì sẽ sản xuất tại B tương ứng với P = LMC và bị lỗ. Khi nhận thức ảnh hưởng của sản lượng đến giá bán hàng hóa, thì hãng độc quyền một nhà máy có thể làm tốt hơn nhiều. Ngành sẽ không thể ủng hộ quá nhiều hãng nhỏ. Mỗi hãng có chi phí trung bình cao ở những mức sản lượng thấp. Ngành không thể trở thành một ngành cạnh tranh.

Hình 8.14 minh họa một hãng độc quyền tự nhiên. Trong dài hạn, đường chi phí trung bình và chi phí cận biên của hãng là LAC và LMC. Với vị trí đường cầu như trong hình vẽ, đường LAC giảm xuống trong khoảng sản lượng hãng có thể bán. Hãng độc quyền này sản xuất tại LMC = MR, cung sản lượng Q_1 tại mức giá P_1. Ở mức sản lượng này, P lớn hơn LAC. Độc quyền thu được siêu lợi nhuận và rất thỏa mãn tiếp tục kinh doanh.

Không hợp lý khi so sánh điểm cân bằng của độc quyền tự nhiên với trường hợp hãng hành động như cạnh tranh hoàn hảo. Với tính kinh tế của quy mô, chỉ có duy nhất một hãng trong ngành. LAC là đường chi phí của mỗi hãng. Nếu có quá nhiều hãng nhỏ mà mỗi hãng sản xuất với tỷ lệ quá nhỏ trong tổng sản lượng thì chi phí trung bình sẽ rất lớn. Bằng việc mở rộng quy mô, hãng lớn có thể bán với giá rất rẻ và loại họ ra. Ngành này buộc chỉ có một hãng cung cấp sản phẩm. Độc quyền tự nhiên sẽ tối đa hóa lợi nhuận chỉ bằng việc cho rằng doanh thu cận biên không bằng giá.

8.9 Độc quyền không có đường cung

Một hãng cạnh tranh sẽ đặt giá bằng chi phí cận biên nếu hãng vẫn còn tiếp tục cung sản lượng. Nếu chúng ta biết đường chi phí cận biên thì chúng ta biết hãng sẽ cung bao nhiêu ở mỗi mức giá. Tổng hợp của các hãng, chúng ta cũng xác định được cả ngành sẽ cung bao nhiêu ở mỗi mức giá. Vậy, chúng ta có thể vẽ đường cung mà không cần biết thông tin về đường cầu. Sau đó, chúng ta phân tích cung và cầu gặp nhau như thế nào để xác định giá và lượng cân bằng.

Nhưng sản lượng của một hãng độc quyền lại bị ảnh hưởng của cả chi phí cận biên và doanh thu cận biên. Hình 8.15 minh họa một đường LMC cho trước. Hãng độc quyền sẽ sản xuất bao nhiêu ở mức giá P_1. Điều này phụ thuộc vào cầu và doanh thu cận biên.

Khi đường cầu là DD, doanh thu cận biên là MR, hãng sẽ sản xuất Q_1 ở mức giá P_1. Nếu đường cầu là D'D', doanh thu cận biên là MR', độc quyền sẽ sản xuất Q_2 nhưng vẫn bán ở mức giá P_1.

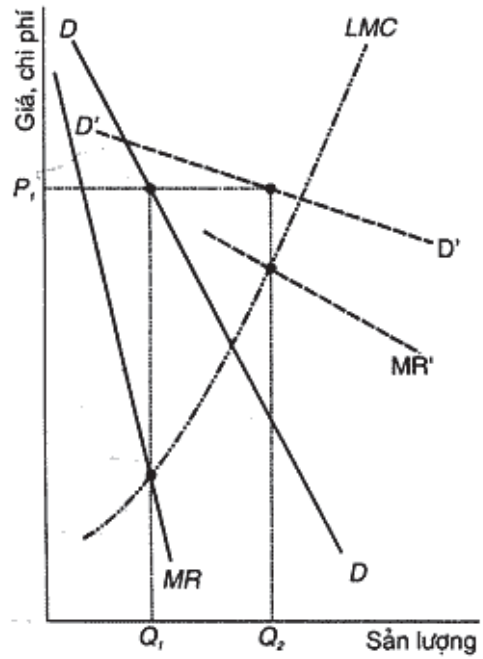
Hãng độc quyền không có đường cung vì phụ thuộc vào các điều kiện cầu. Hơn nữa nhà độc quyền đồng thời phải dựa vào cả cầu (doanh thu cận biên) và chi phí (chi phí cận biên) để quyết định sản xuất bao nhiêu và đặt mức giá nào.

Độc quyền phân biệt giá

Phân biệt giá nghĩa là đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau.

Từ trước đến bây giờ chúng ta vẫn giả định rằng tất cả khách hàng đều chịu cùng một mức giá. Không giống như một ngành cạnh tranh, khi mà cạnh tranh ngăn cản không cho hãng đặt mức giá cao hơn so với các đối thủ, nhà độc quyền có thể đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau.

Hình 8.15 Không có đường cung trong độc quyền



Với đường cầu DD và đường doanh thu cận biên tương ứng MR độc quyền sản xuất tại Q_1 và đặt giá P_1. Tuy nhiên, khi đối mặt với D'D' và MR', độc quyền sản xuất tại Q_2 nhưng vẫn đặt giá P_1. Vậy biết giá, không thể suy ra một lượng cung duy nhất nếu không biết đường cầu và đường doanh thu cận biên. Bởi vì, độc quyền biết sản lượng chịu ảnh hưởng của cả cầu và chi phí cận biên, nên cần quan tâm cả 2 khi xác định sản lượng.

Chúng ta đề cập đến một nhà độc quyền bay trong đường bay từ London đến Rome. Hãng có các khách hàng là các nhà doanh nghiệp với đường cầu co giãn rất ít. Họ phải đi công tác liên tục bằng máy bay. Đường cầu và doanh thu cận biên của họ rất dốc. Hãng hàng không này cũng có những khách hàng du lịch với đường cầu cho nhóm khách hàng này là co giãn. Nếu chuyến bay tới Rome chi phí quá đắt thì họ sẽ đến thăm Athens chứ không đến Rome nữa. Nhóm khách hàng là khách du lịch này có đường cầu và đường doanh thu cận biên thoải hơn.

Nếu đường cầu càng ít co giãn thì đường doanh thu cận biên càng nằm cách xa đường cầu. Bán thêm đơn vị sản lượng đòi hỏi phải cắt giảm giá nhiều hơn và điều này ảnh hưởng đến doanh thu nhiều hơn. Bởi vì, độ co giãn của cầu xác định khoảng cách giữa doanh thu cận biên và giá, đặt cùng một mức giá cho những người mua khác nhau với những đường cầu co giãn khác nhau có nghĩa là doanh thu cận biên từ nhà doanh nghiệp cuối cùng sẽ ít hơn doanh thu cận biên từ nhà du lịch cuối cùng.

Bất kể số lượng hành khách là bao nhiêu, sẽ là sai lầm nếu hãng hàng không này đặt một mức giá chung cho cả 2 nhóm hành khách. Bởi vì, doanh thu cận biên từ nhà du lịch cuối cùng lớn hơn doanh thu cận biên từ nhà doanh nghiệp cuối cùng, hãng hàng không sẽ có thêm doanh thu, mà chi phí bổ sung không tăng lên nếu bớt đi một khách hàng là nhà doanh nghiệp và tăng thêm một khách hàng là nhà du lịch. Hãng cứ duy trì như vậy cho đến khi doanh thu cận biên từ hai nhóm khách hàng này bằng nhau.

Để làm được điều này, hãng hàng không phải đặt 2 mức giá khác nhau cho 2 nhóm khách hàng này. Bởi vì, cầu về khách hàng du lịch là co giãn, hãng đặt mức giá thấp hơn cho nhóm khách hàng này để tăng tổng doanh thu. Còn cầu về nhóm khách

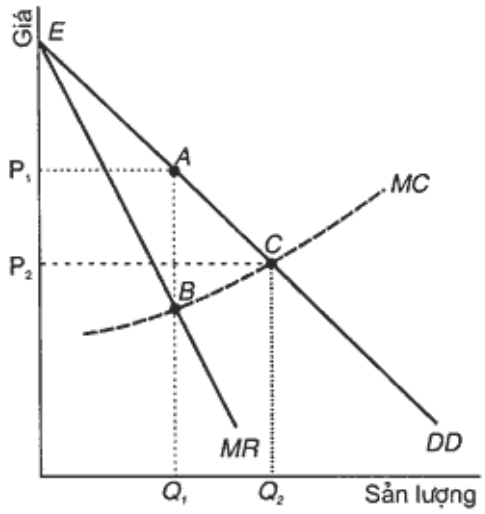
hàng doanh nghiệp là không co giãn nên hãng đặt mức giá cao hơn để tăng doanh thu từ nhóm khách hàng này.

Sản lượng tối đa hóa lợi nhuận phải đáp ứng được 2 điều kiện. Thứ nhất, nhóm khách hàng là nhà doanh nghiệp với cầu không co giãn sẽ phải trả cao hơn nhóm khách hàng du lịch với cầu co giãn sao cho doanh thu cận biên từ 2 nhóm khách hàng này là bằng nhau. Lúc đó, sẽ không còn động cơ cho việc thay đổi giá đối với 2 nhóm nữa. Thứ hai, mức giá và số lượng khách hàng của mỗi nhóm phải được xác định theo điều kiện chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên của mỗi nhóm khách hàng. Hãng độc quyền lúc này kinh doanh với quy mô có lợi nhất, cũng như với sự kết hợp có lợi nhất giữa hai nhóm khách hàng.

Khi nhà độc quyền đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau, chúng ta nói rằng nhà sản xuất phân biệt giá. Trong thực tế, có rất nhiều ví dụ về phân biệt giá. Công ty vận chuyển đường sắt sẽ đặt mức giá cao hơn cho những người đi làm hàng ngày vào giờ cao điểm so với những khách hàng đi vào giờ giữa trưa với đường cầu co giãn hơn.

Hầu hết các ví dụ về phân biệt giá liên quan đến lĩnh vực dịch vụ nhiều hơn là hàng hóa được tiêu dùng. Phân biệt giá đối với một hàng hóa được tiêu chuẩn hóa thì rất khó thực hiện. Những loại hàng hóa này được mua với giá thấp nhưng được bán lại cho những người khác sẵn sàng trả mức giá cao. Phân biệt giá chỉ có hiệu quả khi không có sự mua đi bán lại trên thị trường.

Hình 8.16 Phân biệt giá hoàn hảo



Nếu đặt cho tất cả các khách hàng cùng một mức giá nhà độc quyền sẽ sản xuất tại B, MC = MR. Nếu mỗi đơn vị sản lượng có thể bán với 1 mức giá khác, doanh thu từ các đơn vị sản lượng hiện tại không bị giảm do việc giảm giá bán cho đơn vị sản lượng khác. Đường cầu DD là đường doanh thu cận biên và nhà độc quyền phân biệt giá hoàn hảo sẽ sản xuất tại C. Sản lượng tăng và lợi nhuận cũng tăng. Bằng việc phân biệt giá nhà độc quyền thu được doanh thu tăng thêm EP_1A do bán Q_1 nhưng cũng do gia tăng sản lượng lên trên mức này làm cho lợi nhuận tăng thêm phần ABC do mở rộng từ A sang C.

Phân biệt giá một lần nữa lại minh họa độc quyền không có đường cung. Hình 8.16 minh họa phân biệt giá hoàn hảo. Mỗi khách hàng trả các mức giá khác nhau cho cùng một loại sản phẩm.

Nếu hãng độc quyền đặt cho tất cả khách hàng cùng một mức giá, sản lượng tối đa hóa lợi nhuận là Q_1 theo nguyên tắc MR = MC và mức giá là P_1.

Nếu hãng độc quyền có thể phân biệt giá hoàn hảo, đơn vị sản lượng đầu tiên bán với giá ở điểm E. Đơn vị đầu tiên được bán cho khách hàng sẵn sàng trả mức giá cao nhất, đơn vị tiếp theo bán cho khách hàng sẵn sàng trả mức giá cao thứ nhì,... Vận động xuống phía dưới dọc theo đường cầu DD chúng ta có thể xác định được từng mức giá cho từng đơn vị sản lượng được bán thêm. Khi giảm giá để bán thêm các đơn vị sản lượng, doanh thu của hãng không giảm xuống nữa. Vì vậy, khi phân biệt giá hoàn hảo, đường cầu chính là đường doanh thu cận biên. Doanh thu cận biên từ đơn vị sản lượng cuối cùng chính là giá bán của đơn vị đó.

Khi xem DD như là đường doanh thu cận biên, hãng độc quyền phân biệt giá hoàn hảo sản xuất ở điểm C tương ứng với doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên. Có 2 điều sau xảy ra. Thứ nhất, nếu phân biệt giá hoàn hảo có thể xảy ra thì hãng sẽ thu thêm lợi nhuận. Nếu vận động từ mức giá chung ở điểm A đến giá phân biệt hoàn hảo ở điểm C, lợi nhuận tăng thêm của hãng chính là diện tích ABC. Đây chính là phần chênh lệch giữa doanh thu tăng thêm và chi phí tăng thêm khi sản lượng tăng.

Ngay cả ở mức sản lượng Q_1 hãng đã kiếm được nhiều lợi nhuận so với lợi nhuận ở mức giá chung. Hãng còn thu thêm được phần diện tích EP_1A bằng việc đặt các mức giá khác đối với các đơn vị sản lượng Q_1 đầu tiên so với mức giá P_1. Thực tế, một trong những cách chủ yếu mà các nhà tư vấn khuyên các hãng để tăng lợi nhuận là tìm các cách mới giúp hãng phân biệt giá hoàn hảo.

Thứ hai, phân biệt giá hoàn hảo có ảnh hưởng đến sự lựa chọn sản lượng của hãng hay không. Một mức giá chung tương ứng với sản lượng Q_1. Phân biệt giá hoàn hảo thì sản lượng là Q_2. Chính sách giá chung và phân biệt giá hoàn hảo dẫn đến sự lựa chọn sản lượng khác nhau, bởi vì chúng ảnh hưởng đến doanh thu cận biên của hãng độc quyền từ đường cầu đã cho.

8.10 Độc quyền và sự thay đổi công nghệ

Mục 8.8 so sánh một ngành độc quyền và ngành cạnh tranh hoàn hảo. Khi một sự so sánh như vậy có ý nghĩa thì chúng ta khám phá ra rằng: (1) một hãng độc quyền hạn chế sản lượng để đặt giá cao và (2) một hãng độc quyền có thể thu được lợi nhuận kinh tế mãi mãi.

Hộp 8-3 Kẻ trộm lọt lưới

Ngày hôm qua Tòa án thành phố Oslo tuyên bố rằng... không có ai bị phạt về việc tự phá hủy tài sản của chính bản thân mình.

Nguồn: The Guardian, 8 January 2003.

Thị trường DVD có giá trị với ước tính khoảng 20 tỷ $ ở Bắc Mỹ. Nhưng, DVD cũng giống CD ở chỗ việc vi phạm quyền tác giả hoặc copy đĩa là rất lớn. Giá của một cuốn phim Hollywood được ưa chuộng bán tại các cửa hàng đắt hơn rất rất nhiều so với giá copy lậu của cuốn phim đó. Để ngăn chặn việc in phim lậu, các nhà sản xuất phim đã đầu tư một hệ thống bảo vệ trên DVD, bao gồm các mật mã, các số của nhiều vùng nhằm ngăn chặn việc copy đĩa. Tất cả rất tuyệt vời và chủ yếu nhằm duy thu lợi nhuận. Hơn nữa, các xưởng sản xuất phim của Hollywood còn thất bại trong việc để những kẻ copy lậu này ngoài vòng pháp luật vì những người copy lại tài sản của chính họ thì không thể là bất hợp pháp.

Những phim và nhạc tự do thì việc copy lậu này trở thành vấn đề rất lớn. Nếu các nhà sản xuất thậm chí quyết định không cung cấp những sản phẩm này nữa thì tất cả mọi người đều thiệt hơn. Câu hỏi đặt ra cho xã hội là làm sao có được quyền bình đẳng. Với nhiều sự bảo vệ bằng phát minh sáng chế, quyền tác giả, hệ thống bảo vệ bằng số, các nhà sản xuất phim và nhạc đang thu được lợi nhuận kếch xù và chúng ta đang chịu mức giá quá cao cho phim và nhạc. Nhưng khi có ít sự bảo vệ, ngành này sẽ cạn kiệt.

Joseph Schumpeter (1883 - 1950) đã tranh cãi rằng sự so sánh này đã không đề cập đến ảnh hưởng của công nghệ làm giảm chi phí, điều này cho phép cắt giảm giá và mở rộng sản lượng. Một hãng độc quyền lớn với mức lợi nhuận ổn định có thể dễ dàng tài trợ những hoạt động nghiên cứu và phát triển cần thiết nhằm tiết kiệm chi phí. Quan trọng hơn, một hãng độc quyền có thể có thêm động lực để tiến hành nghiên cứu và phát triển.

Trong một ngành cạnh tranh, một hãng với công nghệ hiện đại chỉ có thể có cơ hội tạm thời để kiếm lợi nhuận cao để bù đắp chi phí nghiên cứu và phát triển. Nhưng sự bắt chước của các hãng đang ở trong ngành và mới gia nhập ngành cạnh tranh làm cho các hãng không thu được lợi nhuận nữa. Ngược lại, bằng việc dịch chuyển tất cả các đường chi phí xuống dưới, một hãng độc quyền thu được lợi nhuận cao mãi mãi. Schumpeter tranh cãi rằng 2 yếu tố - nhiều nguồn lực hơn cho nghiên cứu và phát triển, lợi nhuận cao hơn cho những dự án mạo hiểm thành công - làm cho hãng độc quyền đổi mới hơn ngành cạnh tranh. Với quan điểm nhìn xa trông rộng, các hãng độc quyền thích các đường chi phí thấp hơn. Kết quả, họ đặt mức giá thấp hơn, điều này làm tăng lượng cầu về hàng hóa của hãng độc quyền.

Lập luận này là có thật. Các hãng nhỏ thường rất ít hoạt động R & D. Rất nhiều các hãng lớn có cả bộ phận nghiên cứu chuyên nghiệp. Mặc dù vậy, lập luận của Schumperter là hơi cường điệu thực tế.

Các nền kinh tế hiện đại có một hệ thống bằng sáng chế. Các nhà phát minh thường có được sự bảo hộ hợp pháp về phát minh của mình tạm thời trong một khoảng thời gian nhất định. Bằng việc loại bỏ tạm thời sự gia nhập mới và sự bắt chước, các luật về phát minh sáng chế tăng các động cơ khuyến khích tiến hành R & D nhưng không khuyến khích thành lập độc quyền trong dài hạn. Trong giai đoạn bằng phát minh có hiệu lực, các hãng phát minh đặt mức giá cao và thu được lợi nhuận lớn. Thực tế, khi bằng sáng chế hết hiệu lực và gặp phải sự cạnh tranh từ các hãng khác dẫn đến sản lượng cao hơn và giá thấp hơn. Giá thực tế của các máy photocopy và máy vi tính giảm xuống đáng kể khi bằng phát minh của Xerox và IBM hết hiệu lực.

TÓM TẮT

- Trong một **ngành cạnh tranh**, mỗi người mua và người bán đều là người **chấp nhận giá** và hành động của mỗi cá nhân không ảnh hưởng đến giá thị trường. Cạnh tranh hoàn hảo là cấu trúc thị trường hợp lý nhất khi nhiều hãng sản xuất các sản phẩm tiêu chuẩn, với sự tự do gia nhập và rút lui, người mua dễ dàng thấy rằng sản phẩm của các hãng thực sự là giống nhau.
- Với một **hãng cạnh tranh**, giá bằng doanh thu cận biên. Sản lượng được xác định theo nguyên tắc P = MC. Đường cung của hãng là đường *SMC* phần nằm cao hơn *SAVC*. Ở mức giá thấp hơn, hãng tạm thời đóng cửa. Trong dài hạn, đường cung dài hạn của hãng là đường *LMC* phần nằm cao hơn *LAC*. Ở mức giá thấp hơn, thậm chí hãng rời khỏi ngành.
- Cộng theo chiều ngang lượng cung của mỗi hãng ở từng mức giá, chúng ta có được **đường cung** của ngành. Nó thoải hơn trong dài hạn bởi vì các hãng có thể thay đổi tất cả các yếu tố đầu vào và số lượng hãng trong ngành có thể thay đổi. Trong trường hợp đặc biệt, khi tất cả các hãng đang trong ngành và các hãng gia nhập tiềm năng đều có các đường chi phí như nhau, đường cung dài hạn của ngành nằm ngang ở mức giá tương ứng với điểm thấp nhất trên đường *LAC* của mỗi hãng.
- Cầu tăng làm cho giá tăng nhiều nhưng sản lượng tăng ít. Các hãng trong ngành vận động lên trên dọc theo đường *SMC*. Giá lớn hơn chi phí trung bình và lợi nhuận thu hút các hãng mới gia nhập ngành. Trong dài hạn, sản lượng tăng nhưng giá vẫn giảm. Ở cân bằng dài hạn, **hãng cận biên** thu được lợi nhuận thông thường và số lượng hãng trong ngành không thay đổi nữa.
- Chi phí của tất cả các hãng tăng làm cho sản lượng của ngành giảm và giá tăng. Trong dài hạn, hãng cận biên phải hòa vốn. Để đáp ứng lại sự tăng lên của chi phí trung bình thì giá bán hàng hóa sẽ cao hơn.
- Thị trường của cùng một loại hàng hóa nhưng ở các nước khác nhau có liên quan chặt chẽ với nhau nếu chi phí vận chuyển là nhỏ và không có rào cản thương mại. Trong thị trường thế giới cạnh tranh, mỗi nước chấp nhận giá thế giới là giá ở thị trường nội địa. Sự chênh lệch giữa cung và cầu nội địa được đáp ứng thông qua nhập khẩu hoặc xuất khẩu. Thương mại quốc tế đã mang những biến đổi ở thị trường nước ngoài vào thị trường trong nước nhưng lại hành động như vai trò đẩy những thay đổi ở thị trường trong nước ra thị trường nước ngoài.
- Một **độc quyền thuần túy** là người bán duy nhất hoặc người bán tiềm năng và không cần lo ngại về sự gia nhập mới thậm chí cả trong dài hạn. Mặc dù, hiếm

khi xảy ra trong thực tế, độc quyền thuần túy cũng đưa ra một cấu trúc thị trường được xem như là chuẩn để so sánh với các dạng ít thái quá hơn của sức mạnh độc quyền.

- Một **hãng độc quyền tối đa hóa lợi nhuận có nguyên tắc cung** - là chọn mức sản lượng sao cho MR = MC - nhưng lại không có đường cung duy nhất cho giá và sản lượng có liên quan. Mối quan hệ giữa giá và MR phụ thuộc vào đường cầu.
- Một điểm so sánh có ý nghĩa giữa một ngành độc quyền và ngành cạnh tranh là độc quyền sản xuất ít hơn nhưng đặt giá bán cao hơn. Tuy nhiên, độc quyền tự nhiên với tính kinh tế của quy mô lớn không thể tồn tại như một ngành cạnh tranh.
- Phân biệt **giá của độc quyền** là đặt các mức giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau. Để doanh thu cận biên của các nhóm khách hàng bằng nhau, thì nhóm khách hàng nào có đường cầu không co giãn phải chịu mức giá cao hơn. Để có thể tiến hành phân biệt giá thành công thì những khách hàng không được mua đi bán lại những hàng hóa đó.
- Các hãng độc quyền có thể có nhiều nguồn lực sẵn có cho hoạt động nghiên cứu và có động cơ lớn hơn cho những nghiên cứu tiết kiệm chi phí, bởi vì lợi nhuận có được do những tiến bộ công nghệ mang lại không bị mất đi do sự gia nhập của các hãng mới. Mặc dù, các hãng nhỏ không đầu tư quá nhiều vào hoạt động nghiên cứu, nhưng các luật về bản quyền cũng tạo ra những động lực đủ cho các hãng vừa và nhỏ tiến hành hoạt động này. Không có bằng chứng để chứng minh rằng một ngành phải trở thành độc quyền thì mới tiến hành hoạt động nghiên cứu tiết kiệm chi phí.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1 Vẽ hình minh họa vị trí cân bằng dài hạn của một hãng và của ngành cạnh tranh. Giả sử đây là ngành len. Sự phát triển của sợi nhân tạo làm giảm cầu về len. (a) Điều gì sẽ xảy ra trong ngắn hạn và dài hạn nếu tất cả các hãng nuôi cừu có chi phí giống nhau. (b) Điều gì sẽ xảy ra nếu một số nông dân có chi phí cao hơn, số khác có chi phí thấp hơn?

2 Giả sử bệnh lở mồm long móng có nghĩa là rất nhiều cừu bị giết hàng loạt. Giá của len sẽ thay đổi như thế nào trong ngắn hạn và dài hạn?

3 Nếu một nước có thể mua bán len ở mức giá trên thị trường thế giới, vẽ đường cung và cầu trong nước. Ở mức giá nào nước này có thể trở thành nhà nhập khẩu len. Bây giờ chính phủ đánh thuế nhập khẩu len, giá len ở thị trường trong nước tăng. Điều gì xảy ra với sản lượng len trong nước và lượng len nhập khẩu?

4 Bảng sau chỉ ra đường cầu của một hãng độc quyền sản xuất với chi phí cận biên không đổi là 5 £. Tính doanh thu cận biên của hãng này ở các lượng cầu. Sản lượng, giá cân bằng là bao nhiêu. Giá và sản lượng cân bằng của một ngành cạnh tranh sẽ như thế nào?

Giá (£)	8	7	6	5	4	3	2	1	0
Lượng cầu	1	2	3	4	5	6	7	8	9

5 Bây giờ giả sử rằng, ngoài chi phí cận biên là 5 £, hãng độc quyền còn phải chịu chi phí cố định là 2 £. Điều này ảnh hưởng như thế nào đến giá, sản lượng, lợi nhuận của hãng? Tại sao?

6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao các câu sau là sai? (a) Bởi vì các hãng cạnh tranh hòa vốn trong dài hạn, không có động cơ để trở thành hãng cạnh tranh. (b) Bằng việc phá vỡ độc quyền, chúng ta luôn luôn được cung cấp nhiều sản lượng hơn với mức giá thấp hơn.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 316.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

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

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

Chương 9

Cấu trúc thị trường và cạnh tranh không hoàn hảo

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. Cạnh tranh không hoàn hảo, cạnh tranh độc quyền và độc quyền tập đoàn.
2. Chi phí và cầu ảnh hưởng đến cấu trúc thị trường như thế nào.
3. Toàn cầu hoá làm thay đổi cấu trúc thị trường nội địa như thế nào.
4. Cân bằng trong cạnh tranh độc quyền.
5. Sự giằng co giữa cấu kết và cạnh tranh trong một cartel.
6. Lý thuyết trò chơi và hành vi chiến lược.
7. Các khái niệm về cam kết và sự tin cậy.
8. Các hàm phản ứng và cân bằng Nash.
9. Cạnh tranh Cournot và Bertrand.
10. Mô hình người đi đầu (Stackelberg).
11. Vì sao không có sức mạnh thị trường trong một thị trường cạnh tranh.
12. Các rào cản gia nhập chiến lược và rào cản tự nhiên.

Cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần tuý là những chuẩn hữu ích về các thái cực của cấu trúc thị trường. Hầu hết các thị trường nằm giữa hai thái cực này. Điều gì xác định cấu trúc của một thị trường? Tại sao có tới 10000 người bán hoa trong khi chỉ có vài nhà sản xuất hoá chất? Cấu trúc thị trường của một ngành ảnh hưởng đến hành vi của các hãng hợp thành nó như thế nào?

Một hãng cạnh tranh hoàn hảo đối mặt với đường cầu nằm ngang ở mức giá thị trường. Hãng là nhà chấp nhận giá. Một hãng trong bất kỳ một cấu trúc thị trường nào

khác đều đối mặt với đường cầu dốc xuống đối với sản phẩm của hãng và là hãng cạnh tranh không hoàn hảo.

Hãng cạnh tranh không hoàn hảo đối mặt với đường cầu dốc xuống. Giá sản phẩm của nó phản ánh lượng hàng hóa nó làm ra và đem bán.

Đối với độc quyền thuần tuý, đường cầu của hãng và của ngành là một. Bây giờ, chúng ta sẽ phân biệt 2 trường hợp trung gian trong cấu trúc thị trường cạnh tranh không hoàn hảo.

Ngành sản xuất ôtô là ngành độc quyền tập đoàn. Giá của ôtô Rover không chỉ phụ thuộc vào sản lượng sản xuất và doanh số bán của hãng mà còn phụ thuộc vào sản lượng của Ford và Toyota. Một cửa hàng bán tạp hoá là một cửa hàng cạnh tranh độc quyền. Sản phẩm của cửa hàng là một lô gồm các hàng hoá vật chất, các dịch vụ và sự tiện lợi cho các khách hàng địa phương. Cửa hàng có thể đưa ra một mức giá cao hơn một chút so với giá ở một siêu thị ngoài thị trấn đó. Nhưng nếu giá của họ quá cao, những khách hàng ở địa phương sẽ đi mua ở siêu thị.

Ngành độc quyền tập đoàn là một ngành có ít nhà sản xuất mà đều thừa nhận họ phụ thuộc lẫn nhau. Một ngành cạnh tranh độc quyền có nhiều người bán các sản phẩm mà dễ thay thế cho nhau. Mỗi hãng chỉ có khả năng hữu hạn tác động đến giá sản phẩm của mình.

Trong hầu hết các định nghĩa, ranh giới giữa các cấu trúc thị trường khác nhau có thể không rõ ràng. Một nguyên nhân là do sự mập mờ trong định nghĩa thích đáng về thị trường. Eurostar là một hãng độc quyền trong vận tải đường sắt hay một hãng độc quyền tập đoàn trong vận chuyển du lịch? Tương tự như vậy, khi một nước buôn bán trên thị trường thế giới cạnh tranh, thì ngay cả nhà sản xuất trong nước duy nhất có thể chỉ có ảnh hưởng rất nhỏ tới giá thị trường. Chúng ta không bao giờ có thể xoá bỏ hoàn toàn các sự mập mờ này, nhưng Bảng 9.1 chỉ ra một số điều cần nhớ khi nghiên cứu chương này. Bảng này còn cho thấy mức độ dễ dàng cho một hãng mới gia nhập thị trường, sự dễ dàng ảnh hưởng đến khả năng duy trì giá cao và siêu lợi nhuận của những hãng hiện có trong dài hạn.

Bảng 9.1 Cấu trúc thị trường

Cạnh tranh		Số hãng	Khả năng ảnh hưởng đến giá	Rào cản gia nhập mới	Ví dụ
Hoàn hảo		Rất nhiều	Không có	Không có	Những người bán hoa quả
Không hoàn hảo	Cạnh tranh độc quyền	Nhiều	Ít	Nhỏ	Các cửa hiệu tạp hoá
	Độc quyền tập đoàn	Ít	Trung bình	Lớn hơn	Thị trường ô tô
	Độc quyền	Duy nhất	Lớn	Rất lớn	Bưu điện

9.1 Tại sao các cấu trúc thị trường lại khác nhau

Một vài ngành là độc quyền do luật pháp quy định, do có bằng phát minh sáng chế. Luật về bằng sáng chế có thể tạo độc quyền tạm thời cho một số người sản xuất các sản phẩm mới. Quyền sở hữu về nguyên liệu cũng có thể tạo tình trạng độc quyền. Giờ đây chúng ta sẽ phát triển một lý thuyết chung về vấn đề cầu và chi phí tương tác như thế nào để xác định cấu trúc có thể có của mỗi ngành.

Ngành sản xuất ôtô một ngày nào đó sẽ không còn là độc quyền tập đoàn nữa mà sẽ là cạnh tranh độc quyền. Ảnh hưởng dài hạn xác định cấu trúc thị trường. Thậm chí, một hãng có thể thuê công nhân của hãng khác và học những bí mật kỹ thuật của hãng đó.

Hình 9.1 cho thấy đường cầu DD đối với sản lượng của một ngành trong dài hạn. Giả sử tất cả các hãng và những người gia nhập tiềm năng đối mặt với đường chi phí

trung bình LAC_1. Tại mức giá P_1, sự gia nhập và rút lui tự do có nghĩa là mỗi hãng sản xuất q_1. Với đường cầu DD, sản lượng của ngành là Q_1. Số lượng hãng trong ngành là N_1 (= Q_1/q_1). Nếu q_1, sản lượng ở mức chi phí trung bình tối thiểu trên LAC_1, là nhỏ so với DD, N_1 sẽ lớn. Mỗi hãng có ảnh hưởng rất nhỏ tới cung của ngành và giá thị trường. Chúng ta thấy một ngành cạnh tranh hoàn hảo.

Tiếp đến, giả sử mỗi hãng có đường chi phí LAC_3. Tính kinh tế của quy mô là rất lớn so với quy mô của thị trường. Ở điểm thấp nhất của LAC_3, sản lượng là lớn so với đường cầu DD. Giả sử 2 hãng đầu tiên mỗi hãng sản xuất q_2. Sản lượng của ngành là Q_2. Thị trường bán hết hàng ở mức giá P_2 và cả 2 hãng hoà vốn. Nếu một hãng mở rộng sản xuất thêm một chút, chi phí trung bình của hãng sẽ giảm. Sản lượng lớn hơn của hãng cũng làm giá giảm xuống. Với chi phí trung bình thấp hơn, hãng này có thể tồn tại, nhưng hãng kia sẽ bị thua lỗ. Hãng mở rộng sản xuất đã loại bỏ đối thủ cạnh tranh của mình ra khỏi thị trường.

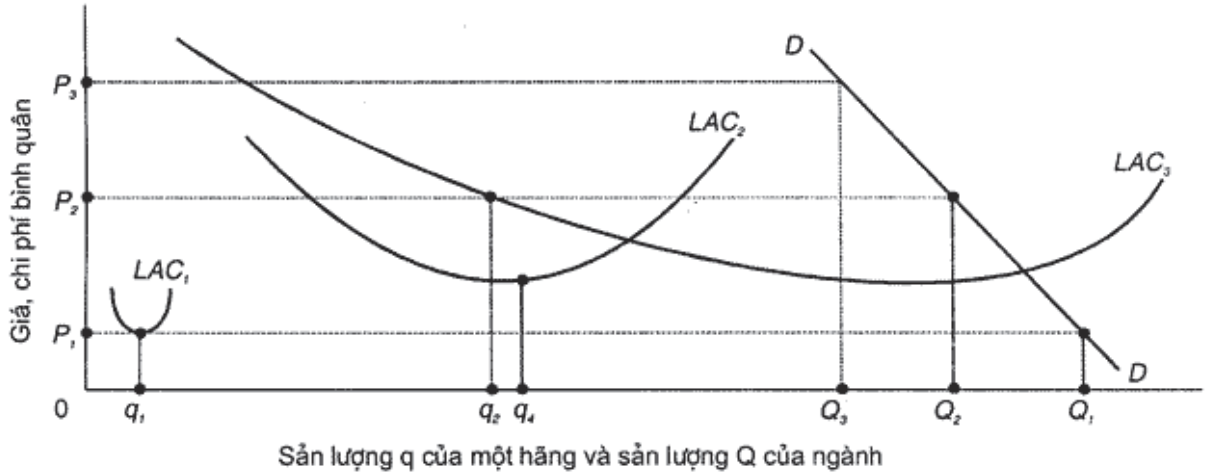
Một hãng độc quyền tự nhiên đạt được lợi thế kinh tế của quy mô lớn tới mức hãng không có sự đe doạ gia nhập mới.

Ngành như vừa nêu là độc quyền tự nhiên. Giả sử Q_3 là sản lượng đầu ra tại đó chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên. Giá là P_3 và độc quyền tự nhiên có được lợi nhuận khổng lồ. Không còn chỗ trong ngành cho các hãng khác có thể đạt được đường LAC_3 giống như vậy.

Một người gia nhập mới cần một mức sản lượng đủ lớn để giảm được chi phí trung bình. Mức sản lượng lớn hơn ở quy mô này sẽ làm giảm giá xuống thấp khiến cả hai hãng đều thua lỗ. Vì thế, những người gia nhập tiềm năng không thể tham gia vào thị trường này.

Cuối cùng, chúng ta chỉ ra đường LAC_2 với lợi thế kinh tế của quy mô lớn hơn một ngành cạnh tranh nhưng nhỏ hơn một hãng độc quyền tự nhiên. Ngành này có ít nhất 2 hãng đạt tính kinh tế của quy mô gần tới điểm thấp nhất của đường LAC_2. Đó là độc quyền tập đoàn. Các nỗ lực để mở rộng sản xuất của bất kỳ hãng nào vượt quá q_4 đều nhanh chóng gặp phải hiệu suất kinh tế của quy mô giảm dần và ngăn chặn việc một hãng muốn loại bỏ đối thủ cạnh tranh khỏi ngành.

Hình 9.1 Cầu, chi phí và cấu trúc thị trường



DD là đường cầu đối với ngành. Trong một ngành có tính cạnh tranh, quy mô tối thiểu có hiệu quả xuất hiện ở mức sản lượng Q_1, khi các hãng có các đường chi phí bình quân LAC_1. Ngành có thể duy trì một số lượng rất nhiều hãng có tổng sản lượng Q_1, tại mức giá P_1. Khi LAC_3 mô tả chi phí bình quân, ngành này sẽ là một tập đoàn độc quyền tự nhiên. Khi một hãng duy nhất sản xuất ra toàn bộ sản phẩm của một ngành, không một hãng nào khác có thể len vào thị trường và kiếm lợi. Với những vị trí trung gian như LAC_2, ngành có thể duy trì một số hãng trong thời gian dài hạn và không một hãng đơn độc nào có thể đáp ứng toàn bộ nhu cầu một cách có lãi được. Ngành sẽ là một ngành độc quyền nhóm.

Quy mô hiệu quả tối thiểu là sản lượng sản phẩm thấp nhất mà tại đó đường LAC của hãng không dốc xuống nữa.

Yếu tố chủ yếu xác định cấu trúc thị trường là quy mô hiệu quả tối thiểu so với quy mô của toàn bộ thị trường được chỉ ra bởi đường cầu. Bảng 9.2 tổng kết sự phân tích của chúng ta về sự tương tác giữa quy mô thị trường và quy mô hiệu quả tối thiểu. Khi đường cầu dịch chuyển sang trái, một ngành mà trước đây có nhiều hãng sẽ có thể chỉ còn ít hãng. Tương tự như vậy, một sự tăng lên trong chi phí cố định, tăng quy mô hiệu quả tối thiểu, sẽ làm giảm số lượng các hãng. Trong những năm 1950 đã có nhiều nhà sản xuất máy bay ở châu Âu. Ngày nay, chi phí nghiên cứu và triển khai của một hãng sản xuất máy bay thương mại là rất lớn. Ngoài liên doanh sản xuất máy bay Airbus ở châu Âu, chỉ có nhà sản xuất khổng lồ của Mỹ, công ty Boeing là còn tồn tại.

Bảng 9.2 Cầu, chi phí và cấu trúc thị trường

Quy mô hiệu quả tối thiểu so với quy mô thị trường		
Rất bé	Trung bình	Lớn
Cạnh tranh hoàn hảo	Độc quyền tập đoàn	Độc quyền tự nhiên

Cạnh tranh độc quyền nằm giữa độc quyền tập đoàn và cạnh tranh hoàn hảo. Các hãng cạnh tranh độc quyền cung cấp các phiên bản khác nhau của cùng một loại sản phẩm, chẳng hạn như vị trí riêng biệt của một quầy báo.

Dấu hiệu của cấu trúc thị trường

Quy mô hiệu quả tối thiểu so với quy mô thị trường càng lớn thì số lượng các nhà máy - và có thể là số hãng - trong ngành càng ít. Quy mô thị trường cho phép bao nhiêu nhà máy (NP) hoạt động ở quy mô hiệu quả tối thiểu? Chương 7 đã đề cập đến ước lượng quy mô hiệu quả tối thiểu trong các ngành khác nhau. Bằng cách xem xét tổng mua sắm đối với một sản phẩm, chúng ta có thể ước lượng quy mô của thị trường. Từ đó chúng ta có thể ước lượng NP cho mỗi ngành.

Tỷ lệ tập trung N hãng là thị phần của N hãng lớn nhất trong ngành.

Các ngành gồm một vài hãng lớn chủ chốt vẫn có thể có vài hãng nhỏ hoạt động ngoài rìa. Do đó, tổng số lượng các hãng có thể là một chỉ số sai lệch về cấu trúc của một ngành. Các nhà kinh tế sử dụng tỷ lệ tập trung N-hãng để đo lường số lượng các hãng chủ chốt trong một ngành.

Vì thế, tỷ lệ tập trung 3 - hãng cho chúng ta biết thị phần của 3 hãng lớn nhất. Nếu có 3 hãng chủ chốt, 3 hãng này sẽ cung ứng hầu hết sản lượng trên thị trường. Nếu ngành là cạnh tranh hoàn hảo, 3 hãng lớn nhất sẽ chỉ có một thị phần rất nhỏ trong sản lượng và doanh số bán của ngành.

Có thể căn cứ vào số liệu chéo giữa các nước để xem cấu trúc thị trường có luôn dựa vào lý thuyết của chúng ta hay không. Nếu đây là một kiểm tra độc lập, chúng ta cần các dữ liệu quốc gia trước khi sự toàn cầu hoá và sự liên kết kinh tế châu Âu có tác động mạnh. Bảng 9.3 xem xét các số liệu của Anh, Pháp và Đức giữa những năm 1970.

CR là tỷ lệ tập trung 3-hãng, thị phần của 3 hãng đứng đầu. NP là số lượng các nhà máy ở mức quy mô hiệu quả tối thiểu mà quy mô thị trường cho phép. Nếu lý thuyết của chúng ta về quy mô thị trường là đúng, thì các ngành với lợi thế kinh tế của quy mô lớn so với quy mô thị trường, và vì vậy có NP nhỏ, sẽ có tỷ lệ tập trung CR lớn. Những ngành như vậy sẽ có ít hãng chủ chốt. Ngược lại, khi NP là lớn thì tính kinh tế của quy mô là tương đối không đáng kể và 3 hãng lớn nhất sẽ có thị phần nhỏ hơn nhiều. CR khi đó sẽ nhỏ.

Bảng 9.3 chỉ ra rằng lý thuyết này về cấu trúc thị trường phù hợp với thực tế. Các ngành như sản xuất tủ lạnh hay sản xuất thuốc lá chỉ có ít nhà máy hoạt động ở quy mô hiệu quả tối thiểu; những ngành này có mức độ tập trung cao. 3 hãng lớn nhất kiểm soát gần như toàn bộ thị trường. Tính kinh tế của quy mô vẫn có ý nghĩa trong các ngành như

sản xuất bia và lọc dầu: 3 hãng lớn có khoảng một nửa thị phần. Các ngành như sản xuất giày nhanh chóng gặp phải đường chi phí trung bình tăng lên, có chỗ cho nhiều nhà máy hoạt động ở quy mô hiệu quả tối thiểu và vì vậy gần với ngành cạnh tranh hơn. 3 hãng lớn nhất trong ngành sản xuất giày chỉ chiếm dưới 1/5 thị phần.

Bảng 9.3 Sự tập trung và tính kinh tế của quy mô

Ngành	*CR* của Anh	NP	*CR* của Pháp	NP	*CR* của Đức	NP
Tủ lạnh	65	1	100	2	72	3
Thuốc lá	94	3	100	2	94	3
Lọc dầu	79	8	60	7	47	9
Bia	47	11	63	5	17	16
Vải	28	57	23	57	16	52
Giày	17	165	13	128	20	197

Ghi chú: Tỷ lệ tập trung CR là phần trăm thị phần của 3 hãng lớn nhất; số lượng nhà máy NP là quy mô thị trường chia cho quy mô hiệu quả tối thiểu.

Nguồn: F.M.Scherer et al., *The Economics of Multiplant Operation*, Harvard University Press, 1975; and F.M.Scherer, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, *Rand McNally*, 1980.

Toàn cầu hoá là sự liên kết các thị trường giữa các quốc gia chặt chẽ hơn. **Công ty đa quốc gia** là các hãng hoạt động đồng thời ở nhiều nước.

Toàn cầu hoá và các công ty đa quốc gia

Bảng 9.3 gồm các dữ liệu trước khi có sự tăng lên của toàn cầu hoá và các công ty đa quốc gia. Toàn cầu hoá dẫn tới chi phí vận chuyển thấp hơn, công nghệ thông tin tốt hơn và một chính sách giảm rào cản giữa các nước nhằm đạt được hiệu quả cao hơn từ quy mô lớn và từ sự chuyên môn hoá. Các công ty đa quốc gia bán ở nhiều nước cùng một thời gian. Chúng cũng có thể sản xuất ở nhiều nước.

Hộp 9-1 Double album

Tập đoàn Sony và Bertelsmann vừa tuyên bố một kế hoạch liên doanh nhằm tạo ra một trong số các hãng sản xuất âm nhạc lớn nhất thế giới.

Nguồn: Financial Times, 7 November 2003

Thị trường ghi âm đĩa nhạc toàn cầu được sở hữu bởi Sony 14,1%, Bertelsmann 11,1%, Universal Music 25,9%, EMI 12%, Warner Music 11,9% và các hãng còn lại chiếm 25%. Trong khi thị trường được phân chia bởi một số lượng nhỏ các hãng lớn, giá trị của thị trường đĩa nhạc thế giới đã giảm xuống chừng 10% mỗi năm, do doanh số bán không ổn định, sự cạnh tranh giá cả và sự sao chép bất hợp pháp trên Internet.

Sự liên doanh giữa Sony và Bertelsmann được nối theo sau bởi một đề xuất sáp nhập giữa Warner và EMI. Cả 2 phải đối phó với sự tập trung tăng cao trong thị trường toàn cầu về ghi âm đĩa nhạc. Với tiềm năng rõ ràng về sự cạnh tranh giảm xuống, các thế lực cạnh tranh EU và US có khả năng sẽ cân nhắc cả 2 sự thoả thuận này.

Các công ty đa quốc gia ảnh hưởng đến sự phân tích ở Hình 9.1 và Bảng 9.3. Chúng ta nên so sánh quy mô hiệu quả tối thiểu với quy mô thị trường nào để ước lượng số nhà máy có thể tồn tại trong dài hạn? Các công ty đa quốc gia có thể sản xuất với quy mô lớn ở nước nào đó trên thế giới, nơi sản xuất rẻ nhất, và được hưởng tất cả các lợi ích của tính kinh tế của quy mô, nhưng vẫn bán với số lượng nhỏ ở nhiều thị trường khác nhau.

Điều này có 3 tác động. Thứ nhất, nó giảm rào cản gia nhập ở mỗi nước. Một người gia nhập đa quốc gia không cần đạt được thị phần lớn, và vì thế không cần phải hạ giá quá thấp để đạt được tính kinh tế của quy mô. Ảnh hưởng này ngày càng lớn do những thành công trong bán hàng toàn cầu. Thứ hai, các hãng nhỏ trong nước, trước đây được

bảo vệ bởi các rào cản gia nhập, giờ phải đối mặt với cạnh tranh quốc tế mạnh hơn và có thể không tồn tại. Thứ ba, cạnh tranh mạnh mẽ hơn do các nhà sản xuất có chi phí thấp dẫn đến bước đầu giảm sự gia tăng lợi nhuận và giảm giá.

Tuy nhiên, nếu chỉ có vài công ty đa quốc gia, các công ty này có thể đánh bật các công ty trong nước có chi phí cao hơn ra khỏi thị trường nhưng sau đó lại liên kết với nhau để tăng giá lên. Một vài tranh cãi về toàn cầu hoá xoay quanh vấn đề kết quả nào trong 2 kết quả dưới đây sẽ lấn át: giá ban đầu giảm xuống hay là giá về sau sẽ tăng lên. Chúng ta sẽ quay trở lại để phân tích về sự liên kết. Trước hết, chúng ta hãy xem xét tình huống đơn giản sau.

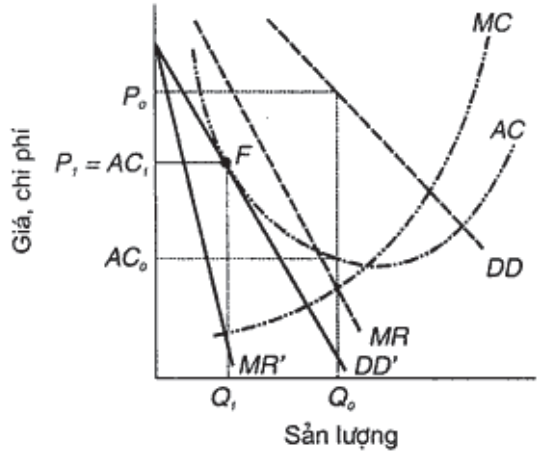
9.2 Cạnh tranh độc quyền

Lý thuyết về cạnh tranh độc quyền đề cập đến một số lượng lớn các hãng tương đối nhỏ, vì thế mỗi hãng không chú ý đến việc quyết định của hãng có thể gây ra bất kỳ một sự điều chỉnh nào trong hành vi của các hãng khác. Chúng ta cũng giả định sự gia nhập và rút lui tự do khỏi ngành trong dài hạn. Với những đặc điểm này, ngành giống như cạnh tranh hoàn hảo. Điểm để nhận ra cạnh tranh độc quyền là mỗi hãng đối mặt với một đường cầu dốc xuống.

Cạnh tranh độc quyền mô tả một ngành trong đó mỗi hãng có thể ảnh hưởng đến thị phần của mình ở một chừng mực nào đó bằng cách thay đổi giá của mình so với đối thủ cạnh tranh. Đường cầu của hãng không phải là đường nằm ngang vì sản phẩm của các hãng khác nhau chỉ là thay thế có giới hạn, giống như sự khác biệt về vị trí của các cửa hàng ở địa phương vậy. Một mức giá thấp hơn sẽ thu hút một số khách hàng từ các cửa hàng khác, nhưng mỗi cửa hàng luôn có các khách hàng địa phương mà đối với họ sự thuận tiện là quan trọng hơn sự giảm giá chút ít.

Các ngành cạnh tranh độc quyền được minh hoạ bởi sự khác biệt sản phẩm. Những người bán tạp phẩm ở góc phố khác biệt bởi vị trí, những hiệu cắt tóc khác nhau bởi sự trung thành của khách hàng. Các nét đặc biệt của một quán ăn hoặc một hiệu cắt tóc cho phép họ có thể đặt giá khác biệt một chút so với các cửa hiệu khác mà không mất hết khách hàng.

Hình 9.2 Cân bằng của hãng cạnh tranh độc quyền



Trong thời gian ngắn hạn, hãng cạnh tranh có tính độc quyền đứng trước đường cầu DD và đặt MC bằng MR để sản xuất Q_0 với giá P_0. Lợi nhuận là: Q_0 x (P_0 - AC_0). Lợi nhuận thu hút các hãng gia nhập mới và dịch chuyển đường cầu của mỗi hãng sang trái. Khi đường cầu dịch đến DD', chúng ta đạt được điểm cân bằng tiếp tuyến dài hạn tại F. Hãng sẽ đặt MC bằng MR' để sản xuất Q_1 mà tại đó P_1 bằng AC_1. Các hãng chỉ ở mức hòa vốn và không có sự gia nhập nào thêm nữa.

Cạnh tranh độc quyền đòi hỏi không chỉ sự khác biệt sản phẩm mà còn đòi hỏi tính kinh tế của quy mô ở một mức độ nhất định. Các hãng là nhỏ. Khi có nhiều hãng, mỗi hãng có thể không chú ý đến sự phụ thuộc lẫn nhau của mình với bất kỳ một đối thủ cạnh tranh nào. Các ví dụ về cạnh tranh độc quyền thường là trong ngành dịch vụ nơi tính kinh tế của quy mô là nhỏ.

Đường cầu của ngành cho biết tổng sản lượng được cầu ở mỗi mức giá nếu tất cả các hãng trong ngành đều đặt mức giá đó. Thị phần của mỗi hãng phụ thuộc vào giá mà hãng đó đặt và phụ thuộc vào số lượng hãng trong ngành. Với một số lượng hãng đã cho, một sự dịch chuyển đường cầu của ngành sẽ làm dịch chuyển đường cầu về sản phẩm của mỗi hãng. Với một đường cầu của

ngành xác định, có thêm (hoặc giảm đi) số hãng trong ngành sẽ làm dịch chuyển đường cầu của mỗi hãng sang trái (hoặc phải) do thị phần của hãng giảm (hoặc tăng). Nhưng mỗi hãng đối mặt với một đường cầu dốc xuống. Với một đường cầu của ngành xác định, số lượng hãng xác định, và giá được đặt ra bởi các hãng khác cũng xác định, một hãng có thể tăng thị phần của mình chút ít bằng cách đặt mức giá thấp hơn.

Trong cạnh tranh độc quyền tại **điểm cân bằng** tiếp tuyến dài hạn đường cầu của mỗi hãng chỉ chạm đường AC của hãng tại mức sản lượng mà tại đó MC = MR. Mỗi hãng tối đa hóa lợi nhuận, nhưng chỉ hòa vốn. Không thể gia nhập hoặc rút ra nữa.

Hình 9.2 cho thấy quyết định cung ứng của một hãng. Với đường cầu của hãng DD và đường doanh thu cận biên MR, hãng sản xuất Q_0 ở giá P_0 và thu được lợi nhuận ngắn hạn Q_0 (P_0 - AC_0). Trong dài hạn, lợi nhuận này thu hút những người gia nhập mới, làm giảm thị phần của mỗi hãng trong ngành, đường cầu của hãng dịch về bên trái. Sự gia nhập mới sẽ ngừng lại khi sự dịch chuyển đường cầu của mỗi hãng sang trái tới mức giá ngang bằng chi phí bình quân và hãng hoà vốn. Trong Hình 9.2 điều này xảy ra khi đường cầu là DD'. Hãng sản xuất Q_1 ở giá P_1 ở điểm cân bằng tiếp tuyến tại F.

Có 2 điểm cần lưu ý về cân bằng dài hạn của hãng ở F. Thứ nhất, hãng không sản xuất ở chi phí bình quân tối thiểu. Hãng sản xuất với công suất thừa. Hãng có thể giảm chi phí trung bình bằng cách mở rộng sản xuất. Tuy nhiên, doanh thu cận biên của hãng khi đó sẽ thấp và không đem lại lợi nhuận. Thứ hai, hãng có một chút sức mạnh độc quyền do điểm đặc biệt trong nhãn hiệu sản phẩm hoặc do vị trí của hãng. Giá vượt quá chi phí cận biên.

Điều này giải thích tại sao các hãng thường nhiệt tình với những khách hàng mới sẵn sàng mua thêm sản phẩm ở mức giá hiện thời. Ngược lại, một hãng cạnh tranh hoàn hảo không quan tâm đến sự xuất hiện của một người mua khác nữa ở mức giá hiện hành. Ở mức giá bằng chi phí cận biên, hãng cạnh tranh hoàn hảo sẽ bán được toàn bộ sản lượng của mình.

9.3 Độc quyền tập đoàn và sự phụ thuộc lẫn nhau

Khi cạnh tranh hoàn hảo hoặc cạnh tranh độc quyền thì có nhiều hãng trong ngành. Mỗi hãng có thể bỏ qua ảnh hưởng của mình tới đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, điểm nổi bật trong ngành độc quyền tập đoàn là đòi hỏi mỗi hãng phải cân nhắc hoạt động của mình ảnh hưởng như thế nào đến quyết định của các đối thủ cạnh tranh tương đối ít. Mỗi hãng phải dự đoán đối thủ cạnh tranh sẽ phản ứng như thế nào. Trước khi bàn về điều gì tạo nên một dự đoán sáng suốt, chúng ta đề cập đến sự giằng co giữa cạnh tranh và cấu kết khi các hãng biết rằng các hãng phụ thuộc lẫn nhau. Trước tiên, để đơn giản hoá, chúng ta bỏ qua khả năng gia nhập mới và tập trung vào những hãng hiện có.

Hộp 9-2 Cuộc chiến trò chơi điện tử

Nintendo, Sony và Microsoft đã tham gia vào cuộc chiến trò chơi điện tử vì một ngành toàn cầu trị giá 12 tỷ £ mỗi năm. Sony đã chi 500 triệu £ năm 2002 để bảo vệ quyền kinh doanh PlayStation khổng lồ của mình. Microsoft chi còn nhiều hơn để giới thiệu Xbox của mình. Merrill Lynch ước lượng rằng lợi nhuận năm 2001 của Nintendo giảm khoảng 1/4 do chi tiêu vào việc tung ra GameCube. Cuối cùng PlayStation 2 của Sony đã thắng, bán được khoảng 70 triệu đơn vị. Trong khi cuộc chiến vẫn đang sôi động, thế hệ tiếp theo của trò chơi điện tử lại mới bắt đầu. Sony đã bắt đầu chế tạo PlayStation 3 và dự đoán sẽ bán được 30 triệu đơn vị tới năm 2010, một số lượng lớn hơn cả lượng bán của Xbox và GameCube cộng lại. Sony và Microsoft có tiềm lực tài chính mạnh và có khả năng theo đuổi chiến tranh giá cả và phát triển phần mềm. Nintendo, với tiềm lực tài chính yếu hơn, đang tìm cách nhấn mạnh chất lượng các trò chơi hiện có của mình.

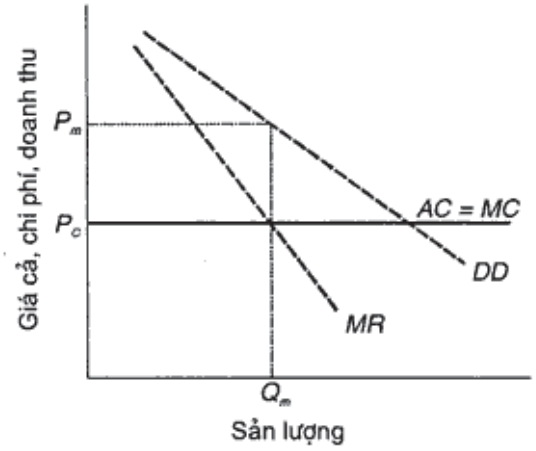
Nguồn: BBC Online, 9 March 2004.

Cấu kết là sự thoả thuận ngầm hoặc công khai để tránh sự cạnh tranh.

Lợi ích của cấu kết

Như một người ra quyết định duy nhất trong ngành, một hãng độc quyền sẽ chọn sản lượng của ngành để tối đa hoá lợi nhuận. Vì thế, những người sản xuất trong một ngành chỉ có ít người sản xuất có thể tối đa hoá tổng lợi nhuận của họ bằng cách tạo ra tổng sản lượng của họ như thể họ là một nhà độc quyền.

Hình 9.3 **Khác biệt giữa cấu kết và cạnh tranh**



Bằng cách cấu kết để hạn chế sản lượng của ngành ở mức Q_m, lợi nhuận chung được tối đa hoá và bằng lợi nhuận mà một hãng độc quyền gồm nhiều nhà máy có thể đạt được. Nhưng mỗi hãng với chi phí biên P_c có một động cơ kích thích nhằm vi phạm thoả thuận cấu kết và tăng sản lượng của mình.

Hình 9.3 mô tả một ngành trong đó mỗi hãng và toàn ngành có chi phí bình quân và chi phí cận biên không đổi ở mức P_C. Chương 8 đã chỉ ra rằng một ngành cạnh tranh sản xuất Q_C ở giá P_C, nhưng một hãng độc quyền nhiều nhà máy sản xuất tối đa hoá lợi nhuận khi sản xuất Q_M ở giá P_M. Nếu các nhà độc quyền tập đoàn cấu kết để sản xuất Q_M, họ đã hành động như một độc quyền cấu kết. Khi đã quyết định xong sản lượng của ngành, các hãng sẽ thoả thuận để phân chia tổng sản lượng và lợi nhuận giữa các hãng.

Tuy nhiên, rất khó có thể kiểm soát các hãng trong việc gian lận hiệp ước cấu kết. Trong Hình 9.3 tổng lợi nhuận là tối đa ở sản lượng Q_M và giá P_M. Tuy nhiên, mỗi hãng có thể mở rộng sản lượng tới mức bằng chi phí cận biên P_C. Bất kỳ hãng nào cũng có thể mở rộng sản lượng và bán với giá thấp hơn một chút so với mức giá đã thoả thuận P_M, và thu thêm được lợi nhuận do doanh thu cận biên lớn hơn chi phí cận biên. Hãng này thu thêm lợi nhuận gây thiệt hại cho đối tác liên kết. Sản lượng của ngành cao hơn sản lượng tối ưu Q_M, vì thế tổng lợi nhuận giảm và các hãng khác phải gánh chịu thiệt hại.

Các nhà độc quyền tập đoàn bị giằng xé giữa mong muốn cấu kết, nhằm tối đa hoá tổng lợi nhuận và mong muốn cạnh tranh, nhằm nâng thị phần và lợi nhuận của mình so với đối thủ cạnh tranh. Nếu tất cả các hãng tham gia cạnh tranh, tổng lợi nhuận sẽ rất thấp và không hãng nào hoạt động tốt. Tình thế tiến thoái lưỡng nan là ở chỗ đó.

Cartel

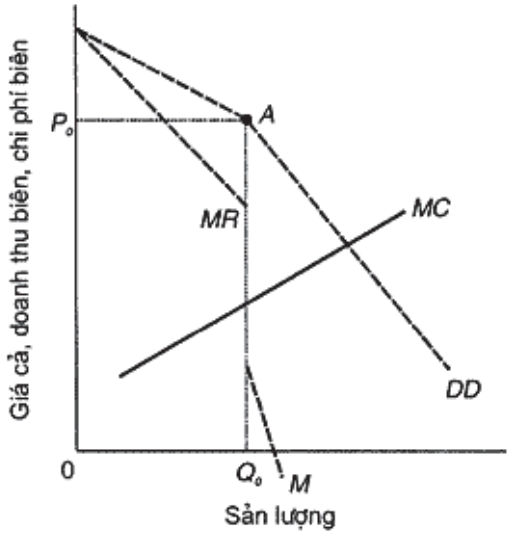
Liên kết giữa các hãng là dễ dàng nhất nếu thoả thuận chính thức là hợp pháp. Những thoả thuận như vậy được gọi là cartel, đã phổ biến vào cuối thế kỷ 19, thoả thuận về thị phần và giá trong nhiều ngành. Hiện nay, cartel bị cấm ở châu Âu, ở Mỹ và nhiều nước khác. Sẽ có những hình phạt nặng đối với những thoả thuận bất hợp pháp, tuy nhiên thỉnh thoảng vẫn có những thoả thuận không chính thức và những giao dịch bí mật bị phát hiện.

Cartel giữa các đại lục là khó cấm hơn. Cartel nổi tiếng nhất là Tổ chức các nước xuất khẩu dầu lửa - OPEC. Các thành viên của tổ chức này họp nhau đều đặn để thiết lập giá và sản lượng. Ban đầu, OPEC đã thành công trong tổ chức giảm sản lượng để đẩy giá dầu lên cao. Doanh thu thực tế của OPEC tăng 500% giữa năm 1973 và 1980. Tuy vậy, nhiều nhà kinh tế học đã dự đoán rằng OPEC, cũng giống như hầu hết các Cartel, sẽ nhanh chóng bị sụp đổ. Thông thường, động cơ gian lận là quá mạnh để có thể cưỡng lại và một khi đã có ai đó vi phạm nội quy, những người khác có xu hướng làm theo.

Một lý do mà OPEC đã thành công lâu dài như vậy là sự sẵn sàng của A-rập Xê-út, nhà sản xuất dầu lớn nhất, hạn chế sản lượng trong khi các thành viên nhỏ hơn khăng khăng đòi mở rộng. Năm 1986, A-rập Xê-út đã không còn sẵn sàng hoạt động theo những quy định này và từ chối việc đẩy giá lên. Giá dầu sụt giảm từ mức 30$ xuống 9$ một thùng (159 lít). Trong thời gian 1987 - 1998, ngoại trừ một giai đoạn ngắn trong chiến tranh vùng Vịnh, giá dầu giao động từ 8$ đến 20$ một thùng. Chỉ sau 1998 OPEC mới khôi phục sự liên kết đã từng có những năm 1973 - 1985.

Đường cầu gẫy

Hình 9.4 Đường cầu gẫy



Một độc quyền nhóm tin rằng các đối thủ sẽ phản ứng trước việc hạ giá nhưng không làm như vậy đối với việc tăng giá. Đường cầu của hãng độc quyền nhóm gấp khúc tại A. Giá tăng dẫn đến mất mát lớn về tỷ phần thị trường nhưng việc giảm giá làm tăng sản lượng chỉ bằng cách tăng doanh số của ngành đó. Doanh thu biên bị ngắt quãng tại Q_0. Độc quyền nhóm sản xuất Q_0 tức là sản lượng mà tại đó MC cắt đường MR.

Sự cấu kết còn khó hơn nhiều nếu ngành có nhiều hãng, nếu sản phẩm không tiêu chuẩn hoá và nếu các điều kiện về cầu và chi phí thay đổi nhanh chóng. Với sự không hợp tác, đường cầu của mỗi hãng phụ thuộc vào các đối thủ cạnh tranh phản ứng như thế nào. Các hãng phải dự đoán các đối thủ cạnh tranh sẽ hành động ra sao.

Giả định rằng mỗi hãng tin rằng việc hãng giảm giá sẽ kéo theo sự giảm giá của các hãng khác trong ngành, nhưng một sự tăng giá sẽ không tạo ra một phản ứng nào về giá từ phía đối thủ cạnh tranh. Hình 9.4 cho thấy đường cầu DD mà mỗi hãng gặp phải. Tại mức giá hiện thời P_0, hãng sản xuất Q_0. Nếu các đối thủ cạnh tranh không làm theo như vậy, một sự tăng giá sẽ dẫn đến mất thị phần rất lớn của các hãng khác. Đường cầu của hãng là co giãn ở phía trên điểm A với mức giá cao hơn giá hiện thời P_0. Tuy nhiên, bất kỳ một sự giảm giá nào cũng kéo theo sự giảm giá của các hãng khác và thị phần không thay đổi. Lượng bán tăng lên chỉ vì toàn ngành vận động dọc theo đường cầu thị trường khi giá giảm. Đường cầu DD khi đó ít co giãn đối với sự giảm giá so với mức giá ban đầu P_0.

Trong Hình 9.4 doanh thu cận biên gián đoạn ở mức sản lượng Q_0. Với mức sản lượng nhỏ hơn Q_0 phần co giãn của đường cầu xác định doanh thu cận biên tương ứng. Tại mức sản lượng Q_0 hãng gặp phải phần không co giãn của đường cầu gẫy và doanh thu cận biên giảm xuống. Q_0 là sản lượng tối đa hoá lợi nhuận của hãng, với điều kiện hãng biết chắc các đối thủ cạnh tranh phản ứng như thế nào.

Giả định đường MC của một hãng dịch chuyển lên hoặc xuống với một mức độ nhỏ. Vì đường MR gián đoạn ở Q_0 nên hãng vẫn tối ưu ở mức sản lượng Q_0 và giá P_0. Ngược lại, một hãng độc quyền đối mặt với một đường MR dốc xuống liên tục sẽ điều chỉnh lại sản lượng và giá khi đường MC dịch chuyển. Mô hình đường cầu gẫy có thể giải thích vấn đề thực tế là hãng không thường xuyên điều chỉnh giá khi chi phí thay đổi.

Mô hình không giải thích việc xác định giá ban đầu P_0 như thế nào. Một cách hiểu đó là giá độc quyền liên kết. Mỗi hãng tin rằng một nỗ lực hạ giá sẽ khiến các đối thủ cạnh tranh hợp tác lại với nhau và trả miếng mạnh mẽ. Tuy nhiên, các đối thủ cạnh tranh sẽ vui mừng nếu hãng đặt giá cao hơn và hãng sẽ bị mất thị phần.

Nếu chúng ta lý giải P_0 như giá độc quyền liên kết, chúng ta có thể đối chiếu ảnh hưởng của một sự thay đổi chi phí của một hãng và thay đổi chi phí của tất cả các hãng.

Sự thay đổi chi phí của tất cả các hãng làm dịch chuyển đường chi phí cận biên lên trên đối với toàn ngành, làm tăng giá độc quyền liên kết. Đường cầu gẫy của mỗi hãng dịch chuyển lên trên do giá độc quyền P_0 tăng. Vì vậy, sẽ không có gì mâu thuẫn trong tính chất ổn định của giá của một hãng với những thay đổi trong chi phí của riêng một mình hãng đó, cũng như trong tốc độ tăng giá của toàn ngành khi chi phí của tất cả các hãng tăng lên. Ví dụ về sự tăng chi phí cận biên của tất cả các hãng là việc đánh thuế cao hơn vào sản phẩm của ngành, hoặc tiền lương tăng lên trong toàn ngành.

9.4 Lý thuyết trò chơi và các quyết định phụ thuộc lẫn nhau

Một người chơi bài đôi khi lừa gạt. Anh có thể thắng với một bộ bài xấu nếu người chơi kia lại hiểu sai nó là bộ bài tốt. Tương tự như vậy, anh có thể thuyết phục đối thủ đặt cược rất nhiều khi họ tưởng anh có một bộ bài xấu.

Một trò chơi là một tình huống trong đó các quyết định sáng suốt là nhất thiết phụ thuộc lẫn nhau.

Giống như những người chơi bài, các hãng độc quyền tập đoàn cố gắng dự đoán hành động của các đối thủ để xác định hành động tốt nhất cho mình. Để nghiên cứu việc ra các quyết định phụ thuộc lẫn nhau, chúng ta sử dụng lý thuyết trò chơi. Những người chơi trong trò chơi cố gắng tối đa hoá tiền thắng cược của họ. Trong một ngành độc quyền tập đoàn, các hãng là những người chơi và tiền thắng cược của họ là lợi nhuận trong dài hạn. Mỗi người chơi phải lựa chọn một chiến lược. Trở thành một kẻ móc túi là một chiến lược. Móc được một cái ví chính là một nước đi.

Một chiến lược là một kế hoạch của trò chơi mô tả một người chơi hành động như thế nào trong mỗi tình huống có thể.

Thông thường, chúng ta quan tâm đến cân bằng. Trong hầu hết các trò chơi, chiến lược tốt nhất của mỗi người chơi phụ thuộc vào những chiến lược được lựa chọn bởi những người chơi khác. Sẽ là ngu ngốc nếu làm một kẻ móc túi trong khi cảnh sát có camera hoặc chọn 4 quân bài chủ lực khi đối thủ không có khả năng thắng.

Trong **cân bằng Nash**, mỗi người chơi chọn chiến lược tốt nhất, nếu biết các chiến lược mà những người chơi khác theo đuổi.

Khi đó không ai muốn thay đổi chiến lược, bởi vì chiến lược của những người khác đã được tính toán trong sự đánh giá chiến lược tốt nhất của mỗi người. Khái niệm này về cân bằng và ứng dụng của nó trong lý thuyết trò chơi đã được khám phá bởi Nhà toán học John Nash[1].

Những chiến lược có ưu thế

Một chiến lược ưu thế là một chiến lược tốt nhất của người chơi bất kể đối thủ đưa ra chiến lược như thế nào.

Đôi khi (không phải là thường xuyên) một chiến lược tốt nhất của một người chơi là độc lập với những chiến lược được lựa chọn bởi những người khác. Chúng ta bắt đầu với ví dụ mà mỗi người chơi có một chiến lược ưu thế.

Hình 9.5 cho thấy một trò chơi[2] giữa 2 thành viên duy nhất của một cartel. Mỗi hãng có thể lựa chọn một chiến lược sản lượng lớn hoặc sản lượng nhỏ. Trong mỗi ô của Hình 9.5 các số đứng trước (đen đậm) chỉ lợi nhuận của hãng A và số đứng sau (đen mảnh) chỉ lợi nhuận của hãng B cho mỗi tổ hợp sản lượng.

Khi cả 2 có sản lượng lớn, sản lượng của ngành cũng lớn, giá thấp và mỗi hãng thu được lợi nhuận nhỏ là 1. Khi mỗi hãng đều có sản lượng nhỏ, kết quả giống như độc quyền liên kết, giá cao và mỗi hãng thu được lợi nhuận là 2. Mỗi hãng sẽ có lợi nhất (lợi nhuận là 3) khi một mình hãng đó có sản lượng lớn: sản lượng nhỏ của hãng kia giúp

[1] Nash, người đã vật lộn với bệnh tâm thần phân liệt, đã giành được giải thưởng Nobel về kinh tế học nhờ lý thuyết trò chơi của ông. Cuốn phim về cuộc đời của ông do ngôi sao Russel Crows thủ vai chính.

[2] Trò chơi gọi là "Tình thế lưỡng nan" của tù nhân, lần đầu tiên được sử dụng để phân tích sự lựa chọn của hai người bị bắt giam trong 2 xà lim khác nhau. Mỗi người có thể tự nhận có tội hay vô tội đối với tội lỗi đã phạm phải trước đó. Mỗi tù nhân có thể tự nhận vô tội, nếu người ấy biết người kia đã tự nhận có tội.

Hình 9.5 **Trò chơi tình thế lưỡng nan của những người tù**

Sản lượng của hãng B

Sản lượng của hãng A	Lớn		Nhỏ	
Lớn	1	1	3	0
Nhỏ	0	3	2	2

Những con số đen đậm và đen mảnh trong mỗi ô cho biết lợi nhuận của hãng A và B. Dù B theo đuổi một chiến lược sản lượng cao hay thấp, A sẽ chiếm được lợi nhuận nhiều hơn nếu chọn cao và B cũng vậy, bất kể A theo đuổi chiến lược gì. Ở vị trí cân bằng cả hai đều chọn cao. Nhưng cả hai sẽ thu lợi nhuận lớn hơn nếu cả hai đều chọn thấp!

giữ sản lượng của ngành ở mức thấp và giữ được giá cao. Trong tình huống này, chúng ta giả định hãng có sản lượng nhỏ thu lợi nhuận bằng 0.

Chúng ta có thể thấy trò chơi sẽ được diễn ra như thế nào. Xem xét quyết định của hãng A. Trước tiên hãng phải nghĩ sẽ làm gì nếu hãng B có chiến lược sản lượng lớn. Hãng A khi đó sẽ ở một trong 2 ô phía bên trái của Hình 9.5. Hãng A có lợi nhuận là 1 bằng cách chọn sản lượng lớn và lợi nhuận bằng 0 nếu chọn sản lượng nhỏ. Như vậy, nếu hãng A nghĩ rằng hãng B sẽ chọn sản lượng lớn thì hãng A cũng chọn sản lượng lớn.

Nhưng hãng A cũng phải nghĩ sẽ làm gì nếu hãng B chọn chiến lược sản lượng nhỏ. Ý nghĩ đó đặt A vào một trong 2 ô phía bên phải của hình. Hãng A vẫn có lợi hơn khi chọn sản lượng lớn với lợi nhuận là 3, trong khi sản lượng nhỏ chỉ đem lại lợi nhuận là 2. Hãng A có một chiến lược ưu thế. Với bất kỳ chiến lược nào của hãng B, hãng A vẫn có lợi hơn khi chọn chiến lược sản lượng lớn.

Hãng B cũng có chiến lược ưu thế khi chọn sản lượng lớn. Nếu hãng B dự đoán rằng hãng A sẽ chọn sản lượng lớn, hãng B khi phải chọn một trong 2 ô ở hàng trên, sẽ chọn sản lượng lớn. Nếu B nghĩ rằng A sẽ chọn sản lượng nhỏ, B đối diện với lựa chọn trong 2 ô ở dòng dưới của Hình 9.5, nhưng B vẫn muốn sản xuất nhiều. Hãng B có lợi hơn khi chọn sản lượng lớn, bất kể A chọn chiến lược nào. Cả A và B có chiến lược ưu thế là sản xuất nhiều. Cân bằng là ô phía trên bên trái, mỗi hãng thu được lợi nhuận là 1.

Tuy nhiên cả 2 hãng sẽ được lợi hơn, thu được lợi nhuận là 2 nếu chúng cấu kết để hình thành cartel và cùng sản xuất ít - ô phía dưới bên phải. Nhưng không hãng nào chấp nhận rủi ro với việc sản xuất ít. Giả sử hãng A chọn sản lượng nhỏ, hãng B sẽ chọn sản lượng lớn và thu lợi nhuận 3. Còn hãng A sẽ bị mất hết, với lợi nhuận bằng 0. Hãng A có thể thấy được điều này, và điều đó lý giải tại sao chiến lược ưu thế là chọn sản lượng lớn.

Cam kết là sự thoả thuận có sự tham gia tự nguyện để hạn chế những hành động trong tương lai.

Điều này chỉ ra rõ ràng sự giằng co giữa cấu kết và cạnh tranh. Trong ví dụ này, nó cho thấy rằng cartel hạn chế sản lượng sẽ không bao giờ được hình thành, do mỗi người chơi có thể nhìn thấy trước được động cơ gian lận của đối thủ trong một thoả thuận như vậy. Khi đó, cartel có thể được duy trì như thế nào? Một khả năng là vẫn có sự tồn tại của các cam kết ràng buộc.

Nếu cả 2 hãng trong Hình 9.5 có thể cùng một lúc ký vào một hợp đồng có tính cưỡng chế để sản xuất sản lượng thấp, họ có thể đạt được kết quả hợp tác ở ô phía dưới bên phải, mỗi người thu được lợi nhuận là 2. Điều này có lợi hơn ô phía trên bên trái, ô đó chỉ cân bằng Nash của trò chơi khi sự cấu kết không thể ép buộc được. Nếu không có thoả thuận ràng buộc, không người chơi nào có thể sản xuất ít vì khi đó người chơi kia sẽ sản xuất nhiều. Các cam kết ràng buộc, bằng cách xoá bỏ sự cám dỗ này, khiến cả 2 người chơi cùng sản xuất ít. Cả 2 cùng có lợi.

Quan niệm này về sự cam kết là quan trọng và chúng ta sẽ còn đề cập đến nó nhiều lần. Hãy nghĩ về tất cả các hành vi của con người là chủ thể của các hợp đồng hợp pháp, một cam kết đơn giản được thực hiện đồng thời bởi 2 bên.

Mặc dầu sự phân tích này là có tác động mạnh, sự ứng dụng của nó cho tình trạng độc quyền tập đoàn đòi hỏi phải thận trọng. Các cartel trong 1 nước thường không hợp

pháp và OPEC không được gắn với nhau bởi một hợp đồng có tính cưỡng chế theo luật quốc tế. Liệu có cách không chính thức nào mà theo đó các nhà độc quyền tập đoàn có thể tránh được gian lận trong giải pháp cấu kết sản lượng thấp đối với trò chơi này? Nếu trò chơi chỉ được thực hiện một lần, điều này rất khó.

Các trò chơi được lặp lại

Trong thế giới thực tiễn, trò chơi được lặp lại nhiều lần: các hãng lựa chọn mức sản lượng hàng ngày. Giả sử 2 hãng cố cấu kết ở mức sản lượng thấp: mỗi hãng thông báo một chiến lược trừng phạt. Nếu khi nào đó hãng A gian lận đối với thoả thuận sản lượng thấp, hãng B nói rằng nó sẽ phản ứng lại bằng cách tăng sản lượng. Hãng A cũng đưa ra tuyên bố tương tự.

Giả sử cam kết đã được thực hiện trong 1 thời gian và cả 2 hãng đã trung thành với sự thoả thuận về sản lượng thấp của họ. Hãng A giả định rằng ngày hôm nay hãng B vẫn sẽ sản xuất ít như mọi lần. Hình 9.5 cho thấy hãng A thu được lợi nhuận nhất thời cho ngày hôm nay nếu hãng gian lận và sản xuất nhiều. Thay vì ở lại ô phía dưới bên phải, với lợi nhuận bằng 2, hãng A có thể chuyển tới ô phía trên bên phải và thu được lợi nhuận là 3. Tuy nhiên, từ ngày hôm sau trở đi, hãng B cũng sẽ sản xuất nhiều và hãng A khi đó không còn được lợi hơn nữa mà chỉ thu được lợi nhuận là 1 mà thôi. Nhưng nếu A không gian lận thì nó có thể tiếp tục ở lại ô phía dưới bên phải và có lợi nhuận là 2. Do gian lận, A đánh đổi một lợi ích tạm thời cho một sự giảm sút lợi nhuận lâu dài. Vì vậy, chiến lược trừng phạt có thể duy trì một cartel công khai hoặc một cấu kết ngầm cho dù không tồn tại một cam kết chính thức.

Sẽ là chính đáng khi thực hiện sự trừng phạt nếu người chơi kia gian lận. Tuy nhiên, điều này sẽ chỉ ảnh hưởng đến hành vi của người chơi kia nếu đó là sự đe dọa thực sự.

Mối đe dọa thực sự là mối đe dọa, mà sau khi việc đã rồi, vẫn nhất thiết phải thực hiện.

Trong ví dụ trước, một khi hãng A đã gian lận và sản xuất nhiều, hãng B sẽ tăng sản xuất bằng mọi cách. Do đó, đe doạ sản xuất nhiều nếu hãng A gian lận là mối đe dọa thực sự.

Phân tích này đã làm sáng tỏ hành vi thực sự của OPEC trong năm 1986, khi A-rập Xê-út tăng sản lượng của mình lên rất mạnh, dẫn tới một sự sụt giảm giá dầu. Trong những năm 1980, các thành viên khác của OPEC đã gian lận thoả thuận về sản lượng thấp, cho rằng A-rập Xê-út vẫn sẽ sản xuất ở mức thấp để duy trì giá cao và duy trì uy tín của cartel. Các nước này cho rằng đe doạ của A-rập Xê-út về việc áp dụng một chiến lược trừng phạt chỉ là đe doạ suông. Nhưng họ đã nhầm, Hình 9.5 cho thấy rằng, một khi các nước khác tăng sản lượng, A-rập Xê-út cũng sẽ tăng sản lượng.

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

9.5 Hàm phản ứng

Trong ví dụ nêu trên, trong một trò chơi chỉ xảy ra một lần, mỗi người chơi có một chiến lược ưu thế, sản xuất nhiều bất kể đối thủ làm gì. Điều này dẫn tới một kết quả kém hơn cho cả 2 người chơi do họ không hợp tác mặc dù họ phụ thuộc lẫn nhau. Khi trò chơi được lặp lại nhiều lần, các cam kết và chiến lược trừng phạt giúp những người chơi hợp tác để tìm ra một giải pháp tốt hơn cho họ.

Trong việc trừng phạt một đối thủ cạnh tranh, người chơi thay đổi hành động để phản ứng lại hành vi xấu của đối thủ cạnh tranh. Các chiến lược ưu thế là rất hiếm. Phổ biến hơn, hành động tốt nhất của người chơi phụ thuộc vào hành động thực tế hoặc hành

động được dự đoán của những người chơi khác. Một người chơi phản ứng như thế nào phụ thuộc vào những gì người này giả định về hành vi của đối thủ cạnh tranh. Để đơn giản hoá chúng ta phân tích tình trạng song quyền chỉ có 2 hãng lớn lũng đoạn.

Trong **mô hình Cournot**, mỗi hãng coi sản lượng của hãng kia như đã cho trước.

Hành vi Cournot

Năm 1838 nhà kinh tế học người Pháp tên là Augustin Cournot đã phân tích một mô hình thị trường đơn giản gồm 2 hãng lớn.

Hãy tưởng tượng một ngành song quyền trong đó cả 2 hãng đều có chi phí cận biên không đổi MC. Hình 9.6 mô tả vấn đề ra quyết định đối với hãng A. Nếu hãng A giả định rằng B sản xuất 0, hãng A sẽ có toàn bộ đường cầu D_0 của ngành. Đường cầu này cho biết mức sản lượng nào hãng A có thể bán với mức giá hãng đặt ra. Từ đường cầu này hãng A tính toán doanh thu cận biên MR_0, và sản xuất Q_0 để cân bằng chi phí cận biên với doanh thu cận biên.

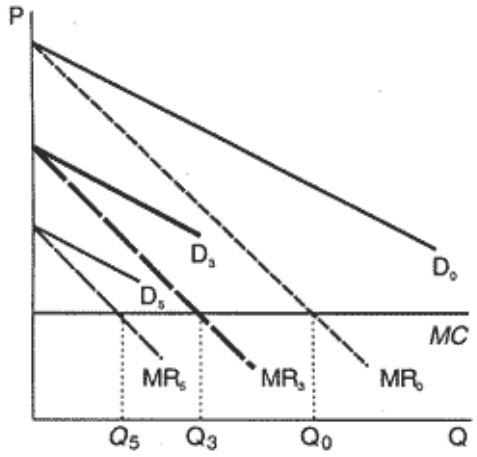
Nếu hãng A giả định rằng hãng B sản xuất 3 đơn vị sản phẩm, hãng A đối diện với đường cầu D_3 có được bằng cách dịch chuyển cầu thị trường D_0 sang trái 3 đơn vị. Hãng B có 3 đơn vị và phần cầu còn lại là dành cho hãng A. Với đường cầu D_3, hãng A tính toán doanh thu cận biên MR_3 và chọn sản lượng Q_3 để cân bằng chi phí cận biên với doanh thu cận biên.

Hàm phản ứng của một hãng cho biết sản lượng tối ưu của hãng thay đổi như thế nào trước mỗi hành động có thể có của đối thủ.

Tương tự như vậy, nếu hãng A cho rằng hãng B sẽ sản xuất 5 đơn vị sản phẩm, cầu của hãng A dịch về bên trái so với D_0 là 5 đơn vị, tới đường cầu mới D_5, và sản xuất Q_5 sản phẩm ở mức chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên. Mức sản lượng mà hãng A dự đoán hãng B sẽ tạo ra và đem bán càng lớn thì sản lượng tối ưu của hãng A càng nhỏ. Q_5 nhỏ hơn Q_3 và Q_3 nhỏ hơn Q_0.

Lặp lại cách tính này cho tất cả các dự đoán của hãng A về sản lượng của hãng B, chúng ta sẽ xác định được hàm phản ứng của hãng A.

Hình 9.6 **Hành vi Cournot**



Giả sử hãng B sản xuất 0, hãng A sẽ đối diện với đường cầu thị trường D_0 và tối đa hóa lợi nhuận bằng cách sản xuất Q_0 để cân bằng chi phí biên với doanh thu biên. Nếu giả định hãng B sản xuất 3 đơn vị. Hãng A sẽ đối diện với đường cầu D_3 nằm bên trái cách D_0 3 đơn vị. Lúc đó hãng A sản xuất Q_3. Nếu giả định hãng B sản xuất 5 đơn vị, hãng A sẽ đối diện với D_5 và sản xuất Q_5. Sản lượng tối ưu của hãng A càng thấp thì sản lượng mà hãng A cho rằng hãng B sẽ làm ra càng cao.

Trong mô hình Cournot, một hành động của đối thủ cạnh tranh là một lựa chọn về sản lượng của hãng. Hình 9.7 chỉ ra 2 mức sản lượng Q^A và Q^B. Từ Hình 9.6 có thể thấy hãng A sẽ sản xuất ít đi nếu hãng cho rằng hãng B sản xuất nhiều hơn. Trong Hình 9.7 lựa chọn sản lượng tối ưu của hãng A là hàm phản ứng R^A. Nếu hãng B được dự đoán sản xuất ít đi 1 đơn vị, hãng A sẽ chọn tăng sản lượng lên ít hơn 1 đơn vị. Điều này đảm bảo tổng sản lượng giảm xuống và giá tăng lên. Bởi vì việc tăng giá khiến hãng A kiếm được nhiều hơn từ những đơn vị sản lượng trước, hãng sẽ không tăng sản lượng nhiều bằng mức giảm sản lượng của hãng B. Tương đương như vậy, ở Hình 9.6 đường cầu của hãng A dịch chuyển nhiều hơn đường doanh thu cận biên nên sản lượng tăng lên ít hơn mức giảm sút dự đoán trong sản lượng của hãng B.

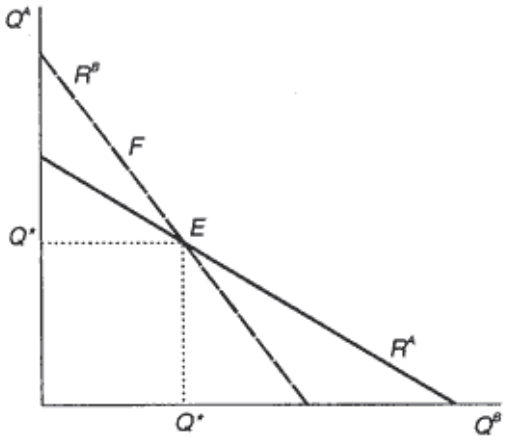
Trong ngành song quyền này, cả 2 hãng là như nhau. Vì vậy, hãng B cũng gặp phải vấn đề tương tự. Hãng đưa ra những dự đoán về sản lượng của hãng A, tính toán đường cầu còn lại cho hãng B và chọn sản lượng tối ưu. Hình 9.7 cho thấy hàm

phản ứng R^B của hãng B, hãng cũng sản xuất ít hơn so với mức sản lượng dự đoán giảm xuống của đối thủ.

Cân bằng Nash là điểm giao nhau của hai hàm phản ứng.

Theo mỗi hàm phản ứng, mỗi hãng có phản ứng tốt nhất với sản lượng giả định của hãng kia. Tại trạng thái cân bằng, hãng kia sẽ được tối ưu khi thực sự hành động theo cách đã được giả định. Trong cân bằng Nash, không hãng nào muốn thay đổi hành vi của mình kể cả sau khi dự đoán của hãng về sản lượng của hãng khác đã được xác nhận.

Hình 9.7 **Cân bằng Nash-Cournot**



R^A là hàm phản ứng của hãng A, cho thấy sản lượng tối ưu của hãng sẽ biến động như thế nào ở mức sản lượng mà hãng giả định hãng B sẽ làm ra và đem bán. Vì các hãng giống nhau, R^B là hàm phản ứng tương tự của hãng B, cho thấy sản lượng tối ưu của hãng nếu biết sản lượng giả định của hãng A. Với những giả thiết Cournot này về hành vi của đối thủ thì E là điểm cân bằng Nash. Lúc đó dự đoán của mỗi hãng về hành vi của đối thủ là đúng. Và không hãng nào muốn thay đổi hành vi của mình. Nếu các hãng là đồng nhất thì các hàm phản ứng của họ là không đối xứng, và cả hai cùng làm ra sản lượng Q^*.

Vì cả 2 hãng đối diện với đường cầu của ngành như nhau, hàm phản ứng của các hãng là đối xứng nếu họ có chi phí cận biên như nhau trong Hình 9.6. Cả 2 hãng khi đó sản xuất cùng mức sản lượng Q^* được chỉ ra ở Hình 9.7. Nếu chi phí khác nhau, chúng ta sẽ tiếp tục xây dựng các hàm phản ứng (khác nhau) và điểm cắt nhau của chúng cũng cho thấy những thị phần của 2 hãng không còn như nhau nữa.

Giả sử đường chi phí cận biên của hãng A trong Hình 9.6 dịch xuống. Với mỗi mức sản lượng giả định cho hãng B, hãng A bây giờ sẽ sản xuất nhiều hơn. Đường MR tiếp tục dịch xuống trước khi cắt đường MC. Vì vậy, trong Hình 9.7 hàm phản ứng R^A dịch chuyển lên trên, cho biết hãng A sản xuất Q^A nhiều hơn ở bất kỳ sản lượng Q^B giả định của đối thủ. Điểm cắt nhau mới của các hàm phản ứng, chẳng hạn ở điểm F, cho thấy điều gì xảy ra với cân bằng Nash trong mô hình Cournot.

Không có gì ngạc nhiên khi sản lượng của A tăng lên. Tại sao sản lượng của B giảm xuống? Với chi phí cận biên thấp hơn, hãng A là tối ưu khi sản xuất nhiều hơn. Giá sẽ giảm nhiều, trừ khi hãng B cắt giảm sản lượng của mình. Hãng B sẽ cắt giảm sản lượng chút ít nhằm đẩy giá lên một chút, đề phòng thiệt hại lớn về doanh thu từ những đơn vị hiện có.

Như đã đề cập đến trong trò chơi "Tình thế lưỡng nan" của những người tù ở mục 9.4, cân bằng Nash-Cournot không tối đa hoá phần lợi nhuận chung của cả 2 người chơi. Họ đã không đạt được tổng sản lượng tối đa hoá lợi nhuận chung. Bằng cách xem xét sản lượng của đối thủ như đã xác định trước, mỗi hãng mở rộng sản xuất quá nhiều. Sản lượng lớn hơn đẩy giá xuống thấp. Các hãng không chú ý đến thực tế rằng việc mở rộng sản xuất của mình sẽ gây thiệt hại cho đối thủ, sản lượng của mỗi hãng vì thế là quá cao.

Hành vi của mỗi hãng là đúng với điều kiện họ giả định sản lượng của các đối thủ cạnh tranh là cố định. Tuy nhiên, sự mở rộng sản xuất của mỗi hãng sẽ làm cho đối thủ cạnh tranh thay đổi hành vi. Một hãng độc quyền liên kết thường tính tới điều đó và tạo ra lợi nhuận chung lớn hơn.

Trong **mô hình Bertrand** về ngành độc quyền tập đoàn, mỗi hãng coi giá của đối thủ cạnh tranh như đã biết trước.

Hành vi Bertrand

Để thấy được giả định về hành vi của các đối thủ ảnh hưởng như thế nào tới các hàm phản ứng và thế cân bằng Nash, hãy xem xét một mô hình khác được đưa ra bởi nhà kinh tế học người Pháp, Joseph Bertrand.

Mỗi hãng quyết định một mức giá (và một mức sản lượng) tương ứng với giá mà hãng dự đoán đối thủ cạnh tranh của mình đặt ra. Chúng ta sẽ tiến hành một sự phân tích tương tự như với mô hình Cournot, tìm đường phản ứng chỉ ra giá được thiết lập bởi mỗi hãng phụ thuộc vào giá của đối thủ cạnh tranh như thế nào, và từ đó tìm ra cân bằng Nash về giá cho mô hình Bertrand. Khi đã biết giá cân bằng, chúng ta có thể tìm ra sản lượng cân bằng. Nếu các hãng giống như nhau, họ sẽ lại chia thị trường thành những phần bằng nhau. Tuy nhiên, trong mô hình Bentrand, có thể dễ dàng thấy cân bằng Nash phải như thế nào. Đó là giải pháp cạnh tranh hoàn hảo - giá ngang bằng chi phí cận biên. Làm sao chúng ta biết được điều này?

Giả định hãng B thiết lập một mức giá lớn hơn chi phí cận biên. Hãng A có thể chiếm toàn bộ thị trường bằng cách đặt giá thấp hơn chút ít so với hãng B. Vì hãng B có thể dự đoán được điều này, nó phải thiết lập mức giá thấp hơn. Lý lẽ này sẽ tiếp tục cho tới khi, trong cân bằng Nash, cả 2 hãng đặt giá ở chi phí cận biên và phân chia thị trường giữa họ với nhau. Lúc đó không có động cơ nào cho việc thay đổi hành vi.

So sánh Bertrand và Cournot

Trong hành vi Bertrand, cân bằng Nash đưa đến giá ngang bằng với chi phí cận biên, vì vậy sản lượng của ngành là cao. Trong hành vi Cournot, cân bằng Nash tạo ra mức sản lượng của ngành thấp hơn và giá cao hơn. Vì chi phí cận biên và chi phí bình quân không đổi, mỗi hãng thu được lợi nhuận khi giá cao hơn. Tuy nhiên, các hãng lại không hợp tác. Một độc quyền liên kết sẽ tạo ra lợi nhuận lớn hơn nhờ phối hợp các quyết định về sản lượng. Sản lượng của ngành thậm chí có thể thấp hơn và giá có thể cao hơn.

Vì vậy, cân bằng Nash phụ thuộc vào từng giả thiết mỗi hãng đưa ra về hành vi của đối thủ cạnh tranh. Nhìn chung, các nhà kinh tế thích mô hình Cournot hơn. Trên thực tế, chỉ vài ngành độc quyền tập đoàn hành động giống như ngành cạnh tranh hoàn hảo, theo như dự đoán của mô hình Bertrand.

Hơn thế nữa, vì giá có thể thay đổi nhanh chóng, việc coi giá của đối thủ như cố định là không hợp lý. Ngược lại, chúng ta có thể lý giải mô hình Cournot như nói rằng trước tiên hãng sẽ chọn năng lực sản xuất và sau đó xác định giá. Bởi vì, thay đổi công suất đòi hỏi thời gian, nên điều này có ý nghĩa hơn.

Lợi thế của người đi trước

Với những nghiên cứu trên, chúng ta đã giả định rằng 2 hãng song quyền ra quyết định đồng thời. Giả sử rằng một hãng có thể chọn sản lượng trước hãng kia. Liệu người đi trước có lợi hay không?

Để dự đoán hãng B sẽ hành động như thế nào khi sản lượng của hãng A là cố định, hãng A xem xét hàm phản ứng của hãng B như đã rút ra được từ Hình 9.6 và 9.7. Trong việc quyết định sản lượng, hãng A sẽ tính xem quyết định sản lượng của mình sẽ ảnh hưởng như thế nào đến sản lượng của hãng B.

Vì vậy, hãng A có một hàm phản ứng khác. Hình 9.7 cho thấy hàm phản ứng Cournot R^A coi Q^B như được lựa chọn không phụ thuộc vào Q^A. Giờ đây hãng A sử dụng hàm phản ứng R^B để suy diễn rằng một mức sản lượng Q^A cao hơn sẽ tạo một mức sản lượng Q^B thấp hơn. Vì vậy, hãng A mong rằng sự mở rộng sản lượng của mình chỉ làm giá giảm ít hơn so với mô hình hành vi Cournot. Doanh thu cận biên của hãng sẽ tăng lên. Hãng A biết rằng hãng B sẽ nâng giá bằng cách giảm sản lượng Q^B để đáp lại sự tăng lên của Q^A.

Đối diện với MR cao hơn khi ở vị trí người đi trước Stackelberg so với hành vi Cournot, hãng A sản xuất nhiều hơn so với mô hình Cournot. Hãng B sản xuất ít hơn do

Trong **mô hình Stackelberg**, hãng B có thể quan sát sản lượng đã được cố định bởi hãng A. Vì thế khi lựa chọn sản lượng, hãng A phải dự đoán phản ứng tiếp theo sau của hãng B.

Lợi thế của người đi trước nghĩa là người chơi mà đi trước sẽ thu được tiền được cược nhiều hơn so với khi ra quyết định đồng thời.

hãng phải phản ứng với thực tế là một mức sản lượng Q^A cao hơn đã được tạo ra. Cuối cùng hãng A có được sản lượng cao hơn và lợi nhuận lớn hơn so với mô hình Cournot nhưng hãng B thì lại có sản lượng nhỏ hơn và lợi nhuận thấp hơn. Hãng A có được lợi thế của người đi trước.

Đi trước có tác dụng như một cam kết đề phòng sự thao túng tiếp theo sau của người chơi kia. Một khi hãng A đã xây dựng một nhà máy với công suất lớn, hãng A phải sống với một thực tế là hãng sẽ sản xuất nhiều. Sự phản ứng tốt nhất của hãng B khi đó là sản xuất ít. Nâng giá sản phẩm là có lợi cho hãng A.

Trong một số ngành, các hãng tương đối cân xứng và hành vi Cournot là một sự mô tả có giá trị về việc các hãng độc quyền tập đoàn hành động như thế nào. Một số ngành khác có hãng khống chế, có thể do lợi thế về công nghệ hoặc một vị trí đặc quyền. Hãng đó có thể hành động như một người đi trước Stackelberg và dự đoán được các đối thủ nhỏ hơn sẽ phản ứng như thế nào.

9.6 Sự gia nhập mới và cạnh tranh tiềm năng

Đến đây, chúng ta đã bàn luận về cạnh tranh không hoàn hảo giữa các hãng hiện có. Để hoàn chỉnh sự hiểu biết của chúng ta về những thị trường như vậy, chúng ta cũng phải nghĩ tới ảnh hưởng của cạnh tranh tiềm năng từ những người mới gia nhập ngành đối với hành vi của các hãng đang tồn tại. Cần làm rõ 3 trường hợp: nơi mà sự gia nhập mới tương đối dễ, nơi sự gia nhập mới là khó khăn vì ngẫu nhiên và nơi mà sự gia nhập mới là khó khăn vì cố ý.

Các thị trường cạnh tranh

Sự gia nhập hoặc rút lui tự do khỏi ngành là đặc điểm nổi bật của cạnh tranh hoàn hảo, một cấu trúc thị trường trong đó mỗi hãng là tương đối nhỏ so với toàn ngành. Tuy nhiên, giả định là chúng ta quan sát một ngành với vài hãng hiện hành (đang hoạt động). Trước khi giả định rằng phân tích trước đây của chúng ta về độc quyền tập đoàn là cần thiết, chúng ta phải suy nghĩ kỹ càng về sự gia nhập và rút lui. Ngành có thể là một thị trường cạnh tranh.

Một thị trường cạnh tranh có sự gia nhập và rút lui tự do.

Với sự gia nhập tự do, chúng ta hàm ý rằng tất cả các hãng, bao gồm cả các hãng hiện hành và những người gia nhập tiềm tàng, đều tiếp cận với công nghệ như nhau và vì thế có đường chi phí như nhau. Với sự rút lui tự do, chúng ta hàm ý rằng không có chi phí chìm hoặc chi phí không thể thu hồi: khi rời khỏi ngành, một hãng có thể thu hồi được toàn bộ chi tiêu đầu tư ban đầu của mình, bao gồm cả tiền chi cho việc tích luỹ kiến thức và uy tín.

Một thị trường cạnh tranh cho phép sự gia nhập mới và rút lui dễ dàng. Nếu các hãng hiện hành, dù là ít, không hành động như ngành cạnh tranh hoàn hảo ($p = MC = LAC\ min$), một người gia nhập mới có thể nhảy vào, bán hàng hoá với giá rẻ và thu được lợi nhuận nhất thời trước khi lại rời khỏi ngành.

Khi sự toàn cầu hoá vẫn tiếp tục, chúng ta cần nhớ rằng những nhà cung ứng nước ngoài là những người gia nhập tiềm tàng. Việc này có thể thực hiện dưới 2 dạng. Thứ nhất, nếu lợi nhuận độc quyền là quá lớn trong thị trường nội địa, cạnh tranh từ nhập khẩu có thể làm tăng cung, dẫn đến giảm giá và giảm lợi nhuận trong thị trường nội địa. Trong trường hợp thái quá, nhập khẩu tăng khi giá nội địa cao hơn giá thế giới, chúng ta trở lại thế giới cạnh tranh đã được phân tích ở Chương 8.

Toàn cầu hoá cũng có thể tạo ra khả năng là các hãng nước ngoài sẽ xây dựng cơ sở sản xuất ở thị trường trong nước, một hình thức hữu hình của sự gia nhập mới. Do tăng cung từ sự gia nhập tiềm tàng, toàn cầu hoá làm tăng khả năng coi các thị trường cạnh tranh như một loại cấu trúc thị trường. Hơn thế nữa, chúng ta thường nghĩ về một người gia nhập mới như là người bắt đầu từ con số không. Nhưng khi một hãng nước ngoài hiện có gia nhập thị trường nội địa, nền sản xuất và kinh nghiệm marketing của hãng có thể đã phát triển ở mức cao.

Toàn cầu hoá có thể là con dao 2 lưỡi. Một mặt, nó làm tăng quy mô của thị trường liên quan và làm cho sự gia nhập mới dễ dàng hơn. Mặt khác, bởi cho phép các công ty đa quốc gia lớn mạnh do hoạt động đồng thời ở nhiều nước, toàn cầu hoá có thể khuyến khích các hãng lớn có được sức mạnh thị trường lớn ở bất cứ nơi đâu hãng hoạt động: Coke và Pepsi đang cạnh tranh cho sự thống trị toàn cầu và Virgin Cola chỉ có khả năng cạnh tranh có hạn, thậm chí là ở Anh.

Lý thuyết về các thị trường cạnh tranh đang còn là tranh cãi. Có nhiều ngành trong đó chi phí chìm là rất khó thu hồi hoặc có những ngành đòi hỏi những người gia nhập mới phải mất thời gian để có được trình độ chuyên môn ban đầu, bởi vậy tạm thời họ ở trong tình thế bất lợi so với các hãng hiện có. Cũng không an toàn khi giả định là các hãng hiện hành sẽ không thay đổi hành vi của họ khi bị đe doạ bởi sự gia nhập mới. Nhưng lý thuyết đã minh hoạ một cách sống động rằng cấu trúc thị trường và hành vi của các hãng hiện hành không thể được suy diễn đơn giản chỉ bằng cách đếm số lượng các hãng trong một ngành.

Trong chương trước, chúng ta đã thận trọng khi nhấn mạnh rằng một hãng độc quyền là một người sản xuất duy nhất, người có thể hoàn toàn xem nhẹ sự gia nhập mới. Bây giờ chúng ta sẽ hoàn chỉnh cách phân loại ở Bảng 9.1 dựa vào sự nghiên cứu về gia nhập mới một cách chi tiết hơn.

Hộp 9-3 Các rào cản gia nhập đối với thị trường siêu thị

Năm 2004 chuỗi siêu thị Morrison cuối cùng đã hoàn thành việc tiếp quản đối thủ Safeway. Bằng một hành động dứt khoát, Morrison đã phát triển mạnh lên từ một siêu thị loại nhỏ với 6% thị phần tăng lên thành 17% thị phần của thị trường Anh, chỉ đứng sau Sainsburys, hãng đứng đầu ngành kinh doanh siêu thị.

Việc tiếp quản Safeway đã được tranh giành với Tesco, Asda và Sainsburys, các đối thủ cạnh tranh lớn của Morrison. Trong giai đoạn đó, Phillip Green, chủ của cửa hàng bán lẻ British Home Store (Bhs), cũng rất quan tâm đến Safeway. Safeway đã là một mục tiêu hấp dẫn vì đó là cơ hội cuối cùng cho sự gia nhập ngành siêu thị. Khó khăn về đất đai và khó khăn trong việc có được giấy phép kinh doanh cho siêu thị mới, cách gia nhập mới duy nhất chính là tiếp quản. Với Safeway hiện giờ đã về tay Morrison, và ngành hợp nhất thành những hãng lớn, việc tiếp quản tiếp theo sẽ càng khó hơn. các rào cản gia nhập là rất vững chắc.

Một rào cản gia nhập tự nhiên là rào cản không phải được tạo ra một cách có chủ định của những hãng hiện hành.

Các rào cản gia nhập tự nhiên

Khi bàn về các rào cản gia nhập, chúng ta phân biệt giữa những rào cản dù thế nào cũng tồn tại và những rào cản được tạo ra có chủ định của những hãng hiện hành.

Nhà kinh tế học người Mỹ Joe Bain đã phân chia 3 loại rào cản gia nhập: sự khác biệt sản phẩm, lợi thế về chi phí tuyệt đối và tính kinh tế của quy mô. Sự khác biệt sản phẩm không phải là một rào cản tự nhiên. Lợi thế về chi phí tuyệt đối, khi các hãng hiện hành có đường chi phí thấp hơn chi phí của những người gia nhập mới, có thể là một rào cản tự nhiên. Nếu đòi hỏi phải có thời gian để có được những kinh nghiệm kinh doanh, các hãng hiện hành sẽ có chi phí thấp hơn, ít nhất cũng là trong ngắn hạn. Nếu họ sáng suốt, họ sẽ giành được những vị trí kinh doanh có lợi thế

nhất. Ngược lại, nếu các hãng hiện hành tiến hành đầu tư hoặc nghiên cứu và phát triển với mục đích ngăn cản sự gia nhập, đây không còn là một rào cản tự nhiên nữa.

Hình 9.1 cho thấy vai trò của tính kinh tế của quy mô như một rào cản gia nhập tự nhiên. Nếu quy mô hiệu quả tối thiểu là lớn so với đường cầu của ngành, một người gia nhập mới không thể vào ngành mà không làm giảm giá đáng kể, và không thể gia nhập để thu lợi nhuận.

Các rào cản gia nhập tự nhiên này càng lớn, các hãng sẽ càng ít phải chú ý đến sự cạnh tranh tiềm tàng từ gia nhập mới. Trò chơi độc quyền tập đoàn khi đó chuyển thành cạnh tranh giữa các hãng hiện hành như chúng ta đã bàn ở mục trước. Nơi nào có rào cản gia nhập tự nhiên thấp, một trong 2 điều sau có thể xảy ra. Hoặc các hãng hiện hành chấp nhận tình huống trong đó cạnh tranh từ những người gia nhập mới sẽ ngăn cản các hãng hiện hành có được nhiều sức mạnh thị trường - kết quả sẽ gần với kết quả cạnh tranh hoàn hảo - hoặc các hãng hiện hành sẽ cố tạo ra một số rào cản gia nhập từ phía hãng.

9.7 Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược

Một nước đi chiến lược là một biện pháp ảnh hưởng đến lựa chọn của người khác, theo cách có lợi cho chính mình, bằng cách gây ảnh hưởng đến dự kiến của người khác về cách thức mình sẽ ứng xử.

Một chiến lược là một kế hoạch của trò chơi khi việc ra quyết định là phụ thuộc lẫn nhau. Từ "chiến lược" được sử dụng hàng ngày nhưng nó có một ý nghĩa đặc biệt trong kinh tế học.

Trong Hình 9.8 một hãng hiện hành đang chơi một trò chơi chống lại một người gia nhập tiềm tàng. Người gia nhập mới có thể nhảy vào và ở lại bên ngoài. Nếu người gia nhập mới nhảy vào thị trường, hãng hiện hành có thể chọn lựa hoặc chấp nhận đối thủ mới và đồng ý chia sẻ thị phần hoặc chống lại. Chống lại sự gia nhập có nghĩa là phải sản xuất nhiều lên và có lẽ phải nhiều hơn đáng kể so với trước đây, vì thế giá của ngành sẽ giảm xuống. Trong cuộc chiến về giá này, mà đôi khi được hãng hiện hành gọi là định giá hủy diệt, cả 2 hãng đều thua lỗ. Dòng đầu tiên của bảng trong Hình 9.8 cho thấy lợi nhuận của hãng hiện hành và lợi nhuận của người gia nhập mới từ mỗi một trong 3 phương án.

Hình 9.8 Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược

Lợi nhuận khi không có sự ngăn cản có tính chiến lược	1	1	-1	-1	5	0
Lợi nhuận khi có sự ngăn cản có tính chiến lược	-2	1	-1	-1	2	0

Nếu không có sự ngăn cản, khi hãng mới gia nhập, hãng cũ hành động tốt hơn nếu chấp nhận sự gia nhập đó chứ không chống lại. Hãng mới biết điều đó nên gia nhập. Điểm cân bằng ở ô trên phía tay trái và cả hai hãng đều thu được lợi nhuận bằng 1. Nhưng nếu hãng cũ đã cam kết trước một khoản chi phí bằng 3 mà chỉ thu lại được nếu chống lại, hãng cũ sẽ chống lại sự gia nhập, hãng mới sẽ ở ngoài và điểm cân bằng là ô dưới bên tay phải. Hãng cũ làm ăn tốt hơn, thu được lợi nhuận bằng 2.

Nếu hãng hiện hành không bị đe dọa gia nhập mới, hãng thu được lợi nhuận là 5, và người gia nhập mới tất nhiên không có lợi nhuận gì. Nếu hãng chia sẻ thị phần, cả 2 thu được lợi nhuận là 1. Trong cuộc chiến giá cả, cả 2 bị thua lỗ. Vậy trò chơi nên thực hiện như thế nào?

Giả sử người gia nhập mới đã nhảy vào thị trường. So sánh 2 ô phía bên trái của dòng trên, hãng hiện hành nên nhượng bộ hơn là chống lại. Người gia nhập mới có thể

thấy được điều này. Bất kỳ một đe dọa nào của hãng hiện hành nhằm ngăn cản sự gia nhập đều không phải là đe dọa thực sự. Cân bằng của trò chơi là người gia nhập mới sẽ vào thị trường và hãng hiện hành cũng không kháng cự lại. Cả 2 cùng thu được lợi nhuận là 1, ở ô phía trên bên trái.

Tuy nhiên, hãng hiện hành có thể có hàng loạt hành động trước khi có sự xuất hiện của người gia nhập mới. Nó có thể đã có ý đồ từ trước buộc mình ngăn chặn sự gia nhập mới và vì thế làm giảm được mối đe dọa gia nhập trong tương lai. Hãng hiện hành sẽ sung sướng mê li nếu một người Sao Hoả xuất hiện và đảm bảo là sẽ bắn các giám đốc của hãng hiện hành nếu họ để cho sự gia nhập mới dễ dàng. Những người gia nhập mới cho rằng sẽ phải lao vào cuộc chiến và dự đoán sẽ mất 1, vì thế họ sẽ không gia nhập thị trường, khi đó hãng hiện hành sẽ lại có được lợi nhuận thường xuyên là 5.

Không có người Sao Hỏa, hãng hiện hành vẫn có thể có được kết quả đúng như vậy bằng các biện pháp kinh tế. Giả sử hãng hiện hành đầu tư lớn vào năng lực sản xuất dư thừa và hiện giờ chưa dùng đến vì đang ở mức sản lượng thấp. Hãng hiện hành có sản lượng thấp khi không có sự gia nhập mới hoặc chấp nhận chia sẻ thị trường với người gia nhập mới. Giả sử trong tình huống này hãng hiện hành chịu thêm chi phí là 3 do gánh chịu công suất thừa. Dòng thứ 2 của bảng ở Hình 9.8 cho thấy lợi nhuận của hãng hiện hành giảm đi 3 trong cả 2 kết quả này. Tuy nhiên, trong cuộc chiến tranh giá cả, sản lượng của hãng hiện hành là cao và năng lực sản xuất dư thừa không còn lãng phí nữa; vì thế không cần giảm lợi nhuận của hãng ở cột giữa của Hình 9.8.

Nếu người gia nhập mới nhảy vào thị trường, hãng hiện hành lỗ 2 nếu chấp nhận chia sẻ thị trường và chỉ mất 1 nếu chống lại. Vì thế sự gia nhập mới sẽ bị chống lại. Thấy trước được điều này, sẽ không có hãng mới tham gia vào thị trường vì họ sẽ bị thua lỗ trong cuộc chiến giá cả. Cân bằng của trò chơi lúc này là ô phía dưới bên phải của bảng và sẽ không có người gia nhập mới. Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược đã thành công. Nó đem lại lợi ích cho hãng. Cho dù chịu chi phí 3 cho năng lực sản xuất dư thừa, hãng vẫn thu được lợi nhuận 2, lớn hơn so với lợi nhuận 1 ở ô phía trên bên trái khi không có sự ngăn cản và để người gia nhập mới vào thị trường.

Sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược là hành vi của hãng hiện hành khiến cho sự gia nhập mới là khó thực hiện.

Liệu rằng sự ngăn cản này có luôn có tác dụng hay không? Câu trả lời là không. Giả định trong Hình 9.8, chúng ta thay đổi cột phía bên phải. Ở dòng trên hãng hiện hành có lợi nhuận là 3 nếu không có sự gia nhập mới. Nếu không có năng lực sản xuất dư thừa, cân bằng là ô phía trên bên trái như trước đây. Nhưng nếu hãng hiện hành chi 3 cho năng lực sản xuất dư thừa, hãng sẽ chỉ còn lợi nhuận bằng 0 ở ô phía dưới bên phải khi sự gia nhập mới bị ngăn cản. Sự ngăn cản vẫn thực hiện được, tuy nhiên sẽ tốt hơn cho hãng hiện hành nếu hãng không đầu tư vào công suất thừa và chấp nhận sự gia nhập mới.

Mô hình này cho thấy chiến tranh giá cả không nên được thực hiện. Nếu hãng hiện hành tham gia vào cuộc chiến, hãng mới sẽ không vào thị trường. Điều này tất nhiên đòi hỏi hãng mới phải biết được lợi nhuận của hãng hiện hành trong các khả năng khác nhau và vì thế dự đoán được chính xác hành vi của hãng đó. Trong thực tế, những người gia nhập mới đôi khi dự đoán sai. Hơn thế nữa, nếu người gia nhập mới có sự ủng hộ tài chính tốt hơn hãng hiện hành, cuộc chiến tranh giá cả có thể là một sự đầu tư tốt cho hãng mới. Hãng hiện hành sẽ phải là người rời khỏi thị trường trước và sau đó hãng mới vào sẽ lại thu được lợi nhuận.

Công suất dư thừa có phải là mối đe dọa duy nhất của hãng hiện hành hay không? Các đe dọa phải là đe dọa không thể huỷ bỏ, nếu không nó sẽ chỉ là một đe dọa suông, và chúng phải làm tăng khả năng một hãng hiện hành sẽ chống lại sự gia nhập mới. Bất cứ cái gì có đặc điểm của chi phí chìm và chi phí cố định đều có thể trở thành mối đe

dọa: chi phí cố định làm tăng tính kinh tế của quy mô nhờ đó hãng hiện hành có thể duy trì sản lượng cao lâu hơn, và chi phí chìm không thể thay đổi được. Quảng cáo để đầu tư vào uy tín và sự trung thành đối với nhãn hiệu là một ví dụ điển hình. Việc phổ biến sản phẩm cũng vậy. Nếu hãng hiện hành chỉ có một nhãn hiệu duy nhất, người gia nhập mới có thể hy vọng tham gia vào thị trường với một nhãn hiệu khác. Nhưng nếu hãng hiện hành có một dòng nhãn hiệu hoặc mẫu mã hoàn chỉnh, một người gia nhập mới sẽ phải cạnh tranh với cả miền sản phẩm này.

Hộp 9-4 Tại sao lại quảng cáo nhiều như vậy?

Quảng cáo không phải luôn mang ý nghĩa tạo ra rào cản đối với những người gia nhập tiềm tàng. Đôi khi nó nhằm thông báo với khách hàng bằng cách tiết lộ những thông tin nội bộ mà hãng có về chất lượng sản phẩm của hãng.

Khi khách hàng có thể nói thoáng qua về chất lượng sản phẩm, thậm chí trước khi họ mua sản phẩm, có nghĩa là quảng cáo đã có chút tác dụng. Chuối đã hỏng đen thì không thể được quảng cáo là tươi ngon. Thông tin có sẵn ê hề và những nỗ lực đánh lừa khách hàng sẽ bị phát hiện. Tuy nhiên, đối với hầu hết các hàng hoá, khách hàng không thể phát hiện chất lượng trước khi mua sắm và chỉ nhận ra chất lượng khi sử dụng hàng hoá.

Hãng khi đó có những thông tin nội bộ cho các khách hàng mua lần đầu. Một chiến dịch quảng cáo đáng chú ý (tất nhiên là tốn kém) báo hiệu cho các khách hàng tiềm tàng rằng hãng tin vào sản phẩm của mình và dự kiến bán được doanh số lớn cho các khách hàng thường xuyên đủ để thu hồi chi phí cố định của quảng cáo ban đầu. Các hãng không trung thực sẽ nhanh chóng bị phát hiện và không đầu tư nhiều vào quảng cáo nữa.

Thế còn những hàng hoá như tủ lạnh, thường là chỉ mua 1 lần và không được thay thế trong khoảng chục năm hoặc hơn thì sao? Các khách hàng sẽ thực sự có lợi với những quảng cáo trung thực nhưng những người sản xuất các sản phẩm chất lượng cao lại không có động cơ quảng cáo. Họ cũng đã từng thuê các nhà quảng cáo làm những quảng cáo phóng đại (rất nhiều năm trước khi họ bị phát hiện). Sự sẵn sàng quảng cáo không còn báo hiệu chất lượng của sản phẩm nữa. Vì thế các quảng cáo ít dần.

Bảng dưới đây cho thấy chi tiêu quảng cáo theo tỷ lệ doanh thu bán hàng cho 4 loại hàng hoá đã kể trên. Lý thuyết khá phù hợp với thực tế.

Chi tiêu quảng cáo theo % doanh thu bán hàng

Chất lượng được khám phá	Thời gian tới lần mua tiếp theo	Ví dụ	Quảng cáo theo % doanh thu bán hàng
Trước khi mua	Không liên quan	Chuối	0,4
Ngay sau khi mua	Nhanh	Bánh quy	3,6
Lâu sau khi mua	Không liên quan	Đĩa CD	1,8

Nguồn: E. Davis, J. Kay and J. S tar, "Is Advertising Rational?", *Business Strategy Review* , Autumn 1991, Oxford University Press.

9.8 Kết luận

Trong thực tế chỉ có một vài ngành là giống như 2 thái cực cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền thuần tuý. Phần lớn các ngành là cạnh tranh không hoàn hảo. Chương này đã giới thiệu các loại cạnh tranh không hoàn hảo. Lý thuyết trò chơi nói chung và các khái niệm như cam kết, sự tin cậy và sự ngăn cản, cho phép các nhà kinh tế phân tích nhiều vấn đề thực tế trong các ngành kinh doanh lớn.

Chúng ta đã học được những gì? Thứ nhất, cấu trúc thị trường và hành vi của các hãng hiện hành được xác định đồng thời. Các nhà kinh tế thường bắt đầu với một cấu trúc thị trường, xác định bởi mức độ tính kinh tế của quy mô so với đường cầu của ngành, sau đó suy ra một hãng hiện hành sẽ cư xử như thế nào (độc quyền, độc quyền tập đoàn, cạnh tranh hoàn hảo), tiếp đến kiểm tra lại những dự đoán này so với những chỉ số thực hiện, chẳng hạn như mức độ giá lớn hơn chi phí cận biên. Chúng ta nhận thấy rằng hành vi chiến lược của các hãng hiện hành có thể ảnh hưởng đến sự gia nhập mới, và từ đó ảnh hưởng đến cấu trúc thị trường, ngoại trừ những thị trường mà sự gia nhập mới là khá dễ dàng.

Thứ hai, chúng ta đã biết được tầm quan trọng của cạnh tranh tiềm tàng, có thể đến từ các hãng trong nước như một sự gia nhập mới hoặc nhập khẩu từ nước ngoài. Số lượng hãng có thể nhìn thấy trong ngành ngày nay cho biết rất ít thông tin về mức độ sức mạnh thị trường thực sự. Nếu sự gia nhập mới dễ dàng, một hãng hiện hành duy nhất hoặc một độc quyền có thể nhận thấy không có lợi nếu xuất phát từ hành vi cạnh tranh hoàn hảo.

Cuối cùng, chúng ta đã thấy được có bao nhiêu hành động kinh doanh trên thế giới thực - chiến tranh giá cả, quảng cáo, phổ biến nhãn hiệu, công suất dư thừa hoặc nghiên cứu và triển khai quá mức - có thể được hiểu như cạnh tranh chiến lược, trong đó để được hiệu quả thì các đe dọa phải được đảm bảo chắc chắn bởi những cam kết từ trước.

TÓM TẮT

- **Cạnh tranh không hoàn hảo** tồn tại khi mỗi hãng tin rằng hãng đối mặt với đường cầu dốc xuống. Các hình thức quan trọng nhất là cạnh tranh độc quyền, độc quyền tập đoàn và độc quyền thuần tuý.
- **Vị trí độc quyền thuần tuý** có thể có được do luật pháp, khi một ngành được quốc hữu hoá hoặc do bằng phát minh sáng chế. Khi quy mô hiệu quả tối thiểu là rất lớn so với hiệu quả của ngành, rào cản gia nhập tự nhiên có thể đủ lớn để tạo ra độc quyền tự nhiên trong đó tất cả những đe doạ về sự gia nhập mới là không có.
- Thái cực ngược lại, sự gia nhập và rút lui có thể khá dễ dàng. Thị trường là **cạnh tranh**, và các hãng hiện hành phải bắt chước hành vi cạnh tranh hoàn hảo để tránh bị tràn ngập bởi những người gia nhập mới. Với một quy mô trung bình của sự gia nhập mới, ngành có thể là ngành độc quyền tập đoàn.
- **Các hãng cạnh tranh độc quyền** đối mặt với sự gia nhập và rút lui tự do nhưng riêng từng hãng thì nhỏ và sản xuất những sản phẩm tương tự nhau, dù là không đồng nhất. Mỗi hãng có sức mạnh thị trường có hạn đối với nhãn hiệu sản phẩm riêng của mình. Trong cân bằng dài hạn, giá ngang bằng chi phí trung bình nhưng lớn hơn doanh thu cận biên và chi phí cận biên ở cân bằng tiếp tuyến.
- **Các nhà độc quyền tập đoàn** đối mặt với sự giằng co giữa hợp tác để tối đa hoá tổng lợi nhuận và cạnh tranh để giành thị phần lớn hơn trong khi lợi nhuận chung nhỏ hơn. Hợp tác có thể là chính thức, chẳng hạn như dưới hình thức cartel, hoặc không chính thức. Nếu không có những đe dọa trừng phạt thực sự bởi các thành viên khác, mỗi hãng đối mặt với sự cám dỗ gian lận.
- **Lý thuyết trò chơi** phân tích các quyết định phụ thuộc lẫn nhau trong đó mỗi người chơi lựa chọn một chiến lược. Trong trò chơi tình thế tiến thoái lưỡng nan của những người tù, mỗi hãng có một chiến lược ưu thế. Với cam kết ràng buộc lẫn nhau, cả 2 người chơi có thể có lợi hơn nhờ sự đảm bảo không gian lận về giải pháp cấu kết.
- Một **hàm phản ứng** cho biết phản ứng tốt nhất của một người chơi đối với hành động của những người chơi khác. Trong **cân bằng Nash** các hàm phản ứng cắt nhau. Khi đó không người chơi nào muốn thay đổi quyết định của mình.
- Trong **hành vi Cournot** mỗi hãng coi sản lượng của đối thủ như là biết trước. Trong **hành vi Bertrand** mỗi hãng coi giá của đối thủ như đã cho trước. Cân bằng Nash-Bertrand đòi hỏi giá bằng chi phí cận biên. Cân bằng Nash-Cournot dẫn đến sản lượng thấp hơn, giá cao hơn và lợi nhuận cao hơn. Tuy nhiên, các hãng vẫn không tối đa hoá được tổng lợi nhuận do mỗi hãng bỏ qua thực tế là sự mở rộng sản lượng của mình sẽ gây thiệt hại cho đối thủ.
- Một hãng với lợi thế của **người đi trước** hành động như một người dẫn đầu Stackelberg. Bằng cách suy ra phản ứng tiếp theo của đối thủ cạnh tranh, hãng

sản xuất sản lượng cao hơn, biết rằng đối thủ sau đó sẽ phải giảm sản lượng. Đi trước là một ý đồ hữu ích.

- **Các rào cản gia nhập tự nhiên** được tạo ra một cách tự nhiên, và có được nhờ tính kinh tế của quy mô hoặc lợi thế chi phí tuyệt đối của các hãng hiện hành. **Các rào cản gia nhập chiến lược** được tạo ra bởi ban giám đốc doanh nghiệp và nẩy sinh từ những ý đồ thực sự nhằm ngăn chặn sự gia nhập mới. Chỉ trong hoàn cảnh nhất định, sự ngăn cản gia nhập có tính chiến lược có lợi cho các hãng hiện hành.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1 Một ngành đối mặt với đường cầu

Q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
P	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

(a) Giả định ngành là độc quyền với chi phí cận biên không đổi MC = 3, ngành sẽ chọn mức giá và sản lượng nào? (b) Giả định có 2 hãng, mỗi hãng có MC = AC = 3, giá và sản lượng nào sẽ tối đa hoá tổng lợi nhuận chung nếu 2 hãng liên kết? (c) Tại sao mỗi hãng có thể sẽ gian lận nếu hãng có thể tránh được sự trả đũa của hãng kia?

2 Với đường cầu của ngành như trên, 2 hãng A và Z mỗi hãng bắt đầu với 1 nửa thị trường khi đặt giá độc quyền. Z quyết định gian lận và tin là A vẫn cung ứng ở mức sản lượng cũ. (a) Hãy chỉ ra đường cầu mà Z tin là hãng sẽ gặp phải. (b) Khi đó Z sẽ chọn mức giá và sản lượng nào?

3 Những người sửa xe đôi khi cho rằng những người thợ máy cũng cần có bằng cấp nhờ đó việc sửa chữa chỉ được thực hiện bởi những người có trình độ. Một số nhà kinh tế lại biện luận rằng các khách hàng có thể luôn hỏi liệu một người thợ máy có được đào tạo ở một trường có uy tín hay không mà không cần nhìn đến bất kỳ bằng cấp nào. (a) Đánh giá những biện luận ủng hộ và chống lại việc cấp bằng cho những người thợ sửa ôtô. (b) Những biện luận có giống như vậy không nếu là việc cấp bằng cho bác sỹ.

4 Nghĩ về 5 quảng cáo trên T.V. Chức năng của chúng chủ yếu là cung cấp thông tin, hay là dựng nên các rào cản gia nhập đối với ngành?

5 Một gia đình tốt biết rằng đứa trẻ đôi khi cần bị phạt nhưng cũng biết rằng cũng có lúc đứa trẻ cần được tha với một lời nhắc nhở. Bố mẹ đó có ý đồ từ trước là đe dọa trừng phạt thực sự không?

6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những tuyên bố này lại sai? (a) Các hãng cạnh tranh nên hợp lại với nhau để hạn chế sản lượng và tăng giá. (b) Các hãng không nên quảng cáo trừ khi hãng cho rằng quảng cáo đó có thể làm tăng doanh số bán hàng.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 317.

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

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

Chương 10

Thị trường lao động

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. **Đường cầu về các đầu vào của một hãng trong ngắn hạn và dài hạn.**
2. **Sản phẩm giá trị cận biên, sản phẩm doanh thu cận biên và chi phí cận biên của một yếu tố.**
3. **Đường cầu về lao động của ngành.**
4. **Các quyết định cung lao động.**
5. **Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế.**
6. **Cân bằng và không cân bằng thị trường lao động.**
7. **Tiền lương tối thiểu ảnh hưởng đến việc làm như thế nào?**
8. **Đường đồng lượng và sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất.**

Nếu thắng cuộc trong một cuộc thi golf, người thắng cuộc có thể thu về trong ngày cuối tuần số tiền nhiều hơn tiền lương của một giáo sư làm việc trong một năm. Những sinh viên học về kinh tế có thể có thu nhập nghề nghiệp cao hơn so với những sinh viên có mức trí tuệ tương đương nhưng học ngành triết học. Một công nhân không có kỹ năng ở châu Âu có thu nhập lớn hơn một công nhân không có kỹ năng ở Ấn Độ. Rất ít các nền kinh tế thị trường cung cấp đủ công việc cho tất cả các công dân muốn đi làm. Chúng ta có thể giải thích những khía cạnh này trong một thế giới thực như thế nào?

Trong mỗi tình huống, câu trả lời phụ thuộc cung và cầu đối với loại lao động đó, là đề tài nghiên cứu của chương tiếp theo. Chúng ta bắt đầu sự phân tích về các thị trường yếu tố sản xuất - lao động, tư bản, đất đai. Chúng ta xem xét điều gì xác định giá và lượng cân bằng của những yếu tố này trong các ngành khác nhau và trong toàn bộ nền kinh tế. Chúng ta bắt đầu với yếu tố được gọi là lao động. Chương 11 áp dụng đúng những nguyên lý này cho các thị trường đầu vào khác.

Chúng ta đã nghiên cứu thị trường hàng hoá. Cách tiếp cận của chúng ta đối với thị trường yếu tố cũng không khác biệt. Cấu trúc của chương này cũng gồm: cầu, cung, cân bằng, vấn đề mất cân bằng và sự điều chỉnh.

Bảng 10.1 gồm những số liệu về thu nhập của công nhân ở Anh (nam giới, làm việc cả ngày) năm 2003 và so với số liệu đã được điều chỉnh theo lạm phát của năm 1994. Năm 2003, các nhân viên trong ngành dịch vụ tài chính có thu nhập 260£ một tuần, lớn

hơn mức trung bình cả nước và gần 300£ một tuần, lớn hơn thu nhập của nhân viên khách sạn và nhà hàng. Thu nhập thực tế của nhân viên ngành khách sạn và nhà hàng gần như giữ nguyên trong suốt giai đoạn 1994 - 2003.

Cầu về đầu vào là **cầu thứ phát**, phản ánh cầu về sản lượng của hãng.

Mặc dù các nguyên lý kinh tế về thị trường yếu tố vẫn tập trung chủ yếu ở cung và cầu, vẫn có những điểm riêng biệt về cầu trong thị trường yếu tố. Đó không phải là cầu trực tiếp hay cầu cuối cùng, mà nó là cầu thứ phát. Các hãng có cầu về yếu tố vì họ muốn làm ra sản phẩm. Mỗi hãng đồng thời quyết định cung về sản lượng đầu ra như thế nào và cần bao nhiêu đầu vào, hai vấn đề này có quan hệ chặt chẽ.

Bảng 10.1 Thu nhập thực tế hàng tuần ở Anh (Công nhân nam làm việc cả ngày, 2003, đơn vị £)

	1994	2003
Toàn bộ nền kinh tế	444	521
Ngành dịch vụ tài chính	686	788
Ngành khách sạn và nhà hàng	300	343
Năng lượng và nước	541	569

Nguồn: ONS, Monthly Digest of Statistics

Trên khía cạnh cung chúng ta phân biệt giữa cung yếu tố cho nền kinh tế và cho từng hãng hoặc từng ngành. Một hãng có thể có được các yếu tố sản xuất bằng cách giành các yếu tố này từ các hãng khác. Tuy nhiên, nền kinh tế như một tổng thể chỉ có khả năng tăng các đầu vào rất chậm. Việc xây dựng thêm các nhà máy hoặc đào tạo thêm các công nhân có tay nghề đòi hỏi phải mất thời gian.

Trong ngắn hạn, cung cấp phi công cho một nền kinh tế có thể cố định. Bất kỳ sự tăng nào trong tổng cầu về phi công đều làm tăng tiền lương cân bằng của họ. Trong dài hạn, tiền lương của phi công tăng lên là dấu hiệu cho các học sinh vừa tốt nghiệp phổ thông từ bỏ kế hoạch trở thành người lái tàu hoả mà thay vào đó sẽ vào học ở trường đào tạo lái máy bay. Vì thế, chúng ta cần phân biệt cung lao động trong ngắn hạn và dài hạn.

Kết hợp cầu và cung dẫn tới giá và lượng cân bằng trong thị trường lao động. Thị trường lao động trở về trạng thái cân bằng nhanh hay chậm như thế nào? Trong khi một vài thị trường sản phẩm trở lại thế cân bằng tương đối nhanh, sự điều chỉnh trên thị trường lao động thường chậm chạp hơn. Chúng ta sẽ nghiên cứu những lý do vì sao thị trường lao động chậm điều chỉnh.

10.1 Cầu về yếu tố của một hãng trong dài hạn

Trong dài hạn tất cả các đầu vào có thể được điều chỉnh. Chương 7 đã nghiên cứu chi phí dài hạn của hãng. Chương 8 và 9 xem xét các loại đường cầu khác nhau đối với một hãng và đã chỉ ra một hãng sẽ lựa chọn sản lượng tối đa hoá lợi nhuận như thế nào. Mặc dù là một phần của quyết định đó, nhưng chúng ta không tập trung vào cung sản phẩm của hãng mà tập trung vào cầu về đầu vào tương ứng.

Hãng hướng tới cách ít tốn kém nhất để tạo ra mỗi mức sản lượng có thể và sau đó lựa chọn sản lượng tối đa hoá lợi nhuận. Khi đang sản xuất bất kỳ một mức sản lượng nào đó với kỹ thuật sẵn có rẻ tiền nhất, một sự tăng lên trong giá lao động so với giá tư bản sẽ khiến hãng chuyển sang một kỹ thuật sản xuất tăng cường tư bản hơn. Ngược lại, nếu tư bản trở nên tương đối đắt hơn, kỹ thuật có chi phí thấp nhất để sản xuất một mức sản lượng nhất định bây giờ sẽ là kỹ thuật sử dụng nhiều lao động.

Nguyên lý này giúp lý giải sự khác biệt giữa các nước về tỷ lệ lao động - tư bản trong cùng một ngành. Những người nông dân ở châu Âu đối mặt với tiền công lao động cao so với tiền thuê máy gặt đập. Nông trại được cơ khí hoá nhằm tiết kiệm chi phí thuê thợ. Những người nông dân Ấn Độ, đối mặt với lao động dư thừa và rẻ mạt nhưng vốn thì khan hiếm, sử dụng kỹ thuật dùng nhiều lao động. Những người lao động

bằng liềm và xẻng thực hiện những công việc mà ở Anh được thực hiện bởi máy gặt đập và xe ủi.

Tiền công lao động cao hơn khiến hãng lấy tư bản thay cho lao động trong việc sản xuất một mức sản lượng xác định. Tuy nhiên, nó cũng làm tăng tổng chi phí của việc sản xuất bất kỳ mức sản lượng nào. Các hãng vẫn sử dụng một lượng lao động mà với số lao động này bây giờ hãng phải chi trả nhiều hơn trước đây. Với chi phí cận biên cao hơn, nhưng đường cầu và doanh thu cận biên không đổi, hãng sẽ lựa chọn sản xuất ít hơn.

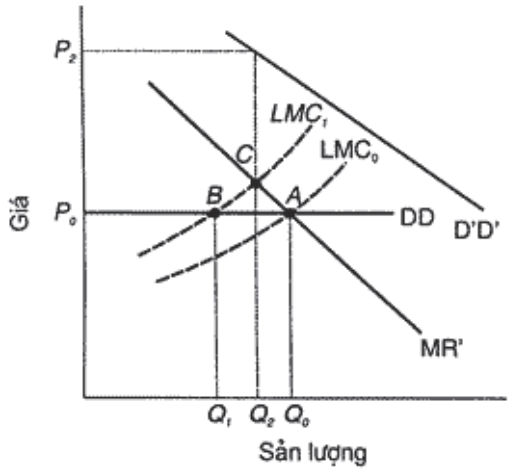
Vì thế một sự tăng lên trong giá của một yếu tố không chỉ đơn thuần làm thay đổi cường độ sử dụng yếu tố cho một mức sản lượng đầu ra nhất định, mà còn làm thay đổi mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận. Nghiên cứu về quyết định của người tiêu dùng ở Chương 5, chúng ta thấy rằng một sự thay đổi giá của hàng hoá gây ra cả hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập. Hiệu ứng thay thế tương ứng với sự thay đổi giá tương đối của các hàng hoá và hiệu ứng thu nhập tương ứng với thay đổi trong thu nhập thực tế do ảnh hưởng của sự thay đổi giá. Cầu đối với các yếu tố sản xuất cũng phản ánh đúng như vậy.

Có một hiệu ứng thay thế thuần tuý ở một mức sản lượng cho trước. Giá lao động cao hơn so với giá tư bản dẫn tới hãng lấy tư bản thay cho lao động. Nhưng còn có một hiệu ứng sản lượng, tương tự như hiệu ứng thu nhập trong lý thuyết cầu của người tiêu dùng. Do làm tăng chi phí cận biên của sản xuất sản phẩm, giá lao động tăng dẫn tới sản lượng thấp hơn.

Trong dài hạn, tiền lương tăng lên sẽ làm giảm lượng cầu lao động. Hiệu ứng thay thế dẫn tới cầu lao động ít đi ở mỗi mức sản lượng và hiệu ứng sản lượng làm giảm cầu đối với tất cả các đầu vào.

Tiền lương tăng lên cũng làm giảm cầu về tư bản và các đầu vào khác trong dài hạn. Ở bất kỳ mức sản lượng nào, hãng cũng lấy tư bản thay cho lao động. Tuy nhiên, với sản lượng thấp hơn, hãng cần ít tư bản hơn. Tổng các hiệu ứng có thể cho các kết quả khác nhau. Việc lấy tư bản thay cho lao động càng dễ, thì hiệu ứng thay thế càng lớn. Hãng sẽ dùng rất nhiều tư bản thay cho lao động. Lượng cầu về tư bản tăng lên.

Hình 10.1 **Hiệu ứng sản lượng của một sự tăng lương**



Sự tăng lương sẽ có hiệu ứng thay thế, đưa các hãng đến chỗ dùng những kỹ thuật sử dụng vốn tương đối nhiều hơn. Tuy nhiên, tổng chi phí và chi phí biên để làm ra sản phẩm sẽ lớn hơn trước. Gặp đường cầu nằm ngang DD, sự dịch chuyển từ LMC_0 lên LMC_1 sẽ đưa hãng chuyển từ A sang B và sản lượng sẽ giảm từ Q_0 xuống Q_1. Điều này có xu hướng làm giảm nhu cầu đối với tất cả các yếu tố sản xuất. Gặp đường cầu D'D' và đường doanh thu biên tương ứng MR'; việc dịch chuyển lên trên từ LMC_0 đến LMC_1 làm cho hãng chuyển từ A đến C nơi mà chi phí biên và doanh thu biên lại bằng nhau. Ảnh hưởng đối với sản lượng làm giảm sản lượng chỉ từ Q_0 đến Q_2.

Cầu về các yếu tố sản xuất là cầu thứ phát. Nó phụ thuộc vào cầu về sản phẩm của hãng. Đường cầu sản phẩm tác động đến hiệu ứng sản lượng đối với cầu về đầu vào khi giá một đầu vào thay đổi.

Trong Hình 10.1, ở mức lương ban đầu, đường chi phí cận biên dài hạn của sản phẩm là LMC_0. Một sự tăng lên của tiền lương làm đường này dịch lên trên tới đường LMC_1. Điểm tối đa hoá lợi nhuận ban đầu là A. Nếu hãng đối mặt với đường cầu nằm ngang DD, sản lượng đầu ra giảm từ Q_0 tới Q_1. Với đường cầu ít co giãn hơn D'D', hãng vẫn bắt đầu tại A khi LMC_0 bằng MR - đường doanh thu cận biên tương ứng với cầu D'D'. Chi phí cận biên dịch tới LMC_1 sẽ làm sản lượng giảm ít hơn. Sản lượng mới là Q_2 và hãng ở điểm C.

Đường cầu đối với sản phẩm của hãng càng co giãn thì một mức tăng nhất định của giá đầu vào và một sự dịch chuyển nhất định của đường LMC làm cho sản lượng giảm càng nhiều. Hiệu ứng sản lượng càng lớn, lượng cầu đối với tất cả các đầu vào càng giảm mạnh.

Phụ lục (xem trang 187) cho thấy rằng chúng ta cũng có thể phân tích cầu yếu tố bằng cách sử dụng kỹ thuật phân tích giống như đường bàng quan và đường ngân sách đã được sử dụng khi nghiên cứu cầu của người tiêu dùng đối với hàng hoá ở Chương 5.

10.2 Cầu về lao động của một hãng trong ngắn hạn

Trong ngắn hạn hãng có một số yếu tố sản xuất cố định. Chúng ta sẽ xem xét đường cầu về lao động của hãng trong ngắn hạn khi tư bản là cố định.

Sản phẩm cận biên của lao động là sự gia tăng tổng sản lượng khi sử dụng thêm một lao động, với số lượng đầu vào khác không thay đổi.

Bảng 10.2 cho biết đầu vào lao động biến đổi và sản lượng tương ứng của hãng, với tư bản cố định. Cột 3 chỉ ra sản phẩm cận biên của lao động (MPL). Sản phẩm cận biên này tăng khi bổ sung thêm những công nhân đầu tiên. Sẽ là nặng nề đối với người công nhân thứ nhất và thứ hai khi thực hiện tất cả các công việc. Một khi có thêm người thứ ba, năng suất cận biên giảm dần của lao động đã bắt đầu. Với các máy móc hiện có được sử dụng triệt để, những người công nhân mới sẽ tạo ra số sản phẩm ít dần.

Như trong bàn luận của chúng ta về sản lượng, chúng ta sử dụng nguyên lý cận biên. Chi phí của một người công nhân mới có vượt quá lợi ích anh ta đem lại hay không? Bảng 10.2 cho biết một hãng cạnh tranh đang thuê công nhân ở mức lương 300£ và bán sản phẩm ở mức giá 500£. Cột (4) chỉ ra doanh thu tăng thêm khi thuê thêm một người công nhân.

Sản phẩm giá trị cận biên của lao động là doanh thu tăng thêm từ việc bán thêm số sản phẩm được tạo ra bởi lao động bổ sung.

Vì hãng là cạnh tranh hoàn hảo, sản phẩm giá trị cận biên của một lao động bổ sung là sản phẩm hiện vật cận biên nhân với giá bán (không đổi) của hàng hoá làm thêm. Từ doanh thu bổ sung từ lao động bổ sung, hãng trừ đi chi phí tiền lương bổ sung. Cột cuối cùng của Bảng 10.2 cho thấy lợi nhuận tăng thêm từ một lao động bổ sung.

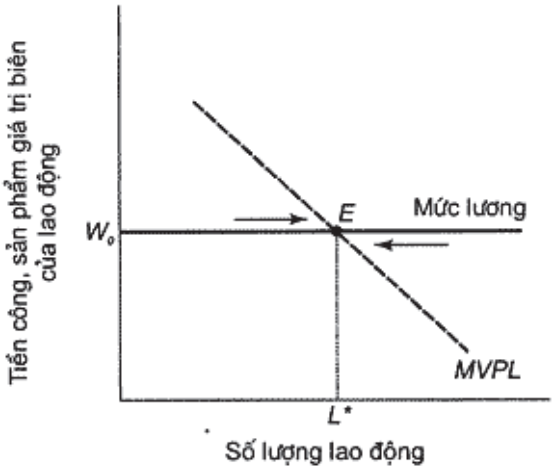
Bảng 10.2 Cung sản phẩm và cầu lao động ngắn hạn

(1) Số lao động	(2) Sản lượng	(3) MPL	(4) MVPL (£)	(5) Lợi nhuận tăng thêm (£)
1	0,8	0,8	400	100
2	1,8	1,0	500	200
3	3,1	1,3	650	350
4	4,3	1,2	600	300
5	5,4	1,1	550	250
6	6,3	0,9	450	150
7	**7,0**	**0,7**	**350**	**50**
8	7,5	0,5	250	-50

Hãng thuê thêm lao động nếu sản phẩm giá trị cận biên của lao động bổ sung lớn hơn chi phí tiền lương. Hãng có lợi nếu thuê 7 lao động. Lao động thứ 7 có sản phẩm giá trị cận biên là 350£, lớn hơn chi phí cho lao động bổ sung lúc đó là 300£. Sản phẩm giá trị cận biên của lao động thứ 8 chỉ là 250£, thấp hơn chi phí lao động bổ sung ở mức 300£. Hãng thuê 7 lao động.

Theo cách đó, hãng chọn cả đầu vào lao động và số lượng sản phẩm đầu ra: dòng in đậm chỉ ra rằng 7 lao động tạo ra 7 đơn vị sản phẩm. Hãng có cùng câu trả lời, được gọi là tối đa hoá lợi

Hình 10.2 Lựa chọn thuê lao động của hãng



Hãng bán sản phẩm với một giá nhất định và thuê lao động với mức tiền công nhất định là W_0. Quy luật năng suất biên giảm dần làm đường MVPL dốc xuống. Phía trái L*, việc thuê lao động thêm sẽ làm tăng doanh thu hơn là tăng chi phí cho lao động. Phía phải L*, việc thuê lao động thêm sẽ làm tăng chi phí hơn là tăng doanh thu. L* là mức thuê lao động tối đa hóa được lợi nhuận, nơi tiền công bằng MVPL.

nhuận, cho dù hãng so sánh doanh thu cận biên từ đơn vị sản phẩm bổ sung với chi phí cận biên để tạo ra đơn vị sản phẩm đó, hay so sánh doanh thu cận biên từ thuê thêm một đơn vị của yếu tố đầu vào biến đổi với chi phí cận biên của việc thuê yếu tố đó.

Luật thuê lao động của hãng là: thuê thêm (giảm) lao động nếu sản phẩm giá trị cận biên của lao động lớn hơn (nhỏ hơn) tiền lương của lao động bổ sung. Nếu lao động có thể được điều chỉnh dần dần, chẳng hạn như nếu đầu vào lao động được đo lường bằng số giờ nhân với số lao động, cầu lao động của hãng phải thoả mãn điều kiện:

Tiền lương = Sản phẩm giá trị cận biên của lao động (MVPL) (1)

Hình 10.2 minh hoạ nguyên lý này. Nếu chúng ta giả định năng suất cận biên giảm dần ở tất cả các mức độ thuê lao động, sản phẩm giá trị cận biên của lao động (MVPL) giảm dần. Một hãng cạnh tranh có thể thuê lao động ở mức lương không đổi W_0. Đó là hãng chấp nhận giá trên thị trường lao động. Dưới mức L* lợi nhuận được tăng lên bằng cách thuê thêm lao động, do MVPL lớn hơn tiền lương hay chi phí cận biên của việc thuê lao động bổ sung. Khi lao động lớn hơn L* sẽ có lợi hơn nếu hãng thuê ít lao động đi, vì tiền lương lớn hơn MVPL. Vì thế L* là lượng lao động tối đa hoá lợi nhuận.

Một hãng với **sức mạnh độc quyền mua** đối mặt với đường cung yếu tố dốc lên và phải đưa ra giá yếu tố cao hơn để thu hút thêm các yếu tố. Chi phí cận biên của đầu vào lớn hơn giá yếu tố. Khi thuê thêm yếu tố, hãng tăng giá được trả cho tất cả các đầu vào đã được sử dụng.

Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động là sự thay đổi tổng doanh thu khi hãng bán số hàng hoá gia tăng do một đơn vị lao động bổ sung tạo ra.

Sức mạnh độc quyền bán và sức mạnh độc quyền mua

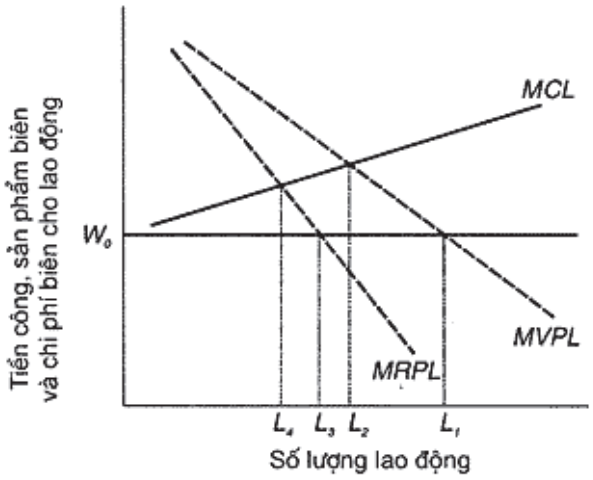
Lý thuyết này sẽ thay đổi nếu hãng có sức mạnh độc quyền bán trên thị trường sản phẩm (đường cầu về sản phẩm của hãng dốc xuống) hoặc có sức mạnh độc quyền mua trên thị trường đầu vào (đường cung về đầu vào của hãng dốc lên: hãng phải đưa ra giá yếu tố cao hơn để thu hút số lượng đầu vào lớn hơn).

Đối với hãng cạnh tranh hoàn hảo, MVPL là doanh thu cận biên từ một lao động bổ sung của hãng. Chúng ta sử dụng thuật ngữ sản phẩm giá trị cận biên của lao động (MVPL) cho các hãng cạnh tranh, những hãng chấp nhận giá trên thị trường đầu ra. MVPL chỉ đơn giản là sản phẩm hiện vật cận biên của lao động nhân với giá sản phẩm. Chúng ta sử dụng thuật ngữ sản phẩm doanh thu cận biên của lao động (MRPL) cho các hãng có đường cầu dốc xuống đối với sản phẩm của họ.

Để tìm ra MRPL, chúng ta sử dụng sản phẩm hiện vật cận biên của lao động MPL để tìm ra số lượng đầu ra tăng thêm khi thuê thêm một lao động, sau đó tính toán sự thay đổi trong tổng doanh thu khi hãng bán những hàng hoá tăng thêm này.

Hình 10.3 cho thấy MVPL và MRPL của 2 hãng có cùng công nghệ. Cả 2 đường đều dốc xuống do năng suất cận biên giảm dần - một đặc tính kỹ thuật của sản xuất - nhưng đường MRPL dốc hơn do hãng đối mặt với đường cầu sản phẩm dốc xuống và

Hình 10.3 **Sức mạnh độc quyền bán và độc quyền mua**



Một hãng cạnh tranh hoàn hảo đặt MVPL bằng W_0 và thuê L_1 lao động. Gặp đường cầu dốc xuống trên thị trường sản phẩm của nó, hãng nhận ra rằng doanh thu biên từ sản phẩm làm thêm sẽ ít hơn MVPL. Hãng đặt MVPL bằng W_0 và sử dụng L_3 lao động. Một hãng độc quyền mua nhận ra rằng thuê lao động thêm sẽ làm tăng mức tiền công của những người lao động đang làm sao cho MCL thể hiện chi phí biên của người lao động được thuê thêm. Đứng trước một giá hàng hóa nhất định, hãng độc quyền mua đặt MCL bằng MVPL để thuê L_2 lao động, nhưng gặp đường cầu dốc xuống trên thị trường sản phẩm, hãng độc quyền mua sẽ đặt MCL bằng MRPL để thuê L_4 lao động. Do vậy, độc quyền mua và độc quyền bán có xu hướng làm giảm nhu cầu về lao động của hãng.

nhận thấy rằng sản lượng đầu ra tăng thêm sẽ làm giảm giá và vì thế giảm doanh thu thu được từ những đơn vị sản phẩm trước.

Tương tự như vậy, mặc dù W_0 là chi phí cận biên của lao động đối với một hãng cạnh tranh, hãng chấp nhận giá trên thị trường đầu vào, một hãng độc quyền mua nhận thấy rằng thuê thêm lao động sẽ đẩy tiền lương lên. Nếu tất cả lao động được trả lương như nhau, chi phí cận biên của lao động bổ sung không chỉ là tiền lương trả cho lao động đó mà còn là sự tăng lên trong tiền lương phải trả cho những lao động được thuê trước đó. Chi phí cận biên của lao động trong độc quyền mua lớn hơn tiền lương, và tăng lên cùng với mức thuê lao động. Nó được minh họa bằng đường MCL trong Hình 10.3.

Bất kỳ hãng nào cũng tối đa hoá lợi nhuận khi doanh thu cận biên và chi phí cận biên của một lao động tăng thêm bằng nhau. Nếu không, hãng có mức thuê lao động không hợp lý. Một hãng chấp nhận giá trên cả thị trường đầu vào và đầu ra thuê L_1 lao động ở mức W_0 = MVPL trong Hình 10.3. Một hãng chấp nhận giá trên thị trường lao động nhưng không chấp nhận giá trên thị trường sản phẩm thuê L_3 lao động ở mức MRPL = W_0. Một hãng chấp nhận giá trên thị trường đầu ra nhưng không chấp nhận giá trên thị trường lao động sẽ thuê L_2 lao động ở mức MVPL = MCL. Một hãng vừa là độc quyền bán vừa là độc quyền mua sẽ thuê L_4 lao động ở mức MCL = MRPL.

Trong tất cả các trường hợp này hãng thuê lao động tới mức chi phí cận biên của lao động ngang bằng sản phẩm doanh thu cận biên của lao động.

$$MCL = MRPL \qquad (2)$$

Hộp 10-1 **Độc quyền mua có phổ biến không**

Các nhà kinh tế thường giả định rằng các hãng nhỏ có thể đối mặt với đường cung lao động gần như nằm ngang - họ có thể thu hút lao động bổ sung mà không cần tăng lương đáng kể. Nếu như vậy, độc quyền mua là một trường hợp đặc biệt hơn đối với người viết sách này.

Tuy nhiên, trong thập kỷ cuối này quan điểm này ngày càng bị nghi ngờ. Thậm chí các hãng nhỏ không đòi hỏi thêm nhiều lao động cũng gặp phải khó khăn trong việc thu hút thêm lao động họ cần nếu không tăng lương.

Ví dụ, giáo sư Alan Manning và Steve Machin đã nghiên cứu các viện điều dưỡng ở miền Nam nước Anh. Các thị trấn như Bournemouth và Eastbourne nổi tiếng là những nơi tập trung người già ở tuổi nghỉ hưu. Manning và Machin đã thu thập các dữ liệu về tiền lương được trả cho mỗi nhân viên chăm sóc trong các viện dưỡng lão và nhận thấy một thực tế đáng ngạc nhiên. Có một sự chênh lệch tiền lương rất lớn giữa các viện điều dưỡng, thậm chí sau khi kiểm soát sự khác biệt giữa các nhân viên của họ. Điều này rất khó để hoà hợp với một thị trường lao động trong đó mỗi hãng đều chấp nhận giá về lao động. Độc quyền mua có thể phổ biến hơn so với bạn từng nghĩ.

Đối với một người chấp nhận giá trên thị trường lao động, MCL = W. Với một người chấp nhận giá trên thị trường đầu ra, MRPL chính là sản phẩm giá trị cận biên của lao động MVPL. Với một hãng cạnh tranh hoàn hảo, phương trình (2) biến đổi thành phương trình (1). Đối với phần còn lại của chương này chúng ta giả định rằng cả thị trường sản phẩm và thị trường lao động là cạnh tranh. Sự phân tích được thay đổi dễ dàng nếu hãng có sức mạnh độc quyền bán trên thị trường sản phẩm hoặc sức mạnh độc quyền mua trên thị trường lao động.

Sự thay đổi trong cầu lao động của hãng

Xem xét sự tăng lên của tiền lương W_0 đối với một hãng cạnh tranh. Sử dụng Hình 10.2 hoặc 10.3, hãng thuê ít lao động hơn trước đây. Chi phí cận biên của lao động tăng lên. Năng suất lao động giảm dần làm cho đường MVPL dốc xuống. Vì thế, hãng cần ít lao động hơn để sản phẩm giá trị cận biên của lao động bằng với chi phí cận biên đã tăng lên.

Giả định hãng cạnh tranh đối mặt với mức giá sản phẩm cao hơn. MPL không thay đổi về mặt hiện vật, nhưng số lượng sản phẩm này thu về được nhiều tiền hơn. Đường MVPL dịch chuyển lên trên ở tất cả các mức lao động. Vì vậy, ở Hình 10.2 hoặc 10.3 đường nằm ngang ở mức tiền lương W_0 cắt đường MVPL mới ở mức thuê lao động lớn hơn. Với chi phí cận biên của lao động không đổi và doanh thu cận biên từ lao động tăng lên, sản lượng đầu ra và số lao động được thuê tăng lên tới khi năng suất cận biên giảm dần làm cho MVPL giảm xuống bằng tiền lương W_0.

Cuối cùng, giả định hãng bắt đầu sản xuất với vốn tư bản lớn hơn. Mỗi lao động sẽ làm việc với máy móc nhiều hơn và làm ra nhiều sản phẩm hơn. Mặc dù tiền lương và giá không thay đổi, MPL về mặt hiện vật tăng lên ở mỗi mức lao động. Đường MVPL dịch chuyển lên trên, do MVPL bằng MPL nhân với giá sản phẩm. Giống như khi giá sản phẩm tăng lên, sự dịch chuyển lên trên của đường MVPL dẫn đến hãng thuê thêm lao động và tăng sản lượng.

Đối với một hãng cạnh tranh, có một cách kết hợp 2 kết quả đầu tiên này rất rõ ràng. MVPL bằng giá sản phẩm P nhân với MPL, điều kiện tối đa hoá lợi nhuận của hãng là tiền lương W = P x MPL. Chia cả 2 vế của phương trình này cho P ta có:

$$W/P = MPL \qquad (3)$$

Hộp 10-2 Cung ngắn hạn về các nhà kinh tế loại giỏi

Tháng 6 năm 1999, Ngân hàng Anh thông báo rằng hãng có những khó khăn trong việc tuyển dụng nhân viên có bằng cấp sau đại học về kinh tế. Các sinh viên Anh chỉ chiếm khoảng 10% số sinh viên làm nghiên cứu sinh về kinh tế trong các trường đại học dẫn đầu Liên hiệp Anh. Tại sao số này lại ít như vậy? Một phần là do một bằng đại học kinh tế loại giỏi bây giờ rất có giá ở khu trung tâm thương mại London. Giáo sư Andrew Oswald của trường đại học Warwick đã ước lượng rằng số sinh viên kinh tế chưa tốt nghiệp có thu nhập khoảng 35 000£ một năm trong độ tuổi 20, và tăng tới hơn 100 000£ một năm cho tới lúc nghỉ hưu. Ngân hàng Anh không thể đáp ứng được mức lương này. Và các trường đại học cũng không thể đáp ứng được.

Một hãng cạnh tranh tối đa hoá lợi nhuận cần lao động tới mức mà tại đó sản phẩm hiện vật cận biên của lao động bằng tiền lương thực tế của hãng đó, xác định bằng tiền lương danh nghĩa chia cho giá sản phẩm.

Vị trí của đường MPL phụ thuộc vào công nghệ và vốn tư bản hiện có. Vì những yếu tố này là cố định trong ngắn hạn, chúng ta chỉ có thể thay đổi MPL bằng cách vận động dọc theo đường MPL. Hiệu suất giảm dần ngụ ý rằng với số lao động lớn hơn, sản phẩm hiện vật cận biên của lao động cuối cùng sẽ thấp hơn. Từ mức độ cụ thể của sản phẩm hiện vật cận biên của lao động, chúng ta có thể xác định có bao nhiêu lao động được thuê.

Phương trình (3) cho biết nếu tiền lương danh nghĩa và giá sản phẩm đều tăng gấp đôi, tiền lương thực tế và việc thuê lao động không bị ảnh hưởng. Nhưng thay đổi trong tiền lương danh nghĩa và giá sản phẩm không cùng tỷ lệ sẽ làm thay đổi lượng lao động được thuê do ảnh hưởng đến lương thực tế. Tiền lương thực tế thấp hơn buộc hãng dịch chuyển theo đường MPL của hãng, dẫn đến lượng lao động được thuê tăng lên cho đến khi sản phẩm hiện vật cận biên của lao động bằng tiền lương thực tế.

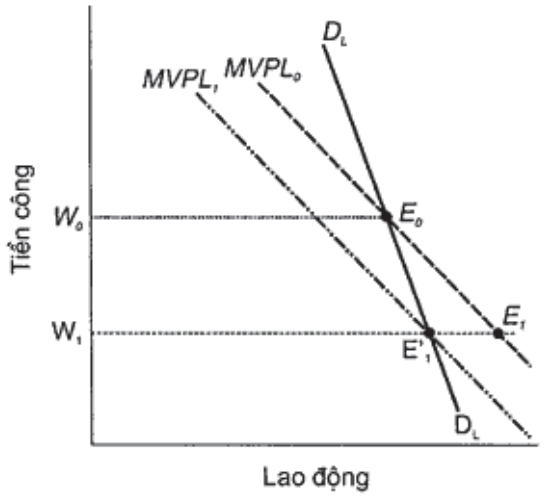
Sau khi đã nghiên cứu cầu lao động của hãng trong ngắn hạn, chúng ta quay trở lại với cầu của ngành. Mặc dù, mỗi hãng cạnh tranh coi mình như người chấp nhận giá trên thị trường đầu vào và đầu ra, một sự mở rộng của toàn ngành sẽ làm thay đổi giá sản phẩm và tiền lương. Khi chuyển từ đường cầu của hãng sang đường cầu của ngành về lao động, chúng ta sẽ xem xét những ảnh hưởng này.

10.3 Đường cầu lao động của ngành

Với mức giá P_0 và tiền lương W_0 đã cho, mỗi hãng trong ngành cạnh tranh chọn số lao động để cân bằng tiền lương với MVPL. Hình 10.4 cộng theo chiều ngang đường sản phẩm giá trị cận biên của lao động của các hãng để có được đường $MVPL_0$ cho ngành. Tại mức lương W_0 và giá P_0, ngành ở điểm E_0. Đây là một điểm trên đường cầu lao động của ngành.

Tuy nhiên, $MVPL_0$ không phải là đường cầu lao động của ngành. Nó được xác định tương ứng với một mức giá nhất định P_0. Giả sử tiền lương giảm xuống từ W_0 xuống W_1. Tại mức giá sản phẩm P_0 mỗi hãng muốn dịch chuyển theo đường MVPL của mình và ngành tăng sản lượng và tăng lao động được thuê tới điểm E_1 như trong Hình 10.4. Trên phương diện cung và cầu sản phẩm, sự cắt giảm tiền lương làm dịch chuyển đường cung của ngành sang phải.

Hình 10.4 Cầu của ngành về lao động



$MVPL_0$ là tổng theo trục hoành của các đường MVPL của mỗi hãng ở mức giá P_0. Mỗi hãng và ngành nói chung đặt MVPL bằng W_0. Bởi vậy, E_0 là điểm nằm trên đường cầu về lao động của ngành. Mức lương W_1 thấp hơn làm cho mỗi hãng và ngành xét về tổng thể phải dịch xuống theo đường MVPL của họ tới điểm E_1. Tuy nhiên, việc thuê thêm lao động và sản lượng sản xuất thêm của toàn ngành (tức việc dịch chuyển sang phải của đường cung ứng hàng hoá) dẫn đến chỗ cung ứng hàng hóa đôi ra ở giá ban đầu P_0. Để tiêu thụ sản phẩm, giá phải hạ và điều này dịch chuyển đường MVPL của từng hãng sang bên trái. Đường mới của ngành là $MVPL_1$ và điểm lựa chọn là E_1'. Nối tất cả các điểm như E_0 và E', chúng ta có đường cầu của ngành D_LD_L.

Tại mức giá cho trước P_0 bây giờ sẽ có sự dư thừa hàng hoá. Điều này đẩy giá sản phẩm xuống tới giá P_1. Giá giảm làm dịch chuyển đường MVPL của mỗi hãng sang bên trái. Đường $MVPL_1$ là đường sản phẩm giá trị cận biên mới của ngành ở mức giá mới P_1. Ngành lựa chọn điểm E'_1 ở mức tiền lương mới W_1.

Nối các điểm như E_0 và E_1 chúng ta có đường cầu về lao động của ngành D_LD_L trong Hình 10.4. Mỗi hãng xây dựng đường MVPL của mình như thể hãng là người chấp nhận giá nhưng đường cầu của ngành có độ dốc lớn hơn, do mức lương thấp hơn làm dịch chuyển đường cung sản phẩm của ngành sang phải và giảm giá cân bằng.

Độ dốc của đường MVPL phản ánh công nghệ sản xuất. MPL càng giảm nhanh khi tăng lao động, thì đường MVPL của hãng và của ngành càng dốc hơn. Độ dốc của đường cầu của ngành về lao động cũng phụ thuộc vào độ co giãn của đường cầu của thị trường đối với sản phẩm của ngành. Cầu về sản phẩm càng không co giãn, thì một sự giảm lương - bằng cách tăng

cung sản phẩm - sẽ càng đẩy giá sản phẩm xuống và dịch chuyển MVPL sang trái, và đường cầu của ngành về lao động D_2D_2 càng dốc hơn.

Cầu về yếu tố sản xuất là cầu thứ phát. Các hãng cần các yếu tố chỉ vì họ nhận thấy có cầu đối với sản phẩm đầu ra mà hãng sẽ có lợi nếu cung ứng. Độ co giãn của cầu về yếu tố đầu vào phản ánh độ co giãn của cầu sản phẩm.

10.4 Cung lao động

Bây giờ chúng ta sẽ bàn về cung lao động của cá nhân, của ngành và của toàn bộ nền kinh tế. Sau đó, chúng ta sẽ kết hợp cầu lao động và cung lao động để xác định điểm cân bằng của tiền lương và lao động được thuê.

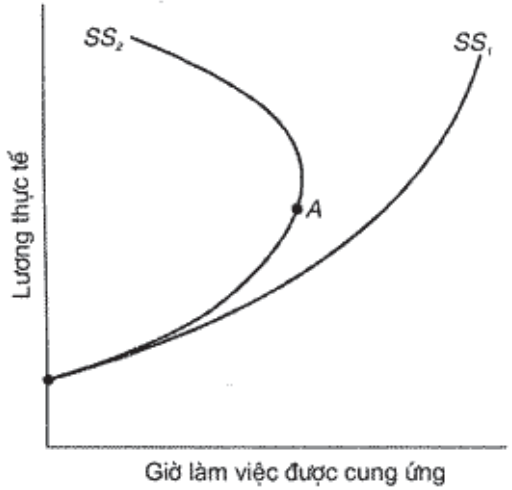
Cung lao động cá nhân: giờ lao động

Chúng ta phân tích cung lao động theo 2 bước: những người trong lực lượng lao động sẽ làm việc bao nhiêu giờ và liệu tất cả mọi người có tham gia lực lượng lao động hay không.

Lực lượng lao động là tất cả các cá nhân làm việc hoặc đang tìm kiếm việc làm.

Khi ở trong lực lượng lao động, một người muốn làm việc bao nhiêu giờ? Điều này phụ thuộc vào tiền lương thực tế, được xác định bằng W/P, tiền lương danh nghĩa chia cho giá của hàng hoá, nó cho biết số lượng hàng hoá mà kết quả của lao động sẽ mua được. Tiền lương thực tế ảnh hưởng đến quyết định cung lao động.

Hình 10.5 Cung lao động cá nhân



Đường cung lao động SS_1 dốc lên và giờ lao động được cung ứng nhiều hơn khi mức tiền công thực tế tăng. Nhưng đường cung ứng sức lao động có thể cong về phía sau. Dọc theo SS_2 mức tiền công thực tế cao hơn làm giảm cung ứng lao động một khi chúng ta đạt tới điểm A.

Hình 10.5 chỉ ra 2 đường cung lao động có thể có, thể hiện tương quan giữa giờ làm việc được cung ứng với tiền lương thực tế. Đường SS_1 dốc lên. Tiền lương thực tế cao hơn khiến mọi người muốn làm việc nhiều hơn. Đường cung lao động SS_2 vòng về phía sau. Tới điểm A, một mức lương thực tế đang là cao nếu tăng lên sẽ khiến mọi người muốn làm việc ít giờ hơn.

Sự thay thế cho làm việc thêm giờ là ở nhà hoặc giải trí. Mỗi chúng ta có 24 giờ 1 ngày để phân chia giữa lao động và nghỉ ngơi. Nghỉ ngơi nhiều thì dễ chịu nhưng nhờ làm việc nhiều giờ hơn chúng ta có thể có thu nhập thực tế lớn hơn để mua hàng hoá. Một cá nhân đánh đổi nghỉ ngơi với các hàng hoá tiêu dùng như thế nào trong quyết định làm việc bao nhiêu giờ?

Đây là một ứng dụng của mô hình lựa chọn tiêu dùng đã đề cập trong Chương 5. Sự lựa chọn bây giờ là giữa một bên là tổng các hàng hoá mua được từ thu nhập đi làm và một bên là sự nghỉ ngơi. Một cá nhân sẽ muốn làm việc cho tới khi lợi ích cận biên thu được từ các hàng hoá mà một giờ lao động bổ sung mang lại ngang bằng với lợi ích cận biên từ giờ nghỉ ngơi cuối cùng.

Tiền lương cao hơn làm tăng số lượng hàng hoá mà 1 giờ lao động bổ sung đem lại. Điều đó khiến lao động trở nên hấp dẫn hơn trước đây và có xu hướng tăng giờ lao động. Nhưng có một hiệu ứng thứ 2. Giả sử bạn làm việc nhằm có được một gói hàng hoá mục tiêu. Bạn làm việc để có đủ tiền chi trả việc ăn uống, tiền thuê nhà, chi phí xe cộ và chi phí cho kỳ nghỉ. Với mức lương thực tế cao hơn bạn cần làm việc ít giờ hơn để có được đúng gói hàng hoá mục tiêu đó.

Hai hiệu ứng này chính là hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập đã được giới thiệu trong mô hình lựa chọn tiêu dùng ở Chương 5. Một sự tăng lên của tiền lương thực tế làm tăng lợi ích tương đối của làm việc. Nó dẫn tới hiệu ứng thay thế hoặc hiệu ứng giá tương đối khiến mọi người muốn làm việc nhiều hơn. Nhưng một mức lương thực tế cao hơn dẫn tới làm tăng thu nhập thực tế của người lao động. Điều này có hiệu ứng thu nhập thuần tuý. Do nghỉ ngơi có thể là một hàng hoá xa xỉ, lượng nghỉ ngơi được cầu tăng lên mạnh khi thu nhập thực tế tăng. Hiệu ứng thu nhập này khiến mọi người làm việc ít đi. Hiệu ứng chung của sự tăng lương và hình dạng của đường cung về giờ lao động phụ thuộc vào hiệu ứng thay thế hay hiệu ứng thu nhập lớn hơn.

Để xác định liệu hiệu ứng thay thế có lấn át hiệu ứng thu nhập hay không, chúng ta phải nhìn vào thực tế mà con người hành động. Các nhà kinh tế đã vận dụng 3 phương pháp trong việc tìm hiểu con người thực sự hành động như thế nào. Các nghiên cứu phỏng vấn để hỏi xem mọi người hành động như thế nào. Các nghiên cứu kinh tế lượng, thuộc loại đã đề cập ở Chương 2, cố gắng phân tách các hiệu ứng riêng biệt từ những dữ liệu về hành vi thực tế. Và những thử nghiệm đã được thực hiện bằng cách đưa cho những người khác nhau những khoản tiền lương sau thuế khác nhau và ghi lại hành vi của họ.

Kết quả thống kê ở Liên hiệp Anh, ở Mỹ và ở hầu hết các nền kinh tế châu Âu như sau. Với người nam trưởng thành, hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập gần như khử nhau. Một sự thay đổi tiền lương thực tế gần như không ảnh hưởng đến số giờ lao động cung ứng. Đường cung về giờ lao động gần như thẳng đứng[1].

Với phụ nữ, hiệu ứng thay thế lấn át hiệu ứng thu nhập. Đường cung về giờ lao động dốc lên. Tiền lương cao hơn khiến phụ nữ làm việc nhiều thời gian hơn.

Các công nhân quan tâm đến tiền lương sau thuế thu nhập. Mức thuế thu nhập thấp hơn sẽ làm tăng tiền lương sau thuế. Số liệu thống kê thực tế về cung lao động cho biết là không nên kỳ vọng mức thuế thu nhập thấp hơn sẽ dẫn đến sự tăng mạnh lượng cung về giờ lao động.

Tỷ lệ gia nhập là phần dân số ở độ tuổi lao động gia nhập vào lực lượng lao động.

Cung lao động cá nhân: tỷ lệ gia nhập

Ảnh hưởng của tiền lương thực tế tới cung về giờ lao động nhỏ hơn là chúng ta tưởng. Ảnh hưởng của tiền lương thực tế tới cung lao động còn quan trọng hơn trên khía cạnh động cơ gia nhập lực lượng lao động.

Bảng 10.3 Tỷ lệ gia nhập lực lượng lao động ở Liên hiệp Anh (%)

	1971	1985	2003
Nam	92	89	84
Phụ nữ chưa lập gia đình	72	74	77
Phụ nữ đã lập gia đình	50	62	76

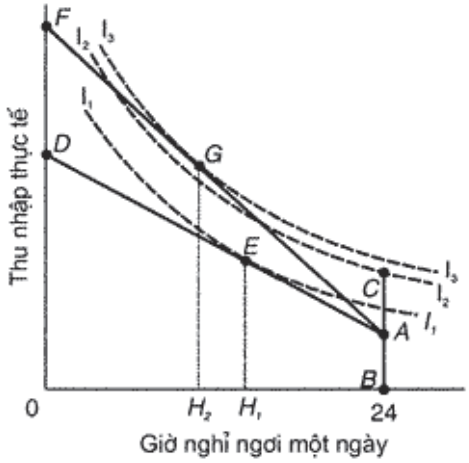
Nguồn: General Household Survey

Bảng 10.3 cho các số liệu về tỷ lệ gia nhập ở Liên hiệp Anh theo các nhóm khác nhau. Hầu hết nam giới là đang làm việc hoặc đang tìm kiếm việc làm. Một tỷ lệ nhỏ hơn nhưng tương đối ổn định trong lực lượng lao động là của những phụ nữ chưa lập gia đình. Có một sự tăng lên rất lớn về số phụ nữ đã lập gia đình trong lực lượng lao động, một xu hướng liên tục tăng từ năm 1951 khi chỉ có 25% phụ nữ đã lập gia đình nằm trong lực lượng lao động của Liên hiệp Anh. Một mô hình tương tự cũng được thấy ở các nước châu Âu khác. Mô hình của chúng ta về sự lựa chọn có giải thích được xu hướng này hay không?

Chúng ta sẽ phát triển một mô hình trong đó sự gia nhập lực lượng lao động là cao hơn khi (a) họ ưa thích lợi ích của lao động (các hàng hoá và vị trí nghề nghiệp) hơn so với lợi ích của nghỉ ngơi, (b) thu nhập của họ từ những nguồn thu nhập ngoài lao động là thấp hơn, (c) chi phí cố định của lao động thấp hơn, và (d) mức tiền lương thực tế cao hơn.

[1] Kết luận này đúng đối với những thay đổi nhỏ về mức tiền công thực tế. Tại hầu hết các nước phương Tây, tiền công thực tế tăng nhiều trong hơn 100 năm qua đã làm giảm bớt 10 giờ hoặc hơn thế trong 1 tuần làm việc.

Hình 10.6 Gia nhập lực lượng lao động



Với thu nhập phi lao động BC, một cá nhân có thể không làm việc và tiêu dùng ở C trên đường bàng quan I_2I_2. Mọi công việc đều phải chịu chi phí cố định AC. Ở mức tiền công theo giờ thấp, thì đường tổng ngân sách là CAD và điểm tốt nhất có thể đạt được bằng lao động là E. Nhưng điểm này nằm trên đường bàng quan I_1I_1 và một cá nhân sống khá giả ở điểm C, khi không làm việc gì cả. Ở mức tiền công theo giờ cao hơn, đường ngân sách mới là CAF. Nhờ các giờ lao động (24-H_2), nên cá nhân có thể đạt tới điểm G trên đường bàng quan I_3I_3, mà ở đó tốt hơn ở điểm C. Mức tiền công thực tế theo giờ càng cao, thì càng có nhiều khả năng là cá nhân sẽ tham gia vào lực lượng lao động.

Hình 10.6 minh hoạ nghỉ ngơi trên trục hoành. Nghỉ ngơi tối đa trong 1 ngày là 24 giờ. Trục tung mô tả tổng thu nhập thực tế từ lao động và từ các nguồn khác. Nó cho thấy khả năng mua sắm các hàng hoá và dịch vụ. Chúng ta bắt đầu với giới hạn ngân sách. Giả sử cá nhân có một thu nhập ngoài lao động được biểu thị bởi đoạn BC. Đây có thể là thu nhập của vợ hoặc chồng, thu nhập từ tiền cho thuê nhà hoặc lợi tức cổ phiếu, hoặc trợ cấp xã hội từ chính phủ.

Có người không làm việc một chút nào có thể có 24 giờ nghỉ ngơi cộng với thu nhập hàng ngày BC. Người này có thể tiêu dùng ở điểm C. Giả sử cá nhân này bắt đầu đi làm. Có thể sẽ có một chi phí cố định trong lao động. Trợ cấp thất nghiệp từ chính phủ sẽ không còn nữa, phải mua sắm quần áo công sở, chi phí đi lại, chi phí gửi trẻ. Những chi phí này không phụ thuộc số lượng giờ lao động mà nó phát sinh khi đi làm bất kỳ công việc gì. Chúng là chi phí cố định của lao động.

Hình 10.6 chỉ ra những chi phí này ở đoạn AC. Thay vì có thể tiêu dùng ở C, thu nhập ngoài lao động ròng BC giảm xuống còn BA sau khi trừ đi những chi phí cố định của việc đi làm. Khi quyết định đi làm, người này vận động theo đường ngân sách AD, hy sinh sự nghỉ ngơi để có được thu nhập tiền lương. Tiền lương thực tế càng cao, đường ngân sách AD càng dốc.

Chi phí cố định của lao động dẫn đến đường ngân sách gãy khúc CAD. Làm việc ít giờ sẽ giảm tổng thu nhập thực tế. Thu nhập tiền lương nhỏ không bù đắp đủ chi phí cố định của lao động. Mức lương thực tế càng thấp, đường AD càng ít dốc và người này phải làm việc càng nhiều chỉ để bù đắp được chi phí cố định này. Điều này đôi khi được gọi là cái bẫy của sự nghèo khổ. Những người lao động không có kỹ năng đối mặt với những mức lương thấp tới mức họ thực sự bị thiệt khi làm việc.

Để hoàn chỉnh mô hình lựa chọn tiêu dùng, chúng ta thêm vào đồ thị một biểu đồ đường bàng quan. Các cá nhân thích cả lao động và nghỉ ngơi. Mỗi đường bàng quan có dạng cong và độ dốc thông thường. Một đường bàng quan cao hơn có nghĩa cá nhân được khá giả hơn. Chúng ta sẽ phân tích quyết định gia nhập lực lượng lao động và thiết lập 4 hiệu ứng đã đề cập ở trên.

Đường bàng quan I_2I_2 cho biết người này sống khá giả như thế nào khi không gia nhập lực lượng lao động. Cô ta có thể tiêu dùng tại C. Với đường ngân sách cho trước CAD, cách tốt nhất khi đi làm là làm việc (24 - H_1) giờ, tiêu dùng H_1 giờ nghỉ ngơi và chọn điểm E, đạt tới đường bàng quan I_1I_1. Nhưng cô ta có thể đạt tới đường bàng quan cao hơn I_2I_2 bằng cách không làm việc. Vì thế cô ta sẽ chọn không làm việc.

Giả định lương thực tế tăng lên. Mỗi giờ lao động thay cho nghỉ ngơi bây giờ sẽ kiếm được một mức lương thực tế cao hơn. AD xoay tới AF và toàn bộ đường ngân sách bây giờ là CAF. Bằng cách chọn điểm G, cô ta có thể đạt được đường bàng quan I_3I_3 và sống khá giả hơn là ở điểm C. Như vậy, tiền lương thực tế cao hơn làm tăng số lượng người muốn gia nhập lực lượng lao động.

Một mức giảm bằng AC, chi phí cố định của lao động, cũng làm tăng tỷ lệ gia nhập. Điểm C là cố định nhưng điểm A dịch lên trên. Có một sự dịch chuyển song song

lên phía trên của phần dốc xuống của đường ngân sách (AD hoặc AF). Có khả năng lớn là đường bàng quan cao nhất có thể đạt được do đi làm sẽ nằm phía trên đường bàng quan không đi làm I_2I_2.

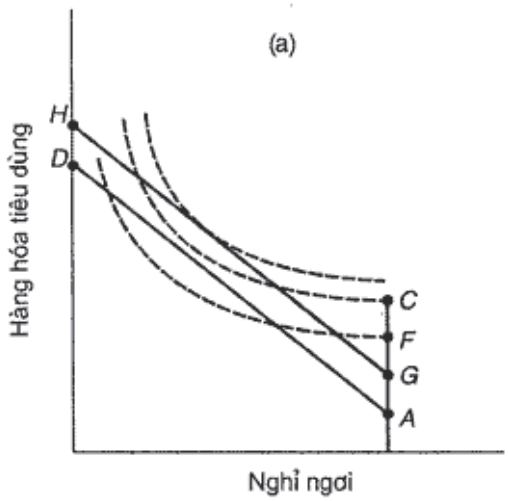
Mặc dù, không được chỉ ra trong Hình 10.6, thu nhập ngoài lao động BC thấp hơn cũng làm tăng sự gia nhập lực lượng lao động. Những thay đổi trong thu nhập ngoài lao động không có ảnh hưởng tới thu nhập tương đối của một giờ lao động và một giờ nghỉ ngơi. Không có hiệu ứng thay thế nhưng có hiệu ứng thu nhập. Thu nhập ngoài lao động thấp hơn làm giảm lượng cầu về tất cả các hàng hoá thông thường bao gồm cả nghỉ ngơi. Mọi người muốn làm việc hơn.

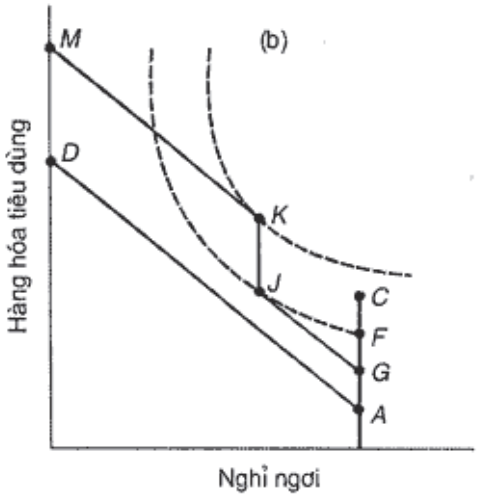
Hộp 10-3 Đẩy mạnh cung lao động của Liên hiệp Anh

Các chính sách thị trường lao động trong cương lĩnh "Công Đảng Mới" gồm 2 tiêu đề chính là *Bảo đảm việc làm và Tiến hành thanh toán cho công việc*. Cả 2 đều dựa trên niềm tin là công việc cho phép mọi người có được các kỹ năng và các cơ hội mới: công việc là cái thang đảm bảo cho con người thoát được đói nghèo. Nếu chiến lược này thành công, các chính sách sẽ đẩy mạnh cung lao động ở Liên hiệp Anh. Điều này có thực hiện được không?

Bảo đảm việc làm gồm 2 yếu tố là tăng cường giúp đỡ trong tìm kiếm việc làm và lợi ích có thể mất đi đối với những người không có các nỗ lực tìm việc. Đường ngân sách thay đổi từ CAD sang FGH. Sự giảm xuống từ C tới F phản ánh lợi ích thấp hơn cho những người không làm việc, và sự tăng lên từ A tới G thể hiện chi phí cố định của đi làm giảm xuống khi có sự trợ giúp của chính phủ. Hình (a) cho thấy sự lựa chọn của một số người bị thu hút vào lực lượng lao động do sự thay đổi chính sách.

Tiến hành thanh toán cho công việc liên quan tới phần đường ngân sách khi làm việc. Working Families Tax Credit trả tiền cho những lao động có con nhỏ, miễn là cha hoặc mẹ đang làm một số lượng giờ tối thiểu trong một tuần. Hình (b) chỉ ra sự gián đoạn JK khi lợi ích được bổ sung thêm. Biểu đồ bàng quan cho thấy một người không làm việc đối mặt với đường CAD nhưng đối với anh ta K tốt hơn F khi đường ngân sách trở thành FGJKM. Hoặc chính phủ cũng mong như vậy.





Cuối cùng, hãy xem xét một sự thay đổi thị hiếu. Mọi người quyết định là nghỉ ngơi thì kém quan trọng và lao động thì quan trọng hơn. Mỗi đường bàng quan trong Hình 10.6 sẽ phẳng hơn: mọi người sẵn sàng hy sinh nhiều nghỉ ngơi hơn cho lợi ích trực tiếp và gián tiếp từ lao động bổ sung. Hãy nhìn lại đường ngân sách CAD. Đường bàng quan càng phẳng, càng có khả năng là đường bàng quan qua C sẽ cắt phần đường ngân sách AD khi lao động. Nhưng nếu nó cắt AD, sẽ có một điểm khác trên AD đem lại lợi ích lớn hơn. Trong Hình 10.6, có thể đạt được đường bàng quan cao hơn bằng cách chọn điểm G trên AF. Một lập luận giống như vậy được áp dụng cho đường bàng quan phẳng hơn qua C cắt đường AD.

Vì vậy, sự gia nhập lực lượng lao động tăng lên với (a) mức lương giờ thực tế cao hơn, (b) chi phí cố định của lao động thấp hơn, (c) thu nhập ngoài lao động thấp hơn, (d) thay đổi thị hiếu, thích lao động hơn là nghỉ ngơi. Tại sao sự tham gia lao động của phụ nữ đã lập gia đình lại tăng lên?

Thứ nhất, có một sự thay đổi trong thái độ xã hội đối với việc đi làm, đặc biệt đối với việc đi làm của phụ nữ đã lập gia đình. Đường bàng quan phẳng hơn. Thứ hai, áp lực về cơ hội công bằng cho phụ nữ làm tăng tiền lương thực tế cho phụ nữ. Đường ngân sách cho phụ nữ khi đi làm xoay từ AD đến AF trong Hình 10.6. Cuối cùng, chi phí cố định của lao động giảm xuống. Các phương tiện tiết kiệm lao động cho việc nhà, một chiếc xe hơi gia đình thứ hai và nhiều thay đổi khác, đặc biệt là thái độ của người chồng, làm giảm chi phí của lao động, đặc biệt cho những phụ nữ đã lập gia đình.

Chúng ta đã có được 2 kết luận. Thứ nhất, một mức lương thực tế cao hơn làm tăng tổng cung lao động nhưng có lẽ ít hơn so với chúng ta thường nghĩ. Thứ hai, điều này có tác dụng thu hút mọi người vào lực lượng lao động hơn là làm tăng cung giờ lao động của những người đang làm việc.

Phân tích này liên quan tới cung của lao động không kỹ năng. Có được kỹ năng đòi hỏi thời gian dài hơn. Chúng ta sẽ xem xét các quyết định về vấn đề liệu có đạt được đào tạo và kỹ năng hay không ở chương sau.

Cung lao động của ngành

Bây giờ chúng ta sẽ nghiên cứu cung của một ngành. Giả định ngành tương đối nhỏ so với nền kinh tế và muốn tuyển lao động với kỹ năng thông thường. Ngành phải trả một mức lương phổ biến cho công việc. Các công việc trong các ngành khác nhau có các đặc điểm phi tiền tệ khác nhau, chẳng hạn như độ rủi ro, sự thuận tiện hoặc làm việc ngoài giờ hành chính, chẳng hạn ca đêm. Mức lương phổ biến phải được điều chỉnh theo từng ngành để cho phép sự khác biệt tiền lương cân bằng bù trừ các đặc điểm phi tiền tệ đó và làm cho người lao động không quá kén chọn nơi họ làm việc. Những ngành ô nhiễm và nguy hiểm phải trả nhiều hơn so với những ngành dễ chịu, an toàn nếu họ muốn thu hút lao động.

Điều chỉnh theo cách này sẽ xác định được mức lương tại đó một ngành nhỏ có thể thuê được toàn bộ số lượng lao động mà ngành mong muốn trong lực lượng lao động của nền kinh tế. Tại mức lương này, ngành đối mặt với đường cung lao động nằm ngang.

Nhiều ngành không nhỏ như vậy so với số lao động kỹ năng mà ngành mong muốn. Ngành thép là một ngành sử dụng số lượng lớn thợ hàn, ngành vận tải hàng hoá sử dụng số lượng lớn những người lái xe tải. Khi một ngành sử dụng một loại kỹ năng riêng với khối lượng lớn, thì sự tuyển dụng nhiều hơn của ngành đẩy tiền lương của lao động kỹ năng đó lên trong nền kinh tế. Trong ngắn hạn, đường cung lao động của ngành dốc lên.

Trong dài hạn, đường cung lao động của ngành có thể ít dốc hơn. Khi sự tăng lao động được thuê đẩy tiền lương của những người lập trình phần mềm máy tính lên, thì có nhiều học sinh tốt nghiệp theo học kỹ năng này. Trong dài hạn, cung của toàn bộ nền kinh tế tăng và tiền lương của những lao động này giảm xuống một chút. Mỗi ngành không phải trả mức lương cao như vậy trong dài hạn để tăng cung của loại lao động đó cho ngành nữa.

Trong ngắn hạn, mức cung ứng một kỹ năng xác định có thể gần như cố định. Để có một phần lớn hơn trong tổng lao động, một ngành phải đưa ra mức lương tương đối cao hơn so với các ngành khác để thu hút lao động từ các ngành ấy.

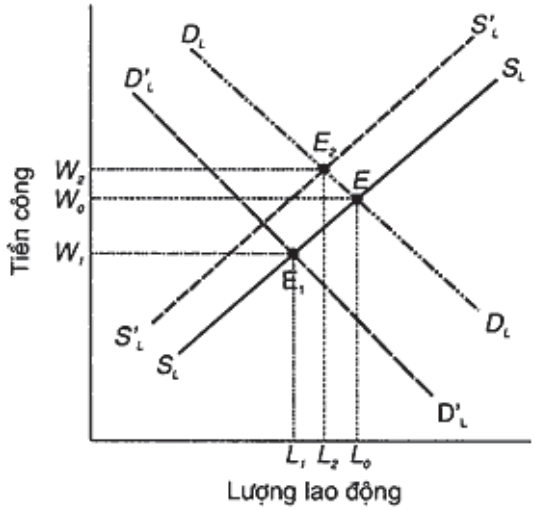
Online Learning Centre with POWERWEB

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

10.5 Cân bằng thị trường lao động của ngành

Hình 10.7 cho thấy điểm cân bằng trên thị trường lao động của một ngành. Đường cầu lao động của ngành D_LD_L dốc xuống và cắt đường cung lao động dốc lên S_LS_L ở điểm E. Lượng lao động được thuê là L_0 và mức lương là W_0. Chúng ta không phân biệt cung ngắn hạn và dài hạn, mặc dù việc này cũng dễ làm thôi.

Hình 10.7 Cân bằng trên thị trường lao động ngành



Đường cung lao động của một ngành S_LS_L dốc lên. Lương cao hơn là cần thiết để thu hút công nhân vào ngành đó. Đối với đường cầu nhất định về sản lượng, đường cầu về sức lao động của ngành đó D_LD_L dốc xuống, vì năng suất lao động biên giảm dần và vì sản lượng của ngành cao hơn đẩy giá sản phẩm xuống. Do đó, việc dịch chuyển sang bên trái của đường cầu về sản lượng sẽ dịch nhu cầu phát sinh về lao động từ D_LD_L xuống $D'_LD'_L$ và chuyển sự cân bằng trên thị trường lao động từ E đến E_1. Việc tăng tiền công ở các nơi khác trong nền kinh tế dịch chuyển đường cung lao động của ngành từ S_LS_L đến $S'_LS'_L$ và chuyển điểm cân bằng từ E đến E_2.

Chúng ta xác định đường cầu lao động của ngành D_LD_L với một đường cầu về sản phẩm cho trước. Tình trạng suy thoái trong ngành xây dựng sẽ đẩy đường cầu về xi măng sang trái. Giá cân bằng của xi măng giảm xuống. Điều này làm dịch chuyển đường sản phẩm giá trị cận biên của lao động MVPL của mỗi hãng sản xuất xi măng sang trái. Vì thế, D_LD_L dịch tới $D'_LD'_L$ đối với ngành xi măng. Tại điểm cân bằng mới E_1, tiền lương và lượng lao động được thuê giảm xuống trong ngành.

Ngược lại, giả định có một sự bùng nổ đầu tư vào máy móc thiết bị mới trong tất cả các ngành trừ ngành xi măng. Với lượng tư bản lớn hơn, năng suất lao động tăng lên trong các ngành khác. Thiết lập tiền lương ngang bằng với MVPL, những ngành này sẽ tăng tiền lương. Điều này làm dịch chuyển đường cung lao động của ngành xi măng lên $S'_LS'_L$. Tại mỗi mức lương trong ngành xi măng, ngành thu hút được ít lao động hơn.

Điểm cân bằng mới về lao động trong ngành xi măng là E_2. Lượng lao động được thuê giảm xuống từ L_0 tới L_2. Vì lượng lao động còn lại làm việc với lượng tư bản lớn hơn, họ có sản phẩm cận biên cao hơn. Thêm vào đó, sự giảm sút trong sản lượng xi măng làm dịch chuyển đường cung sản phẩm sang trái và đẩy giá xi măng lên. Các ảnh hưởng này cùng tác động khiến ngành vận động lên theo đường cầu của ngành D_LD_L và cho phép ngành trả mức lương cao hơn cho những người lao động còn lại.

Vì vậy, sự tăng tiền lương trong một ngành sẽ lan sang ngành khác. Sự liên kết trọng yếu giữa các ngành là tính lưu chuyển lao động. Đó là vì lao động ngành xi măng bị cám dỗ ra khỏi ngành do tiền lương tăng lên trong các ngành khác nên đường cung lao động ngành xi măng dịch sang trái trong Hình 10.7. Mức độ lưu chuyển lao động giữa các ngành không chỉ ảnh hưởng đến mức độ dịch chuyển đường cung lao động của ngành khi các điều kiện thay đổi trong các ngành khác, mà còn ảnh hưởng đến độ dốc của đường cung lao động của ngành. Chúng ta cùng xem xét 2 trường hợp đối ngược nhau.

Trước tiên giả định rằng người lao động có thể lưu chuyển dễ dàng giữa các công việc tương tự trong các ngành khác nhau. Nếu mỗi ngành tương đối nhỏ so với toàn bộ nền kinh tế, ngành sẽ đối mặt với một đường cung lao động hoàn toàn co giãn ở mức lương hiện thời (đã được điều chỉnh theo những lợi thế phi tiền tệ). Khi tất cả các ngành khác trả mức lương cao hơn, đường cung lao động nằm ngang cho ngành xi măng sẽ

dịch lên trên đúng bằng mức tăng lương trong các ngành khác. Trừ khi ngành xi măng đáp ứng được mức lương hiện thời mới, nếu không ngành sẽ mất toàn bộ lao động.

Ở cực ngược lại, ta xem xét thị trường người chơi piano trong dàn nhạc giao hưởng. Giả định họ không thể làm công việc gì khác. Đường cung người chơi piano là đường thẳng đứng. Nếu tất cả các ngành khác trả mức lương cao hơn, điều này không ảnh hưởng đến thị trường của người chơi piano. Không có sự gia nhập mới hoặc rút lui khỏi ngành biểu diễn này.

Trường hợp chung ở Hình 10.7 là ở giữa 2 thái cực này. Với khả năng lưu chuyển có hạn giữa các ngành, ngành xi măng có thể thu hút nhiều lao động hơn khi trả mức lương cao hơn. Nhưng đường cung lao động của ngành này dịch chuyển khi tiền lương thay đổi trong các ngành khác.

10.6 Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế

Thu nhập chuyển giao của một yếu tố là sự chi trả tối thiểu cần thiết để yếu tố đó tham gia vào công việc. **Tô kinh tế** (khác với thu nhập từ cho thuê tài sản) là chênh lệch giữa tiền trả cho một yếu tố sản xuất và thu nhập chuyển giao cần thiết để sử dụng yếu tố đó.

Những nghệ sĩ piano hàng đầu và các cầu thủ bóng đá hàng đầu hài lòng với lương cao của họ nhưng nếu được trả lương ít đi họ vẫn phải lựa chọn đúng công việc đó. Tại sao họ lại được trả lương nhiều như vậy? Chúng ta cần phân biệt giữa thu nhập chuyển giao và tô kinh tế.

Trong Hình 10.8, DD là đường cầu về lao động đối với nghệ sĩ piano và SS là đường cung lao động trong ngành âm nhạc. Thậm chí ở mức tiền lương bằng 0 một số nghệ sĩ tận tâm vẫn làm việc cho các dàn nhạc. Mức lương cao hơn thu hút vào ngành này những nghệ sĩ piano mà những người này có thể làm được việc khác. Đường cung dốc lên.

Do mọi người lao động được trả mức lương như nhau, cân bằng là điểm E với mức lương W_0 và số nghệ sĩ piano là L_0. W_0 có thể là mức lương cao. Mỗi hãng trong ngành âm nhạc trả mức lương W_0 do lao động của họ là những tài năng, với sản phẩm cận biên cao. Trên thị trường đầu ra (hoà nhạc) các hãng thu được doanh thu rất lớn. Đường cầu thứ phát DD đối với nghệ sĩ piano là rất cao.

Đường cung SS cho thấy sự chuyển giao tiền lương mà ngành trả để thu hút các nghệ sĩ piano vào ngành. Những người chơi piano ở điểm A sẵn sàng làm việc khi không có lương. Mức lương W_1 là cần thiết để tăng mức cung nghệ sĩ piano tới B, và W_0 phải được trả để tăng cung tới L_0. Nếu ngành có thể trả cho mỗi nghệ sĩ piano một mức lương khác nhau, sự chi trả chỉ là tối thiểu để thu hút mỗi người vào ngành, thì tam giác AL_0E là tổng thu nhập chuyển giao được trả nhằm thu hút L_0 nghệ sĩ piano.

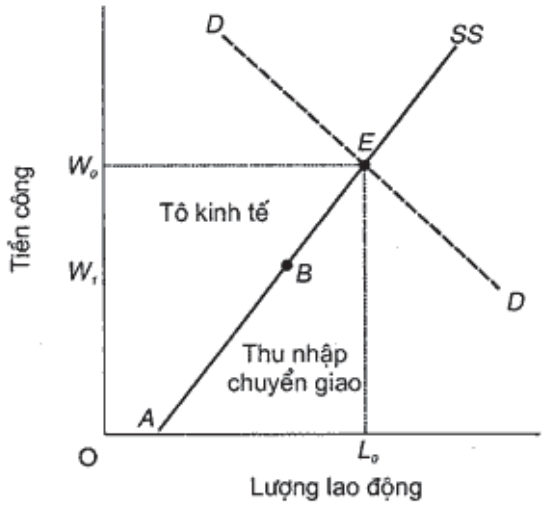
Hộp 10-4 Những mức lương cao hàng đầu

Các cầu thủ bóng đá hàng đầu kiếm được những số tiền hấp dẫn. Hoá đơn tiền lương ở Liên đoàn Bóng đá Anh tăng từ 50 triệu £ mùa bóng 1992 - 1993 lên tới 500 triệu £ trong mùa bóng 2002 - 2003, trong khi thu nhập của các câu lạc bộ tăng từ 150 triệu £ lên 950 triệu £. Thu nhập của câu lạc bộ tăng liên tục phản ánh không chỉ có cầu tăng nhờ hệ thống phát sóng T.V tới người xem rộng rãi hơn (và có lợi nhuận lớn hơn), mà còn nhờ sự sành sỏi hơn trong marketing các sản phẩm phụ thêm như áo quảng cáo. Manchester United được ước lượng thu nhập từ các trận đấu khoảng 40%, từ quyền lợi trên T.V là 33% và từ các hoạt động thương mại là 27%. Doanh thu hấp dẫn như vậy của các đội bóng khiến cho các cầu thủ cố chạm tay tới tất cả các khoản doanh thu bổ sung của câu lạc bộ.

Khi câu lạc bộ mất nguồn thu từ T.V hoặc các giao dịch thương mại, áp lực giảm tiền lương bắt đầu. Leeds United đã bị xuống dốc và điều này được phản ánh về mặt tài chính trong câu lạc bộ, với các cầu thủ có giá bỏ sang các câu lạc bộ khác.

Tại điểm cân bằng E nghệ sĩ piano cuối cùng bị dụ dỗ vào ngành có thu nhập chuyển giao là W_0 do E ở trên đường cung SS. Sản phẩm giá trị cận biên của nghệ sĩ piano cuối cùng này cũng là W_0 do E ở trên đường cầu DD. Tuy nhiên, khi một ngành phải trả cho mọi người lao động cùng một mức lương, tất cả những người lao động trước bây giờ cũng được trả lương W_0 cho dù đường cung lao động SS cho thấy họ sẵn sàng làm việc ở mức lương nhỏ hơn W_0. Những lao động này, với thu nhập chuyển giao thấp hơn W_0, đã nhận được tô kinh tế, một thặng dư thuần tuý xuất hiện do W_0 là cần thiết để thu hút nghệ sĩ piano cuối cùng. Tô kinh tế phản ánh sự khác biệt trong quyết định cung của những nghệ sĩ piano, chứ không phải trong năng suất của họ.

Hình 10.8 **Thu nhập chuyển giao và tô kinh tế**



DD là đường cầu về lao động của ngành. Lượng lao động A có lẽ vẫn làm trong ngành đó, thậm chí tại mức lương là 0. Về sau, cần có mức lương cao hơn để thu hút thêm công nhân cho ngành đó. SS là đường cung lao động cho ngành đó. Nếu mỗi công nhân chỉ được trả tiền công cần thiết để thu hút họ vào ngành đó (để giữ họ trên đường cung của mình), thì ngành đó chỉ cần trả tiền công là AEL_0. Nếu tất cả công nhân phải được mức lương cao nhất cần thiết, để thu hút người công nhân cuối cùng vào ngành đó, thì mức cân bằng ở E hàm ý rằng toàn bộ công nhân nhận được tô kinh tế $OAEW_0$. Đối với những công nhân mà cũng sẽ làm trong ngành đó với mức lương là 0 thì W_0 là tô kinh tế, số tiền thưởng thuần tuý.

Trong Hình 10.8, ngành tạo ra tổng chi trả tiền lương ngang bằng với hình chữ nhật OW_0EL_0. Ngành trả cho L_0 lao động mỗi lao động W_0. Sự chi trả này bao gồm tổng thu nhập chuyển giao AL_0E và tô kinh tế $OAEW_0$.

Tô kinh tế phát sinh nếu đường cung yếu tố không phải là đường nằm ngang. Với một đường cung nằm ngang, không lao động nào có thể kiếm được nhiều hơn mức lương hiện thời cần thiết để giữ họ ở lại ngành.

Cần lưu ý phân biệt giữa hãng và ngành. Tô kinh tế là một sự chi trả không cần thiết khi đề cập đến ngành. Bằng cách thông đồng nhằm phân biệt tiền lương, trả cho mỗi lao động thu nhập chuyển giao của riêng người đó, ngành có thể duy trì tất cả lao động mà không phải trả tô kinh tế. Nhưng toàn bộ tiền lương W_0 là một khoản thu nhập chuyển giao khi xem xét một hãng cạnh tranh. Nếu hãng không trả mức lương hiện hành, lao động của hãng sẽ chuyển sang hãng khác.

Trong ngành bóng đá Anh[2] và ngành bóng chày của Mỹ, người ta thường nói rằng lương cầu thủ cao đang làm ngành phá sản. Nhưng mức lương là cao vì cầu thứ phát cao - các cổ động viên trên sân và quyền lợi trên T.V đem lại lợi nhuận cao khi cung sản phẩm này - và bởi vì cung của những người chơi có tài là khan hiếm. Đường cung của những người chơi giỏi là dốc đứng: thậm chí mức lương rất cao cũng không thể làm tăng nhiều số lượng người chơi giỏi. Quan hệ giữa tiền lương và sự thua cuộc trong các trận đấu là không đơn giản. Nếu cung đầu ra không đem lại lợi nhuận, cầu thứ phát đối với các cầu thủ sẽ thấp đi và lương giảm xuống.

10.7 Thị trường lao động có thanh toán hết không?

Đến đây, chúng ta đã giả định rằng tiền lương là linh hoạt. Mức lương cân bằng làm cân bằng cung và cầu lao động. Không thể chấp nhận sự cân bằng thị trường lao động là hiển nhiên được.

[2] Các câu lạc bộ nộp lệ phí chuyển nhượng cho một câu lạc bộ khác, nếu họ muốn tiếp nhận một cầu thủ từ câu lạc bộ đó. Không nên nhầm lẫn lệ phí chuyển nhượng này với khái niệm kinh tế về thu nhập chuyển giao của các cầu thủ, lượng tiền cần thiết để giữ họ ở lại trong ngành này.

Thoả thuận tiền lương tối thiểu

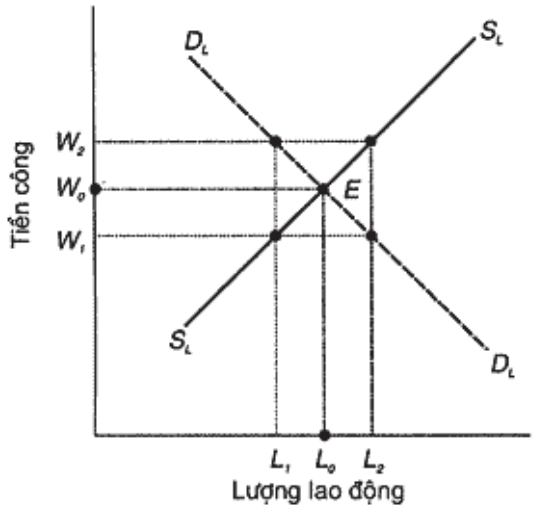
Tiền lương tối thiểu ở Anh là 4,1£ một giờ. Hình 10.9 cho biết đường cầu D_LD_L và đường cung S_LS_L đối với một kỹ năng nhất định trong một ngành nhất định. Cân bằng thị trường tự do là ở điểm E. Đối với lao động có kỹ năng, mức lương cân bằng W_0 vượt quá mức lương tối thiểu W_1 không thích đáng đối với họ.

Người lao động **thất nghiệp không tự nguyện** nếu họ muốn làm việc ở mức lương hiện tại nhưng không thể tìm được việc.

Giả sử mức lương tối thiểu là W_2 lớn hơn mức lương cân bằng thị trường W_0. Tại W_2 có sự vượt cung L_2 - L_1. Vì hãng không thể bị buộc phải thuê số lao động hãng không muốn nên lao động được thuê sẽ là L_1 và lượng lao động L_2 - L_1 là thất nghiệp không tự nguyện.

Một mức lương tối thiểu của quốc gia có thể lớn hơn mức lương cân bằng thị trường đối với những nghề nghiệp đòi hỏi kỹ năng thấp. Nếu như vậy, những lao động này may mắn có được công việc với mức lương cao hơn trước đây nhưng tổng số lao động giảm xuống so với cân bằng thị trường tự do. Mức lương tối thiểu có thể giải thích tình trạng thất nghiệp không tự nguyện của những lao động kỹ năng thấp.

Hình 10.9 Mức lương tối thiểu



Sự cân bằng trên thị trường tự do xảy ra ở mức tiền công W_0 và lượng nhân công thuê L_0. Tiền công tối thiểu W_1, dưới mức W_0 là không phù hợp. Tuy nhiên, tiền công tối thiểu W_2 trên mức W_0 sẽ hạn chế lượng nhân công thực tế được thuê xuống còn L_1, làm cho lượng L_2 - L_1 nhân công buộc phải thất nghiệp không tự nguyện. Họ muốn được làm việc ở mức tiền công này, nhưng lại không tìm được việc làm.

Công đoàn

Một công đoàn mạnh có thể hoạt động theo cách tương tự. Hình 10.9 nói lên rằng nếu công đoàn trong một ngành buộc hãng trả một mức lương W_2 lớn hơn mức lương W_0 trong cạnh tranh tự do, kết quả là ngành sẽ có ít việc làm hơn. Do tăng tiền lương từ W_0 lên W_2, công đoàn giảm lượng lao động từ L_0 tới L_1. Công đoàn đánh đổi tiền lương cao hơn cho số người làm ít hơn như thế nào là nội dung sẽ được đề cập ở chương sau. Hiệu ứng này đã rõ ràng. Nếu công đoàn chọn mức lương W_2, thất nghiệp là tự nguyện tập thể - các thành viên công đoàn chọn hành động này - nhưng có thể không tự nguyện đối với những thành viên công đoàn không may bị mất việc. Để được rõ hơn, chúng ta cần bàn về việc các quyết định được đưa ra như thế nào trong nội bộ công đoàn.

Tính kinh tế của quy mô

Thất nghiệp không tự nguyện có thể phản ánh tính kinh tế của quy mô và cạnh tranh không hoàn hảo. Điều này tạo ra các rào cản gia nhập đối với các hãng mới muốn tham gia vào ngành. Các rào cản không để cho người thất nghiệp làm việc cho các hãng mới cho dù nếu những người lao động bị thất nghiệp này sẵn sàng làm việc với mức lương thấp hơn mức lương ở những hãng hiện có.

Người trong cuộc có việc làm và được tham gia thương lượng về tiền công. **Người ngoài cuộc** không có việc làm và không được tham gia thương lượng về tiền công.

Người trong cuộc và người ngoài cuộc

Phần giải thích trước đây đã nhấn mạnh các rào cản gia nhập đối với việc hình thành các hãng mới. Lý thuyết người trong cuộc - người ngoài cuộc nhấn mạnh các rào cản đối với việc tham gia lao động ở các hãng hiện tại.

Rào cản gia nhập có nhiều hình thức. Phải mất chi phí cho việc quảng cáo tìm người làm, phỏng vấn họ, đánh giá xem loại công việc nào họ có thể làm được, đào tạo họ trong những công việc cụ thể của hãng, tạo nên nền nếp làm việc và cho phép những nhân viên mới nắm vững được những công việc mới của họ. Theo thuật ngữ ở Chương 9, đó là những rào cản gia nhập tự nhiên.

Hộp 10-5 Tiền lương tối thiểu có gây thiệt hại cho công việc hay không?

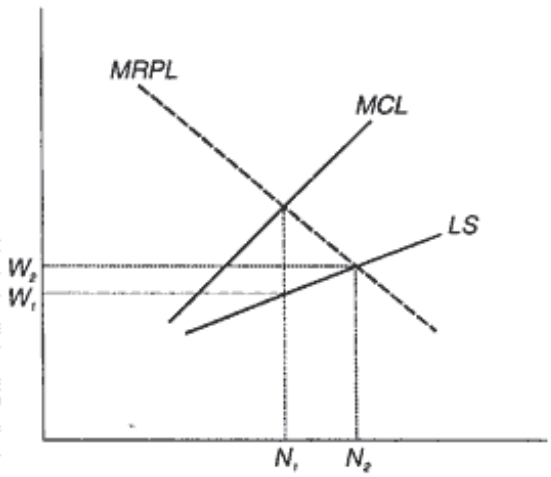
Tiền lương tối thiểu khiến một số công nhân mất việc: do mức lương tăng, hãng dịch lên theo đường cầu của hãng nên số lao động giảm xuống. Ngay cả các nhà chính trị cũng hiểu điều đó. Có đúng như vậy không?

Sự kiểm chứng dựa trên thị trường lao động cạnh tranh. Trực giác của con người thường dựa trên cạnh tranh hoàn hảo. Điều gì sẽ xảy ra nếu chỉ có duy nhất một người thuê lao động? Một sự thuê thêm lao động của độc quyền mua đẩy giá thuê những lao động hiện có lên: chi phí cận biên của lao động lớn hơn tiền lương. Đồ thị mô tả sản phẩm doanh thu cận biên của lao động, đường cung lao động đối với hãng và chi phí cận biên của lao động của hãng độc quyền mua. Tại điểm cân bằng MRPL = MCL. Số lao động được thuê là N_1 và mức lương W_1 là cần thiết để thu hút số lao động này. Khoảng cách theo chiều thẳng đứng giữa LS và MRPL cho thấy các công nhân được trả ít hơn sản phẩm cận biên của họ. Điều này được gọi là *sự bóc lột*.

Tại mức lương tối thiểu W_2, hãng độc quyền mua đối mặt với đường cung lao động nằm ngang ở mức W_2, ít nhất là tới số lượng N_2 lao động được thuê. W_2 bây giờ trở thành chi phí cận biên của lao động. Hãng thuê N_2 lao động ở mức chi phí cận biên bằng với lợi ích cận biên của việc thuê lao động. Để loại trừ sự bóc lột, tiền lương tối thiểu làm tăng lượng lao động được thuê từ N_1 tới N_2.

Bắt đầu với cân bằng thị trường tự do ở mức lương W_1, sự tăng lên của tiền lương tối thiểu làm tăng việc làm (chạy dọc theo đường cung LS) cho tới mức lương tối thiểu W_2 mà tại đó số lao động được thuê đã tối đa. Tuy nhiên, tiền lương tối thiểu cao hơn nữa dịch hãng lên theo đường cầu của hãng làm giảm số lao động về sau. Khi hãng có sức mạnh độc quyền mua, một mức lương tối thiểu cao hơn giá thị trường một chút là tốt cho công việc - nó loại trừ sự bóp méo gây ra bởi sức mạnh thị trường của người thuê lao động - nhưng một mức lương tối thiểu lớn hơn đáng kể so với điểm cân bằng thị trường tự do là không tốt cho công việc.

Vì vậy, liệu tiền lương tối thiểu có quá cao để tăng lao động hay không vẫn còn là một câu hỏi. Một nghiên cứu về các nước EU không tìm ra được bằng chứng nào rằng tiền lương tối thiểu làm giảm số lao động lớn tuổi được thuê, nhưng có bằng chứng là tiền lương tối thiểu giảm số lao động trẻ. Năng suất của những lao động trẻ và lao động thiếu kỹ năng là thấp. Tiền lương tối thiểu, cho dù ở mức thấp hơn đối với lao động trẻ, vẫn thường cao hơn điểm giao nhau của LS và MRPL.



Nguồn: Dolado et al, "The Economic Impact of Wages in Europe", Economic Policy, 1996.

Nhưng những người lao động hiện có (người trong cuộc) cũng có thể dựng lên những rào cản chiến lược đối với việc gia nhập mới của những người ngoài cuộc, thậm chí không cần đến sự có mặt của công đoàn lao động chính thức. Ví dụ, những người trong cuộc có thể đe dọa sự tan vỡ ngành nếu có quá nhiều người ngoài cuộc được nhận vào quá nhanh hoặc nếu những người ngoài cuộc muốn làm việc ở mức tiền lương thấp hơn mức lương đang trả cho người trong cuộc.

Khi những rào cản gia nhập như vậy đe doạ những người ngoài cuộc, những người trong cuộc có thể tăng tiền lương của chính họ cao hơn mức mà người ngoài cuộc sẵn sàng làm việc mà không làm tăng nhanh việc thuê người từ bên ngoài.

Tiền lương hiệu quả

Chúng ta đã giả định rằng các thông tin có được dễ dàng. Trên thực tế, các hãng đối mặt với 2 vấn đề: khó nói được liệu một người xin việc có phải là một lao động có năng suất hay không (một vấn đề của khả năng bẩm sinh) và khó giám sát liệu các lao động có lười biếng sau khi được thuê hay không[3].

Tiền lương hiệu quả là mức lương cao làm tăng năng suất thông qua hiệu ứng khuyến khích của nó.

Với chi phí cho trước của việc đánh giá người lao động mới và chi phí tiếp theo để giám sát hoạt động của họ trong công việc, chính sách nào là tốt nhất cho hãng? Lý thuyết tiền lương hiệu quả nói rằng sẽ có lợi cho hãng khi trả cho những người lao động đang làm một mức lương trên mức tiền lương chuyển việc của họ.

Thứ nhất, giả định những người lao động từ bỏ công việc của họ nếu họ tìm được một công việc tốt hơn ở nơi khác. Nếu hãng trả một mức lương là trung bình của lương trả cho lao động năng suất và lao động không năng suất, những người lao động có năng suất sẽ tìm đến những công việc tốt hơn ở nơi khác và sẽ rời bỏ doanh nghiệp. Khi đó, hãng chỉ còn lại những người lao động chất lượng kém. Trả một mức lương cao sẽ giúp duy trì những người lao động chất lượng cao.

Thứ hai, khi người lao động lười biếng trong công việc, họ có thể bị bắt gặp và bị sa thải. Mức phạt khi bắt gặp lười biếng lớn như thế nào? Đó là sự chênh lệch giữa mức lương hiện tại và những gì người lao động nhận được từ trợ cấp thất nghiệp hoặc từ công việc sau đó. Tiền lương hiện tại càng cao, mức phạt càng lớn hơn. Để tăng mức phạt và giảm sự lười biếng, hãng trả cho những người lao động hiện tại mức lương cao hơn mức trung bình cần thiết để họ sẵn sàng lao động.

Một lần nữa, điều này ngụ ý rằng một số lao động có thể thất nghiệp không tự nguyện. Họ có thể sẵn sàng làm việc ở mức lương bằng hoặc thấp hơn tiền lương trả cho những lao động hiện tại nhưng có ít cơ hội thực tế để đảm bảo có một công việc ở mức lương đó.

Thoả thuận tiền lương tối thiểu, sức mạnh công đoàn, tính kinh tế của quy mô, sự khác biệt giữa người bên trong và bên ngoài doanh nghiệp và mức lương hiệu quả là những lý giải có thể cho sự thiếu linh hoạt của tiền lương trong ngắn hạn để duy trì thị trường lao động ở thế cân bằng.

10.8 Tiền lương và việc làm ở Liên hiệp Anh

Chúng ta mở đầu chương này bằng việc nhìn vào thu nhập thực tế trong ngành năng lượng, dịch vụ tài chính và ngành dệt. Bằng việc xem xét lại những ngành này, chúng ta cùng rút ra một số chủ đề của chương.

Bảng 10.4 chỉ ra thu nhập thực tế và việc làm trong giai đoạn 1994 - 2002. Trong nền kinh tế, thu nhập thực tế tăng 17%. Lợi thế về kỹ thuật, máy móc thiết bị tốt hơn và lao động có kỹ năng cao hơn làm tăng sản phẩm giá trị cận biên của lao động, dịch chuyển đường cầu về lao động sang phải. Nhưng quá trình này khác nhau trong các ngành khác nhau.

Trong lĩnh vực khách sạn và ăn uống, sự nhập cư làm tăng cung lao động trong ngành này, tạo áp lực giảm tiền lương. Tại sao Bảng 10.4 lại ghi thu nhập thực tế cao

[3] Các nhà kinh tế cho rằng đó là vấn đề lựa chọn bất lợi và sự may rủi về mặt đạo đức.

Bảng 10.4 Việc làm và thu nhập thực tế ở Liên hiệp Anh (% thay đổi lũy tích, 1994 - 2002)

	Thu nhập thực tế	Việc làm
Toàn bộ nền kinh tế	+17	+14
Các dịch vụ tài chính	+15	+ 2
Khách sạn và nhà hàng	+14	+24
Năng lượng và nước	+ 5	-18

Nguồn: ONS, Monthly Digest of Statistics.

hơn cũng như là số lượng việc làm nhiều hơn? Cầu chắc là đã tăng mạnh, vừa là do văn hoá đi ăn bên ngoài đã tăng lên, vừa là do tăng trưởng kinh tế làm tăng thu nhập thực tế trong giai đoạn này.

Trong ngành dịch vụ tài chính (chẳng hạn ngân hàng và bảo hiểm), tiền lương đã tăng mạnh nhưng số lượng việc làm thì ổn định. Các ngân hàng và các công ty bảo hiểm hàng đầu đã phát triển hệ thống máy tính cho hoạt động văn phòng, giảm việc làm cho nhân viên văn phòng. Hơn thế nữa, khi các chức năng hàng ngày (như trung tâm điện thoại) đã được thuê ngoài từ các nước như Ấn Độ, các nhân viên ở Anh có xu hướng có kỹ năng cao hơn và vì thế, được nhận mức lương cao hơn.

Tiến bộ kỹ thuật và đầu tư tư bản trong những ngành dịch vụ công cộng cơ bản - cung cấp năng lượng và nước - có nghĩa là các công việc vẫn được tiếp tục thu hẹp trong lĩnh vực này. Bảng 10.1 cho thấy, với tư bản trên một lao động nhiều như vậy, người lao động có năng suất rất cao và được trả lương cao. Tuy nhiên, tư nhân hoá và cạnh tranh lớn hơn trong lĩnh vực này đã làm giảm sức mạnh đàm phán của người lao động, những người đã không có được sự tăng lương đáng kể trong thập kỷ cuối cùng.

TÓM TẮT

- Trong dài hạn, một hãng lựa chọn **kỹ thuật sản xuất** nhằm tối thiểu hoá chi phí cho việc sản xuất một lượng sản phẩm nhất định. Bằng cách xét từng mức sản lượng, hãng xây dựng được **đường tổng chi phí**.
- Trong dài hạn, **một sự tăng giá của lao động** (hoặc vốn) có một **hiệu ứng thay thế** và một **hiệu ứng sản lượng**. Hiệu ứng thay thế làm giảm lượng lao động (vốn) cần thiết do tỷ lệ lao động - vốn tăng lên (giảm) ở mỗi mức sản lượng. Nhưng tổng chi phí và chi phí cận biên của sản phẩm tăng. Đường cầu và đường doanh thu cận biên của hãng càng co giãn thì đường chi phí cận biên càng cao hơn làm sản lượng giảm, dẫn đến giảm cầu về cả hai yếu tố. Với giá yếu tố đầu vào cao hơn, hiệu ứng thay thế và hiệu ứng sản lượng đều làm giảm số lượng yếu tố được cầu.
- Trong ngắn hạn, hãng có các **yếu tố cố định** và có lẽ một **công nghệ sản xuất cố định**. Hãng có thể thay đổi sản lượng ngắn hạn bằng cách thay đổi đầu vào lao động, với giả thuyết hiệu suất giảm dần khi yếu tố khác cố định. Sản phẩm hiện vật cận biên của lao động giảm xuống khi có nhiều lao động hơn được thuê.
- Khi hãng tối đa hoá lợi nhuận tạo ra mức sản lượng mà tại đó chi phí cận biên của sản phẩm ngang bằng doanh thu cận biên của sản phẩm. Tương tự, hãng thuê lao động tới khi **chi phí cận biên của lao động** ngang bằng **sản phẩm doanh thu cận biên của lao động**. Nếu hãng là người chấp nhận giá trên thị trường sản phẩm, MRPL là sản phẩm giá trị cận biên, xác định bằng giá sản phẩm nhân với sản phẩm hiện vật cận biên. Nếu hãng là người chấp nhận giá trên thị trường lao động, chi phí cận biên của lao động chính là mức lương. Một hãng cạnh tranh hoàn hảo cân bằng mức lương thực tế với sản phẩm hiện vật cận biên của lao động.
- Đường sản phẩm hiện vật cận biên của lao động dốc xuống chính là **đường cầu về lao động** của một hãng cạnh tranh trong ngắn hạn (trên phương diện mức

lương thực tế). Tương tự, đường sản phẩm giá trị cận biên của lao động là đường cầu trên phương diện tiền lương danh nghĩa. Đường MVPL của một hãng dịch chuyển lên trên nếu giá sản phẩm đầu ra tăng, vốn tư bản tăng, hoặc tiến bộ công nghệ làm tăng năng suất lao động.

- **Đường cầu lao động của ngành** không đơn thuần là cộng theo chiều ngang các đường MVPL của các hãng. Tiền lương giảm làm cho sản lượng của ngành cao hơn và cũng giảm giá của sản phẩm. Đường cầu lao động của ngành dốc hơn (ít co giãn hơn) đường cầu lao động của mỗi hãng và cầu lao động càng ít co giãn thì đường cầu về sản phẩm của ngành càng ít co giãn.
- Đường cầu lao động là **cầu thứ phát**. Một sự dịch chuyển đường cầu sản phẩm của ngành sẽ làm dịch chuyển đường cầu yếu tố theo cùng hướng.
- Đối với những người đã có chân trong lực lượng lao động, một sự **tăng tiền lương giờ thực tế** tạo ra một **hiệu ứng thay thế**, có xu hướng tăng cung về giờ lao động, nhưng một **hiệu ứng thu nhập** lại làm giảm cung về giờ lao động. Đối với nam giới, 2 hiệu ứng này gần như triệt tiêu nhau nhưng số liệu thống kê thực tế cho thấy hiệu ứng thay thế là lấn át ở phụ nữ. Vì vậy, phụ nữ có đường cung lao động tăng lên; còn đường cung lao động ở nam giới gần như thẳng đứng.
- Các cá nhân có thu nhập ngoài lao động có thể không thích đi làm. 4 điều làm tăng **tỷ lệ gia nhập lực lượng lao động**: mức lương thực tế cao hơn, chi phí cố định của lao động thấp hơn, thu nhập ngoài lao động thấp hơn và những thay đổi trong thị hiếu theo xu hướng thích lao động hơn. Những điều này giải thích xu hướng tăng sự gia nhập lực lượng lao động của những phụ nữ đã lập gia đình trong vài thập kỷ vừa qua.
- **Đường cung lao động của ngành** phụ thuộc vào mức lương được trả so với mức lương của lao động cùng kỹ năng ở các ngành khác. **Sự khác biệt tiền lương cân bằng** là sự bù đắp bằng tiền cho những khác biệt về các đặc điểm phi tiền tệ của công việc trong các ngành khác nhau được thực hiện bởi người lao động có kỹ năng như nhau. Phần thưởng tiền tệ đi cùng với phần thưởng phi tiền tệ dẫn đến không còn động cơ chuyển việc giữa các ngành.
- Khi đường cung lao động của một ngành không phải là co giãn hoàn toàn, ngành sẽ trả mức lương cao hơn để thuê thêm lao động. Đối với lao động cuối cùng, mức lương là **thu nhập chuyển giao thuần tuý** cần thiết để thu hút được người lao động đó vào ngành. Đối với những người lao động sẵn sàng làm việc trong ngành với một mức lương thấp hơn, có một yếu tố của tô kinh tế (sự chênh lệch giữa thu nhập nhận được với thu nhập chuyển giao của cá nhân đó).
- Trong cân bằng thị trường tự do, một số lao động lựa chọn không đi làm ở mức lương cân bằng. Họ là những người **thất nghiệp tự nguyện**. **Thất nghiệp không tự nguyện** là sự chênh lệch giữa cung và cầu ở một mức lương không phải là cân bằng. Người lao động muốn làm việc nhưng không thể tìm được việc làm.
- Có một sự bất đồng ý kiến đáng kể về vấn đề thị trường lao động có thể quay trở lại trạng thái cân bằng nhanh như thế nào nếu lúc đầu nó ở vị trí không cân bằng. Các nguyên nhân có thể gây ra thất nghiệp không tự nguyện là thoả thuận về **tiền lương tối thiểu, công đoàn lao động, tính kinh tế của quy mô, sự phân biệt người bên trong** và **bên ngoài** doanh nghiệp và **mức lương hiệu quả**.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1 (a) Giải thích tại sao sản phẩm cận biên của lao động giảm dần. (b) Chỉ ra trên đồ thị ảnh hưởng của sự tăng tư bản của hãng tới đường cầu lao động của hãng.

2. Trong hơn 100 năm qua mức lương thực tế đã tăng lên nhưng thời gian của tuần làm việc giảm xuống. (a) Giải thích kết quả này bằng cách sử dụng hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập. (b) Giải thích một sự tăng lên của tiền lương thực tế có thể khiến những người đang làm việc làm ít giờ hơn nhưng tổng lao động của nền kinh tế vẫn tăng lên.

3. Tại sao đường cung lao động của ngành dốc lên cho dù tổng cung lao động của nền kinh tế là cố định?

4. Trả lời các câu hỏi mà chúng ta đề cập ở đầu chương. (a) Tại sao một người chơi golf hàng đầu trong 1 ngày cuối tuần có thể kiếm được nhiều tiền hơn một giáo sư đại học kiếm được trong một năm? (b) Tại sao sinh viên kinh tế có thể kiếm được nhiều tiền hơn một sinh viên triết học có mức trí tuệ tương đương?

5. **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định sau lại sai? (a) Không có lý do kinh tế nào trong việc một bức hoạ được Picasso vẽ trong vòng 1 phút bán được với giá 100000£. (b) Tiền lương cao hơn làm tăng động cơ làm việc.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 317.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

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

Phụ lục Đường đồng lượng và sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất

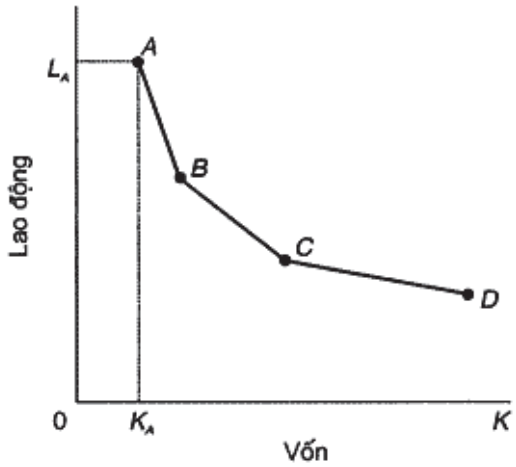
Sự lựa chọn kỹ thuật sản xuất có thể được xem xét với các kỹ thuật tương tự như phương pháp đường bàng quan - đường ngân sách đã được sử dụng trong nghiên cứu lựa chọn tiêu dùng ở Chương 5. Hình 10.A1 minh họa các số lượng của các đầu vào vốn K và lao động L. Các điểm A, B, C và D minh hoạ các số lượng đầu vào tối thiểu cần thiết để sản xuất 1 đơn vị sản lượng sử dụng 4 kỹ thuật sản xuất khác nhau. Kỹ thuật A dùng nhiều lao động nhất, đòi hỏi L_A đơn vị lao động và K_A đơn vị vốn để sản xuất một đơn vị sản lượng. Kỹ thuật D dùng nhiều vốn nhất. Nối A, B, C và D ta có một đường đồng lượng (cùng một mức sản lượng).

Đường đồng lượng minh họa các kết hợp đầu vào tối thiểu để sản xuất một mức sản lượng nhất định. Các điểm khác nhau trên một đường đồng lượng phản ánh các kỹ thuật sản xuất khác nhau.

Hình 10.A1 minh họa 4 kỹ thuật sản xuất nhưng chúng ta có thể hình dung rằng cũng có các kỹ thuật sản xuất khác. Hình 10.A2 minh hoạ các đường đồng lượng trơn. Mỗi điểm trên đường đồng lượng I phản ánh một kỹ thuật sản xuất khác, từ dùng nhiều vốn cho đến dùng nhiều lao động.

Các đường đồng lượng cao hơn minh hoạ các mức sản lượng lớn hơn vì nhiều đầu vào được yêu cầu hơn. Mỗi đường đồng lượng minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau để sản xuất ra một mức sản lượng cho trước. Các đường đồng lượng hình thành một bản đồ đồng lượng.

Hình 10.A1 Đường đồng lượng



Các điểm A, B, C và D minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau sử dụng để sản xuất 1 đơn vị sản lượng. Nối các điểm này chúng ta có một đường đồng lượng minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau để sản xuất một mức sản lượng nhất định.

Các đường đồng lượng có ba đặc điểm quan trọng. Thứ nhất, chúng không thể cắt nhau. Mỗi đường đồng lượng mô tả một mức sản lượng riêng. Thứ hai, mỗi đường đồng lượng đều dốc xuống. Để sản xuất một mức sản lượng nhất định, một kỹ thuật có thể sử dụng nhiều vốn hơn chỉ khi nó sử dụng ít lao động hơn và ngược lại. Như vậy, các đường đồng lượng phải dốc xuống. Thứ ba, mỗi đường đồng lượng đều trở nên thoải hơn khi di chuyển về phía phải, như Hình 10.A2 minh hoạ. Di chuyển xuống dưới trên một đường đồng lượng, cần ngày càng nhiều vốn để giảm một số lượng đều nhau lao động mà sản xuất ra cùng một mức sản lượng.

Trên Hình 10.A2 đường L_0K_0 là một đường đồng phí. Nó minh họa các kết hợp đầu vào khác nhau với cùng một mức tổng chi phí. Tại một mức chi phí nhất định, hãng có thể sử dụng nhiều đơn vị vốn hơn chỉ khi nó sử dụng ít đơn vị lao động hơn. Với giá của các đầu vào cho trước chúng ta có thể phát biểu 2 điều về các đường đồng phí.

Thứ nhất, độ dốc của đường đồng phí phản ánh giá tương đối của 2 yếu tố sản xuất. Bắt đầu tại K_0, tại đó tất cả tiền của hãng được chi tiêu cho vốn, hãng có thể đánh đổi 1 đơn vị vốn lấy nhiều đơn vị lao động hơn nếu tiền lương rẻ hơn so với chi phí tiền thuê vốn. Thứ hai, với giá các yếu tố cho trước, bằng việc tăng chi tiêu của hãng có thể có nhiều lao động và vốn hơn. Đường đồng phí cao hơn song song với L_0K_0 minh hoạ mức chi tiêu cao hơn cho các đầu vào. Dọc theo đường đồng phí L_1K_1 hãng chi tiêu nhiều hơn đối với các đầu vào so với dọc theo đường đồng phí L_0K_0.

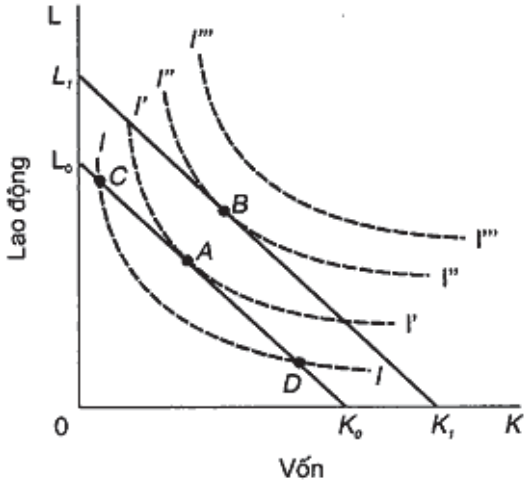
Để tối thiểu hoá chi phí sản xuất một mức sản lượng nhất định, một hãng lựa chọn điểm tiếp tuyến của đường đồng lượng với đường đồng phí thấp nhất. Tại điểm này, độ dốc (âm) của đường đồng phí bằng với độ dốc (âm) của đường đồng lượng. Nếu w là tiền lương và r là tiền thuê của một đơn vị vốn, độ dốc của đường đồng phí là r/w. Thế còn độ dốc của đường đồng lượng?

Với mỗi đơn vị vốn tăng thêm, hãng thu được MPK đơn vị sản lượng, trong đó MPK là sản phẩm hiện vật cận biên của vốn. Nhưng dọc theo một đường đồng lượng sản lượng là không đổi. Do một đơn vị lao động hy sinh hãng từ bỏ MPL đơn vị sản lượng. Giảm đầu vào lao động một lượng [-MPK/MPL] giữ sản lượng không đổi khi vốn tăng 1 đơn vị. Độ dốc của đường đồng lượng [-MPK/MPL] cho chúng ta biết bao nhiêu lao động thay đổi để giữ sản lượng không đổi khi vốn tăng 1 đơn vị. Như vậy, điều kiện tiếp tuyến trong Hình 10.A2 là:

$$\text{Độ dốc của đường đồng phí} = -r/w = -MPK/MPL$$

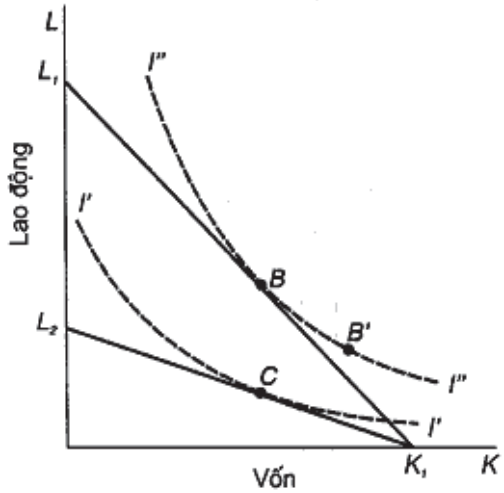
$$= \text{độ dốc của đường đồng lượng} \qquad (A1)$$

Hình 10.A2 Tối thiểu hóa chi phí



Mỗi đường đồng lượng như I minh họa một mức sản lượng nhất định. Các đường đồng lượng cao hơn như I" minh họa các mức sản lượng cao hơn. Đường thẳng như L_0K_0 là đường đồng phí minh họa các kết hợp đầu vào có cùng một tổng chi phí. Độ dốc của đường đồng phí chỉ phụ thuộc vào giá tương đối của các yếu tố. Đường đồng phí cao hơn như L_1K_1 minh họa tổng chi phí lớn hơn. Để sản xuất một mức sản lượng cho trước, ví dụ tương ứng với đường đồng lượng I', hãng lựa chọn điểm tiếp tuyến của đường đồng lượng đó với đường đồng phí thấp nhất. Như vậy, điểm A là cách tối thiểu hóa chi phí để làm ra mức sản lượng đó trên I' và điểm B là điểm tối thiểu hóa chi phí để làm ra mức sản lượng đó trên I".

Hình 10.A3 Ảnh hưởng của tiền lương gia tăng



Tại mức giá yếu tố cũ, sản lượng của hãng tương ứng với đường đồng lượng I". Tất cả các đường đồng phí có cùng độ dốc như L_1K_1 và hãng sản xuất mức sản lượng đã cho rẻ nhất bằng cách lựa chọn điểm B tại đó đường đồng lượng tiếp tuyến với đường đồng phí thấp nhất có thể L_1K_1. Một sự gia tăng tiền lương làm cho tất cả các đường đồng phí thoải hơn, song song với L_2K_1. Mỗi đơn vị tư bản hy sinh cho phép mua được ít hơn lao động tăng thêm. Tiền lương gia tăng có ảnh hưởng thay thế thuần túy từ B sang B' tại đó đường đồng lượng ban đầu I" có cùng độ dốc với đường đồng phí mới. Hãng lấy vốn thay cho lao động. Nhưng với chi phí cận biên cao hơn tại mỗi mức sản lượng, sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của hãng giảm, tương ứng với đường I'. Trên đường đồng lượng này, các chi phí được tối thiểu hóa bằng việc sản xuất tại C để đạt tới đường đồng phí thấp nhất có thể L_2K_1 tại mức giá yếu tố mới. Sự thay đổi từ B' sang C là ảnh hưởng thuần túy do sự dịch chuyển đường chi phí cận biên của hãng.

Điểm A trong Hình 10.A2 là cách chi phí thấp nhất để sản xuất sản lượng được minh hoạ bằng đường đồng lượng I'. Chúng ta có thể lặp lại phân tích này cho tất cả các đường đồng lượng khác minh hoạ các mức sản lượng khác nhau. Đó là cách chúng ta xây dựng đường tổng chi phí được đề cập đến trong bài.

Hãng xác định mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận như thế nào? Giả sử tại A sản phẩm cận biên của lao động vượt quá tiền lương w. Phương trình (A1) cho thấy rằng trong dài hạn sản phẩm cận biên của vốn cũng phải vượt quá tiền thuê r. Chỉ có lúc đó tỷ số giá yếu tố r/w mới bằng với tỷ lệ sản phẩm cận biên MPK/MPL. Nhưng nếu sản phẩm cận biên của mỗi yếu tố vượt quá mức giá mà tại đó hãng có thể thuê mua yếu tố đó, thì việc tăng sản lượng sản xuất là có lợi. Trong dài hạn, hãng mở rộng sản lượng và sử dụng yếu tố cho đến khi sản phẩm cận biên của mỗi yếu tố bằng với giá thuê của yếu tố. Trong Hình 10.A2, sản lượng tối đa hoá lợi nhuận dài hạn là tại điểm như điểm B, tại đó:

$$MPL = w \text{ và } MPK = r \qquad \text{(A2)}$$

Nếu phương trình (A2) là đúng thì phương trình (A1) tự động được thoả mãn. Lợi nhuận được tối đa hoá chỉ khi nào sản lượng lựa chọn được sản xuất theo hướng tối thiểu hoá chi phí.

Sau cùng chúng ta minh hoạ ảnh hưởng tăng giá của một yếu tố. Hình 10.A3 cho thấy vị trí ban đầu B tại đó đường đồng phí L_1K_1 tiếp tuyến với đường đồng lượng I". Giả sử tiền lương tăng lên. Mỗi đường đồng phí trở nên thoải hơn. Hy sinh một đơn vị lao động cho phép tăng vốn nhiều hơn tại một mức tổng chi phí cho trước. Tại mức sản lượng ban đầu trên đường đồng lượng I" điều này dẫn đến một ảnh hưởng thay thế thuần tuý từ B sang B', điểm trên đường đồng lượng cũ tiếp tuyến với đường đồng phí với độ dốc mới thoải hơn. Nhưng tiền lương cao hơn cũng làm dịch chuyển đường tổng chi phí và đường chi phí cận biên đối với sản lượng lên trên. Sản lượng tối đa hoá lợi nhuận giảm.

Đường đồng lượng I thấp hơn minh họa mức sản lượng tối đa hoá lợi nhuận mới. L_2K_1 là đường đồng phí thấp nhất có thể đạt được với độ dốc thoải hơn tương ứng với giá đầu vào mới. Hãng bây giờ lựa chọn điểm C. Sự thay đổi từ B' sang C là ảnh hưởng thuần tuý của sự gia tăng tiền lương đối với sản lượng. Sự thay đổi thực tế từ B sang C có thể tách ra thành ảnh hưởng thay thế từ B sang B' và ảnh hưởng sản lượng từ B' sang C. Cả hai ảnh hưởng đều làm giảm lượng cầu lao động.

Chương 11

Các thị trường yếu tố và phân phối thu nhập

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. **Các thị trường vốn và đất đai.**
2. **Thu nhập của các nhân tố được xác định như thế nào?**
3. **Phân phối thu nhập theo chức năng và cho cá nhân.**
4. **Các dòng hàng hoá theo thời gian và hàng trong kho tại một mốc thời gian.**
5. **Các thị trường dịch vụ vốn và tài sản vốn mới.**
6. **Khái niệm giá trị hiện tại.**
7. **Lãi suất danh nghĩa và lãi suất thực tế.**
8. **Tiết kiệm và đầu tư chi phối lãi suất thực tế như thế nào?**
9. **Đất đai được phân bổ giữa các hoạt động sử dụng cạnh tranh nhau như thế nào.**

Chương trước tập trung vào lao động. Chương này sẽ xem xét các đầu vào khác mà lao động kết hợp với chúng trong sản xuất. Một số vấn đề sẽ được giải quyết một cách vắn tắt. Bạn đã biết làm thế nào một doanh nghiệp lựa chọn một kỹ thuật sản xuất trong dài hạn, khi tất cả các yếu tố có thể tự do thay đổi, và bạn đã làm quen với khái niệm sản phẩm biên của yếu tố.

Ngoài đầu tư vào vốn nhân lực, nhiều khía cạnh của hành vi thị trường lao động được phân tích một cách dễ dàng trong phạm vi thời gian ngắn. Lao động là một đầu vào khả biến kể cả trong ngắn hạn. Do để điều chỉnh các đầu vào yếu tố khác mất nhiều thời gian hơn nên các quyết định về việc sử dụng chúng phải có tầm nhìn xa hơn.

Một chủ đề của chương này là tương lai có ảnh hưởng như thế nào đến hiện tại. Chúng ta xem xét các quyết định của ngày hôm nay sẽ định giá các lợi ích và chi phí tương lai như thế nào, và chỉ ra làm thế nào để chiết khấu các khoản trả và khoản thu trong tương lai để tính toán giá trị hiện tại của chúng.

Mối quan tâm của chúng ta đối với thị trường vốn và đất đai không chỉ dừng lại ở lượng cân bằng của vốn hoặc giá cân bằng của đất đai. Có hai lý do để nghiên cứu các thị trường yếu tố một cách tổng thể. Thứ nhất, các công ty hiếm khi sử dụng một đầu vào duy nhất. Các quyết định về đầu vào vốn và đất đai ảnh hưởng đến đường cầu lao động và mức lương cân bằng, đúng như các quyết định về đầu vào lao động tác động đến cầu đối với các nhân tố sản xuất khác.

Thứ hai, khi hoàn thành phân tích các thị trường yếu tố, chúng ta có thể bàn luận cái gì quyết định phân phối thu nhập. Giá của một nhân tố nhân với số lượng sử dụng sẽ cho biết thu nhập. Chúng ta cần biết giá và số lượng của tất cả các nhân tố sản xuất để hiểu tổng thu nhập của nền kinh tế được phân phối như thế nào. Chương này kết thúc bằng việc xem xét phân phối thu nhập ở Anh.

Vốn vật chất là dự trữ các hàng hoá đã được sản xuất là đầu vào sản xuất các hàng hoá và dịch vụ khác.

Ngoài lao động, các đầu vào sản xuất cơ bản khác là vốn và đất đai. Dự trữ của vốn vật chất bao gồm máy móc của dây chuyền lắp ráp được sử dụng để sản xuất xe hơi, đường ray xe lửa để làm dịch vụ vận tải, trường sở để tạo ra các dịch vụ giáo dục, nhà ở để tạo ra các dịch vụ nhà cửa và các đồ dùng lâu bền như tivi để làm ra các dịch vụ giải trí.

Đất đai là một yếu tố sản xuất do thiên nhiên cung ứng.

Vốn vật chất khác với đất đai ở chỗ nó được sản xuất ra. Mặc dù tự nhiên có thể thay đổi lượng đất đai, thông qua động đất, hoả hoạn và lắng đọng phù sa, các nhà kinh tế coi đất đai như là cung cố định. Số lượng của chúng không bị ảnh hưởng đáng kể bởi các quyết định kinh tế, trong khi vốn lại có thể được sản xuất ra. Sự khác biệt giữa đất đai và vốn có thể trở nên không rõ ràng. Phân bón và thuỷ lợi có thể "tạo" ra đất đai tốt hơn. Do đất đai và vốn khó có thể tách biệt, chúng ta sẽ bàn về chúng trong cùng một chương. Tuy nhiên sự phân biệt luôn là cần thiết.

Trong Chương 6 chúng ta đã giới thiệu về tổn hao, mức độ mà một tài sản hoặc hàng hoá lâu bền được sử dụng và giảm giá đi trong thời gian phân tích. Cả vốn và đất đai đều là tài sản. Hàng năm vốn bị tổn hao một ít, mặc dầu vốn mới có thể được sản xuất ra. Trong khi coi đất đai là cố định, chúng ta giả thiết rằng nó không bị tổn hao.

Vốn và đất đai là của cải hữu hình của nền kinh tế.

Vốn và đất đai là của cải hoặc tài sản bởi chúng có tính lâu bền. Chúng là hữu hình bởi chúng là vật chất và chúng ta có thể sờ thấy được. Của cải tài chính không phải là hữu hình, không phải là đầu vào vật chất cho sản xuất, mặc dầu chúng có thể được dùng để thuê các đầu vào đó. Chúng ta phân biệt giữa vốn vật chất - nhà máy, máy móc, nhà cửa, sau đây sẽ gọi là "vốn" với vốn tài chính, hoặc tiền và tài sản trên giấy tờ.

11.1 Vốn vật chất

Bảng 11.1 Dự trữ vốn của Liên hiệp Anh, 2002

	Tỷ £	%
Nhà ở	1657	41
Vốn cố định cho sản xuất	2429	59
Tổng dự trữ vốn	4086	100

Nguồn: ONS, UK National Accounts.

Bảng 11.1 cho thấy mức độ và thành phần của vốn vật chất ở Anh năm 2002 (dữ liệu về tư bản được thu thập trong nhiều năm). Nhà ở là nhà riêng và căn hộ. Vốn cố định cho sản xuất là nhà xưởng, máy móc và công sở. Vốn cho sản xuất nhưng không cố định được gọi là vốn lưu động: tồn kho hoặc dự trữ của hàng hoá đã được sản xuất đang chờ bán, hàng hoá mới hoàn thành một phần (đang trong quá trình tiến hành) và nguyên liệu cho sản xuất trong tương lai. Tồn kho là vốn bởi chúng là hàng hoá đã được chế tạo để đóng góp vào sản xuất trong tương lai.

Bảng 11.2 Đầu vào của vốn cho sản xuất ở Liên hiệp Anh

	1991	2002
Đầu vào vốn cho sản xuất (CP)*	1870	2508
CP/sản phẩm quốc dân	3	3
CP/công nhân	70	100

* CP và sản phẩm quốc dân được tính bằng tỷ £. CP trên một công nhân được tính bằng nghìn £. Tất cả là giá năm 2002.

Nguồn: ONS, UK National Accounts.

Bảng 11.2 cho thấy vốn vật chất được sử dụng trong sản xuất (CP) ở Anh năm 1991 và 2002. Vốn đầu vào cho sản xuất gấp khoảng 3 lần giá trị sản lượng quốc gia hàng năm. Dòng cuối cùng cho thấy rằng ở mức giá năm 2002, số lượng vốn tính trên một nhân công được tuyển dụng tăng từ 70000£ lên 100000£ trong giai đoạn 1991 - 2002.

Tổng đầu tư là việc tạo ra hàng hoá vốn mới và/hoặc cải tiến các loại hàng hoá vốn hiện có. Đầu tư ròng là tổng đầu tư trừ đi khấu hao của dự trữ vốn hiện có.

Đầu tư vào vốn vật chất làm tăng vốn như là một đầu vào của sản xuất, không chỉ về mặt tuyệt đối mà còn so với số lao động được sử dụng. Trong một thập kỷ, các kỹ thuật sản xuất trở nên sử dụng nhiều vốn hơn. Mỗi nhân công có nhiều vốn hơn để làm việc.

Do vốn có hao mòn, cần có sự đầu tư nhất định vào hàng hoá vốn mới nhằm duy trì nó. Nếu đầu tư ròng là dương, tổng đầu tư lớn hơn lượng bù đắp cho hao mòn. Dự trữ vốn tăng. Ngược lại, nếu tổng đầu tư thấp có thể không bù đắp được hao mòn và dự trữ vốn suy giảm.

11.2 Tiền thuê, lãi suất và giá của tài sản

Bảng 11.3 phân biệt giữa dự trữ và dòng lưu thông, giữa khoản trả tiền thuê và giá tài sản. Giá thuê dịch vụ lao động được gọi là tiền công. Nói một cách tương đối không chặt chẽ thì có thể gọi đó là "giá của lao động" nhưng tiền công là khoản trả tiền thuê để thuê lao động. Không có giá tài sản để mua tài sản vật chất được gọi là "người lao động". Chúng ta không còn chế độ chiếm hữu nô lệ, không còn sự sở hữu của các hãng đối với nhân công.

Bảng 11.3 Các khái niệm về dự trữ và dòng lưu thông

	Vốn	Lao động
Dòng đầu vào cho sản xuất theo giờ	Dịch vụ vốn	Dịch vụ lao động
Tiền trả cho các dòng lưu thông	Tỷ lệ tiền thuê (£/giờ máy)	Tỷ lệ lương (£/giờ lao động)
Giá tài sản	£/máy	£/nô lệ (nếu được phép mua nô lệ)

Dự trữ là số lượng một tài sản tại một mốc thời gian. **Dòng lưu thông** là dòng các dịch vụ mà một tài sản tạo ra trong một khoảng thời gian.

Có thể mua và bán các tài sản vốn và dịch vụ vốn. Chúng ta sẽ cần phải thận trọng hơn.

Các khoản trả tiền thuê và giá của tài sản tương ứng với các dòng lưu thông và dự trữ.

Chi phí sử dụng các dịch vụ vốn là **tỷ lệ tiền thuê** đối với vốn.

Các khách du lịch thuê một chiếc ô tô cho kỳ nghỉ cuối tuần. Các nhà thầu xây dựng trả một tỷ lệ tiền thuê để thuê dụng cụ dọn đất. Đôi khi không có thị trường cho thuê. Không thể thuê một nhà máy điện được. Khi các hãng mua một lần cho vĩnh viễn một tài sản vốn hoặc dự trữ vốn thì phải tính toán họ sẽ chi phí tất cả bao nhiêu để sử dụng vốn của họ. Chúng ta sẽ quay trở lại vấn đề này trong Mục 11.4.

Giá của một tài sản là tổng số tiền có thể mua đứt tài sản đó. Chủ sở hữu của một tài sản vốn có được dòng dịch vụ vốn trong tương lai từ tài sản đó.

Không giống lao động, hàng hoá vốn có thể được mua và có giá tài sản.

Mua một chiếc xe ôtô giá 9000£ đem lại cho bạn quyền sử dụng các dịch vụ vận tải trong tương lai. Bạn cũng có thể có một luồng khoản trả tiền thuê trong tương lai bằng cách cho bạn của bạn thuê nó.

Người mua sẽ phải trả bao nhiêu cho một tài sản vốn? Điều này phản ánh giá trị của thu nhập trong tương lai từ các dịch vụ vốn mà dự trữ tài sản tạo ra. Tuy nhiên, chúng ta không thể đơn giản cộng các khoản trả tiền thuê trong tương lai trong thời gian tuổi thọ của tài sản vốn để tính giá hoặc giá trị hiện hành của tài sản. Chúng ta phải quan tâm đến vai trò của thời gian và tiền trả lãi.

Tiền lãi và giá trị hiện tại

Một người cho người khác vay một khoản tiền. Người vay đồng ý trả lại lượng vay ban đầu (tiền gốc) với tiền lãi vào một ngày nào đó trong tương lai. Khoản vay 100£ trong một năm với lãi suất 10% sẽ phải trả thành 110£ vào cuối năm. 10£ thêm (10% của 100£) là chi phí tiền lãi của việc vay 100£ trong 1 năm. Lãi suất được đưa ra ở đây là phần trăm trong một năm.

Bảng 11.4 Lãi và giá trị hiện tại (PV)

	Năm 0	Năm 1	Năm 2
Với mức lãi suất 10%:			
giá trị của 1£ cho vay ngày hôm nay:	1£	1,1£	1,21£
PV của 1£ kiếm được:	1£	0,91£	0,83£
Với mức lãi suất 5%:			
giá trị của 1£ cho vay ngày hôm nay:	1£	1,05£	1,10£
PV của 1£ kiếm được:	1£	0,95£	0,91£

Giả sử chúng ta cho vay 1£ và cho vay tiếp tiền lãi khi nó sinh ra. Dòng đầu tiên của Bảng 11.4 cho thấy điều gì sẽ xảy ra nếu mức lãi suất là 10% một năm. Sau 1 năm, chúng ta có 1£ cộng với khoản lãi 0,1£. Cho vay tiếp toàn bộ 1,1£ chúng ta có 1,21£ vào cuối năm thứ 2. Do lãi kép, giá trị tuyệt đối mà tiền cho vay gia tăng sẽ lớn lên hàng năm. Năm thứ nhất, chúng ta tăng lượng tiền 0,1£, đó là 10% của 1£. Do chúng ta lại cho vay tiếp phần tiền lãi, tiền của chúng ta tăng thêm 0,11£ trong năm tiếp theo, đó là 10% của 1,1 £. Nếu chúng ta cho vay thêm một năm nữa, tiền của chúng ta sẽ tăng thêm 0,121£ và sẽ có 1,331£ vào cuối năm thứ ba.

Giá trị hiện tại của 1£ trong tương lai là số tiền mà nếu đem cho vay ngày hôm nay sẽ tích luỹ thành 1£ vào ngày trong tương lai đó.

Với mức lãi suất 10%/năm, 1£ trong năm 0 sẽ có giá trị 1,1£ trong năm thứ nhất và 1,21£ trong năm thứ 2. Bây giờ, chúng ta đặt câu hỏi ngược lại, nếu chúng tôi cho bạn vay 1,21£ sau 2 năm, thì số tiền đó hiện tại là bao nhiêu? Câu trả lời là một, nếu bạn có 1£ ngày hôm nay, bạn luôn có thể cho vay và có được chính xác 1,21£ sau thời gian 2 năm. Dòng thứ 2 của Bảng 11.4 mở rộng khái niệm này. Nếu 1,21£ trong năm thứ hai chỉ có giá trị là 1£ ngày hôm nay, thì 1£ trong năm thứ hai chỉ đáng giá 1/1,21£ = 0,83£ ngày hôm nay. 0,83£ trong ngày hôm nay có thể được cho vay với lãi suất 10% để tích luỹ được 1£ trong năm thứ hai. Tương tự, 1£ trong năm thứ nhất chỉ có giá trị 1/1,1£ = 0,91£ ngày hôm nay.

Lãi suất kép chỉ ra rằng cho vay 1£ ngày hôm nay có thể tích luỹ được một số tiền càng lớn nếu chúng ta duy trì khoản vay và cho vay tiếp khoản lãi càng lâu dài. Ngược lại, giá trị hiện tại của 1£ có được tại một thời điểm trong tương lai càng nhỏ, nếu thời điểm tương lai mà tại đó có được 1£ càng xa.

Giá trị hiện tại của khoản tiền trả trong tương lai còn phụ thuộc vào mức lãi suất. Dòng thứ 3 của Bảng 11.4 cho thấy khoản cho vay 1£ sẽ tích luỹ chậm hơn theo thời gian nếu mức lãi suất thấp hơn. Ở mức lãi suất 5%, khoản cho vay 1£ sẽ chỉ tích luỹ được thành 1,1£ sau hai năm so với mức 1,21£ sau 2 năm nếu mức lãi suất là 10% trong

dòng một. Do đó, dòng thứ 4 của Bảng 11.4 chỉ ra rằng giá trị hiện tại của 1£ trong năm thứ nhất hoặc năm thứ 2 lớn hơn khi lãi suất chỉ là 5% so với mức ghi tương ứng trong dòng thứ 2 khi lãi suất là 10%.

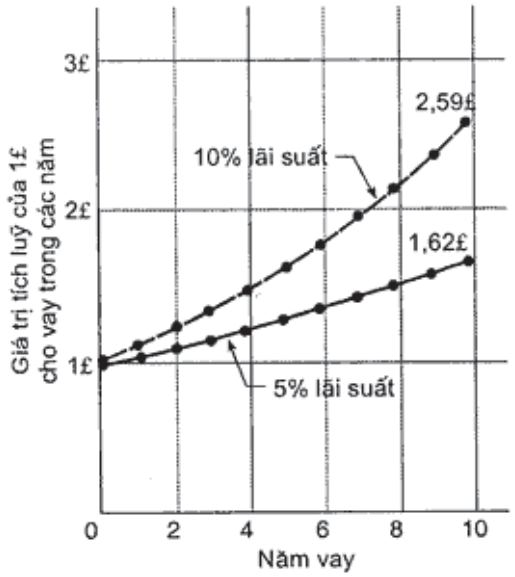
Hộp 11-1 Doanh số của M&S giảm trên tổng của các bộ phận

City ước tính giá trị của M&S ngày hôm qua dao động mạnh từ 8 tỷ £ đến 11 tỷ £. Vậy, giá trị thực tế của công ty là bao nhiêu? Về cơ bản, khi định giá M&S, hoạt động kinh doanh được chia thành 4 bộ phận: Kinh doanh bán lẻ chủ yếu ở Anh, thực phẩm, quần áo và nhà ở; Chi nhánh dịch vụ tài chính, M&S Money; Chi nhánh quốc tế, bao gồm bộ phận siêu thị ở Mỹ, King's; và các tài sản, bao gồm 365 cửa hàng khắp nước Anh.

Nguồn: The Independent, 3 June 2004.

Phạm vi đánh giá là rất lớn, với 11 tỷ £ thể hiện cho việc tăng lên 38% trên giá trị nhỏ hơn là 8 tỷ £. Sự thay đổi giá trị được chia ra theo các dòng kinh doanh. Kinh doanh bán lẻ M&S tạo ra 768 triệu £ năm 2003. Vì vậy, các nhà phân tích đánh giá mảng kinh doanh này là 5,4 tỷ £ đến 7,7 tỷ £. Danh mục tài sản đầu tư được đánh giá vào khoảng giữa 2,5 tỷ £ và 4 tỷ £. Bộ phận dịch vụ tài chính được định giá vào khoảng giữa 0,5 và 1 tỷ £. Hoạt động kinh doanh ở nước ngoài ước tính trị giá khoảng 200 triệu £. Chênh lệch trong các đánh giá xuất hiện là do có nhiều giả định. Sự giảm đi hoặc tăng lên có thể có trong doanh số là do những thay đổi trong quản lý và/hoặc chiến lược. Chẳng hạn, những đồ đạc không phải là thực phẩm trong gia đình có thể được bán hạ giá hay được mở rộng? Liệu người tiêu dùng có quay trở lại mua hàng ở cửa hàng? Tìm khách hàng cho hoạt động dịch vụ tài chính dễ dàng hay khó khăn thế nào? Tất cả các yếu tố này và bất kỳ sự chênh lệch nào trong tỷ lệ khấu hao và phạm vi đánh giá đều tác động đến giá trị của hãng. Tuy nhiên, khi so sánh với dự trữ công nghệ của sự bùng nổ về dot.com, ít nhất trong trường hợp của M&S, có một số tài sản hữu hình và các dòng tiền mặt dương thực tế trong hoạt động kinh doanh.

Hình 11.1 Tích lũy thông qua lãi suất



Tại mức lãi suất 10% mỗi năm, 1£ sẽ tích lũy thành 2,59£ sau 10 năm. Tại mức lãi suất thấp hơn là 5% một năm, giá trị tiền lãi tích lũy được tăng lên chậm hơn nhiều, chỉ đạt 1,62£ sau 10 năm.

Hình 11.1 minh hoạ những điểm tương ứng trên đồ thị, nó cho thấy việc cho vay 1£ ngày hôm nay sẽ tích luỹ ở mức lãi suất kép 5% và 10% như thế nào. Sau 10 năm, giá trị tích luỹ của 1£ tăng lên 2,59£ ở mức lãi suất là 10% nhưng nó chỉ là 1,62£ ở mức lãi suất 5%. Các mức lãi suất cao hơn cho thấy tích luỹ nhanh hơn thông qua việc cho vay. Đồ thị tương tự cũng có thể được sử dụng để tính toán các giá trị hiện tại. Một khoản trả 2,59£ sau thời gian 10 năm có giá trị hiện tại là 1£ nếu mức lãi suất hằng năm là 10%. Giá trị hiện tại của 1£ sau thời gian 10 năm là 1/2,59£ = 0,386£. Nếu lãi suất là 5%, giá trị 1£ sau 10 năm là 1/1,62 = 0,617£.

Sử dụng lãi suất để tính giá trị hiện tại của các khoản trong tương lai cho ta biết cách đúng đắn để cộng gộp lại các khoản phải trả ở những mốc thời gian khác nhau. Chúng ta tính giá trị hiện tại của khoản trả ở mỗi thời điểm. Sau đó, chúng ta cộng gộp lại các giá trị hiện tại của khoản trả khác nhau.

Để xem xét giá của tài sản vốn liên quan thế nào đến chuỗi các khoản trả trong tương lai thu được từ các dịch vụ vốn mà nó cung cấp, chúng ta tính toán giá trị hiện tại của khoản tiền cho thuê có được từ tài sản đó trong mỗi năm của thời gian hoạt động của nó và cộng các giá trị hiện tại đó lại. Đó là giá trị tài sản trong ngày hôm nay. Tại thời điểm cân bằng nó sẽ là giá của tài sản đó.

Định giá tài sản

Bạn sẽ trả bao nhiêu cho một chiếc máy mà nhờ nó có thể kiếm được 4000£ tiền cho thuê trong hai năm và sau đó bán phần giá trị còn lại là 10.000£? Nếu bạn đặt giá mà không biết lãi suất là bao nhiêu thì bạn đã không hiểu được mục trên đây. Giả sử lãi suất hàng năm là 10%. Hai dòng đầu của Bảng 11.5 cho thấy số tiền thu được mỗi năm. Cột cuối cùng cho thấy giá trị hiện tại của các khoản thu này. Từ Bảng 11.4, 1£ trong năm sau chỉ bằng 0,91£ năm nay và 1£ sau 2 năm chỉ có giá trị bằng 0,83£ ngày hôm nay. Giá trị hiện tại của 4.000£ trong năm thứ nhất bằng 3640£ (4.000£ x 0,91) và giá trị hiện tại của 14 000£ nhận từ thu nhập do cho thuê và tiền bán phần giá trị còn lại trong năm thứ hai là 11 620£ (14000£ x 0,83). Cộng những giá trị hiện tại năm thứ nhất và năm thứ hai, giá của tài sản sẽ là 15.260£.

Bảng 11.5 Giá trị hiện tại và giá của tài sản (tại mức lãi suất hàng năm 10%/năm)

Năm	Tiền cho thuê (£)		Giá trị còn lại (£)	Giá trị hiện tại (£)
1	4000			3640
2	4000	+	10000	11620
Giá tài sản ở năm 0				15260

Chú ý: Từ Bảng 11.4, giá trị hiện tại của 1 £ trong năm 1 là 0,91 £ và trong năm 2 là 0,83 £.

15.260£ nhỏ hơn nhiều so với 18.000£ thực sự có được trong 2 năm do thu được từ khoản cho thuê và giá trị tài sản còn lại. Giá trị hiện tại chiết khấu cho tương lai.

Các nguyên lý cơ bản có thể sử dụng để tính toán giá trị hiện tại của bất kỳ chuỗi thu nhập nào trong tương lai khi biết được lãi suất. Phụ lục (trang 212) sẽ cho biết chi tiết hơn. Việc tính toán rất đơn giản trong một trường hợp đặc biệt, khi tài sản tồn tại mãi mãi và chuỗi thu nhập trong mỗi khoảng thời gian là không đổi. Đôi khi chính phủ vay mượn bằng cách bán công trái vĩnh viễn, một trái phiếu (đơn giản là một tờ giấy) cam kết sẽ mãi mãi trả cho chủ nhân một khoản tiền lãi không đổi (gọi là coupon). Ở Anh, những thứ đó được gọi là "consols - trái phiếu có lãi suất thấp" (lấy tên đợt phát hành trái phiếu nổi tiếng có tên là chứng khoán chắc chắn/hợp nhất). Giá trị hiện tại của trái phiếu có lãi suất thấp, giá mà thị trường chứng khoán sẽ trả cho tờ giấy đó, tính theo công thức:

$$\text{Giá trị hiện tại} = \frac{\text{Khoản trả lãi không đổi hàng năm}}{\text{Mức lãi suất hàng năm}}$$

Trong các trang về tài chính trên các tờ báo, bạn có thể thấy trái phiếu có lãi suất thấp 2,5%. Trái phiếu vĩnh viễn đó cam kết sẽ mãi mãi trả 2,5£ mỗi năm. 2,5£ là 2,5% của mức giá bán ban đầu của 100£. Nếu lãi suất hiện tại là 5%, thì trái phiếu có lãi suất thấp 2,5% sẽ có giá trị khoảng 50£ (khoản lãi hàng năm 2,5£ chia cho 0,05- mức lãi suất hàng năm biểu diễn bằng phân số thập phân). Nếu lãi suất tăng lên 10% một năm, trái phiếu có lãi suất thấp chỉ có giá trị 25£ [(2,5£)/(0,10)].

Lãi suất danh nghĩa và lãi suất thực tế: lạm phát và giá trị hiện tại

Lãi suất danh nghĩa cho chúng ta biết sẽ thu được thực tế bao nhiêu bảng nếu cho vay 1£ trong 1 năm.

Cho đến giờ chúng ta đã bàn về các khoản trả trong tương lai được định giá bằng con số danh nghĩa. Cột đầu tiên của Bảng 11.5 cho thấy các khoản tiền cho thuê thu được tính bằng đồng bảng. Lãi suất 10% cho chúng ta biết thực tế chúng ta có thể kiếm được bao nhiêu bảng bằng cách chúng ta cho vay 1£ trong 1 năm.

Tại mức lãi suất danh nghĩa 10%, 100£ cho vay ngày hôm nay có thể tích luỹ thành 110£ trong năm sau. Nhưng chúng ta muốn biết 110£ lúc đó sẽ mua được bao nhiêu hàng hoá.

Lãi suất thực tế của một khoản cho vay cho biết lượng hàng hoá tăng thêm có thể mua được.

Giả sử lãi suất danh nghĩa là 10% nhưng lạm phát là 6%. Cho vay 1£ trong 1 năm có thể thu về 1,1£ nhưng sau 1 năm sẽ phải mất 1,06£ để mua hàng hoá mà chúng ta chỉ phải trả 1£ nếu mua ngày hôm nay. Với 1,1£ sử dụng năm sau, khả năng mua của chúng ta chỉ tăng 4%. Lãi suất thực tế là 4%. Như vậy:

$$\text{Giá trị hiện tại} = \frac{\text{Lãi suất danh nghĩa}}{\text{Tỷ lệ lạm phát}}$$

Để áp dụng công thức này hãy thử xem một ví dụ thứ hai. Lãi suất danh nghĩa là 17% và lạm phát là 20%. Cho vay 100£ trong 1 năm, bạn có được 117£. Nhưng khi đó sẽ phải mất 120£ để mua hàng hoá mà hôm nay bạn chỉ phải trả 100£ để mua. Như vậy, bạn đã mất 3% vì hoãn việc mua trong năm nay và cho vay với mức lãi suất có vẻ là rất cao, 17%. Lãi suất thực tế là âm, -3%. Trên thực tế bạn phải mất tiền khi cho vay. Lãi suất danh nghĩa không bù đắp được mức giá cao hơn của hàng hoá mà thế nào bạn cũng cần phải mua.

Yếu tố quyết định lãi suất thực tế

Có hai yếu tố dẫn đến lãi suất thực tế dương. Thứ nhất, con người không phải là kiên nhẫn. Giả sử cho lựa chọn cùng một số lượng hàng hoá ngày mai hoặc ngày hôm nay, chúng ta sẽ muốn chọn ngày hôm nay. Để hoãn việc chi tiêu cho hàng hoá và dịch vụ, những người tiết kiệm phải được đảm bảo lãi suất thực tế dương cho phép họ tiêu dùng nhiều hàng hoá hơn trong tương lai nếu họ hoãn việc tiêu dùng và cho vay ngày hôm nay.

Thứ hai, cần có một cách để có được lợi nhuận thực tế dương, nếu không những người đi vay sẽ không vay nữa. Những người đi vay trả lãi suất thực tế dương bởi họ có thể mua hàng hoá tư bản mà có thể đưa lại chuỗi lợi nhuận nhiều hơn là đủ để trả chi phí lãi suất.

Tính không kiên nhẫn trong tiêu dùng và hiệu suất của vốn vật chất là hai yếu tố đưa chúng ta đến hy vọng vào lãi suất thực tế dương. Bảng 11.6 cho thấy các dữ liệu về lãi suất danh nghĩa, lạm phát và lãi suất thực tế trong 3 thập kỷ. Bảng này khẳng định hình thái thấy ở nhiều nước trong nhiều thập kỷ. Lãi suất thực tế thường nhỏ và dương nhưng có thể đôi lúc âm. Do lãi suất thực tế thay đổi ít, những thay đổi lớn về lãi suất danh nghĩa xuất hiện nhằm bù đắp lại những thay đổi lớn về tỷ lệ lạm phát, duy trì lãi suất thực tế trong phạm vi bình thường được xác định bởi các yếu tố về tính không kiên nhẫn và hiệu suất của vốn. Một kinh nghiệm tốt là mỗi phần trăm tăng lên của lạm phát sẽ được bù lại bằng 1% tăng lên của lãi suất danh nghĩa, làm cho lãi suất thực tế không đổi.

Bảng 11.6 Lãi suất danh nghĩa, lãi suất thực tế và lạm phát ở Anh, 1966 - 2003 (% một năm)

	66	71	76	81	85	91	95	03
Lãi suất danh nghĩa	6,9	8,9	14,4	13,8	10,6	10,8	6,4	3,6
Tỷ lệ lạm phát	3,9	9,4	16,5	11,9	6,1	5,9	2,7	2,9
Lãi suất thực tế	3,0	-0,5	-2,1	1,9	4,5	4,9	3,7	0,7

Nguồn: IMF, *International Financial Statistics.*

Để tính toán các giá trị hiện tại ta cần phải nhất quán. Nếu chúng ta muốn tính giá trị hiện tại của một khoản trả trong tương lai bằng các con số danh nghĩa, chúng ta phải chiết khấu bằng lãi suất danh nghĩa. Nếu các khoản trả trong tương lai được biểu diễn bằng con số thực tế, cần chiết khấu bằng lãi suất thực tế.

Chúng ta không được nhầm lẫn hai vấn đề đó. Trường hợp sau đây là một sai lầm thường gặp. Bạn muốn mua một trang trại mà tiền thuê của nó năm nay là 10.000£. Mức lãi suất hôm nay là 10%. Bạn tính rằng sản lượng của trang trại sẽ không đổi nhiều theo thời gian. Bạn áp dụng công thức một cho 1 tài sản lâu dài /vĩnh hằng, chia 10.000£ cho 0,1 và được 100.000£. Người chủ trang trại muốn bán với giá 150.000£ và bạn quyết định không mua nữa.

Bạn đã bỏ lỡ một món hời tài chính. Lãi suất danh nghĩa là 10% chỉ vì thị trường tin rằng mức lạm phát sẽ khoảng 7%, để lại một lãi suất thực tế là 3%. Thực hiện tính toán lại theo các con số thực tế tại các mức giá không đổi, chúng ta chia 10.000 cho 0,03 để có được 333.000£ là mức giá đúng của trang trại đó. Tương ứng, để tính theo các con số danh nghĩa, chúng ta có thể chiết khấu các nhân tố dựa trên lãi suất danh nghĩa là 10% nhưng cần phải nhớ rằng tỷ lệ lạm phát có thể vào khoảng 7% sẽ làm tăng dần mức tiền cho thuê trang trại đó theo thời gian. Nếu chúng ta tính như vậy, chúng ta sẽ kết luận rằng 100.000£ để mua trang trại là một món hời.

11.3 Tiết kiệm, đầu tư và lãi suất thực tế

Hình 11.2 cho thấy đường giới hạn khả năng sản xuất AA', những kết hợp khả thi của hàng hoá tiêu dùng trong hiện tại và tương lai mà nền kinh tế có thể sản xuất. Tại thời điểm A, nền kinh tế chỉ sản xuất cho tiêu dùng hiện tại, tại điểm A' chỉ riêng tiêu dùng trong tương lai.

Đường giới hạn AA' cho thấy những khoản đầu tư khác nhau vào quỹ vốn. Tại điểm A không có hoạt động đầu tư, vốn đang hoạt động cũng bị đem bán với giá rẻ (cho các nhà đầu tư nước ngoài). Tiêu dùng trong tương lai sẽ là 0.

Tại A' tất cả các nguồn lực được đưa vào đầu tư để tăng năng lực sản xuất hàng hoá trong tương lai, tiêu dùng trong hiện tại là 0. Dịch chuyển xuống theo đường AA', các nguồn lực được chuyển dần từ tiêu dùng trong tương lai sang tiêu dùng hiện tại. Như thường lệ, độ cong đường giới hạn năng lực sản xuất phản ánh lợi tức giảm dần của việc đánh đổi này.

Độ dốc của đường giới hạn là tiêu dùng tăng thêm trong tương lai do hy sinh một đơn vị của tiêu dùng trong hiện tại. Độ dốc có đại lượng -(1 + i) trong đó i là tỷ lệ lợi tức của đầu tư. Dấu (-) cho thấy chúng ta phải hy sinh tiêu dùng hiện tại để tăng thêm tiêu dùng tương lai.

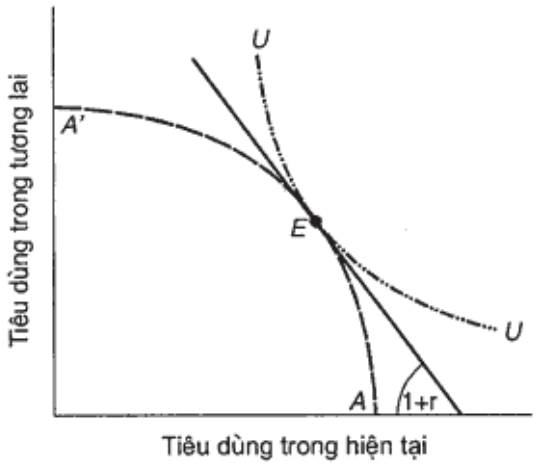
Tiết kiệm là chênh lệch giữa thu nhập hiện tại và tiêu dùng hiện tại.

Vậy thị hiếu người tiêu dùng thì sao? Cả tiêu dùng hiện tại và tương lai đều là mong muốn, vì vậy chúng ta có thể tưởng tượng một đồ thị bàng quan chuẩn. Người tiêu dùng càng thiếu kiên nhẫn hơn đối với tiêu dùng hiện tại thì đường bàng quan càng dốc hơn. Những người thiếu kiên nhẫn sẽ bỏ qua việc tiêu dùng rất nhiều trong tương lai để có được nhiều hơn một chút tiêu dùng trong hiện tại. Người tiết kiệm có đường bàng quan thoải hơn.

Ở Hình 11.2, UU là mức bàng quan cao nhất có thể đạt được và E là sự phân bổ tốt nhất các nguồn lực hiện tại cho tiêu dùng và đầu tư.

Lãi suất thực tế có thể điều chỉnh để đạt được kết quả này, mặc dù các hãng ra quyết định về việc tăng quỹ vốn và các hộ gia đình ra quyết định về tiết kiệm.

Hình 11.2 Lãi suất thực tế cân bằng



Bằng cách dành nhiều hơn các nguồn lực hiện tại cho đầu tư, xã hội có thể đánh đổi tiêu dùng hiện tại cho tương lai, dịch chuyển lên theo đường AA'. Đường biên có độ dốc - (1 + i), tại đó i là tỷ suất lợi tức trên đầu tư. Với mức lãi suất thực tế r, các nhà sản xuất sẽ chọn E và những người tiêu dùng cũng chọn như vậy. Lãi suất thực tế cân bằng sẽ làm cân bằng hiệu suất đầu tư và tính tiết kiệm của người tiêu dùng.

Các hãng sẽ đầu tư cho đến khi tỷ lệ lợi nhuận thực tế i bằng lãi suất thực tế r mà tại mức đó họ có thể đi vay. Các hộ gia đình đối mặt với đường ngân sách có độ dốc -(1 + r), bởi bằng cách tiết kiệm cho vay họ có thể đổi 1£ cho tiêu dùng ngày hôm nay lấy (1 + r)£ cho tiêu dùng trong tương lai. Hộ gia đình tiết kiệm cho tới điểm đường bàng quan tiếp tuyến với đường ngân sách có độ dốc -(1 + r).

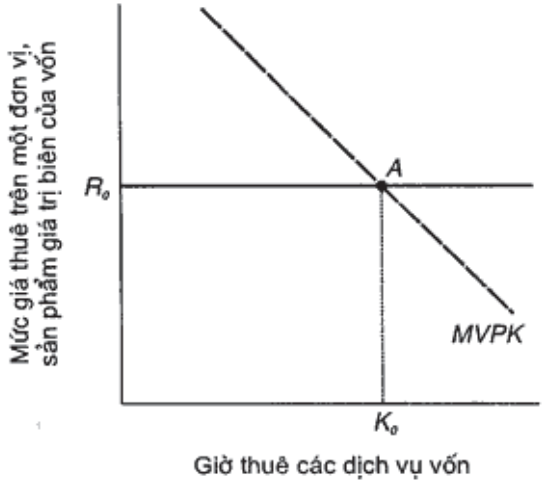
Cân bằng sẽ xảy ra khi tiết kiệm bằng đầu tư. Các hộ gia đình và hãng sẽ hài lòng với việc cùng chuyển các nguồn lực từ hiện tại sang tương lai. Hình 11.2 cho thấy lãi suất thực tế cân bằng r. Các hãng muốn được ở tại điểm E tại đó tỷ lệ lợi tức i bằng chi phí đi vay r (độ dốc của đường biên -(1 + i) tiếp tuyến với đường -(1 + r). Các hộ gia đình cũng muốn ở tại điểm E tại đó đường bàng quan UU tiếp tuyến với đường -(1 + r).

11.4 Nhu cầu về dịch vụ vốn

Sản phẩm giá trị biên của vốn là giá trị tăng thêm của sản lượng của hãng khi một đơn vị nữa của dịch vụ vốn được sử dụng, tất cả các đầu vào khác là cố định.

Việc phân tích nhu cầu đối với các dịch vụ vốn của một ngành gần tương tự như phân tích nhu cầu lao động trong Chương 10. Tiền thuê vốn đóng vai trò như tiền lương. Mỗi mức giá thuê vốn là chi phí thuê dịch vụ các yếu tố sản xuất. Chúng ta nhấn mạnh việc sử dụng các dịch vụ vốn. Một ví dụ cần phải nhớ là một hãng thuê xe hoặc cho thuê diện tích văn phòng. Khi yêu cầu các dịch vụ vốn, một hãng xem xét một đơn vị nữa của dịch vụ vốn sẽ tăng thêm sản lượng là bao nhiêu.

Hình 11.3 Cầu đối với các dịch vụ vốn



Năng suất biên giảm thể hiện MVPK giảm khi đầu vào vốn tăng, số lượng các đầu vào khác không đổi. Tại một mức giá thuê cho trước, hãng thuê các dịch vụ vốn tới điểm giá thuê trên một đơn vị bằng MVPK. Như vậy, đường MVPK còn là đường cầu dịch vụ vốn của hãng. Chẳng hạn, tại mức giá thuê R_o, hãng sẽ thuê K_o dịch vụ vốn.

Chúng ta có thể khái quát phân tích của chúng ta đối với trường hợp một hãng có sức mạnh độc quyền bán trên thị trường sản phẩm của nó hoặc sức mạnh độc quyền mua trên các thị trường đầu vào của nó. Vì đã trình bày ở Chương 10, chúng ta hạn chế trình bày về các dịch vụ vốn ở trường hợp đơn giản hơn trong đó hãng là cạnh tranh.

Với các lượng đầu vào khác cho trước, sản phẩm giá trị biên của vốn MVPK giảm xuống khi lượng vốn tăng. Mặc dù giá sản phẩm của hãng là cố định vì hãng là hãng cạnh tranh, sản phẩm vật chất biên của vốn tuân theo lợi tức giảm dần. Hình 11.3 cho thấy một đường MVPK dốc xuống giống như đường MVPL trong Chương 10.

Một hãng thuê vốn tới điểm mà tại đó chi phí biên của nó, tức là mức tiền thuê, bằng sản phẩm giá trị biên. Hãng sẽ có nhu cầu K_0 dịch vụ vốn tại mức tiền thuê R_0.

Với mức tiền thuê và số lượng các nhân tố sản xuất khác đã cho, MVPK là đường cầu của hãng đối với các dịch vụ vốn tại mỗi mức tiền thuê dịch vụ vốn. Đường MVPK của hãng cho biết đường cầu vốn của hãng và có thể dịch chuyển ra ngoài do một trong ba yếu tố: (1) Sự tăng giá đối với sản phẩm đầu ra của hãng, điều này làm cho sản phẩm vật chất biên của vốn có giá trị hơn. (2) Sự tăng mức độ các yếu tố sản xuất khác (chủ yếu là lao động) mà vốn kết hợp với chúng để tạo ra sản phẩm, làm tăng năng suất của vốn. (3) Tiến bộ kỹ thuật làm tăng năng suất của vốn.

Đường cầu của ngành về dịch vụ vốn

Cũng giống như đối với lao động, chúng ta có thể dịch chuyển từ đường cầu của hãng đối với các dịch vụ vốn sang đường cầu của ngành đối với dịch vụ vốn bằng cách cộng theo chiều ngang sản phẩm giá trị biên của từng hãng lại với nhau. Chúng ta cần nhận thấy rằng khi tăng sản lượng, ngành sẽ làm cho giá sản phẩm của ngành giảm xuống.

Như vậy, đường cầu của ngành đối với các dịch vụ vốn sẽ dốc hơn là tổng theo chiều ngang của các đường MVPK của từng hãng. Đường cầu của ngành cho thấy rằng giá sản phẩm đầu ra giảm khi lượng sản phẩm tăng. Đường cầu sản lượng của ngành càng ít co giãn thì đường cầu dẫn xuất về các dịch vụ vốn của ngành cũng càng ít co giãn.

11.5 Cung ứng các dịch vụ vốn

Các tài sản vốn tạo ra các dịch vụ vốn. Chúng ta sẽ phân tích thị trường các dịch vụ vốn, sau đó xem xét điều đó có ngụ ý gì đối với thị trường các tài sản vốn. Khi làm như vậy chúng ta giả thiết rằng dòng dịch vụ vốn được quyết định trực tiếp bởi quỹ các tài sản vốn như máy móc.

Đó chỉ là sự đơn giản hoá. Bằng việc làm thêm ca, một hãng có thể thay đổi dòng thực tế của dịch vụ máy móc có được từ một máy nhất định đặt tại nhà máy. Hãng cũng có thể để máy nhàn rỗi.

Tuy nhiên, trong thời gian bình thường, các hãng bị hạn chế khả năng thay đổi luồng dịch vụ vốn từ một quỹ vốn đã cho. Chúng ta sẽ nắm được các đặc điểm quan trọng của thị trường vốn nếu như chúng ta giả sử rằng luồng dịch vụ vốn do quỹ vốn sẵn có quyết định. Phân tích của chúng ta cần phân biệt giữa dài hạn và ngắn hạn và xem xét cả cung của dịch vụ vốn cho nền kinh tế và cho một ngành riêng biệt.

Cung ứng các dịch vụ vốn trong ngắn hạn

Trong ngắn hạn, tổng cung của các tài sản vốn (máy móc, nhà cửa...) và các dịch vụ mà chúng cung cấp là cố định với nền kinh tế. Các nhà máy mới không thể được xây dựng trong chốc lát. Đường cung của các dịch vụ vốn là thẳng đứng tại số lượng được xác định bởi quỹ hiện có của các tài sản vốn. Một số loại vốn là cố định kể cả đối với một ngành riêng biệt. Ngành thép không thể thay đổi trong chốc lát số lượng lò cao. Tuy nhiên, bằng cách trả mức tiền thuê cao hơn đối với các xe tải giao hàng, ngành siêu thị có thể thu hút nhiều hơn lượng xe tải mà nền kinh tế đang có. Đối với các dịch vụ vốn như vậy, một ngành sẽ có đường cung dốc lên. Nó có thể thu hút dịch vụ từ các ngành khác.

Cung ứng dịch vụ vốn trong dài hạn

Trong dài hạn, lượng vốn trong nền kinh tế có thể thay đổi. Các máy móc và nhà máy mới có thể được xây dựng. Ngược lại, nếu không đầu tư mới cho hàng hoá vốn, thì quỹ vốn hiện tại sẽ hao mòn và giảm dần. Tương tự, các ngành riêng biệt có thể điều chỉnh quỹ vốn dự trữ của ngành.

Vậy những người chủ của tài sản vốn sẽ sẵn sàng mua hoặc xây dựng ở mức giá tiền thuê nào?

Bạn mua một chiếc máy để cho thuê như là một hoạt động kinh doanh. Máy đó giá 10.000£, và bạn phải vay vốn tiền này. Nếu bạn muốn hoà vốn thì chiếc máy đó phải kiếm được bao nhiêu? Trước hết bạn phải bù đắp được chi phí cho lãi suất. Giả sử rằng lãi suất thực tế hay được điều chỉnh theo lạm phát, là 5%. Bạn phải trả ngân hàng hằng năm là 500£ (10.000 x 0,05) tính theo thực tế.

Sau đó, bạn phải chi phí vào bảo dưỡng. Giá bán lại của máy mỗi năm cũng giảm đi. Thực tế việc bảo dưỡng và khấu hao sẽ tiêu tốn của bạn là 1000£/năm, bằng 10% giá mua. Tỷ lệ khấu hao là 10% một năm. Chi phí hằng năm để cho thuê máy là 500£ cho chi phí cơ hội của quỹ vốn và 1000£ cho khấu hao.

Giá cho thuê vốn cần có chỉ bù đắp được chi phí cơ hội của việc sở hữu quỹ vốn.

Để hoà vốn, giá cho thuê cần có phải là 1500£ một năm tại các mức giá không thay đổi. Giá mua tài sản là 10000£. Vậy tỷ suất lợi tức thực tế cần có là 15% hằng năm(1). Như vậy, nên vay tiền để mua máy nếu lãi suất thực tế của khoản vay là dưới 15% một năm(2).

Điều gì quyết định giá thuê cần có?

Mức giá cho thuê cần đạt được, hay chi phí sử dụng vốn phụ thuộc vào 3 yếu tố: giá của hàng hoá vốn, lãi suất thực tế và tỷ lệ khấu hao. Khấu hao phụ thuộc chủ yếu vào công nghệ, vào việc máy móc bị hao mòn với việc sử dụng và theo thời gian nhanh hay chậm. Lãi suất thực tế do các tác nhân của toàn nền kinh tế quyết định. Bảng 11.6 cho thấy nó chỉ thay đổi chậm. Sử dụng tỷ lệ khấu hao và lãi suất thực tế như đã cho, chúng ta xem xét xem giá mua hàng hoá tư bản tác động thế nào đến giá cho thuê cần có của vốn.

Đường cung dài hạn đối với nền kinh tế

Trong dài hạn, số lượng dịch vụ vốn phải thu được khoản tiền cho thuê cần có. Nếu nó thu được nhiều hơn, người ta sẽ tạo thêm các hàng hoá vốn mới. Nếu nó thu được ít hơn, các chủ sở hữu vốn sẽ để tài sản hao mòn mà không tạo thêm hàng hoá mới.

Hình 11.4 cho thấy đường cung dài hạn của các dịch vụ vốn cho nền kinh tế. Các dịch vụ vốn có nguồn gốc từ hàng hoá vốn. Ngành xây dựng làm ra các toà nhà còn ngành ô tô sản xuất xe tải chở container. Mỗi ngành có một đường cung dốc lên. Giá hàng hoá vốn càng cao thì ngành sản xuất hàng hoá vốn càng cung ứng nhiều hơn.

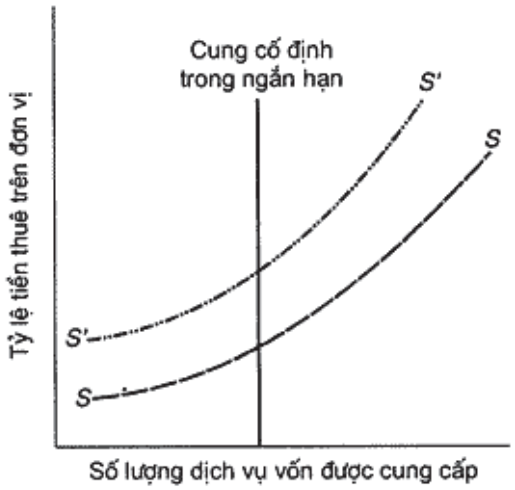
Trong dài hạn, luồng dịch vụ vốn càng lớn thì càng cần quỹ vốn nhiều hơn. Tuy nhiên vốn bị hao mòn. Quỹ vốn càng nhiều thì tổng lượng khấu hao càng lớn. Như vậy, dòng dịch vụ vốn trong dài hạn càng lớn thì càng đòi hỏi quỹ vốn nhiều hơn, càng cần nhiều hơn dòng hàng hoá vốn mới để bù đắp khấu hao và bảo quản quỹ vốn chưa dùng đến.

Các nhà sản xuất cần một giá cao hơn cho hàng hoá vốn để sản xuất hàng hoá vốn mới nhiều hơn. Để duy trì tỷ lệ lợi tức trên tài sản, đòi hỏi mức giá cho thuê các

(1) Để tính cho đơn giản, hãy giả định rằng cỗ máy và tiền vay ngân hàng là mang tính chất lâu dài. Lúc đó có thể sử dụng công thức tính giá trị hiện tại của một công trái vĩnh cửu. Giá của một công trái vĩnh cửu là khoản tiền trả hàng năm c chia cho tỷ suất lợi tức cần có r mà người cho vay có được khi cho ngân hàng vay. Nếu p = c/r thì r = c/p. Khi c là chi phí hàng năm và p là giá ban đầu của một cỗ máy, bạn phải có tỷ suất lợi tức r = c/p thì mới đáng cho thuê máy móc.

(2) Nếu hãng sử dụng các dịch vụ vốn đồng thời sở hữu hàng hoá vốn, tiền thuê cần có là chi phí mà hãng cần phải tính vào phần của mình để sử dụng vốn khi tính toán các khoản chi kinh tế (xem phần bàn luận về chi phí hạch toán và chi phí kinh tế ở Chương 6).

Hình 11.4 Cung các dịch vụ vốn cho nền kinh tế



Trong ngắn hạn quỹ hàng hóa vốn và các dịch vụ mà chúng cung cấp là cố định bởi các quyết định đầu tư trong quá khứ. Không thể trong chốc lát sản xuất được hàng hóa vốn mới. Trong dài hạn, cần có mức giá cho thuê cao hơn để tạo ra lượng cung cấp dịch vụ vốn nhiều hơn và quỹ vốn thường xuyên nhiều hơn. Mức tiền thuê cao hơn chỉ để bù đắp mức giá hàng hóa vốn cao hơn cần có để tạo ra sản lượng hàng hóa vốn mới nhiều hơn nhằm ứng với tổng mức khấu hao cao hơn của quỹ vốn lớn hơn. Vì vậy, tỷ suất lợi tức cần có đạt được tại tất cả các điểm trên đường SS. Nếu lãi suất thực tế tăng lên thì tỷ suất lợi tức cần có cũng sẽ tăng lên để cân đối với chi phí cơ hội của quỹ giữ lại trong hàng hóa vốn. Do vậy đường cung dài hạn của các dịch vụ vốn dịch chuyển đến S'S' đảm bảo một mức tiền thuê cao hơn tại mỗi mức quỹ vốn và mức giá mua tương ứng. Mỗi điểm trên đường S'S' tương ứng với một tỷ suất lợi tức mới cần có.

dịch vụ vốn cao hơn. Trong dài hạn, một dòng dịch vụ vốn cao hơn sẽ chỉ được cung ứng nếu giá thuê vốn tăng lên cân đối với mức giá cao hơn của hàng hoá vốn cần thiết khiến cho các nhà sản xuất hàng hoá vốn mới giữ được mức khấu hao tuyệt đối cao hơn.

Hình 11.4 cho thấy đường cung dài hạn của các dịch vụ vốn. Đường SS dốc lên trong dài hạn khi vẽ đồ thị đối với mức giá cho thuê vốn. Chúng ta vẽ SS cho một mức lãi suất thực tế cho trước. Nếu lãi suất thực tế tăng, chi phí cơ hội của việc giữ tài sản vốn tăng lên. Với một mức giá mua hàng hóa vốn nhất định, mức giá cho thuê cần có tăng lên. Các nhà cung cấp dịch vụ vốn cần lợi tức nhiều hơn để bù đắp chi phí cơ hội cao hơn của số tiền họ dành mua hàng hoá vốn.

Trong Hình 11.4, lãi suất thực tế cao hơn làm dịch chuyển sang trái đường cung dài hạn của các dịch vụ vốn từ SS đến S'S'. Tại mỗi mức của dịch vụ vốn (và như vậy của các tài sản vốn), mức giá thuê cao hơn đem lại lợi tức thực tế cao hơn để tương ứng với mức tăng lãi suất thực tế.

Đường cung dài hạn của ngành

Phân tích trên đây xác định cung của các dịch vụ vốn cho nền kinh tế. Trong dài hạn, một ngành nhỏ cũng có thể có được nhiều vốn như mong đợi, với điều kiện nó trả được giá thuê hiện hành. Một ngành lớn hơn có thể đẩy giá thuê lên cao hơn bởi nó thu hút lượng cung ứng vốn lớn hơn của toàn nền kinh tế. Một ngành như vậy có đường cung về các dịch vụ vốn dốc lên.

Chúng ta phân tích trường hợp một ngành nhỏ có đường cung dịch vụ vốn nằm ngang tại mức giá thuê hiện hành. Phân tích này cũng được dễ dàng áp dụng cho một ngành có đường cung dài hạn của dịch vụ vốn dốc lên.

11.6 Cân bằng và điều chỉnh trên thị trường dịch vụ vốn

Hình 11.5 cho thấy thị trường các dịch vụ vốn cho một ngành cụ thể. Cân bằng dài hạn xuất hiện tại E, ở đó đường cung dài hạn nằm ngang S'S' cắt đường cầu DD của ngành có được từ các đường MVPK của các hãng. Ngành này sử dụng K_0 dịch vụ vốn tại mức giá thuê hiện hành R_0.

Những điều chỉnh trên thị trường dịch vụ vốn

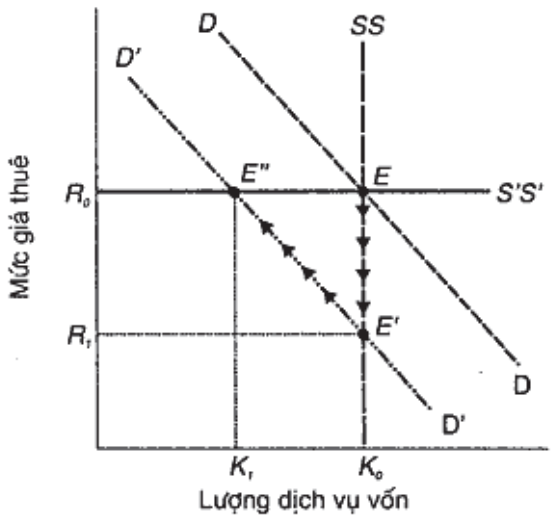
Giả sử công nhân trong ngành này được tăng lương. Trong dài hạn, điều này có ảnh hưởng (hiệu ứng) thay thế và hiệu ứng sản lượng. Hiệu ứng thay thế khiến các hãng chuyển sang công nghệ sử dụng nhiều vốn hơn, làm tăng cầu của các dịch vụ vốn. Tuy

nhiên, với việc tăng chi phí, mức lương tăng lên sẽ làm giảm sản lượng cung cấp. Hiệu ứng sản lượng này làm giảm cầu về tất cả các yếu tố đầu vào. Hiệu ứng thứ 2 càng lớn thì cầu đối với sản lượng của ngành càng co giãn.

Điều chỉnh ngắn hạn và dài hạn

Giả sử rằng trong Hình 11.5 lương tăng lên làm giảm cầu đối với các dịch vụ vốn từ DD sang D'D'.

Hình 11.5 **Điều chỉnh vốn theo sự gia tăng tiền công trong ngắn hạn và dài hạn**



Ngành bắt đầu ở mức cân bằng E. Cung vốn ngắn hạn được nhanh chóng cố định tại K_0, tuy nhiên trong dài hạn, ngành có đường cung nằm ngang S'S' tại mức tiền thuê hiện hành R_0. Giả sử rằng việc tăng tiền công làm dịch chuyển đường cầu về vốn, từ DD tới D'D', cân bằng mới trong ngắn hạn tại E'. Do giá thuê R_1 không đảm bảo tỷ suất lợi tức cần có, các chủ hàng hóa vốn để hàng hóa từ từ hao mòn mà không mua thêm hàng hóa vốn mới. Quỹ vốn của ngành và các dịch vụ mà ngành cung cấp giảm dần. Cuối cùng ngành đạt được cân bằng dài hạn tại E". Do vốn lại bắt đầu thu được tỷ suất lợi tức cần có, các chủ hàng hóa vốn bây giờ lại thay thế các hàng hóa khi chúng bị hao mòn.

Ngành này ban đầu ở mức cân bằng tại E. Ban đầu cung dịch vụ vốn trong ngắn hạn SS là thẳng đứng tại K_0. Khi cầu dịch chuyển từ DD đến D'D', ngành không thể cắt giảm ngay lập tức các đầu vào dịch vụ vốn của mình. Với đường cung ngắn hạn thẳng đứng, cân bằng mới trong ngắn hạn đạt được tại điểm E'. Tiền thuê vốn giảm từ R_0 xuống R_1.

Ngành có đường cung dài hạn đối với các dịch vụ vốn S'S'. Cuối cùng ngành phải trả mức hiện hành. Tại E', chủ vốn không thu được mức tiền thuê cần có cho các dịch vụ vốn mà họ cung cấp. Họ sẽ để cho quỹ vốn của họ hao mòn đi. Theo thời gian quỹ vốn của ngành và cung dịch vụ vốn sẽ giảm cho đến khi đạt được cân bằng tại E". Các dịch vụ vốn do ngành sử dụng giảm xuống đến K_1. Vốn ít hơn có nghĩa là sản phẩm biên của vốn cao hơn và mức giá tiền thuê cao hơn. Tại E'', người sử dụng vốn một lần nữa trả mức tiền thuê cần có R_0.

Các mũi tên trong Hình 11.5 cho thấy con đường mà ngành sẽ đi. Khi cầu về vốn giảm, tiền thuê vốn sẽ giảm mạnh. Những người chủ của các yếu tố sản xuất cố định không thể điều chỉnh số lượng các dịch vụ vốn được cung cấp. Cùng với thời gian, họ điều chỉnh số lượng, để cho hàng hoá vốn hao mòn, và tiền thuê dần dần được bù đắp lại.

Bảng 11.7 **Vốn thực tế của Anh, 1991 - 2002**

	1991	2002
Toàn bộ nền kinh tế	1870	2508
Các dịch vụ tài chính	230	405
Nông, lâm nghiệp, nghề cá	50	59

Chú ý: 2002, tỷ £, không kể tồn kho và nhà ở.

Nguồn: ONS, *UK National Accounts.*

Bảng 11.7 cho thấy sự thay đổi quỹ vốn thực tế của một số ngành ở Anh những năm gần đây. Mức lương thực tế tăng lên đã làm cho nhiều ngành lấy vốn thay cho lao động. Tuy nhiên, ngành nông lâm và ngư nghiệp, do gặp nhiều khó khăn về cầu trên thị trường sản phẩm đã không tăng được quỹ vốn của ngành. Các dịch vụ tài chính đã nhanh chóng tăng dự trữ vốn của mình. Cầu dẫn xuất đối với các dịch vụ vốn thì cao, và tiến bộ kỹ thuật cho phép máy móc thực hiện việc phân phát tiền mặt, mà trước đó là một hoạt động sử dụng nhiều lao động.

Hộp 11-2 Các thị trường yếu tố sản xuất: tóm tắt

Chương 10 - 11 xem xét các thị trường yếu tố sản xuất. Trong dài hạn khi tất cả các đầu vào có thể tự do thay đổi, việc lựa chọn kỹ thuật tại mỗi mức sản lượng được quyết định bởi công nghệ và giá cho thuê tương đối của các yếu tố. Tại một mức sản lượng đã cho, mức giá tương đối cao hơn của một yếu tố sẽ làm cho hãng thay thế bằng kỹ thuật sử dụng yếu tố đó ít hơn. Đường tổng chi phí dài hạn cho biết phương thức rẻ nhất để sản xuất mỗi mức sản lượng khi kỹ thuật sản xuất được lựa chọn tối ưu. Từ tổng chi phí dài hạn, chúng ta có thể tính chi phí biên dài hạn và do đó tìm được mức sản lượng tại đó chi phí biên bằng doanh thu biên.

Đối với mỗi yếu tố sản xuất, đường cầu của hãng là đường cầu dẫn xuất phản ánh sản phẩm vật chất biên của yếu tố khi sản xuất thêm sản lượng và doanh thu biên có được từ việc bán sản lượng tăng thêm đó. Đường cầu về một yếu tố sản xuất của một hãng cạnh tranh chính là đồ thị sản phẩm giá trị biên, điều này giả thiết giá của sản phẩm và lượng của tất cả các yếu tố đầu vào khác và công nghệ là cho trước. Những thay đổi của bất cứ yếu tố nào trong số đó sẽ làm dịch chuyển đồ thị sản phẩm giá trị biên. Trong ngắn hạn, một hãng cạnh tranh sẽ đòi hỏi một lượng yếu tố khả biến làm cân bằng sản phẩm giá trị biên và giá thuê yếu tố đó. Trong dài hạn các yếu tố có thể thay đổi. Mỗi yếu tố sẽ có nhu cầu tại điểm mà giá thuê yếu tố đó bằng sản phẩm giá trị biên của nó, với số lượng tất cả các yếu tố khác cho trước, mọi yếu tố được điều chỉnh theo cách thức như nhau.

Điểm khác biệt giữa lao động, vốn và đất đai chủ yếu là tốc độ điều chỉnh việc cung cấp các yếu tố đó. Đầu vào của lao động không thường xuyên tại các công trường xây dựng hay nơi thu hoạch thì thay đổi dễ dàng, kể cả trong ngắn hạn. Cung của lao động có tay nghề và được đào tạo chuyên sâu có thể thay đổi chậm hơn và cung của hàng hoá vốn sẽ đòi hỏi nhiều thời gian hơn để điều chỉnh. Đất đai là yếu tố mà tổng mức cung ứng của nó không thể điều chỉnh được. Tốc độ điều chỉnh càng chậm và quá trình đó càng khó đảo ngược thì các quyết định trong hiện tại càng phản ánh những niềm tin về tương lai.

Online Learning Centre with POWERWEB

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

11.7 Giá của tài sản vốn

Bây giờ chúng ta sẽ chuyển từ các dịch vụ vốn sang các tài sản vốn, được yêu cầu bởi các hãng muốn cung ứng các dịch vụ vốn. Hãy nghĩ đến công ty Hertz cho thuê ô tô, hoặc các công ty bất động sản cho thuê văn phòng. Biết được nguồn của tiền thuê, các nhà cung ứng dịch vụ vốn xác định được giá trị hiện tại của nguồn tiền thuê đó ở mức lãi suất hiện hành. Điều này cho biết họ sẽ sẵn sàng trả bao nhiêu để mua một tài sản vốn. Giá của tài sản vốn sẽ cao hơn khi (a) nguồn tiền cho thuê thấy trước là cao hơn hoặc (b) lãi suất là thấp hơn. Cả hai điều này làm tăng giá trị hiện tại của luồng tiền thuê trong tương lai.

Những người thấy trước được luồng tiền thuê cao hơn sẽ trả giá mua tài sản vốn cao hơn. Ở mức giá thấp hơn, những người có luồng tiền thuê thấy trước nhỏ hơn sẽ thấy rằng mua hàng hoá vốn là có lời. Đường cầu về hàng hoá vốn là dốc xuống. Giá càng thấp thì lượng cầu càng cao. Đường cung dốc lên và đường cầu dốc xuống cùng nhau xác định mức giá cân bằng và số lượng hàng hoá vốn cho nền kinh tế. Điều này xác định luồng cung ứng các dịch vụ vốn mà quỹ vốn đó sẽ cung cấp.

Điều gì sẽ xảy ra nếu một ngành riêng biệt có sự sụt giảm về cầu dẫn xuất đối với các dịch vụ vốn, như trong Hình 11.5? Trong ngắn hạn giá thuê các dịch vụ vốn giảm đến R_1. Hơn nữa, mọi người có thể thấy rằng sẽ mất một thời gian trước khi mức tiền

thuê lại lên đến R_0. Tại mức lãi suất hiện tại giá trị hiện hành của khoản thu từ tiền cho thuê hàng hóa vốn mới trong ngành đó giảm xuống.

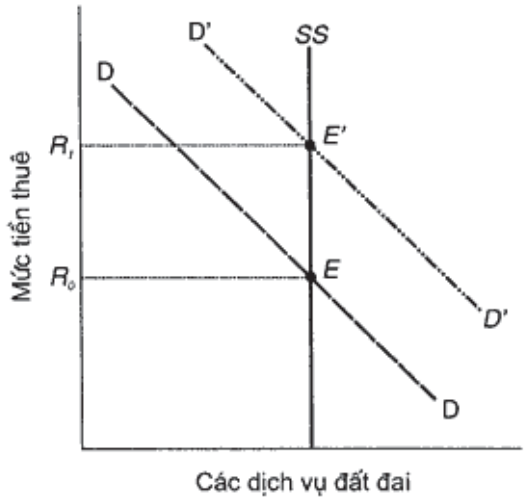
Bây giờ, ngành đó sẽ không sẵn sàng trả mức giá cân bằng trong toàn nền kinh tế cho các tài sản vốn. Ngành này không đầu tư mới nữa và quỹ vốn của nó hao mòn đi. Quỹ vốn của ngành giảm cho đến khi các dịch vụ vốn trở nên khan hiếm và mức giá cho thuê trở lại mức ban đầu của nó. Lúc đó giá trị hiện tại của các khoản tiền cho thuê trong tương lai cân đối với giá của các hàng hoá vốn trong toàn nền kinh tế. Bây giờ, ngành sẽ mua hàng hóa vốn để thay thế các hàng hoá khi chúng bị hao mòn. Quỹ vốn lại được duy trì và ngành đạt được cân bằng dài hạn mới.

Giá cân bằng dài hạn của một tài sản vốn vừa là giá khiến các nhà cung cấp làm ra đủ tài sản mới để bù đắp lại hao mòn và giữ cho quỹ vốn được duy trì, vừa là mức giá mà người mua hàng hoá vốn sẵn sàng trả để mua được số lượng hàng hoá đó. Mức giá đó là giá trị hiện tại của nguồn tiền cho thuê thấy trước từ các dịch vụ vốn được chiết khấu theo tỷ lệ lãi suất hiện hành.

11.8 Đất đai và tiền thuê đất

Về thực chất đất đai là hàng hoá vốn được cung cấp cố định cho nền kinh tế cả trong dài hạn. Điều này không phải đúng hoàn toàn. Người Hà Lan đã khai hoang thêm vùng đất thấp từ biển và phân bón làm tăng hiệu quả của đất trồng trọt. Tuy nhiên, nên coi đất là yếu tố mà tổng mức cung ứng trong dài hạn là cố định.

Hình 11.6 Thị trường dịch vụ đất đai



Tổng cung đất là cố định đối với nền kinh tế. Đường cung là thẳng đứng. Đường cầu dẫn xuất đối với dịch vụ đất phản ánh sản phẩm giá trị biên của đất đai. Việc xây dựng nó giống như các đường cầu về lao động và vốn xuất phát từ đồ thị MVPL và MVPK. Đường cầu dịch vụ đất DD xác định mức giá thuê đất cân bằng R_0. Nếu đường cầu dẫn xuất đối với dịch vụ đất đai dịch chuyển sang D'D', giá thuê đất cân bằng sẽ tăng lên R_1.

Hình 11.6 cho thấy đường cầu dẫn xuất đối với các dịch vụ đất đai DD. Với mức cung cố định là SS, mức giá thuê cân bằng cho một acre là R_0. Một sự tăng lên của cầu dẫn xuất, chẳng hạn do giá lúa mì tăng, sẽ làm tăng giá tiền thuê lên R_1. Lượng dịch vụ đất đai theo giả định vẫn là cố định.

Hãy xem xét một người nông dân tá điền đi thuê đất đai. Giá lúa mì tăng lên, nhưng tiền thuê cũng tăng. Không những người nông dân không khá giả lên, mà mối liên hệ giữa 2 sự tăng giá đó cũng có thể không được nhận biết. Người nông dân phàn nàn rằng tiền thuê cao làm cho việc kiếm sống khó khăn hơn. Như chúng ta đã bàn về lương cho cầu thủ bóng đá ở Chương 10, đây là cầu dẫn xuất cao kết hợp với mức cung yếu tố sản xuất không co giãn dẫn đến mức trả tiền cao cho các dịch vụ yếu tố sản xuất[3].

Do đất đai là tài sản có mức cung cố định, các nhà kinh tế đã mượn từ "tô", tiền trả cho các dịch vụ đất đai, dùng cho khái niệm "tô kinh tế", mức trả thực tế cao hơn so với thu nhập chuyển nhượng được nêu ở Chương 10. Tô kinh tế là lớn khi cung không co giãn.

[3] Nếu hầu hết nông dân đều thuê đất thì các khoản trợ cấp nông nghiệp, như chính sách nông nghiệp chung của EU, làm tăng giá thuê đất và giá sản phẩm mà nông dân thu được. Chỉ có địa chủ là thực sự hưởng lợi.

Hộp 11-3 Địa chỉ tốt nhất

Do cung đất đai là cố định, giá đất đắt nhất khi nhu cầu là lớn nhất. Bảng dưới đây cho thấy 10 địa điểm có giá mua 1 căn hộ 2 phòng ngủ đắt nhất.

Hạng và thành phố	Vùng	Giá trung bình (triệu £)
1. London	Eaton Square	1,5
2. San Francisco	Pacific Height	1,4
3. Hong kong	Barker Road	1,3
4. New York	Fifth Avenue	1,2
5. Amsterdam	R. Wagnerstraat	1,2
6. Stockholm	Strandvagen	1,1
7. Sydney	Circular Quay	0,9
8. Chicago	Michigan Ave	0,8
9. Zurich	Zurichberg	0,7
10. Singapore	Scotts 28	0,7

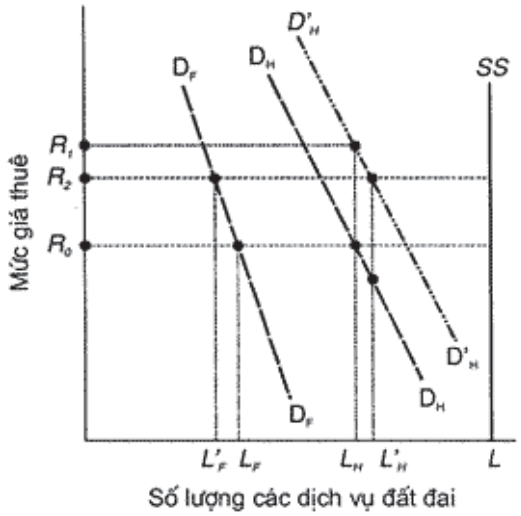
Nguồn: BA Business Life, August 2001.

11.9 Phân bổ cung đất đai cố định cho các mục đích sử dụng cạnh tranh

Đất đai có thể được sử dụng để trồng trọt, lấy cỏ, làm nhà hay công sở và thậm chí để làm đường. Vậy giá đất và tiền thuê đất sẽ phân bổ tổng cung cố định giữa những cách sử dụng khác nhau như thế nào? Giả sử rằng có hai ngành: nhà ở và trồng trọt. Với đường cầu sản lượng mỗi ngành cho trước, chúng ta có thể suy ra được đường cầu về đất đai của ngành đó. Hình 11.7 cho thấy các đường cầu đối với đất đai cho nhà ở D_HD_H và đối với đất đai cho canh tác D_FD_F. SS là tổng cung đất đai cố định.

Nếu giá thuê nhà giữa hai ngành là khác nhau, chủ đất đai sẽ chuyển sang cung ứng dịch vụ đất đai nhiều hơn cho ngành có giá thuê cao. Như vậy, các mức giá thuê của hai ngành trong dài hạn phải bằng nhau. Hơn nữa giá thuê phải làm cân bằng cung cố định về đất đai với tổng lượng cầu. Cân bằng đạt được tại giá thuê R_0, tại đó số lượng cầu của ngành nhà ở là L_H và lượng cầu của ngành trồng trọt là L_F. Gộp lại, hai lượng cầu này cân bằng tổng lượng cung cố định L.

Hình 11.7 Phân bổ đất đai giữa các việc sử dụng cạnh tranh



Đường cung thẳng đứng SS cho thấy tổng cung đất đai là cố định. D_FD_F là đường cầu đất trồng trọt và D_HD_H là đường cầu về đất cho nhà cửa. Trong dài hạn, các chủ đất sẽ chuyển các dịch vụ đất đai giữa các ngành nếu giá thuê trong hai ngành không như nhau. Giá thuê cân bằng R_0 đảm bảo rằng tổng lượng cầu dịch vụ đất $L_F + L_H$ đúng bằng tổng cung. Với trợ cấp của chính phủ cho nhà cửa. $D'_HD'_H$ vẫn cho thấy đường cầu về đất cho nhà cửa chưa kể trợ cấp và D_HD_H cho thấy tiền cho thuê nhà mà chủ nhà nhận được gồm cả trợ cấp. Trong chốc lát, cung đất cho 2 ngành là cố định (tại L_F và L_H) và khoản trợ cấp chỉ làm tăng tiền thuê của chủ nhà lên R_1. Chính là họ, chứ không phải hộ gia đình đi thuê, có lợi. Vì tiền thuê đất trồng trọt vẫn là R_0 trong ngắn hạn nên có động cơ chuyển đất đai trồng trọt sang làm nhà cửa. Cân bằng mới trong dài hạn đạt được tại giá thuê R_2, mặc dù các hộ gia đình trả ít hơn mức đó bởi chính phủ trợ cấp đất xây nhà. Tổng cầu $L'_F + L'_H$ lại bằng tổng cung đất đai.

Nếu chính phủ trợ cấp cho ngành nhà cửa, cầu về đất để xây nhà sẽ chuyển lên tới $D'_HD'_H$. Phần dịch chuyển thẳng đứng chính là lượng trợ cấp. Các chủ đất chuyển các dịch vụ đất đai từ ngành trồng trọt đến ngành nhà ở, từ đó họ có tiền thuê nhiều hơn. Cân bằng mới đạt được tại R_2, điểm này lại cân bằng tiền thuê thu được trong 2 ngành đồng thời đảm bảo rằng tổng lượng cầu bằng tổng lượng cung. Trợ cấp cho ngành nhà ở làm tăng tiền thuê đất đối với cả hai ngành, và khiến nông dân phải tiết kiệm đất đai cho đến khi sản phẩm giá trị biên của nó một lần nữa bằng tiền thuê một đơn vị dịch vụ đất đai.

Còn giá đất thì sao? Khi giá thuê đất tăng lên R_2, giá trị hiện tại của luồng tiền thuê tăng và giá đất tăng lên tương ứng. Một lần nữa, chúng ta cần phân biệt điều chỉnh ngắn hạn và dài hạn. Trong thời gian ngắn, lượng đất đai cung ứng cho mỗi ngành là cố định. Khi ngành nhà ở được trợ cấp trước tiên, các chủ đất ngay lập tức đòi giá thuê ở mức R_1 đối với ngành nhà ở tại số lượng ban đầu L_H. Giá thuê cao này tạo ra sự khuyến khích các chủ đất chuyển đất đai từ trồng trọt sang xây nhà, đẩy giá thuê đất nông nghiệp tăng nhưng làm giảm giá thuê đất trong ngành nhà ở.

11.10 Các số liệu thực tế

Các kỹ thuật sản xuất của nền kinh tế đang dần trở nên bao hàm nhiều vốn hơn. Phân tích chương này giúp chúng ta hiểu thực tế như thế nào?

Bảng 11.8 Vốn cố định thực tế trên một lao động, năm 2002 (1000£, giá năm 2002)

Điện, nước	1403
Nông, lâm, ngư nghiệp	120
Công nghiệp	96
Bán buôn, bán lẻ, nhà hàng, khách sạn	53
Xây dựng	31

Nguồn: ONS, Capital Stocks

Bảng 11.8 cho thấy các dữ liệu về cường độ sử dụng vốn trong các ngành khác nhau ở Anh năm 2003, nó cho thấy lượng vốn cố định (vốn sản xuất trừ đi tồn kho) trên một công nhân sản xuất trong mỗi khu vực. Giả sử rằng tất cả các ngành trong trạng thái cân bằng dài hạn. Các kỹ thuật không thay đổi nhanh chóng. Xếp hạng các ngành theo mức độ bao hàm vốn năm 2003 tương tự như xếp hạng vào một thập kỷ trước.

Trong dài hạn, tiền thuê vốn là cân bằng nhau trong các ngành khác nhau. Nếu không vốn sẽ dịch chuyển giữa các ngành. Tương tự, sự chênh lệch tiền công trong dài hạn trước hết phản ánh các đặc điểm công việc phi tiền tệ, do đó không có động cơ thúc đẩy lao động chuyển dịch giữa các ngành.

Ngoài sự chênh lệch tiền công bù đắp nhau đó, các ngành khác nhau chịu giá thuê nhân tố giống nhau trong dài hạn. Vì vậy, nhân tố cơ bản quyết định các tỷ lệ vốn - lao động khác nhau giữa các ngành không phải là giá đầu vào khác nhau mà là sự khác biệt về công nghệ.

Bảng 11.8 khẳng định dự báo đó. Một trạm máy phát điện hiện đại hoặc một nhà máy xử lý nước thải được điều hành bởi một vài giám sát viên kỹ thuật để mắt vào các màn hình máy tính. Nên chọn các kỹ thuật sản xuất đòi hỏi nhiều vốn trong các ngành khí đốt, điện và nước.

Ngược lại, ngành xây dựng đòi hỏi rất nhiều lao động, và vốn tính theo đầu nhân công là rất thấp. Việc xây dựng một nhà máy liên quan đến nhiều công việc khác nhau mà không thể tự động hoá một cách dễ dàng. Các ngành dịch vụ như: nhà hàng, rạp hát, tiệm cắt tóc cũng cần nhiều lao động. Các giao tiếp giữa con người và các dịch vụ cá nhân không thể được tiến hành bằng máy móc.

Vậy tại sao mức bao hàm vốn lại tăng đều đặn? Thứ nhất, tỷ lệ tiền công - tiền thuê vốn tăng khiến các ngành thay thế lao động bằng vốn. Trong dài hạn, cung lao động ít

co giãn hơn cung vốn, do vậy tiền công thực tế tăng nhiều hơn tiền thuê vốn thực tế. Sự thay đổi này về giá thuê nhân tố tương đối dẫn đến việc tiếp tục thay thế bằng các kỹ thuật sử dụng nhiều vốn.

Thứ hai, dòng phát minh mới đem lại các tiến bộ kỹ thuật trong phương pháp sản xuất. Để áp dụng những tiến bộ này các hãng cần thiết lập các vốn mới là hiện thân của các kỹ thuật mới nhất. Các phát minh tiết kiệm lao động tạo ra động cơ thúc đẩy áp dụng các phương pháp sử dụng nhiều vốn hơn.

11.11 Phân phối thu nhập ở Liên hiệp Anh

Thu nhập từ một yếu tố sản xuất là mức giá thuê nhân với lượng nhân tố đó được sử dụng. Chúng ta tổng kết phần bàn luận về các thị trường nhân tố để xem xét sự phân phối thu nhập ở Anh.

Phân phối theo chức năng là việc phân chia thu thập quốc dân giữa các yếu tố sản xuất khác nhau.

Phân phối thu nhập theo chức năng

Bảng 11.9 cho thấy tổng thu từ các yếu tố sản xuất khác nhau ở Anh năm 2002 và so sánh các tỷ phần của các yếu tố này trong thu nhập quốc dân với các tỷ phần của chúng từ năm 1981 đến 1989. Có những sự thay đổi nhỏ trong các tỷ phần của các nhân tố sản xuất khác nhau. Khi thu nhập quốc dân thực tế tăng lên thì thu nhập thực tế của các đầu vào sản xuất khác nhau nói chung cũng tăng theo.

Bảng 11.9 Phân phối thu nhập theo chức năng ở Anh, 1981 - 2002 (% của thu nhập quốc dân)

Nguồn (yếu tố sản xuất)	1981-89 (trung bình)	2002
Làm thuê	64,3	67
Tự hành nghề	6,4	9
Lợi nhuận và tiền cho thuê tài sản	29,3	24

Nguồn: ONS, *UK National Accounts.*

Tổng cung lao động cho nền kinh tế tương đối không co giãn. Do vậy, tổng số lao động năm 2002 cao hơn một chút so với năm 1981. Bảng 11.2 cho thấy vốn trên lao động ở Anh tăng lên. Tiến bộ kỹ thuật cũng thúc đẩy tăng năng suất. Vì cả hai lý do trên, đồ thị sản phẩm biên của lao động dịch chuyển ra ngoài. Với đường cung lao động gần như thẳng đứng, việc tăng lên đều đặn của cầu lao động làm tăng mức tiền công thực tế cân bằng. Khi thu nhập quốc dân tăng, thu nhập cho lao động cũng tăng.

Hộp 11-4 Khoảng cách mở rộng giữa người giàu và người nghèo

Hiện nay thế giới có 7,2 triệu người với tài sản có thể đầu tư ít nhất khoảng 1 triệu USD. 7,2 triệu người này hiện nay kiểm soát 1/3 của cải của thế giới. Paul Allen, đồng sáng lập viên của Microsoft, gần đây đã nhận được chiếc du thuyền 413 foot của mình. Mất khoảng 200 triệu USD để mua và 250.000 USD để đổ đầy nhiên liệu, chiếc du thuyền thật ấn tượng nhưng với một người có tài sản trị giá khoảng 21 tỷ USD, Allen có thể vượt qua giới hạn của sự tiêu dùng phung phí.

Kể cả trường hợp kém sung túc hơn tại những nước giàu có hiện nay cũng có mức sống vật chất khiến những người giàu có nhất ở những thế kỷ trước cũng phải ghen tỵ. Quan điểm của chúng ta về nghèo đói thay đổi theo thời gian. Về mặt tuyệt đối, theo mức chuẩn truyền thống thì nhiều người nghèo ngày nay cũng là giàu có đáng kể. Tất nhiên, điều này cho thấy những người nghèo đã thực sự như thế nào. Tuy nhiên, về mặt tương đối, khoảng cách giữa người giàu và người nghèo trong một quốc gia và giữa các quốc gia đang mở rộng.

Các công nghệ mới làm mất đi những công việc không có kỹ năng và toàn cầu hoá khiến cho lao động không có kỹ năng tại các nước giàu phải cạnh tranh với lao động có chi phí thấp từ nước ngoài. Tuy nhiên, không chỉ có khoảng cách giữa tiền công cao và tiền công thấp đang giãn rộng. Người giàu trở nên giàu có nhanh hơn do đầu tư vào thị trường chứng khoán bùng nổ kéo dài suốt thập kỷ 1990. Nếu thị trường chứng khoán thế giới hiện nay sụp đổ, một số tỷ phú này sẽ biến mất.

Nguồn: Financial Times, 13 May 2004.

Bảng 11.9 cho thấy rằng tỷ phần thu nhập từ lợi nhuận và tiền cho thuê giảm không đáng kể trong giai đoạn 1989 - 2002, với việc tăng lên chút ít của lợi tức từ lao động. Lượng vốn sử dụng tăng đều đặn, với tỷ lệ tương tự như sản lượng quốc dân. Do tỷ lệ vốn trên sản lượng hầu như không đổi, lợi tức thực tế của vốn giảm đi đã góp phần làm tăng tỷ phần của lợi nhuận từ vốn trong sản lượng quốc dân.

Nếu lượng vốn tăng đáng kể mà không có sự giảm xuống đáng kể của tỷ suất lợi tức, nền kinh tế không thể nào làm cho đồ thị sản phẩm biên của vốn cho trước giảm xuống, nếu không giá thuê vốn và tỷ suất lợi tức của nó sẽ bị giảm xuống. Đúng hơn, đồ thị sản phẩm biên phải dịch chuyển ra ngoài, sự dịch chuyển này chủ yếu phản ánh tiến bộ kỹ thuật.

Cung của đất đai rất không co giãn. Khi thu nhập quốc dân tăng, đường cầu dẫn xuất đối với đất đai dịch chuyển lên trên, tiền thuê tài sản tăng lên, ít nhất là để tương ứng với thu nhập quốc dân.

Phân phối thu nhập cho cá nhân

Phân phối thu nhập cho cá nhân là việc phân chia thu nhập quốc gia giữa các cá nhân, bất kể các dịch vụ yếu tố sản xuất mà từ đó các cá nhân có được nguồn thu.

Phân phối thu nhập cho cá nhân liên quan đến các vấn đề như bình đẳng và đói nghèo. Bảng 11.10 không bao gồm những người rất nghèo mà thu nhập của họ thấp đến mức cục thuế không ghi lại mức thu của họ là bao nhiêu. Thậm chí chỉ cần giới hạn sự chú ý vào những người đóng thuế thu nhập thì thu nhập trước thuế ở Anh cũng không đồng đều. Dòng dưới cùng của Bảng 11.10 cho thấy 10% nghèo nhất trong số hộ như thế có thu nhập trung bình chỉ là 8000£ năm 2001, nhưng 20% giàu nhất trong số hộ đó có thu nhập trung bình trên 50.000£.

Tại sao một số người thu được quá nhiều như vậy trong khi một số khác thu được quá ít?

Bảng 11.10 Phân phối thu nhập cho cá nhân ở Anh, 2001

Nhóm hộ gia đình	Thu nhập trung bình của hộ (1000£)
90% giàu nhất	33
75%	23
50%	17
25%	11
10% nghèo nhất	8

Nguồn: ONS, Social Trends.

Chương 10 đã bàn về một số nguyên nhân tại sao người ta có mức tiền công và tiền lương khác nhau. Những công nhân không lành nghề được đào tạo ít và năng suất thấp. Những lao động có trình độ đào tạo và học vấn cao có thu nhập cao hơn nhiều. Một số nghề, như khai thác than, trả tiền chênh lệch đền bù cao để bù đắp lại điều kiện làm việc vất vả. Những công việc dễ chịu nhưng không đòi hỏi khả năng được trả công ít hơn nhiều vì nhiều người muốn làm việc đó. Những siêu sao tài năng là rất khan hiếm nhưng lại rất được ưa chuộng nên thu được tô kinh tế rất cao.

Bảng 11.11 Phân phối của cải ở Anh, 2001

% dân số	% tổng tài sản
Những người giàu nhất 1%	23
5%	43
10%	56
25%	75
50%	95

Nguồn: ONS, *Social Trends.*

Bảng 11.10 không chỉ đề cập đến thu nhập từ việc cung ứng các dịch vụ lao động. Một lý do tại sao phân phối thu nhập cho cá nhân không đều như vậy là do sở hữu của cải đem lại thu nhập từ lợi nhuận và tiền cho thuê, lại không đều hơn. Bảng 11.11 cho biết số liệu cụ thể năm 2001.

1% dân số giàu nhất sở hữu 23% tài sản có thể bán được của Anh và

25% dân số giàu nhất chiếm 75% tài sản có thể bán được. Luồng thu nhập từ lợi nhuận và tiền cho thuê mà các tài sản đó mang lại chiếm phần lớn khi xác định phân phối thu nhập trước thuế cho cá nhân.

TÓM TẮT

- **Vốn vật chất** bao gồm các loại bất động sản cung ứng các dịch vụ cho các hãng sản xuất hay các hộ tiêu dùng. Các loại vốn vật chất là nhà máy và máy móc, các công trình kiến trúc nhà ở, các loại nhà khác, hàng tiêu dùng lâu bền và hàng tồn kho. **Tài sản hữu hình** là vốn vật chất cộng với đất đai.
- **Các giá trị hiện tại** đổi các khoản thu hoặc khoản thanh toán trong tương lai về giá trị hiện hành. Do những người cho vay có thể thu được (và những người đi vay phải trả) tiền lãi theo thời gian, nên 1£ ngày mai có giá trị nhỏ hơn 1£ ngày hôm nay. Nhỏ hơn bao nhiêu là tuỳ thuộc vào lãi suất, lãi suất càng cao thì giá trị hiện tại của bất kỳ khoản thanh toán trong tương lai càng nhỏ.
- Do việc cho vay hoặc đi vay được tích luỹ theo lãi kép, nên với lãi suất năm nhất định, giá trị hiện tại của một số tiền đã cho càng nhỏ hơn nếu số tiền đó được trả hay thu về càng lâu hơn trong tương lai.
- Giá trị hiện tại của một **công trái vĩnh viễn** là khoản trả không đổi hàng năm chia cho lãi suất (được biểu diễn bằng phân số thập phân).
- **Lãi suất danh nghĩa** đo lường tiền trả lãi của một khoản vay. Lãi suất thực tế đã được điều chỉnh theo lạm phát xác định lượng hàng hoá tăng thêm mà người cho vay có thể mua khi cho vay tiền trong một năm và hoãn việc mua hàng hoá lại. Lãi suất thực tế là lãi suất danh nghĩa trừ đi tỷ lệ lạm phát trong cùng thời gian đó.
- Trong dài hạn, lãi suất thực tế điều chỉnh nhằm cân bằng tiết kiệm và đầu tư, và được xác định bằng lợi tức có được từ đầu tư của hãng và mức độ thiếu kiên nhẫn của các hộ gia đình.
- Cầu của các dịch vụ vốn là cầu dẫn xuất. **Nhu cầu của các hãng đối với các dịch vụ vốn** là đường sản phẩm giá trị biên của vốn. Các mức cao hơn của các yếu tố sản xuất khác và giá sản phẩm cao hơn làm dịch chuyển đường cầu dẫn xuất lên trên. **Cầu đối với các dịch vụ vốn của ngành** ít co giãn hơn tổng theo chiều ngang các đường cầu của từng hãng bởi nó còn tính đến tác động mở rộng của các ngành trong việc đẩy giá sản phẩm xuống.
- Trong ngắn hạn, mức cung ứng các dịch vụ vốn là cố định. Trong dài hạn mức này có thể được điều chỉnh bằng cách tạo ra các hàng hoá vốn mới hoặc để cho quỹ vốn hiện có hao mòn đi.
- **Giá cho thuê** cần có là giá cho phép người cung cấp dịch vụ vốn hoà vốn khi quyết định mua tài sản vốn. Tiền cho thuê cần có sẽ càng cao nếu như lãi suất, tỷ lệ chiết khấu hay giá mua hàng hoá vốn càng cao.
- Tăng giá tiền công của một ngành có hai ảnh hưởng đến đường cầu dẫn xuất đối với dịch vụ vốn. Bằng cách giảm đầu vào lao động, ngành sẽ giảm sản phẩm vật chất biên của vốn. Bằng cách giảm sản lượng, ngành sẽ làm tăng giá sản phẩm. Khi cầu sản lượng rất không co giãn, ảnh hưởng thứ 2 sẽ mạnh hơn. Khi cầu về sản lượng rất co giãn, ảnh hưởng thứ nhất mạnh hơn.
- **Giá tài sản** là giá mà tại đó hàng hoá vốn được bán hoặc mua đứt. Trong cân bằng dài hạn đó vừa là mức giá mà nhà cung ứng hàng hoá vốn sẵn sàng sản xuất vừa là giá mà tại đó người mua sẵn sàng mua. Giá thứ 2 đơn thuần là giá trị

hiện tại của các khoản tiền cho thuê dự tính trong tương lai thu được từ các dịch vụ vốn mà hàng hoá cung cấp trong tương lai.

- **Đất đai** là hàng hoá vốn đặc biệt có mức cung cố định kể cả trong dài hạn. Tuy nhiên, đất đai và vốn có thể chuyển dịch giữa các ngành trong dài hạn cho tới khi tiền thuê đất hoặc tiền thuê vốn bằng nhau ở các ngành khác nhau.
- Công nghệ và sự dễ dàng thay thế lẫn nhau của các yếu tố sản xuất dẫn đến mức độ bao hàm vốn rất khác nhau giữa các ngành. Hầu hết các ngành đang ngày càng bao hàm nhiều vốn hơn theo thời gian, song với mức độ khác nhau. Điều đó phản ánh sự dễ dàng thay thế lao động bằng vốn của các ngành, mức tiền công tăng lên so với tiền thuê vốn, và tiến bộ kỹ thuật ở các ngành khác nhau.
- **Phân phối thu nhập theo chức năng** cho biết thu nhập quốc dân được phân chia giữa các yếu tố sản xuất như thế nào. Tỷ phần của mỗi yếu tố hầu như không đổi theo thời gian. Điều đó không cho thấy sự tăng lượng vốn so với lao động và sự giảm tương ứng của tỷ lệ tiền thuê vốn trên tiền công lao động.
- **Phân phối thu nhập cho cá nhân** cho thấy thu nhập quốc dân được phân chia như thế nào giữa các cá nhân mà không phân biệt giữa các dịch vụ của yếu tố tạo nên thu nhập. Một nguyên nhân chính của bất bình đẳng thu nhập ở Anh là sự phân phối rất không công bằng của cải tạo ra thu nhập.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. (a) Các hàng tiêu dùng lâu bền như máy giặt là một phần của quỹ vốn nhưng không tạo ra bất kỳ thu nhập tài chính nào cho chủ nhân. Tại sao chúng ta tính cả các hàng hoá tiêu dùng lâu bền vào quỹ vốn? (b) Để giặt quần áo bạn có thể mang đến hiệu giặt và trả 2£ mỗi tuần trong lâu dài hoặc mua một máy giặt trị giá 400£. Sẽ tốn 1£ một tuần (gồm cả khấu hao) để sử dụng máy giặt và lãi suất là 10% một năm. Có nên mua máy giặt hay không? Điều này có giúp bạn trả lời phần (a) không?
2. Một ngân hàng trả bạn 1,1£ năm sau nếu bạn cho họ vay 0,9£ năm nay. Lãi suất là bao nhiêu?
3. Một hãng mua một chiếc máy giá 10.000£, kiếm được tiền cho thuê là 3.600£ một năm trong vòng 2 năm, sau đó bán đi được 9.000£. Hãy sử dụng số liệu trong Bảng 11.4 để xác định xem có nên mua máy khi lãi suất là 10% một năm.
4. Lãi suất giảm từ 10% xuống 5%. Hãy trình bày chi tiết xem điều đó ảnh hưởng như thế nào đến giá thuê dịch vụ vốn và mức quỹ vốn của một ngành trong ngắn và dài hạn.
5. Giả sử rằng một mảnh đất nhỏ chỉ phù hợp để làm nông nghiệp. Liệu ngành nông nghiệp có chịu thiệt về tài chính nếu giá đất tăng lên? Câu trả lời của bạn có bị ảnh hưởng không khi đất đó còn có thể sử dụng cho nhà ở.
6. **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những câu sau là sai? (a) Lạm phát làm tăng lãi suất danh nghĩa. Điều này làm giảm giá trị hiện tại của thu nhập trong tương lai. (b) Nếu nền kinh tế tiếp tục bao hàm nhiều vốn hơn, cuối cùng sẽ không có việc làm cho công nhân nữa. (c) Vì cung đất đai của nền kinh tế là cố định, nên nó sẽ được cung ứng thậm chí tại mức giá cho thuê bằng 0, do vậy giá cho thuê này sẽ là tiền cho thuê cân bằng trong dài hạn.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 317.

Online Learning Centre with POWERWEB

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

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

Phụ lục Phép đại số đơn giản cho giá trị hiện tại và chiết khấu

Giả sử chúng ta vay K £ ngày hôm nay tại mức lãi suất hàng năm i. Sau 1 năm tiền của chúng ta tăng lên K(1 + i) £. Với K = 100 và i = 0,1, chúng ta có 110£ sau 1 năm. Nếu chúng ta cho vay tiếp khoản tiền này 1 năm nữa với lãi suất tương tự, chúng ta sẽ thu về {K(1 + i)}(1 + i) £ vào cuối năm thứ 2. Chẳng hạn, 100£ của chúng ta tăng lên thành 121£ sau 2 năm. Nếu chúng ta lại cho vay tiếp số tiền này cho một năm tiếp, chúng ta sẽ thu về $K(1 + i)^3$ £ vào cuối năm thứ 3. Như vậy sau N năm, chúng ta sẽ có $K(1 + i)^N$ £.

Ngược lại, giá trị hiện tại của X £ nhận được sau N năm là $X/[(1 + i)^N]$ £ và chúng ta gọi $\{1/[(1 + i)^N]\}$ là hệ số chiết khấu. Do lãi suất i là số dương, hệ số chiết khấu phải là một phân số dương. Lãi suất cao hơn thể hiện hệ số chiết khấu thấp hơn. Bảng dưới cho thấy giá trị hiện tại của 1£ sau N năm tính từ thời điểm hiện nay khi lãi suất là 10% một năm (i = 0,1).

Giá trị hiện tại (PV) của 1 £ sau N năm tính từ thời điểm hiện tại, lãi suất hàng năm 10%

N	1	5	10	20	30	40
PV	0,91£	0,62£	0,39£	0,15£	0,06£	0,02£

Để tính giá trị hiện tại của toàn bộ một chuỗi tiền trả trong tương lai, chúng ta nhân giá trị danh nghĩa của mỗi khoản trả với hệ số chiết khấu tương ứng. Như vậy, giá trị hiện tại của 100£ sau 10 năm và của 200£ sau 40 năm là (100£ x 0,39) + (200£ x 0,02) = 43£. Các khoản trả chưa nhận được hay có được trong nhiều năm có giá trị hiện tại rất nhỏ.

Khi tài sản là một công trái vĩnh viễn, mãi mãi đem lại K £ một năm, công thức của chúng ta hàm ý rằng giá trị hiện tại của chuỗi tiền này là K £/i, như chúng ta đã chỉ ra trong Mục 11.2.

Chương 12

Kinh tế học phúc lợi

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. Kinh tế học phúc lợi là gì?
2. Công bằng ngang và dọc.
3. Khái niệm hiệu quả Pareto.
4. Cách "bàn tay vô hình" có thể đạt được hiệu quả.
5. Khái niệm thất bại của thị trường.
6. Loại bỏ từng phần những bóp méo có thể là có hại.
7. Vấn đề ảnh hưởng hướng ngoại và những giải pháp có thể.
8. Sức mạnh thị trường gây ra thất bại của thị trường như thế nào?
9. Những bóp méo do ô nhiễm và tắc nghẽn giao thông.
10. Tại sao không có thị trường có thể tạo ra những bóp méo?

Chương 1 đã lưu ý rằng các thị trường không phải là cách duy nhất để xã hội có thể giải quyết sản xuất cái gì, thế nào và cho ai. Các nền kinh tế cộng sản chủ yếu dựa vào sự định hướng trung tâm hay mệnh lệnh. Thị trường có phải là cách thức tốt để phân bổ các tài nguyên khan hiếm không? Cách thức "tốt" là gì? Một số người có thu nhập cao hơn những người khác trong nền kinh tế thị trường có phải là công bằng không? Đó không phải là các vấn đề thực chứng về cách thức hoạt động của nền kinh tế mà là các vấn đề chuẩn tắc về nền kinh tế hoạt động tốt như thế nào. Chúng là chuẩn tắc vì sự đánh giá phụ thuộc vào những đánh giá giá trị được thực hiện bởi người đánh giá.

Kinh tế học phúc lợi nghiên cứu các vấn đề chuẩn tắc. Nó không mô tả cách thức hoạt động của nền kinh tế mà đánh giá xem nó hoạt động tốt như thế nào.

Các đảng cánh tả và cánh hữu không thống nhất về nền kinh tế thị trường hoạt động tốt như thế nào. Đảng cánh hữu tin rằng thị trường thúc đẩy sự lựa chọn, các động cơ và hiệu quả. Đảng cánh tả nhấn mạnh vào những thất bại của thị trường và sự cần thiết phải có sự can thiệp của chính phủ. Cái gì nằm phía sau sự không thống nhất này? Hai vấn đề được đề cập trong bàn luận của chúng ta về kinh tế học phúc

lợi. Thứ nhất là *hiệu quả phân bổ*. Nền kinh tế có sử dụng được phần lớn tài nguyên khan hiếm không hay chúng bị lãng phí? Thứ hai là *công bằng*. *Phân phối* hàng hoá và dịch vụ giữa các thành viên khác nhau của xã hội công bằng như thế nào?

12.1 Công bằng và hiệu quả

Công bằng ngang là việc đối xử giống nhau với những người giống nhau. **Công bằng dọc** là đối xử khác nhau với những người khác nhau để giảm bớt hệ quả của những sự khác nhau ban đầu này.

Công bằng

Khái niệm công bằng có phải là mong muốn hay không là sự đánh giá giá trị thuần tuý. Công bằng ngang loại bỏ sự phân biệt đối xử giữa những người có các đặc trưng kinh tế và hoạt động giống nhau. Công bằng dọc là nguyên lý Robin Hood về việc lấy đi của người giàu đem cho người nghèo.

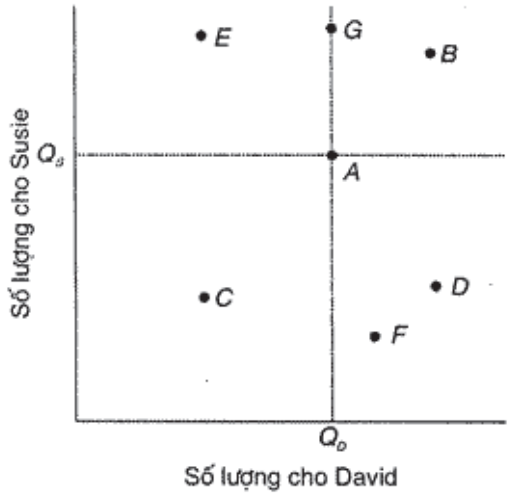
Nhiều người đồng ý rằng công bằng ngang là tốt. Ngược lại, mặc dù ít người tin rằng người nghèo phải đói, ở chừng mực các tài nguyên phải được phân phối lại từ "những người giàu có" sang "những người nghèo" để tăng công bằng dọc là một vấn đề mọi người không thống nhất.

Phân bổ tài nguyên hiệu quả là sự mô tả đầy đủ ai làm gì và ai được gì.

Phân bổ tài nguyên hiệu quả

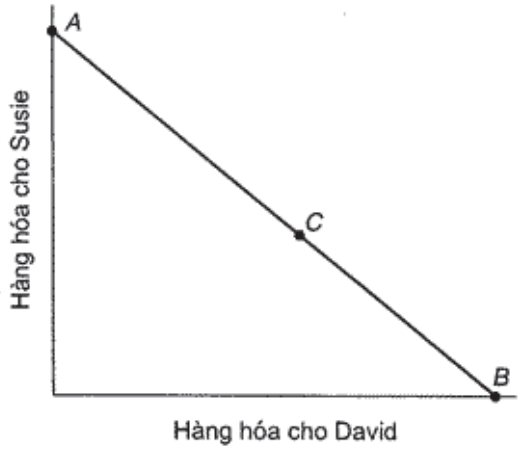
Giả sử rằng những việc phân bổ tài nguyên được thực hiện bởi một người có quyền hành tuyệt đối ở trung tâm. Những phân bổ hiệu quả phụ thuộc vào công nghệ và tài nguyên sẵn có của nền kinh tế. Giá trị cuối cùng của bất kỳ sự phân bổ tài nguyên nào cũng phụ thuộc vào những sở thích của người tiêu dùng, những sở thích đó quyết định cách thức mọi người đánh giá cái mà họ được cho.

Hình 12.1 Phân bổ hàng hóa cho hai người



Nếu hai người đánh giá ích lợi của mình theo số lượng hàng hóa họ nhận được, thì B là phân bổ tốt hơn A, A đến lượt nó lại là phân bổ tốt hơn C. Nhưng so sánh A với các điểm D, E hay F, đòi hỏi chúng ta phải áp dụng sự đánh giá giá trị về tầm quan trọng tương đối của ích lợi của David và Susie đối với chúng ta.

Hình 12.2 Giới hạn hiệu quả



Giới hạn AB biểu thị số lượng tối đa các hàng hóa nền kinh tế có thể sản xuất ra cho một người với số lượng hàng hóa sản xuất cho người kia là xác định. Tất cả các điểm trên giới hạn là có hiệu quả Pareto. David chỉ có thể được lợi khi Susie bị thiệt và ngược lại. Phân phối hàng hóa giữa David - Susie ở điểm C công bằng hơn so với ở các điểm A hay B.

Hình 12.1 biểu thị một nền kinh tế với chỉ hai người, David và Susie. Phân bổ tài nguyên ban đầu ở A cho David số lượng hàng hoá Q_D và Susie số lượng Q_S. Các tài nguyên của xã hội có bị lãng phí không? Bằng việc tổ chức lại, giả sử rằng xã hội có

thể sản xuất ở B, phía đông bắc của A. Liệu David và Susie có đánh giá ích lợi bằng số lượng hàng hoá họ nhận được và liệu mỗi người trong số họ có được nhiều hàng hoá hơn không, B là sự phân bổ tốt hơn A. Cả David và Susie đều có nhiều hơn. Nếu có thể sản xuất tại B, mà lại sản xuất tại A thì là không hiệu quả. Tương tự, chuyển từ A đến C làm cho cả David và Susie đều thiệt. Nếu có thể đạt mức A mà chỉ đạt mức C thì không hiệu quả.

Chuyển từ A đến E hoặc F thì sao? Một người được lợi, người kia bị thiệt. Sự thay đổi này có được mong muốn hay không phụ thuộc vào cách thức chúng ta đánh giá ích lợi của David so với của Susie. Nếu chúng ta nghĩ ích lợi của David là rất quan trọng, chúng ta có thể thích F hơn A, F có lợi hơn A đối với David, cho dù ích lợi của Susie bị giảm.

Những đánh giá giá trị về công bằng hay hiệu quả bị trộn lẫn với nỗ lực đưa ra những đánh giá về lãng phí hay không hiệu quả của chúng ta. Vì những người khác nhau sẽ đưa ra những đánh giá giá trị khác nhau, nên không có câu trả lời rõ ràng cho câu hỏi liệu chuyển từ A đến D, E hay F có được mong muốn không. Nó phụ thuộc vào người đưa ra sự đánh giá.

Cố gắng tách sự bàn luận về công bằng khỏi sự bàn luận về hiệu quả, kinh tế học phúc lợi sử dụng ý tưởng *hiệu quả Pareto* mang tên nhà kinh tế học Vilfredo Pareto.

Với một tập hợp sở thích của người tiêu dùng, tài nguyên và công nghệ, một sự phân bổ tài nguyên là **hiệu quả Pareto** nếu không có sự phân bổ khả thi nào khác làm cho một số người lợi hơn và không người nào bị thiệt.

Trong Hình 12.1 chuyển từ A đến B hoặc A đến G là được lợi Pareto, Susie được lợi, David không bị thiệt. Nếu B hoặc G là khả thi thì A là *không có hiệu quả Pareto*. Vẫn có cái cho không.

Chuyển từ A đến D làm cho David được lợi nhưng Susie bị thiệt. Tiêu thức Pareto chẳng có gì để nói về sự thay đổi này. Để đánh giá, chúng ta cần một sự đánh giá về giá trị tương đối về ích lợi của David và Susie. Nguyên tắc Pareto ít được sử dụng trong việc so sánh các phân bổ trên cơ sở hiệu quả. Nó chỉ cho phép chúng ta đánh giá những sự di chuyển sang đông bắc hoặc tây nam ở Hình 12.1. Đó là tất cả những gì chúng ta có thể nói về hiệu quả mà không phải đưa ra những đánh giá giá trị về công bằng.

Hình 12.2 đưa lập luận tiến xa hơn một giai đoạn nữa. Bằng việc tổ chức lại sản xuất, chúng ta có thể làm cho nền kinh tế sản xuất ở đâu đó bên trong hay trên biên giới AB. Từ phía bên trong biên giới, có thể được lợi Pareto bằng việc chuyển đến đông bắc trên đường biên giới. Bất kỳ điểm nào bên trong biên giới đều là không có hiệu quả Pareto. Có thể làm cho một người nào đó được lợi thêm mà không làm cho người khác bị thiệt. Nhưng *tất cả* các điểm trên đường biên giới là có hiệu quả Pareto. Một người có thể được nhiều hơn chỉ bằng việc cho người kia ít hơn. Vì không thể có lợi Pareto nên mỗi điểm trên đường biên giới là có hiệu quả Pareto.

Như vậy, xã hội không bao giờ chọn một phân bổ không hiệu quả bên trong đường biên. Điểm nào trong các điểm hiệu quả trên đường biên là mong muốn nhất sẽ phụ thuộc vào đánh giá giá trị về giá trị tương đối về ích lợi của David và Susie, và đánh giá về công bằng.

12.2 Cạnh tranh hoàn hảo và hiệu quả Pareto

Kinh tế thị trường có tìm ra sự phân bổ tài nguyên có hiệu quả Pareto không, hay phải bị chi phối bởi sự can thiệp của chính phủ?

Cân bằng cạnh tranh trong các thị trường tự do

Giả sử rằng có nhiều người sản xuất và nhiều người tiêu dùng, nhưng chỉ có hai hàng hoá, bữa ăn và xem phim. Mỗi thị trường đều là tự do, không bị điều tiết và cạnh tranh

hoàn hảo. Ở cân bằng, giả sử giá bữa ăn là 5£ và giá phim là 10£. Lao động là yếu tố sản xuất khả biến và công nhân có thể chuyển tự do giữa các ngành. Bây giờ chúng ta lập luận qua bảy bước.

1. Bộ phim cuối cùng đem lại cho những người tiêu dùng ích lợi bổ sung đáng giá 10£. Nếu nó đem lại ích lợi bổ sung đáng giá ít (nhiều) hơn giá mua 10£ của nó, thì người tiêu dùng cuối cùng sẽ mua ít (nhiều) phim hơn. Tương tự, bữa ăn cuối cùng phải đem lại cho những người tiêu dùng ích lợi bổ sung đáng giá 5£. Vì thế, những người tiêu dùng có thể đổi 2 bữa ăn (ích lợi đáng giá 10£) lấy 1 bộ phim (ích lợi đáng giá 10£) mà không làm thay đổi ích lợi của họ.

2. Vì mỗi hãng đặt giá bằng chi phí cận biên MC, nên MC của bữa ăn cuối cùng là 5£ và MC của bộ phim cuối cùng là 10£.

3. Lao động có được mức lương như nhau trong cả hai ngành ở cân bằng cạnh tranh. Nếu không, công nhân sẽ chuyển sang ngành trả lương cao hơn.

4. MC của sản phẩm trong ngành này hay ngành kia bằng đơn giá tiền lương chia cho sản phẩm hiện vật cận biên của lao động MPL. Lương cao hơn làm tăng chi phí cận biên nhưng MPL cao hơn có nghĩa là cần ít công nhân bổ sung hơn để tạo ra một đơn vị sản phẩm bổ sung.

5. Lương bằng nhau trong hai ngành nhưng chi phí cận biên của bữa ăn (5£) bằng nửa chi phí cận biên của phim (10£). Vì thế, MPL trong ngành sản xuất bữa ăn cao gấp đôi so với trong ngành sản xuất phim.

6. Vì thế, giảm sản lượng phim đi 1 đơn vị, chuyển lao động nhàn rỗi sang ngành sản xuất bữa ăn, làm tăng sản lượng bữa ăn lên 2 đơn vị. MPL trong ngành sản xuất bữa ăn cao gấp đôi trong ngành sản xuất phim. Sự phân bổ tài nguyên khả thi giữa hai ngành cho phép xã hội đổi 2 bữa ăn lấy 1 bộ phim.

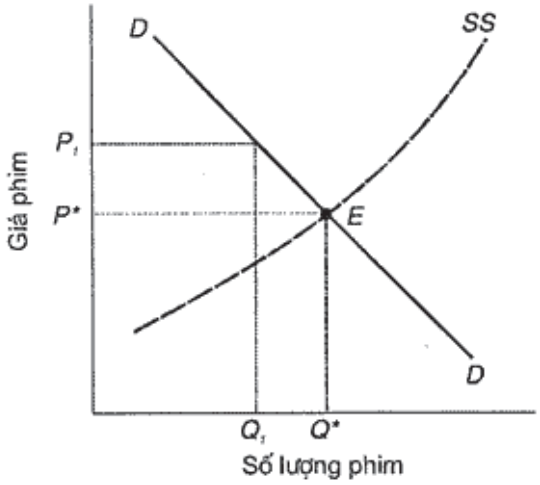
7. Bước một nói rằng những người tiêu dùng có thể đổi 2 bữa ăn lấy 1 bộ phim mà không làm thay đổi ích lợi của họ. Bước 6 nói rằng, bằng việc phân bổ lại tài nguyên, những người sản xuất có thể đổi một sản phẩm là 2 bữa ăn lấy 1 bộ phim. Vì thế, không có sự phân bổ lại tài nguyên nào có thể làm cho xã hội được lợi hơn. Vì không được lợi Pareto, nên vị trí ban đầu - cân bằng cạnh tranh trong cả hai ngành - là có hiệu quả Pareto.

Lưu ý vai trò quyết định của các giá trong kết quả nổi bật này. Giá làm được hai việc. Thứ nhất, chúng đảm bảo rằng vị trí ban đầu của cân bằng cạnh tranh thực sự là một cân bằng. Bằng việc cân bằng lượng cung và lượng cầu, giá đảm bảo rằng số lượng cuối cùng của hàng hoá được tiêu dùng có thể được sản xuất ra. Chúng đảm bảo rằng đó là một phân bổ khả thi.

Nhưng ở cân bằng cạnh tranh các giá thực hiện vai trò thứ hai. Mỗi người tiêu dùng và mỗi người sản xuất đều là người chấp nhận giá và không thể gây ảnh hưởng đến các giá thị trường. Trong ví dụ của chúng ta, mỗi người tiêu dùng biết rằng giá cân bằng của bữa ăn là 5£ và giá cân bằng của phim là 10£. Không biết gì về những hành động của những người tiêu dùng và những người sản xuất khác, mỗi người tiêu dùng tự động đảm bảo rằng bộ phim cuối cùng được mua đem lại ích lợi lớn gấp hai lần bữa ăn cuối cùng được mua. Nếu không người tiêu dùng đó sẽ sắp xếp lại những mua sắm từ một khoản thu nhập xác định để làm tăng ích lợi của họ.

Như vậy, bằng các hành động cá nhân gặp các giá xác định, mỗi người tiêu dùng sắp xếp sao cho một bộ phim có thể đổi lấy 2 bữa ăn mà không làm thay đổi ích lợi. Tương tự, mỗi người sản xuất, bằng việc đặt chi phí cận biên của mình bằng giá của sản phẩm của mình, đảm bảo rằng chi phí cận biên của phim gấp đôi chi phí cận biên của bữa ăn. Như thế xã hội sản xuất ra một bộ phim bổ sung phải tốn tài nguyên gấp hai lần

Hình 12.3 **Cân bằng cạnh tranh và hiệu quả Pareto**



DD là đường cầu về phim. Ở một mức sản lượng bất kỳ như Q_1, bộ phim cuối cùng phải mang lại thêm cho người tiêu dùng một mức thỏa dụng bằng P_1 bằng; nếu không, họ sẽ yêu cầu một lượng khác với Q_1. Đường cung SS cho ngành phim có tính cạnh tranh cũng là chi phí biên của phim. Nếu ngành ăn uống ở vị trí cân bằng cạnh tranh, giá của một bữa ăn cũng là giá trị mức thỏa dụng của nó đối với người tiêu dùng. Như thế, chi phí biên của một bộ phim không những là chi phí cơ hội của những bữa ăn, mà còn là giá trị của mức thỏa dụng biên mà người tiêu dùng có thể được hưởng từ những bữa ăn đó. Vì thế, tại bất kỳ mức sản lượng phim nào ở phía dưới Q*, mức thỏa dụng biên của phim vượt quá mức thỏa dụng biên của các bữa ăn bị hy sinh để sản xuất thêm một bộ phim nữa. Ở phía trên Q*, mức thỏa dụng biên của các bộ phim ít hơn mức thỏa dụng biên của các bữa ăn bị hy sinh. Điểm cân bằng E đối với phim và điểm cân bằng tương ứng trên thị trường đối với bữa ăn vì vậy đảm bảo rằng, các nguồn lực đã được phân bổ một cách có hiệu quả giữa hai ngành này. Không thể có sự phân bổ lại các nguồn lực mà có thể làm cho tất cả người tiêu dùng đều được lợi hơn.

sản xuất ra một bữa ăn bổ sung. Bằng việc sắp xếp lại sản xuất, chuyển lao động giữa hai ngành, xã hội có thể đổi 2 bữa ăn lấy 1 bộ phim, chính xác là sự đánh đổi này làm cho ích lợi của người tiêu dùng không bị ảnh hưởng.

Do đó, như bởi "bàn tay vô hình", các giá hướng dẫn những người tiêu dùng và những người sản xuất cá nhân, mỗi người theo đuổi lợi ích riêng của mình, đến sự phân bổ tài nguyên của nền kinh tế mà có hiệu quả Pareto. Không ai có thể được lợi mà không làm cho người khác bị thiệt.

Hình 12.3 đưa ra điểm như thế. DD là đường cầu thị trường. Ở giá P_1 lượng phim Q_1 được cầu. Bộ phim cuối cùng đem lại cho người tiêu dùng ích lợi đáng giá P_1 bằng, nếu không họ đã mua số lượng khác. Vì thế đường DD cũng biểu thị ích lợi cận biên của đơn vị phim cuối cùng mà những người tiêu dùng mua. Khi Q_1 bộ phim được mua, bộ phim cuối cùng đem lại giá trị P_1 bằng chính xác bằng ích lợi bổ sung cho những người tiêu dùng.

Trong ngành cạnh tranh, đường cung phim SS cũng là chi phí cận biên của các bộ phim. Yếu tố biến đổi, lao động được trả đúng bằng sản phẩm giá trị cận biên của nó trong mỗi ngành. Khả năng thuyên chuyển lao động đảm bảo mức lương ở 2 ngành này là bằng nhau. Vì thế, chi phí cận biên của việc sản xuất bộ phim cuối cùng là giá trị của các bữa ăn phải hy sinh bằng việc sử dụng người công nhân cuối cùng để sản xuất ra các bộ phim chứ không phải các bữa ăn.

Các giá đảm bảo cả hai ngành đều ở cân bằng. Hình 12.3 cho thấy rằng ở cân bằng tại điểm E ích lợi cận biên của bộ phim cuối cùng bằng chi phí cận biên của nó. Nhưng chi phí cận biên của bộ phim cuối cùng là giá trị của các bữa ăn phải hy sinh, giá của các bữa ăn nhân với các bữa ăn bị bỏ mất vì sử dụng lao động để làm ra bộ phim cuối cùng đó. Nhưng ngành ăn uống cũng ở điểm cân bằng. Sơ đồ tương đương của ngành sản xuất bữa ăn cho thấy rằng giá cân bằng của bữa ăn cũng bằng ích lợi cận biên của bữa ăn cuối cùng được mua. Vì thế, giá trị của các bữa ăn bị hy sinh để tạo ra bộ phim cuối cùng cũng là ích lợi cận biên của bữa ăn cuối cùng nhân với số bữa ăn phải hy sinh.

Do đó, nếu ngành sản xuất bữa ăn ở cân bằng cạnh tranh, đường chi phí cận biên đối với ngành sản xuất phim là giá trị bằng tiền bổ sung của ích lợi phải hy sinh bằng việc sử dụng các tài nguyên khan hiếm để tạo ra một bộ phim bổ sung thay vì các bữa ăn. Đó là chi phí cơ hội tính theo ích lợi của các tài nguyên được sử dụng trong ngành sản xuất phim. Và cân bằng trong ngành sản xuất phim, bằng việc đặt ích lợi cận biên của các bộ phim bằng ích lợi cận biên của các bữa ăn phải hy sinh để sản xuất ra bộ phim cuối cùng, đảm bảo rằng tài nguyên của xã hội được phân bổ một cách hiệu quả.

Ở mức sản lượng phim nào đó dưới mức cân bằng Q*, lợi ích tiêu dùng cận biên của một bộ phim bổ sung cao hơn giá trị tiêu dùng cận biên của các bữa ăn phải hy sinh để sản xuất ra bộ phim bổ sung đó. Ở mức sản lượng phim nào đó trên mức cân bằng Q*, xã hội dành quá nhiều tài nguyên cho ngành sản xuất phim. Giá trị cận biên của bộ phim cuối cùng nhỏ hơn giá trị cận biên của các bữa ăn có thể được sản xuất

ra bằng cách chuyển tài nguyên sang ngành ăn uống. Cân bằng cạnh tranh đảm bảo rằng không có tài nguyên thuyên chuyển giữa các ngành làm cho tất cả những người tiêu dùng được lợi.

Công bằng và hiệu quả

Mục trước đã chỉ ra rằng có nhiều phân bổ hiệu quả Pareto, mỗi phân bổ có sự phân phối ích lợi khác nhau giữa các thành viên khác nhau của xã hội. Cân bằng cạnh tranh trong tất cả các thị trường tạo ra một phân bổ hiệu quả Pareto nhất định. Cái gì xác định phân bổ nào?

Mọi người có khả năng bẩm sinh khác nhau, vốn con người khác nhau và của cải khác nhau. Những sự khác nhau này có nghĩa là mọi người kiếm được thu nhập khác nhau trong nền kinh tế. Chúng cũng ảnh hưởng đến kiểu cầu tiêu dùng. Brazil, với sự phân phối thu nhập và của cải rất không công bằng, có cầu cao về hàng hoá xa xỉ như những người hầu. Ở Đan Mạch theo chủ nghĩa bình quân hơn, không ai có thể thuê người hầu.

Bẩm sinh khác nhau về khả năng, vốn và của cải, vì thế hàm ý các đường cầu khác nhau và xác định các giá và các số lượng cân bằng khác nhau. Về nguyên lý, bằng việc thay đổi sự phân phối khả năng kiếm thu nhập ban đầu, chúng ta có thể làm cho nền kinh tế chọn ra mỗi phân bổ hiệu quả Pareto có thể như cân bằng cạnh tranh của nó.

Đây là một ý tưởng hấp dẫn. Chính phủ được bầu ra để biểu thị những đánh giá giá trị của đa số. Nếu thị trường đưa nền kinh tế đến giới hạn hiệu quả Pareto, chính phủ có thể đưa ra sự đánh giá giá trị về mỗi điểm trên đường giới hạn mà nền kinh tế phải đạt được. Mọi cân bằng cạnh tranh đều có hiệu quả Pareto. Những phân bổ hiệu quả khác nhau tương ứng với những phân phối ban đầu về khả năng kiếm thu nhập trong nền kinh tế cạnh tranh. Chính phủ có thể hạn chế mình ở việc phân phối lại thu nhập và của cải thông qua đánh thuế và lợi ích phúc lợi mà không cần phải can thiệp để đảm bảo rằng tài nguyên được phân bổ một cách hiệu quả không?

Đây dường như là một trường hợp hiệu lực đối với ý tưởng tự do kinh doanh. Chính phủ phải để thị trường làm công việc phân bổ tài nguyên một cách hiệu quả. Chúng ta không cần những sự điều tiết, các tổ chức điều tiết hoặc các xí nghiệp nhà nước. Cũng chẳng cần ý tưởng tự do kinh doanh là tàn nhẫn. Chính phủ có thể phân phối lại thu nhập mà không phải làm xói mòn hoạt động hiệu quả của nền kinh tế thị trường tự do. Có thể ủng hộ lý lẽ của cánh hữu bằng những luận chứng kinh tế chặt chẽ.

Tuy nhiên, cũng có thể đưa ra lý lẽ của cánh tả. Hãy nhớ những hạn chế trong lập luận trên. Trong các điều kiện nhất định các thị trường tự do dẫn đến phân bổ có hiệu quả Pareto.

Các điều kiện này giải thích sự khác nhau giữa hai quan điểm về cách thức hoạt động của nền kinh tế thị trường. Cánh hữu tin rằng đó là những hạn chế không đáng kể, không thách thức một cách nghiêm trọng lý lẽ ủng hộ thị trường tự do. Cánh tả tin rằng những hạn chế là quá nghiêm trọng nên cần có sự can thiệp đáng kể để cải thiện cách thức hoạt động của nền kinh tế.

12.3 Sự méo mó và điều tốt thứ nhì

Sự méo mó tồn tại nếu chi phí sản xuất cận biên của xã hội để sản xuất một hàng hoá không bằng lợi ích cận biên của xã hội từ việc tiêu dùng hàng hoá đó.

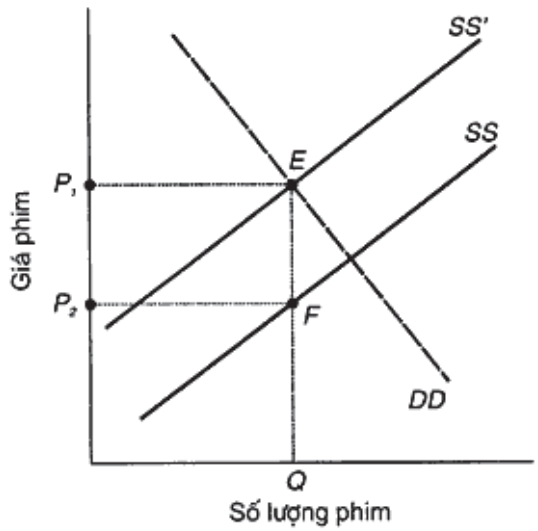
Cân bằng cạnh tranh là có hiệu quả vì các hoạt động độc lập của những người sản xuất đặt chi phí cận biên bằng giá và những người tiêu dùng đặt lợi ích cận biên bằng giá, nghĩa là chi phí cận biên của việc sản xuất hàng hoá đúng bằng lợi ích cận biên của những người tiêu dùng.

Đánh thuế và sự bóp méo

Để tài trợ cho việc trợ cấp cho những người nghèo, chính phủ phải đánh thuế thu nhập những người giàu hoặc các hàng hoá mà người giàu mua. Giả sử rằng mọi người mua các bữa ăn nhưng chỉ những người giàu mới có thể đi rạp xem phim. Trợ cấp cho người nghèo có thể được tài trợ bằng thuế đánh vào phim.

Trong Hình 12.4 giá trước thuế của phim đối với người tiêu dùng cao hơn giá sau thuế những người làm phim nhận được. Chênh lệch giữa hai mức giá là thuế đánh vào mỗi bộ phim. Người tiêu dùng đặt giá kể cả thuế bằng giá trị của lợi ích cận biên mà họ nhận được từ bộ phim cuối cùng, nhưng những người cung đặt chi phí cận biên của phim bằng giá của phim thấp hơn một khoản bằng thuế.

Hình 12.4 Thuế đánh vào phim



DD cho biết nhu cầu đối với phim và lợi ích biên của bộ phim cuối cùng đối với người tiêu dùng. SS cho biết lượng phim được cung ứng ở mỗi mức giá mà nhà sản xuất nhận được và cũng là chi phí biên của xã hội để sản xuất phim. Giả sử mỗi đơn vị bộ phim chịu một khoản thuế bằng khoảng cách thẳng đứng EF. Để cho thấy giá tính cả thuế cần có để khuyến khích nhà sản xuất làm ra mỗi mức sản lượng, chúng ta phải vẽ đường cung mới SS', là một đường luôn ở phía trên SS một khoảng cách thẳng đứng không đổi là EF. Điểm cân bằng về lượng phim là Q. Người tiêu dùng trả giá là P_1, nhà sản xuất nhận được giá là P_2 và khoản thuế đối với mỗi bộ phim là khoảng cách EF. Ở lượng cân bằng Q, lợi ích biên cho người tiêu dùng là P_1, nhưng chi phí biên của xã hội là P_2. Xã hội có thể thu được một khoản lợi ròng bằng cách sản xuất thêm phim. Do vậy, lượng cân bằng Q là không hiệu quả về mặt xã hội.

Ở cân bằng cạnh tranh hệ thống giá không còn làm cho chi phí cận biên của xã hội của việc sản xuất phim bằng lợi ích cận biên của xã hội của những người tiêu dùng phim nữa. Lợi ích cận biên của một bộ phim bổ sung thêm cao hơn chi phí cận biên của nó. Thuế đánh vào phim làm cho có quá ít phim. Tạo ra thêm một bộ phim khác cộng thêm vào lợi ích xã hội nhiều hơn là chi phí xã hội.

Trước đây, chúng ta đã chỉ ra rằng chi phí cận biên của phim bằng giá trị của các bữa ăn bổ sung mà xã hội có thể có thay vào đó. Khi phim bị đánh thuế, lợi ích xã hội cận biên của một bộ phim nữa là cao hơn chi phí cận biên của nó và vì thế, cao hơn lợi ích xã hội cận biên của các bữa ăn thêm mà xã hội có thể có được bằng việc sử dụng tài nguyên theo cách khác. Bằng việc chuyển lao động từ ngành sản xuất bữa ăn sang ngành sản xuất phim, xã hội có thể làm cho một số người được lợi mà không phải làm cho ai bị thiệt.

Lập luận tương tự cũng đúng đối với bất kỳ hàng hoá nào mà chúng ta đánh thuế. Thuế tạo ra sự khác nhau giữa giá người mua trả và giá người bán nhận được. "Bàn tay vô hình" không còn làm cho lợi ích xã hội cận biên của các tài nguyên bằng nhau ở những việc sử dụng khác nhau.

Sự lựa chọn giữa hiệu quả và công bằng bây giờ đã rõ ràng. Nếu nền kinh tế là cạnh tranh hoàn hảo và nếu chính phủ bằng lòng với phân phối thu nhập hiện thời, thì cân bằng cạnh tranh là có hiệu quả và phân phối thu nhập là đáng mong muốn.

Tuy nhiên, nếu như một đánh giá giá trị thuần tuý chính phủ không thích phân phối thu nhập này thì chính phủ phải đánh thuế một số người để trợ cấp cho một số khác. Nhưng chính hoạt động tăng thuế tạo ra sự bóp méo. Cân bằng cạnh tranh được tạo ra có sự phân phối thu nhập đáng mong muốn hơn nhưng là kém hiệu quả hơn. Chính phủ có thể phải đánh đổi giữa hiệu quả và công bằng.

Một sự giải thích cho các thái độ chính trị khác nhau đối với kinh tế thị trường là sự khác nhau trong các đánh giá giá trị về công bằng. Sau đây, chúng ta sẽ thấy rằng cũng có thể có những bất đồng trong kinh tế học thực chứng. Chúng ta nghiên cứu những

bóp méo khác trong mục tiếp theo. Trước khi gác lại ví dụ thuế của chúng ta, có một điểm cần đưa ra.

Điều tốt thứ nhì

Phân bổ tốt nhất không có bóp méo và có hiệu quả đầy đủ.

Khi không có sự bóp méo trong thị trường các bữa ăn, thuế đánh vào phim dẫn đến sự phân bổ tài nguyên không hiệu quả. Nếu chúng ta có thể loại bỏ thuế đánh vào phim thì không ngành nào bị bóp méo và chúng ta có sự phân bổ tốt nhất.

Tuy nhiên, giả định rằng chúng ta không thể được giải thoát khỏi thuế đánh vào phim. Chính phủ cần doanh thu thuế để trả cho quốc phòng hay đóng góp vào ngân sách EU. Với khoản thuế không tránh khỏi đánh vào phim, ít nhất không nên đánh thuế cả bữa ăn.

Quan điểm hợp lý này thực tế là hoàn toàn sai. Giả sử rằng hai ngành đang ở cân bằng nhưng có thuế đánh vào phim. Ở bên trên, chúng ta đã thấy rằng quá ít phim được sản xuất ra và tiêu dùng. Suy ra có quá nhiều bữa ăn được sản xuất ra và tiêu dùng. Với thuế không tránh khỏi đánh vào phim, thuế đánh vào bữa ăn sẽ không gây trở ngại.

Thuế thích hợp đánh vào bữa ăn sẽ phục hồi lại giá tương đối ban đầu của bữa ăn và phim. Với chỉ hai hàng hoá điều này sẽ phục hồi lại điều tốt nhất. Tuy nhiên, luôn có hàng hoá thứ ba, nghỉ ngơi. Các hộ gia đình giảm tiêu dùng, nghỉ ngơi để cung lao động cho công việc. Đánh thuế các bữa ăn và phim đạt được cân bằng hợp lý giữa bữa ăn và phim, nhưng cũng làm cho giá của cả hai không hợp lý so với giá nghỉ ngơi. Với thuế cao hơn, lương ròng giảm, làm thay đổi giá ẩn của nghỉ ngơi.

Tốt nhất loại bỏ tất cả những bóp méo. **Tốt nhì** là kết quả hiệu quả nhất có thể đạt được với điều kiện không thể loại bỏ một số bóp méo.

Tương phản với phân bổ tốt nhất, khi chúng ta đạt được hiệu quả đầy đủ bằng việc loại bỏ tất cả những bóp méo, bây giờ chúng ta có thể xây dựng nguyên lý tốt nhì. Giả sử rằng, chúng ta chỉ quan tâm đến hiệu quả nhưng có một sự bóp méo không tránh khỏi ở đâu đó trong nền kinh tế mà chúng ta không thể loại bỏ. Sẽ là không hiệu quả khi coi các thị trường như không có sự bóp méo. Trong ngành sản xuất bữa ăn sẽ là không hiệu quả khi đặt chi phí cận biên tư nhân bằng lợi ích cận biên tư nhân, một kết quả hiệu quả khi không có thuế đánh vào phim. Sẽ là hiệu quả khi cố ý đưa ra một sự bóp méo trong các bữa ăn để cân đối với sự bóp méo không tránh khỏi trong ngành sản xuất bữa ăn.

Lý thuyết điều tốt thứ nhì nói rằng nếu phải có sự bóp méo thì sẽ là sai lầm khi tập trung sự bóp méo vào một thị trường. Sẽ là hiệu quả hơn khi dàn trải ảnh hưởng của nó mỏng ra trên một chuỗi lớn các thị trường.

Một số ứng dụng của nguyên lý này được tìm thấy trong các chương tiếp theo. Thế giới thực trong đó chúng ta đang sống tạo ra một số bóp méo không tránh khỏi. Với sự tồn tại của chúng, lập luận ở mục này hàm ý rằng chính phủ có thể tăng hiệu quả tổng thể của cả nền kinh tế bằng việc đưa ra những bóp méo mới để bù trừ những bóp méo đang tồn tại. Bây giờ chúng ta cần biết nguồn gốc của những bóp méo mà chính phủ có thể hành động để bù trừ.

12.4 Thất bại của thị trường

Không có sự bóp méo nào thì cân bằng cạnh tranh là hiệu quả. Chúng ta sử dụng thuật ngữ thất bại của thị trường để chỉ tất cả các tình huống trong đó cân bằng cạnh tranh là không hiệu quả. Khi đó những bóp méo ngăn cản "bàn tay vô hình" phân bổ tài nguyên một cách hiệu quả. Bây giờ chúng ta liệt kê những nguồn gốc có thể của những bóp méo dẫn đến thất bại của thị trường.

Cạnh tranh không hoàn hảo

Chỉ có cạnh tranh hoàn hảo mới làm cho các hãng đặt chi phí cận biên bằng giá và do đó chi phí cận biên bằng lợi ích cận biên của người tiêu dùng. Trong cạnh tranh không hoàn hảo, những người sản xuất đặt chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên, thấp hơn giá bán đơn vị sản phẩm cuối cùng. Vì những người tiêu dùng đặt giá bằng lợi ích cận biên, nên lợi ích cận biên cao hơn chi phí cận biên trong các ngành cạnh tranh không hoàn hảo. Những ngành đó sản xuất ra quá ít. Sản lượng cao sẽ phụ thêm nhiều hơn cho lợi ích của người tiêu dùng so với chi phí sản xuất hay chi phí cơ hội của các tài nguyên sử dụng.

Hộp 12-1 Tìm kiếm lợi tức

Ở Mỹ, những người vận động hành lang bắt chuyến bay sớm đến Washington DC. Ở châu Âu, họ đến Brussels. Trong những bữa ăn trưa đắt đỏ, công việc thuyết phục được thực hiện. Điều này liên quan gì đến hiệu quả và không hiệu quả? Nếu mục đích là cung cấp thông tin cho những người lập chính sách, có thể là, cũng giống như sự quảng cáo mang tính chất thông tin, hiệu quả sẽ tăng. Nhưng việc vận động hành lang đi xa hơn rất nhiều.

Giả sử một giảng viên đi vào lớp học và đặt lên bàn một vali mở khoá chứa 10.000£ bằng tiền mặt. Cô ta giảng bài rất hay trong một giờ mà chẳng ai nghe. Sinh viên lập kế hoạch đánh cắp cái vali. Lý thuyết kinh tế vi mô có được hấp phụ trong bài giảng một giờ không? Số không.

Các nguyên nhân của tính không hiệu quả là gì? Thời gian của mỗi người bị lãng phí. Một vali giá trị 10.000£ làm cho sinh viên mất hết thời gian học kinh tế vì tranh giành nhau để đạt được món lời to. Các cuộc chiến về phân phối là nguồn gốc của tính không hiệu quả. Các xã hội thành công hạn chế chúng tới mức tối thiểu.

Sự can thiệp của chính phủ trong nền kinh tế để triệt tiêu những mặt trái của thị trường, về mặt nguyên tắc, cải thiện được hiệu quả. Nó cũng có thể tạo ra các cơ hội có thể để tìm kiếm lợi tức. Giả sử rằng chính phủ điều tiết trao đặc quyền điều hành đường sắt, các trạm vô tuyến hay xổ số. Những người đấu giá cạnh tranh sử dụng các số lượng khổng lồ tài nguyên thực để cạnh tranh với nhau. Tính riêng, thắng cuộc là quan trọng nên đáng chi nhiều tiền để làm tăng xác suất thành công. Nhưng về mặt xã hội nó gần với trò chơi tổng bằng không. Một nhà cung cấp đường sắt, TV hay dịch vụ xổ số có thể tốt hơn một ít so với người khác. Khuyến khích sự cạnh tranh giữa các nhà cung cấp triển vọng là tốt chỉ khi nào lợi ích từ việc tìm ra người cung cấp tốt nhất chứ không phải người cung cấp kém hơn. Xã hội quyết định can thiệp để hạn chế thất bại của thị trường, vẫn cần suy nghĩ xem dạng can thiệp nào tối thiểu hoá thất bại của chính phủ. Tìm kiếm lợi tức là một kênh qua đó thất bại của chính phủ có thể xảy ra.

Công bằng

Đánh thuế có tính chất phân phối lại gây ra những bóp méo phân bổ vì thọc một cái nêm vào giữa giá người tiêu dùng trả và giá người sản xuất nhận được.

Ảnh hưởng hướng ngoại

Ảnh hưởng hướng ngoại là những thứ như ô nhiễm, tiếng ồn và tắc nghẽn giao thông. Các hành động của một người gây ra chi phí hoặc có lợi ích trực tiếp đối với những người khác nhưng cá nhân đó không tính đến. Đa số phần còn lại của chương này nghiên cứu sự bóp méo này. Vấn đề phát sinh vì không có thị trường cho những thứ như tiếng ồn. Vì thế thị trường và giá cả không thể đảm bảo rằng lợi ích cận biên bạn nhận được từ việc gây ra tiếng ồn bằng chi phí cận biên của tiếng ồn đó đối với những người khác.

Các thị trường thiếu vắng: hàng hoá tương lai, rủi ro và thông tin

Đó cũng là các hàng hoá không có thị trường hoặc thị trường bị giới hạn. Cũng như với ảnh hưởng hướng ngoại, chúng ta không thể kỳ vọng các thị trường phân bổ tài nguyên một cách hiệu quả nếu các thị trường đó không tồn tại.

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

12.5 Ảnh hưởng hướng ngoại

Ảnh hưởng hướng ngoại nảy sinh nếu việc sản xuất hoặc tiêu dùng của một người ảnh hưởng về thể chất đến việc sản xuất hoặc tiêu dùng của những người khác.

Một hãng hoá chất thải chất thải xuống hồ, làm ô nhiễm nước. Nó ảnh hưởng đến sản lượng của những người câu cá (được ít hơn và khó được hơn) hay việc tiêu dùng của những người bơi (nước bẩn). Không có "thị trường" cho ô nhiễm, hãng có thể gây ô nhiễm cho hồ mà không phải chịu chi phí. Lợi ích của nó dẫn đến nó gây ô nhiễm cho đến tận khi lợi ích cận biên của việc gây ô nhiễm (sản xuất hoá chất rẻ hơn) bằng chi phí cận biên của việc gây ô nhiễm, bằng không. Nó bỏ qua chi phí cận biên mà ô nhiễm áp đặt lên những người câu cá và những người bơi.

Ngược lại, bằng việc sơn ngôi nhà của bạn, bạn làm cho cả phố đẹp hơn và tạo ra lợi ích tiêu dùng cho người hàng xóm của bạn. Nhưng bạn sơn chỉ đến điểm ở đó lợi ích cận biên của bạn bằng chi phí cận biên của sơn bạn mua và thời gian bạn bỏ ra. Chi phí cận biên của bạn cũng là chi phí cận biên của xã hội nhưng lợi ích cận biên của xã hội cao hơn của bạn. Vì thế, có quá ít nhà được sơn.

Trong cả hai trường hợp có sự khác nhau giữa việc so sánh chi phí cận biên và lợi ích cận biên của cá nhân với sự so sánh lợi ích cận biên và chi phí cận biên của xã hội. Các thị trường tự do không thể làm cho mọi người tính đến những ảnh hưởng gián tiếp nếu không có thị trường cho các ảnh hưởng gián tiếp đó.

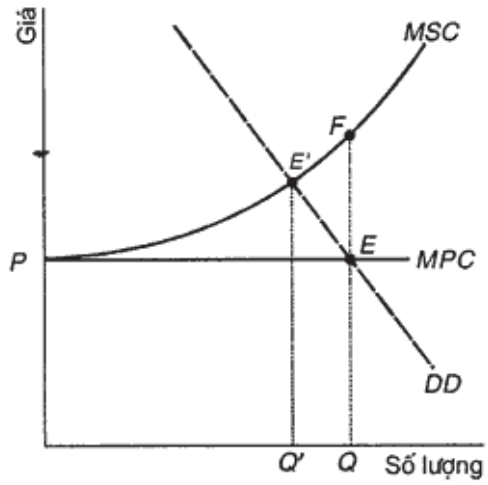
Những sự khác nhau giữa chi phí, lợi ích tư nhân và xã hội

Giả sử rằng hãng hoá chất gây ô nhiễm con sông, lượng ô nhiễm tăng cùng với sản lượng. Ở hạ lưu, các công ty sử dụng nước sông như một yếu tố để tạo nước xốt cho đậu đóng hộp. Ở mức sản lượng hoá chất thấp, ô nhiễm là không đáng kể. Con sông pha loãng những số lượng nhỏ chất thải mà người sản xuất hoá chất thải xuống. Khi lượng chất thải tăng, chi phí của việc gây ô nhiễm tăng nhanh. Những người chế biến thực phẩm phải lo lắng về độ tinh khiết của nước và xây dựng các nhà máy lọc nước đắt đỏ. Các mức ô nhiễm cao hơn nữa bắt đầu làm mòn các ống dẫn của họ.

Hình 12.5 cho thấy chi phí cận biên tư nhân MPC của việc sản xuất hoá chất. Để đơn giản hoá, chúng ta coi MPC là không đổi. Nó cũng cho thấy chi phí xã hội cận biên MSC của việc sản xuất hoá chất. Ở bất kỳ sản lượng nào, sự khác nhau giữa chi phí tư nhân cận biên và chi phí xã hội cận biên là ảnh hưởng hướng ngoại sản xuất cận biên. Đường cầu DD cho thấy người tiêu dùng sẽ trả bao nhiêu cho sản phẩm của người sản xuất hoá chất. Nếu hãng đó là người chấp nhận giá, cân bằng là ở điểm E và sản lượng của người sản xuất hoá chất là Q, ở đó chi phí cận biên tư nhân bằng giá của sản phẩm của hãng.

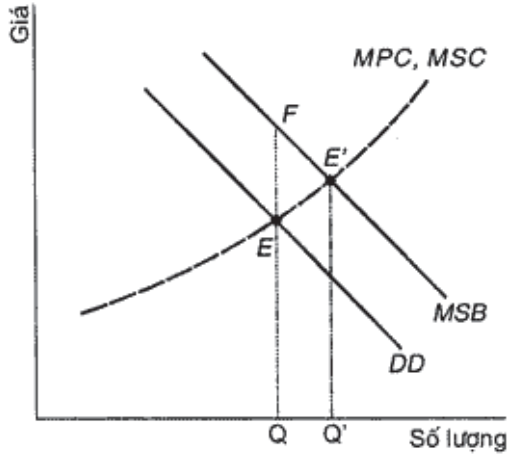
Ở sản lượng Q này, chi phí xã hội cận biên MSC cao hơn lợi ích xã hội cận biên của hoá chất, được cho bởi độ cao của đường cầu DD. Thị trường hoá chất bỏ qua ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất áp đặt cho các hãng khác. Ở Q lợi ích xã hội cận biên

Hình 12.5 **Chi phí xã hội của ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất**



Cân bằng cạnh tranh xảy ra ở E. Thị trường cân bằng ở giá P mà người sản xuất đặt bằng chi phí tư nhân cận biên MPC. Nhưng ô nhiễm gây ra ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất làm cho chi phí xã hội cận biên MSC cao hơn chi phí tư nhân cận biên. Về mặt xã hội, sản lượng hiệu quả là ở E', ở đó chi phí xã hội cận biên và lợi ích xã hội cận biên bằng nhau. Đường cầu DD biểu thị lợi ích xã hội cận biên vì những người tiêu dùng đặt giá trị của lợi ích cận biên của đơn vị cuối cùng bằng giá. Bằng việc đưa ra sản lượng Q cao hơn sản lượng hiệu quả Q', cân bằng thị trường tự do dẫn đến chi phí xã hội bằng diện tích E'EF. Diện tích này biểu thị phần chênh lệch giữa chi phí xã hội và lợi ích xã hội của việc chuyển từ Q' đến Q.

Hình 12.6 **Ảnh hưởng hướng ngoại có lợi của tiêu dùng**



Không có ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất, chi phí tư nhân cận biên và chi phí xã hội cận biên trùng nhau. DD biểu thị lợi ích tư nhân cận biên và cân bằng thị trường tự do xảy ra ở E. Ảnh hưởng hướng ngoại có lợi của tiêu dùng làm cho lợi ích xã hội cận biên MSB cao hơn lợi ích tư nhân cận biên. E' là điểm hiệu quả về mặt xã hội. Bằng việc sản xuất Q thay vì sản lượng hiệu quả Q', cân bằng thị trường tự do gây lãng phí tam giác EFE'.

của đơn vị sản phẩm cuối cùng nhỏ hơn chi phí xã hội cận biên bao gồm cả ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất. Sản lượng Q là không hiệu quả. Bằng việc giảm sản lượng hoá chất, xã hội tiết kiệm được nhiều hơn trong chi phí so với phần mất trong lợi ích xã hội. Xã hội có thể làm cho một số người được lợi hơn mà không làm cho ai bị thiệt.

Sản lượng hiệu quả là Q', ở đó lợi ích xã hội cận biên bằng chi phí xã hội cận biên. E' là điểm hiệu quả. Xã hội mất bao nhiêu bằng việc sản xuất ở cân bằng thị trường tự do E, chứ không phải ở điểm hiệu quả E'? Khoảng cách thẳng đứng giữa chi phí xã hội cận biên MSC và lợi ích xã hội cận biên biểu thị tổn thất xã hội cận biên của việc sản xuất đơn vị sản phẩm cuối cùng. Bằng việc mở rộng quá mức từ Q' đến Q, xã hội mất tam giác E'EF trong Hình 12.5. Đây là chi phí xã hội của thất bại thị trường do ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất là ô nhiễm gây ra[1].

Ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất làm cho chi phí cận biên của cá nhân và xã hội khác nhau. Ảnh hưởng hướng ngoại của tiêu dùng làm cho lợi ích cận biên của tư nhân và xã hội khác nhau. Hình 12.6 biểu thị ảnh hưởng hướng ngoại có lợi của tiêu dùng. Trồng hoa hồng trong vườn trước nhà bạn cũng làm cho những người hàng xóm vui vẻ.

Không có ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất, MPC là chi phí cận biên của cả xã hội và cá nhân của việc trồng hoa hồng. Bạn mất tiền mua cây và chi phí cơ hội của thời gian. DD là lợi ích tư nhân cận biên. So sánh chi phí và lợi ích của mình, bạn trồng số lượng Q hoa hồng.

Nhưng bạn bỏ qua lợi ích tiêu dùng đối với những người hàng xóm của bạn. Lợi ích xã hội cận biên MSB cao hơn lợi ích tư nhân cận biên của bạn. Cân bằng thị trường tự do là ở E, nhưng sản lượng hiệu quả là Q' vì lợi ích xã hội cận biên và chi phí xã hội cận biên bằng nhau ở E'.

Xã hội có thể được lợi tam giác EFE', chênh lệch giữa lợi ích xã hội và chi phí xã hội, bằng việc tăng sản lượng hoa hồng từ Q

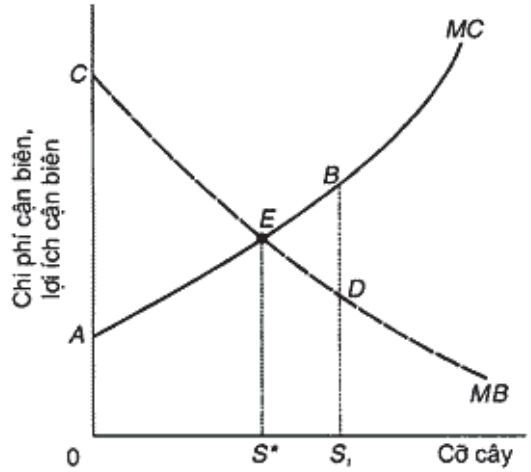
[1] Ngược lại, một người nông dân chi nhiều tiền để kiểm soát sâu hại làm giảm sâu hại của các nông trại xung quanh. Nếu các ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất là có lợi, thì chi phí xã hội cận biên thấp hơn chi phí tư nhân cận biên. Giả sử ta đổi ký hiệu MSC và MPC trong Hình 12.5. Cân bằng thị trường tự do là ở E' nhưng E bây giờ là phân bổ hiệu quả.

đến Q'. Tam giác này biểu thị chi phí xã hội của thất bại của thị trường làm cho sản lượng cân bằng quá thấp.

Quyền sở hữu và ảnh hưởng hướng ngoại

Cây của hàng xóm của bạn làm mất ánh sáng của bạn, ảnh hưởng hướng ngoại có hại của tiêu dùng. Nếu luật quy định bạn phải được đền bù đối với bất kỳ thiệt hại nào bạn phải chịu thì người hàng xóm của bạn phải trả tiền hoặc cắt bớt cây.

Hình 12.7 **Số lượng hiệu quả của ảnh hưởng hướng ngoại**



MB và MC biểu thị lợi ích cận biên đối với người hàng xóm và chi phí cận biên đối với bạn của một cây cỡ S*. Cỡ hiệu quả là S*, ở đó chi phí và lợi ích cận biên bằng nhau. Bắt đầu từ cỡ S*, bạn có thể trả người hàng xóm của bạn giá trị S*EDS$_1$, để cắt giảm đến S*. Dưới S*, bạn sẽ phải trả nhiều hơn nó đáng giá với bạn để cây cắt bớt đi nữa. Nói cách khác, người hàng xóm của bạn có thể trả bạn giá trị OAES* để có cây cỡ S*. Quyền sở hữu, trong trường hợp này dù bạn có được đền bù một cách hợp pháp vì mất ánh sáng đối với vườn của bạn, xác định ai phải đền bù cho ai chứ không phải kết quả S* của sự thỏa thuận.

Anh ta thích cây này và muốn biết phải trả bạn bao nhiêu để bạn để cho cây ở cỡ hiện thời. Hình 12.7 cho thấy lợi ích cận biên MB mà anh ta có từ inch cuối cùng của cây và chi phí cận biên MC đối với bạn của inch đó. Ở cỡ cây hiện thời S_1, tổng chi phí đối với bạn là diện tích OABS$_1$. Đây là chi phí cận biên OA của inch thứ nhất, cộng chi phí cận biên của inch thứ hai, v.v... đối với cỡ hiện thời S_1. Diện tích OABS$_1$ là cái bạn cần được đền bù nếu cỡ cây là S_1.

Người hàng xóm của bạn định trả khi con gái của anh ta, một sinh viên kinh tế học, chỉ ra rằng ở cỡ S_1 lợi ích cận biên của inch cuối cùng đối với anh ta thấp hơn chi phí cận biên đối với bạn, lượng bạn phải được đền bù cho inch cuối cùng của cây. Đối với bố cô ta không đáng có cây to như thế. Cô ta chỉ ra rằng cũng không đáng cắt toàn bộ cây. Inch đầu tiên đem lại lợi ích cận biên đối với anh ta cao hơn lượng anh ta cần đền bù để cân bằng chi phí cận biên của bạn về inch đầu tiên đó. Một cây nhỏ có ảnh hưởng nhỏ đến ánh sáng của bạn.

Ở cỡ cây hiệu quả S* lợi ích cận biên đối với người hàng xóm của bạn bằng chi phí cận biên đối với bạn. Trên S* anh ta cắt bớt cây, vì chi phí cận biên (và đền bù) cao hơn lợi ích cận biên của anh ta. Dưới S* anh ta tăng kích cỡ của cây và trả bạn phần đền bù cận biên thấp hơn lợi ích cận biên của anh ta. Ở cỡ hiệu quả S*, tổng chi phí của bạn là diện tích OAES*. Đây là phần đền bù bạn được trả.

Vì cây lớn hơn làm lợi một bên nhưng làm hại bên kia, cỡ cây hiệu quả và lượng hiệu quả của ảnh hưởng hướng ngoại không phải bằng không. Đó là chỗ lợi ích cận biên bằng chi phí cận biên.

Quyền sở hữu là quyền kiểm soát cuối cùng, bao gồm quyền được đền bù vì các ảnh hưởng hướng ngoại.

Quyền sở hữu ảnh hưởng đến ai là người đền bù cho ai, một ứng dụng phân phối. Giả sử rằng không có luật đòi hỏi đền bù. Thay vì để cây của bạn mọc lên đến S_1, áp đặt chi phí lớn đối với bạn, bạn có thể hối lộ người hàng xóm để họ cắt bớt cây. Bạn đền bù cho anh ta về thiệt hại lợi ích cận biên của anh ta. Bạn sẽ đền bù để cây được cắt bớt đến S* chứ không hơn. Ngoài cỡ này, bạn phải trả tiền đền bù nhiều hơn cho phần thiệt hại lợi ích cận biên so với phần bạn tự tiết kiệm cho mình ở chi phí thấp hơn của ảnh hưởng hướng ngoại. Như vậy, bạn trả tổng cộng EDS$_1$S* để đền bù phần tổn thất lợi ích từ việc cắt bớt cây từ S_1 đến S*. Ai có quyền sở hữu quyết định ai phải trả cho ai, nhưng không ảnh hưởng đến lượng hiệu quả do sự thoả thuận xác định. Luôn

luôn đáng đạt điểm ở đó lợi ích cận biên đối với một người bằng chi phí cận biên đối với người khác.

Quyền sở hữu có ứng dụng phân phối - ai đền bù cho ai - nhưng cũng đạt được sự phân bổ hiệu quả. Quyền này tạo ra "thị trường thiếu vắng" cho ảnh hưởng hướng ngoại. Thị trường này đảm bảo rằng giá bằng lợi ích cận biên và chi phí cận biên và vì thế cả hai bằng nhau.

Các nhà kinh tế nói rằng các quyền sở hữu "nội hoá" ảnh hưởng hướng ngoại. Nếu mọi người phải trả giá cho ảnh hưởng hướng ngoại họ sẽ tính đến ảnh hưởng đó khi ra các quyết định tư nhân và sẽ không còn thất bại của thị trường nữa. Khi đó tại sao các ảnh hưởng hướng ngoại như tắc nghẽn giao thông và ô nhiễm vẫn là vấn đề? Tại sao các cá nhân không tạo ra thị trường thiếu vắng thông qua hệ thống hối lộ hay đền bù?

Kẻ ăn không, không thể bị loại trừ khỏi việc tiêu dùng hàng hoá, không có động cơ mua hàng hoá đó.

Có hai lý do tại sao khó tạo ra thị trường này? Thứ nhất là chi phí tổ chức thị trường. Ống khói nhà máy nhả khói vào hàng nghìn khu vườn gần đó, nhưng tốn chi phí để thu mỗi nhà 1£ để hối lộ nhà máy để họ cắt giảm đến số lượng hiệu quả. Thứ hai, có vấn đề kẻ ăn không.

Một số người gõ cửa nhà bạn và nói: "Tôi thu tiền hối lộ từ những người quan tâm đến khói của nhà máy rơi vào vườn nhà mình. Tiền sẽ được sử dụng để hối lộ nhà máy cắt giảm. Bạn có muốn đóng góp không? Tôi đang đi khắp 1000 nhà ở gần". Dù bạn quan tâm hay không, bạn nói: "tôi không quan tâm, tôi không đóng góp". Nếu mọi người khác đóng góp, nhà máy sẽ cắt giảm và bạn không thể bị ngăn cản khỏi việc hưởng lợi ích. Khói không thể rơi vào mỗi vườn nhà bạn chỉ vì bạn không đóng tiền.

Bất kể mọi người đóng góp bao nhiêu, chiến lược trội của bạn là trở thành kẻ ăn không. Mọi người còn lại cũng suy nghĩ tương tự, vì thế không ai đóng góp, mặc dù tất cả các bạn đều được lợi nếu đóng góp và khói giảm bớt đi.

12.6 Các vấn đề môi trường

Khi không có thị trường ẩn cho ô nhiễm, những người gây ô nhiễm sản xuất quá nhiều. Những nhà sản xuất tư nhân bỏ qua chi phí họ áp đặt lên những người khác. Ở cân bằng, chi phí xã hội cận biên cao hơn lợi ích xã hội cận biên.

Nếu khu vực tư nhân không thể tổ chức việc tính cước các ảnh hưởng hướng ngoại mà ô nhiễm tạo ra, liệu chính phủ có thể không? Bằng việc tính cước (thông qua thuế) đối với sự chênh lệch giữa chi phí tư nhân và xã hội cận biên, chính phủ có thể làm cho những nhà sản xuất tư nhân tính đến các chi phí mà họ áp đặt lên những người khác. Lập luận này về thuế ô nhiễm hay cước tắc nghẽn được xem xét ở chương tiếp theo.

Thuế ô nhiễm, đặc biệt về ô nhiễm nước được sử dụng ở nhiều nước. Nhưng hầu hết mỗi chính sách có một phương pháp khác nhau, áp đặt các chuẩn ô nhiễm để điều tiết lượng ô nhiễm cho phép.

Ô nhiễm không khí

Từ khi có Sắc luật Không khí sạch năm 1956, các chính phủ Liên hiệp Anh đã quy định các khu vực không khí sạch trong đó một số chất gây ô nhiễm, đáng lưu ý là khói do đốt than gây ra là bất hợp pháp. Số các khu vực không khí sạch quy định luôn tăng. Bảng 12.1 cho thấy ô nhiễm khói giảm mạnh ở Liên hiệp Anh.

Cho thêm chì vào xăng cải thiện mức tiêu hao nhiên liệu của xe hơi. Tuy nhiên, ô nhiễm chì từ chất thải xe hơi là những chất ô nhiễm không khí có hại cho sức khoẻ con

Bảng 12.1 Ô nhiễm khói, Anh (triệu tấn một năm)

1958	1974	2003
2,0	0,8	0,1

Nguồn: Digest of Environmental Protection and Water Statistics; ONS, Social Trends.

người. Từ năm 1972, Chính phủ Liên hiệp Anh đã dần giảm lượng chì cho phép trong xăng. Chất thải chì trong không khí ở Liên hiệp Anh đã giảm từ trên 8000 tấn một năm trong năm 1975 xuống chỉ còn 1000 tấn một năm, mặc dù tiêu dùng xăng đã tăng đáng kể.

Ô nhiễm nước

Từ năm 1951 các chính phủ ở Liên hiệp Anh cũng đã áp đặt sự kiểm soát đối với việc thải chất thải xuống nước trên đất liền. Mặc dù chúng ta nghĩ về chất thải công nghiệp, nước cống là nguồn ô nhiễm quan trọng hơn. Từ năm 1970, các nhà chức trách quản lý nước địa phương ở Anh và Wale đã chi (theo giá năm 2000) trên 3 tỷ bảng một năm vào việc lọc nước và xử lý nước cống. Một nguồn quan trọng khác của ô nhiễm nước là nitrat sử dụng để bón phân cho đất nông nghiệp. EU đã đưa ra những chuẩn chặt chẽ về độ tinh khiết của nước mà phải mất nhiều năm mới đạt được.

Đánh giá chính sách ô nhiễm ở Liên hiệp Anh

Điều tiết trực tiếp đối với ô nhiễm là một thành công hỗn hợp. Giảm ô nhiễm khói, sử dụng cùng với sương mù mùa đông tạo ra "sương khói" cô đặc là một thành công lớn. Nhiều con sông cũng sạch hơn và cá đã xuất hiện trở lại.

Trong các trường hợp khác, điều tiết kém thành công hơn. Khó mà hiệu lực hoá các quy định điều tiết như cấm các con tàu thải dầu xuống biển. Các bờ biển của Liên hiệp Anh vẫn nằm trong danh sách đen. Các nhà máy điện chạy bằng than đá vẫn thải những số lượng lớn sulfua dioxide.

Chính phủ có thất thật nghiêm khắc đối với những người gây ô nhiễm không? Nhớ lại rằng số lượng ô nhiễm hiệu quả không phải bằng không. Thực tế ô nhiễm vẫn tồn tại không chứng minh rằng chính sách đó là quá yếu.

Kiểm soát ô nhiễm thường là thô và đơn giản. Tính chi phí xã hội và lợi ích cận biên của việc cắt giảm ô nhiễm là hiếm. Đo chi phí và lợi ích là khó khăn. Trong việc quyết định cắt giảm bao nhiêu ô nhiễm chì từ ôtô, chúng ta có thể ước lượng chi phí xã hội cận biên của việc sản xuất ôtô với các hệ thống ống xả chống gây ô nhiễm và chi phí xã hội cận biên của ôtô sử dụng nhiều nhiên liệu hơn trên một dặm. Thậm chí nếu các bác sỹ nhất trí về ảnh hưởng của chất thải chì đối với sức khoẻ, thì xã hội phải đánh giá giá trị của phần tăng cận biên trong sức khoẻ của các thế hệ hiện thời và tương lai như thế nào?

Đây không chỉ là vấn đề về hiệu quả mà còn về công bằng, cả hai đều trong phạm vi thế hệ hiện thời - trẻ em nghèo sống ở trong thành phố bị tổn thương nhiều hơn làm chậm sự phát triển do không khí ô nhiễm chì hít phải - và các thế hệ khác. Những người tiêu dùng ngày nay chịu chi phí của việc làm sạch nhưng lợi ích của nó chủ yếu lại thuộc về những người tiêu dùng tương lai.

Giá và số lượng

Nếu các thị trường tự có xu hướng gây ô nhiễm quá mức, xã hội có thể cắt giảm ô nhiễm hoặc bằng việc điều tiết lượng ô nhiễm hoặc bằng việc sử dụng hệ thống giá để ngăn cản các hoạt động đó bằng việc đánh thuế chúng. Can thiệp thông qua hệ thống thuế có hợp lý hơn điều tiết lượng ô nhiễm một cách trực tiếp không?

Nhiều nhà kinh tế thích thuế hơn hạn chế số lượng. Nếu mỗi hãng đặt giá giống nhau hoặc chịu thuế giống nhau đối với một đơn vị ô nhiễm cận biên thì mỗi hãng đều đặt chi phí cận biên của việc làm giảm ô nhiễm bằng giá của ô nhiễm. Sự phân bổ nào đó trong đó các hãng khác nhau có chi phí cận biên khác nhau của việc làm giảm ô nhiễm là phân bổ không hiệu quả. Nếu các hãng với chi phí cận biên thấp của việc làm giảm ô nhiễm thu hẹp hơn nữa và các hãng với chi phí cận biên cao của việc làm giảm ô nhiễm thu hẹp ít hơn, thì ô nhiễm thấp hơn đạt được với chi phí ít hơn.

Vấn đề chính về sử dụng thuế chứ không phải những hạn chế số lượng là sự không chắc chắn về kết quả. Giả sử ô nhiễm vượt ra ngoài mức giới hạn có những hệ quả mang tính chất thảm hoạ, ví dụ làm hại tầng ozon một cách không thể đảo ngược. Bằng việc điều tiết số lượng một cách trực tiếp, xã hội có thể đảm bảo rằng thảm hoạ có thể tránh được. Kiểm soát gián tiếp, thông qua thuế hoặc cước có thể gặp phải rủi ro là chính phủ tính sai tổng thuế và đặt thuế suất quá thấp. Ô nhiễm khi đó cao hơn so với dự định và có thể là thảm họa.

Hộp 12-2 Không khí bị ô nhiễm

Chlorofluorocarbons (CFCs), khí thiên nhiên sử dụng trong những việc như các bình phun là những thứ làm hại tầng ozone bảo vệ trái đất khỏi các tia nắng mặt trời. Không có màn bảo vệ ánh nắng này, nhiều người sẽ bị ung thư da. Tổ chức việc cắt giảm trên phạm vi quốc tế về ô nhiễm không khí là khó khăn: mỗi nước đều muốn trở thành kẻ ăn không, hưởng lợi ích của việc cắt giảm của các nước khác nhưng không đóng góp phần của mình. Nghị định thư Montreal về các chất làm suy yếu tầng ozone được ký bởi gần 50 nước năm 1987. Trước Nghị định thư này, sự suy yếu tầng ozone dự kiến là 5% vào năm 2025 và 50% vào năm 2075. Trong nghị định thư này, các nước đồng ý thực hiện các bước để giảm sự suy yếu của tầng ozone xuống 2% vào năm 2025 và không làm xấu hơn nữa kể từ sau đó. Những mục đích lạc quan này khó có thể đạt được.

Kiểu thứ hai của ô nhiễm không khí còn quan trọng hơn nhiều. Hiệu ứng nhà kính phát sinh từ việc thải CFCs, mê tan, ôxit nitơ và đặc biệt là điôxit các bon. Khí nhà kính là kết quả trực tiếp của ô nhiễm và kết quả gián tiếp của khả năng hấp thụ chúng của khí quyển bị suy yếu. Cây xanh chuyển hoá điôxit các bon thành ôxy. Phá rừng để lấy đất chăn nuôi, khi cầu về thịt băm của thế giới tăng đã làm tăng tốc hiệu ứng nhà kính.

Hệ quả là sự báo động toàn cầu. Mọi người ở London, Stockholm được rám nắng tốt hơn, những người ở châu Phi gặp hạn hán và đói. Khi các tảng băng tan, nước tăng lên, ngập lụt các khu vực thấp. Năm 2070 nhiệt độ sẽ tăng thêm 4^0C và nước biển lên 45 cm. Với mưa axit, tổ chức việc cùng cắt giảm toàn cầu là khó khăn.

Năm 1997, Nghị định thư Kyoto thống nhất các chỉ tiêu quốc gia về mức thải thấp hơn của khí nhà kính. Bị ràng buộc vào 2008 - 12, Nghị định Kyoto sẽ phải cắt giảm chất thải 5% so với mức của năm 1990, nhưng sẽ cắt giảm lượng chất thải nhiều hơn so với sự tăng trưởng mà chính sách chẳng làm gì cả cho phép. Bảng sau cho thấy các mức năm 1990, hành vi thực trong các năm 1990 và mục tiêu cho năm 2012.

	Lượng chất thải năm 1990 (triệu tấn)	Chỉ tiêu năm 2012 (% thay đổi so với mức năm 1990)
Nhật	1190	- 6
Mỹ	5713	- 7
Đức	1204	-21
Anh	715	-12
Italy	532	- 6
Pháp	498	0
Tây Ban Nha	301	+15

Năm 2001, Tổng thống Mỹ George W Bush đã thông báo rằng Mỹ sẽ không phê chuẩn Nghị định thư Kyoto vì nó không buộc các nước nghèo hơn như Ấn Độ và Trung Quốc làm giảm phần ô nhiễm của mình. Vào tháng 7/2001, sau hội nghị ở Bonn, 178 nước quyết định tiến thêm bằng một phiên bản yếu hơn về Nghị định thư Kyoto, bất chấp sự từ chối tham gia của Mỹ.

Điều tiết tổng lượng ô nhiễm với việc kiểm tra sự chấp thuận của cá nhân những người sản xuất là chính sách đơn giản tránh được những kết quả xấu nhất. Tuy nhiên, bằng việc bỏ qua những sự khác nhau trong chi phí cận biên của việc làm giảm ô nhiễm trong số những người gây ô nhiễm khác nhau, việc này không làm giảm ô nhiễm theo cách tiết kiệm chi phí cho xã hội.

Các bài học từ Mỹ

Mỹ đã đi xa hơn trong việc cố gắng sử dụng các quyền sở hữu và cơ chế giá để cắt giảm ô nhiễm một cách hiệu quả. Các sắc luật không khí sạch của Mỹ đã thiết lập một chính sách môi trường bao gồm việc mua bán chất thải và chính sách bong bóng.

Các sắc luật này đặt ra chuẩn tối thiểu về chất lượng không khí và áp đặt những kiểm soát chất thải ô nhiễm đối với những người gây ô nhiễm cụ thể. Bất kỳ người gây ô nhiễm nào thải ít hơn số lượng xác định của họ sẽ nhận được tín chỉ giảm ô nhiễm (ERC), có thể bán cho người gây ô nhiễm khác muốn vượt quá giới hạn ô nhiễm được phân bổ của mình. Do đó, tổng lượng ô nhiễm bị điều tiết nhưng các hãng có thể giảm ô nhiễm với chi phí thấp hơn có thể có động cơ để làm thế và bán ERC cho các hãng mà việc giảm ô nhiễm tốn chi phí nhiều hơn. Chúng ta đến gần hơn với giải pháp hiệu quả trong đó chi phí cận biên của việc giảm ô nhiễm bằng nhau ở tất cả các hãng.

Khi một hãng có nhiều nhà máy, chính sách bong bóng áp dụng những kiểm soát ô nhiễm đối với cả hãng. Hãng có thể cắt giảm nhiều nhất ở nhà máy trong đó việc giảm ô nhiễm là rẻ nhất.

Do đó, chính sách của Mỹ kết hợp "kiểm soát số lượng" đối với tổng ô nhiễm, trong đó rủi ro và không chắc chắn là lớn nhất, với "kiểm soát thông qua hệ thống giá" đối với việc phân bổ một cách có hiệu quả cách mà các mục tiêu tổng thể này đạt được.

Hộp 12-3 Các mục tiêu khí hậu EU có đáng ngại không?

Các chuyên gia trong thị trường mới nổi về đầu tư thân thiện với khí hậu sợ rằng kế hoạch then chốt cắt giảm lượng điôxit các bon (CO_2) trong khí quyển có thể bị thất bại. Tranh luận tập trung vào Các chương trình trao đổi chất thải của EU sẽ có hiệu lực vào năm tới và hình thành một cơ sở trung tâm cho việc đáp ứng các mục tiêu do Hiệp định thay đổi khí hậu Kyoto đặt ra. Hầu hết các nước vẫn trôi dạt khỏi các mục tiêu đòi hỏi chất thải của EU phải thấp hơn 8% so với các mức năm 1990 trong thời kỳ 2008-12.

Theo BBC News Online, 30 April 4 năm 2004.

Thị trường về giấy phép xả chất thải phải tạo ra động cơ tài chính để đầu tư vào công nghệ sạch hơn. Nhưng hệ thống này sẽ chỉ hoạt động tốt nếu giá của giấy phép cao hơn chi phí của việc đầu tư vào các công nghệ sản xuất xả ít chất thải hơn. Mối quan tâm hiện thời là chính phủ trong phạm vi EU đang cấp quá nhiều giấy phép cho doanh nghiệp, dẫn đến cung vượt và giá giấy phép giảm. Năm 2004, Italy đã cấp giấy phép bằng 111% tổng chất thải CO_2 của năm 2000. Kết quả là thị trường tương lai về giấy phép giảm từ 12 euro một tấn CO_2 xuống 6 euro một tấn.

Tuy nhiên, có những cân nhắc khác. Chính phủ Anh đã khuyến nghị rằng sẽ hạn chế cấp giấy phép ở chừng mực mà Anh phải làm được nhiều hơn là thực hiện nghĩa vụ của mình theo Hiệp định Kyoto. Tuy nhiên, doanh nghiệp quan tâm đến giá cao hơn của giấy phép sẽ đặt các doanh nghiệp Anh vào thế bất lợi đáng kể về chi phí so với các đối thủ EU của mình.

Nước	Chất thải CO_2 (tấn/đầu người)
Anh	9,3
Pháp	6,3
Đức	10,5
Italy	7,3
Hà Lan	11,0
Cộng hoà Czech	12,0

Nguồn: OECD.

12.7 Các thị trường không tồn tại: thời gian và rủi ro

Hai mục trước ta đã dành cho một ý tưởng. Khi ảnh hưởng hướng ngoại tồn tại, cân bằng thị trường tự do là không hiệu quả vì ảnh hưởng hướng ngoại bản thân nó không có thị trường hay giá. Mọi người không tính đến chi phí và lợi ích của các hành động của mình gây ra cho người khác. Không có thị trường cho ảnh hưởng hướng ngoại, hệ thống giá không thể làm cho lợi ích cận biên và chi phí cận biên bằng nhau. Bây giờ, chúng ta bàn đến các "thị trường không tồn tại" khác, về thời gian và về rủi ro.

Hiện tại và tương lai gắn với nhau. Mọi người tiết kiệm hoặc hạn chế tiêu dùng ngày hôm nay để tiêu dùng nhiều hơn trong tương lai. Các hãng đầu tư, giảm sản lượng hiện thời bằng việc dành các nguồn lực cho đào tạo hoặc xây dựng, hoặc để sản xuất nhiều hơn trong tương lai. Xã hội phải lập các kế hoạch hôm nay về các số lượng hàng hoá sản xuất và tiêu dùng trong tương lai như thế nào? Một cách lý tưởng mọi người lập các kế hoạch sao cho chi phí xã hội cận biên của hàng hoá trong tương lai đúng bằng lợi ích xã hội cận biên của mình.

Cũng có ít thị trường dự phòng hay bảo hiểm. Mọi người thường không thích rủi ro. Nó làm giảm ích lợi của họ. Xã hội có thực hiện số lượng hiệu quả các hoạt động có rủi ro?

Một tập hợp đầy đủ các thị trường bảo hiểm làm cho rủi ro có thể chuyển từ người không thích rủi ro sang người sẽ chấp nhận rủi ro ở một mức giá. Giá cân bằng làm cho chi phí và lợi ích xã hội cận biên của các hoạt động rủi ro bằng nhau. Tuy nhiên, sự lựa chọn bất lợi và rủi ro đạo đức hạn chế việc tổ chức các thị trường bảo hiểm. Nếu một số hoạt động rủi ro không được bảo hiểm ở một mức giá nào đó, thì hệ thống giá không thể hướng dẫn xã hội làm cho lợi ích và chi phí xã hội cận biên bằng nhau được.

Các hàng hoá tương lai và hàng hoá rủi ro là các ví dụ về hàng hoá với các thị trường không tồn tại. Giống như ảnh hưởng hướng ngoại, đây là các thất bại của thị trường. Cân bằng thị trường tự do nói chung là hiệu quả. Và lý thuyết điều tốt thứ nhì nói cho chúng ta rằng khi một số thị trường bị bóp méo thì chúng ta có thể không muốn các thị trường khác hoàn toàn không bị bóp méo.

12.8 Chất lượng, y tế và an toàn

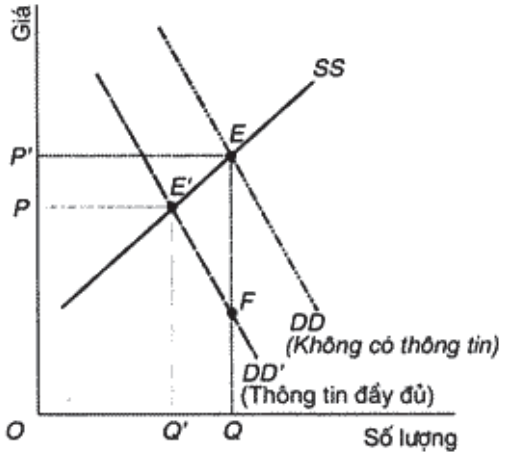
Thông tin là không đầy đủ vì việc thu thập thông tin là tốn kém. Điều này dẫn đến tính không hiệu quả. Người công nhân không biết rằng tiếp xúc với benzene có thể gây ung thư, có thể làm việc lấy mức lương thấp hơn so với khi thông tin này sẵn có một cách phổ biến. Chi phí sản xuất của hãng có thể đánh giá thấp chi phí thực của xã hội và hàng hoá được sản xuất ra quá nhiều. Các chính phủ điều tiết y tế, an toàn và các chuẩn chất lượng vì họ nhận ra nguy cơ của sự thất bại của thị trường.

Các ví dụ của Anh bao gồm các sắc luật về y tế và an toàn lao động, quy định giám sát việc sản xuất thức ăn và dược phẩm, Sắc luật Fair Trading (thương mại công bằng) điều chỉnh việc bảo vệ người tiêu dùng và những quy định về giao thông và lái mô tô khác nhau. Việc luật hoá này khuyến khích việc cung cấp thông tin làm cho các cá nhân đánh giá lợi ích và chi phí chính xác hơn, và nhằm mục đích đặt ra và hiệu lực hoá các chuẩn được thiết kế để giảm rủi ro về bị thương hoặc chết.

Cung cấp thông tin

Hình 12.8 biểu thị đường cung SS về dược phẩm có khả năng có hại. DD là đường cầu nếu những người tiêu dùng không biết mối nguy hiểm đó. Ở cân bằng E số lượng Q được sản xuất ra và tiêu dùng.

Hình 12.8 Thông tin và các hàng hóa không an toàn



Người tiêu dùng không thể tự phát hiện ra những rủi ro gắn với một hàng hóa cụ thể. Cân bằng thị trường xảy ra ở E. Tổ chức chính phủ bây giờ cung cấp thông tin về sản phẩm này. Do đó, đường cầu dịch chuyển xuống dưới và cân bằng mới là ở E', ở đó giá trị thông tin thật hay đầy đủ của một đơn vị hàng hóa bổ sung bằng chi phí xã hội cận biên của nó. Việc cung cấp thông tin ngăn cản tổn thất phúc lợi E'EF phát sinh khi những người tiêu dùng không có thông tin có thể sử dụng sự đánh giá cận biên sai về lợi ích của hàng hóa.

Với thông tin đầy đủ về các mối nguy hiểm, mọi người sẽ mua ít dược phẩm này hơn. Đường cầu DD' biểu thị lợi ích cận biên của người tiêu dùng có thông tin đầy đủ. Cân bằng mới ở E' tránh được gánh nặng mất không EE'F từ việc sản xuất quá nhiều dược phẩm này.

Nếu thông tin được thu thập không tốn chi phí thì mọi người sẽ biết rủi ro thực. Từ lợi ích xã hội EE'F chúng ta phải trừ đi các nguồn lực cần thiết để phát hiện ra thông tin. Cân bằng thị trường tự do là ở E vì nó không đáng giá để mỗi cá nhân tự mình kiểm tra mỗi loại thuốc trên thị trường. Đối với xã hội sẽ có ý nghĩa khi để cho một tổ chức điều tiết kiểm tra các loại thuốc, và bộ luật mà việc hiệu lực hoá nó đảm bảo rằng tất cả các cá nhân đều giả định rằng các loại thuốc đã được kiểm tra là an toàn.

Việc công nhận an toàn hay chất lượng không cần thiết phải do chính phủ thực hiện. Sotheby's certify Rembrandts, AA sẽ kiểm tra một xe đã qua sử dụng cho bạn, và những lái xe say rượu có thể gửi một nửa mẫu máu đến một tổ chức kiểm chứng tư nhân để chứng thực các kết quả phân tích của công an.

Hai yếu tố ngăn cản việc sử dụng kiểm chứng tư nhân trong nhiều lĩnh vực về y tế và an toàn. Thứ nhất, công chúng nhận thức được mâu thuẫn giữa động cơ lợi nhuận và động cơ nói đúng sự thực. Các công chức có thể ít dễ bị lay chuyển hơn.

Thứ hai, tổ chức kiểm chứng tư nhân có thể phải quyết định các chuẩn. Sai số nào phải được đưa vào các quy định an toàn? Dược phẩm phải an toàn như thế nào mới có chứng chỉ? Đây là các vấn đề của chính sách công cộng. Chúng liên quan đến các ảnh hưởng hướng ngoại và có những ứng dụng về phân phối. Cho dù xã hội có thể sử dụng các tổ chức tư nhân để giám sát các quy định thì thường xã hội tự đặt ra các chuẩn.

Áp đặt chuẩn

Lợi ích công cộng là quan trọng khi biết ít về sản phẩm và ở nơi mà các hệ quả của một lỗi nào đó mang tính tai hoạ. Ít người tin rằng các chuẩn an toàn đối với các nhà máy điện nguyên tử có thể được xác định một cách thích hợp bởi khu vực tư nhân.

Khi đặt các chuẩn, chính phủ tăng chi phí tư nhân của việc sản xuất bằng việc ngăn các hãng không được áp dụng các kỹ thuật tối thiểu hoá chi phí mà nếu không thì họ sẽ sử dụng. Đôi khi chính phủ có thông tin tốt hơn khu vực tư nhân. Đôi khi các chuẩn bù

đắp các ảnh hưởng hướng ngoại mà hãng tư nhân bỏ qua. Đôi khi các chuẩn phản ánh sự đánh giá giá trị thuần tuý dựa trên những cân nhắc phân bổ. Một lĩnh vực gây tranh cãi là đánh giá bản thân cuộc sống của con người.

Các nhà chính trị thường kêu ca một cách lố bịch rằng cuộc sống con người nằm ngoài phạm vi của những tính toán kinh tế và phải được ưu tiên tuyệt đối ở bất cứ giá nào. Chính phủ Anh đã nhắc đi nhắc lại sự khẳng định này sau thảm hoạ đường sắt Paddington vào tháng 10 năm 1999. Một nhà kinh tế sẽ đưa ra hai điểm để đáp lại. Thứ nhất, không thể thực hiện một mục đích như thế. Sẽ là quá tốn kém về các nguồn lực để cố gắng loại bỏ tất cả rủi ro của cái chết sớm. Một cách hợp lý, chúng ta không đưa vấn đề này đi quá xa. Thứ hai, trong những lựa chọn nghề nghiệp và giải trí, ví dụ lái các xe đua ôtô hay leo núi, mọi người chấp nhận rủi ro. Xã hội phải hỏi xem những người ghét rủi ro nhiều hơn bao nhiêu so với những người mà chính phủ đang cố gắng bảo vệ.

Ngoài một điểm nào đó, chi phí xã hội cận biên của việc giảm rủi ro hơn nữa sẽ cao hơn lợi ích xã hội cận biên. Phải mất nỗ lực rất lớn để làm cho thế giới chỉ an toàn hơn một ít và các nguồn lực có thể sử dụng ở nơi nào đó khác với tác động lớn hơn. Rủi ro bằng không là vô nghĩa về mặt kinh tế. Chúng ta cần biết chi phí của việc làm cho thế giới an toàn hơn một ít và chúng ta cần khuyến khích xã hội quyết định nó đánh giá lợi ích ở mức độ nào. Bằng việc né tránh nhiệm vụ "không dễ chịu" về việc nói rõ chi phí và lợi ích, xã hội gây ra sự phân bổ không hiệu quả trong đó chi phí cận biên và lợi ích cận biên của việc cứu lấy mạng sống là rất khác nhau trong các hoạt động khác nhau.

TÓM TẮT

- **Kinh tế học phúc lợi** nghiên cứu các vấn đề chuẩn tắc hay những đánh giá giá trị. Mục đích của nó không phải là mô tả nền kinh tế hoạt động như thế nào mà là đánh giá nó hoạt động tốt như thế nào.
- **Công bằng ngang** là đối xử như nhau với những người bằng nhau và **công bằng dọc** là đối xử không như nhau với những người không như nhau. Công bằng liên quan đến phân phối phúc lợi giữa mọi người. Mức độ mong muốn của công bằng là sự đánh giá giá trị thuần tuý.
- **Phân bổ tài nguyên** là sự mô tả về sản xuất hàng hoá gì, như thế nào và cho ai. Để tách các khái niệm công bằng và hiệu quả ra đến mức có thể, các nhà kinh tế sử dụng hiệu quả Pareto. Phân bổ là có **hiệu quả Pareto** nếu không có sự phân bổ lại nào làm cho một số người lợi hơn mà không làm cho những người khác bị thiệt. Nếu một phân bổ là không hiệu quả thì có thể đạt được lợi ích Pareto, làm cho một số người được lợi và không ai bị thiệt. Nhiều phân bổ làm cho một số người được lợi và những người khác bị thiệt. Chúng ta không thể nói liệu những thay đổi như thế là tốt hay xấu mà không đưa ra những đánh giá giá trị để so sánh phúc lợi của những người khác nhau.
- Với một mức xác định các nguồn lực và công nghệ, nền kinh tế có một số vô hạn các phân bổ hiệu quả Pareto khác nhau về sự phân bổ phúc lợi giữa mọi người. Ví dụ, mọi phân bổ cho một cá nhân toàn bộ sản phẩm là có hiệu quả Pareto. Nhưng có nhiều phân bổ là không hiệu quả.
- Trong những điều kiện hạn chế, cân bằng cạnh tranh là có hiệu quả Pareto. Những phân phối ban đầu về vốn vật lực và nhân lực khác nhau tạo ra những cân bằng

cạnh tranh khác nhau tương ứng với mỗi phân bổ hiệu quả Pareto có thể. Khi những người sản xuất và những người tiêu dùng chấp nhận giá gặp các giá như nhau, chi phí cận biên và lợi ích cận biên đều bằng giá (bằng các hành động cá nhân của những người sản xuất và những người tiêu dùng) và vì thế bằng nhau.

- Trong thực tế, các chính phủ gặp mâu thuẫn giữa công bằng và hiệu quả. Đánh thuế mang tính chất phân phối lại thọc một cái nêm vào giữa các giá người tiêu dùng trả (bằng lợi ích cận biên) và giá mà người sản xuất nhận được (bằng chi phí cận biên). Cân bằng thị trường tự do sẽ không làm cho chi phí cận biên và lợi ích cận biên bằng nhau và sẽ là không hiệu quả.

- **Những bóp méo xảy ra** khi cân bằng thị trường không làm cho **chi phí xã hội cận biên** và **lợi ích xã hội cận biên** bằng nhau. Những bóp méo dẫn đến sự không hiệu quả hay **thất bại của thị trường**. Ngoài thuế ra, có các nguyên nhân quan trọng khác của những bóp méo: cạnh tranh không hoàn hảo (thất bại không đặt giá bằng chi phí cận biên), ảnh hưởng hướng ngoại (sự khác nhau giữa chi phí hay lợi ích tư nhân và xã hội) và các thị trường không tồn tại khác liên quan đến các hàng hoá tương lai, hàng hoá rủi ro hay các vấn đề thông tin khác.

- Khi chỉ một thị trường bị bóp méo thì giải pháp **tốt nhất** là loại bỏ sự bóp méo, do đó đạt được hiệu quả đầy đủ. Tiêu thức tốt thứ nhất chỉ gắn với hiệu quả. Các chính phủ quan tâm đầy đủ về sự phân phối lại có thể vẫn thích các phân bổ không hiệu quả với công bằng dọc nhiều hơn. Tuy nhiên, khi không thể loại bỏ sự bóp méo khỏi một thị trường thì nói chung đảm bảo các thị trường khác không có bóp méo là không hiệu quả. Lý thuyết điều **tốt thứ nhì** nói rằng sẽ hiệu quả hơn khi dàn trải những bóp méo ra nhiều thị trường hơn so với khi tập trung ảnh hưởng của chúng vào một số ít thị trường.

- **Ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất** xảy ra khi hành động của một người sản xuất ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí sản xuất của người sản xuất khác, như khi một hãng gây ô nhiễm cung nước của một hãng khác. **Ảnh hưởng hướng ngoại của tiêu dùng** có nghĩa là các quyết định của một người ảnh hưởng trực tiếp đến ích lợi của một người tiêu dùng khác, như khi vườn của bạn tạo sự dễ chịu cho những người hàng xóm. Các ảnh hưởng hướng ngoại làm dịch chuyển các đường bàng quan hoặc các hàm sản xuất.

- Các ảnh hưởng hướng ngoại dẫn đến sự khác nhau giữa chi phí hoặc lợi ích tư nhân và xã hội vì không có thị trường ẩn cho bản thân ảnh hưởng hướng ngoại. Khi chỉ một số người liên quan, một hệ thống **quyền sở hữu** có thể thiết lập được thị trường không tồn tại. Hướng đền bù sẽ phụ thuộc vào ai có quyền sở hữu. Cách này hoặc cách khác có thể đạt đến lượng hiệu quả của ảnh hưởng hướng ngoại ở đó chi phí cận biên và lợi ích cận biên bằng nhau. Giải pháp hiệu quả hiếm khi là lượng bằng không của ảnh hưởng hướng ngoại. Các **chi phí giao dịch** và vấn đề **kẻ ăn không** có thể ngăn cản các thị trường ẩn được thiết lập. Cân bằng khi đó sẽ là không có hiệu quả.

- Khi các ảnh hưởng hướng ngoại dẫn đến thất bại của thị trường, chính phủ có thể tạo lập thị trường không tồn tại bằng việc đặt giá cho ảnh hưởng hướng ngoại thông qua thuế hoặc trợ cấp. Nếu trực tiếp đánh giá lượng hiệu quả của ảnh hưởng hướng ngoại và vì thế đánh giá thuế hoặc trợ cấp chính xác, và giám sát trực tiếp số lượng sản xuất ra và tiêu dùng thì thuế hoặc trợ cấp đó sẽ cho phép thị trường đạt được sự phân bổ tài nguyên có hiệu quả.

- Trong thực tế, các chính phủ thường điều tiết ảnh hưởng hướng ngoại như **ô nhiễm** hay **tắc nghẽn giao thông** bằng việc áp đặt các chuẩn ảnh hưởng đến số lượng một cách trực tiếp chứ không phải bằng việc sử dụng hệ thống thuế để ảnh hưởng đến sản xuất hoặc tiêu dùng một cách gián tiếp. Các chuẩn số lượng tổng thể có thể không làm cho chi phí cận biên của việc giảm ô nhiễm bằng nhau giữa những người gây ô nhiễm khác nhau, trong trường hợp đó sự phân bổ tài nguyên sẽ không phải là hiệu quả. Tuy nhiên, các chuẩn đơn giản có thể sử dụng hết ít nguồn lực hơn để giám sát, hiệu lực hoá và có thể ngăn cản những kết quả mang tính thảm hoạ khi có sự không chắc chắn.
- **Rủi ro đạo đức, lựa chọn bất lợi** và **các vấn đề thông tin khác** ngăn cản sự phát triển một tập hợp đầy đủ các thị trường kỳ hạn và các thị trường dự phòng. Không có các thị trường này hệ thống giá không thể làm cho chi phí và lợi ích xã hội cận biên bằng nhau cho các hàng hoá tương lai hoặc các hoạt động có rủi ro.
- **Thông tin không đầy đủ** có thể dẫn đến các sự lựa chọn tư nhân không hiệu quả. Những sự điều tiết y tế, chất lượng và an toàn được thiết kế vừa để cung cấp thông tin và để biểu thị những đánh giá giá trị của xã hội về những thứ vô hình, như bản thân mạng sống. Bằng việc tránh sự cân nhắc rõ ràng những chi phí và lợi ích xã hội, chính sách của chính phủ có thể là không nhất quán trong sự đánh giá ẩn của mình về y tế hoặc an toàn trong các hoạt động khác nhau chịu sự điều tiết.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Một nền kinh tế có 10 đơn vị hàng hoá để chia cho hai người, (x, y) nghĩa là người thứ nhất được số lượng x, người thứ hai số lượng y. Với mỗi sự phân bổ (a) đến (e), hãy cho biết chúng là (i) hiệu quả và (ii) công bằng: (a) [10 . 0], (b) [7 . 2], (c) [5 . 5], (d) [3 . 6], (e) [0 . 10]. "Công bằng nghĩa" là gì? Bạn có thích sự phân bổ (d) hơn (e) không?
2. Giá bữa ăn là 1£ và phim là 5£. Có cạnh tranh hoàn hảo và không có ảnh hưởng hướng ngoại. Chúng ta có thể nói gì về: (a) Lợi ích tương đối của một bộ phim cận biên và một bữa ăn cận biên đối với những người tiêu dùng; (b) Chi phí sản xuất cận biên của phim và bữa ăn; (c) Sản phẩm cận biên của các yếu tố khả biến trong các ngành sản xuất phim và bữa ăn? Tại sao cân bằng này là hiệu quả?
3. Khi quyết định lái xe vào giờ cao điểm, bạn nghĩ về chi phí xăng và thời gian của chuyến đi. Bạn có làm chậm những người khác bởi việc lái xe của mình không? Đây có phải là ảnh hưởng hướng ngoại không? Có quá nhiều hay quá ít người lái xe vào giờ cao điểm? Có nên hạn chế việc đỗ xe ở các thành phố của những người đi lại hàng ngày không?
4. Năm 1885, 200 người chết khi đầu máy hơi nước nổ trên con thuyền trên sông Mississippi. Jeremiah Allen và ba người bạn đã hình thành một công ty tư nhân bảo hiểm đầu máy hơi nước mà họ đã kiểm tra an toàn. Việc kiểm tra đầu máy hơi nước đã được thực hiện và mức nổ đã giảm hẳn. Công ty của Jeremiah Allen có thành công không nếu có các đầu máy hơi nước đã được kiểm chứng nhưng không được bảo hiểm? Giải thích.

5 (a) Tại sao xã hội có thể cấm các dược phẩm vô lợi vô hại đối với những bệnh mà các dược phẩm này có thể chữa được? (b) Nếu các tổ chức điều tiết bị quy tội cho những việc xấu xảy ra bất chấp những sự điều tiết (tai nạn tàu hoả) nhưng không được quy tội cho những việc tốt bị ngăn cản bởi điều tiết quá mức (sự có mặt nhanh chóng của thuốc an toàn và hữu ích), các tổ chức điều tiết có điều tiết quá mức các hoạt động chịu sự kiểm tra thường xuyên của họ không?

6 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định sau là sai? (a) Xã hội phải cấm tất cả những chất thải độc hại. (b) Bất kỳ điều gì chính phủ có thể làm thì thị trường có thể làm tốt hơn. (c) Bất kỳ điều gì thị trường có thể làm thì chính phủ có thể làm tốt hơn.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 317.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

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

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

Chương 13

Thu và chi của chính phủ

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. **Các loại chi khác nhau của chính phủ.**
2. **Tại sao hàng hoá công cộng không thể được cung bởi thị trường?**
3. **Thuế suất trung bình và cận biên.**
4. **Thuế có thể bù đắp cho ảnh hưởng hướng ngoại như thế nào?**
5. **Kinh tế học phía cung.**
6. **Tại sao doanh thu thuế không thể tăng vô hạn?**
7. **Các luồng chảy giữa các quốc gia hạn chế chủ quyền kinh tế quốc gia.**
8. **Kinh tế chính trị về cách thức các chính phủ xây dựng chính sách.**

Quy mô của chính phủ tăng liên tục cho đến tận những năm 1970. Sau đó nhiều người thấy rằng nó quá lớn, các nguồn lực được sử dụng tốt hơn ở khu vực tư nhân. Thuế cao được coi là làm cho xí nghiệp tư nhân ngột ngạt. Cử tri ở nhiều nước quay sang những nhà lãnh đạo chính trị hứa hẹn giảm quy mô của chính phủ.

Thanh toán chuyển giao không đòi hỏi hàng hoá hoặc dịch vụ đáp lại trong khoảng thời gian đó.

Bây giờ thì con lắc đang quay trở lại. Ở Mỹ, thậm chí Tổng thống George W. Bush đã hứa hẹn các nguồn lực to lớn của chính phủ để xây dựng lại New York sau vụ tấn công khủng bố 11/9. Ở Vương quốc Anh gánh nặng thuế đã tăng trong những năm 1990, sau khi giảm dưới thời bà Thatcher. Công Đảng Mới đã thắng trong bầu cử 2001 vì sự hứa hẹn chi tiêu chính phủ lớn hơn cho y tế, giáo dục và giao thông.

Thặng dư (thâm hụt) **ngân sách** là phần dư (phần hụt) của chi tiêu so với phần thu.

Trên quan điểm lịch sử, Bảng 13.1 cho thấy chính phủ ở mọi nơi đã phát triển như thế nào trong thế kỷ trước. Bảng 13.2 chỉ ra chi tiêu của chính phủ Vương quốc Anh đã giảm sau những năm 1970 và tách tổng chi tiêu của chính phủ thành các món mua hàng hoá và dịch vụ của chính phủ - giáo dục, quốc phòng, an ninh - và thanh toán chuyển giao, như: bảo hiểm xã hội, lương hưu và lãi tiền vay của nhà nước.

Bảng 13.1 Chi tiêu của chính phủ (% của GDP)

	1880	1929	1960	2003
Nhật	11	19	18	35
Mỹ	8	10	28	27
Đức	10	31	32	46
Anh	10	24	32	38
Pháp	15	19	35	50
Thụy Điển	6	8	31	52

Nguồn: World Bank, World Development Report; OECD, *Economic Outlook*.

Bảng 13.2 Chi tiêu của Chính phủ Liên hiệp Anh (% của GDP)

	1956	1976	2003
Tổng chi tiêu	33,9	46,9	42,3
Hàng hoá và dịch vụ	20,7	25,9	23,2
Thanh toán chuyển giao	13,2	21,0	21,1

Nguồn: ONS, UK National Accounts; HM Treasury, Budget 2004.

Thuế suất cận biên là phần của mỗi bảng thu nhập bổ sung dùng để trả thuế. **Thuế suất trung bình** là phần của tổng thu nhập dùng để trả thuế.

Hầu hết chi tiêu chính phủ được tài trợ bằng nguồn thu từ thuế. Tuy nhiên, giống như việc bạn có thể chi tiêu vượt quá mức thu nhập sinh viên của mình và tài trợ cho phần vượt quá đó bằng đi vay và trả lại sau, chính phủ cũng không nhất thiết phải cân bằng chi tiêu với nguồn thu của mình trong một giai đoạn nhất định. Bảng 13.3 minh họa cho thấy vào năm 2005 ở Mỹ, Liên hiệp Anh, Pháp và Đức được kỳ vọng là có thâm hụt ngân sách chút ít.

Sau khi có cơ sở này, chúng ta xem xét các vấn đề kinh tế vi mô. Thứ nhất, chúng ta phân biệt giữa thuế suất trung bình và thuế suất cận biên.

Trong cơ cấu thuế luỹ tiến, thuế suất trung bình tăng khi thu nhập của cá nhân tăng. Chính phủ lấy đi những phần lớn hơn từ người giàu so với từ người nghèo. Trong cơ cấu thuế luỹ thoái, thuế suất trung bình giảm khi mức thu nhập tăng, lấy đi những phần theo tỷ lệ nhỏ hơn từ người giàu.

Bảng 13.4 cho thấy rằng Liên hiệp Anh, giống như hầu hết các nước, có cơ cấu thuế luỹ tiến. Hình 13.1 giải thích tại sao. Chúng ta vẽ thu nhập trước thuế trên trục hoành và thu nhập sau thuế trên trục tung. Đường OG, với độ dốc 45^0, hàm ý không có thuế. Thu nhập trước thuế OA trên trục hoành phù hợp với thu nhập sau thuế OA trên trục tung. Bây giờ giả sử rằng có thuế thu nhập nhưng đầu tiên thu nhập OA không bị đánh thuế. Nếu thuế suất cận biên đối với thu nhập bị đánh thuế là hằng số, các cá nhân gặp đường OBCD, giữ một phần không đổi của mỗi bảng thu nhập trước thuế cao hơn OA. Thuế suất cận biên cao hơn thì BC càng thoái hơn.

Bảng 13.3 Hoạt động của chính phủ trong năm 2005 (% của GDP)

	Anh	Mỹ	Pháp	Đức
Chi tiêu	44	36	53	46
Doanh thu thuế	41	32	49	43
Thặng dư ngân sách	-3	-4	-4	-3

Nguồn: OECD, *Economic Outlook*.

Để tính thuế suất trung bình ở điểm D chẳng hạn, ta nối OD. Độ dốc của đường thẳng này càng nhỏ thì thuế suất trung bình càng lớn. Thậm chí với thuế suất cận biên không đổi và độ dốc không đổi dọc BC, phần không phải trả thuế ban đầu làm cho cơ cấu thuế trở thành lũy tiến. Thu nhập của cá nhân càng cao, phần thu nhập không phải trả thuế tính theo phần trăm của tổng thu nhập càng nhỏ thì phần của tổng thu nhập dùng để trả thuế càng lớn.

Bảng 13.4 Thuế suất thuế thu nhập, Anh 1978 - 2004

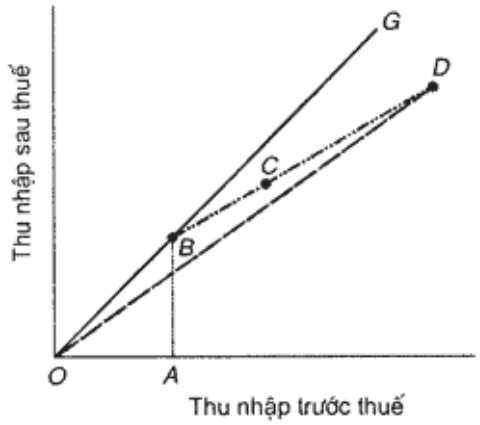
Thu nhập chịu thuế	Thuế suất cận biên (%)	
(Nghìn £ theo giá năm 2004)	78-79	04-05
2020	34	10
5000	34	22
10000	34	22
20000	45	22
31400	50	40
40000	70	40
70000	83	40

Nguồn: HMSO, Financial Statement and Budget Report; HM Treasury, Budget 2004.

Lưu ý: Thu nhập chịu thuế sau khi trừ phần không phải trả thuế. Vào năm 2004-05 thu nhập không phải trả thuế của người độc thân là 4745 £.

Nhưng Bảng 13.4 cho thấy rằng thuế suất cận biên cũng có thể tăng theo thu nhập. Khi các cá nhân chuyển vào các nấc thuế cao hơn họ trả thuế suất cận biên cao hơn, chuyển đến các phần thoái hơn của đường thuế. Thuế suất trung bình bây giờ tăng nhanh hơn khi thu nhập tăng.

Hình 13.1 Thuế thu nhập lũy tiến



Đường 45° OG biểu thị các khoản thuế hay chuyển giao bằng không, do đó thu nhập trước thuế và sau thuế trùng nhau. Với khoản thu nhập miễn thuế OA, sau đó thuế suất thuế thu nhập không đổi t, đường thu nhập sau thuế là OBCD. Độ dốc chỉ phụ thuộc vào thuế suất cận biên [trên BCD là (1 - t)]. Thuế suất trung bình ở điểm bất kỳ D là độ dốc của OD. Thuế là luỹ tiến nếu thuế suất trung bình tăng khi thu nhập trước thuế tăng.

Bảng 13.4 cũng cho thấy rằng thuế suất cận biên của Liên hiệp Anh đã giảm nhiều trong hai thập kỷ trước, đặc biệt với người rất giàu. Một triệu phú trả 83% của tất cả thu nhập chịu thuế của mình trừ 70000£ đầu tiên vào năm 1978, chỉ phải trả 40% vào năm 2003.

Liên hiệp Anh không phải là nước duy nhất cắt giảm thuế suất. Khi đó cả thế giới chuyển theo hướng giảm thuế, đặc biệt đối với người rất giàu. Điều này một phần phản ánh niềm tin rằng thuế suất trước đó quá cao nên những bóp méo là quá lớn. Tuy nhiên, nó cũng phản ánh sự cạnh tranh ngày càng tăng giữa các chính phủ để thu hút các nguồn lực di động (vốn hiện vật và con người) đến nước mình. Vào cuối chương này, chúng ta sẽ bàn luận đến tính di động giữa các quốc gia làm xói mòn chủ quyền quốc gia như thế nào.

13.1 Đánh thuế và chi tiêu của chính phủ

Chi tiêu của chính phủ, và thuế để tài trợ chi tiêu đó, bây giờ là khoảng 40% của sản phẩm quốc dân. Bảng 13.5 cho thấy thành phần của chi tiêu và doanh thu của chính phủ trong năm 2002-03.

Bảng 13.5 Chi tiêu và doanh thu của chính quyền trung ương và địa phương Anh 2002-03

Chi tiêu	Tỷ £	Doanh thu	Tỷ £
Chi tiêu thường xuyên vào hàng hoá và dịch vụ	215	Thuế trực thu	144
Thanh toán chuyển giao		Thuế gián thu	142
Bảo hiểm xã hội	129	Thuế khác	19
Trả lãi tiền vay	21	Đóng bảo hiểm xã hội	63
Các khoản chuyển giao khác	29	Các khoản thu khác	28
Khấu hao	14		
Tổng chi tiêu thường xuyên	382	Tổng thu thường xuyên	396
Chi tiêu vốn	17		
Trừ đi khấu hao	-14		
Vốn chuyển giao	7		
Chi tiêu vốn ròng	10		
Đòi hỏi tiền mặt ròng	**22**		

Nguồn: ONS, UK National Accounts.

Gần một nửa chi tiêu chính phủ là dành cho các khoản thanh toán chuyển giao như: lương hưu, tiền hỗ trợ tìm kiếm việc làm (trước đây gọi là trợ cấp thất nghiệp) và lãi vay. Trong phần chi tiêu còn lại cho hàng hóa dịch vụ, những khoản chi quan trọng nhất là dành cho giáo dục, y tế, quốc phòng. Bảng 13.5 cũng thể hiện chi tiêu này của chính phủ được tài trợ như thế nào.

Thuế trực thu là thuế đánh vào thu nhập và tài sản. **Thuế gián thu** là thuế đánh vào chi tiêu và sản lượng.

Các loại thuế trực thu quan trọng nhất là thuế thu nhập cá nhân và thuế đánh vào lợi nhuận công ty. Thuế gián thu quan trọng nhất là thuế giá trị gia tăng (VAT) và thuế hải quan. Lưu ý rằng, vì việc cung cấp lương hưu của nhà nước nằm trong bên chi như một khoản thanh toán chuyển giao, còn đóng góp lương hưu trong chương trình bảo hiểm quốc gia được đưa vào bên thu.

13.2 Chính phủ trong nền kinh tế thị trường

Chúng ta biện minh chi tiêu của chính phủ trong nền kinh tế thị trường như thế nào?

Hàng hoá cá nhân, nếu được tiêu dùng bởi một người, không thể được tiêu dùng bởi những người khác. **Hàng hoá công cộng**, nếu được tiêu dùng bởi một người, phải được tiêu dùng bởi những người khác với số lượng như nhau.

Hàng hoá công cộng

Kem là hàng hoá cá nhân. Nếu bạn ăn một cái kem, không ai khác có thể ăn chính cái kem đó. Với một mức cung nhất định nào đó, việc tiêu dùng của bạn làm giảm số lượng sẵn có cho những người khác tiêu dùng. Hầu hết các hàng hoá là hàng hoá cá nhân.

Không khí sạch và quốc phòng là các ví dụ về hàng hoá công cộng. Nếu không khí không có ô nhiễm, thì việc tiêu dùng của bạn không cản trở việc tiêu dùng không khí của người khác. Hải quân tuần tra hải phận, việc tiêu dùng quốc phòng của bạn không ảnh hưởng đến lượng quốc phòng của người khác. Tất cả chúng ta đều tiêu dùng cùng một lượng cung tổng cộng. Chúng ta có thể có những lượng thỏa dụng khác nhau nếu sở thích của chúng ta khác nhau nhưng tất cả chúng ta tiêu dùng cùng một lượng.

Đặc điểm then chốt của hàng hoá công cộng là (1) về mặt kỹ thuật có thể một người tiêu dùng mà không làm giảm số lượng sẵn có cho những người khác, và (2) không thể loại trừ bất kỳ ai khỏi việc tiêu dùng trừ khi với chi phí cực kỳ cao. Một trận bóng đá có thể được xem bởi nhiều người, đặc biệt phát trên TV mà không làm giảm lượng tiêu dùng của những người xem khác, nhưng có thể loại trừ. Sân bóng cũng chỉ chứa được một số lượng nhất định và một số câu lạc bộ ở Premier League cũng thu tiền xem những trận đấu của họ trên TV. Một vấn đề thú vị phát sinh khi, như với quốc phòng, việc loại trừ những cá nhân nhất định khỏi việc tiêu dùng là không thể.

Những kẻ ăn không

Chương 12 giới thiệu vấn đề kẻ ăn không khi bàn luận tại sao việc hối lộ và việc đền bù cho ảnh hưởng hướng ngoại có thể không xảy ra. Các hàng hoá công cộng rộng mở cho

Hộp 13-1 Cơ sở hạ tầng của thị trường

Trong các nền kinh tế nghèo, các nguồn lực khan hiếm, bao gồm cả các nguồn lực cho bản thân chính phủ. Như một bộ trưởng của Czech đã nêu năm 1990, "Mới đầu, cái tốt nhất chúng ta đang làm là chủ nghĩa tư bản phương tây hoang dã". Ngay cả Mỹ một thời cũng thiết lập quy tắc luật, các quyền sở hữu rõ ràng và điều tiết nhiều hoạt động tư nhân. Không có độ tin cậy trong các hợp đồng và các thủ tục có uy tín để giải quyết những tranh chấp, các thị trường không thể phân bổ tài nguyên một cách hiệu quả.

Khối Xô viết đã từ bỏ kế hoạch hoá tập trung vì nó đã thất bại. Thiếu cơ sở hạ tầng để cho các thị trường hoạt động một cách vững chắc, những năm đầu của quá trình chuyển đổi là khó khăn và sản lượng đã giảm. Hầu hết các nền kinh tế chuyển đổi bây giờ đều đi vào ngõ cụt. Số liệu cho thấy vai trò cốt yếu của chính phủ trong việc hỗ trợ các nền kinh tế thị trường thành công.

% tăng trưởng sản lượng thực tế hàng năm

Năm	Trung và Đông Âu	Nga
90 - 94	-3	+10
95 - 98	+4	+3
99 - 03	+4	+6

Nguồn: OECD, *Economic Outlook.*

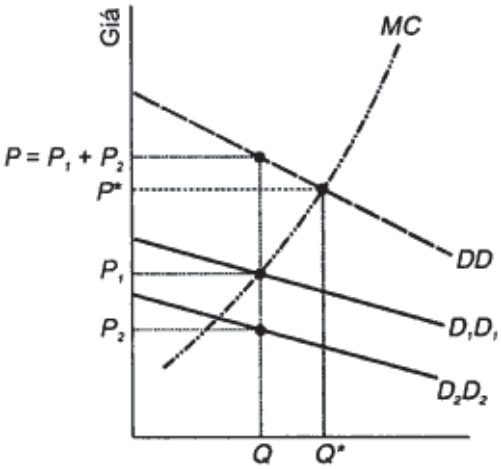
vấn đề kẻ ăn không nếu chúng được cung cấp bởi khu vực tư nhân. Vì bạn được hưởng lượng quốc phòng giống như mọi người khác, dù bạn trả tiền hay không trả tiền cho nó, nên bạn không bao giờ mua nó trên thị trường tư nhân. Cũng chẳng ai khác làm thế. Không có cầu về quốc phòng mặc dù tất cả chúng ta đều cần.

Hàng hoá công cộng giống như ảnh hưởng hướng ngoại mạnh. Nếu bạn mua quốc phòng mọi người khác đều được lợi. Vì lợi ích tư nhân cận biên và lợi ích xã hội cận biên khác nhau nên các thị trường tư nhân sẽ không tạo ra số lượng hiệu quả về mặt xã hội. Việc can thiệp của chính phủ là cần thiết.

Lợi ích xã hội cận biên

Giả sử hàng hoá công cộng là cung cấp nước công cộng thuần túy. Nước càng bị nhiễm độc càng nhiều người bị bệnh tả. Hình 13.2 giả định rằng có hai người. Đường cầu của người thứ nhất về nước là D_1D_1. Mỗi điểm trên đường cầu cho thấy người đó sẽ trả bao nhiêu cho đơn vị cuối cùng của nước sạch, lợi ích cận biên của người đó. D_2D_2 cho thấy lợi ích cận biên của nước sạch đối với người thứ hai.

Hình 13.2 Hàng hóa công cộng thuần túy



D_1D_1 và D_2D_2 là các đường cầu riêng rẽ của 2 cá nhân và biểu thị lợi ích tư nhân cận biên của đơn vị cuối cùng của hàng hóa công cộng đối với mỗi cá nhân. Lợi ích xã hội cận biên của đơn vị cuối cùng đối với cả nhóm là gì? Vì cả hai cá nhân đều tiêu dùng bất kỳ số lượng nào của hàng hóa được sản xuất ra, nên chúng ta phải cộng theo chiều dọc giá mỗi người sẵn sàng trả cho đơn vị cuối cùng. Ở sản lượng Q, lợi ích xã hội cận biên vì thế là $P_1 + P_2$. Đường DD biểu thị lợi ích xã hội cận biên và đạt được bằng cách cộng theo chiều dọc đường cầu của hai cá nhân lại với nhau. Nếu MC là chi phí tư nhân và xã hội cận biên của việc sản xuất ra hàng hóa công cộng này thì sản lượng hiệu quả xã hội là Q*. Ở đó chi phí xã hội cận biên và lợi ích xã hội cận biên bằng nhau.

Đường DD là lợi ích xã hội cận biên của nước sạch. Ở mỗi mức hàng hoá công cộng, ta cộng theo chiều dọc lợi ích cận biên của mỗi cá nhân lại để được lợi ích xã hội cận biên. Ở sản lượng Q lợi ích xã hội cận biên là $P = P_1 + P_2$. Chúng ta cộng theo chiều dọc ở một số lượng xác định vì mỗi người đều tiêu dùng cùng một số lượng hàng hoá công cộng.

Hình 13.2 cũng minh họa chi phí cận biên của hàng hóa công cộng. Nếu không có ảnh hưởng hướng ngoại sản xuất, thì chi phí cá nhân cận biên và chi phí xã hội cận biên sẽ bằng nhau. Sản lượng hiệu quả xã hội của hàng hóa công cộng là Q* tại đó lợi ích xã hội cận biên bằng với chi phí xã hội cận biên.

Điều gì xảy ra nếu hàng hoá công cộng được sản xuất và bán bởi tư nhân? Người thứ nhất có thể trả P_1 để có số lượng Q được sản xuất ra bởi một người cung tư nhân đặt giá bằng chi phí cận biên. Ở sản lượng Q giá P_1 đúng bằng lợi ích cận biên mà người thứ nhất đạt được từ đơn vị cuối cùng của hàng hoá công cộng. Người thứ hai sẽ không trả tiền để sản lượng hàng hoá công cộng tăng cao hơn Q. Người thứ hai không thể bị loại trừ khỏi việc tiêu dùng sản lượng Q mà người thứ nhất đã được ủy quyền. Ở sản lượng Q lợi ích cận biên của người thứ hai chỉ là P_2, thấp hơn giá hiện thời P_1. Người thứ hai sẽ không trả mức giá cao hơn, mức cần thiết để làm cho người cung cạnh tranh mở rộng sản lượng ra ngoài Q. Người thứ hai là kẻ ăn không đối với món mua Q của người thứ nhất. Sản lượng sản xuất và tiêu dùng tư nhân này trong thị trường cạnh tranh thấp hơn sản lượng hiệu quả Q*.

Sự bộc lộ sở thích

Nếu biết đường lợi ích xã hội cận biên DD, chính phủ có thể quyết định mức sản lượng hiệu quả của hàng hoá công cộng. Làm thế nào để chính phủ biết được các đường cầu

cá nhân mà phải cộng theo chiều dọc với nhau để được DD? Mọi người sẽ biết họ đánh giá hàng hoá bao nhiêu để giảm các khoản thanh toán của mình, như trong thị trường cạnh tranh. Ngược lại, liệu chúng ta có ở trên các đường phố an toàn hơn không nếu chúng ta không đóng góp vào chi phí.

Trên thực tế, những người dân chủ cố gắng giải quyết vấn đề này thông qua việc bầu chính phủ. Các nhà chính trị làm cho xã hội đến gần hơn câu trả lời hiệu quả so với cái mà thị trường có thể. Các đảng phái khác nhau đưa ra các số lượng hàng hoá công cộng khác nhau cùng với bản báo cáo cách thức chúng được tài trợ bằng thuế. Bằng việc hỏi "Bạn muốn bao nhiêu, biết rằng mọi người đều phải chịu chi phí của việc cung cấp hàng hoá công cộng?" xã hội đến gần hơn với việc cung các số lượng hiệu quả của hàng hoá công cộng. Tuy nhiên, với chỉ ít đảng cạnh tranh trong bầu cử và nhiều chính sách mà nhờ đó họ đưa ra một quan điểm, đây vẫn là cách thô thiển để quyết định số lượng hàng hoá công cộng được cung cấp.

Sản xuất của chính phủ

Sản lượng hàng hoá công cộng phải được quyết định bởi chính phủ, không phải bởi thị trường. Đây không nhất thiết phải là bản thân chính phủ sản xuất hàng hoá. Hàng hoá công cộng không cần phải do khu vực công cộng sản xuất.

Quốc phòng phổ biến được sản xuất trong khu vực công cộng hay khu vực chính phủ. Chúng ta có rất ít quân đội tư nhân. Quét rác trên đường phố, mặc dù là hàng hoá công cộng, vẫn có thể được hợp đồng cho những người sản xuất tư nhân, ngay cả khi chính quyền địa phương xác định số lượng của nó và thanh toán cho nó bằng doanh thu thuế. Ngược lại, các bệnh viện nhà nước bao gồm cả sản xuất của khu vực công cộng về hàng hoá tư nhân. Việc phẫu thuật thay hông của một người ngăn cản một bác sỹ phẫu thuật không phẫu thuật được cho người khác.

Trong chương tiếp theo chúng ta sẽ nghiên cứu tại sao khu vực công cộng có thể muốn sản xuất hàng hoá cá nhân. Liệu hàng hoá công cộng có cần phải được sản xuất bởi khu vực công cộng hay không không phụ thuộc vào các đặc tính tiêu dùng của chúng, mà định nghĩa hàng hoá công cộng của chúng ta dựa vào, mà phụ thuộc vào các đặc tính sản xuất của chúng. Chẳng có gì đặc biệt về quét rác trên đường phố. Ngược lại, các quân đội dựa vào kỷ luật và bí mật. Các tướng và các tư lệnh hải quân có thể tin, và xã hội có thể nhất trí, rằng chống lại những quy định này phải nhận được những hình phạt đặc biệt khác những hình phạt thường áp dụng trong các hãng tư nhân. Rất ít người tin rằng sự không phục tùng là một sự phạm tội quan trọng đối với những người quét rác trên đường phố.

Thanh toán chuyển giao và phân phối lại thu nhập

Chi tiêu của chính phủ vào thanh toán chuyển giao chủ yếu liên quan đến công bằng và phân phối lại thu nhập. Bằng việc chi tiền cho những người thất nghiệp, người già, người nghèo, chính phủ làm thay đổi phân phối thu nhập và phúc lợi mà nền kinh tế thị trường tự do tạo ra: có một mức sống tối thiểu không công dân nào bị giảm thấp hơn. Việc xác định chuẩn mực này là một nhận định giá trị thuần tuý.

Để tài trợ cho việc chi tiêu này, chính phủ đánh thuế những người có khả năng chi trả. Gộp lại, hệ thống thuế và chuyển giao lấy tiền của người giàu và chuyển cho người nghèo. Người nghèo nhận tiền chuyển giao và cả tiêu dùng hàng hoá công cộng được thanh toán bằng thuế thu nhập thu từ người giàu. Bảng 13.6 cho thấy rằng trong năm 2001 - 2002 tác động kết hợp của hệ thống thuế và trợ cấp của Liên hiệp Anh đã làm thu nhập của 20% người giàu nhất giảm bớt đi là 19000£ một năm, trong khi làm thu nhập của 20% người nghèo nhất tăng thêm là 1000£ một năm.

Bảng 13.6 Tác động ròng của thuế và trợ cấp, Anh 2001 - 2002

	20% nghèo nhất	20% tiếp theo	20% tiếp theo	20% tiếp theo	20% giàu nhất
Tổng thu nhập	9000£	15000£	23000£	34000£	63000£
Thu nhập ròng	10000£	14000£	19000£	25000£	44000£
Phân phối lại	+1000£	-1000£	-4000£	-9000£	-19000£

Nguồn: ONS, *Economic Trends*, May 2003.

Lượng phân phối lại mong muốn là sự nhận định giá trị mà mọi người và các đảng không nhất trí được. Cũng có sự đánh đổi giữa hiệu quả và công bằng. Để phân phối lại nhiều hơn chính phủ phải tăng mức thuế suất, làm rộng hơn khoảng cách giữa mức giá người mua trả và giá người bán nhận được. Vì hệ thống giá đạt được hiệu quả làm cho mỗi cá nhân đặt chi phí cận biên hoặc lợi ích cận biên bằng giá nhận được hoặc trả ra, và vì thế giữa người này với người khác, thuế nói chung là gây ra sự bóp méo và làm giảm hiệu quả.

Hàng hoá khuyên (hạn chế) dùng là hàng hoá xã hội nghĩ rằng mọi người phải có (không có) bất kể người đó muốn hay không.

Hàng hoá khuyên dùng và hàng hoá hạn chế dùng

Hàng hoá khuyên dùng bao gồm: giáo dục và y tế. Hàng hoá hạn chế dùng bao gồm: thuốc lá và heroin. Vì xã hội đánh giá giá trị các hàng hoá này khác với các cá nhân, nên sự lựa chọn của cá nhân trong thị trường tự do dẫn đến sự phân bổ khác sự phân bổ xã hội mong muốn.

Có hai lý do đối với hàng hoá khuyên dùng. Thứ nhất là ảnh hưởng hướng ngoại. Nếu giáo dục nhiều hơn làm tăng năng suất không chỉ của cá nhân người công nhân mà cả của những người công nhân cùng hoạt động với người đó, thì người công nhân đó sẽ bỏ qua ảnh hưởng hướng ngoại này của sản xuất khi lựa chọn sẽ học bao nhiêu. Nếu mọi người cầu quá ít giáo dục, xã hội phải khuyến khích việc cung cấp giáo dục.

Ngược lại, nếu mọi người không đếm xỉa đến gánh nặng đối với các bệnh viện nhà nước khi quyết định hút thuốc lá và làm hại sức khỏe của mình, xã hội có thể coi hút thuốc là hàng hoá hạn chế dùng để ngăn cản. Đánh thuế thuốc lá có thể bù trừ ảnh hưởng hướng ngoại mà các cá nhân không tính đến.

Đặc điểm thứ hai của hàng hoá khuyên dùng là liệu xã hội có tin rằng các cá nhân không còn hành động theo lợi ích tốt nhất của mình. Nghiện ma tuý, thuốc lá hay đánh bạc là các ví dụ. Các nhà kinh tế rất hiếm khi tán thành tính gia trưởng. Chức năng của sự can thiệp của chính phủ không phải là nói cho mọi người phải thích cái gì mà là cho họ những phương tiện tốt hơn để đạt được cái mà họ mong muốn. Tuy nhiên, chính phủ đôi khi có thông tin nhiều hơn hoặc ở vào vị trí tốt hơn để ra quyết định. Nhiều người ghét đi học nhưng sau đó họ vui mừng vì đã đi học.

Chính phủ có thể chi tiền vào giáo dục bắt buộc hoặc tiêm vắc xin bắt buộc vì chính phủ biết rằng nếu không các cá nhân có thể hành động theo cách mà sau này họ sẽ nuối tiếc.

13.3 Các nguyên tắc đánh thuế

Mục này được chia thành ba phần. Thứ nhất, chúng ta nghiên cứu các loại thuế khác nhau mà thông qua đó chính phủ có thể thu được doanh thu. Sau đó, chúng ta nghiên cứu những ứng dụng về công bằng của đánh thuế. Cuối cùng, chúng ta nghiên cứu những ứng dụng về hiệu quả của đánh thuế.

Các kiểu đánh thuế

Chính phủ có thể thu được doanh thu thuế chỉ khi nào chính phủ giám sát được và hiệu lực hoá được các hoạt động bị đánh thuế. Trước những báo cáo phức tạp về thu nhập và

lượng bán, chính phủ đã thu được phần lớn doanh thu của mình từ thuế hải quan và thuế đi đường, những nơi mà các giao dịch bị kiểm soát một cách dễ dàng. Thuế thu nhập vào thời bình ở Liên hiệp Anh đã không được áp dụng cho đến tận những năm 1840 và VAT không được áp dụng cho đến tận những năm 1970.

Cơ cấu thuế của Liên hiệp Anh so với các nước khác như thế nào? Bảng 13.7 cho thấy các số liệu về một số nước. Đặc điểm đáng lưu ý nhất của hệ thống thuế của Liên hiệp Anh là ít dựa vào những khoản đóng góp bảo hiểm xã hội mà dựa nhiều vào thuế gián thu đánh vào chi tiêu. Ví dụ, mặc dù VAT của Liên hiệp Anh không cao so với chuẩn thế giới, nhưng Liên hiệp Anh có thuế rất nặng đánh vào rượu, thuốc lá và nhiên liệu.

Bảng 13.7 Các nguồn của doanh thu thuế (% của tổng thuế)

Thuế	Mỹ	Anh	Đức	Pháp	Thụy Điển	Nhật
Trực thu	45	38	30	22	42	34
Gián thu	29	43	30	34	32	28
Đóng bảo hiểm xã hội	25	18	40	43	26	36
Vốn	1	1	0	1	0	2

Nguồn: ONS, Economic Trend, March 1999.

Đánh thuế như thế nào cho công bằng

Thuế luỹ tiến phản ánh nguyên tắc về **khả năng chi trả**.

Chương trước đã đưa ra hai khái niệm công bằng: công bằng ngang, đối xử công bằng với những người bằng nhau và công bằng dọc, phân phối lại từ những người giàu sang những người nghèo.

Nguyên tắc khả năng thanh toán phản ánh mối quan tâm đến công bằng dọc.

Nguyên tắc lợi ích là những người nhận được nhiều lợi ích nhất từ chi tiêu công cộng phải trả nhiều thuế nhất cho nó.

Như vậy, những người sử dụng xe hơi phải bị đánh thuế để tài trợ cho các con đường công cộng. Tuy nhiên, nguyên tắc lợi ích thường mâu thuẫn với nguyên tắc khả năng chi trả. Nếu những người dễ bị tổn hại nhất đối với thất nghiệp phải trả những khoản đóng góp cao nhất cho chương trình bảo hiểm thất nghiệp của chính phủ, khó mà phân phối lại thu nhập hoặc phúc lợi. Nếu mục đích chính là công bằng dọc, thì khả năng chi trả phải đặt lên trước.

Hai yếu tố làm cho toàn bộ cơ cấu thuế và trợ cấp tiến bộ hơn so với việc xem xét riêng thuế thu nhập. Thứ nhất, các khoản thanh toán chuyển giao thực tế trao tiền cho người nghèo. Người già nhận lương hưu, người thất nghiệp nhận trợ cấp thất nghiệp, bất kỳ người nào có thu nhập thấp hơn một mức tối thiểu xác định sẽ được nhận trợ cấp bổ sung. Thứ hai, nhà nước cung cấp hàng hoá công cộng mà người nghèo có thể tiêu dùng ngay cả khi họ không trả tý thuế nào để tài trợ cho những hàng hoá này.

Tuy nhiên, hệ thống thuế, chuyển giao và chi tiêu có một số yếu tố thoái bộ lấy đi từ người nghèo theo tỷ lệ tăng dần. Thuế đánh vào bia và thuốc lá là những khoản thu lớn cho chính phủ. Những người nghèo trả một tỷ lệ cao hơn nhiều trong thu nhập của họ vào những hàng hoá này so với những người giàu. Thuế luỹ thoái hạn chế việc phân phối lại từ người giàu sang người nghèo.

Tác động của thuế

Tác động của thuế là gánh nặng thuế cuối cùng một khi chúng ta tính đến tất cả các ảnh hưởng gây ra của thuế.

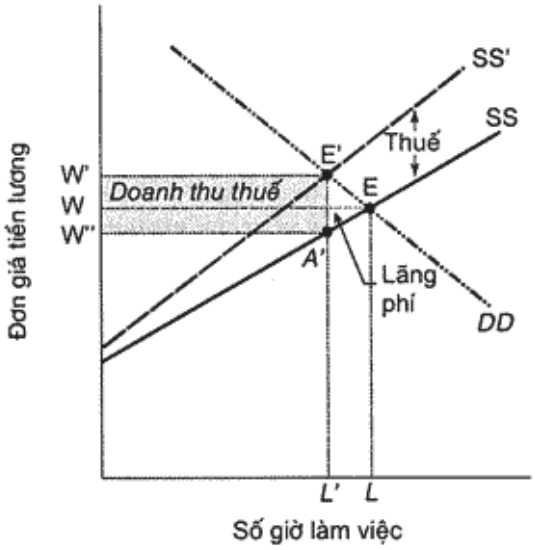
Ảnh hưởng cuối cùng của thuế có thể rất khác so với ảnh hưởng ban đầu của nó. Hình 13.3 biểu thị thị trường lao động. DD là đường cầu và SS là đường cung. Không có thuế thu nhập (thuế đánh vào lương), thị trường lao động cân bằng ở E.

Bây giờ chính phủ đánh thuế thu nhập. Nếu chúng ta biểu thị tổng lương trên trục tung, đường cầu DD không thay đổi. Cầu lao động của các hãng phụ thuộc vào tiền lương họ trả. Sở thích của các công nhân không thay đổi nhưng các công nhân so sánh tiền lương đã trừ đi thuế với giá trị cận biên của nghỉ ngơi của họ khi quyết định cung bao nhiêu lao động. Đường SS tiếp tục biểu thị cung lao động theo tiền lương đã trừ thuế, nhưng chúng ta phải vẽ đường cung SS' cao hơn để biểu thị cung lao động theo tiền lương mộc hay tiền lương bao gồm cả thuế. Khoảng cách thẳng đứng giữa SS' và SS là thuế đánh vào thu nhập từ công việc của giờ cuối cùng.

Khoảng chênh thuế là khoảng cách giữa giá người mua trả và giá người bán nhận được.

DD và SS' biểu thị hành vi của các hãng và các công nhân ở mức tiền lương mộc bất kỳ. Ở cân bằng mới E', tiền lương mộc là W' và các hãng cầu L' công nhân. Khoảng cách thẳng đứng giữa A' và E' là thuế đánh vào giờ làm việc cuối cùng. Tiền lương đã trừ thuế là W'' ở đó các công nhân cung L' giờ.

Hình 13.3 Thuế đánh vào tiền lương



Không có thuế, cân bằng ở E và tiền lương là W. Thuế đánh vào tiền lương làm tăng tiền lương mộc mà hãng trả lên cao hơn tiền lương ròng mà các công nhân nhận được. Biểu thị tiền lương trên trục tung, việc đánh thuế không làm thay đổi đường cầu DD. Các hãng cầu lao động đặt tiền lương mộc bằng sản phẩm giá trị cận biên của lao động. SS tiếp tục biểu thị cung lao động, nhưng là một hàm số của tiền lương ròng. Để có cung lao động theo tiền lương mộc chúng ta vẽ đường cung mới SS'. SS' nằm trên đường SS một khoảng thẳng đứng biểu thị thuế đánh vào thu nhập từ giờ làm việc cuối cùng. Cân bằng mới ở E'. Tiền lương giờ các hãng trả là W' nhưng tiền lương ròng các công nhân nhận được là W''. Khoảng cách thẳng đứng A'E' biểu thị thuế suất. Dù chính phủ thu thuế từ các hãng hay từ các công nhân, tác động của thuế vẫn thế. Nó rơi một phần vào các hãng, người trả tiền lương cao hơn W' và một phần vào các công nhân, người nhận được tiền lương ròng thấp hơn W''. Diện tích lãng phí thuần tuý A'E'E được đề cập đến trong thân bài.

Đánh thuế vào tiền lương đã làm tăng tiền lương trước thuế lên W', nhưng làm giảm tiền lương sau thuế xuống W''. Nó làm tăng tiền lương các hãng trả và làm giảm tiền lương mang về nhà của các công nhân. Tác động của thuế rơi cả vào các hãng và các công nhân.

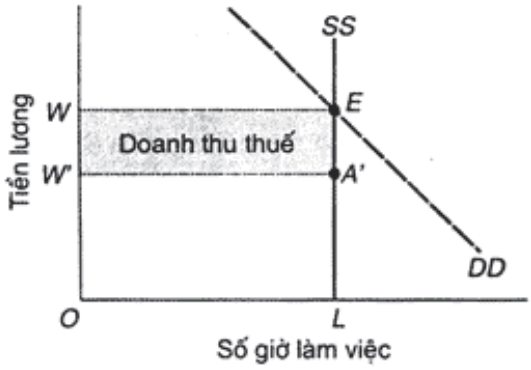
Tác động của thuế hay gánh nặng thuế không thể được xây dựng bằng việc xem xét tiền từ tay ai chuyển sang cho chính phủ. Thuế làm thay đổi giá và lượng cân bằng và những tác động này phải được tính đến. Tuy nhiên, chúng ta có thể rút ra một kết luận rất tổng quát. Đường cung càng không co giãn và đường cầu càng co giãn thì tác động cuối cùng của thuế càng đổ vào đầu người bán chứ không phải người mua.

Hình 13.4 biểu thị trường hợp cực đoan trong đó cung hoàn toàn không co giãn. Không có thuế, cân bằng ở điểm E và tiền lương là W. Vì đường cung thẳng đứng SS có nghĩa là số giờ cố định L được cung bất kể tiền lương sau thuế là bao nhiêu, thuế đánh vào tiền lương dẫn đến cân bằng mới ở A'. Chỉ khi nào tiền lương mộc không đổi thì các hãng sẽ cầu số lượng L được cung đó. Vì thế toàn bộ gánh nặng thuế do các công nhân chịu.

Để kiểm tra xem bạn đã hiểu rõ ràng ý tưởng ảnh hưởng của thuế chưa, hãy tự vẽ một thị trường với một đường cung co giãn và đường cầu không co giãn. Hãy chỉ ra rằng bây giờ gánh nặng thuế chủ yếu rơi vào người mua[1].

[1] Thuế có luôn luôn làm dịch chuyển đường cung không? Có, nếu chúng ta biểu thị giá mộc trên trục tung. Nếu chúng ta biểu thị giá đã trừ thuế trên trục tung, thuế không làm dịch chuyển đường cung mà làm dịch chuyển đường cầu. Trong Hình 13.3 và 13.4 theo tiền lương ròng đường cầu dịch chuyển xuống dưới đến khi đi qua điểm A'. Khoảng cách giữa A' và E vẫn biểu thị thuế và chúng ta có kết luận đúng như trước đây.

Hình 13.4 Đánh thuế yếu tố có cung hoàn toàn không co giãn



Nếu đường cung SS là thẳng đứng, thuế A'E trên đơn vị làm cho số lượng L không bị ảnh hưởng. Vì đường cầu DD không thay đổi, nên thuế không có ảnh hưởng đến đơn giá tiền lương trước thuế. Toàn bộ tác động của thuế đổ vào đầu các công nhân, những người có tiền lương bị giảm đi bằng toàn bộ tiền thuế.

Đánh thuế, hiệu quả và lãng phí

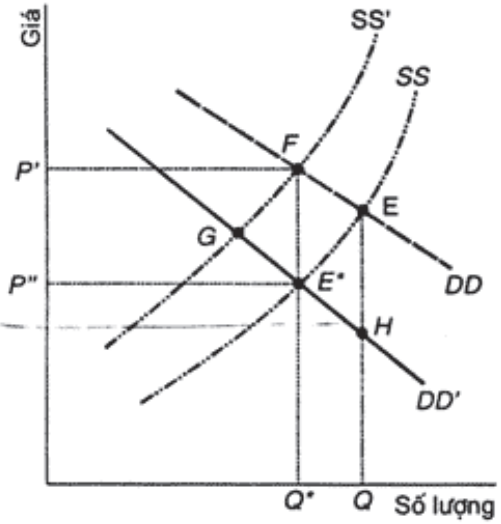
Thuế có những ảnh hưởng hiệu quả cũng như những ảnh hưởng công bằng. Chúng ta có thể sử dụng lại Hình 13.3. Trước khi áp đặt thuế, thị trường lao động cân bằng ở E. Tiền lương W biểu thị cả lợi ích xã hội cận biên của giờ làm việc cuối cùng và chi phí xã hội cận biên của nó. Đường cầu DD cho chúng ta biết lợi ích cận biên của đơn vị hàng hoá bổ sung được sản xuất ra. Đường cung SS cho chúng ta biết giá trị cận biên của nghỉ ngơi phải hy sinh để làm việc thêm một giờ nữa, chi phí xã hội cận biên của công việc bổ sung. Ở E chi phí và lợi ích xã hội cận biên bằng nhau, đó là hiệu quả về mặt xã hội.

Khi thuế được áp đặt, cân bằng mới là ở E'. Thuế A'E' làm tăng tiền lương đối với các hãng lên W' nhưng làm giảm tiền lương sau thuế mà các công nhân nhận được xuống W''. Nhưng có gánh nặng thuế bổ sung hay mất không. Đó là tam giác A'E'E. Bằng việc giảm số giờ làm việc từ L xuống L', thuế tạo ra chênh lệch giữa lợi ích cận biên, độ cao của đường cầu DD, và chi phí xã hội cận biên, độ cao của đường cung SS. Sự bóp méo này làm cho cân bằng thị trường tự do là không hiệu quả.

Thuế phải bóp méo?

Chính phủ cần doanh thu thuế để chi trả cho các hàng hoá công cộng và thực hiện các thanh toán chuyển giao. Hình 13.4 cho thấy điều xảy ra khi thuế được áp đặt nhưng cung là hoàn toàn không co giãn. Không có thay đổi trong số lượng cân bằng, vì thế không có tam giác bóp méo. Số lượng cân bằng vẫn là số lượng hiệu quả.

Hình 13.5 Thuế bù lại ảnh hưởng hướng ngoại



Với đường cầu tư nhân DD và đường cung SS cân bằng thị trường tự do là ở E với số lượng Q. Với ảnh hưởng hướng ngoại tiêu cực của tiêu dùng, lợi ích xã hội cận biên là DD' nằm dưới DD. E* là điểm hiệu quả về mặt xã hội, ở đó sản lượng là Q*. Ở sản lượng này, ảnh hưởng hướng ngoại cận biên là E*F. Bằng việc áp đặt mức thuế đúng bằng E*F trên đơn vị, chính phủ có thể làm dịch chuyển đường cung tư nhân từ SS đến SS' dẫn đến cân bằng mới ở F, ở đó số lượng hiệu quả về mặt xã hội Q* được sản xuất ra và gánh nặng mất không của ảnh hưởng hướng ngoại E*HE bị loại bỏ.

Chúng ta có thể làm cho điều này trở thành nguyên lý tổng quát. Khi đường cung hoặc đường cầu về hàng hoá hoặc dịch vụ là rất không co giãn, thuế dẫn đến sự thay đổi nhỏ trong số lượng cân bằng. Vì thế tam giác gánh nặng mất không là nhỏ. Biết rằng chính phủ phải thu được một khoản doanh thu thuế nào đó, lãng phí là nhỏ nhất khi hàng hoá mà không co giãn nhất trong cung hoặc cầu bị đánh thuế nặng nhất.

Trong hệ thống thuế ở Liên hiệp Anh, các hàng hoá bị đánh thuế nặng nhất là rượu và thuốc lá. Rượu và thuốc lá có cầu không co giãn.

Ở một chừng mực nhất định, chúng ta đã bàn luận rằng thuế gây tác hại ít nhất đối với hiệu quả. Đôi khi thuế cải thiện hiệu quả và giảm lãng phí. Ví dụ quan trọng nhất là khi có ảnh hưởng hướng ngoại.

Những người hút thuốc lá làm ô nhiễm không khí nhưng họ lại không quan tâm đến điều này khi ra quyết định hút bao nhiêu. Họ gây ra ảnh hưởng hướng ngoại có hại trong tiêu dùng. Hình 13.5 biểu thị đường cung SS của người sản xuất thuốc lá và cũng là đường

chi phí xã hội cận biên khi không có ảnh hưởng hướng ngoại. DD là đường cầu tư nhân, lợi ích cận biên của thuốc lá đối với những người hút thuốc. Vì ảnh hưởng hướng ngoại có hại của tiêu dùng nên lợi ích xã hội cận biên DD' nằm dưới DD.

Không có thuế, cân bằng ở E, nhưng có quá nhiều thuốc lá. Số lượng hiệu quả là Q^* làm cho chi phí xã hội cận biên và lợi ích xã hội cận biên bằng nhau. Giả sử chính phủ áp đặt thuế bằng khoảng cách thẳng đứng E^*F trên một bao thuốc lá. Với giá bao gồm thuế trên trục tung, đường cầu DD không bị ảnh hưởng nhưng đường cung dịch chuyển đến SS'. Mỗi điểm trên SS' khi đó cho phép người sản xuất nhận được giá trừ thuế trên đường SS.

Thuế làm dịch chuyển cân bằng đến F. Số lượng hiệu quả Q^* được sản xuất ra và tiêu dùng. Những người tiêu dùng trả P', còn những người sản xuất được P'' sau khi thuế đã trả ở mức E^*F trên một bao.

Mức thuế E^*F đưa thị trường tự do đến sự phân bổ hiệu quả. Thuế suất thấp (bao gồm cả bằng không) dẫn đến việc tiêu dùng và sản xuất quá nhiều thuốc lá. Thuế suất cao hơn E^*F dịch chuyển những người tiêu dùng đến đường cầu cao hơn của họ, gây ra tiêu dùng và sản xuất quá ít.

Mức thuế E^*F dẫn đến số lượng hiệu quả vì đây là quy mô của ảnh hưởng hướng ngoại cận biên khi số lượng hiệu quả Q^* được sản xuất ra. Thuế ở mức này làm cho những người tiêu dùng cư xử như họ đã tính đến ảnh hưởng hướng ngoại, mặc dù họ chỉ nghĩ về giá bao gồm cả thuế.

Khi ảnh hưởng hướng ngoại gây ra bóp méo, chính phủ có thể cải thiện hiệu quả bằng việc đánh thuế. Thực tế rượu và thuốc lá có các ảnh hưởng hướng ngoại có hại là một lý do khác để đánh thuế nặng đối với chúng.

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

13.4 Đánh thuế và kinh tế học hướng cung

Kinh tế học hướng cung phân tích thuế và các khuyến khích khác ảnh hưởng đến sản phẩm quốc dân như thế nào khi nền kinh tế ở công suất tối đa.

Giả sử rằng chính phủ cắt giảm chi tiêu và thuế suất. Tác động là gì? Thứ nhất, bằng việc chi tiêu ít hơn vào hàng hoá và dịch vụ, chính phủ giải phóng một số nguồn lực cho khu vực tư nhân sử dụng. Nếu khu vực tư nhân có năng suất cao hơn khu vực công cộng thì việc chuyển giao các nguồn lực có thể làm tăng sản lượng một cách trực tiếp. Khu vực tư nhân có sử dụng các nguồn lực hiệu quả hơn chính phủ không là không rõ ràng. Nó có thể làm nhiều việc tốt hơn nhưng một số lại tồi hơn.

Ảnh hưởng của các mức thuế thấp hơn là gì? Hình 13.3 cho thấy những bóp méo của thuế gây ra phi hiệu quả. Thuế thấp hơn nghĩa là gánh nặng mất không thấp hơn. Quy mô của lợi ích này phụ thuộc vào co giãn của cầu và của cung. Nếu cả hai độ co giãn đó là nhỏ thì lợi ích xã hội là thấp.

Ví dụ, Chương 10 lập luận rằng cung lao động tương đối không co giãn đối với những người đang làm việc, nhưng lại co giãn hơn một ít đối với những người đang suy nghĩ có gia nhập vào lực lượng lao động hay không. Cắt giảm thuế suất thuế thu nhập sẽ làm tăng cung lao động nhưng có thể ít hơn là những người biện hộ cho cắt giảm thuế tin tưởng.

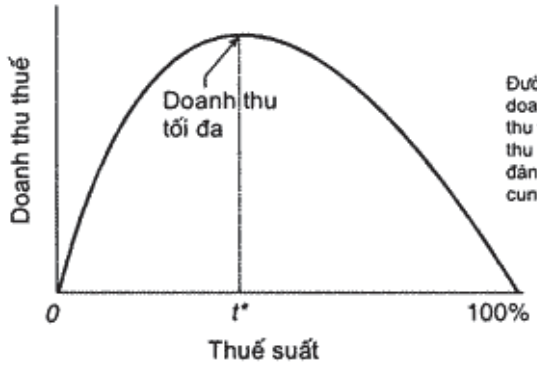
Đường Laffer

Đường Laffer cho thấy doanh thu thuế tăng bao nhiêu ở mỗi mức thuế suất có thể.

Bây giờ chúng ta bàn đến mối quan hệ giữa thuế suất và doanh thu thuế. Giáo sư Laffer đã là nhà tư vấn cho tổng thống Mỹ Ronald Reagan trong những năm 1980.

Hình 13.6 cho thấy rằng với thuế suất bằng không chính phủ có doanh thu thuế bằng không. Ở thái cực đối lập, với thuế suất 100% thu nhập chịu thuế, thì chẳng tội gì mà làm việc và doanh thu thuế lại bằng không. Bắt đầu từ thuế suất bằng không một phần tăng nhỏ trong thuế suất đem lại một ít doanh thu. Lúc đầu doanh thu tăng cùng với thuế suất nhưng sau mức thuế suất t^* các mức thuế suất cao hơn có các tác động chính là không khuyến khích mong muốn làm việc và doanh thu giảm.

Hình 13.6 Đường Laffer



Đường Laffer cho thấy mối quan hệ giữa thuế suất và doanh thu thuế. Các thuế suất vừa phải làm tăng doanh thu thuế. Ngoài mức t*, thuế suất cao hơn làm giảm doanh thu thuế vì các tác động không khuyến khích làm giảm đáng kể lượng cung bị đánh thuế. Tại mức thuế suất 100%, cung và doanh thu thuế lại bằng không.

Ý tưởng của giáo sư Laffer là các nước "chính phủ lớn - thuế lớn" là các nước có mức thuế suất cao hơn t^*. Nếu vậy, cắt giảm thuế là biện pháp kỳ diệu. Chính phủ có nhiều doanh thu hơn bằng việc cắt giảm thuế. Bằng việc giảm sự bóp méo của thuế và tăng lượng công việc lên rất nhiều, thuế suất thấp hơn sẽ được bù lại nhiều hơn bởi thu nhập cao hơn bị đánh thuế.

Dạng của đường Laffer không thuộc vấn đề phải tranh luận. Nhưng nhiều nhà kinh tế tranh luận về thực tế các thuế suất cao hơn t^*. Hầu hết cái mà các nhà kinh tế nhận thấy là bằng chứng thực tế các nền kinh tế của chúng ta luôn luôn ở bên trái t*. Cắt giảm thuế suất thuế thu nhập có thể loại bỏ một số gánh nặng bóp méo của thuế nhưng chính phủ nên cân nhắc đến việc doanh thu thuế giảm nếu cắt giảm thuế suất. Các chính phủ muốn tránh việc vay mượn cần phải cắt giảm chi tiêu của mình nếu họ muốn cắt giảm thuế suất.

13.5 Chính quyền địa phương

Về chính quyền trung ương thế là đủ. Về chính quyền địa phương thì sao? Chính quyền địa phương chi vào những việc từ quét đường phố đến cung cấp giáo dục. Việc đó được tài trợ bằng thuế địa phương và bằng tiền từ chính quyền trung ương tài trợ bằng thuế quốc gia. Chính quyền địa phương cũng chịu trách nhiệm về một số loại điều tiết, ví dụ các luật sử dụng đất đai hay chia khu vực.

Các nguyên lý kinh tế

Tại sao chúng ta không làm cho chính quyền trung ương chịu trách nhiệm về mọi thứ? Thứ nhất, các vấn đề là đa dạng. Mọi người khác nhau và không muốn được đối xử giống nhau. Lòng tự hào công dân mang tính địa phương. Thứ hai, mọi người cảm thấy chính quyền trung ương ở xa so với những nhu cầu cụ thể của họ. Ngay cả khi chính quyền trung ương chú ý đến những cân nhắc mang tính địa phương thì cũng khó mà làm một cách hiệu quả.

Chúng ta nghiên cứu hai mô hình quan trọng về chính quyền địa phương. Mô hình Tiebout[2] nhấn mạnh tính đa dạng. Một số người muốn chi tiêu nhiều, các dịch vụ công

[2] Charles Tiebout, "Lý thuyết thuần tuý về chi tiêu địa phương", *Journal of Political Economy*, 1956.

cộng tốt và thuế địa phương cao; những người khác muốn thuế địa phương thấp thậm chí điều này có nghĩa là các dịch vụ công cộng kém. Nếu tất cả các chính quyền địa phương đều giống nhau, mọi người ghét tính thoả hiệp. Mô hình Tiebout đôi khi được gọi là bàn chân vô hình; mọi người cụm lại trong một khu vực cung cấp một gói chi tiêu và thuế mà họ muốn. Bàn chân vô hình phân bổ tài nguyên một cách hiệu quả thông qua sự cạnh tranh giữa các chính quyền địa phương.

Trong thực tế, bàn chân vô hình là một cơ cấu khuyến khích thô thiển. Thứ nhất, khó mà di chuyển giữa các nhà chức trách địa phương. Bạn sẽ mất chỗ trong việc xếp hàng chờ nhà ở được cung cấp bởi nhà chức trách địa phương đó. Thứ hai, nếu phần lớn doanh thu của chính quyền địa phương đến từ trung ương, thì các mức chi tiêu và thuế sẽ có thể là không nhạy cảm đối với những mong muốn của công dân địa phương đó.

Cho dù bàn chân vô hình dẫn đến hiệu quả, nó cũng có thể dẫn đến không công bằng. Người giàu chắc chắn sẽ cụm lại với nhau ở các ngoại ô. Khi đó họ thông qua các luật chia khu vực xác định quy mô tối thiểu của nhà ở và vườn của họ. Người nghèo không thể chuyển đến các khu vực đó. Bằng việc hình thành một câu lạc bộ đặc biệt, người giàu đảm bảo rằng thuế của họ không đến với việc hỗ trợ cho người nghèo. Người nghèo mắc kẹt ở các khu vực bên trong mà chính quyền của họ đứng trước những nhu cầu xã hội lớn nhất nhưng có cơ sở thuế địa phương nhỏ nhất.

Mô hình Tiebout giả định rằng các cư dân tiêu dùng các dịch vụ công cộng được cung cấp bởi nhà chức trách địa phương của họ. Khi mỗi đơn vị chính quyền địa phương có trách nhiệm về một khu vực địa lý nhỏ, điều này có thể là một sự cạnh tranh kém. Nếu thành phố cung cấp các triển lãm nghệ thuật miễn phí, được tài trợ bằng thuế đánh vào các cư dân của thành phố, thì người giàu vẫn đến từ các ngoại ô để sử dụng các tiện nghi này. Ngược lại, những người thành thị sành điệu sử dụng những ngày nghỉ cuối tuần để hưởng các tiện nghi ở nông thôn được tài trợ bằng thuế nông thôn. Trong cả hai trường hợp, việc cung cấp các dịch vụ công cộng trong một khu vực tạo ra lợi ích hướng ngoại cho các khu vực ở gần đó.

Lý thuyết kinh tế gợi ý câu trả lời cho vấn đề này. Mở rộng khu vực địa lý của mỗi chính quyền địa phương cho đến tận khi nó bao gồm hầu hết những người sử dụng các dịch vụ công cộng nó cung cấp. Có thể có ý nghĩa khi có dịch vụ đường sắt và các đường ngầm trong thành phố và trợ cấp khi đó sẽ ngăn mọi người đi xe riêng qua các phố hay tắc nghẽn. Tuy nhiên, chính quyền địa phương bao gồm cả ngoại ô và nội thành chắc chắn đến gần được chính sách hiệu quả.

Mô hình Tiebout thiên về những quyền lực của chính quyền địa phương quy mô nhỏ để tối đa hoá sự lựa chọn và sự cạnh tranh giữa các vùng. Tuy nhiên, sự có mặt của ảnh hưởng hướng ngoại giữa các khu vực cho thấy rằng những quyền lực lớn hơn để "nội hoá" các ảnh hưởng hướng ngoại so với cái sẽ xảy ra nếu khác đi. Câu trả lời đúng có thể có mỗi thứ một ít.

13.6 Chủ quyền kinh tế

Chủ quyền kinh tế là sức mạnh của các chính phủ trong việc đưa ra các quyết định một cách độc lập với các quyết định mà các chính phủ khác đưa ra.

Ngày nay, không có nước nào là một hòn đảo kinh tế, chia cắt khỏi phần còn lại của thế giới. Chúng ta sẽ nghiên cứu nền kinh tế thế giới ở Chương 16 nhưng một số vấn đề không thể hoãn đến lúc đó. Ở một nước dân chủ cách ly khỏi phần còn lại của thế giới, chính phủ có chủ quyền; trong khi nó vẫn giữ sự ủng hộ dân chủ và tuân thủ các luật hiện hành, nó có tiếng nói cuối cùng trong thiết kế chính sách. Đôi khi chính quyền trung ương ủy quyền cho chính quyền địa phương. Mục 13.5 bàn luận khi nào làm thế sẽ hiệu quả. Cái mà điều này bỏ qua là sự tồn tại của

các nước còn lại. Sự tác động qua lại với phần còn lại của thế giới ảnh hưởng đến chủ quyền của các quốc gia như thế nào?

Thậm chí trong một nền kinh tế cách ly, các chính phủ không thể làm bất cứ cái gì họ muốn. Trong các nền kinh tế thị trường, các chính phủ phải hoạt động trong phạm vi các lực lượng cung và cầu. Ví dụ, ở Mục 13.3 chúng ta đã lập luận rằng nói chung sẽ là hiệu quả hơn khi có thuế suất cao đánh vào các hàng hoá có cầu hoặc cung không co giãn; thuế suất cao đánh vào cung và cầu co giãn gây ra những bóp méo lớn vì số lượng cân bằng rất nhạy cảm với giá. Bây giờ chúng ta áp dụng điều này vào các nền kinh tế mở cửa với những tác động qua lại với phần còn lại của thế giới.

Hộp 13-2 Thuế đánh cược được hủy sớm

Thuế đối với những người đánh bạc sẽ được bãi bỏ trước 3 tháng so với lịch trình vào ngày nghỉ của tuần thứ nhất tháng 10, quan chức tài chính Paul Boateng đã thông báo như vậy (13 tháng 1 năm 2001).

Gordon Brown thông báo trong ngân sách tháng 3 của ông ta rằng ngày 01 tháng 01 năm 2002 thuế đánh vào tiền đánh cược sẽ được thay thế bằng thuế đánh vào lãi gộp của những người đánh cá ngựa thuê, một sự chuyển đổi căn bản điều đó có nghĩa là những người đánh cá ngựa thuê ở Anh sẽ được giảm thuế và có khả năng mở rộng hoạt động kinh doanh nội địa và quốc tế.

Nguồn: www.hm-treasury.gov.uk

Ví dụ này minh họa những giới hạn đối với chủ quyền quốc gia. Thuế đánh cược đã là một khoản thu lớn cho kho bạc. Cạnh tranh từ những người tổ chức cá ngựa bên ngoài đưa ra hình thức đánh cược trên mạng đặt dấu chấm hết cho điều này. Chính phủ buộc phải thay đổi thuế đánh cược để ngăn những người đánh cá ngựa thuê trong nước đi ra bên ngoài. Toàn cầu hóa và Internet đang thay đổi lãnh thổ quốc gia như thế nào là chủ đề đang diễn ra cho những phân tích của chúng ta. Kinh tế học giúp chúng ta hiểu sâu hơn về điều đang xảy ra.

Tư bản quốc tế bây giờ có tính di động cao giữa các nước. Giả sử rằng chính phủ Anh cố gắng áp thuế cao đối với tư bản ở Liên hiệp Anh. Nhiều vốn sẽ nhanh chóng chuyển đến nơi khác để tránh thuế cao. Cơ sở thuế, trong ví dụ này là số lượng vốn sẵn có cho việc đánh thuế ở Liên hiệp Anh, nhanh chóng chìm xuống. Do đó, thuế suất cao có thể đem lại doanh thu ít. Ngược lại, vì mọi người có tính di động kém hơn vốn giữa các biên giới quốc gia, nên cơ sở thuế đối với việc đánh thuế thu nhập của công nhân ở Liên hiệp Anh kém nhạy cảm hơn với thuế suất so với cơ sở thuế đối với thuế vốn.

Mặc dù vậy, bây giờ mọi người có tính di động nhiều hơn giữa các biên giới quốc gia so với trước đây vài thập kỷ. Thông tin bây giờ dễ hơn, chi phí giao thông bây giờ thấp hơn, các vệ tinh không chú ý đến các biên giới quốc gia trên bản đồ. Việc di cư ảnh hưởng không chỉ đến việc đánh thuế mà cả chi tiêu của chính phủ. Giả sử một nước muốn bổ sung hào phóng cho tình trạng phúc lợi. Là nền kinh tế đóng, cái mà chính phủ lo lắng là bao nhiêu trong số cơ sở thuế của nó biến mất từ làm việc thành nghỉ ngơi. Nếu phúc lợi là hào phóng, mọi người có thể làm việc không đủ. Là nền kinh tế mở, chính phủ cũng có thể phải lo lắng liệu việc cung cấp phúc lợi hào phóng hơn có dẫn đến việc di cư nhiều hơn đến nước đó khi những người nước ngoài có lợi thế, một cách hợp pháp hay bất hợp pháp, từ việc cung cấp phúc lợi hào phóng này.

Hội nhập kinh tế gần hơn với các nước khác - thông qua trao đổi hàng hoá và sự di chuyển của các yếu tố sản xuất - thực sự làm suy giảm chủ quyền của các quốc gia. Nếu thuế suất là 80% ở Liverpool nhưng chỉ có 20% ở Manchester, có thể kỳ vọng sự di chuyển lớn về vốn và con người từ Liverpool đến Manchester. Cơ sở thuế ở Liverpool sẽ bay hơi (thậm chí những người ủng hộ Everton cực kỳ bảo thủ cũng có thể đi lại hàng ngày từ Manchester). Chính quyền địa phương Liverpool có chủ quyền địa phương hữu hạn vì nó trên thực tế đang cạnh tranh với Manchester.

Công nghệ hiện đại làm suy giảm các rào cản giữa các nước. Chủ quyền kinh tế của các quốc gia, sự tự do muốn làm cái họ muốn dần dần bị ràng buộc bởi sự cạnh tranh từ các nước khác. Hơn một phần mười các lon bia bán ở Anh được mua bởi các hộ gia đình Anh ở Pháp, hy vọng rằng ở bên kia kênh đào Anh có thể lợi dụng thuế bia rượu ở Pháp thấp hơn. Các quan chức Anh bị mắc kẹt giữa áp lực tăng doanh thu thuế và việc hỗ trợ ngành đồ uống Anh, đã cắt giảm giá trị thực của thuế bia rượu Anh. Họ đã mất chủ quyền đặt các thuế suất cao như họ muốn.

Chủ quyền quốc gia bị xói mòn không chỉ bởi sự cạnh tranh giữa các nước về cơ sở thuế mà còn bởi hai lực lượng khác. Thứ nhất, là những ảnh hưởng tràn khác giữa các nước như: mưa axit, khí nhà kính hay mối đe doạ ô nhiễm từ tai nạn hạt nhân. Việc cấm tạo ra năng lượng hạt nhân ở miền Nam nước Anh có giá trị thấp nếu miền Bắc nước Pháp gây dựng những trạm năng lượng hạt nhân.

Thứ hai, là phạm vi phân phối lại. Kinh tế học là về sự công bằng và hiệu quả. Theo một ý nghĩa quan trọng, quyền lực đối với chính phủ là khu vực trong đó các công dân cảm thấy khá giống nhau, với người giàu sẵn sàng trả cho người nghèo và người may mắn sẵn sàng giúp người không may mắn. Các quốc gia ở châu Âu có lịch sử lâu đời và có những điểm giống nhau. Nhưng chúng không luôn luôn được đặt trên một nền tảng vững chắc. Các nước như Bỉ, Italy, Tây Ban Nha và Anh đã phải đối mặt với những áp lực bên trong đòi cho phép một phần đất nước mình ly khai. Ở hướng ngược lại, một số người châu Âu cảm thấy là công dân của châu Âu cũng như của quốc gia riêng của mình.

Các quốc gia chưa hoàn toàn mất hết chủ quyền. Nhưng chúng đang nằm dưới áp lực đó. Những phát triển hơn nữa trong công nghệ sẽ làm tăng phạm vi đa quốc gia của các sự tác động kinh tế qua lại và sự giống nhau về văn hoá. Sự gia tăng nhanh của thương mại điện tử và internet sẽ đẩy nhanh quá trình này.

13.7 Kinh tế chính trị: các chính phủ quyết định như thế nào

Các hãng hoạt động kinh doanh để tạo ra lợi nhuận cho các chủ sở hữu của họ. Các cá nhân mua các kết hợp hàng hoá để tạo ra mức thoả mãn cao nhất cho mình. Các giả định đơn giản này cho phép các nhà kinh tế giải thích hầu hết việc ra quyết định của người tiêu dùng và doanh nghiệp. Việc ra quyết định của chính phủ thì sao?

Kinh tế chính trị là việc nghiên cứu cách thức chính phủ ra quyết định.

Chính phủ là người chơi quan trọng nhất trong nền kinh tế. Xây dựng các lý thuyết về hành vi chính phủ là rất quan trọng. Sẽ chẳng có ý nghĩa khi phân tích các hệ quả của chính sách mà chính phủ ôn hoà sẽ không bao giờ thực hiện.

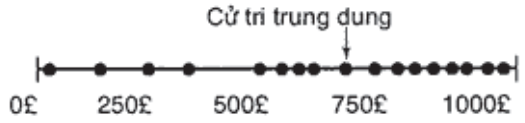
Các cử tri lựa chọn chính phủ để quyết định việc chi tiêu và đánh thuế, thông qua các luật mới và ban hành các quy định mới. Cử tri chỉ chọn trong số các gói chính sách khác nhau do các đảng cạnh tranh đưa ra nhưng hiếm khi được phép trưng cầu dân ý về từng vấn đề.

Chính phủ không thực hiện việc đấu giá xã hội đơn giản như thế. Chính phủ có chương trình nghị sự của mình, có thể để thúc đẩy cái mà chính phủ nghĩ là tốt cho công chúng hoặc có thể chỉ đơn giản là để được tái đắc cử.

Cử tri trung dung

Nếu mọi người đều giống nhau và chung một ý nghĩ thì việc ra quyết định công cộng sẽ là chuyện nhỏ. Thông qua quá trình chính trị, xã hội cố gắng dung hoà các quan điểm khác nhau và các lợi ích khác nhau.

Hình 13.7 **Cử tri trung dung**



Mỗi dấu chấm biểu thị chi tiêu mà mỗi một trong số 17 cử tri thích. Kết quả của bỏ phiếu theo đa số sẽ là mức mà cử tri trung dung thích. Mỗi người ở bên trái sẽ thích vị trí của cử tri trung dung hơn bất kỳ mức chi tiêu nào cao hơn. Mỗi người ở bên phải sẽ thích vị trí đó hơn bất kỳ mức chi tiêu nào thấp hơn. Vị trí của cử tri trung dung là vị trí duy nhất không thể bị loại bỏi một phương án nào đó bằng bỏ phiếu. Vì thế nó sẽ được lựa chọn.

Hình 13.7 biểu thị 17 cử tri khác nhau và mỗi người muốn chính phủ chi bao nhiêu cho cảnh sát. Mỗi dấu chấm biểu thị một số lượng ưa thích của mỗi cử tri. Giả sử rằng một cử tri có số lượng lý tưởng là 250£ sẽ nghĩ rằng 300£ sẽ tốt hơn 400£ nếu chỉ có hai phương án lựa chọn này được đưa ra, và sẽ thích 200£ hơn 100£. Mỗi người có sở thích đạt đỉnh, sẽ thoả mãn hơn với một kết quả gần mức cao nhất hay mức ưa thích hơn.

Cử tri trung dung về một vấn đề là người có sở thích mà sở thích của một nửa số đông về vấn đề đó nằm ở bên này và sở thích của một nửa nằm ở bên kia.

Có một cuộc bỏ phiếu về chi bao nhiêu vào hàng hoá công cộng là cảnh sát. Đề xuất chi 0£ bị thất bại với 16 phiếu trên 1. Chỉ có một cử tri là dấu chấm bên trái ở Hình 13.7 bỏ phiếu cho 0£ chứ không phải 100£. Từ thái cực này hoặc thái cực kia khi ta chuyển đến giữa càng nhiều người bỏ phiếu cho một đề xuất cụ thể. Với 17 cử tri, cử tri trung dung là người muốn chi số lượng cao nhất thứ chín vào cảnh sát. Tám cử tri muốn chi nhiều hơn, 8 người muốn chi ít hơn.

Bất kỳ đề xuất nào về chi tiêu cao hơn lượng ưa thích của cử tri trung dung sẽ bị thất bại. Cử tri trung dung, cộng 8 cử tri phía dưới người đó, tất cả đều bỏ phiếu chống. Nhưng bất kỳ đề xuất nào về chi tiêu thấp hơn cũng bị thất bại. Cử tri trung dung và 8 cử tri phía trên người đó, tất cả đều bỏ phiếu chống. Vì thế cử tri trung dung sẽ có cái mình muốn trong bỏ phiếu theo đa số.

Hộp 13-3 **Săn cử tri trung dung**

Sau thất bại trong cuộc tổng tuyển cử năm 1979 Công đảng đã chuyển sang cánh tả. Điều này làm vui lòng những nhà hoạt động đảng nhưng đã đưa đảng này đi quá xa khỏi sở thích của cử tri trung dung. Những người thuộc đảng bảo thủ nắm quyền trong 18 năm tiếp theo. Sau sự thất bại nặng nề năm 1983, những nhà lãnh đạo Công đảng kế tiếp đã dần dần đưa đảng này trở lại mảnh đất ở giữa mà cử tri trung dung đang ở. Công đảng mới tập trung vào các nhóm được phỏng vấn trực tiếp để xác định quan điểm của cử tri trung dung về các vấn đề khác nhau. Kết quả? Những người theo Công đảng đã thắng lớn năm 1997 và 2001.

Có phải Công đảng đã bỏ các nguyên tắc của mình để chiến thắng và giữ chỗ? Nó đã từ bỏ các truyền thống của mình về chi tiêu phúc lợi cao và thuế cao. Nhưng Bộ trưởng Tài chính Gordon Brown đã giúp đỡ người nghèo một cách đáng kể mà không đe doạ đến các tầng lớp trung lưu. Kết quả của bốn ngân sách đầu tiên của ông ta, thu nhập sau thuế của những người nghèo nhất chiếm 10% dân số đã tăng 9%, thu nhập sau thuế của những người nghèo tiếp theo chiếm 10% dân số đã tăng 8%.

Ông đã làm việc này như thế nào? Không phải bằng việc tăng thuế thu nhập hay VAT. Một phần trong đó được tài trợ bằng thuế ăn trộm, như xử lý thuế của các quỹ hưu trí, cái mà cử tri trung dung không biết hoặc không hiểu. Một số được tài trợ bằng việc thực hiện thanh toán chuyển giao có chọn lọc hơn. Thay vì trợ cấp cho tất cả mọi người, các nguồn lực khan hiếm đã được tập trung vào những người thực sự cần chúng. Một số người được tài trợ bằng tăng trưởng kinh tế, khi thu nhập tăng, với các thuế suất cũ, doanh thu thuế thu được nhiều hơn, chủ yếu chi cho người nghèo.

Một cách không thường xuyên Công đảng mới không *thực hiện tín dụng* ở chừng mực nó có thể giúp cho người nghèo. Điều này giữ cho cử tri trung dung cảm thấy dễ chịu (các tầng lớp trung lưu không được người ta nhắc đi nhắc lại là trả quá nhiều để hỗ trợ người nghèo) nhưng làm cho một số những người ủng hộ truyền thống của Công Đảng (những người sẽ có thể vẫn bỏ phiếu cho đảng dân chủ) buồn.

Bỏ phiếu móc ngoặc là bỏ phiếu cho kết quả người khác mong muốn về một vấn đề để đổi lấy phiếu của họ cho kết quả mình mong muốn về một vấn đề khác.

Bỏ phiếu móc ngoặc

Ở một chừng mực nhất định chúng ta đã giả định mỗi vấn đề được bỏ phiếu độc lập. Ra các quyết định thông qua việc thoả hiệp lập pháp phức tạp hơn nhiều khi các phiếu có thể trao đổi giữa các vấn đề khác nhau. Các nhóm các nhà chính trị thành lập các đảng hay các liên minh trong đó một sự trao đổi phiếu nào đó có thể diễn ra.

Ví dụ, có hai vấn đề A và B và ba nhà chính trị: Tom, Dick và Harry. Bảng 13.8 cho thấy giá trị của mỗi kết quả đối với mỗi nhà chính trị. Giả sử rằng mỗi người bỏ phiếu cho một đề xuất chỉ khi nào kết quả là dương. Tom bỏ phiếu chống lại A và B, Dick bỏ phiếu chống lại A nhưng ủng hộ B, và Harry bỏ phiếu cho A nhưng chống lại B. Cả hai vấn đề đều thất bại trong bỏ phiếu theo đa số.

Bây giờ giả sử rằng Dick và Harry bỏ phiếu cùng nhau. Họ sẽ bỏ cho A, cái mà Harry thực sự muốn và cho B cái mà Dick thực sự muốn. Dick được 4 khi B được thông qua và mất 3 khi A được thông qua. Harry được 6 khi A được thông qua và mất chỉ 1 khi B được thông qua. Bằng việc hình thành liên minh cho phép họ biểu thị mức độ sở thích của mình là tốt hơn so với bỏ phiếu theo đa số khi cả A và B đều không được thông qua.

Bảng 13.8 Bỏ phiếu móc ngoặc

Các nhà chính trị	Vấn đề A	Vấn đề B
1	-4	-1
2	-3	4
3	6	-1

Nhiều quyết định trong Liên minh châu Âu phản ánh việc bỏ phiếu móc ngoặc. Các nước riêng biệt đạt được các quyết định mình thích về các vấn đề họ quan tâm nhưng phải trả lại ưu tiên cho các vấn đề khác.

Lời hứa đáng tin cậy về hành động tương lai là lời hứa tối ưu để thực hiện khi tương lai đến. **Cam kết** là công cụ hiện tại để hạn chế không gian tương lai đối với thủ đoạn để làm cho những lời hứa trở nên đáng tin cậy hơn ở hiện tại.

Cam kết và độ tin cậy

Chương 9 đã giới thiệu độ tin cậy và cam kết trong bối cảnh trò chơi giữa các hãng. Các ý tưởng tương tự được áp dụng cho kinh tế chính trị về hoạch định chính sách. Vì kỳ vọng về tương lai ảnh hưởng đến các quyết định hiện tại, nên các nhà chính trị cố gắng đưa ra những lời hứa lạc quan về tương lai với hy vọng gây ảnh hưởng đến mọi người trong hiện tại.

Bàn luận của chúng ta về sự ngăn chặn gia nhập mang tính chiến lược, cho bạn mọi gợi ý bạn cần để suy nghĩ về độ tin cậy chính trị. Hãy hướng sự tưởng tượng của bạn vào tương lai và suy nghĩ về cách mà chính phủ muốn cư xử khi đó. Hãy sử dụng sự sáng suốt này để tạo ra những dự đoán thông minh hôm nay về những lời hứa nào là đáng tin cậy, những lời hứa nào là không đáng tin cậy.

Ví dụ, hầu hết các chính phủ Công đảng sau chiến tranh đều là những người chi tiêu lớn, đòi hỏi đánh thuế cao. Ở ngoài công sở, Công đảng hứa chi tiêu thấp và thuế thấp của chính phủ trong thời kỳ tiếp theo là rất không đáng tin cậy. Bộ luật Ổn định tài chính của Gordon Brown (1998) là một cố gắng nâng cao độ tin cậy của Công Đảng bằng việc cam kết cởi mở và nhắc đi nhắc lại về chính sách thắt chặt mà sẽ là tổn thất về mặt chính trị nếu không thực hiện. Với quá nhiều vốn chính trị đã đầu tư và Bộ luật Ổn định tài chính, nếu chính phủ bỏ qua không thực hiện thì sẽ là không hợp lý.

Gần đây, nhiều nước đã thực hiện một cam kết mà đã rất thành công. Họ để cho ngân hàng trung ương hoạt động độc lập với sự kiểm soát của chính phủ, như Công đảng đã làm với Ngân hàng trung ương Anh năm 1997. Chính phủ lựa chọn mục đích của chính sách tiền tệ - duy trì lạm phát thấp - nhưng bây giờ một mình ngân hàng quyết định lãi suất nào là cần thiết để đạt được điều này. Bằng việc không để chính phủ nhúng

tay vào lãi suất, sự độc lập của ngân hàng trung ương đã loại bỏ sự cám dỗ đối với chính phủ về việc làm cho nền kinh tế quá nóng để theo đuổi sự bùng nổ trước bầu cử.

Phối hợp chính sách là quyết định cùng nhau xây dựng các chính sách khi hai khu vực phụ thuộc lẫn nhau có những ảnh hưởng lớn ra ngoài biên giới của các khu vực.

Phối hợp chính sách

Chương 9 chứa đựng một bản chất khác hữu ích cho kinh tế chính trị hiện đại. Khi bàn về các trò chơi giữa các nhà độc quyền tập đoàn, chúng ta đã chỉ ra rằng họ tạo ra nhiều lợi nhuận hơn khi hành động theo cách tập thể như nhà độc quyền kết hợp so với hành động không phối hợp. Theo nội dung bạn đã học ở Chương 12, khi các hoạt động là phụ thuộc lẫn nhau và ảnh hưởng hướng ngoại trở thành vấn đề thì giải pháp hiệu quả cần phải tính đến các tác động ra ngoài này một cách đầy đủ. Nội hoá ảnh hưởng hướng ngoại có nghĩa là chấm dứt vấn đề ăn không. .

Các vùng càng độc lập thì có thể càng cần thiết phải phối hợp các chính sách quốc gia chứ không phải xây dựng chúng một cách riêng rẽ. Sự ấm lên toàn cầu là một ví dụ nhưng nhiều hình thức điều tiết và đánh thuế lại thuộc đề mục này.

Thuế suất của Pháp đánh vào rượu thấp hơn nhiều thuế suất ở Anh nên các nhà chức trách Anh bây giờ không thể đặt thuế suất cao như họ muốn. Anh muốn thuế suất toàn châu lục đánh vào rượu phải cao hơn. Ngược lại, các nước châu Âu lại kêu ca về mức bảo hộ công nhân thấp ở Anh và điều này có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các hãng Anh. Các áp lực về sự phối hợp chính sách chặt chẽ hơn chắc chắn tăng lên khi sự toàn cầu hoá tiếp diễn.

TÓM TẮT

- Doanh thu của chính phủ đến chủ yếu từ **thuế trực thu** đánh vào thu nhập cá nhân và lợi nhuận của công ty, **thuế gián thu** đánh vào việc mua hàng hoá và dịch vụ, và những đóng góp cho các chương trình bảo hiểm xã hội của nhà nước. **Chi tiêu của chính phủ** bao gồm mua hàng hoá và dịch vụ và **thanh toán chuyển giao**.
- Các chính phủ can thiệp vào nền kinh tế thị trường để theo đuổi sự công bằng trong phân phối và hiệu quả phân bổ. **Hệ thống thuế lũy tiến và chuyển giao** lấy đi nhiều nhất của người giàu và chia nhiều nhất cho người nghèo. Hệ thống của Liên hiệp Anh là tương đối mạnh mẽ. Những người nghèo nhận được thanh toán chuyển giao và những người giàu trả các thuế suất cao nhất. Mặc dù một số hàng hoá thiết yếu, đáng lưu ý là thức ăn được miễn VAT, các hàng hoá khác được những người nghèo tiêu dùng nhiều, đáng lưu ý là thuốc lá và rượu bị đánh thuế nặng.
- **Ảnh hưởng hướng ngoại** là các trường hợp về thất bại của thị trường mà ở đó sự can thiệp có thể cải thiện hiệu quả. Bằng việc đánh thuế hoặc trợ cấp các hàng hoá kéo theo ảnh hưởng hướng ngoại, chính phủ có thể làm cho khu vực tư nhân phải cư xử như họ tính đến ảnh hưởng hướng ngoại, loại trừ gánh nặng mất không phát sinh từ sự phân bổ sai do sự bóp méo của ảnh hưởng hướng ngoại gây ra.
- **Hàng hoá công cộng** là hàng hoá mà việc tiêu dùng của một người không làm giảm số lượng sẵn có cho tiêu dùng của những người khác. Cùng với khả năng không thể loại trừ một cách có hiệu lực mọi người khỏi việc tiêu dùng nó, điều này hàm ý tất cả các cá nhân tiêu dùng cùng một số lượng, nhưng họ có thể có được ích lợi khác nhau nếu họ có sở thích khác nhau.
- Thị trường tự do sẽ cung ít hàng hoá công cộng vì **vấn đề kẻ ăn không.** Các cá nhân không cần trả tiền cho hàng hoá mà họ có thể tiêu dùng nếu những người

khác trả tiền cho nó. Sản lượng hiệu quả về mặt xã hội của hàng hóa công cộng làm cho chi phí xã hội cận biên của việc sản xuất bằng tổng của các lợi ích tư nhân cận biên của tất cả mọi người ở mức sản lượng này. Các đường cầu cá nhân được cộng theo chiều dọc lại với nhau để được đường cầu hay lợi ích cận biên xã hội.

- Loại trừ thuế để bù lại ảnh hưởng hướng ngoại, thuế là **tác nhân bóp méo**. Phần chênh lệch giữa giá bán và giá mua ngăn cản hệ thống giá làm cho lợi ích cận biên và chi phí cận biên bằng nhau. Quy mô của gánh nặng thuế càng lớn khi thuế suất cận biên và quy mô của phần chèn thêm vào càng cao, nhưng còn phụ thuộc vào độ co giãn của cung và cầu về hàng hoá hoặc dịch vụ bị đánh thuế. Cung và cầu càng không co giãn thì thuế càng ít làm thay đổi lượng cân bằng và gánh nặng mất không càng nhỏ.
- **Tác động của thuế** mô tả ai cuối cùng phải trả thuế. Cầu càng không co giãn so với cung, thì phần thuế rơi vào người mua càng nhiều hơn chứ không phải vào người bán.
- Tăng thuế suất lúc đầu làm tăng doanh thu nhưng cuối cùng dẫn đến giảm mạnh trong lượng cân bằng của hàng hoá hay hoạt động bị đánh thuế làm cho doanh thu thuế giảm. Cắt giảm thuế suất thường sẽ làm giảm gánh nặng mất không của thuế nhưng có thể làm tăng doanh thu thuế nếu thuế lúc đầu là rất cao. Ít nền kinh tế đang ở trong tình trạng này. Thuế suất thấp hơn thường làm giảm doanh thu thuế.
- **Chủ quyền kinh tế** của các quốc gia bị giảm do tính di động giữa các nước của hàng hoá, tư bản, công nhân và những người mua hàng. Sự phối hợp chính sách có thể làm tăng hiệu quả bằng việc ra các quyết định phản ánh những tác động chính sách tràn ra ngoài mà trước đây bị bỏ qua.
- **Kinh tế chính trị** nghiên cứu cân bằng chính trị và những động cơ áp dụng các chính sách cụ thể.
- Khi tất cả những người bỏ phiếu có sở thích đạt đỉnh, bỏ phiếu theo đa số đạt được cái mà **cử tri trung dung** mong muốn.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hàng hoá nào trong các hàng hoá sau là hàng hoá công cộng? (a) đơn vị chữa cháy; (b) đường phố sạch sẽ; (c) gom rác; (d) truyền hình cáp; (e) khoan dung xã hội, (f) dịch vụ bưu điện.
2. Tại sao xã hội cố gắng đảm bảo rằng mọi trẻ em đều được đi học? Hãy bàn luận các cách khác nhau có thể được thực hiện và đưa ra các lý do để chọn một phương pháp cung cấp việc giáo dục như thế.
3. Bạn sẽ áp dụng các nguyên lý công bằng ngang và dọc như thế nào vào việc quyết định để đánh thuế hai người bao nhiêu, mỗi người có thể làm cùng một công việc, nhưng một người chọn dành nhiều thời gian hơn để tắm nắng và vì thế có thu nhập thấp hơn?
4. Hãy cho biết các thuế sau là lũy tiến hay lũy thoái. (a) thuế 10% đánh vào hàng hoá xa xỉ; (b) thuế theo tỷ lệ của giá trị nhà riêng; (c) thuế đánh vào bia; (d) thuế đánh vào sâm banh.
5. Có thuế suất không đổi 30% thu nhập đánh vào toàn bộ thu nhập vượt quá 2000£. Tính thuế suất trung bình (thuế phải nộp chia cho thu nhập) ở các mức

thu nhập 5000£, 10000£, 50000£. Thuế này có phải là luỹ tiến không? Thuế này sẽ luỹ tiến ít hơn hay nhiều hơn khi phần miễn thuế tăng từ 2000£ lên 5000£?

6 (a) Giả sử rằng cung lao động là hoàn toàn không co giãn. Hãy chỉ ra tại sao không có gánh nặng mất không nếu tiền lương bị đánh thuế? Ai sẽ chịu gánh nặng thuế? (b) Bây giờ giả sử cung lao động co giãn hoàn toàn. Hãy chỉ rõ diện tích là gánh nặng mất không của thuế. Cuối cùng hãng chịu bao nhiêu thuế và công nhân chịu bao nhiêu? (c) Với một độ co giãn nhất định của cung hãy chỉ rõ cầu lao động càng không co giãn thì hãng chịu càng nhiều thuế.

7 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao các nhận định sau sai? (a) Thuế luôn luôn bóp méo. (b) Nếu chính phủ chi toàn bộ doanh thu của mình thì thuế không phải là gánh nặng đối với cả xã hội. (c) Kinh tế chính trị chỉ là cái cớ để nói dông dài và không thể làm nghiêm khắc.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 317-18.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

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

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

Chương 14

Chính sách ngành và chính sách cạnh tranh

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. **Chính sách cạnh tranh và chính sách ngành để khắc phục những thất bại của thị trường.**
2. **Bằng phát minh sáng chế thúc đẩy đầu tư vào R&D như thế nào?**
3. **Những thất bại của thị trường trong các ngành non trẻ (bình minh) và ngành có truyền thống (hoàng hôn).**
4. **Ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí.**
5. **Thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất.**
6. **Chi phí xã hội của độc quyền bán.**
7. **Hoạch định chính sách cạnh tranh.**
8. **Các kiểu sáp nhập và tại sao sự bùng nổ sáp nhập xảy ra.**
9. **Điều tiết sáp nhập tiềm tàng.**

Cái gì làm cho Durex và bánh bột ngô nướng có điểm chung với cung gas cho các hộ gia đình và điện thoại di động? Công ty London Rubber, Kelloggs, British Gas và Vodafone là những công ty được nghiên cứu bởi Uỷ ban Cạnh tranh, ủy ban này giám sát cách hành xử của các hãng lớn và nghiên cứu khả năng lạm dụng sức mạnh độc quyền bán[1].

Chính sách cạnh tranh tăng cường hiệu quả bằng việc thúc đẩy hay bảo vệ sự cạnh tranh.

Trong Chương 12 chúng ta đã giải thích phúc lợi phụ thuộc như thế nào vào hiệu quả và công bằng.

Chính sách cạnh tranh bao gồm các quy tắc hành xử của các hãng hay cơ cấu các ngành. Quy tắc hành xử nhằm mục đích ngăn cản sự lạm dụng vị trí độc quyền bán. Cơ cấu các ngành tìm cách ngăn cản độc quyền bán phát sinh.

[1] Trước 1999, Ủy ban Cạnh tranh gọi là Ủy ban Độc quyền bán và Sáp nhập.

Một số ngành là độc quyền tự nhiên. Tính kinh tế của quy mô lớn đến mức việc phá vỡ chúng là vô nghĩa và việc cạnh tranh từ phía các hãng khác không đưa ra phương pháp nào. Ở nhiều nước, đặc biệt ở châu Âu, các ngành này đã trở thành ngành quốc hữu hoá, được điều hành bởi nhà nước vì lợi ích xã hội. Sau 1980, Liên hiệp Anh đã dẫn đầu trong việc tư nhân hoá nhiều trong số các hãng này. Các nước khác cũng làm theo. Vì tính kinh tế của quy mô không biến mất bởi tư nhân hoá nên tiếp tục điều tiết là cần thiết trong nhiều trường hợp. Chúng ta mô tả cuộc cách mạng điều tiết này ở chương tiếp theo. Thứ nhất, chúng ta nghiên cứu các trường hợp trong đó tính kinh tế của quy mô kém nhạy bén hơn. Chính sách cạnh tranh khi đó là con đường hứa hẹn hơn cho việc can thiệp.

Chính sách ngành có mục tiêu khắc phục các ảnh hưởng hướng ngoại ảnh hưởng đến các quyết định sản xuất của các hãng.

Trước khi làm thế, chúng ta bàn đến các động cơ khác cho việc can thiệp để làm tăng hiệu quả sản xuất. Nếu phi hiệu quả phát sinh không phải từ tính kinh tế của quy mô và sức mạnh thị trường, cũng không phải từ những ảnh hưởng hướng ngoại về môi trường mà chúng ta đã bàn đến ở Chương 12, các thất bại nào của thị trường chúng ta đã biết? Về mặt bản chất tất cả các ảnh hưởng hướng ngoại khác gắn liền với sản xuất.

Chúng ta bàn đến bốn thất bại của thị trường như thế: vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; ảnh hưởng tràn ra ngoài biên giới quốc gia làm cho các chính sách quốc gia không hiệu quả; thất bại của thị trường vốn giải thích tại sao các doanh nghiệp mới khó khởi sự; và ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí giải thích tại sao các nhà thiết kế xe hơi cụm lại ở Turin và các hàng ăn Trung Quốc ở quận Soho của London.

14.1 Chính sách ngành

Quyền sở hữu trí tuệ: phát minh sáng chế, bằng sáng chế và bản quyền

Thông tin là hàng hoá kinh tế đặc biệt thường gây ra sự khó hiểu trong các thị trường cạnh tranh. Khó mua bán thông tin: người mua cần nhìn thấy nó nhưng khi đã nhìn thấy thì không có động cơ trả tiền cho nó.

Một ví dụ là phát minh sáng chế, khám phá ra thông tin mới về sản xuất. Công ty phát triển một sản phẩm trong bí mật và sau đó bán nó. Nếu các hãng khác nhanh chóng bắt chước phát minh mới này thì sự cạnh tranh làm cho lợi nhuận từ sản phẩm mới này biến mất. Mọi người đều nhìn thấy trước điều này xảy ra, vì thế ít nguồn lực được dành để tìm kiếm những phát minh sáng chế, mặc dù chúng có giá trị về mặt xã hội.

Quyền sở hữu trí tuệ là sự công nhận rằng người tạo ra kiến thức mới có thể sở hữu nó trong một khoảng thời gian như một tài sản đem lại thu nhập. Độc quyền hợp pháp tạm thời này được gọi là **bằng phát minh sáng chế** trong trường hợp phát minh sáng chế và **bản quyền** trong trường hợp các công trình văn hoá hay âm nhạc.

Vấn đề phát sinh vì người phát minh không thể chiếm hữu lợi ích cho riêng mình vì những người bắt chước không thể bị loại trừ. Giải pháp cho sự thất bại này của thị trường là hệ thống các quyền sở hữu tạm thời trao cho người phát minh quyền coi kiến thức này như một tài sản gọi là sở hữu trí tuệ. Trong thời kỳ đó người tạo ra kiến thức đó có thể thu lợi nhuận từ việc sử dụng quyền sở hữu trí tuệ của mình. Biết trước rằng việc tạo ra kiến thức thành công sẽ được thưởng tạo động cơ để đầu tư vào ngành tạo ra kiến thức trước tiên.

Độc quyền hợp pháp ngăn cản một cách nhất thời những người sáng chế thành công có hàng rào gia nhập ổn định ngăn cản sự cạnh tranh mãi mãi. Hệ thống bằng phát minh sáng chế cung cấp động cơ đủ lớn cho phát minh sáng chế nhưng không chặn sự cạnh tranh mãi mãi.

Không có giải pháp hoàn hảo cho tình trạng căng thẳng này - nhu cầu bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ để tạo ra các động cơ đúng đắn cho việc tạo ra kiến thức

mới và mong muốn phổ biến kiến thức mới càng nhanh càng tốt để tối đa hoá lợi ích của cạnh tranh. Chính sách ngành phải hướng tới cân bằng này và thời hạn tối ưu của quyền sở hữu trí tuệ có thể thay đổi theo sản phẩm. Trong thực tế, hệ thống luật pháp có xu hướng chuẩn hoá tuổi thọ của bằng phát minh sáng chế và bản quyền trước khi chúng hết hạn.

Các vấn đề này còn phức tạp hơn khi hành vi chiến lược diễn ra. Các hãng đang ở trong ngành có thể khám phá ra và lấy bằng sáng chế một quy trình mới nhưng không áp dụng. Biết rằng sẽ gặp sự khai trương sản phẩm mới này, những người gia nhập tiềm năng sẽ không gia nhập. Bằng phát minh sáng chế là rào cản ngăn chặn gia nhập mang tính chiến lược hiệu quả. Chính sách ngành và chính sách cạnh tranh khôn ngoan phải đi đôi với nhau. Bằng chứng về bằng phát minh sáng chế là loại thông tin Uỷ ban Cạnh tranh tìm kiếm để đánh giá xem các hãng đang ở trong ngành có lạm dụng sức mạnh thị trường của mình không.

Nghiên cứu là quá trình sáng chế, tạo ra kiến thức mới. **Triển khai** là quá trình đổi mới để làm cho nghiên cứu có thể tồn tại được về mặt thương mại.

Nghiên cứu và triển khai (R&D)

Hầu hết các nước đều hỗ trợ R&D, chiếm khoảng 2% sản phẩm quốc dân ở các nước phát triển. Những thất bại của thị trường trong R&D mà hệ thống bằng phát minh sáng chế không bù lại được là gì?

Thứ nhất, các dự án lớn có thể là rủi ro đối với một công ty riêng lẻ. Boeing, nhà sản xuất máy bay lớn nhất trên thế giới, mô tả dự án như "đánh cược công ty": sự thất bại của một dự án mới có thể đe doạ sự tồn tại của công ty. Chương 12 đã mô tả tại sao các cá nhân là những người ghét rủi ro. Những người quản lý của các công ty lớn cũng vậy. Các hãng tư nhân có thể thực hiện R&D ít hơn mức xã hội mong muốn.

Lợi tức xã hội cao hơn lợi tức tư nhân đối với việc ra các quyết định này. Xã hội cần tỷ lệ lợi tức thấp hơn hay sử dụng tỷ lệ chiết khấu thấp hơn để đánh giá lợi ích tương lai của dự án, vì hai lý do. Thứ nhất, chính phủ có thể chia sẻ rủi ro cho nhiều dự án trong danh mục đầu tư của mình. Thứ hai, thậm chí một dự án thất bại, chính phủ có thể dàn trải gánh nặng cho toàn dân: 1% đối với thuế suất thuế thu nhập một năm có thể trang trải một thảm hoạ lớn nhất. Như vậy, xã hội cần phần đền bù rủi ro thấp hơn mức các nhà quản lý, những người có thể mất công việc lương cao của mình nếu dự án thất bại. Đây là một lý do để trợ cấp cho R&D.

Issac Newton một lần đã nói ông ta đứng trên vai những người khổng lồ. Mỗi phát minh sáng chế làm cho phát minh tiếp theo dễ hơn. Nhưng không nhà phát minh nào có thể lấy được bằng phát minh sáng chế tương lai mà những người khác phát minh như là kết quả của một khám phá cụ thể. Vì thế, lợi ích cá nhân đối với nhà phát minh sáng chế nhỏ hơn lợi ích xã hội. Đây là lý do thứ hai để trợ cấp cho R&D.

Cạnh tranh quốc tế mang tính chiến lược

Xem xét ngành chế tạo máy bay thương mại. Thực sự có hai hãng lớn còn lại trong thị trường thế giới là Boeing nhà khổng lồ Mỹ và Airbus Industrie, trong đó British Aerospace cũng có phần.

Giả sử rằng Airbus đề nghị các chính phủ của các nhà sản xuất thành viên của nó (Đức, Pháp, Anh và Tây Ban Nha) cho viện trợ, khoản cho không hay cho vay ưu đãi để hỗ trợ R&D về máy bay mới. Bổ sung vào lập luận chuẩn về hỗ trợ R&D, việc cạnh tranh quốc tế làm phát sinh thêm những vấn đề nào?

Thứ nhất, Airbus có thể thành công không cần sự hỗ trợ của chính phủ. Nếu vậy, trợ cấp công cộng đơn giản chỉ là thanh toán chuyển giao cho các cổ đông của Airbus, một ý tưởng tồi.

Thứ hai, cho viện trợ liệu có ảnh hưởng đến sự thành công của Airbus không? Nếu Airbus bị loại thì Boeing sẽ là người sản xuất duy nhất không có sự cạnh tranh. Boeing chắc chắn sẽ tăng giá máy bay. Hàng không Anh và cuối cùng là người tiêu dùng Anh sẽ phải trả giá cao và Boeing sẽ thu được lợi nhuận độc quyền. Có thể đáng ngăn chặn việc này.

Hộp 14-1 Công cộng Liên hiệp Anh

Người có uy tín lớn của trường Kinh doanh Harvard Michael Porter nổi tiếng về nghiên cứu của mình về cái tạo ra mũi nhọn cạnh tranh cho các nước. Ông ta cho Liên hiệp Anh điểm thấp về tạo ra lợi ích thương mại từ khoa học và công nghệ. Các nước Bắc Âu, Singapore, Nam Triều Tiên và Đài Loan đã làm tốt hơn nhiều trong việc cải thiện tốc độ đổi mới. Cả tốc độ áp dụng bằng phát minh sáng chế và chất lượng bằng phát minh sáng chế của Liên hiệp Anh tốt nhất chỉ ở mức trung bình của toàn thế giới, phản ánh công nghiệp Anh chi tiền phần trăm doanh thu của mình cho R&D ít như thế nào so với những người châu Âu. Ví dụ, trong khi Anh tạo ra 75 bằng phát minh sáng chế trên một triệu dân thì Đức tạo ra 150 bằng phát minh sáng chế trên một triệu dân.

Nguồn: Porter and Ketels, 2003, *UK Competitiveness*, DTI Economics Paper No.3.

Hỗ trợ tài chính là cam kết của các chính phủ châu Âu để Airbus không bị đe doạ phải rời bỏ ngành. Boeing có thể kết luận rằng việc cố gắng chiến đấu bằng giá để buộc Airbus rời bỏ ngành là vô nghĩa. Cam kết của châu Âu có thể ngăn cuộc chiến tranh giá cả xảy ra. Cạnh tranh quốc tế mang tính chiến lược có thể tạo cơ sở hợp lý cho chính sách ngành mang tính chiến lược. Tất nhiên, một khi Airbus lớn bằng Boeing, nó không còn bị buộc rời bỏ ngành nữa. Khi đó cái cớ cho sự hỗ trợ của chính phủ sẽ giảm đi.

Khái quát hơn, điều này cảnh báo chúng ta về ý nghĩa của sự thay đổi động, bình minh và hoàng hôn của các ngành và các hãng trong đó.

Các ngành **bình minh** là các ngành mới xuất hiện của tương lai. Các ngành **hoàng hôn** là các ngành của quá khứ, bây giờ đang ở trong sự suy giảm dài hạn.

Các ngành bình minh (non trẻ) và hoàng hôn (truyền thống)

Hiện nay, các ngành bình minh bao gồm máy vi tính và công nghệ gen. Các ngành hoàng hôn ở các nền kinh tế Phương Tây bao gồm các ngành công nghiệp nặng già cỗi, như thép và đóng tàu, bây giờ đang chịu thiệt hại vì công suất dư thừa tràn lan, bị cạnh tranh giảm giá bởi các nhà sản xuất hiệu quả hơn ở khu vực Thái Bình Dương.

Tại sao không để những thay đổi này cho các lực lượng thị trường? Những thất bại nào của thị trường có thể biện minh cho sự can thiệp của chính phủ thông qua chính sách ngành? Chúng ta bắt đầu với các ngành bình minh.

Hai kiểu thất bại của thị trường được đưa ra để biện minh cho trường hợp ủng hộ sự can thiệp. Thứ nhất, có thể có sự không hoàn hảo của thị trường về việc cho vay đối với các công ty mới và các ngành mới. Các ngân hàng và những người cho vay khác có thể là những người quá ghét rủi ro, hoặc quá xa lạ với các doanh nghiệp mới, nên không cho vay số tiền cần thiết trong suốt các năm đầu thua lỗ. Thị trường có thể chậm trong việc cung cấp việc đào tạo và các kỹ năng liên quan: tình trạng khó xử (cho đến tận khi ngành tồn tại, mọi người vẫn chưa nhận thức được nhu cầu về phát triển kỹ năng như thế, nhưng thiếu các kỹ năng đó, ngành không thể tồn tại).

Các lập luận này có thể biện minh cho chính sách ngành để hỗ trợ cho các ngành bình minh (non trẻ). Nhưng trước tiên phải trả lời hai câu hỏi. Thứ nhất, tại sao các thị trường lại không nhìn thấy và không được thông tin? Thứ hai, thậm chí các thị trường sai thì chính phủ có thể làm tốt hơn không? Chiến lược cố gắng nắm bắt thị trường bằng

việc "lựa chọn những người thắng" bây giờ rất không được tin tưởng. Các công chức dân sự và các nhà chính trị khó đánh đổ được các nhà phân tích trong ngành và tài trợ. Nếu chính sách ngành được theo đuổi, thì tốt hơn hết là chẩn đoán nguyên nhân thất bại của thị trường và cung cấp sự khuyến khích chung sao cho những người ra quyết định thị trường tính đến khi thực hiện sự phân tích chuyên nghiệp của mình.

Các ngành hoàng hôn (truyền thống) thể hiện các vấn đề khác nhau. Chính phủ có thể quan tâm đến việc làm ở địa phương khi các ngành tập trung cao về mặt địa lý cùng suy giảm. Đôi khi việc trợ cấp tạm thời cho những hãng suy thoái để làm thuận lợi cho việc chuyển đổi của các hãng đó là cần thiết. Một cú sốc mạnh là cần thiết để báo hiệu mức độ của sự điều chỉnh cần thiết và sự cam kết của chính phủ chứng kiến việc điều chỉnh diễn ra.

Những cân nhắc chiến lược ở đây cũng quan trọng. Giả sử rằng có hai hãng còn lại trong một ngành mà bây giờ chỉ có thể hỗ trợ cho một. Mỗi hãng đều muốn hãng kia rời bỏ ngành. Một trong hai điều có thể xảy ra, chẳng điều nào là đáng mong muốn về mặt xã hội. Thứ nhất, ngành sống sót với hai hãng trong thời gian dài hơn nhiều so với thời gian hiệu quả về mặt xã hội. Thứ hai, hãng với sự hỗ trợ tài chính ít hơn là hãng sẽ đổ trước, cho dù nó có thể sản xuất với chi phí thấp hơn đối thủ cạnh tranh giàu hơn của nó. Chính sách ngành tìm kiếm việc hợp lý hoá nhanh hơn và hiệu quả hơn cho ngành hoàng hôn (truyền thống) này có thể là có ưu điểm.

Những nhận định quốc tế mang tính chiến lược cũng có thể áp dụng. Ngành thép châu Âu có công suất dư thừa rất lớn, một phần vì nó bị cạnh tranh giảm giá của các nhà sản xuất Đông Á, một phần vì làn sóng bổ sung công suất các nhà máy thép của Italy vào những năm 1970. Các chính phủ châu Âu nằm trong trò chơi xem ai sẽ đóng cửa nhà máy, dành thị phần có lợi cho những người chiến thắng. Trong các hoàn cảnh đó, thị trường tự do có thể là một chính sách kém. Thực tế, từ 1980 British Steel (bây giờ gọi là Corus) đã có sự cắt giảm lớn trong công suất so với ngành thép ở bất kỳ nước EC chủ yếu nào.

14.2 Địa lý kinh tế

Điện tử tiêu dùng - TV, các hệ thống âm thanh, máy vi tính gia đình - có thể tìm thấy ở nhiều siêu thị, nhưng mọi người ở Đông Nam nước Anh vẫn đi đến Tottenham Court Road, London, vì rẻ, như vào những năm 1960 cha mẹ họ mua quần áo ở phố Carnaby.

Ferrari thì khác, hầu hết các đội đua công thức 1 đều đặt cơ sở ở thung lũng Thames.

Địa lý kinh tế có nghĩa là vị trí của hãng ảnh hưởng đến chi phí sản xuất của nó. **Ảnh hưởng hướng ngoại** có lợi của vị trí xảy ra nếu chi phí của hãng giảm do được bố trí ở gần các hãng tương tự.

"Địa lý kinh tế" - ý tưởng là ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí là đáng kể và đòi hỏi sự phân tích đặc biệt - đã được phổ biến bởi giáo sư Paul Krugman vào đầu những năm 1990 nhưng ý tưởng này được Alfred Marshall, giáo sư Cambridge đưa ra vào cuối thế kỷ trước.

Tại sao chi phí sản xuất của hãng phụ thuộc vào sự gần kề của nó với các hãng khác? Những sự giải thích thuộc 3 mục: sự tương tác của tính kinh tế của quy mô và rủi ro, chi phí vận chuyển và giao dịch và ảnh hưởng công nghệ ra bên ngoài.

Giả sử một công nhân đầu tư vào các kỹ năng rất đặc biệt, như thiết kế xe đua hoặc thuyết phục khách hàng rằng các áo sơ mi hoa là cần thiết. Với chỉ một hãng trong thị trường lao động, công nhân rất phụ thuộc vào người thuê lao động cụ thể. Có những kỹ năng đặc biệt là rất rủi ro. Với sự co cụm lại của những người thuê giống nhau, rủi ro

của các công nhân giảm. Họ không còn đòi các khoản "đền bù rủi ro" lớn hay "những khoản chênh lệch đền bù" trong tiền lương của mình. Lao động rẻ hơn đối với các hãng. Tính kinh tế của quy mô đã được đưa vào lập luận này như thế nào? Thiếu nó mỗi vị trí có thể có hiểu biết rất ít về mỗi hãng. Sự có mặt của tính kinh tế của quy mô buộc các hãng lựa chọn tất cả hoặc không gì cả giữa các vị trí khác nhau.

Lý do thứ hai về việc co cụm lại của những người sản xuất là chi phí vận chuyển. Các cửa hàng có thể co cụm lại vì chi phí giao thông đối với khách hàng - một chuyến đi đến một phố với nhiều cửa hàng có đủ thứ mà bạn muốn - nhưng những người sản xuất lớn co cụm lại vì các đặc điểm của sản xuất. Gần nguồn nguyên liệu là một ví dụ rõ ràng. Phát hiện ra vỉa than hay mỏ quặng sắt dẫn đến vô khối các doanh nghiệp ở địa phương đó.

Hộp 14-2 Viện trợ nhà nước ở EU

Mỗi khi một chính phủ đưa ra thêm một "trợ cấp cuối cùng" cho ngành hàng không ốm yếu của nó, thì các hãng hàng không khác lên tiếng phản đối. EU đang xoá bỏ những khoản viện trợ nhà nước, việc đối xử ưu tiên của chính phủ đang bóp méo cạnh tranh. Các ví dụ là trợ cấp bất thường và thuế đặc biệt phá vỡ chứ không phải hỗ trợ mở ra với các hãng thuộc tất cả các quốc gia. Giữ bỏ các khoản trợ cấp nhà nước không dễ, nhưng chúng đang giảm và ở Liên hiệp Anh đã biến mất.

Chính sách EU coi các khoản trợ cấp nhà nước là bất lợi đối với hiệu quả, quan điểm truyền thống của các nhà kinh tế. Tuy nhiên, trong kinh tế học bạn đang thoát khỏi cái mà bạn đưa ra. Trong các mô hình với một số thất bại của thị trường, các khoản trợ cấp nhà nước phụ thêm vào thất bại, lãng phí của thị trường và làm giảm hiệu quả. Tuy nhiên, các khoản trợ cấp của nhà nước có thể bù lại các thất bại khác của thị trường. Mục 14.1 bàn luận sự cạnh tranh quốc tế mang tính chiến lược, như giữa Boeing và Airbus. Biết rằng Airbus có trợ cấp nhà nước có thể ảnh hưởng đến hành vi của Boeing theo cách có lợi cho châu Âu.

Thứ hai, các ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí có thể tạo động cơ cho các chính phủ kêu gọi đầu tư (chẳng hạn các nhà sản xuất ô tô Nhật) mà sau đó đã tăng cường cơ sở ngành của nước chủ nhà. Đối với cả châu Âu, tốt nhất là các luồng vào đầu tư chảy đến những nơi mà những đóng góp là lớn nhất. Một cuộc đấu giá ẩn, các bang cạnh tranh với nhau để thu hút đầu tư (đưa ra những lợi thế về thuế, các khoản trợ cấp đầu tư, v.v...) có thể là cách hiệu quả để bộc lộ ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí là lớn nhất.

Lớn nhất trong tất cả là ảnh hưởng ra ngoài trong bản thân công nghệ. Các ví dụ nổi tiếng bao gồm Silicon Valley ở California và Route 128 gần Boston, những nơi tụ hội của các nhà sản xuất trong ngành công nghệ máy tính thấy rằng có lợi nếu ở gần nhau. Mặc dù cạnh tranh với nhau, họ cũng có thêm các ý tưởng của nhau khi các giáo sư đại học tham dự các hội thảo của nhau. Mặc dù, các bài báo hai năm sau đó được công bố trên các tạp chí, ở đó chỉ ra rằng các ý tưởng có thể truy nhập được ở toàn cầu, những thảo luận với giáo sư bên lề hội thảo về ý tưởng mới có thể đem lại mũi nhọn cạnh tranh so với các giáo sư khác ở nơi khác. Điều này cũng đúng đối với các doanh nghiệp từ thiết kế phần mềm đến công nghệ vệ tinh.

Trong các ví dụ này, đường chi phí của một hãng phụ thuộc vào có bao nhiêu hãng tương tự ở gần. Khái niệm ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí làm rõ một khái niệm mà các nhà chính trị đã bàn luận nhiều năm nhưng đó là cái mà các nhà kinh tế trước đây đã gặp rắc rối trong việc đưa ra sự giải thích mạch lạc.

Cơ sở ngành của một nước hay một vùng là thước đo dự trữ của các nhà sản xuất sẵn có để tạo ra những cái như ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí.

Sự nhấn mạnh đối với "ngành" mang sự giả định trước rằng ảnh hưởng hướng ngoại là đáng kể hơn đối với những người sản xuất so với những người tiêu dùng, bởi vì tính chất đặc biệt của đầu tư cần thiết và quy mô tối thiểu do tính kinh tế của quy mô đặt ra. Mặc dù, các siêu thị

co cụm lại với nhau để cung cấp các cửa hàng thảm kề nhau, các cửa hàng DIY và các trung tâm vườn, sự cạnh tranh giữa các cụm vị trí khác nhau là căng thẳng. Mức độ của thất bại của thị trường là nhỏ.

Ngược lại, nếu quy mô tối thiểu có hiệu quả của những khoản đầu tư đặc biệt là lớn thì các nước hay các khu vực có thể thấy có hai cân bằng - một trong đó không ai gia nhập và một trong đó có nhiều người gia nhập, mỗi người đều hưởng lợi ích từ sự có mặt của người khác. Để đạt được kết quả thứ hai một cách có hiệu quả đòi hỏi sự phối hợp của quyết định gia nhập của những nhà sản xuất khác nhau để nội hoá ảnh hưởng hướng ngoại mà mỗi hãng gặp phải: hãng bỏ qua lợi ích mà sự gia nhập của mình tạo ra cho các hãng khác.

Trước khi coi đây là tấm séc để trống về các trợ cấp ngành, hãy nhớ rằng vào những năm 1970 và 1980 chính sách ngành đã có một số thất bại lớn ở nhiều nước. Mỗi khi một hãng tư nhân lớn gặp nhiều khó khăn, sự can thiệp là cần thiết để "duy trì các kỹ năng", hoặc "sự hiện diện quốc tế" trong ngành. Địa lý kinh tế mới không phải là ngoại phạm để hậu thuẫn cho những người thua cuộc hoặc để làm đông cứng cơ cấu ngành trong một thế giới đang thay đổi.

14.3 Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền

Không có sự thất bại của thị trường, cân bằng cạnh tranh là hiệu quả. Mỗi ngành mở rộng sản lượng đến điểm ở đó giá bằng chi phí cận biên. Giá bằng lợi ích xã hội cận biên, chi phí cận biên bằng chi phí xã hội cận biên. Phân bổ lại tài nguyên không thể làm cho mọi người đều được lợi.

Khi ngành là cạnh tranh không hoàn hảo, mỗi hãng có một ít sức mạnh thị trường. Vì các đường cầu dốc xuống, giá cao hơn chi phí cận biên. Mỗi hãng sản xuất mức sản lượng ở đó giá cao hơn chi phí cận biên. Phần chênh lệch giữa giá và chi phí cận biên là sức mạnh độc quyền của hãng.

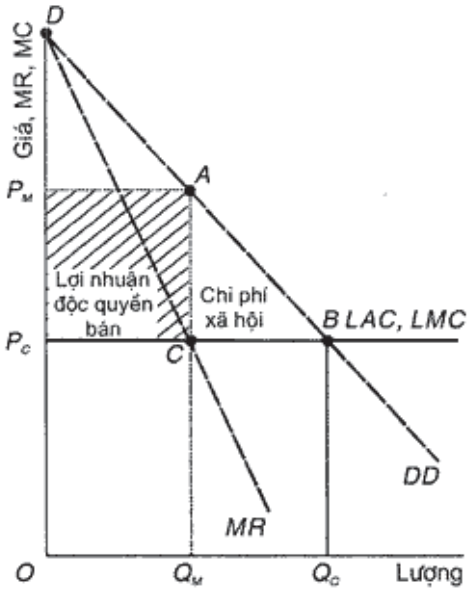
Giá và lợi ích xã hội cận biên của đơn vị sản phẩm cuối cùng khi đó cao hơn chi phí xã hội và tư nhân cận biên của việc sản xuất ra đơn vị sản phẩm cuối cùng đó. Trên quan điểm xã hội, sản lượng của ngành là quá nhỏ. Việc mở rộng sản lượng sẽ phụ thêm vào lợi ích xã hội nhiều hơn là vào chi phí xã hội. Chúng ta đánh giá thiệt hại xã hội của sức mạnh độc quyền và sự phân bổ tài nguyên không hiệu quả như thế nào?

Chương 15 xem xét trường hợp độc quyền bán thuần tuý. Chúng ta bắt đầu bằng một luận cứ tổng quát hơn về cạnh tranh không hoàn hảo. Các dạng trung gian của cạnh tranh không hoàn hảo cần một vài tính kinh tế của quy mô để giới hạn số hãng một ngành có thể hỗ trợ. Tuy nhiên, để đưa ra ý tưởng về chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền thì bỏ qua tính kinh tế của quy mô sẽ tiện lợi hơn.

Điều gì xảy ra nếu một ngành cạnh tranh bị thôn tính bởi một hãng duy nhất mà sau đó hoạt động như một nhà độc quyền nhiều nhà máy? Trong Hình 14.1, trong cạnh tranh hoàn hảo LMC vừa là đường chi phí cận biên dài hạn của ngành vừa là đường cung của ngành. Với hiệu suất không đổi theo quy mô, LMC cũng là đường chi phí trung bình dài hạn của ngành. Với đường cầu DD, cân bằng cạnh tranh ở B. Ngành cạnh tranh sản xuất sản lượng Q_C và ở giá P_C.

Bây giờ ngành trở thành độc quyền, sản xuất sản lượng Q_M và ở giá P_M, do đó làm cho chi phí cận biên bằng doanh thu cận biên. Diện tích P_MP_CAC là lợi nhuận của nhà độc quyền từ bán Q_M ở giá cao hơn chi phí cận biên và chi phí trung bình. Tam giác ABC là thiệt hại xã hội của sức mạnh độc quyền bán. Ở Q_M, lợi ích xã hội cận biên của một

Hình 14.1 Chi phí xã hội của độc quyền bán



Ngành có đường chi phí trung bình và cận biên dài hạn nằm ngang. Ngành cạnh tranh hoàn hảo sản xuất ở B, nhưng nhà độc quyền bán đặt MR = MC để sản xuất chỉ Q_M ở giá P_M. Nhà độc quyền thu được lợi nhuận dư P_MP_CCA, nhưng có chi phí xã hội hay gánh nặng mất không bằng tam giác ABC. Giữa Q_M và Q_C lợi ích xã hội cận biên cao hơn chi phí xã hội cận biên và xã hội sẽ được lợi bằng việc mở rộng sản lượng đến Q_C. Tam giác ABC biểu thị xã hội được lợi bao nhiêu từ việc mở rộng này.

đơn vị sản phẩm nữa là P_M nhưng chi phí xã hội cận biên chỉ là P_C. Xã hội sẽ muốn tăng sản lượng lên đến điểm cạnh tranh ở B, ở đó lợi ích xã hội cận biên và chi phí xã hội cận biên bằng nhau. Tam giác ABC là khoản lợi xã hội từ việc mở rộng sản lượng này. Bằng việc giảm sản lượng đến Q_M, nhà độc quyền áp đặt chi phí xã hội ABC.

Đường cầu biểu thị lợi ích cận biên đối với người tiêu dùng của mỗi đơn vị sản phẩm và đường chi phí cận biên biểu thị nguồn lực bổ sung sử dụng để sản xuất ra mỗi đơn vị sản phẩm. Vì thế, diện tích giữa DD và LMC đến mức sản lượng đó biểu thị tổng thặng dư phải chia giữa những người sản xuất và những người tiêu dùng.

Trong Hình 14.1, ở mức sản lượng Q_M thặng dư sản xuất là hình chữ nhật biểu thị lợi nhuận và thặng dư tiêu dùng là tam giác DAP_M bên trên nó. Sản lượng này là không hiệu quả vì nó không tối đa hoá tổng thặng dư sản xuất và tiêu dùng. Tổng đó được tối đa hoá ở Q_C, ở đó diện tích giữa đường cầu và đường LMC là tối đa.

Đối với nền kinh tế, chi phí xã hội của độc quyền bán được tìm bằng cách cộng các tam giác gánh nặng mất không như tam giác ABC đối với tất cả các ngành trong đó chi phí cận biên và doanh thu cận biên nhỏ hơn giá và lợi ích xã hội cận biên.

Thặng dư sản xuất (lợi nhuận) là chênh lệch giữa doanh thu và tổng chi phí. Tổng chi phí là diện tích dưới đường LMC cho đến sản lượng này[2]. **Thặng dư tiêu dùng** là tam giác biểu thị mức chênh lệch giữa lợi ích và chi tiêu của người tiêu dùng. Đó là diện tích dưới đường cầu ở sản lượng này, trừ hình chữ nhật chi tiêu.

Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền bán có lớn không? Các nhà kinh tế tin vào các lực lượng thị trường có xu hướng nghĩ nó nhỏ. Giáo sư George Stigler, người được giải Nobel về kinh tế, một lần đã mỉa mai "các nhà kinh tế có thể phục vụ một mục đích hữu ích hơn nếu họ chữa cháy hay diệt mối thay vì độc quyền"[3].

Chi phí xã hội của độc quyền bán là sự thất bại không tối đa hoá được thặng dư xã hội.

Các nhà kinh tế khác lập luận rằng chi phí xã hội của độc quyền bán lớn hơn nhiều. Giáo sư Frederic Scherer, công trình nghiên cứu về cấu trúc ngành của ông đã được trích dẫn ở các Chương 7 - 9, lập luận rằng ở Mỹ chi phí xã hội của độc quyền bán là đủ lớn để "thết đãi tất cả các gia đình trên trái đất này một bữa tối thịt bò nướng ở một khách sạn tốt"[4]. Các giáo sư Keith Cowling và Dennis Mueller đã lập luận rằng chi phí xã hội của độc quyền bán có thể cao bằng 7% thu nhập quốc dân[5].

(2) Diện tích dưới đường LMC thực tế biểu thị tổng chi phí biến đổi. Vì thế, thặng dư sản xuất bằng lợi nhuận chỉ khi chi phí cố định bằng không. Trong dài hạn, tất cả chi phí đều là chi phí biến đổi vì thế thặng dư sản xuất đúng bằng lợi nhuận. Trong ngắn hạn, thặng dư sản xuất bằng lợi nhuận trừ chi phí cố định.

(3) Trích dẫn trong J. Siegfried và T. Tiemann, "Chi phí phúc lợi của độc quyền bán: Một phân tích liên ngành", Economic Enquiry, 1974.

(4) Trích dẫn trong J. Siegfried và T. Tiemann, *sách đã dẫn*.

(5) K. Cowling và D. Meuller, "Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền bán", *Economic Journal*, 1978.

Ở sản lượng dưới mức hiệu quả, tam giác **gánh nặng mất không** biểu thị tổn thất về thặng dư xã hội.

Tại sao lại không thống nhất như thế? Thứ nhất, diện tích tam giác gánh nặng mất không ở Hình 14.1 phụ thuộc vào độ co giãn của đường cầu. Khi tính toán quy mô của các tam giác gánh nặng mất không trong độc quyền bán, các nhà kinh tế khác nhau sử dụng những ước lượng khác nhau về độ co giãn của cầu.

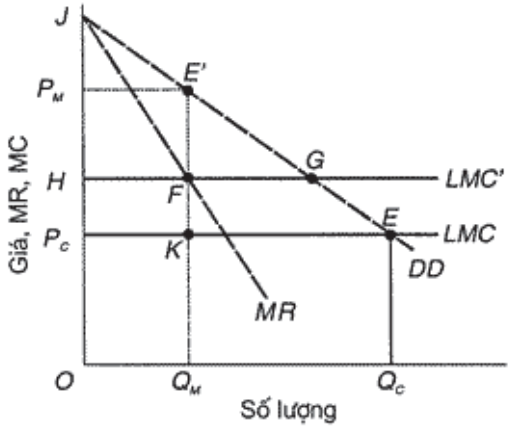
Thứ hai, chi phí phúc lợi của độc quyền bán không chỉ là tam giác gánh nặng mất không. Vì độc quyền đem lại lợi nhuận cao hơn cho hãng, nên các hãng chi nhiều cho việc đạt được và giữ vị trí độc quyền. Hộp 12.1 cung cấp nhiều chi tiết hơn về lý do tại sao "rent- seeking" lại là lãng phí về mặt xã hội.

Tương tự, các hãng dành những số lượng lớn các nguồn lực để cố gắng gây ảnh hưởng đến chính phủ theo cách tăng cường hoặc duy trì sức mạnh độc quyền bán của họ. Họ cũng có thể cố tình duy trì công suất bổ sung để tạo ra mối đe doạ làm tràn ngập thị trường nếu người gia nhập tiềm năng gia nhập ngành. Về mặt xã hội, các nguồn lực dành cho việc vận động hành lang chính phủ hay duy trì công suất thừa nhìn chung là lãng phí.

Phân tích kinh tế hiện đại cũng nhấn mạnh vai trò của thông tin. Những người điều hành độc quyền có các thông tin bên trong về chi phí cơ hội thực của hãng. Họ biết nhiều hơn các cổ đông hay các nhà điều tiết. Các nhà kinh tế đôi khi gọi đó là "sự sao nhãng quản lý" hay "không hiệu quả X". Thiếu sự cạnh tranh tạo cho hãng "độc quyền thông tin" về các khả năng chi phí của mình. Những người ở bên ngoài không thể thấy.

Hãng cạnh tranh trở nên lười biếng thì sẽ mất thị phần và phải rời bỏ kinh doanh. Khi độc quyền trở nên lười biếng thì đơn giản nó tạo ra lợi nhuận chỉ ít hơn một ít. Trên quan điểm xã hội, các đường chi phí của nó không nhất thiết phải cao. Xã hội chi nhiều nguồn lực hơn để tạo ra sản lượng này so với trường hợp không hiệu quả X bị loại bỏ.

Hình 14.2 **Độc quyền thông tin**



Nhà độc quyền với thông tin bên trong về chi phí có thể cho phép LMC tăng lên đến LMC' và sản xuất ở E'. Ngành cạnh tranh sẽ sản xuất ở E và bộc lộ chi phí thật là LMC.

Trong Hình 14.2, LMC là chi phí cận biên của hãng hiệu quả về chi phí. Nhà độc quyền lấy lợi thế về độc quyền thông tin của mình để hưởng thụ cuộc sống dễ dàng và có các chi phí cao hơn LMC'. Giả sử nhà độc quyền bị chia nhỏ ra thành các hãng giống nhau (có thể, nếu có hiệu suất không đổi theo quy mô). Sự cạnh tranh giữa các hãng không chỉ buộc mỗi hãng đặt giá bằng chi phí cận biên, mà còn bộc lộ sự sao nhãng quản lý và buộc các hãng đạt đường chi phí thấp hơn LMC. Nhà độc quyền sản xuất ở Q_M ở giá P_M. Ngành cạnh tranh sản xuất Q_C ở giá P_C. Do đó, nền kinh tế chuyển từ E' đến E. Lợi ích xã hội lớn hơn tam giác E'FG nhiều.

Ở sản lượng độc quyền Q_M, thặng dư tiêu dùng cao hơn cái mà họ trả là P_MJE'. $HFE'P_M$ là lợi nhuận công bố của nhà độc quyền. $KFHP_C$ là lợi nhuận giấu đi mà nhà độc quyền làm cho cuộc sống của mình dễ dàng hơn, và OQ_MKP_C là những chi phí mà thậm chí một hãng hiệu quả cũng phải chịu.

Hộp 14-3 **Tính kinh tế của quy mô và cạnh tranh**

Thông tin di động 3G đã báo trước tương lai cho thông tin di động công nghệ cao. Khả năng tải xuống các bài hát, nhận những tin video cập nhật và nói bằng video tất cả đều có thể. Thật ngạc nhiên, người ta rất ít nói về khả năng kỹ thuật về việc cung cấp các cuộc đàm thoại ở giá tiết kiệm 80% đối với các mạng 3G hoặc đường điện thoại cố định.

Vấn đề tựu trung là quy mô và cạnh tranh. Để có thể có được 22,5 tỷ £ trả cho các giấy phép 3G ở Liên hiệp Anh và xây dựng mạng lưới cơ sở hạ tầng, tính kinh tế của quy mô là cực kỳ hữu ích. Thực tế là một số nhà cung cấp di động đạt được tính kinh tế của quy mô từ việc họ sở hữu mạng cố định có nghĩa là họ có ít động cơ để bắt đầu cuộc chiến tranh giá cả về các cuộc gọi đàm thoại. Điều này là đáng buồn vì các cuộc đàm thoại ở châu Âu được dự báo là tăng thêm 57% vào năm 2009 đến 1300 tỷ phút một năm.

Nguồn: Investors Chronicle, 28 May 2004.

Khi cân bằng chuyển từ E' đến E, lợi nhuận xã hội bổ sung là cả tam giác E'KE. Bây giờ với ngành cạnh tranh và đường chi phí LMC, tổng thặng dư tiêu dùng là JEP_C, khoảng cách giữa đường cầu và hình chữ nhật OQ_CEP_C mà những người tiêu dùng thực sự trả. Lưu ý rằng hình chữ nhật $HFKP_C$ thực sự đã được phân phối lại từ nhà độc quyền lười nhác sang những người tiêu dùng một khi xã hội phát hiện ra rằng các chi phí là LMC và các giá tương ứng.

Ở một chừng mực nào đó chúng ta đã giả định nhà độc quyền là "những con mèo béo" lười. Phải mất các nguồn lực (nỗ lực, đầu tư, v.v...) để hạ thấp chi phí, lợi ích thu được từ xoá bỏ độc quyền nhỏ hơn so với ở Hình 14.2 nhưng vẫn lớn hơn tam giác E'FG.

Vì những lý do này, mức độ chính xác của chi phí xã hội của độc quyền vẫn là vấn đề đang tranh luận. Tuy nhiên, ít chính phủ tin rằng chi phí xã hội của độc quyền có thể bị bỏ qua.

Độc quyền phân biệt giá

Chi phí xã hội của độc quyền phát sinh vì nhà độc quyền không thể phân biệt giá. Phân biệt giá hoàn hảo làm cho đường cầu và đường doanh thu cận biên trùng nhau - bán những đơn vị mới không đẩy giá của các lượng đang bán xuống. Khi đó, giá là doanh thu cận biên và vì thế bằng chi phí cận biên. Nhà độc quyền sản xuất mức sản lượng hiệu quả về mặt xã hội.

Phân biệt giá có thể thực hiện được chỉ trong các hoàn cảnh đặc biệt. Những người tiêu dùng phải không có khả năng tạo ra thị trường bán lại. Phân biệt giá có thể thực hiện được chỉ khi nào người sản xuất có thể thiết lập các thị trường nhỏ riêng biệt. Phân biệt giá trong các dịch vụ dễ hơn vì việc bán lại là không thể: dịch vụ được tiêu dùng ở điểm nó được tạo ra. Phân biệt giá bởi các nhà độc quyền lớn đôi khi bị ngăn cản bởi "đòi hỏi dịch vụ thống nhất" về mặt pháp lý buộc nhà độc quyền phải cung cho tất cả các nơi trong nước cùng một giá (ví dụ như chuyển thư) mặc dù chi phí giao hàng ở các vùng nông thôn cao hơn nhiều.

Phân phối lợi nhuận độc quyền

Xã hội không chỉ quan tâm đến tính kém hiệu quả của cạnh tranh không hoàn hảo. Xã hội có thể còn quan tâm đến hai khía cạnh khác của sức mạnh độc quyền bán: sức mạnh chính trị mà các công ty lớn có và vấn đề về công bằng trong phân phối các khoản lợi nhuận lớn mà nhà độc quyền có thể thu được.

Lợi nhuận độc quyền là thuế tư nhân. Xã hội có nên khoan dung với nó không? Những người cuối cùng nhận được lợi nhuận độc quyền là các cổ đông của nhà độc quyền. Phần lớn thị trường chứng khoán được nắm giữ bởi các quỹ hưu trí và các công

ty bảo hiểm mà cuối cùng thanh toán cho các công nhân. Một phần lợi nhuận độc quyền đến với những người nghèo nhất, nhưng phần lớn thì không.

Giả sử rằng chính phủ đánh thuế lợi nhuận: điều này có ảnh hưởng đến quyết định sản lượng của nhà độc quyền? Không! ở bất kỳ thuế suất nào dưới 100%, cách tối đa hoá lợi nhuận sau thuế cũng giống như tối đa hóa lợi nhuận trước thuế. Với một thuế suất nhất định, lợi nhuận trước thuế cao hơn phải làm tăng lợi nhuận sau thuế. Vì thế, nhà độc quyền sản xuất mức sản lượng đúng như khi không có thuế lợi nhuận và vẫn gặp đường cầu đó, sẽ đặt giá đúng như trước[6].

Nhà độc quyền không thể dịch chuyển thuế sang một ai đó khác. Chính phủ có thể đánh thuế lợi nhuận của nhà độc quyền bao nhiêu cũng được mà không ảnh hưởng đến hành vi của nhà độc quyền, ít nhất là trong ngắn hạn.

Nhà độc quyền có thể có chi phí chìm trong quá khứ, thông qua R&D hay xây dựng nhà máy. Nhìn từ hiện tại, các chi phí này đã phải chịu và là quá khứ. Vị trí của các đường chi phí này không phụ thuộc vào việc chính phủ có đánh thuế lợi nhuận độc quyền hay không. Tuy nhiên, nếu hãng biết rằng lợi nhuận là đối tượng của "thuế bất ngờ", nhà độc quyền sẽ không bao giờ chịu các chi phí R&D cao ngay từ đầu.

Một loại thuế bất ngờ có thể làm mất hết lợi nhuận độc quyền mà không có các tác động bất lợi đến hiệu quả[7]. Tuy nhiên, kỳ vọng áp dụng thường xuyên các loại thuế như vậy sẽ làm suy giảm các động cơ đầu tư. Chi phí khi đó sẽ cao hơn so với mức cần thiết.

Tự do hoá có giúp được không?

Bây giờ bạn có thể giả định rằng cạnh tranh luôn luôn tốt hơn. Nhưng ở Chương 12 chúng ta đã đưa ra lý thuyết cái tốt thứ nhì. Bắt đầu từ một tình trạng bị bóp méo, loại bỏ tất cả các thất bại của thị trường sẽ luôn luôn làm tăng hiệu quả. Nhưng loại bỏ một phần hay giảm bớt đôi khi làm cho mọi thứ tồi tệ hơn; đôi khi hai sự bóp méo lại bù trừ cho nhau một phần nào đó. Loại bỏ một sẽ làm cho cái còn lại tồi tệ hơn.

Đây là ví dụ thứ nhất. Không giống như ở Hình 14.1 và 14.2, giả sử rằng có tính kinh tế của quy mô rất lớn và đường chi phí trung bình giảm dần. Độc quyền là xấu vì những lý do đã nêu ra trước đây, nhưng ít nhất nó sản xuất ở quy mô lớn làm cho xã hội được lợi từ tính kinh tế của quy mô. Giả sử rằng chính phủ đòi tăng cường cạnh tranh hơn nữa, chẳng hạn cần sự gia nhập của người sản xuất thứ hai. Chia thị trường ra, cả hai hãng đều không gặt hái được tính kinh tế của quy mô. Cạnh tranh nhiều hơn có thể làm giảm lợi nhuận cận biên và đẩy giá xuống gần chi phí cận biên hơn. Nó cũng có thể làm giảm độc quyền thông tin (chúng ta có thể thấy hãng khác đặt giá bao nhiêu), buộc phải chi nhiều hơn vào việc giảm chi phí để dịch chuyển các đường chi phí xuống dưới. Nhưng nếu tính kinh tế của quy mô đủ lớn, cả hai nhà sản xuất vẫn có chi phí cao hơn nhà độc quyền ban đầu. Xã hội có thể thiệt hơn vì nó phải dùng nhiều nguồn lực hơn vào sản xuất.

Hớt váng giới hạn việc gia nhập vào những phần kinh doanh có lợi, nhờ đó làm suy giảm tính kinh tế của quy mô ở nơi khác.

Ví dụ thứ hai gọi là hớt váng.

Giả sử độc quyền bưu điện cung cấp một dịch vụ thống nhất; nó phải giao bưu phẩm khắp Liên hiệp Anh với cùng một giá. Một người gia nhập tư nhân sẽ muốn giao các gói bưu phẩm có lợi ở các thành phố chứ

(6) Vì tối đa hoá lợi nhuận hàm ý MC = MR, nên sản lượng được điều chỉnh cho đến tận khi lợi nhuận cận biên của đơn vị cuối cùng bằng không. Vì thế, đánh thuế lợi nhuận không có ảnh hưởng đến điều kiện cận biên hãng sử dụng để tìm mức sản lượng tối ưu.

(7) Năm 1997, Chính phủ mới của Công đảng đã đánh thuế thu một lần đối với lợi nhuận của các ngành công ích tư nhân hoá, lập luận rằng lợi nhuận của họ cao hơn kỳ vọng vào thời gian tư nhân hoá chúng.

không phải các gói bưu phẩm không có lợi đến các vùng nông thôn xa xôi. Nếu cho phép ăn những miếng kem hớt có lợi như thế sẽ làm giảm tính kinh tế của quy mô của người sản xuất lớn ở những vùng khác và thậm chí có thể gây nguy hiểm đến toàn bộ hoạt động đó.

Với sự mô tả ngắn gọn về sức mạnh thị trường, bây giờ chúng ta có thể hiểu rõ hơn vai trò của chính sách cạnh tranh.

Online Learning Centre with POWERWEB

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

14.4 Chính sách cạnh tranh

Hình 14.3 Đánh giá cạnh tranh

		Cạnh tranh là mong muốn: Có	Cạnh tranh là mong muốn: Không
Cạnh tranh là có thể	Có	Trường hợp bình thường	Hớt váng
	Không	Ngăn chặn gia nhập	Độc quyền tự nhiên

Hình 14.3 là sự hướng dẫn hữu ích cho phần còn lại của Chương này và chương sau. Nó chia các kết quả có thể ra thành bốn vùng. Trong hộp góc trên bên trái, cạnh tranh là có thể và là mong muốn, trường hợp bình thường. Ở hộp góc trên bên phải, một kiểu cạnh tranh nào đó là có thể nhưng không mong muốn. Trong hộp này tính kinh tế của quy mô là quan trọng và sự gia nhập của hãng mới dẫn đến hớt kem hay quy mô nhỏ, các hoạt động chi phí cao bởi tất cả các hãng. Trong hộp góc dưới bên phải, tình huống là độc quyền tự nhiên. Tính kinh tế của quy mô rất lớn đã ngăn cản cạnh tranh. Trong hộp góc dưới bên trái, hãng đang ở trong ngành có sức mạnh đủ để ngăn chặn sự gia nhập nếu mọi thứ để cho thị trường. Nhưng tính kinh tế của quy mô lại không phải lớn như vậy. Xã hội muốn được lợi nhiều hơn từ cạnh tranh lớn hơn, chỉ khi nó được đảm bảo, so với khi nó bị thiệt vì từ bỏ tính kinh tế của quy mô lớn bằng việc cho phép gia nhập.

Hình 14.3 chia phân tích của chúng ta thành chính sách cạnh tranh, chủ đề ở phần còn lại của Chương này và điều tiết, chủ đề của chương tiếp theo. Chính sách cạnh tranh bao gồm hai hộp ở cột bên trái. Nó đề cập đến tình huống trong đó thúc đẩy cạnh tranh chắc chắn là có lợi. Điều này có thể đạt được bằng cách đặt ra các quy tắc về hành vi hoặc bằng việc thực hiện các bước để đảm bảo cấu trúc thị trường trong đó cạnh tranh lúc đó có thể diễn ra.

Chính sách cạnh tranh của Liên hiệp Anh

Nói chung, chính sách cạnh tranh có thể chia thành các chính sách xử lý sức mạnh độc quyền hiện đang tồn tại và các chính sách xử lý việc sáp nhập có thể làm tăng sức mạnh độc quyền. Chúng ta bắt đầu bằng các chính sách xử lý sức mạnh độc quyền bán đang tồn tại. Vì Liên hiệp Anh thuộc Liên minh châu Âu, nên Luật Cạnh tranh EU áp đặt ở những nơi có liên quan, đặc biệt trong các trường hợp các doanh nghiệp lớn với các hoạt động châu Âu hay toàn cầu một cách đáng kể.

Luật cạnh tranh EU

Thị trường chung ban đầu được tạo ra bởi Hiệp ước Rome năm 1956. EU hiện đại và mở rộng chủ yếu được củng cố bởi Hiệp ước Amsterdam năm 1999.

Điều 81 của Hiệp ước này cấm những hiệp định chống cạnh tranh có ảnh hưởng đáng kể đến việc buôn bán giữa các nhà nước thành viên EU và ngăn cản hay bóp méo cạnh tranh trong phạm vi EU. Điều 82 cấm lạm dụng ví trị ưu thế đang có.

Trách nhiệm hiệu lực hoá những điều này thuộc về Ủy ban châu Âu. Từ năm 1999, ủy viên chịu trách nhiệm đặc biệt về chính sách cạnh tranh là Mario Monti, cựu giáo sư kinh tế học người đã trở thành hiệu trưởng Đại học Bocconi ở Milan trước khi chuyển đến Brussels. Hộp 14.4 bàn luận hoạt động của ông Monti, về trường hợp Microsoft.

Hộp 14-4 Monti đầy đủ: chế ngự Microsoft

Sau hơn 5 năm nghiên cứu, ủy ban Châu Âu đã phạt Microsoft gần 500 triệu euro về lạm dụng độc quyền và cho 4 tháng để làm dễ cho các đối thủ cạnh tranh trong các thị trường server và media-player.

Nguồn: The Economist, 2 March 2004.

Thành công của Microsoft được xây dựng một phần theo cách kết hợp các sản phẩm với nhau, làm khó cho các đối thủ trong việc cạnh tranh về các bộ phận riêng rẽ mà không chào bán cả gói. Nếu bạn mua Windows, bạn có Internet Explorer, Windows Media Player và có thể cả Microsoft Office. Mỗi chương trình hoạt động một cách hiệu quả với phần còn lại của gia đình Windows. Những nhà sản xuất cạnh tranh phàn nàn rằng không thể giao diện dễ dàng với gia đình Windows, vì thế ngăn cản khách hàng mua ở những nơi khác. Bằng việc từ chối mở mã truy nhập cho khả năng hoạt động chung trong công việc của một nhóm server, Microsoft làm cho các chương trình không phải Windows khó hoạt động trong mạng lưới văn phòng để truy nhập vào các hệ thống Windows. Và RealPlayer, được cung cấp bởi RealNetworks đã kêu ca rằng bị bất lợi so với Windows Media Player.

Tháng 3 năm 2004, Ủy viên Uỷ ban Cạnh tranh châu Âu EU Mario Monti đã quyết định: (a) rằng một cách bất hợp pháp Microsoft đã từ chối cung cấp thông tin độc quyền cần thiết cho khả năng hoạt động chung và (b) rằng một cách bất hợp pháp Microsoft đã bó Media Player với hệ điều hành Windows. Microsoft bị phạt 497 triệu euro và buộc phải sửa chữa những khuyết điểm này. Trong thời kỳ 1998 - 2002, các vấn đề tương tự (vị trí độc quyền của Internet Browser của Microsoft) cũng được xem xét bởi Bộ Tư pháp Mỹ, mặc dù vậy trường hợp này cuối cùng đã được hòa giải không cần đến tòa án.

Trường hợp Microsoft minh hoạ không chỉ chính sách cạnh tranh trong thực tế, nó cũng cho thấy tại sao các hãng hoạt động trong các thị trường toàn cầu phải đối mặt với các tổ chức cạnh tranh hoạt động ở quy mô tương tự. Hãy tưởng tượng nếu Microsoft được xem xét riêng ở Anh, Pháp, Đức, Thụy Điển và Ailen, mỗi nước với các quy định quốc gia riêng và có thể dẫn đến những bản án khác nhau.

Uỷ ban Thương mại công bằng chịu trách nhiệm về việc làm cho các thị trường hoạt động tốt vì người tiêu dùng, bằng việc bảo vệ và thúc đẩy lợi ích của người tiêu dùng trong khi đảm bảo rằng các doanh nghiệp công bằng và mang tính cạnh tranh.

Uỷ ban Cạnh tranh nghiên cứu xem độc quyền hay độc quyền tiềm tàng có hành động như "làm giảm đáng kể cạnh tranh" không.

Luật cạnh tranh ở Liên hiệp Anh

Mặc dù các doanh nghiệp toàn cầu ngày càng là đối tượng của luật cạnh tranh đa quốc gia, nhiều doanh nghiệp vẫn hoạt động chủ yếu trong phạm vi một nước; các quyết định quốc gia khi đó là thích hợp. Trong phạm vi Liên hiệp Anh, các doanh nghiệp này bị điều chỉnh bởi Luật Cạnh tranh 1998 và Luật Xí nghiệp 2002. Theo Luật Xí nghiệp việc tham gia vào cartel một cách không trung thực sẽ bị coi là vi phạm pháp luật, bị trừng phạt bởi phán quyết của toà án.

Hai tổ chức chính của chính sách cạnh tranh Liên hiệp Anh là Uỷ ban Thương mại công bằng (OFT) và Uỷ ban Cạnh tranh.

Cụ thể, OFT có quyền chuyển các trường hợp đến Uỷ ban Cạnh tranh để nghiên cứu chi tiết trong trường hợp tồn tại sức mạnh độc quyền có thể dẫn đến "làm giảm đáng kể cạnh tranh".

Trước Luật Xí nghiệp năm 2002, Uỷ ban Cạnh tranh được đề nghị đánh giá xem độc quyền có hoạt động vì "lợi ích công cộng" không, không có giả định trước rằng độc quyền là xấu và nhiều phán quyết của Uỷ ban Cạnh tranh trước đây kết luận rằng các công ty đang hoạt động vì lợi ích công cộng, ví dụ vì họ có thành tích tốt trong cải tiến kỹ thuật, mặc dù có vị trí độc quyền.

Sự thay đổi trong năm 2002 vì thế, nhấn mạnh vào sự cạnh tranh mạnh mẽ hơn và làm cho Uỷ ban Cạnh tranh có trách nhiệm hơn khi xác định các mục tiêu của nó rõ ràng hơn. Điều này cũng làm cho luật của Liên hiệp Anh phù hợp với Luật Cạnh tranh của EU, bằng việc đặt các biện pháp cạnh tranh vào trọng tâm của việc đánh giá chính sách cạnh tranh.

Chính sách cạnh tranh của Liên hiệp Anh trong thực tế

Trước năm 2002, Uỷ ban Cạnh tranh đã nghiên cứu một loạt các trường hợp, từ bia cho đến ngũ cốc điểm tâm, từ dụng cụ tránh thai cho đến các phà qua kênh Anh. Vì xem xét mỗi trường hợp một cách cởi mở, nên những phán quyết của nó nhấn mạnh các khía cạnh khác nhau của hành vi trong các trường hợp khác nhau. Thị phần cao không luôn luôn hấp dẫn sự phán quyết không có lợi.

Từ năm 2002, báo cáo của Uỷ ban đã tập trung chủ yếu vào những ứng dụng đối với bản thân sự cạnh tranh. Trong năm 2004, Uỷ ban đã nghiên cứu xem liệu "thẻ cửa hàng" mà những người bán lẻ phát hành có làm giảm đáng kể sự cạnh tranh không. Năm 2003, Uỷ ban báo cáo về một sự nghiên cứu tương tự về những bảo hành kéo dài mà các công ty thường cung cấp khi mua camera hoặc TV mới.

Lượng bán hàng năm về đồ điện gia dụng là khoảng 15 đến 20 tỷ £ ở Liên hiệp Anh và những người tiêu dùng chi gần 1 tỷ £ một năm để mua các chế độ bảo hành (bảo hiểm nhiều năm và các hợp đồng dịch vụ) của những người bán lẻ hàng hoá vào lúc mua hàng hoá. Nếu bạn mua camera mới ở trong cửa hàng, sẽ khó đối với một người cung cấp khác đồng thời cung cấp cho bạn giấy bảo hành.

Uỷ ban kết luận rằng sức mạnh độc quyền bán này đã làm cho giá bảo hành tăng 50% so với bảo hành ở trong thị trường cạnh tranh. Để khắc phục điều này, Uỷ ban đã yêu cầu các nhà bán lẻ phải cung cấp cho người tiêu dùng thông tin bằng văn bản minh bạch hơn về chi phí bảo hành, và người tiêu dùng phải được phép không chấp nhận bảo hành (trả lại toàn bộ tiền) trong phạm vi 45 ngày sau khi mua.

Phán quyết này minh hoạ sự khác nhau giữa các phương pháp của Mỹ và Liên hiệp Anh về chính sách cạnh tranh. Luật cạnh tranh của Mỹ thường tìm những thay đổi cơ cấu trong ngành để ngăn cản tiềm năng về sức mạnh độc quyền bán. Luật cạnh tranh của Liên hiệp Anh thường hay tìm cách kiểm soát hành vi của những người có sức mạnh độc quyền bán chứ không phải cơ cấu lại ngành hoàn toàn.

Trong Chương 9, Hình 9.1 nhấn mạnh vào cấu trúc thị trường thường phản ánh sự căng thẳng giữa sản lượng cần thiết cho quy mô tối thiểu có hiệu quả và quy mô của thị trường được cho bởi đường cầu về sản phẩm. Các nước lớn, gặp cầu lớn, có thể có chỗ cho nhiều hãng hoạt động ở quy mô tối thiểu có hiệu quả. Các nước nhỏ, với các thị trường nhỏ hơn, thường sẽ có chỗ cho ít hãng hơn ở quy mô tối thiểu có hiệu quả.

Nói cách khác, các nước lớn phá vỡ độc quyền dễ hơn nhiều, vì các hãng đã chia nhỏ có thể vẫn hưởng tính kinh tế của quy mô đáng kể. Ở các nước nhỏ hơn, với các thị trường nhỏ hơn, phá vỡ độc quyền có thể hàm ý quy mô nhỏ đến mức chi phí trung bình rất cao. Xây dựng các chính sách chứa đựng hành vi độc quyền khi đó có thể được thích hơn là loại bỏ bản thân độc quyền.

Điều này không chỉ giúp ta hiểu được sự khác nhau về mặt lịch sử trong chính sách cạnh tranh của Mỹ và Anh, nó còn có những ứng dụng cho việc triển khai chính sách cạnh tranh với EU khi sự hội nhập châu Âu tiến triển và thị trường EU ngày càng thống nhất. Với thị trường lớn hơn, khi đó logic nói trên hàm ý rằng với Liên hiệp Anh sẽ có ý nghĩa khi ngày càng thực hiện phương pháp Mỹ về việc loại bản thân độc quyền ra ngoài vòng pháp luật chứ không phải lo lắng là chứa đựng hành vi độc quyền như thế nào.

14.5 Sáp nhập

Hai hãng có thể hợp nhất theo hai cách khác nhau.

Những người quản lý của hãng "bị hại" thường chống cự vì họ chắc chắn mất việc nhưng các cổ đông thì sẽ chấp nhận nếu sự chào mời là đủ hấp dẫn.

Hộp 14-5 Ngăn nó lại

Vào tháng 1 năm 2003, siêu thị Morrisons, một nhà hoạt động tương đối nhỏ trong thị trường Liên hiệp Anh đã thực hiện một cuộc trả giá táo bạo để mua Safeway, một đối thủ cạnh tranh yếu. Đột ngột Morrisons bắt đầu cuộc chiến thôn tính giữa bản thân nó với người dẫn đầu thị trường Tesco, người khổng lồ thế giới về siêu thị Wal-Mart.

Tất cả các cuộc đấu giá đều được xem xét kỹ bởi Uỷ ban Cạnh tranh. Với thị trường tập trung cao độ Uỷ ban đã quan tâm xem việc thôn tính bởi một người chơi lớn nào đó có ảnh hưởng đến cạnh tranh trong tương lai không. Vì thế nó khuyến nghị rằng, ngoại trừ Morrisons, tất cả các cuộc đấu giá khác sẽ bị phong toả.

Một hãng thôn tính hãng khác bằng cách mua các cổ đông của hãng đó.

Từ bây giờ trở đi chúng ta dùng sáp nhập để nói tắt cho cả hai hình thức hợp nhất. Sáp nhập có phải là vì lợi ích của công chúng không hay chúng chỉ tạo ra độc quyền tư nhân?

Quá trình sản xuất thường có một số giai đoạn. Giai đoạn thứ nhất có thể là khai thác mỏ quặng sắt, giai đoạn thứ hai là sản xuất thép từ quặng sắt và giai đoạn thứ ba là sản xuất ôtô từ thép.

Sáp nhập là một liên minh tự nguyện của hai hãng mà họ cho rằng sẽ làm tốt hơn nếu hoạt động cùng nhau.

Việc sáp nhập ngang có thể cho phép tính kinh tế của quy mô nhiều hơn. Một nhà máy sản xuất ôtô lớn có thể là tốt hơn hai nhà máy nhỏ nếu mỗi hãng trước đây sản xuất dưới mức quy mô tối thiểu có hiệu quả. Trong một số sáp nhập dọc có thể có nhiều lợi ích từ việc phối hợp và kế hoạch hoá. Cũng có thể dễ đưa ra các quyết định dài hạn về quy mô và kiểu nhà máy hơn nếu quyết định đồng thời được thực hiện ở mức sản xuất ôtô mà sản lượng thép hình thành một đầu vào quan trọng. Vì sáp nhập khối liên quan đến nhiều công ty với các sản phẩm hoàn toàn độc lập, những sáp nhập này có ít cơ hội cho giảm chi phí sản xuất trực tiếp.

Sáp nhập ngang là liên minh hai hãng tại cùng giai đoạn sản xuất trong cùng 1 ngành. **Sáp nhập dọc** là liên minh hai hãng ở các giai đoạn sản xuất khác nhau trong cùng 1 ngành. Trong **sáp nhập khối**, các hoạt động sản xuất của hai hãng là không liên quan.

Hai yếu tố khác thường được nhắc đến như lợi ích tiềm tàng của sáp nhập. Thứ nhất, một công ty có đội quản lý đầy năng lực sáng tạo, thì có thể năng suất hơn nếu cho phép đội ngũ này điều hành cả hai doanh nghiệp. Những người quản lý thích sự giải thích này về sáp nhập. Các nhà kinh tế thì hoài nghi hơn. Thứ hai, bằng việc góp chung các nguồn lực tài chính của mình, các hãng sáp nhập có thể đến được với việc vay rẻ hơn, làm cho chúng chấp nhận được các rủi ro cao hơn và tài trợ các dự án nghiên cứu lớn hơn. Cũng có thể có tính kinh tế của quy mô trong marketing. Những lợi ích quản lý và tài chính có thể giải thích tại sao sáp nhập có ý nghĩa đối với cả những hãng sản xuất sản phẩm hoàn toàn khác nhau.

Nếu các công ty đạt được bất kỳ lợi ích nào trong các lợi ích này, thì chúng sẽ làm tăng năng suất và hạ thấp chi phí. Những lợi ích cá nhân này cũng là những lợi ích xã hội. Nếu đây là những cân nhắc duy nhất thì những tính toán xã hội và cá nhân phải trùng nhau.

Tuy nhiên, những đánh giá cá nhân và xã hội có thể khác nhau. Thứ nhất, sáp nhập hai hãng lớn tạo cho chúng sức mạnh độc quyền từ thị phần lớn. Công ty sáp nhập chắc chắn sẽ hạn chế sản lượng và tăng giá, một gánh nặng vô ích đối với cả xã hội.

Thứ hai, công ty sáp nhập có thể sử dụng sức mạnh tài chính của mình. Nguy cơ này là đặc biệt rõ trong sáp nhập khối. Một nhà sản xuất ôtô và một nhà sản xuất thực phẩm có thể sử dụng các nguồn lực tài chính chung của mình để bắt đầu cuộc chiến về giá với một trong hai ngành này. Với những nguồn lực tài chính lớn, chúng không thể là hãng đầu tiên bị phá sản. Bằng việc loại bỏ các đối thủ cạnh tranh đang tồn tại, hoặc đơn giản chỉ duy trì mối đe doạ đối với những người gia nhập tiềm tàng, chúng làm tăng thị phần của mình, ngăn chặn sự gia nhập và đặt giá cao mãi.

Chính sách sáp nhập vì thế phải so sánh lợi ích xã hội (giảm chi phí tiềm tàng) với chi phí xã hội (sức mạnh độc quyền lớn hơn).

Sáp nhập trong thực tế

Bảng 14.1 cho thấy con số trung bình hàng năm về thôn tính và sáp nhập, chỉ bao gồm các hãng của Liên hiệp Anh. Nó cho thấy những sự bùng nổ sáp nhập lớn vào cuối những năm 1980 và cuối những năm 1990. Điều gì đã diễn ra lúc đó? Thứ nhất, hai sự bùng nổ trùng với các giá trị cao của thị trường chứng khoán, làm tăng giá trị của cả hai hãng liên quan trong sáp nhập.

Bảng 14.1 Thôn tính và sáp nhập của Anh 1972 - 2003 (trung bình năm)

	Số vụ	Giá trị (tỷ £ 1998)
1972-1978	640	1
1979-1985	490	4
1986-1989	1300	43
1990-1994	590	10
1995-1998	580	31
1999-2000	540	61
2001-2003	493	24

Nguồn: ONS, Mergers and Acquisitions.

Thứ hai, sáp nhập thường gắn với các cơ hội hợp lý hoá cơ cấu ngành. Hai sự phát triển chính trong các thị trường châu Âu ở những thời kỳ trước là việc tạo ra Thị trường chung châu Âu năm 1992 và đưa ra đồng euro năm 1999. Thị trường lớn hơn làm tăng phạm vi cho tính kinh tế của quy mô (các động cơ tư nhân lớn hơn cho việc tạo ra các hãng lớn hơn) và thúc đẩy sự cạnh tranh (giảm sự lo lắng của xã hội về sáp nhập tạo ra sức mạnh độc quyền bán).

Thứ ba, kết hợp công nghệ mới và bãi bỏ điều tiết đã làm thay đổi thị trường cả ở Liên hiệp Anh và các đối tác chính của nó. Việc phân đoạn các thị trường quốc gia đã nổ ra trong ngành viễn thông, các dịch vụ tài chính và các ngành khác. Những vụ sáp nhập xuyên biên giới đã cho phép những người chơi lớn đáp ứng được các thị trường lớn hơn. Bảng 14.2 xác nhận hoạt động xuyên biên giới đáng kể này, như việc Vodafone mua ngoạn mục công ty điện thoại di động AirTouch với giá 39 tỷ bảng.

Bảng 14.2 Thôn tính và sáp nhập của Anh 1972 - 2003 (trong nước và xuyên quốc gia, tỷ £)

Quốc tịch của các hãng (bị mua bởi người mua)	97	98	99	00	03
Anh bởi Anh	26	30	23	107	558
Nước ngoài bởi Anh	19	54	88	181	243
Anh bởi nước ngoài	15	32	25	64	129

Nguồn: ONS, First Release.

Quy mô thị trường hiệu quả tăng trong 15 năm qua cũng đã ảnh hưởng đến kiểu diễn ra sáp nhập. Sáp nhập khối đã phát triển liên tục trong những năm 1960 và những năm 1970, chiếm 1/3 tất cả các vụ sáp nhập vào đầu những năm 1980. Tuy nhiên, việc bãi bỏ điều tiết tài chính đã làm đơn giản việc gọi vốn và giảm tầm quan trọng của sức mạnh tài chính, cái cung cấp động lực cho sáp nhập khối. Hoạt động kém cỏi của các công ty lai ghép đã ngày càng dẫn đến tách trở lại và trọng tâm tái đổi mới đặt vào các doanh nghiệp hạt nhân ban đầu. Ngược lại, sự suy giảm các thị trường quốc gia phân đoạn đã dẫn đến sự bùng nổ trong sáp nhập ngang.

Chính sách sáp nhập

Sự sinh sôi của các công ty lớn thông qua sáp nhập sẽ không thể xảy ra nếu có chính sách chống sáp nhập nghiêm ngặt.

Hiện có 2 cơ sở cho việc đệ trình một sáp nhập tiềm tàng lên Uỷ ban Cạnh tranh: (1) rằng sáp nhập sẽ thúc đẩy độc quyền mới như xác định bởi 25% thị phần sử dụng trong việc quyết định gửi các vị trí độc quyền đang tồn tại hay (2) công ty này chiếm lĩnh doanh thu hàng năm thấp nhất là 70 triệu bảng[8].

Từ khi thông qua Luật sáp nhập vào năm 1965, chỉ có 4% tất cả những đề xuất sáp nhập được gửi đến Uỷ ban Cạnh tranh. Phần lớn là do chính phủ bằng lòng hay khuyến khích một cách tích cực việc sáp nhập.

Tin rằng lợi ích lớn hơn chi phí, chính sách sáp nhập của Liên hiệp Anh phản ánh hai giả định. Thứ nhất là tiết kiệm chi phí từ tính kinh tế của quy mô và việc sử dụng tăng cường hơn tài năng quản lý khan hiếm là rất lớn. Thứ hai, Liên hiệp Anh là một phần của thị trường thế giới ngày càng mang tính cạnh tranh do đó, sức mạnh độc quyền của các hãng sáp nhập và chi phí xã hội tương ứng bởi gánh nặng mất không sẽ là nhỏ. Lớn, nhưng các hãng sáp nhập vẫn là nhỏ so với các thị trường châu Âu và thế giới và sẽ gặp các đường cầu tương đối co giãn, tạo ra phạm vi hẹp để nâng giá cao hơn chi phí cận biên.

Tuy nhiên, gần nửa những sáp nhập gửi đến Uỷ ban Cạnh tranh sau đó bị cấm. Thế nhưng, việc điều tra là quá trình kéo dài mất nhiều tháng, trong thời gian chậm trễ đó giá cổ phiếu của công ty có thể thay đổi, làm đảo lộn những đàm phán về tỷ lệ các cổ phiếu tương đối của các công ty được đánh giá. Trong thực tế, thậm chí mối đe doạ là sáp nhập phải bị gửi trả thường đã đủ cho các công ty từ bỏ sáp nhập.

Cuối cùng, với chính sách cạnh tranh, việc luật hoá của EU đã được thực hiện trước ở những nơi mà điều này là thích hợp. Sẽ không phù hợp khi đánh giá xem liệu sáp nhập hai siêu thị Liên hiệp Anh có được cho phép không, vì điều này chủ yếu chỉ ảnh hưởng đến người tiêu dùng Liên hiệp Anh. Tuy nhiên, Uỷ ban châu Âu sẽ nghiên cứu những sáp nhập liên quan đến các xí nghiệp có tổng doanh thu toàn cầu trên 5 tỷ euro và ở đâu tổng doanh thu trong phạm vi EU của mỗi xí nghiệp cao hơn 250 triệu euro.

TÓM TẮT

- **Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền bán** phát sinh vì chi phí cận biên được đặt bằng doanh thu cận biên, cái đó nhỏ hơn giá và lợi ích cận biên của người tiêu dùng. Chi phí xã hội là tổng chênh lệch giữa giá trị mà người tiêu dùng đặt cho sản lượng bị mất và chi phí sản xuất cận biên của nó. Tổng chi phí xã hội cao hơn nếu sức mạnh độc quyền cho phép các hãng có các đường chi phí cao hơn một cách không cần thiết so với chúng có thể như thế.
- **Không hiệu quả X** phát sinh từ **độc quyền thông tin** mà nhà độc quyền có về các khả năng chi phí của mình. Cuộc sống dễ dàng hơn có thể dẫn nhà độc quyền đến chỗ thực hiện những nỗ lực chưa đủ để giảm chi phí, cộng thêm vào chi phí xã hội của độc quyền.
- **Chính sách ngành** tìm cách khắc phục những thất bại của thị trường trừ những thất bại phát sinh từ tính kinh tế của quy mô và cạnh tranh không hoàn hảo: khắc phục những cái đó là mục đích của chính sách cạnh tranh.

[8] Đồng thời những xem xét cạnh tranh, những xem xét rộng hơn về lợi ích công cộng vẫn được áp dụng cho sáp nhập trong 2 ngành cụ thể: an ninh quốc gia và sự sáp nhập xuyên phương tiện truyền thông trong đó việc độc quyền hoá thông tin của bản thân nó là một vấn đề.

- **Quyền sở hữu trí tuệ** được trao thông qua phần thưởng là các **bằng phát minh sáng chế và bản quyền**, độc quyền hợp pháp tạm thời đối với những người tạo ra kiến thức thành công. Bằng sáng chế là để thúc đẩy động cơ sáng chế. Nếu không, những nhà sáng chế nhìn thấy trước rằng lợi nhuận của những phát minh thành công sẽ bị cạnh tranh làm giảm xuống bằng không một cách nhanh chóng. Họ sẽ dành ít nguồn lực hơn cho phát minh sáng chế.
- **R&D là ảnh hưởng hướng ngoại tích cực:** chi tiêu của một hãng làm lợi cho các hãng khác.
- Các **chính sách ngành** của các quốc gia đối với "những nhà vô địch quốc gia" là cam kết gây ảnh hưởng đến sức mạnh đàm phán của các hãng của mình trên thị trường quốc tế.
- **Các ngành hoàng hôn (truyền thống) và bình minh (non trẻ)** liên quan đến các thất bại khác của thị trường. Đây không phải là giấy phép chung cho chính sách ngành có hiệu lực để quản lý sự thay đổi. Các chính phủ phải xác định thất bại của thị trường và chỉ ra rằng sự can thiệp là có lợi.
- **Địa lý kinh tế** phản ánh ảnh hưởng hướng ngoại của vị trí phát sinh trong đào tạo, giao thông và tạo ra kiến thức. Cơ sở công nghiệp là dự trữ vốn địa phương hiện có.
- Ở Anh, **Uỷ ban Thương mại công bằng** chịu trách nhiệm về việc bảo vệ người tiêu dùng và hoạt động hiệu quả của thị trường. Nó có thể đưa thị trường đến sự xem xét chi tiết của **Uỷ ban Cạnh tranh** để đánh giá xem liệu sự cạnh tranh có bị giảm đáng kể do cấu trúc thị trường hiện thời và hành vi của các hãng trong đó không.
- Các hãng Liên hiệp Anh nằm trong phạm vi điều chỉnh của Luật Cạnh tranh EU nếu các hoạt động của chúng mở rộng đáng kể ra ngoài biên giới nước Anh.
- **Sáp nhập** có thể là **ngang, dọc** hay **khối**. Sáp nhập khối có phạm vi nhỏ nhất cho tính kinh tế của quy mô. Sự bùng nổ sáp nhập hiện thời phần lớn là sáp nhập ngang để tận dụng lợi thế của các thị trường lớn hơn được tạo ra bởi toàn cầu hoá, hội nhập châu Âu và bãi bỏ điều tiết.
- Về nguyên tắc, sáp nhập có thể bị gửi đến Uỷ ban Cạnh tranh nếu chúng tạo ra một hãng với 25% thị phần hoặc nếu liên quan đến việc thôn tính một hãng với tổng doanh thu hàng năm trên 70 triệu £. Trong thực tế, rất ít sáp nhập thoả mãn các tiêu thức này và được gửi đi. Một phần điều này được biện minh vì Liên hiệp Anh cạnh tranh trong các thị trường thế giới lớn trong đó các hãng sẽ có sức mạnh độc quyền nhỏ.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Với AC = MC = 5£ không đổi, một ngành cạnh tranh sản xuất 1 triệu đơn vị. Bị thôn tính bởi một nhà độc quyền, sản lượng giảm xuống 800000 đơn vị và giá tăng lên 8£. AC và MC không thay đổi. Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền là gì?
2. Giả sử rằng khi nhà độc quyền này thôn tính, AC và MC tăng lên 6 £ và sản lượng giảm xuống 600000 đơn vị ở giá 11£. Chi phí xã hội của sức mạnh độc quyền bây giờ là gì?
3. Hãy giải thích sự khác nhau trong chính sách về độc quyền và sáp nhập giữa Anh và Mỹ.

4 Hầu hết quả bóng đá trên thế giới được sản xuất ở một làng nhỏ ở Pakistan. Tại sao những người sản xuất quả bóng đá cụm lại với nhau? Tại sao không ở Thụy Sỹ?

5 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định này sai? (a) Độc quyền tạo ra lợi nhuận và là các công ty hoạt động tốt. (b) Độc quyền tạo ra lãng phí xã hội. Chúng ta phải cấm các hãng không được có trên 20% thị phần. (c) Sáp nhập là có lợi, nếu không các công ty sẽ không sáp nhập.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 318.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

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

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

Chương 15

Độc quyền tự nhiên: công cộng hay tư nhân?

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. Vấn đề về độc quyền tự nhiên.
2. Quốc hữu hoá là một giải pháp cho vấn đề này.
3. Đặt giá bằng chi phí cận biên.
4. Phân tích lợi ích - chi phí xã hội của các quyết định đầu tư.
5. Định giá hai phần và định giá cao điểm.
6. Tư nhân hoá và sáng kiến tài chính tư nhân.
7. Điều tiết độc quyền tự nhiên tư nhân.
8. Toàn cầu hoá làm giảm độc quyền tự nhiên như thế nào?

Trong mọi nền quân chủ lớn ở châu Âu, bán đất vua chúa sẽ đem lại doanh thu lớn hơn so với bất kỳ đất nào cấp cho vua chúa. Khi đất vua chúa trở thành tài sản tư nhân, trong thời gian một số năm, chúng sẽ được cải thiện tốt và canh tác tốt.

Adam Smith, *Của cải của các dân tộc (1776)*

Quốc hữu hoá là khu vực công cộng mua các công ty tư nhân.

Tư nhân hoá là chuyển các xí nghiệp nhà nước trở lại sở hữu và kiểm soát tư nhân.

Chương 14 đã bàn đến vai trò của chính sách trong các trường hợp việc thúc đẩy cạnh tranh là khả thi và chắc chắn làm tăng hiệu quả. Bây giờ, chúng ta bàn đến các ngành, trong đó tính kinh tế của quy mô là lớn. Cạnh tranh có thể không khả thi và có thể có nghĩa là hy sinh tính kinh tế của quy mô đến mức độ mà sự cạnh tranh là không mong muốn. Trước năm 1980, các ngành này đã được coi là cần sự điều tiết lớn đến mức có thể trở thành sở hữu nhà nước.

Sau năm 1980, Liên hiệp Anh đã đi đầu trong chương trình tư nhân hoá, bây giờ đã được tranh đua ở các nước như: Pháp, Nhật, Mexico và Hungary. Một số nước, như Cộng hoà Czech, bắt đầu những năm 1990

với 97% kinh tế nằm trong tay nhà nước, đã rất xuất sắc trong việc tư nhân hoá nhanh làm cho các xí nghiệp nhà nước thuộc về các công dân thông thường chỉ với giá danh nghĩa!

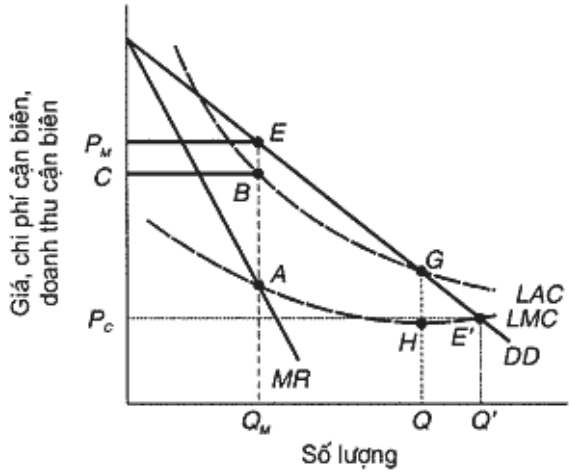
Sau tư nhân hoá, lúc đầu người ta đã hy vọng rằng việc điều tiết các công ty tư nhân sau đó sẽ kín đáo. Vì thế, những thay đổi này đôi khi được gọi là bãi bỏ điều tiết. Trong một số ngành không có tính kinh tế của quy mô lớn thì điều này là có thể. Trong các ngành mà ở chương này chúng ta tập trung vào - công ích như điện, khí đốt và nước - điều tiết rộng hơn là cần thiết ở bất cứ nơi nào mà cạnh tranh quốc tế là không mạnh mẽ.

15.1 Độc quyền tự nhiên

Chi phí trung bình của **độc quyền tự nhiên** giảm khi sản lượng của nó tăng. Nó bán hàng rẻ hơn tất cả các đối thủ cạnh tranh nhỏ hơn.

Hình 15.1 biểu thị một ngành với chi phí trung bình dài hạn luôn giảm khi sản lượng tăng. Chỉ một hãng có thể tồn tại trong ngành này. Bất kỳ ngành nào mở rộng sản lượng đều có thể giảm chi phí và hạ giá các đối thủ của mình. Gặp đường cầu DD và đường doanh thu cận biên MR, nhà độc quyền sản xuất Q_M và thu được lợi nhuận P_MCBE.

Hình 15.1 Độc quyền tự nhiên



Điểm hiệu quả E' làm cho chi phí cận biên dài hạn LMC bằng lợi ích cận biên DD. Nhà độc quyền tư nhân đặt MR = MC, sản xuất Q_M và thu được lợi nhuận P_MCBE. Mất không trong độc quyền tư nhân là AEE'. Nếu theo luật nhà độc quyền bị buộc phải đặt giá cố định P_C, thì nhà độc quyền sẽ gặp đường cầu nằm ngang P_CE' đến sản lượng Q'. Vì P_C khi đó cũng là doanh thu cận biên, nhà độc quyền sẽ sản xuất ở E', ở đó doanh thu cận biên và chi phí cận biên trùng nhau. Mặc dù hiệu quả, xã hội không thể buộc nhà độc quyền sản xuất ở đây trong dài hạn. Vì E' nằm dưới LAC nhà độc quyền bị lỗ và sẽ bỏ kinh doanh.

Ở sản lượng này lợi ích xã hội cận biên P_M cao hơn chi phí xã hội cận biên ở A. Chi phí cận biên và lợi ích xã hội cận biên bằng nhau ở Q' và điểm hiệu quả đối với xã hội là E'. Độc quyền tư nhân tạo ra gánh nặng mất không AEE'.

Bạn là người ở Uỷ ban Cạnh tranh nghiên cứu nhà độc quyền này. Nếu bạn chia nhỏ hãng này ra, rất nhiều hãng nhỏ sẽ sản xuất ở chi phí cao hơn, lãng phí các nguồn lực của xã hội. Bạn có thể ra lệnh cho hãng sản xuất ở điểm hiệu quả E'. Bạn sẽ có sản lượng mong muốn Q', nhưng giá P_C nằm dưới chi phí trung bình của hãng ở Q'. Nó bị lỗ. Vì chi phí cận biên luôn nằm dưới chi phí trung bình khi chi phí trung bình giảm, buộc nhà độc quyền tự nhiên đặt giá ở chi phí cận biên là luôn bị lỗ. Bạn không thể buộc độc quyền tư nhân bị lỗ. Nó sẽ đóng cửa.

Một giải pháp là một tổ chức điều tiết như Ofgem, điều tiết các thị trường khí đốt và điện ở Liên hiệp Anh. Nó cố gắng đến gần phân bổ hiệu quả E' trong khi để nhà độc quyền hoà vốn sau khi cho phép một sự giảm thích hợp trong tất cả các chi phí kinh tế. Bằng việc làm cho nhà độc quyền sản xuất Q ở giá tương ứng với chi phí trung bình ở sản lượng này, gánh nặng mất không giảm từ AEE' xuống GHE'.

Một giải pháp tốt hơn là cho phép nhà độc quyền đặt giá hai phần.

Đặt giá 2 phần đặt ra 1 tổng cố định đối với việc gia nhập tiêu dùng và sau đó đặt 1 mức giá trên 1 đơn vị sản phẩm phản ánh chi phí cận biên sản xuất.

Giá hai phần sử dụng phí cố định để trả cho chi phí cố định và phí cận biên để bù đắp chi phí cận biên. Ở Hình 15.1, nhà độc quyền đặt giá P_C cho mỗi đơn vị hàng hoá. Những người tiêu dùng cầu số lượng hiệu quả về mặt xã hội Q'. Vì nhà độc quyền là người chấp nhận giá ở mức giá bị kiểm soát P_C, để tối thiểu hoá được thua lỗ nhà độc quyền sản

xuất Q', ở đó cả giá và doanh thu cận biên đều bằng chi phí cận biên. Khi đó tổ chức điều tiết cho phép nhà độc quyền áp đặt mức phí cố định tối thiểu cần thiết để đảm bảo hoà vốn sau khi bù đắp được tất cả các chi phí kinh tế liên quan.

Giải pháp thứ ba đối với vấn đề độc quyền tự nhiên là ra lệnh cho nhà độc quyền sản xuất ở điểm hiệu quả E' ở giá P_C nhưng cung cấp trợ cấp chính phủ để trang trải thua lỗ. Sản xuất mức sản lượng hiệu quả Q' theo cách tối thiểu hoá chi phí là mong muốn về mặt xã hội. Nếu giải pháp trợ cấp được thực hiện, thì sẽ có áp lực đối với chính phủ khi bị thu hút vào toàn bộ việc điều hành ngành này sao cho các hoạt động có thể được giám sát một cách cẩn thận.

Ba vấn đề nảy sinh với tất cả các giải pháp của vấn đề về độc quyền tự nhiên. Thứ nhất, đối với những người giám sát phải tốn chi phí mới có được thông tin. Khó mà đảm bảo rằng ngành này tối thiểu hoá chi phí. Chi phí cao một cách không cần thiết có thể chuyển sang định giá bằng chi phí trung bình (giải pháp 1), có thể gây ra phí cố định cao hơn để đảm bảo hoà vốn trong điều kiện giá hai phần (giải pháp 2) hoặc có thể đòi hỏi trợ cấp lớn hơn (giải pháp 3). Trong mỗi trường hợp, tổ chức điều tiết đều có một nhiệm vụ khó khăn là cố gắng làm cho độc quyền tự nhiên càng hiệu quả càng tốt.

Mua chuộc điều tiết hàm ý rằng cơ quan điều tiết phải đồng nhất với lợi ích của hãng mà mình điều tiết, trở thành người bảo vệ chứ không phải là người thanh sát.

Vấn đề thứ hai là mua chuộc điều tiết.

Đối tượng bị điều tiết dành thời gian và tiền bạc đáng kể để vận động hành lang tổ chức điều tiết. Tổ chức điều tiết cần phải tiếp xúc với đối tượng bị điều tiết. Có thể, tổ chức điều tiết thông cảm với các vấn đề của đối tượng bị điều tiết.

Thứ ba, các tổ chức điều tiết thấy khó đưa ra được những cam kết về hành vi tương lai của mình. Ví dụ, cơ quan điều tiết có thể khuyến khích nhà độc quyền đầu tư bằng việc hứa hẹn điều tiết "nhẹ" trong tương lai. Một khi đầu tư được thực hiện và trở thành chi phí chìm thì tổ chức điều tiết khi đó có thể gặp phải những cám dỗ làm thay đổi các quy tắc cơ sở, thắt chặt những đòi hỏi. Thấy trước tất cả những điều này, nhà độc quyền không bao giờ đầu tư trước tiên. Có vấn đề đầu tư không đầy đủ nếu tổ chức điều tiết gặp các vấn đề cam kết.

Trong suốt giai đoạn 1945 - 1980, rất nhiều chính phủ châu Âu nhận thấy rằng quốc hữu hóa là giải pháp tốt nhất cho những vấn đề này.

15.2 Các ngành quốc hữu hóa

Các ngành quốc hữu hoá là các hãng thuộc sở hữu nhà nước sản xuất hàng hoá và dịch vụ bán trên thị trường. Thậm chí năm 2005, một số hãng ở Liên hiệp Anh vẫn thuộc sở hữu nhà nước (chẳng hạn British Nuclear Fuels và UK Atomic Energy Authority). Xã hội muốn các hãng thuộc sở hữu nhà nước hành xử như thế nào?

Các quyết định đầu tư

Một dự án đầu tư tư nhân là có lãi nếu giá trị hiện tại của luồng lợi nhuận hoạt động tương lai cao hơn chi phí ban đầu của đầu tư mới. Các hãng tư nhân thực hiện các dự án có lãi nhất trước tiên. Đầu tư tăng cho đến tận khi đạt được dự án cận biên. Tại điểm đó giá trị hiện tại của lợi nhuận tương lai đúng bằng chi phí của vốn. Có thể đưa ra tuyên bố này bằng cách sử dụng luồng thay vì dự trữ. Đầu tư tăng chừng nào lãi suất cao hơn lãi suất là chi phí cơ hội của vốn.

Các nguyên lý này được áp dụng đưa vào các quyết định đầu tư xã hội với điều kiện chúng ta sử dụng các đánh giá xã hội chứ không phải tư nhân về chi phí, lợi ích và tỷ lệ chiết khấu.

Chi phí ban đầu của hàng hoá tư bản

Không có các bóp méo khác, đây đơn giản là chi phí tư nhân của dự án tư bản. Tuy nhiên, thất nghiệp có thể làm giảm chi phí xã hội của các công nhân xây dựng xuống dưới tiền lương thị trường. Không có dự án này, công nhân có thể không tạo ra hàng hoá nào khác. Ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất cũng có thể dẫn đến sự khác nhau giữa giá trị xã hội và tư nhân. Ở đâu xây dựng hàng hoá tư bản thúc đẩy ảnh hưởng hướng ngoại của sản xuất (chẳng hạn phát triển kỹ năng), thì ở đó làm giảm "giá xã hội" của hàng hoá tư bản.

Đánh giá luồng chi phí và lợi ích tương lai

Xã hội sử dụng các giá trị xã hội chứ không phải tư nhân của chi phí và lợi ích. Ảnh hưởng hướng ngoại gây ra sự khác biệt giữa chi phí tư nhân và xã hội. Đường ngầm giảm bớt tắc nghẽn đường bộ có lợi ích xã hội ngoài doanh thu từ bán vé đường ngầm. Phát hiện ra thuốc mới có thể có lợi ích xã hội lớn hơn lợi ích đối với người tiêu dùng sử dụng thuốc đó.

Tỷ lệ chiết khấu là lãi suất sử dụng để tính giá trị hiện tại của các luồng chi phí và lợi ích tương lai.

Các quyết định đầu tư cũng đòi hỏi chiết khấu chi phí và lợi ích tương lai để đánh giá giá trị hiện tại của chúng. Xã hội cũng có thể muốn sử dụng tỷ lệ chiết khấu khác với tỷ lệ được sử dụng bởi khu vực tư nhân. Ví dụ, khu vực tư nhân có thể lo lắng nhiều hơn về rủi ro. Một dự án tồi có thể dẫn đến phá sản một hãng tư nhân nhưng trong khu vực công cộng có thể chỉ dẫn đến một sự thay đổi nhỏ trong thuế suất. Hiểu được điều này, các dự án khu vực công cộng sử dụng các tỷ lệ chiết khấu thấp hơn các dự án khu vực tư nhân.

Tóm lại, các quyết định đầu tư trong các hãng thuộc sở hữu nhà nước phải sử dụng những đánh giá giá trị xã hội chứ không phải những đánh giá giá trị tư nhân (thị trường).

Các quyết định đặt giá

Các hãng công cộng phải đặt giá bằng chi phí xã hội cận biên. Chi phí tư nhân phải được điều chỉnh theo bất kỳ ảnh hưởng hướng ngoại nào của sản xuất hoặc tiêu dùng phát sinh, đảm bảo rằng xã hội đánh giá lợi ích và chi phí cận biên của đơn vị sản phẩm cuối cùng bằng nhau.

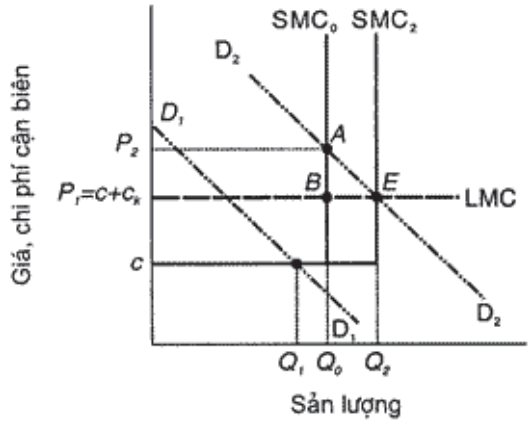
Đặt giá bằng chi phí cận biên ngắn hạn hay dài hạn?

Chi phí một lần của việc xây dựng nhà máy là khái niệm dự trữ. Chi phí xảy ra tại thời điểm khi nhà máy xây dựng. Nhưng LMC là khái niệm luồng, gắn với chi phí trong thời kỳ sản xuất sản phẩm. Chương 11 đã nghiên cứu dự trữ và luồng liên quan với nhau như thế nào. Ở tỷ lệ chiết khấu r giá trị hiện tại PV (khái niệm dự trữ) của luồng ổn định c_k theo thời kỳ được tính bởi công thức tính lợi tức $PV = c_k/r$. Ngược lại, chi phí theo thời kỳ của một khoản chi ban đầu PV có thể được biểu thị là $c_k = r \times PV$. Chi phí luồng của các nguồn lực bị đọng lại ở nhà máy là chi phí vốn ban đầu nhân với tỷ lệ chiết khấu r.

Hình 15.2 biểu thị chi phí cận biên ngắn hạn SMC_0. Để cho đơn giản, chúng ta giả định nhà máy đang tồn tại có công suất tối đa Q_0 và SMC_0 không đổi ở c đến giới hạn công suất, sau đó thẳng đứng. Chi bao nhiêu không thành vấn đề, sản lượng không thể tăng quá Q_0 với mức công suất hiện tại.

Vì SMC_0 biểu thị chi phí cơ hội xã hội cận biên trong ngắn hạn của các nguồn lực sử dụng để sản xuất hàng hoá này, giá phải đặt ở SMC_0 làm cho chi phí xã hội cận biên và lợi ích xã hội cận biên bằng nhau. Nếu cầu thấp, ngành sẽ sản xuất ở Q_1 và hoạt động

Hình 15.2 **Đặt giá bằng chi phí cận biên**



Giả sử chi phí cận biên ngắn hạn là không đổi ở c đến giới hạn công suất và sau đó thẳng đứng. SMC_0 tương ứng với công suất Q_0 và SMC_2 với công suất Q_2. Giả sử SMC_0 là thích đáng và cầu là D_1D_1. Trong ngắn hạn, sản lượng hiệu quả là Q_1 và giá phải được đặt ở c. Nếu cầu là D_2D_2, giá ở mức chi phí cận biên ngắn hạn dẫn đến P_2 trên phần thẳng đứng của SMC_0. LMC cũng gây ra sự thay đổi trong phí tư bản c_k. Bắt đầu từ quy mô nhà máy Q_0, trong dài hạn xã hội có thể được lợi tam giác ABE bằng việc mở rộng công suất đến tận LMC bằng lợi ích xã hội cận biên ở E. Ở quy mô nhà máy Q_2 giá P_1 vẫn nằm trên đường chi phí cận biên ngắn hạn là SMC_2. Đặt giá bằng chi phí cận biên ngắn hạn làm cho chi phí cận biên trực tiếp và lợi ích cận biên bằng nhau. Trong dài hạn, do các quyết định đầu tư hiệu quả mà công suất được điều chỉnh để đảm bảo rằng giá này cũng phản ánh chi phí cận biên dài hạn.

dưới giới hạn công suất. Với đường cầu cao hơn D_2D_2, đặt giá bằng chi phí cận biên ngắn hạn dẫn đến giá P_2 và ngành sẽ sản xuất ở công suất tối đa. Vì sản lượng không thể tăng quá Q_0, giá P_2 cao hơn c là cần thiết để duy trì lượng cầu bằng số lượng tối đa có thể cung.

Trong dài hạn, ngành có thể xây dựng nhiều nhà máy hơn. Với dự trữ tư bản cao hơn, ngành sẽ gặp đường chi phí cận biên ngắn hạn SMC_2 với chi phí cận biên không đổi c đến mức sản lượng mới của công suất tối đa Q_2, sau đó chi phí cận biên là thẳng đứng.

Nhưng LMC cũng bao gồm chi phí cơ hội theo thời kỳ của các nguồn lực đã bị trói vào dự trữ tư bản, phí vốn c_k, mà việc tính toán chúng đã được mô tả bên trên. Do đó, trong Hình 15.2 chúng ta vẽ LMC là đường nằm ngang ở độ cao $P_1 = c + c_k$. Chi phí cận biên dài hạn của một đơn vị nữa là chi phí cận biên hoạt động cộng phí tư bản trên một đơn vị sản phẩm.

Giả sử rằng đường cầu phản ánh lợi ích cận biên xã hội là D_2D_2 và ngành bắt đầu với dự trữ tư bản mà Q_0 là sản lượng tối đa và SMC_0 là đường chi phí cận biên ngắn hạn. Đặt giá bằng chi phí cận biên ngắn hạn, ngành đặt giá P_2. Mặc dù hiệu quả về mặt xã hội trong ngắn hạn nhưng không phải là hiệu quả trong dài hạn. Một khi công suất có thể thay đổi, xã hội muốn sản xuất ở E, ở đó lợi ích xã hội cận biên bằng chi phí xã hội cận biên dài hạn LMC. Bằng việc tăng dự trữ tư bản đến tận khi mức sản lượng tối đa của nó là Q_2, xã hội được lợi tam giác ABE, chênh lệch giữa lợi ích cận biên và chi phí cận biên khi sản lượng tăng từ Q_0 lên Q_2.

Các quyết định đặt giá và đầu tư vì thế có liên quan với nhau. Trong ngắn hạn, sản phẩm phải được đặt giá bằng SMC, chi phí xã hội cận biên của nguồn lực sử dụng. Tuy nhiên, trong dài hạn, xã hội phải đầu tư nếu giá trị hiện tại của lợi ích tương lai cao hơn chi phí của việc bổ sung dự trữ tư bản. Thay vì đánh giá dự trữ tư bản của các quyết định đầu tư này chúng ta có thể sử dụng việc đánh giá luồng tương đương. Dự trữ tư bản nên tăng nếu lợi ích xã hội cận biên cao hơn chi phí cận biên dài hạn bao gồm cả phí vốn. Do đó, mặc dù các giá được đặt bằng SMC, trong dài hạn việc đầu tư sẽ làm thay đổi công suất và dịch chuyển đường SMC.

Vì thế, mặc dù các giá được đặt theo SMC, trong dài hạn đầu tư sẽ điều chỉnh dự trữ tư bản và sản lượng của công suất tối đa đến tận khi giá cũng bằng LMC. Trong dài hạn sự phân bổ hiệu quả là ở điểm E trong Hình 15.2, ở đó lợi ích cận biên, SMC và LMC trùng nhau.

Cuối cùng, lưu ý rằng nhiều trong số ý tưởng này thực hiện cho nhà độc quyền tư nhân. Chúng ta đơn giản thay thế những đánh giá xã hội bằng đánh giá tư nhân về lợi ích và chi phí và sử dụng tỷ lệ chiết khấu tư nhân thích đáng. Tuy nhiên, hành vi hợp lý (tối đa hoá lợi nhuận) sẽ vẫn nhận ra sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các quyết định đặt giá và đầu tư.

Đặt giá cao điểm

Chương 8 đã lập luận rằng nhà độc quyền tạo ra lợi nhuận cao hơn nếu nó có thể phân biệt giá, đặt các giá khác nhau cho các khách hàng khác nhau có các đường cầu khác nhau. Phân biệt giá trong hàng hoá làm cho những khách hàng giá thấp bán lại cho những khách hàng giá cao, phá vỡ phân biệt giá bị phá vỡ. Bán lại không phải là vấn đề nếu hàng hoá là dịch vụ (các chuyến đi tàu hoả, cung cấp điện), phải tiêu dùng khi nó được mua.

Nhà sản xuất điện gặp cầu cao về điện vào thời gian bữa sáng và bữa tối, cầu thấp trong phần còn lại của ngày và cầu nhỏ vào ban đêm. Để cung cho cầu cao điểm, phải xây dựng thêm các nhà máy điện mà thường nhàn rỗi trong gần như cả ngày. Trong dài hạn, chi phí công suất của việc xây dựng các nhà máy điện bổ sung hàm ý rằng chi phí cận biên của việc cung cho những người sử dụng trong giờ cao điểm là cao hơn.

Đặt giá cao điểm là phân biệt giá để thu phí của những người sử dụng vào giờ cao điểm nhiều hơn vì chi phí cận biên của việc cung cho họ cao hơn.

Những người sử dụng ở các thời gian khác nhau áp đặt những chi phí cận biên khác nhau lên xã hội. Sẽ có nghĩa khi đặt giá cao hơn cho những người sử dụng vào giờ cao điểm để phản ánh chi phí cận biên cao hơn mà họ áp đặt.

Đặt giá cao điểm có hai tác động thú vị. Không chỉ những người sử dụng vào giờ cao điểm trả cho chi phí cận biên cao mà họ áp đặt, những người không quan tâm đến việc tiêu dùng vào một thời gian khác (ví dụ các hộ gia đình với các máy sưởi dự trữ ban đêm sử dụng điện khi chi phí cận biên thấp) giá rẻ hơn cũng làm cho họ chuyển sang sử dụng vào thời gian không cao điểm. Bằng việc dàn tổng tiêu dùng hàng ngày bằng nhau hơn, xã hội giảm được cầu cao điểm và sự cần thiết dành các nguồn lực xây dựng các trạm điện để đối phó với việc sử dụng trong giờ cao điểm.

Trong Hình 15.2, chính sách giá hiệu quả làm cho giá thay đổi cùng với chi phí cận biên ngắn hạn. Những người sử dụng vào giờ không cao điểm, với đường cầu D_1D_1, trả chi phí hoạt động cận biên c không bao gồm phí công suất cho nhà máy cận biên. Những người sử dụng vào giờ cao điểm, với đường cầu D_2D_2, trả giá P_2 cao hơn trên phần thẳng đứng của đường SMC mà đường cầu của họ đi qua.

Với cơ cấu giá hiệu quả này, số lượng hiệu quả của đầu tư là bao nhiêu? Đầu tư phải làm tăng công suất đến tận mức ở đó chi phí chi một lần cho nhà máy mới bằng giá trị hiện tại của lợi nhuận hoạt động khi cơ cấu giá hiệu quả được sử dụng. Tương đương, trên cơ sở dòng, giá trung bình ngày (trong Hình 15.2, trung bình của các giá P_2 và c, với quyền số là phần của ngày mà các đường cầu D_1D_1 và D_2D_2 có liên quan) phải bù đắp được chi phí cận biên dài hạn bao gồm cả chi phí nhà máy. Như vậy, trong Hình 15.2 mức hiệu quả của nhà máy có thể là Q_0 nếu bình quân gia quyền của P_2 và c bằng $P_1 = c + c_k$.

Tóm lại, giá phải được đặt bằng chi phí cận biên ngắn hạn, chi phí cơ hội thực của các nguồn lực đối với xã hội. Với kiểu ngày hay mùa trong cầu, đặt giá cao điểm phản ánh chi phí cận biên ngắn hạn khác nhau của việc cung cho các khách hàng khác nhau ở các thời gian khác nhau. Số lượng của tổng cầu gặp trên phần thẳng đứng của các đường chi phí cận biên ngắn hạn phụ thuộc vào mức tổng công suất. Ở công suất thấp giá thường sẽ cao vì chúng thường được đặt ở phần thẳng đứng của các đường chi phí cận biên ngắn hạn. Trong dài hạn, đầu tư và mức công suất hiệu quả phải được xác định để đảm bảo rằng khi đặt giá bằng chi phí cận biên ngắn hạn, các giá trung bình ngày hoặc trung bình năm bằng chi phí cận biên dài hạn.

Ứng dụng đối với các hãng tư nhân

Độc quyền tư nhân cũng muốn sử dụng giá hai phần và giá cao điểm. Kết nối mạng và sử dụng mạng sau đó là các sản phẩm khác nhau mà các giá khác nhau sẽ là thích hợp.

Tương tự, giao thông giờ cao điểm và điện vào giờ ăn sáng là các sản phẩm khác với đi lại vào giữa buổi sáng và điện giữa buổi chiều và hành vi tối đa hoá lợi nhuận sẽ đặt các giá khác nhau cho các khoảng thời gian khác nhau trong ngày, mà thực tế tạo nên các thị trường khác nhau.

Vậy khi đó hành vi tư nhân sẽ khác hành vi khu vực công cộng như thế nào? Nhớ lại rằng một nhà độc quyền, người phải lo lắng về sản lượng bổ sung đẩy giá của các đơn vị sản phẩm hiện thời có thể bán xuống thấp, nói chung sẽ đặt các giá cao hơn hãng tương đương hành xử theo kiểu cạnh tranh. Vì thế, mặc dù các giá của nhà độc quyền tư nhân sẽ thay đổi theo thời gian trong ngày (nếu người tiêu dùng coi việc sử dụng ở các khoảng thời gian khác nhau như là hàng hoá thay thế kém của nhau), nói chung giá của nhà độc quyền tư nhân sẽ cao hơn trong cả ngày so với kiểu tương ứng của đặt giá cạnh tranh.

Đặt giá gọi điện thoại ở Liên hiệp Anh

Lần sau xem hoá đơn tiền điện thoại quý, hãy xem nó chi tiết hơn. Bạn bị đặt giá thuê quý độc lập với số cuộc gọi thực hiện, cộng phí theo phút gọi của bạn: giá hai phần. Phí thuê bao gắn với phí công suất ở Hình 15.2, trong khi đó giá trên đơn vị gắn với chi phí cận biên ngắn hạn SMC. Cái sau bản thân nó tuân theo nguyên tắc đặt giá cao điểm.

Mọi người thức dậy vào buổi sáng, bắt đầu thực hiện các cuộc gọi điện thoại. Vào buổi tối, còn ít người gọi và vào nửa đêm thì hầu hết chúng ta đang ngủ. Hình 15.2 hàm ý rằng những người muốn thực hiện các cuộc gọi ban ngày phải trả giá cao hơn cần thiết để giảm bớt cầu ở công suất tối đa. Ngược lại, mạng cuối tuần bỏ không vì các doanh nghiệp nghỉ, SMC và giá phải thấp hơn nhiều.

Bảng 15.1 Giá BT của các cuộc gọi trong nước, 2004

	Ngày	Tối	Cuối tuần
Pence/phút	7	1	1

Ghi chú: Phí thuê bao cố định hàng quý 28,5 £.
Nguồn: BT.

Bảng 15.1 cho thấy rằng giá thực của British Telecom (BT) theo sát các nguyên lý: giá hai phần và đặt giá cao điểm. Trong ba thập kỷ gần đây, BT đã chuyển dần từ ngành quốc hữu hóa sang độc quyền tư nhân bị điều tiết nặng sang hãng bị điều tiết ít hơn gặp sự cạnh tranh cường độ cao. Nhưng trong tất cả các cấu trúc thị trường đó nó vẫn duy trì cả giá hai phần và đặt giá cao điểm, cho dù chi tiết của chiến lược giá phụ thuộc vào chi tiết của cạnh tranh thị trường mà BT đã gặp phải.

Hoạt động của các ngành quốc hữu hoá

Năm 1970, khu vực công cộng lớn của Liên hiệp Anh đã theo những nguyên tắc phức tạp về đặt giá đã đưa ra bên trên. Các công chức dân sự giúp điều hành các ngành này là những người xuất sắc về những thứ như tỷ lệ chiết khấu xã hội, đặt giá cao điểm, giá hai phần và thặng dư tiêu dùng. Nhưng có ba thứ dẫn đến sai lầm.

Thứ nhất, phân tích đã giả định thông tin hoàn hảo (không mất chi phí). Trong thực tế, các hãng luôn luôn có thông tin bên trong và chính phủ đã phải lo lắng khó mà ngăn cản được sự leo thang của chi phí một cách không cần thiết. Các đường chi phí là cao hơn so với mức chúng có thể.

Thứ hai, có các vấn đề về cam kết. Chính phủ thấy khó hạn chế áp lực tăng lương trong khu vực công cộng. Các nhà quản lý các ngành quốc hữu hoá không thể nhất trí rằng Kho bạc không thể kham nổi và vì thế khó chống lại những đòi hỏi về lương. Họ cũng thấy khó có thể sa thải mọi người. Các cuộc bãi công chống sa thải làm cho các nhà chính trị lo lắng. Đôi khi bộ trưởng cũng phải cầm điện thoại và thực hiện việc thỏa ước.

Các vấn đề cam kết cũng áp dụng cho đầu tư. Đầu tư của các ngành quốc hữu hoá là một phần của chi tiêu chính phủ và góp phần làm thâm hụt ngân sách. Tuy nó cũng đóng góp cho thu nhập tương lai của chính phủ nhưng những nhà chính trị thiển cận có thói quen xoá bỏ đầu tư dài hạn. Do vậy, các ngành quốc hữu hoá có quá ít đầu tư. Tuy nhiều ngành công ích tư nhân bây giờ bị buộc tội về cơ sở hạ tầng kém như ngành đường sắt hay cấp nước, một nửa thế kỷ đầu tư thấp khi thuộc sở hữu nhà nước rõ ràng đã gây ra vấn đề này.

Có ba kiểu "thất bại của chính phủ". Các nhà chính trị muốn các nhà máy đóng ở khu vực cử tri của mình và muốn các ngành riêng biệt thuộc sở hữu nhà nước điều chỉnh theo những nhu cầu tạm thời của nền kinh tế quốc dân, bóp méo việc ra quyết định trong phạm vi các ngành quốc hữu hoá. Quốc hữu hoá để giải quyết thất bại của thị trường, chúng đã bị xói mòn bởi sự thất bại của chính phủ.

Thứ ba, mọi người bắt đầu nhận ra rằng con cá vàng nhìn trong bể kính thì to trong hồ thì bé. Hội nhập tăng lên của các nền kinh tế quốc gia đã bắt đầu đưa ra sự cạnh tranh thông qua nhập khẩu hoặc sự gia nhập của các công ty nước ngoài. Khi quy mô của thị trường liên quan tăng lên, sức mạnh thị trường tiềm năng của hãng bị giảm một mức nhất định. Nếu các ngành trước đây được coi là độc quyền tự nhiên thì nay đã trở thành đối tượng của sự cạnh tranh quốc tế nhiều hơn, đó là cái cớ để nhà nước kiểm soát giảm đi.

15.3 Công cộng và tư nhân

Hiệu quả không từ trên trời rơi xuống như là mưa. Nó cần sự nỗ lực bền bỉ và sự lãnh đạo của ban quản lý. Các động cơ khuyến khích trong khu vực công cộng và tư nhân khác nhau như thế nào?

Các động cơ khuyến khích đối với những người quản lý tư nhân

Về lý thuyết, hoạt động của những người quản lý tư nhân bị giám sát bởi những cổ đông thực tế hoặc tiềm năng. Nếu các giám đốc hoạt động tồi, họ có thể bị bỏ phiếu cách chức ở đại hội cổ đông hàng năm. Hơn nữa, quản lý tồi được nhận ra bởi thị trường chứng khoán, giá cổ phiếu sẽ thấp hơn mức có thể và người thôn tính có thể nhìn thấy cơ hội mua công ty này, thành lập ban quản lý tốt hơn, cải thiện lợi nhuận và vì thế tạo ra lãi vốn khi giá cổ phiếu tăng sau đó. Các mối đe doạ này được coi là rèn luyện kỷ luật cho các nhà quản lý và giữ cho họ đứng trên đôi chân của mình.

Trong thực tế, các mối đe doạ là yếu và không đáng tin cậy lắm. Thứ nhất, cá nhân các cổ đông gặp vấn đề kẻ ăn không: nếu các cổ đông khác giám sát ban quản lý, mọi thứ sẽ tốt. Cho nên mọi người có xu hướng không quan tâm. Thứ hai, các cuộc tấn công thôn tính thường đẩy giá cổ phiếu lên đáng kể: ban quản lý hiện thời có nhiều sai sót trước khi gặp rắc rối và bị mất việc. Cuối cùng, ban quản lý hiện thời có nhiều thông tin nội bộ về trạng thái thực của hãng, thông tin không sẵn có với các cổ đông hiện thời hoặc những người tấn công tiềm năng.

Vì các cổ đông biết tất cả điều này nên họ cố gắng tạo cho các nhà quản lý động cơ trực tiếp để quan tâm đến lợi nhuận và giảm chi phí. Những nhà quản lý lâu năm được trả những khoản tiền thưởng lớn liên quan đến lợi nhuận. Tuy nhiên, những năm gần đây người ta thấy những nhà quản lý thu được những khoản tiền thưởng hậu hĩnh ngay cả khi các công ty của họ hoạt động kém.

Quản lý tư nhân có khả năng trở nên hiệu quả hơn khi là đối tượng của sự kiểm soát hiệu lực, hoặc từ phía những đối thủ cạnh tranh trên thị trường hoặc từ tổ chức điều tiết chặt chẽ và luôn theo dõi. Khi hãng tư nhân quá lớn và vì thế ít chịu sự cạnh tranh trong nước, và cũng sản xuất trong khu vực được che chắn khỏi nhập khẩu và sự cạnh tranh nước ngoài, đó chắc chắn là một nhà độc quyền ngủ quên trừ khi có những tổ chức điều tiết chặt chẽ. Và các nhà điều tiết này phải có khả năng chống lại sự mua chuộc điều tiết.

Các động cơ khuyến khích đối với các nhà quản lý công cộng

Những nhà quản lý tư nhân đôi khi đối mặt với cơ chế thị trường yếu về kỷ luật và kiểm soát. Những nhà quản lý khu vực công cộng không hề đối mặt với cơ chế thị trường. Mọi thứ phụ thuộc vào tính hiệu lực của chính phủ như một đơn vị thanh sát.

Về nguyên tắc, chính phủ có thể có hiệu lực như các thị trường tư nhân. Chính phủ có thể ban cho các khoản tiền thưởng gắn với hoạt động. Mặt khác, các công chức dân sự có thể được đào tạo ít hơn về đánh giá doanh nghiệp so với các nhà phân tích khu vực tư nhân. Cuối cùng, có sự cám dỗ chính trị đối với chính phủ để nắm quyền kiểm soát các ngành quốc hữu hoá và biến chúng thành công cụ cho vấn đề khẩn cấp.

Hộp 15-1 Bãi bỏ điều tiết hàng không

Những bài học từ Mỹ

Các chuyến bay nội địa Mỹ đã được bãi bỏ điều tiết vào năm 1978. Các rào cản gia nhập đã giảm. Đến năm 1984, số lượng hãng hàng không đã tăng từ 36 lên 120, giá vé giảm xuống 30% và hành khách sử dụng tăng 50%. Các máy bay đầy hơn có nghĩa là chi phí thấp hơn. Dịch vụ thường xuyên hơn làm cho việc bay phổ biến hơn. Những nhà tạo lập thị trường tự do đã vui mừng khi những dự đoán của họ đúng.

Tuy nhiên, sự cạnh tranh khốc liệt sau năm 1984 đã dẫn đến phá sản và sáp nhập. Năm 1989, 12 hãng hàng không hàng đầu chiếm 97% thị phần. Giá vé đã tăng, lợi nhuận cũng tăng. Các hãng hàng không hiện thời có sức mạnh đã dựng lên các rào cản gia nhập chiến lược để củng cố thị phần của mình. Chúng đã chuyển đến một sân bay (trung tâm) từ đó các chuyến bay chở hàng đường dài đi vào hoạt động. Hệ thống dịch vụ hỗ trợ (nấc thang) trước tiên chở hành khách đến trung tâm. Hệ thống trung tâm và các nấc thang làm cho các hãng hàng không nhỏ khó thách thức được các hãng hàng không lớn. Các hãng lớn cũng sở hữu hệ thống đặt chỗ trước, sử dụng các đại lý du lịch để phân bổ các ghế trống. Bằng việc lập trình máy tính để cho thấy các chuyến bay của mình trước, họ đã đặt những người mới gia nhập vào thế bất lợi. Họ cũng đưa ra các đường bay kiếm lợi chỉ với cùng một hãng hàng không.

Điều tiết ở châu Âu

Đi lại bằng máy bay theo lịch đã bị điều tiết một cách mạnh mẽ cho đến tận năm 1997. Các chuyến bay giữa các thủ đô châu Âu thường bị giới hạn đến một hãng hàng không từ mỗi nước, như Iberia và Alitalia trên đường Madrid - Rome. Cạnh tranh thường chỉ là danh nghĩa: hai hãng hàng không chia doanh thu chung của họ. Vé bị kiểm tra nghiêm ngặt. Các chuyến bay theo lịch trình được miễn trừ Luật Cạnh tranh EC.

Vì thế giá vé cao. Khi các hãng có sức mạnh thị trường sản phẩm mở rộng thì các nghiệp đoàn nắm được một phần lớn trong lợi nhuận vượt này: thiếu cạnh tranh để lộ ra chi phí cũng cao như lợi nhuận. Bảng sau cho thấy lý thuyết này phù hợp như thế nào. Các hãng hàng không châu Âu trả lương cao hơn các đối thủ Mỹ như thế nào, mặc dù có mức sống thấp hơn.

Chi phí lao động trên một công nhân, 1992-95 (1000 $)

	Đội buồng lái	Đội cabin
7 hãng hàng không lớn của Mỹ	151	46
12 hãng hàng không lớn của EU	110	38

Các hãng hàng không châu Âu dần dần trở thành đối tượng của Luật Cạnh tranh EU nhưng các hãng đang ở trong ngành vẫn có những lợi thế lớn. Vì tắc nghẽn ở những sân bay lớn nên những hãng mới gia nhập hoạt động ở các sân bay loại hai. Trong khi các hãng đang ở trong ngành vẫn vào được "các đường cất cánh và hạ cánh" tốt ở các sân bay có lợi, thì cuộc sống đối với các hãng mới gia nhập là khó khăn. Chi phí bay ở châu Âu sẽ giảm khi thị trường hàng không trở nên cạnh tranh hơn và khi nhiều nước tư nhân hoá các hãng hàng không thuộc sở hữu nhà nước của mình hơn. Một nghiên cứu thực tế gần đây của Ng và Seabright ước lượng rằng bỏ sở hữu nhà nước thường làm giảm chi phí đi 15 - 20%, khi công nhân bị buộc phải chấp nhận tiền lương thực tế hơn.

Sau 11/9/2001

Sau những vụ tấn công khủng bố New York, ngành hàng không nổ tung khi cầu sụp đổ. Điều này đã dẫn đến sự tham gia của nhà nước khi chính chủ bảo lãnh các hãng hàng không yếu. Tuy nhiên, nó cũng tạo ra cơ hội cạnh tranh cho các hãng hàng không giá rẻ như EasyJet và Ryanair, những hãng đã nhanh chóng cắt giảm giá để chiếm lợi thế từ sự rút lui của các hãng đang ở trong ngành.

Nguồn: F. McGowan and P.Seabright, "Deregulating European Airlines", *Economic Policy*, 1990; C. Ng and P.Seabright, "Competition, Privatization and Productive Efficiency: Evidence from the Airline Industry", Economic Journal, July 2001.

Tầm quan trọng của sở hữu

Vì thế, bản thân việc chuyển sở hữu từ khu vực công cộng sang tư nhân có thể không phải là vấn đề quan trọng nhất. Những chủ sở hữu công cộng hay tư nhân đều không tốt trong việc giám sát quản lý. Nếu chuyển sở hữu cho khu vực tư nhân có lợi ích trực tiếp, có lẽ chính phủ sẽ khó khăn hơn trong việc sử dụng các ngành để thoả mãn những đòi hỏi của các mệnh lệnh chính trị khác.

Như vậy, hầu hết các nhà kinh tế đều nhất trí rằng vấn đề then chốt không phải là bản thân quyền sở hữu mà là sự khốc liệt của sự cạnh tranh thị trường, hoặc chính sách điều tiết thay thế của nó mà ngành gặp phải.

Bán tài sản của gia đình

Việc bán tài sản của nhà nước có cầm cố tương lai của đất nước không? Bạn đã đủ hiểu để tự đưa ra câu trả lời. Giá thị trường của một tài sản là giá trị hiện tại của luồng thu nhập ròng mà chủ sở hữu được hưởng. Giả sử giá đúng là 100£. Nếu chúng tôi bán tài sản cho bạn, chúng tôi được 100£ và bạn có tài sản giá trị 100£. Không ai trong chúng ta được lợi hơn.

Chính phủ có thể được lợi như thế nào từ tư nhân hoá? Về mặt bản chất vì lý do Adam Smith đưa ra lần đầu tiên trong trích dẫn ở đầu chương này. Nếu các ngành quốc hữu hoá trước đây hoạt động không tốt, chúng sẽ có giá trị nhỏ nếu bị bán ở giai đoạn đó. Nếu chính sách quản lý thay đổi để chuẩn bị cho tư nhân hoá, giá trị hiện tại của lợi nhuận tương lai tăng ở thời điểm này.

Cuối cùng, câu hỏi về việc cầm cố tương lai chủ yếu nằm ở chỗ sử dụng doanh thu của việc tư nhân hoá để làm gì. Sẽ là không thận trọng khi đầu tư khoản tiền này vào các tài sản vật chất cho khu vực công cộng, chi nó vào giáo dục sẽ bổ sung thêm cho vốn nhân lực và vì thế cho khả năng kiếm được thu nhập trong tương lai và cơ sở thuế, hoặc sử dụng nó để trả nợ của chính phủ. Khi đó chính phủ đổi tài sản này lấy tài sản khác. Chỉ khi nào doanh thu từ tư nhân hoá "bị phung phí" do sự bùng nổ tiêu dùng, tài trợ bằng thuế giảm chẳng hạn, thì chính phủ đang gây khó khăn tài chính cho các chính phủ tương lai.

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

15.4 Tư nhân hóa trong thực tế

Bảng 15.2 cho thấy doanh thu trung bình hàng năm từ tư nhân hoá trong thời kỳ 1980 - 2001 từ việc bán các ngành quốc doanh như British Telecom, British Gas, British Airway, British Steel, các công ty nước và hầu hết điện lực. Theo giá năm 1997, gần 83 tỷ £ doanh thu thu được trong thời kỳ 1980 - 2001.

Bảng 15.2 Doanh thu từ tư nhân hóa của Anh 1980 - 2001 (trung bình năm, tỷ bảng theo giá năm 1997)

80-83	84-86	87-90	91-93	94-97	98-01
0,2	1,5	4,5	7,8	5,0	4,0

Nguồn: HM Treasury, OECD.

Mọi người thấy rằng mua cổ phiếu ở giá chào là có lợi, vì thế nhiều người mua hăm hở xếp hàng. Tuy nhiên, cố gắng khuyến khích sở hữu cổ phần rộng rãi hơn phần lớn lại trở thành thất vọng. Thực hiện được những khoản lãi vốn của mình, các cá nhân nhanh chóng bán cổ phiếu của mình cho các quỹ hưu trí lớn và các công ty bảo hiểm háo hức có một danh mục đầu tư gần với mức trung bình của thị trường.

Trước đây, chúng ta đã nhấn mạnh tầm quan trọng của mức độ cạnh tranh mà các công ty tư nhân hoá gặp. Một số công ty trước đây là con cá lớn trong ao cá nhỏ nội địa bây giờ gặp sự cạnh tranh quốc tế đủ để cho sự điều tiết bổ sung là không cần thiết. Các ví dụ bao gồm British Airway, British Aerospace và Jaguar.

Nhóm công ty thứ hai gần như là độc quyền tự nhiên thực sự, gặp tính kinh tế của quy mô đáng kể và ít nhất là lúc đầu, gặp sự cạnh tranh quốc tế nhỏ. Cụ thể, nhóm này bao gồm các công ty công ích, năng lượng và giao thông. Trong mỗi ngành nước, điện và giao thông đường sắt, độc quyền sở hữu nhà nước bị chia ra thành các công ty tư nhân khác nhau với hy vọng cạnh tranh từng phần. Ngược lại, British Telecom và British Gas đã bị tư nhân hoá nguyên vẹn.

Dù tư nhân hoá các hãng lớn này theo kiểu nào đi nữa thì sự điều tiết vẫn là cần thiết, ít nhất là đến khi việc toàn cầu hoá dẫn đến sự cạnh tranh quốc tế đủ lớn. Điều này bây giờ đang xảy ra trong ngành viễn thông nhưng đang dần chuyển sang các ngành công ích khác.

Hộp 15-2 Tư nhân hóa trên thế giới

Bảng 15.2 cho thấy Liên hiệp Anh đã đi đầu trong tư nhân hoá như thế nào dưới thời Margaret Thatcher và John Major. Vào năm 1997, Liên hiệp Anh chỉ còn lại rất ít để bán. Châu Âu lục địa và châu Á đã đuổi kịp và vượt doanh thu tư nhân hoá của Liên hiệp Anh. Doanh thu thế giới từ năm 1990 đến bây giờ ở đỉnh là 600 tỷ đôla. Tuy nhiên, sau khi đạt đỉnh 100 tỷ đôla vào năm 1998, doanh thu tư nhân hoá toàn cầu bây giờ đã giảm dưới 20 tỷ £ một năm.

Doanh thu tư nhân hóa hàng năm (tỷ USD), 1995-1999

Ý	16	Tây Ban Nha	7
Úc	12	Đức	4
Pháp	18	Anh	4
Nhật Bản	7		

Nguồn: The Economist, 20 July 2000, OECD 2003.

Khi độc quyền tự nhiên tồn tại, để cho các hãng tư nhân khai thác sức mạnh thị trường là không hiệu quả. Quốc hữu hoá không phải là sự thành công rõ ràng. Hơn nữa, chúng ta dần nhận ra rằng, ở châu Âu sự phản ứng chính sách thay thế - để các nhà độc quyền tự nhiên ở khu vực tư nhân nhưng điều tiết các hoạt động của họ - cũng đầy rẫy khó khăn. Ở Mỹ, nơi mà điều tiết luôn được thích hơn sở hữu công cộng, thì kết luận trên đã được rút ra từ lâu: mua chuộc điều tiết và các vấn đề thông tin vẫn đặt ra những khó khăn nghiêm trọng cho chính sách công cộng.

Có lẽ cần nghĩ bên lề một chút. Thay vì can thiệp một cách không hoàn hảo để kiểm soát nhà độc quyền trong một thị trường nhỏ, tại sao không mở rộng thị trường ra? Một thị trường lớn có thể hỗ trợ cho sự cạnh tranh giữa nhiều hãng, mỗi hãng đều đủ lớn để khai thác tính kinh tế của quy mô. Đây là khía cạnh then chốt của chương trình "hoàn tất thị trường bên trong" trong phạm vi Liên minh châu Âu.

Trong ngành viễn thông, cạnh tranh với BT phát triển nhanh chóng khắp mọi nơi. Điện thoại di động và dịch vụ số liệu qua TV cáp là các doanh nghiệp lớn. Truyền số liệu là thị trường phát triển nhanh và vệ tinh không phân biệt biên giới quốc gia. Bị thôi thúc bởi các cơ hội công nghệ mới, Uỷ ban châu Âu đang bàn cách hoà hợp nhiều quy định quốc gia đối với viễn thông. Nếu điều này xảy ra, những nhà điều tiết quốc gia sẽ trở nên kém quan trọng.

15.5 Điều tiết độc quyền tư nhân

Bài học từ kinh nghiệm trước đây về quốc hữu hoá độc quyền tự nhiên là gì? Thứ nhất, các nhà điều tiết cần phải được độc lập với chính phủ để đưa ra lời hứa đáng tin cậy là không phải lúc nào cũng can thiệp. Điều này được đi cùng với việc thành lập các tổ chức điều tiết độc lập mà những chữ viết tắt của chúng nhấn mạnh các phương tiện tài chính: Oftel, Ofwat, Ofgem, v.v...[1] Mỗi tổ chức điều tiết có các mục đích rõ ràng do nghị viện đưa ra nhưng chịu trách nhiệm về việc thực hiện chúng.

Thậm chí như vậy, độ tin cậy không phải luôn luôn được thiết lập một cách dễ dàng. Thậm chí, các tổ chức độc lập cũng không luôn luôn giữ lời hứa do mình đưa ra. Ví dụ, khi các công ty bị điều tiết tạo ra lợi nhuận không nhìn thấy trước, tổ chức điều tiết khó mà cho phép độc quyền tư nhân nắm giữ chúng. Thất bại của những cam kết điều tiết càng quan trọng khi một ngành càng phụ thuộc vào khoản đầu tư bền vững cho thành công hiện thời. Ví dụ, nếu thất bại điều tiết là đủ nghiêm trọng thì tư nhân hoá tất cả ngành viễn thông sẽ là tốt hơn để bảo vệ động cơ duy trì việc đầu tư. Ngược lại, trong các ngành chín muồi, như cấp nước, một thất bại điều tiết nào đó có thể ít thiệt hại hơn và có thể duy trì điều tiết ngay cả khi điều này được áp dụng một cách không hoàn hảo cũng có thể là tốt hơn[2].

Thứ hai, cần chú ý tới sự mất cân xứng về thông tin và khả năng chi phí leo thang bởi độc quyền tự nhiên. Về mặt bản chất, hai hệ thống điều tiết hành vi là có thể: trần giá hoặc trần đối với tỷ suất lợi nhuận (đôi khi gọi là "cộng chi phí"). Thiết kế điều tiết gặp sự đánh đổi khi hãng có độc quyền thông tin về chi phí thực của nó. Trần giá tạo cho nhà độc quyền tất cả lợi ích của việc giảm chi phí mà tổ chức điều tiết không quan sát được; trần đối với tỷ suất lợi nhuận có nghĩa là cắt giảm chi phí dẫn đến giá thấp hơn.

Nếu đó là vấn đề duy nhất thì trần giá tạo ra các động cơ tốt hơn. Nhưng nếu nhà độc quyền gặp các rủi ro khác thì điều tiết tỷ suất lợi nhuận tạo khả năng cho những phát sinh không nhìn thấy trước chuyển sang người tiêu dùng, trong khi đó trần giá làm cho nhà độc quyền chịu toàn bộ rủi ro. Việc chia sẻ rủi ro hiệu quả có thể sử dụng một số yếu tố cấu thành của điều tiết tỷ suất lợi nhuận.

Bất chấp lý lẽ ủng hộ một sự thoả hiệp nào đó giữa hai phương pháp này, việc điều tiết của Liên hiệp Anh cho đến tận thời gian gần đây vẫn quá nặng về phương pháp trần giá, đặt toàn bộ sức mạnh của điều tiết đằng sau áp lực giảm chi phí. Việc này được đi tiên phong cùng với tư nhân hoá BT vào năm 1984, với ràng buộc trần giá "RPI-X". Các giá danh nghĩa của BT có thể tăng cùng tỷ lệ với chỉ số giá bán lẻ, trừ X %. X là cắt giảm hàng năm trong giá thực. Vì viễn thông hưởng tiến bộ công nghệ phát triển nhanh, nên BT phải có khả năng giảm chi phí sau mỗi năm theo biến thực. Tổ chức điều tiết Oftel đặt ra X. Lúc đầu, X là 3%. Sau đó tăng lên 4,5% và sau đó 6,25%. Trong 10 năm đầu là công ty tư nhân, BT phải giảm giá thực của mình cộng dồn là 45%. Thực tế chúng đã giảm 43%.

Năm 2004, Tổ chức điều tiết ngành thông tin liên lạc mới Ofcom đã thông báo quan điểm chiến lược về điều tiết trong khu vực thông tin liên lạc. Một phần quan điểm này sẽ được nghiên cứu so với khuôn khổ điều tiết tồn tại đã 20 năm và liệu sự chuyển trọng tâm khỏi kiểm soát giá có trở nên hiệu lực hơn trong việc cung cấp các dịch vụ hiện đại, sáng tạo và định hướng người tiêu dùng cho khách hàng không.

[1] Lúc đầu, viễn thông, khí đốt, điện và các độc quyền tư nhân khác có tổ chức điều tiết riêng như Oftel, Ofgas, nhưng dần dần các tổ chức này bị thay thế bởi các tổ chức điều tiết cho cả khu vực. Do đó, Ofgem bây giờ điều tiết các thị trường khí đốt và điện và Ofcom không chỉ điều tiết viễn thông mà cả các ngành thông tin khác như radio và băng thông rộng.

[2] Đây là các ví dụ về cái tốt thứ nhì đã đưa ra ở Chương 12.

Hộp 15-3 **Đối xử tốt hơn đối với những người sử dụng điện thoại di động**

Chương 15 đã giới thiệu vai trò của cạnh tranh trong việc điều tiết hành vi của các hãng có sức mạnh độc quyền. Bây giờ chúng ta cũng đã nghiên cứu vai trò của điều tiết RPI-X, chúng ta có thể nghiên cứu một số phán quyết của Uỷ ban Cạnh tranh liên quan đến điện thoại di động.

Năm 1999, sau một nghiên cứu của Uỷ ban Cạnh tranh có thái độ chỉ trích lệ phí đối với điện thoại di động, Vodafone và BT Cellnet (bây giờ gọi là O_2) đã bị đặt trần giá kiểu RPI-9 trong từng năm 1999 và 2000.

Năm 2003, Uỷ ban Cạnh tranh lại tham gia một lần nữa, lần này nghiên cứu sự phàn nàn rằng phí gọi từ điện thoại di động sang các đường cố định mặt đất là quá cao. Uỷ ban đã kết luận rằng chi phí của các cuộc gọi từ những người sử dụng đường cố định cao hơn ít nhất là 40% so với mức công bằng. Những nhà điều hành mạng di động cho rằng giá gọi chuyển mạng cao được sử dụng để trợ giá cho các điện thoại di động cầm tay mới. Uỷ ban lập luận rằng không phải tất cả những người sử dụng đường cố định đều là những người sử dụng di động và vì thế không được lợi từ trợ cấp này.

Kết quả là, Uỷ ban đã yêu cầu Vodafone và O_2 cắt giảm phí chuyển mạng thực của mình đi 15% một năm trong thời kỳ 2002 - 2006, và cũng yêu cầu Orange và T-Mobile giảm phí nối mạng đi 14% một năm.

Vì cạnh tranh tăng lên từ điện thoại di động, các nhà cung cấp nước ngoài và các công ty cáp, việc điều tiết viễn thông ngày càng chuyển từ điều tiết giá cuối cùng sang giá trung gian và kết nối mạng. Như Luật Cạnh tranh châu Âu buộc Microsoft phải cho phép các đối thủ cạnh tranh được giao diện với các servers của nó, Ofcom xem xét các mức giá mà BT đặt cho các đối thủ khi sử dụng mạng phân phối quốc gia của nó. Với nhiều nhà cung ứng tiềm năng hơn, cạnh tranh trong thị trường sản phẩm cuối cùng sẽ tăng.

Như chúng ta kỳ vọng, cạnh tranh giữa các công ty nước đã chứng minh rằng phải khuyến khích nhiều hơn nữa, do đó khuôn khổ điều tiết ban đầu sau tư nhân hoá về mặt bản chất vẫn còn. Khi điều tiết các công ty nước, Ofwat đã thực hiện "RPI + K". Giá thực của nước tăng K% một năm để cho phép các công ty nước cải thiện chất lượng (và thực sự chất lượng!) bằng việc đầu tư đáng kể mà khi nước là ngành quốc hữu hoá là không đáng kể. K tính trung bình năm khoảng 5,5%, nhưng thay đổi theo các công ty nước ở các vùng khác nhau tuỳ theo quan điểm của Ofwat về nhu cầu đầu tư.

Điều tiết hành vi không phải là phương án lựa chọn duy nhất sẵn có đối với các tổ chức điều tiết. Cũng có thể phân chia một công ty và thay đổi cơ cấu ngành. Trong những năm 1980, công ty điện thoại Mỹ AT&T đã bị chia thành "những quả chuông nhỏ", mỗi đơn vị phục vụ một vùng của Mỹ nhưng chia sẻ cùng một mạng về các cuộc gọi liên vùng.

Các vấn đề về điều tiết các công ty lớn đã làm cho các tổ chức điều tiết phải suy nghĩ nhiều hơn về một số phần của doanh nghiệp có thể tồn tại được qua sự cạnh tranh không. British Gas độc quyền sau đó đã bị phá vỡ dần bởi việc cho phép các công ty khí đốt và điện khu vực cạnh tranh trong việc cung cả khí đốt và điện. Các ngành này và các ngành khác là liên kết dọc, kết hợp các thiết bị đầu nguồn, mạng lưới truyền tải cơ sở với các hoạt động cuối nguồn như phân phối địa phương. Mạng lưới truyền tải cơ sở là độc quyền tự nhiên - chúng ta chỉ muốn một đường dây điện quốc gia - nhưng các hoạt động cuối nguồn cung cấp nhiều cơ hội cho cạnh tranh. Rõ ràng việc sử dụng mạng là sẵn có ở các mức giá hợp lý và tổ chức điều tiết cần giám sát điều này. Vấn đề then chốt là liệu hãng điều hành mạng có được phép cạnh tranh với các nhà phân phối cuối nguồn khác không. Câu trả lời phụ thuộc vào liệu các ảnh hưởng hướng ngoại dọc hay các cơ hội cho hành vi chiến lược có tạo cho nhà độc quyền mạng sức mạnh quá mức trong thị trường cuối nguồn không.

Tương tự, tư nhân hoá British Rail đã dẫn đến việc tạo thành Railtrack để cung cấp mạng lưới cơ sở hạ tầng, và trao quyền hoạt động khu vực cho các công ty như Virgin

Trains, Connex và ScotRail. Những ảnh hưởng hướng ngoại giữa các hoạt động cho thấy rằng việc phá vỡ các công ty không luôn luôn cung cấp giải pháp dễ dàng. Railtack đã bị chỉ trích một cách dai dẳng về việc đầu tư ít.

Vì được hưởng lợi trực tiếp của các đường sắt tốt hơn là các công ty điều hành đường sắt, các động cơ của Railtrack đã phụ thuộc vào tổ chức điều tiết đã buộc thu nhập của Railtrack với việc cung cấp cơ sở hạ tầng đường sắt tốt hơn của nó một cách trực tiếp như thế nào. Câu trả lời là "không đủ". Năm 2001, khi Railtrack phá sản, chính phủ mới tổ chức lại ngành đường sắt một lần nữa, cuối cùng dẫn đến việc tạo ra Network Rail.

Thực tế đáng buồn về việc tư nhân hoá đường sắt cũng cho thấy rằng các vấn đề cam kết không tan biến vì một ngành bị tư nhân hoá. Mỗi lần các thành viên của nghị viện cho rằng việc bơm nhiều tiền công cộng vào mới có thể cứu được ngành đường sắt. Railtrack đã có động cơ giảm đầu tư của mình vào đường ray và phát tín hiệu, và các công ty hoạt động đã có động cơ làm chậm lại việc đầu tư vào các đoàn tàu và các toa mới.

15.6 Sáng kiến tài chính tư nhân

Năm 1992, khi sự suy thoái 2 năm của Liên hiệp Anh đã làm xói mòn doanh thu thuế và làm cho việc vay mượn của chính phủ nhiều như nấm, chính phủ đã áp dụng Sáng kiến Tài chính Tư nhân (PFI). Chính phủ đã sử dụng tài năng chuyên môn của khu vực tư nhân để tài trợ các dự án công cộng. Những người chỉ trích coi đó là mưu đồ cắt giảm quy mô rõ ràng trong ngân sách. Lập luận đã được kéo dài mãi từ đó.

PFI chuyển các bộ phận và các tổ chức chính phủ từ chủ sở hữu và người điều hành các tài sản thành những người mua các dịch vụ từ khu vực tư nhân. Các hãng tư nhân trở thành những người cung dịch vụ dài hạn chứ không phải chỉ là những người xây dựng các tài sản được thanh toán trước. Không trả chi phí vốn cho việc xây dựng các con đường, chính phủ trở thành người thuê liên tục nhiều dặm đường cao tốc được duy trì.

Trong thời kỳ 1992-98, các hợp đồng trị giá mười một tỷ £ đã được ký kết, trong đó riêng đường sắt qua đường hầm biển Măng sơ đã chiếm 27%, 33% là các chương trình giao thông khác như đường bộ, cầu, xây dựng đường sắt và tàu điện, và 12% là các dự án bệnh viện và khu vực y tế khác. Phần còn lại thuộc công nghệ thông tin, quốc phòng, giáo dục, nhà tù và nhà ở khác. Năm 1996, chương trình này đã được mở rộng đến các tổ chức địa phương như Chương trình Đồng sở hữu Tư nhân Công cộng (PPP). Bảng 15.3 cho thấy các số liệu từ 1998-99 đến 2003-04.

Bảng 15.3 Đầu tư khu vực tư nhân PFI (tỷ £, 98/99-03/04)

	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03
Môi trường, giao thông, khu vực	0,5	1,1	0,9	1,2	1,2
Y tế	0,3	0,6	0,7	0,6	0,9
Các tổ chức địa phương	0,3	0,6	0,6	0,6	0,6
Quốc phòng	0,3	0,3	0,2	0,2	0,8
Scotland	0,3	0,5	0,3	0,1	0,15
Wales	0,1	0,1	0,1	0,1	0,7
Bộ Nội vụ	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1
Các thứ khác	0,3	0,5	0,4	0,1	0,1
Tổng	2,2	4,0	3,6	3,1	3,9

Nguồn: *Financial Times*, 11 December 1998.
http://www.treasury-project-taskforce.gov.uk

Kho bạc kiên trì mục tiêu lôi kéo khả năng quản lý và kiểm soát rủi ro của khu vực tư nhân. Chính phủ đã chán ngấy với chi phí cao của các dự án công cộng. Trong điều kiện PFI, khu vực tư nhân chịu trách nhiệm về rủi ro nằm trong sự kiểm soát của nó. Chính phủ chỉ chịu trách nhiệm về những phần vượt quá phát sinh từ những rủi ro rộng hơn bên ngoài sự kiểm soát của những người ký hợp đồng. Tất nhiên, ranh giới là không rõ ràng. London and Continental Railway (đường sắt London và Châu lục) chịu trách nhiệm về dự án PFI lớn nhất, Channel Tunnel Rail Link đã đòi hỏi nhiều tiền hơn so với mức xác định trong đấu giá ban đầu của nó.

Vậy những tác dụng ngân sách là gì? Thứ nhất, bất kỳ lợi ích nào từ hiệu quả khu vực tư nhân cũng được đặt đối lập với thực tế là chính phủ có thể vay rẻ hơn khu vực tư nhân. Khu vực tư nhân chịu những chi phí xây dựng ban đầu, được tài trợ bằng tiền vay. Việc xếp loại tín dụng thấp hơn của các dự án do tư nhân tài trợ (so với xếp loại chính phủ loại AAA, trái phiếu của Bệnh viện Greenwich được xếp loại BBB và trái phiếu Docklands Light Railway được xếp loại A) có thể có ý nghĩa nào đó cho đến điểm một phần trăm bổ sung đối với lãi suất phải được trả. Khi lãi suất trung bình chỉ là 5 hoặc 6%, lãi suất này bổ sung rất nhiều vào chi phí dự án. Hiệu quả khu vực tư nhân phải bù nhiều hơn lãi suất này nếu chính phủ được lợi.

Thứ hai, PFI làm cho chính phủ thoát khỏi chi phí vốn ban đầu của việc xây dựng một con đường hay một nhà tù đổi lấy việc chịu hai loại chi phí tương lai. Thứ nhất là "thuê" hiện thời con đường hoặc dịch vụ nhà tù từ nhà cung cấp tài sản, thứ hai là khoản nợ có thể đối với sự gia tăng chi phí bên ngoài sự kiểm soát của nhà cung ứng tư nhân. Đưa ra những trợ cấp ban đầu cho nhà cung cấp tư nhân trong ước tính ngân sách ngày nay không phải là vấn đề dễ dàng.

Về sự trao đổi chi phí vốn lấy khoản nợ tương lai để thuê dịch vụ là gì? Giả sử mất 100 triệu £ để xây dựng con đường và lãi suất là 10%. Nhà cung cấp tư nhân phải đòi 10 triệu £ một năm chỉ để trang trải chi phí cơ hội của tiền bị trói vào dự án. Trong những năm đầu, chính phủ có con đường của mình và chi ít hơn 100 triệu £ mà lẽ ra phải chi để xây dựng con đường. Lúc đầu, nó cần ít doanh thu thuế, đó là khoản vay ẩn. Giá trị hiện tại của cước thuê đường tương lai mà nó phải trả không để lộ ra đó là khoản nợ của chính phủ.

Nhiều luồng tiền tương lai không được tính đến một cách thích hợp vào các tài khoản của chính phủ. Khi Liên hiệp Anh lần đầu tiên phát hiện ra dầu Biển Bắc, giá trị hiện tại của thuế tương lai đánh vào việc khai thác dầu đã không được đưa ngay vào như một tài sản của chính phủ. Đây không phải là cách thị trường chứng khoán hành xử. Hãy nghĩ về tất cả các công ty internet được đánh giá hàng tỷ £ vì thị trường nghĩ chúng sẽ đem lại doanh thu trong một ngày nào đó trong tương lai.

Ngược lại, nhiều chính phủ đã biết rằng họ gặp những khoản nợ lương hưu khổng lồ trong tương lai, vì dân số đang già đi và các quỹ hưu trí nhà nước hào phóng (không phải là đặc điểm của Liên hiệp Anh!), khoản nợ này không để lộ ra ở đâu trong các tài khoản của chúng ở hiện tại. Nó phải được ghi không phải vào tài khoản luồng của thu nhập và chi tiêu hiện thời, mà một cách lý tưởng vào sự đánh giá hiện thời về các tài sản và nợ. Vì nó không được ghi như thế, khi các dự án PFI dần dần tích lũy được luồng phí trả cho những nhà cung cấp dịch vụ tư nhân về cái trước đây các dự án công cộng làm, điều này nghiễm nhiên sẽ có xu hướng làm tăng luồng chi tiêu của chính phủ trong tương lai.

Hộp 15-4 Chênh đường ray

Khi tư nhân hoá ngành đường sắt đã được thực hiện ở ạt trước cuộc bầu cử năm 1997, British Rail đã bị chia nhỏ. Cơ cấu mới bao gồm rất nhiều doanh nghiệp chạy tàu nhưng chỉ có một công ty, Railtrack cung cấp cơ sở hạ tầng đường sắt. Giá cổ phiếu của Railtrack tăng đột ngột khi các nhà đầu tư kỳ vọng nó sẽ thịnh vượng. Tháng 10 năm 2001 Railtrack đã bị phá sản. Bài học chúng ta rút ra từ sự thất bại này là gì?

Railtrack được thừa kế hàng chục năm đầu tư thấp vào cơ sở hạ tầng đường sắt. Sự thay đổi trong sở hữu là không đủ. Cái cần là sự đầu tư rộng rãi. Nhưng khi là độc quyền tư nhân, Railtrack đã bị điều tiết. Những nỗ lực trực tiếp để tài trợ cho việc đầu tư vào đường sắt bởi các mức giá cao đã bị cản trở bởi phí đường sắt (và vì thế lượng tiền Railtrack có thể đặt cước cho các nhà hoạt động chạy tàu) bị điều tiết một cách chặt chẽ. Thêm vào mối quan tâm về sự cạnh tranh không phù hợp và sức mạnh thị trường tiềm tàng, các nhà chính trị cũng rất nhạy cảm với mức giá đường sắt.

Tình huống này bị phóng đại bởi hai vấn đề. Thứ nhất, mọi người đều đánh giá thấp chi phí của việc nâng cấp đường sắt, cụ thể là đường sắt West Coast xấu có tiếng từ London đến Glassgow. Thứ hai, những vụ tai nạn đường sắt, đặc biệt ở Hatfield nơi đường sắt đáng chê trách, đã dẫn đến các chương trình tốn kém và không lường trước để cải thiện sự an toàn một cách nhanh chóng.

Biểu dưới đây biểu thị đầu tư kế hoạch luỹ kế trong thời kỳ 2001-10. Với kho bạc từ chối tăng phần đóng góp của chính phủ, khu vực tư nhân đã luôn miễn cưỡng đầu tư 34 tỷ £ vào một ngành chịu sự điều tiết bên ngoài, không có đảm bảo sẽ thu đủ doanh thu để trả khoản đầu tư với lãi. Khi chúng ta bàn luận hãng là gì ở Chương 6, Hộp 6.3 đã viết, vì hầu hết các hợp đồng là không đầy đủ, một số người phải có sự kiểm soát cuối cùng khi một điều nào đó không dự kiến xảy ra. Ví dụ Railtrack cũng làm sáng tỏ sự mập mờ nằm trong sự đối tác công cộng - tư nhân này.

Đầu tư dự định vào đường sắt

Quỹ cộng dồn, 2001-10 (tỷ £, mức giá năm 2000)

	Công cộng	Tư nhân
Cơ sở hạ tầng đường sắt	3,5	25,5
Tàu mới	11,5	8,5
Tổng cộng	15,0	34,0

Bằng việc chiếm giữ vòng tiếp theo của tiền kho bạc và đẩy Railtrack đến phá sản, chính phủ giả định sự kiểm soát cuối cùng khi đụng chạm đến trạng thái đường sá. Một số nhà đầu tư tư nhân đã kêu ca rằng điều này có thể làm cho sự đối tác giữa khu vực công cộng và tư nhân trong tương lai khó khăn hơn. Vì khu vực tư nhân vui vẻ duy trì lợi nhuận khi mọi thứ diễn ra tốt đẹp, không rõ ràng rằng họ có cơ sở cho những phàn nàn khi mọi thứ xảy ra theo hướng khác.

Nguồn: The Economist, 20 October 2001.

TÓM TẮT

- **Quốc hữu hoá** là việc mua các công ty tư nhân bởi khu vực công cộng. **Tư nhân hoá** là bán các hãng khu vực công cộng cho khu vực tư nhân.
- **Độc quyền tự nhiên** gặp đường chi phí trung bình dốc xuống. Chi phí cận biên nằm dưới chi phí trung bình. Đặt giá bằng chi phí cận biên hàm ý thua lỗ.
- **Đặt giá hai phần** cho phép nhà độc quyền đặt phí cận biên thích hợp và trang trải thua lỗ thông qua phí cố định. Tuy nhiên, với độc quyền thông tin, một hãng không hiệu quả sẽ cố gắng trang trải thua lỗ không cần thiết thông qua phí cố định.
- Một cách lý tưởng, các hãng nhà nước điều hành phải đặt giá bằng chi phí xã hội cận biên và đầu tư đến tận khi giá vừa đủ trang trải chi phí xã hội cận biên dài hạn, bao gồm cả chi phi trả lãi hàng năm cho chi tiêu vốn ban đầu.
- **Mua chuộc điều tiết** xảy ra khi tổ chức điều tiết trở thành người bênh vực ngành được coi là phải điều tiết.
- Tư nhân hoá là sự đáp lại quan điểm cho rằng một số công ty nhà nước không phải độc quyền tự nhiên, và rằng thậm chí độc quyền tự nhiên đã được giải

quyết tốt hơn bởi sự điều tiết hết cỡ ràng buộc chính phủ không phải can thiệp mãi mãi.

- Chuyển đổi sở hữu làm cho người ta tin rằng hãng không có sự trợ giúp vô hạn của chính phủ (mặc dù đôi khi chính phủ vẫn bảo lãnh các công ty tư nhân).
- Bán các tài sản đúng giá làm cho của cải của chính phủ không thay đổi. Nếu triển vọng xử lý chặt hơn trong tương lai dẫn đến cải thiện năng suất trong các hãng nhà nước thì chính phủ được lợi trước tiên khi năng suất cải thiện, chứ không phải khi hãng được bán.
- Nhiều hãng tư nhân hoá bây giờ gặp sự cạnh tranh căng thẳng, thường từ phía nước ngoài. Tuy nhiên, độc quyền tự nhiên đã đòi hỏi một khung khổ điều tiết mới. Điều này đã ủng hộ việc đặt trần giá, được điều hành bởi các tổ chức điều tiết độc lập và là đối tượng của việc xem xét lại định kỳ.
- Liên hiệp Anh ngày càng phải điều tiết không phải hành vi mà là cấu trúc thị trường. Điều này giả định rằng một số bộ phận của độc quyền tự nhiên có thể trở nên phù hợp cho cạnh tranh. Trong thực tế, đó thường là các hoạt động cuối nguồn trong ngành liên kết dọc.
- **Sáng kiến tài trợ tư nhân** sử dụng tài chính tư nhân để xây dựng các dự án và ban quản lý tư nhân điều hành chúng. Sau đó chính phủ trả phí dịch vụ để sử dụng tài sản đó.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Tại sao các câu lạc bộ thể thao có cả phí thành viên ban đầu và cả phí thành viên hàng năm cho những người đã là thành viên.
2. Một Nghị sĩ đã khuyến nghị rằng vì British Telecom bị điều tiết bởi Ofcom nên sẽ hợp lý khi thành lập Ofair để điều tiết British Airways. Có nên không?
3. "Vé theo mùa rẻ sẽ làm cho những người đi lại bằng các phương tiện giao thông công cộng không đi trên những con đường tắc nghẽn vào giờ cao điểm". "Những người đi lại bằng các phương tiện giao thông công cộng phải trả thêm vì hầu hết tàu hoả bỏ không trong phần còn lại của ngày". Hãy bảo vệ một trong hai quan điểm này. Câu trả lời có phụ thuộc vào cách đặt giá cho xe hơi và đỗ xe không?
4. "Đường hầm qua biển Măng-sơ xây dựng bằng tiền tư nhân, nên không thể duy trì việc trả lãi cho các khoản nợ của nó. Nó không bao giờ nên được xây dựng". Hãy bàn luận.
5. Bạn có nhớ sự khác nhau giữa sự đánh giá của tư nhân và xã hội về các chi phí và lợi ích khi trả lời câu hỏi 4 không? Hãy chỉ rõ 5 nguồn gốc của sự khác nhau giữa chi phí, lợi ích xã hội và tư nhân.
6. Khi Bộ Quốc phòng đặt hàng thiết kế và sản xuất các máy bay chiến đấu mới, nó có thể làm các hợp đồng giá cố định hay giá cộng chi phí. Giải thích các động cơ trong hai hợp đồng này khác nhau như thế nào? Khi nào giá cộng chi phí là mong muốn về mặt xã hội? Tại sao Sáng kiến Tài chính Tư nhân là sự thoả hiệp giữa các hợp đồng giá cố định và giá cộng chi phí?

7 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định sau là sai? (a) Những ngành quốc hữu hoá bị lỗ phải là ngành không hiệu quả. (b) Độc quyền tư nhân luôn luôn không tốt bằng độc quyền công cộng. (c) Vì hành vi có thể bị điều tiết nên không bao giờ cần phải phá vỡ độc quyền.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 318.

Online
Learning Centre
with POWERWEB

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

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

Chương 16

Thương mại quốc tế

Mục tiêu nghiên cứu

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

1. Các xu hướng thương mại quốc tế.
2. Lợi thế so sánh và lợi ích từ thương mại.
3. Các yếu tố quy định lợi thế so sánh.
4. Tại sao thương mại hai chiều xảy ra với cùng một sản phẩm.
5. Chính sách thương mại.
6. Nguyên lý đặt mục tiêu.
7. Các động cơ đối với thuế quan.

Thương mại quốc tế là một phần của cuộc sống hàng ngày. Người Briton uống rượu vang Pháp, người Mỹ lái xe hơi Nhật và người Nga ăn lúa mỳ Mỹ. Có hai lý do tại sao thương mại giữa Liên hiệp Anh và Nhật Bản khác thương mại giữa London và Birmingham.

Thứ nhất, vì thương mại quốc tế vượt qua các biên giới quốc gia, nên chính phủ có thể giám sát thương mại này và đối xử khác nhau với nó. Khó đánh thuế hoặc điều tiết hàng hoá chuyển từ London đến Birmingham, nhưng đánh thuế hay hạn chế quota đối với những hàng hoá nhập khẩu từ Đài Loan hay Nhật thì dễ hơn nhiều. Các chính phủ phải quyết định liệu các chính sách đó có phải là mong muốn không.

Thứ hai, thương mại quốc tế có thể liên quan đến việc sử dụng các loại tiền quốc gia khác nhau. Người mua Liên hiệp Anh mua rượu vang Mỹ trả bằng bảng nhưng người trồng nho được trả lương bằng đôla. Thương mại quốc tế liên quan đến thanh toán quốc tế.

Chương này tập trung vào các luồng thương mại và chính sách thương mại. Ai buôn bán với ai và buôn bán hàng hoá gì? Tại sao thương mại quốc tế diễn ra? Các nước buôn bán với nước khác vì họ có thể mua hàng hoá nước ngoài ở giá thấp hơn chi phí để làm ra cũng hàng hoá đó ở trong nước.

Điều này có thể đối với tất cả các nước không? Thương mại quốc tế phản ánh trao đổi và chuyên môn hoá. Những khác nhau giữa các nước trong nguyên vật liệu và các yếu tố sản xuất khác dẫn đến những khác nhau trong chi phí sản xuất và giá hàng hoá. Thông qua trao đổi quốc tế, các nước cung cho thị trường thế giới các hàng hoá họ sản xuất ra rẻ hơn một cách tương đối và cầu từ nền kinh tế thế giới các hàng hoá được tạo ra rẻ một cách tương đối ở nơi nào đó khác.

Những lợi ích này từ thương mại được tăng cường nếu có tính kinh tế của quy mô trong sản xuất. Thay vì mỗi nước có nhiều nhà sản xuất nhỏ, các nước khác nhau tập trung vào những thứ khác nhau và mọi người có thể được lợi từ giảm chi phí sản xuất nhờ đó mà có được.

Chúng ta bàn luận lợi ích từ thương mại quốc tế và nghiên cứu xem liệu phân tích của chúng ta có thể giải thích các luồng thương mại thực tế diễn ra không. Có nhiều hoàn cảnh trong đó thương mại quốc tế có thể làm cho các nước được lợi, nhưng thương mại cũng có thể chịu chi phí, đặc biệt trong ngắn hạn. Xe hơi rẻ là niềm vui đối với người tiêu dùng nhưng là nỗi buồn đối với những công nhân sản xuất xe hơi Liên hiệp Anh bị thất nghiệp.

Vì sự cạnh tranh nước ngoài làm cho cuộc sống khó khăn hơn với một số cử tri, nên các chính phủ thường chịu áp lực phải hạn chế nhập khẩu. Chúng ta kết thúc chương này bằng việc bàn luận chính sách ngoại thương hay thương mại và liệu hạn chế nhập khẩu có phải là ý tưởng tốt không.

16.1 Các xu hướng thương mại

Mọi giao dịch quốc tế đều có cả người mua và người bán. Nhập khẩu của một nước là xuất khẩu của nước khác. Để đo bao nhiêu thương mại diễn ra chúng ta có thể sử dụng tổng giá trị nhập khẩu hoặc xuất khẩu của tất cả các nước. Bảng 16.1 cho thấy giá trị xuất khẩu thế giới và như một chuẩn mực so sánh, giá trị tương đối so với GNP trong một nền kinh tế lớn nhất của thế giới, Mỹ.

Bảng 16.1 Giá trị xuất khẩu thế giới

	1928	1935	1950	1973	2003
Xuất khẩu thế giới					
(tỷ £ năm 1990)	277	117	176	931	7422
(% của GNP Mỹ)	57	27	20	40	71

Nguồn: League of Nations, *Europe's Trade*, Geneva, 1941; *IMF, International Financial Statistics; National Income Accounts of the United States*, 1928-49.

Mậu dịch thế giới tăng nhanh từ năm 1950, với mức trung bình hàng năm là 7,4%. Mậu dịch quốc tế ngày càng quan trọng đối với các nền kinh tế quốc gia. Từ năm 1960 đến năm 2000 xuất khẩu của Liên hiệp Anh như một phần của GNP đã tăng từ 18% lên đến 32%. Chi tiết cho một số nước được biểu thị trong Bảng 16.2. Xuất khẩu thế giới ngày nay là khoảng 20% GNP thế giới.

Bảng 16.2 Xuất khẩu theo % của GDP

	1967	2003
Bỉ	36	85
Hà Lan	43	67
Anh	18	28
Pháp	14	29
Italy	17	28
USA	5	11
Nhật	10	11

Nguồn: OECD, *Economic Outlook*.

Đại Suy thoái những năm 1930 và Chiến tranh Thế giới Thứ hai đã thực sự phá huỷ thương mại quốc tế. Tính so với GDP của Mỹ, cho đến tận những năm 1960 thương mại thế giới mới lấy lại được mức của năm 1928.

Khi thương mại phát triển, cả về số tuyệt đối và tương đối so với quy mô của các nền kinh tế quốc gia, sự phụ thuộc lẫn nhau của các nền kinh tế quốc gia đã tăng lên. Giống như nhiều nước ở Bảng 16.2, Liên hiệp Anh bây giờ là nền kinh tế rất mở. Các nước nhỏ hơn thường mở hơn. Thương mại

giữa Paris và Brussels là thương mại quốc tế nhưng thương mại giữa New York và California thì không phải. Các sự kiện ở các nước khác ảnh hưởng đến cuộc sống hàng ngày của chúng ta nhiều hơn nhiều so với trước đây 20 năm. Bây giờ chúng ta xem xét thực tế về việc ai buôn bán với ai.

Các xu hướng thương mại thế giới

Các nước kém phát triển có thu nhập trên đầu người thấp.

Bảng 16.2 cho thấy xu hướng thương mại thế giới. Các nước công nghiệp hay phát triển bao gồm cả Tây Âu, Bắc Mỹ, Nhật, Australia và New Zealand là các nước giàu có với tỷ trọng lớn nhất trong thương mại thế giới và thu nhập thế giới. Các nước còn lại là *các nước kém phát triển* (LDC) - từ rất nghèo, như Trung quốc, Ấn Độ, đến gần giàu, như Brazil.

Bảng 16.3 cho thấy một nửa thương mại thế giới là giữa các nước công nghiệp, giàu. Chỉ 27% không liên quan chút nào đến các nước này. Thương mại thế giới được tổ chức xung quanh các nước giàu này.

Cơ cấu hàng hoá của thương mại

Ở các nước giàu, dịch vụ là hầu hết giá trị gia tăng hay GDP. Thương mại quốc tế trong dịch vụ đang tăng nhanh nhưng từ vạch xuất phát nhỏ. Thương mại bằng hàng hoá - hay thương mại hàng hoá - vẫn quan trọng vì nhiều nước nhập khẩu hàng hoá, bổ sung thêm một ít giá trị và sau đó tái xuất khẩu chúng. Giá trị gia tăng tạo ra sự đóng góp nhỏ cho GDP nhưng tổng các luồng nhập khẩu và xuất khẩu hàng hoá là lớn. Bằng việc nhập khẩu hàng hoá, bổ sung thêm giá trị và tái xuất khẩu, thậm chí vẫn có thể là giá trị xuất khẩu cao hơn giá trị của bản thân GDP.

Bảng 16.3 Các mẫu hình thương mại, 2002 (% của xuất khẩu thế giới)

	Giàu	LDC gốc
Đích đến		
Các nước giàu	37	20
LDC	16	27

Nguồn: WTO, *International Trade Statistics.*

Bảng 16.4 Cơ cấu xuất khẩu thế giới

Tỷ trọng của	1955	2002
Mặt hàng nguyên khai:	50,5	24,9
Lương thực, nông nghiệp	22,3	9,3
Nhiên liệu	11,2	9,8
Khoáng sản khác	3,8	1
Hàng công nghiệp	49,5	75,1

Nguồn: WTO, *International Trade Statistics.*

Bảng 16.4 phân biệt giữa hàng hoá nguyên khai (hàng hoá nông nghiệp, khoáng sản và nhiên liệu) và hàng hoá công nghiệp hay chế biến (hoá chất, thép, ôtô). Hàng hoá thô giảm từ 50,5% của thương mại thế giới vào năm 1955 xuống chỉ còn 24,9% vào năm 2002. Ngược lại, tỷ trọng của hàng hoá chế biến trong thương mại thế giới đã tăng trên 25%.

Bảng 16.5 Các mẫu hình thương mại, đầu những năm 2000

	EU	Bắc Mỹ	Châu Á
Tỷ trọng của xuất khẩu			
Thô	19,3	23,1	16,4
Chế biến	80,7	76,9	83,6
Tỷ trọng của nhập khẩu			
Thô	24,3	21,5	28,9
Chế biến	75,7	78,5	71,1

Nguồn: WTO, *International Trade Statistics.*

Mặc dù EU chủ yếu xuất khẩu hàng chế biến. Bảng 16.5 cho thấy rằng các sản phẩm thô chiếm một phần năm xuất khẩu của EU. EU phải nhập khẩu nhiều nguyên liệu, nhập khẩu hàng hoá cuối cùng hoặc trung gian là 3/4 của nhập khẩu của EU. Thương mại của Mỹ cũng thể hiện mẫu hình giống của EU.

Các nước châu Á xuất khẩu ít sản phẩm thô hơn và nhập khẩu nhiều sản phẩm thô hơn EU hay Bắc Mỹ. Châu Á tập trung chủ yếu vào xuất khẩu hàng chế biến: ở châu Âu mua nhiều sản phẩm của Sony, Canon, Mitsubishi và Daewoo.

Thương mại thế giới: các vấn đề

Các Bảng từ 16.1 đến 16.5 trình bày các thực tế. Thương mại thế giới tăng nhanh hơn thu nhập thế giới. Một nửa thương mại thế giới là giữa các nước công nghiệp, giàu, đó cũng là các thị trường xuất khẩu đối với LDC. Một phần năm thương mại thế giới là các sản phẩm thô, phần còn lại là sản phẩm chế biến. Các thực tế này cũng giúp giải thích một số vấn đề then chốt trong thương mại thế giới.

Giá nguyên liệu

LDC kêu ca rằng các nước công nghiệp bóc lột họ bằng việc mua nguyên liệu ở giá thấp và trả lại hàng hoá chế biến ở mức giá cao hơn nhiều. Những người sản xuất cà phê, đường, đồng và nhiều sản phẩm khác muốn có khả năng bắt chước OPEC và tăng gấp ba giá các sản phẩm thô mà không phải chịu sự giảm sút lớn trong lượng cầu.

Bảo hộ nông nghiệp

Nông dân ở các nước giàu không chỉ nhận được trợ cấp nông nghiệp, như thông qua Chính sách Nông nghiệp chung EU, mà còn hưởng sự bảo hộ đằng sau những mức thuế quan cao đối với các hàng hoá nông nghiệp nhập khẩu. LDC phàn nàn rằng việc loại các hàng hoá xuất khẩu của họ ra khỏi các thị trường giàu nhất không chỉ làm giảm số lượng những gì có thể bán mà còn đẩy giá của họ xuống khi tất cả cung của họ phải được hấp thụ ở các thị trường thế giới còn lại mà họ có thể vào được.

Hàng xuất khẩu chế biến từ các LDC

Các LDC muốn tạo ra các sản phẩm chế biến của mình và xuất khẩu chúng cho các nước công nghiệp. Brazil, Mexico và Hàn Quốc đã có các ngành công nghiệp của mình. Nhưng xuất khẩu sang các nước công nghiệp đã dẫn đến những phàn nàn ở các nước công nghiệp rằng việc làm bị đe doạ bởi sự cạnh tranh từ lao động rẻ nước ngoài.

Ở một số ngành, như ôtô và sắt, các hãng đã thành lập ở châu Âu và Mỹ bị cắt giảm giá bởi những nhà sản xuất ở Đông Á. Hàng xuất khẩu châu Á có nên bị hạn chế để ngăn chặn sự mất việc tràn lan ở Tây Âu và Bắc Mỹ không, hay các nước giàu có nên tranh thủ lợi thế về chi phí thấp ở châu Á?

Toàn cầu hoá

Chi phí vận tải thấp và công nghệ thông tin tốt hơn đã dần dần phá vỡ sự phân đoạn các thị trường quốc gia và cạnh tranh tăng lên giữa các nước. Xu hướng này đã được củng cố bởi giảm thuế quan là vấn đề chính sách. Đôi khi tốc độ thay đổi nhanh.

Tuy nhiên, các nước nghèo cảm thấy rằng quá trình này chủ yếu bị chi phối bởi các nước giàu theo lợi ích của họ. Các LDC bị gây sức ép giảm thuế quan của mình và cho các nhà đầu tư nước ngoài vào, trong khi đó các nước giàu vẫn không muốn chú ý tới các mối quan tâm của các LDC. Bằng việc tăng cầu về hàng xuất khẩu của LDC, giảm sự bảo hộ nông nghiệp ở các nước giàu có thể giúp các LDC nhiều hơn là toàn bộ chương trình viện trợ nước ngoài.

Trước khi nghiên cứu các vấn đề này, chúng ta giải thích tại sao thương mại quốc tế diễn ra.

16.2 Lợi thế so sánh

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

Thương mại là có lợi khi có sự khác nhau giữa các nước trong chi phí cơ hội của hàng hoá. Giả sử một nền kinh tế đóng với các nguồn lực xác định có thể tạo ra máy ghi video hoặc áo sơ mi. Càng nhiều nguồn lực sử dụng vào việc sản xuất video thì càng ít nguồn lực có thể được sử dụng để làm ra áo sơ mi. Chi phí cơ hội của video là số lượng áo sơ mi phải hy sinh bởi việc sử dụng các nguồn lực để làm ra video chứ không phải áo sơ mi.

Chi phí cơ hội cho ta biết chi phí tương đối của việc sản xuất các hàng hoá khác nhau. Bây giờ chúng ta xây dựng một mô hình trong đó những khác nhau giữa các nước trong chi phí sản xuất tương đối xác định mẫu hình thương mại quốc tế. Mô hình này biểu thị quy luật[1].

Quy luật lợi thế so sánh phát biểu rằng các nước chuyên môn hoá trong sản xuất và xuất khẩu hàng hoá mà họ sản xuất ra với chi phí *tương đối* thấp hơn các nước khác.

Chi phí cơ hội hay chi phí tương đối có thể khác nhau ở các nước khác nhau. Chúng ta bắt đầu bằng một mô hình rất đơn giản trong đó công nghệ khác nhau giải thích sự khác nhau về chi phí. Giả sử hai nước, Mỹ và Liên hiệp Anh, sản xuất hai hàng hoá, máy ghi video và áo sơ mi. Lao động là đầu vào duy nhất và có hiệu suất không đổi theo quy mô. Bảng 16.6 biểu thị các chi phí sản xuất giả định. Mất 30 giờ lao động Mỹ để làm ra một video và 5 giờ để làm ra một áo sơ mi. Lao động Liên hiệp Anh kém năng suất hơn. Mất 60 giờ lao động Liên hiệp Anh để làm ra một video và 6 giờ để làm ra một áo sơ mi.

Chi phí và giá

Để đơn giản hoá, giả định có cạnh tranh hoàn hảo. Vì thế giá của mỗi hàng hoá bằng chi phí cận biên của nó. Vì có hiệu suất không đổi theo quy mô nên chi phí trung bình bằng chi phí cận biên. Do đó, giá bằng chi phí trung bình của sản xuất. Vì lao động là yếu tố duy nhất của sản xuất nên chi phí trung bình là giá trị của đầu vào lao động trên đơn vị sản phẩm, chi phí lao động đơn vị.

Giả sử rằng công nhân Mỹ kiếm được 6 đôla một giờ và công nhân Liên hiệp Anh 2£ một giờ. Hai dòng cuối của Bảng 16.6 biểu thị chi phí lao động đơn vị của hai hàng hoá ở mỗi nước. Chi phí lao động là giá nội địa của các hàng hoá được bán. Cạnh tranh hoàn hảo có nghĩa là giá bằng chi phí cận biên, hiệu suất không đổi theo quy mô nghĩa là chi phí cận biên bằng chi phí trung bình.

Bảng 16.6 Các kỹ thuật sản xuất và chi phí

	Mỹ	Anh
Đòi hỏi lao động đơn vị (giờ/đơn vị sản phẩm)		
Video	30	60
Áo sơ mi	5	6
Lương giờ	6$	2£
Chi phí lao động đơn vị		
Video	180$	120£
Áo sơ mi	30$	12£

Đòi hỏi lao động đơn vị của Mỹ thấp hơn một cách tuyệt đối so với của Liên hiệp Anh đối với cả hai hàng hoá. Nhưng lao động của Mỹ có năng suất cao hơn một cách tương đối trong ngành sản xuất video so với ngành sản xuất áo sơ mi. Mất số giờ lao động gấp đôi để làm ra video ở Liên hiệp Anh so với ở Mỹ nhưng chỉ mất 6/5 số giờ để làm ra áo sơ mi. Sự khác nhau trong năng suất tương đối này là cơ sở cho thương mại quốc tế.

Tham gia thương mại quốc tế

Giả sử các nước buôn bán với nhau. Mục này đưa ra hai điểm then chốt. Thứ nhất, nếu mỗi nước tập trung vào việc sản xuất hàng hoá mà nó tạo ra rẻ hơn *một cách tương đối*, hai nước cùng nhau sẽ tạo ra nhiều hơn *cả hai* hàng hoá. Thương mại dẫn đến lợi ích thuần tuý này, sản lượng sản xuất thêm được chia sẻ giữa hai nước. Thứ hai, thị trường tự do cung cấp các động cơ đúng cho thương mại có lợi diễn ra.

Hai nước này trao đổi với nhau. Vì họ sử dụng đồng tiền khác nhau, thị trường ngoại hối và tỷ giá hối đoái cân bằng được thiết lập. Tài khoản vãng lai của một nước phải bằng không ở cân bằng trong dài hạn. Để đơn giản hoá, chúng ta bỏ qua nợ và tài sản nước ngoài và giả định rằng cuối cùng tỷ giá hối đoái cân bằng điều chỉnh để làm

[1] Quy luật này được định hình bởi nhà kinh tế Anh vĩ đại David Ricardo (1772 - 1823), một nhà trung gian chứng khoán thành công trước khi nghỉ hưu ở tuổi 40 để trở thành một nghị sỹ và một nhà kinh tế học. Những luận điểm của Ricardo có màu sắc hiện đại vì ông đã sử dụng các mô hình, chỉ rõ các giả định và các ứng dụng.

cho giá trị nhập khẩu bằng giá trị xuất khẩu, do đó làm cân bằng cán cân thương mại trong dài hạn.

Bảng 16.7 biểu thị chi phí lao động đơn vị và giá video và áo sơ mi theo các loại tiền khác nhau và khi đó biểu thị giá tính bằng bảng ở ba tỷ giá hối đoái có thể: 2,5$/£, 2$/£, và 1,5$/£. Giá nội địa phản ánh số liệu chi phí đơn vị ở Bảng 16.6. Giá bằng bảng của hàng hoá Liên hiệp Anh không bị ảnh hưởng bởi tỷ giá hối đoái nhưng giá Liên hiệp Anh của hàng hoá Mỹ thì phụ thuộc vào tỷ giá hối đoái. Càng nhiều đôla trên một bảng thì cả hai hàng hoá Mỹ càng rẻ khi đánh giá giá trị bằng bảng.

Bảng 16.7 Chi phí, giá và tỷ giá hối đoái cân bằng

			Chi phí tính bằng bảng ở tỷ giá hối đoái là:					
	Giá trong nước		2,5$/£		2$/£		1,5$/£	
	Video	Áo sơ mi	Video	Áo sơ mi	Video	Áo sơ mi	Video	Áo sơ mi
Hàng hoá Mỹ	180$	30$	72£	12£	90£	15£	120£	20£
Hàng hoá Anh	120£	12£	120£	12£	120£	12£	120£	12£

Ở tỷ giá hối đoái 2,5$/£, video của Mỹ rẻ hơn video của Liên hiệp Anh tính bằng bảng, nhưng giá của áo sơ mi Mỹ và Liên hiệp Anh là như nhau. Nếu tỷ giá hối đoái cao hơn 2,5$/£, áo sơ mi Mỹ còn rẻ hơn khi tính bằng bảng. Tỷ giá hối đoái cân bằng không thể nằm ở trên 2,5$/£, vì khi đó không ai mua hàng hoá Liên hiệp Anh[2]. Luồng một chiều trong thương mại và tỷ giá hối đoái không phải là luồng cân bằng.

Ngược lại, ở 1,5$/£ áo sơ mi Mỹ đắt hơn áo sơ mi Liên hiệp Anh nhưng giá video Mỹ và Liên hiệp Anh là như nhau. Nếu tỷ giá hối đoái thấp hơn 1,5$/£, cả hai hàng hoá của Mỹ đều đắt hơn hàng hoá Liên hiệp Anh khi đánh giá theo cùng một loại tiền. Ở 1$/£, video Mỹ giá 180£ và áo sơ mi Mỹ giá 30£. Ở bất kỳ tỷ giá hối đoái nào thấp hơn 1,5$/£ có luồng một chiều trong thương mại, do đó bây giờ ai cũng muốn mua hàng hoá Liên hiệp Anh.

Thị trường ngoại hối chỉ cân bằng nếu giá trị của hàng nhập khẩu của Liên hiệp Anh và cầu về đôla để mua chúng bằng giá trị hàng xuất khẩu của Liên hiệp Anh và cung đôla khi các nhà xuất khẩu Liên hiệp Anh chuyển doanh thu của mình trở lại bảng. Vì thế tỷ giá cân bằng cao nhất có thể là 2,5$/£, tỷ giá hối đoái ở đó một hàng hoá Liên hiệp Anh (áo sơ mi) vẫn mang tính cạnh tranh so với áo sơ mi Mỹ và tỷ giá hối đoái cân bằng thấp nhất có thể là 1,5$/£, tỷ giá hối đoái ở đó một hàng hoá Mỹ (video) vẫn còn mang tính cạnh tranh với hàng hoá Liên hiệp Anh.

Lợi thế so sánh

Bảng 16.7 cho thấy một tỷ giá hối đoái trung gian, 2$/£. Vị trí chính xác của tỷ giá hối đoái cân bằng phụ thuộc vào cầu về video và áo sơ mi. Bất kể lợi thế tuyệt đối của một nước trong việc tạo ra các hàng hoá rẻ hơn, luôn luôn có một tỷ giá hối đoái làm cho một nước tạo ra ít nhất một hàng hoá rẻ hơn các nước khác khi tất cả các hàng hoá được đánh giá bằng một loại tiền chung. Ở tỷ giá hối đoái cân bằng, một nước có ít nhất một hàng hoá để xuất khẩu để trả cho hàng nhập khẩu của mình.

Mặc dù Mỹ có đòi hỏi lao động tuyệt đối thấp hơn cho cả hai hàng hoá, chi phí tương đối của video thấp hơn và chi phí tương đối của áo sơ mi cao hơn so với ở Liên hiệp Anh. Ở Mỹ, video giá 180$ và áo sơ mi 30$, video tốn chi phí gấp 6 lần áo sơ mi. Ở Liên hiệp Anh, áo sơ mi mất 12£ và video mất 120£, video tốn chi phí gấp 10 lần áo

[2] Nếu cả hai hàng hoá Mỹ đều rẻ hơn hàng hoá Liên hiệp Anh khi đánh giá bằng bảng, chúng cũng phải rẻ hơn khi đánh giá bằng đôla. Chúng ta đơn giản nhân tất cả các giá tính bằng bảng với tỷ giá hối đoái để có giá tương ứng tính bằng đôla.

Lợi thế tuyệt đối có nghĩa là một nước là người sản xuất có chi phí thấp nhất về hàng hoá đó. **Lợi thế tương đối** có nghĩa là một nước tạo ra hàng hoá rẻ hơn một cách tương đối so với tạo ra các hàng hoá khác, dù có hay không có lợi thế tuyệt đối. **Quy luật lợi thế so sánh** phát biểu rằng các nước chuyên môn hoá vào sản xuất các hàng hoá mà họ làm ra rẻ hơn *một cách tương đối.*

sơ mi. So với áo sơ mi thì làm video ở Mỹ rẻ hơn là ở Liên hiệp Anh. Chi phí cơ hội của video ở Mỹ thấp hơn, chỉ phải từ bỏ 6 áo sơ mi để làm ra thêm một video.

Ngược lại, chi phí cơ hội của áo sơ mi ở Liên hiệp Anh thấp hơn ở Mỹ. Liên hiệp Anh chỉ phải từ bỏ 1/10 video để làm ra thêm một áo sơ mi, so với 1/6 ở Mỹ. Quy luật lợi thế so sánh nói rằng Liên hiệp Anh sẽ chuyên môn hoá vào áo sơ mi, có chi phí cơ hội thấp đối với những người sản xuất Liên hiệp Anh, và Mỹ sẽ chuyên môn hoá vào video, có chi phí cơ hội thấp đối với những người sản xuất Mỹ. Chúng ta sẽ bàn luận lợi thế tương đối thêm nữa ở Hộp 16.1.

Hộp 16-1 Lợi thế so sánh và lợi ích từ thương mại

Bảng sau tóm tắt các số liệu về đòi hỏi chi phí lao động đơn vị (ULR) tính bằng giờ lao động trên đơn vị sản phẩm, chi phí lao động đơn vị (ULC) tính bằng nội tệ và chi phí cơ hội (OC) tính bằng hàng hoá nội địa bị bỏ mất. Với ULR thấp hơn, Mỹ có *lợi thế tuyệt đối* trong cả hai hàng hoá. Một cách để tính *lợi thế so sánh* là so sánh ULR giữa các nước. So với Liên hiệp Anh, Mỹ cần tương đối ít lao động để sản xuất video hơn là áo sơ mi. Mỹ có lợi thế so sánh trong việc sản xuất video, Liên hiệp Anh trong áo sơ mi.

Nói cách khác, chúng ta có thể so sánh chi phí cơ hội, OC. Bằng việc hy sinh 6 áo sơ mi, Mỹ có được 30 giờ lao động để làm thêm một video. Đơn giản hơn, 6 áo sơ mi mất 180$, giá của một video. Chi phí cơ hội của một video là 6 áo sơ mi ở Mỹ và 10 áo sơ mi ở Liên hiệp Anh. Nhưng chi phí cơ hội của áo sơ mi ở Liên hiệp Anh (1/10 video) nhỏ hơn ở Mỹ (1/6 video). Mỹ có lợi thế so sánh trong video và Liên hiệp Anh trong áo sơ mi. Khi có nhiều đầu vào yếu tố, phương pháp tính lợi thế so sánh còn đơn giản hơn.

Lợi ích từ thương mại

Để làm ra 60 áo sơ mi, Liên hiệp Anh từ bỏ 6 video. Để làm ra 6 video Mỹ chỉ từ bỏ 36 áo sơ mi. Thương mại và chuyên môn hoá làm cho nền kinh tế thế giới có thêm 24 áo sơ mi mà không bị mất video. Hoặc nếu Mỹ tạo ra thêm 10 video, từ bỏ 60 áo sơ mi, nền kinh tế thế giới có thêm 4 video mà không mất áo sơ mi. Đó là *lợi ích từ thương mại*. Chỉ khi chi phí cơ hội giống nhau ở cả hai nước thì mới không có lợi ích để khai thác.

	ULR	ULC	OC
Mỹ			
Video	30	180$	6 áo sơ mi
Áo sơ mi	5	30$	1/6 áo sơ mi
Anh			
Video	60	120£	10 áo sơ mi
Áo sơ mi	6	12£	1/10 áo sơ mi

Sản xuất và xu hướng thương mại phụ thuộc vào lợi thế so sánh và chi phí tương đối vì mức tỷ giá hối đoái cân bằng tính đến những sự khác nhau trong lợi thế tuyệt đối. Thậm chí nếu những người sản xuất Mỹ có đòi hỏi lao động đơn vị thấp hơn cho cả hai hàng hoá, một tỷ giá hối đoái đôla/bảng đủ thấp làm cho hàng hoá Mỹ đắt ở Liên hiệp Anh và hàng hoá Liên hiệp Anh rẻ ở Mỹ. Bắt đầu từ tỷ giá hối đoái đôla/bảng cao ở đó không hàng hoá Liên hiệp Anh nào có thể cạnh tranh được với hàng hoá Mỹ, hàng hoá nào của Liên hiệp Anh trở nên có tính cạnh tranh trước tiên khi tỷ giá hối đoái giảm? Hàng hoá mà Liên hiệp Anh có lợi thế so sánh hay chi phí cơ hội thấp hơn.

Nguyên lý lợi thế so sánh có nhiều ứng dụng trong cuộc sống hàng ngày. Giả sử rằng hai sinh viên ở chung căn hộ. Một người nhanh hơn trong cả việc nấu ăn và giũ thảm, nếu các nhiệm vụ được phân bổ theo lợi thế tuyệt đối, thì người sinh viên kia sẽ không phải làm gì cả. Công việc được thực hiện nhanh hơn nếu mỗi sinh viên làm nhiệm vụ mà mình làm tốt một cách tương đối.

Nhiều hàng hoá

Nguyên lý lợi thế so sánh vẫn đúng với nhiều hàng hoá. Bảng 16.8 cho thấy một số các hàng hoá. Hai dòng đầu tiên cho thấy đòi hỏi lao động đơn vị để tạo ra mỗi hàng hoá ở Mỹ và Liên hiệp Anh. Dòng thứ ba, cho thấy đòi hỏi lao động đơn vị ở Mỹ so với Liên hiệp Anh.

Bảng 16.8 Những yêu cầu lao động đơn vị và lợi thế so sánh: nhiều hàng hóa (giờ lao động và đầu vào trên đơn vị sản phẩm)

	Máy vi tính	Ôtô	TV	Vải	Kính	Giầy
Hàng hoá Mỹ	200	300	50	5	7	15
Hàng hoá Anh	1200	600	90	8	6	10
ULR tương đối Mỹ/Anh	1/6	1/2	5/9	5/8	7/6	3/2

Sắp xếp các hàng hoá theo một trật tự. Bắt đầu từ bên trái, Mỹ có lợi thế so sánh lớn nhất trong sản xuất máy vi tính, ở đó đòi hỏi lao động đơn vị của nó chỉ là 1/6 của Liên hiệp Anh. Tiếp theo là ôtô, sau đó là TV, vải, kính và cuối cùng là giầy. Lợi thế so sánh của Mỹ giảm khi chúng ta chuyển sang bên phải của bảng này.

Ngược lại, Liên hiệp Anh có lợi thế so sánh lớn nhất trong việc làm ra giầy, hàng hoá mà những người sản xuất Liên hiệp Anh là hiệu quả nhất so với những người sản xuất Mỹ. Khi chúng ta chuyển sang trái, lợi thế so sánh của Liên hiệp Anh giảm. Những người sản xuất Mỹ trở nên ngày càng hiệu quả so với những người sản xuất Liên hiệp Anh.

Mỹ có lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất máy tính, ôtô, TV và vải. Anh có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất kính và giầy. Tuy nhiên, lợi thế tuyệt đối không đóng vai trò trực tiếp trong cách phân tích này. Ở đây lợi thế so sánh là quan trọng.

Tỷ giá hối đoái cân bằng xảy ra ở một mức trung gian nào đó vừa đủ làm cân bằng giá trị trao đổi giữa hai nước. Về mặt bản chất, tỷ giá hối đoái tính đến mức tổng thể của lợi thế tuyệt đối để cho lợi thế so sánh xác định mẫu hình thương mại.

Tỷ lệ tư bản - lao động khác nhau

Lợi thế so sánh không nhất thiết phải phụ thuộc vào những sự khác nhau về công nghệ. Nó có thể phản ánh cung yếu tố. Xét Liên hiệp Anh và Trung Quốc. Liên hiệp Anh có tư bản trên công nhân nhiều hơn Trung Quốc. Cho dù quy mô rộng lớn của Trung Quốc có nghĩa nó có nhiều tư bản một cách tuyệt đối so với Liên hiệp Anh, Liên hiệp Anh có tư bản nhiều hơn một cách tương đối so với Trung Quốc.

Điều này hàm ý gì về giá tương đối của việc thuê lao động và tư bản ở hai nước? Với tư bản trên công nhân nhiều hơn, sản phẩm cận biên của lao động ở Liên hiệp Anh cao hơn. Điều này làm cho lương thực tế ở Liên hiệp Anh cao hơn ở Trung Quốc. Ngược lại, số công nhân trên đơn vị tư bản ở Liên hiệp Anh thấp hơn ở Trung Quốc. Sản phẩm cận biên của tư bản và giá thuê tư bản có xu hướng thấp hơn ở Liên hiệp Anh, nơi mà máy móc tương đối sẵn so với ở Trung Quốc, nơi mà máy móc tương đối hiếm. Vì Liên hiệp Anh có sẵn nhiều tư bản hơn so với Trung Quốc, nên chi phí của việc sử dụng lao động so với tư bản ở Liên hiệp Anh là cao hơn so với ở Trung Quốc.

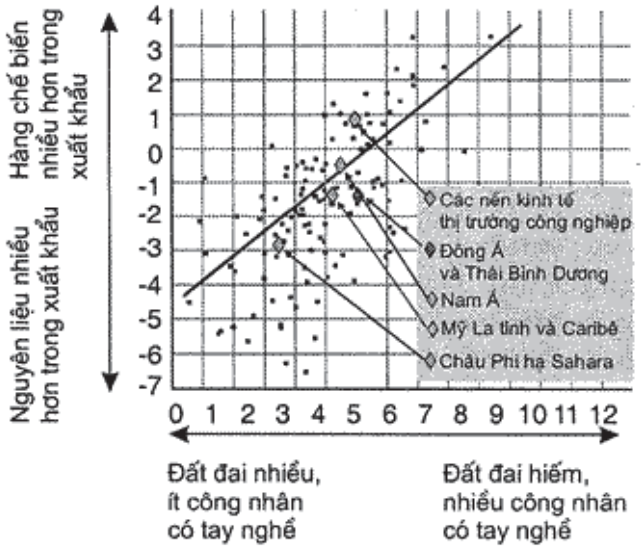
Chi phí tương đối của việc sử dụng các đầu vào ảnh hưởng tới giá tương đối của hàng hoá sản xuất ra. Hàng hoá được làm ra bằng các phương pháp sử dụng nhiều lao động hơn, giá tương đối đắt hơn ở Liên hiệp Anh so với ở Trung Quốc. Giả sử rằng sản xuất ôtô sử dụng nhiều tư bản hơn với các dây chuyền lắp ráp phức tạp, nhưng sản xuất vải sử dụng nhiều lao động hơn với các nhiệm vụ chi tiết được làm bằng tay là tốt nhất. Giá của ôtô so với vải ở Liên hiệp Anh thấp hơn ở Trung Quốc.

Vì thế, cung hoặc lượng có sẵn ban đầu của một yếu tố sản xuất dư thừa một cách tương đối có xu hướng làm cho chi phí của việc thuê yếu tố đó rẻ tương đối. Các hàng

hoá sử dụng yếu tố đó nhiều một cách tương đối vì thế sẽ rẻ hơn tương đối. Nước đó có lợi thế so sánh về các hàng hoá này. Do đó, Liên hiệp Anh có tư bản nhiều hơn một cách tương đối so với lao động, xuất khẩu ôtô sử dụng nhiều tư bản hơn sang Trung Quốc. Trung Quốc, có sẵn lao động nhiều hơn một cách tương đối, xuất khẩu vải sử dụng lao động nhiều hơn sang Liên hiệp Anh. Những chênh lệch trong cung yếu tố tương đối là một sự giải thích quan trọng cho lợi thế so sánh và xu hướng thương mại quốc tế.

Hình 16.1 minh chứng sự phân tích này. Nó nhấn mạnh đến kỹ năng hay vốn con người hơn là tư bản hiện vật, mặc dù hai cái đó thường tương quan với nhau. Các nước với đất đai khan hiếm nhưng kỹ năng dư thừa có tỷ trọng hàng công nghiệp cao hơn trong xuất khẩu của họ. Các nước với nhiều đất đai nhưng ít kỹ năng hơn thường xuất khẩu nguyên liệu. Hình này cũng biểu thị các số trung bình theo vùng. Châu Phi nằm ở một thái cực, các nước công nghiệp nằm ở thái cực kia.

Hình 16.1 **Lợi thế so sánh và cơ cấu xuất khẩu (125 nước và trung bình khu vực)**



Nguồn: World Bank, World, Development Report, 1995.

Bây giờ chúng ta có hai sự giải thích về lợi thế so sánh hay sự khác nhau giữa các nước trong chi phí sản xuất tương đối. Thứ nhất là giải thích của Ricardo, sự khác nhau giữa các nước trong công nghệ gây ra sự khác nhau trong năng suất vật chất và đòi hỏi lao động đơn vị. Thứ hai, cho dù các nước tiếp cận với cùng một công nghệ, giá nội địa tương đối của hàng hoá có thể khác nhau giữa các nước vì chi phí tương đối của việc thuê các yếu tố là khác nhau giữa các nước. Ở đâu một yếu tố có cung tương đối nhiều, hàng hoá sử dụng yếu tố đó nhiều một cách tương đối chắc chắn rẻ hơn một cách tương đối so với ở các nước khác[3].

16.3 Thương mại nội ngành

Các nước khác nhau có lợi thế so sánh trong các hàng hoá khác nhau và chuyên môn hoá trong việc sản xuất các hàng hoá này cho nền kinh tế thế giới. Điều này giải thích

[3] Nói một cách chặt chẽ, điều này giải thích sự khác nhau trong giá tương đối *trước khi* các nước bắt đầu trao đổi. Cầu xuất khẩu có thể đẩy giá tương đối của một hàng hoá lên đến tận khi giá tương đối giữa các nước bằng nhau. Điều này giải thích tại sao thương mại không phải là vô tận. Tuy nhiên, bắt đầu từ không có trao đổi, lợi thế so sánh giải thích khi đó một nước xuất khẩu hàng hoá nào và nhập khẩu hàng hoá nào.

Thương mại nội ngành là hoạt động trao đổi 2 chiều đối với các hàng hóa được sản xuất trong cùng một ngành.

tại sao Liên hiệp Anh xuất khẩu ôtô sang Trung Quốc nhưng nhập khẩu vải từ Trung Quốc. Nó không giải thích tại sao Liên hiệp Anh xuất khẩu ôtô (Rover, Jaguar) sang Đức trong khi đồng thời nhập khẩu ôtô (Mercedes, BMW, VW) từ Đức.

Jaguar không phải là một hàng hoá giống hệt Mercedes, hay Carlsberg giống hệt Stella. Ôtô và bia là các ngành, mỗi ngành sản xuất một chuỗi sản phẩm khác nhau nhưng thay thế được cho nhau, ở mức độ cao mỗi sản phẩm đều có lòng trung thành của khách hàng.

Thương mại trong ngành phản ánh 3 yếu tố. Thứ nhất, người ta thích sự lựa chọn rộng về các nhãn hiệu hàng hoá. Họ không muốn có ôtô giống hệt như của một ai đó khác. Thứ hai, có tính kinh tế đáng kể của quy mô. Thay vì mỗi nước làm ra các số lượng nhỏ mỗi hàng hoá thuộc một nhãn hiệu trong mỗi ngành, sẽ có ý nghĩa nếu Liên hiệp Anh làm ra Jaguar, Đức làm ra Mercedes và Thụy Điển làm ra Volvo và sau đó trao đổi chúng cho nhau trong thương mại quốc tế. Thứ ba, xu hướng chuyên môn hoá trong một nhãn hiệu cụ thể, mà cầu về sự đa dạng hoá và khả năng về tính kinh tế của quy mô tăng bị giới hạn bởi chi phí vận chuyển. Thương mại trong ngành giữa Đức và Pháp lớn hơn trao đổi trong ngành giữa Đức và Nhật.

Hình 16.2 Xu hướng thương mại

Lợi thế tương đối dẫn tới sự chuyên môn hóa. Một nước nhập hoặc xuất một loại hàng chứ không vừa xuất vừa nhập loại hàng này. Khi đó, giá trị của chỉ số là 0. Sự đa dạng hoặc lợi thế kinh tế nhờ quy mô dẫn tới chỗ các nước khác nhau chuyên môn hóa về các nhãn hiệu khác nhau trong cùng một ngành. Khi một nước nhập và xuất một loại hàng nhiều bằng nhau, thì giá trị của chỉ số là 1. Hình này trình bày giá trị thực của chỉ số này trong buôn bán các loại hàng tiêu biểu của Mỹ.

Để đo tầm quan trọng của thương mại trong ngành, chúng ta xác định một chỉ số bằng không khi thương mại về một hàng hoá cụ thể là hoàn toàn một chiều: một nước hoặc xuất khẩu hoặc nhập khẩu hàng hoá đó chứ không phải vừa xuất vừa nhập. Ở thái cực kia, chỉ số bằng 1 khi có thương mại hai chiều hoàn toàn về hàng hoá đó: một nước nhập khẩu hàng hoá đó nhiều đúng bằng xuất khẩu. Hình 16.2 cho thấy chỉ số thương mại này của quốc gia thương mại lớn nhất thế giới, Mỹ.

Bảng 16.9 Chỉ số thương mại nội ngành

	EU	Nhật
Hàng thô	0,58	0,05
Tất cả các hàng công nghiệp	0,80	0,20
Phương tiện giao thông	0,70	0,02
Đồ gia dụng	0,80	0,04
Vải	0,91	0,36
Các hàng tiêu dùng khác	0,80	0,44
Trọng số	0,83	0,23

Nguồn: GATT, *International Trade.*

Ở một thái cực, về vải có ít thương mại hai chiều. Anh nhập khẩu vải nhưng xuất khẩu rất ít. Thương mại này tuân theo nguyên tắc lợi thế so sánh. Ở thái cực khác là thiết bị văn phòng (bao gồm cả viễn thông). Ở đây thương mại hầu như là hai chiều hoàn toàn. Như nguyên tắc chung, càng nhiều hàng hoá không khác biệt (nhiên liệu, thép, dầu), càng nhiều mẫu hình thương mại hơn phản ánh lợi thế so sánh dựa trên sự phong phú tương đối của nguồn lực. Khi chúng ta chuyển theo hướng sản phẩm chế biến hoàn chỉnh, sự khác biệt hoá sản phẩm trở nên chiếm ưu thế và lợi thế so sánh mất đi một phần trong vai trò quyết định của mình. Thương mại trong ngành là đáng kể hơn trong ôtô và thiết bị văn phòng.

Thị trường càng liên kết chặt chẽ và các rào cản thương mại càng thấp - theo cả khoảng cách và thuế quan - chúng ta kỳ vọng càng nhiều thương mại trong ngành. Bảng 16.9 so sánh các chỉ số thương mại trong ngành của EU và Nhật. Thương mại của Nhật chủ yếu là một chiều. Các hàng hoá thô được nhập khẩu, các hàng hoá công nghiệp được xuất khẩu. Có ít ngành ở Nhật đồng thời xuất khẩu và nhập khẩu. Vì thế các chỉ số về thương mại trong ngành là thấp đối với hầu hết hàng hoá.

Ngược lại, EU có tài nguyên sẵn có ban đầu đa dạng và thị trường liên kết hơn, trong đó khoảng cách, các rào cản thông tin và giao thông bây giờ là thấp. Thương mại nội ngành là rất rộng. Lợi ích từ thương mại không phải là khai thác sự khác nhau trong giá tương đối giữa các nước mà là sự đa dạng hoá lớn hơn và chi phí đơn vị thấp hơn mà tính kinh tế của quy mô cho phép.

16.4 Những người được lợi và những người bị thiệt

Các nước trao đổi vì họ có lợi thế so sánh (dựa trên lợi thế tương đối về công nghệ hay sự sẵn có tương đối của yếu tố) hoặc vì các nước khác nhau chuyên môn hoá vào việc tạo ra các mặt hàng khác nhau khi tồn tại tính kinh tế của quy mô. Bằng cách này hay cách kia các nước mua những hàng hoá rẻ hơn họ có thể tự làm nếu không có thương mại quốc tế.

Mặc dù thương mại là có lợi về tổng thể, điều này không phải là sự đảm bảo rằng thương mại làm cho mọi người được lợi. Mối quan tâm hiện thời về toàn cầu hoá phát sinh vì có cả những người bị thiệt. Đây là hai ví dụ về những mâu thuẫn mà thương mại quốc tế làm nảy sinh.

Công nghệ làm lạnh

Cuối thế kỷ hai mươi, việc phát minh ra công nghệ làm lạnh đã làm cho Argentina cung thịt đông lạnh cho thị trường thế giới. Xuất khẩu thịt của Argentina không tồn tại trong năm 1900, đã tăng lên 400 000 tấn một năm vào năm 1913. Mỹ, với thịt bò xuất khẩu là 150 000 tấn năm 1900, thực sự đã ngừng xuất khẩu thịt bò vào năm 1913.

Ai được lợi và ai bị thiệt trong ví dụ về toàn cầu hóa này? Nền kinh tế Argentina đã chuyển đổi. Những người sở hữu gia súc và đất đai đã được lợi, những người sử dụng đất đai khác đã bị thiệt vì cầu cao hơn đã đẩy giá thuê đất lên. Những người tiêu dùng Argentina đã thấy rằng thịt nướng của họ trở nên đắt hơn khi thịt được chở ra nước ngoài. GNP của Argentina đã tăng nhiều nhưng lợi ích từ thương mại thì không được phân phối công bằng. Một số người ở Argentina đã bị thiệt. Tương tự, ở châu Âu và Mỹ, thịt bò rẻ hơn làm cho người tiêu dùng lợi nhưng những người sản xuất thịt bò bị thiệt vì giá thịt bò giảm.

Công nghệ làm lạnh đã mở thế giới ra cho thịt bò Argentina. Tính chung, nền kinh tế thế giới được lợi. Về mặt nguyên tắc, những người được lợi phải đền bù cho những người bị thiệt và vẫn còn dư ra một phần nào đó. Thực tế, những người được lợi hiếm khi đền bù cho những người bị thiệt, do đó một số người bị thiệt. Trong ví dụ này người thiệt lớn nhất là những người sản xuất thịt bò ở nơi khác trên thế giới và những người sử dụng đất khác ở Argentina.

Ngành ôtô Liên hiệp Anh

Ví dụ thứ hai là ngành ôtô Liên hiệp Anh. Gần đây nhất là năm 1971, nhập khẩu ôtô chỉ là 15% thị trường ôtô nội địa Liên hiệp Anh, trong khi 35% sản lượng ôtô là xuất khẩu. Liên hiệp Anh là nhà xuất khẩu ròng về ôtô. Từ năm 1971, những nhà sản xuất ôtô Liên hiệp Anh đã mất thị phần cho hàng nhập khẩu nước ngoài. Nhập khẩu bây giờ vượt quá 60% thị trường Liên hiệp Anh. Xuất khẩu hồi phục vào những năm 1990, một phần vì các công ty như Nissan, Honda và Toyota đã xây dựng các nhà máy ở Liên hiệp Anh để sản xuất cho thị trường EU.

Những người mua ôtô Liên hiệp Anh và những nhà xuất khẩu ôtô nước ngoài được lợi từ việc Liên hiệp Anh tăng nhập khẩu các ôtô nước ngoài rẻ hơn. Nhưng những người sản xuất ôtô như Rover đã trải qua một thời kỳ khó khăn. Chính phủ Liên hiệp Anh gặp áp lực phải hạn chế nhập khẩu ôtô để ngăn chặn sự tiếp tục mất việc trong ngành ôtô.

Chính sách thương mại ảnh hưởng đến thương mại quốc tế thông qua thuế hoặc trợ cấp, hoặc những hạn chế trực tiếp đối với nhập khẩu và xuất khẩu.

Việc hạn chế nhập khẩu ôtô đối với Liên hiệp Anh giúp đỡ được ngành ôtô nhưng giá ôtô tăng đối với những người mua. Chính phủ nên làm vui lòng người sản xuất hay người tiêu dùng? Khái quát hơn, chúng ta nên quyết định như thế nào về việc hạn chế nhập khẩu hay có thương mại tự do về tất cả các hàng hoá? Bây giờ chúng ta phân tích lợi ích và thiệt hại của thuế quan hoặc các kiểu hạn chế nhập khẩu khác. Làm như vậy, chúng ta chuyển từ kinh tế học thực chứng, tại sao thương mại tồn tại và nó có hình thức nào, sang kinh tế học chuẩn tắc, chính phủ nên thực hiện chính sách thương mại nào.

Online Learning Centre with POWERWEB

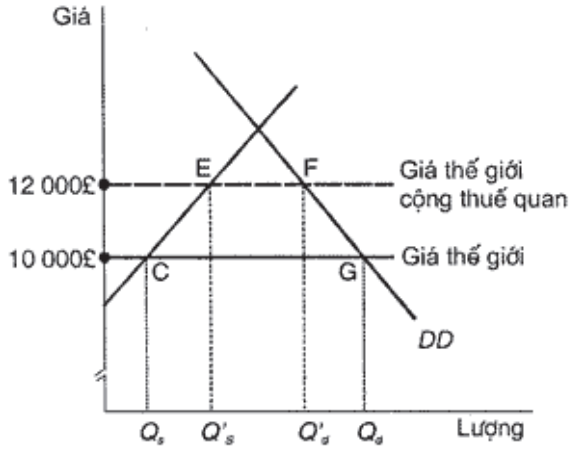
Cho đến đây bạn đã nghiên cứu xong nội dung này, bạn nên kiểm tra sự hiểu biết của mình bằng tiếng Anh qua việc ghé thăm Trung tâm học liệu trực tuyến tại địa chỉ www.mcgraw-hill.co.uk/textbooks/begg.

16.5 Kinh tế học về thuế quan

Thuế quan nhập khẩu là thuế đánh vào hàng nhập khẩu.

Kiểu hạn chế thương mại phổ biến nhất là thuế quan hay thuế nhập khẩu. Nếu t là mức thuế quan là một phân số thập phân (chẳng hạn 0,2), thì giá trong nước của hàng nhập khẩu là (1 + t) nhân với giá thế giới của nó. Bằng việc tăng giá trong nước của hàng nhập khẩu, thuế quan giúp đỡ những người sản xuất nhưng làm hại những người tiêu dùng trong nước.

Hình 16.3 Ảnh hưởng của thuế quan



DD và SS biểu thị cầu và cung trong nước về ôtô. Khi không có thuế quan, người tiêu dùng có thể nhập khẩu ôtô ở giá 10 000£. Ở cân bằng thương mại tự do, những người sản xuất trong nước sản xuất ở C và những người tiêu dùng trong nước tiêu dùng ở G. Lượng ôtô nhập khẩu là CG. Q_d là tổng lượng cầu. Sản lượng trong nước Q_s được bổ sung bởi nhập khẩu (Q_d - Q_s). Thuế 20% làm tăng giá trong nước của hàng nhập khẩu lên 12 000£. Sản lượng trong nước bây giờ ở E và những người tiêu dùng tiêu dùng ở F. Nhập khẩu giảm từ CG xuống EF.

Cân bằng thương mại tự do

Hình 16.3 cho thấy thị trường trong nước về ôtô. Liên hiệp Anh gặp mức giá thế giới xác định của ôtô, chẳng hạn 10 000£ một chiếc, biểu thị bằng đường nét liền nằm ngang. Các đường DD và SS biểu thị cầu về ôtô của người tiêu dùng Liên hiệp Anh và cung về ôtô của người sản xuất Liên hiệp Anh. Để đơn giản hoá, chúng ta giả định rằng ôtô trong nước và ôtô nước ngoài là thay thế hoàn hảo. Những người tiêu dùng sẽ mua ôtô nào rẻ hơn.

Ở giá 10 000£, người tiêu dùng Liên hiệp Anh muốn mua Q_d ôtô, ở điểm G trên đường cầu của họ. Các hãng trong nước muốn làm ra Q_S ôtô ở giá này. Khoảng cách giữa cung trong nước Q_S và cầu trong nước Q_d là nhập khẩu.

Cân bằng có thuế quan

Bây giờ chính phủ đánh thuế 20% đối với ôtô nhập khẩu. Những nhà nhập khẩu ôtô đặt giá 12 000£ để trang trải chi phí của mình, bao gồm cả thuế

quan. Đường nằm ngang nét đứt ở giá này cho thấy rằng những nhà nhập khẩu sẽ bán bất kỳ số ôtô nào ở giá 12 000£. Thuế quan làm tăng giá trong nước bao gồm cả thuế lên cao hơn giá thế giới.

Bằng việc tăng giá ôtô trong nước, thuế quan đã đẩy sản xuất ôtô trong nước từ Q_S lên Q_S'. Thuế quan bảo vệ người sản xuất ôtô trong nước bằng việc tăng giá trong nước, ở đó hàng nhập khẩu trở thành mang tính cạnh tranh. Bằng việc vận động dọc theo đường cung từ C đến E những người sản xuất trong nước với chi phí cận biên giữa 10 000£ và 12 000£ bây giờ có thể tồn tại ở giá trong nước cao hơn của ôtô.

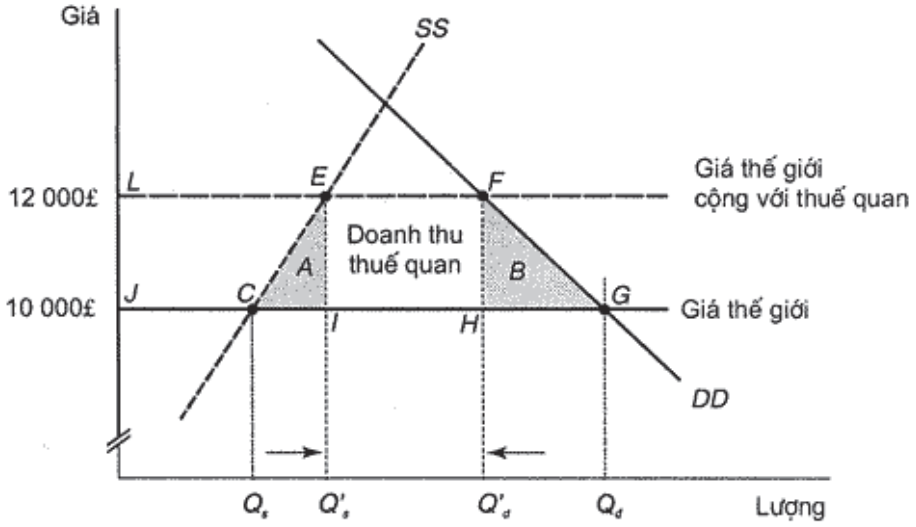
Giá cao hơn cũng di chuyển những người tiêu dùng dọc theo đường cầu lên phía trên từ G đến F. Lượng ôtô được cầu giảm từ Q_d đến Q_d'. Đối với những người tiêu dùng, thuế quan giống như thuế. Ôtô tốn nhiều tiền hơn.

Hình 16.3 cho thấy ảnh hưởng kết hợp của sản xuất trong nước cao hơn và tiêu dùng trong nước thấp hơn. Nhập khẩu giảm vì sản xuất trong nước tăng và vì tiêu dùng trong nước giảm. Các đường cung và cầu này càng co giãn thì một mức thuế quan xác định làm giảm nhập khẩu càng nhiều. Nếu cả hai đường này là rất dốc thì số lượng nhập khẩu khó thay đổi hơn.

Thiệt hại và lợi ích của thuế quan

Hình 16.4 biểu thị thiệt hại và lợi ích của thuế quan. Chúng ta phân biệt thiệt hại ròng của xã hội từ các khoản chuyển giữa bộ phận này với bộ phận khác của nền kinh tế.

Hình 16.4 Thiệt hại và phúc lợi của thuế quan



Thuế quan gây ra các khoản chuyển và mất ròng của xã hội. Thuế quan làm tăng giá trong nước từ 10 000£ lên 12 000£. LFHJ biểu thị khoản thanh toán thêm của người tiêu dùng cho số lượng Q'_d ôtô họ mua. Nhưng EFHI là phần chuyển cho chính phủ và ECJL là phần chuyển sang lợi nhuận bổ sung của những người sản xuất. Diện tích A và B là lãng phí thuần túy và mất ròng của xã hội. Tam giác A là phần bổ sung mà xã hội chi bởi việc sản xuất ôtô ở trong nước thay vì nhập khẩu chúng ở giá thế giới. Tam giác B là chênh lệch giữa lợi ích của người tiêu dùng và chi phí xã hội cận biên mà xã hội phải hy sinh bằng việc giảm tiêu dùng ôtô của mình từ Q_d đến Q'_d.

Sau khi thuế quan được áp đặt, những người tiêu dùng mua số lượng Q'_d. Vì giá tiêu dùng tăng thêm 2000£, nên người tiêu dùng chi (2000 x Q'_d) nhiều hơn so với trước đây để mua số lượng Q'_d. Ai nhận được những khoản thanh toán thêm này, diện tích LFHJ trong Hình 16.4?

Một phần trong khoản thanh toán thêm của người tiêu dùng thuộc về chính phủ, doanh thu của chính phủ từ thuế quan này là hình chữ nhật EIHF, thuế quan 2000£ một ôtô nhập khẩu nhân với (Q_d - Q'_s) số ôtô nhập khẩu. Phần chuyển EIHF này từ những

người tiêu dùng đến chính phủ không phải là thiệt hại ròng đối với xã hội. Ví dụ, chính phủ có thể sử dụng doanh thu nhập khẩu để giảm thuế suất thuế thu nhập.

Phần thanh toán cao hơn của người tiêu dùng cũng chuyển một phần sang cho các hãng dưới hình thức lợi nhuận. Đường cung biểu thị hãng cần bao nhiêu để trang trải chi phí bổ sung của việc làm ra Q'_s chứ không phải Q_s. Vì thế diện tích ECJL còn lại biểu thị lợi nhuận bổ sung, gọi là doanh thu bổ sung từ giá cao hơn không cần để trang trải các chi phí sản xuất bổ sung. Do đó ECJL là phần chuyển từ những người tiêu dùng sang lợi nhuận thuần tuý hay tô kinh tế của hãng. Đó không phải là thiệt hại ròng đối với xã hội.

Diện tích A là một phần của vùng LFHJ cho thấy khoản thanh toán thêm của người tiêu dùng, nhưng không phải là doanh thu của chính phủ, cũng không phải là lợi nhuận của các hãng. Đó là thiệt hại ròng đối với xã hội: chi phí cho việc hỗ trợ các hãng trong nước không có hiệu quả.

Đường cung SS biểu thị chi phí cận biên của việc làm ra chiếc ôtô cuối cùng ở trong nước. Nhưng xã hội có thể nhập khẩu ôtô từ phần còn lại của thế giới với số lượng không hạn chế ở giá thế giới, đó là chi phí cận biên thực của ôtô đối với nền kinh tế trong nước. Tam giác A biểu thị các nguồn lực mà xã hội lãng phí bởi việc làm ra số lượng (Q_s' - Q_s) trong nước khi nó có thể nhập khẩu ở chi phí thấp hơn. Các nguồn lực sử dụng trong sản xuất ôtô có thể sử dụng tốt hơn ở nơi khác trong nền kinh tế.

Tam giác B là khoản mất ròng thứ hai đối với xã hội. Nếu thuế quan bị bãi bỏ và thương mại tự do được lấy lại thì lượng ôtô được cầu tăng lên đến Q_d. Tam giác B biểu thị phần chênh lệch của lợi ích của người tiêu dùng, đo bằng độ cao của đường cầu biểu thị người tiêu dùng sẽ trả bao nhiêu cho đơn vị cuối cùng được cầu, cao hơn chi phí cận biên của việc mở rộng số lượng từ Q_d' đến Q_d, giá thế giới ở đó hàng nhập khẩu có thể được mua. Ngược lại, bằng việc áp đặt thuế quan, xã hội chịu khoản mất ròng biểu thị bằng tam giác B. Đó là lợi ích ròng xã hội phải từ bỏ khi ít ôtô hơn được mua bởi những người tiêu dùng.

Tóm lại, khi chúng ta bắt đầu từ cân bằng thương mại tự do và sau đó áp đặt thuế quan, tăng giá trong nước dẫn đến cả phần chuyển giao và lãng phí thuần tuý. Tiền được chuyển từ những người tiêu dùng sang chính phủ và những người sản xuất. Thiệt hại ròng của xã hội từ các khoản chuyển giao này là bằng không.

Thuế quan cũng kéo theo lãng phí thuần tuý. Xã hội có thể luôn luôn nhập khẩu ở giá thế giới. Hiệu quả đòi hỏi chi phí cận biên này bằng lợi ích cận biên đối với người tiêu dùng và chi phí cận biên của việc sản xuất trong nước. Bằng việc tăng giá trong nước, những người sản xuất đặt chi phí cận biên và những người tiêu dùng đặt lợi ích cận biên bằng giá đó, thuế quan dẫn đến sản xuất quá mức và tiêu dùng trong nước ít hơn về hàng hoá đó. Các tam giác A và B thể hiện phần lãng phí mà thuế quan gây ra. Tốt hơn là xã hội sử dụng ít nguồn lực hơn trong ngành sản xuất ôtô và chuyển các tài nguyên này sang ngành xuất khẩu mà có thể đem lại ngoại tệ đủ để nhập khẩu ôtô ở mức giá thế giới rẻ hơn. Đây là lý lẽ ủng hộ thương mại tự do.

Khi nào nên áp đặt thuế quan? Bây giờ chúng ta xem xét những lập luận phổ biến ủng hộ thuế quan.

16.6 Các lập luận tốt và xấu về thuế quan

Bảng 16.10 Những lập luận ủng hộ thuế quan

Kiểu	Ví dụ
Tốt nhất	Độc quyền ngoại thương
Tốt nhì	Lối sống, chống xa xỉ, ngành non trẻ, quốc phòng, doanh thu
Chiến lược	Các trò chơi với những người nước ngoài
Không lập luận	Lao động nước ngoài rẻ

Bảng 16.10 liệt kê một vài trong số những lập luận này. Chúng ta nhóm chúng vào một số nhóm. Lập luận *tốt nhất* là trường hợp ở đó thuế quan là cách tốt nhất để đạt được một mục tiêu xác định. Các lập luận *tốt thứ nhì* là các trường hợp mà thuế là tốt hơn không có gì, nhưng ở đó có một chính sách mà được thực hiện thì sẽ vẫn tốt hơn. Không có lập luận nào là sai lầm một phần hoặc toàn bộ.

Thuế quan tối ưu: những lập luận tốt nhất ủng hộ thuế quan

Khi trình bày thương mại tự do, chúng ta đã thận trọng giả định rằng nền kinh tế trong nước có thể nhập khẩu nhiều ôtô chừng nào muốn mà không phải đẩy giá thế giới của ôtô lên. Đối với một nền kinh tế nhỏ, đây là một giả định hợp lý. Tuy nhiên, hàng nhập khẩu của một nước lớn có thể là lớn so với thị trường thế giới và đẩy giá thế giới của các hàng hoá đó lên.

Trong trường hợp này, giá thế giới của đơn vị nhập khẩu cuối cùng thấp hơn chi phí thực của đơn vị cuối cùng đối với nền kinh tế nhập khẩu. Khi cầu thêm một đơn vị hàng nhập khẩu, nền kinh tế làm tăng giá nó phải trả cho số lượng đang được nhập khẩu. Nhưng trong thế giới thương mại tự do không có thuế quan, mỗi cá nhân chỉ nghĩ về giá mình trả. Không cá nhân nào đẩy được giá lên nhưng cùng nhau thì họ đẩy giá hàng nhập khẩu lên.

Khi nhập khẩu ảnh hưởng đến giá thế giới thì **thuế quan tối ưu** làm giảm nhập khẩu đến mức ở đó chi phí xã hội cận biên bằng lợi ích xã hội cận biên.

Trong thương mại tự do, mỗi cá nhân mua hàng nhập khẩu cho đến khi lợi ích đối với cá nhân đó bằng giá thế giới mà họ trả. Vì chi phí chung của đơn vị nhập khẩu cuối cùng cao hơn giá thế giới của nó, nên chi phí xã hội của nhập khẩu đó cao hơn lợi ích của nó. Có quá nhiều hàng nhập khẩu. Xã hội được lợi bằng cách hạn chế nhập khẩu cho đến khi lợi ích của đơn vị nhập khẩu cuối cùng bằng chi phí xã hội của nó.

Hộp 16-2 Sự giảm sút lớn của Trung Quốc?

Nếu nền kinh tế đang cất cánh của Trung Quốc mà khó hạ cánh thì phần còn lại của thế giới sẽ cảm thấy một cú va đập.

> **Vở kịch hấp dẫn là vở kịch về đất nước lớn nhất trên thế giới. Nền kinh tế Trung Quốc đang tăng trưởng quá nhanh để thích nghi... Trong ba năm vừa qua nền kinh tế Trung Quốc chiếm một phần ba tăng trưởng của thế giới, gấp đôi Mỹ. Tăng trưởng quá nóng của Trung Quốc (tốc độ tăng GDP gần 13%) đã giúp đẩy các nền kinh tế khác lên bằng việc hút nhập khẩu, tăng 40% chỉ trong năm ngoái. Năm ngoái, Trung Quốc tiêu dùng 40% sản lượng xi măng của thế giới. Trung Quốc cũng chiếm một phần ba trong tăng trưởng của tiêu dùng dầu thế giới, 90% của tăng trưởng cầu về thép thế giới, và nhiều hơn toàn bộ tăng trưởng cầu về đồng. Nếu nền kinh tế của Trung Quốc đột ngột chậm lại thì giá hàng hoá sẽ giảm ở mọi nơi, đặc biệt làm hại những người sản xuất ở các nước như Nga, Brazil và Australia, những nước có lợi nhiều từ sự bùng nổ của Trung Quốc.**
>
> Nguồn: *The Economist*, 13 May 2004.

Giảm hàng rào thương mại và sự hội nhập kinh tế lớn hơn khắp thế giới làm cho thương mại với nước ngoài tăng lên. Trung Quốc có thể nhập khẩu nhiều nguyên liệu mà nó cần cho xây dựng và phát triển, nhưng trong đó nó không có lợi thế so sánh. Tuy nhiên, sự gắn kết và sự phụ thuộc giữa nền kinh tế Trung Quốc và các nước láng giềng tạo ra con dao hai lưỡi. Thương mại thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Nhưng nó có làm cho các nền kinh tế tách rời khi một nền kinh tế bị suy thoái không?

Nhập khẩu của một nước nhỏ không ảnh hưởng đến giá thế giới của hàng nhập khẩu. Khi đó chi phí cận biên xã hội của hàng nhập khẩu bằng giá thế giới. Khi đó và chỉ khi đó, thuế quan tối ưu bằng không. Khi đó thương mại tự do là tốt nhất.

Thuế quan tối ưu là ứng dụng trực tiếp các nguyên lý về phân bổ tài nguyên hiệu quả đã được bàn luận ở các chương trước.

Những lập luận tốt thứ nhì ủng hộ thuế quan

Nguyên lý đặt mục tiêu cho rằng cách hiệu quả nhất để đạt được một mục tiêu xác định là sử dụng chính sách để tác động trực tiếp đến hoạt động đó.

Bây giờ chúng ta xem xét nguyên lý đặt mục tiêu.

Thuế quan tối ưu là ứng dụng tốt nhất nguyên lý đặt mục tiêu chính xác vì nguồn gốc của vấn đề là sự khác nhau giữa chi phí xã hội và chi phí tư nhân cận biên trong bản thân thương mại. Thuế quan đánh vào thương mại là giải pháp hiệu quả nhất. Những lập luận ủng hộ thuế

quan mà bây giờ chúng ta xem xét là những lập luận tốt thứ nhì vì nguồn gốc ban đầu của vấn đề không nằm trực tiếp trong thương mại. Nguyên lý đặt mục tiêu đảm bảo cho chúng ta rằng có nhiều cách để giải quyết các vấn đề này với thiệt hại ròng của xã hội thấp hơn.

Lối sống

Giả sử rằng xã hội muốn giúp những nông dân không hiệu quả hay các ngành thủ công. Xã hội tin rằng lối sống cũ hay ý nghĩa cộng đồng cần phải được bảo tồn. Xã hội áp đặt thuế quan để bảo vệ các nhóm này khỏi sự cạnh tranh nước ngoài.

Có một cách rẻ hơn để đạt được mục đích này. Thuế quan làm lợi cho những người sản xuất nhưng lại làm hại những người tiêu dùng vì giá cao hơn. Trợ cấp sản xuất duy trì được những người sản xuất ở lại kinh doanh, và bằng việc giải quyết vấn đề này một cách trực tiếp, sẽ tránh không làm hại những người tiêu dùng. Theo Hình 16.4, tam giác A biểu thị thiệt hại ròng của xã hội do trợ cấp cho những người sản xuất trong nước để họ sản xuất Q'_s chứ không phải Q_s. Nhưng thuế quan, giải pháp tốt thứ nhì, cũng kéo theo thiệt hại xã hội được minh họa bởi tam giác B.

Hạn chế hàng xa xỉ

Một số nước nghèo tin rằng sẽ là sai khi cho phép các công dân giàu của mình mua Rolls-Royces hay du thuyền xa xỉ khi xã hội cần các nguồn lực của mình để chấm dứt việc mọi người bị chết đói. Thuế quan đánh vào việc nhập khẩu các hàng hoá xa xỉ làm giảm việc tiêu dùng chúng, nhưng bằng việc tăng giá trong nước cũng có thể tạo ra động cơ cho những người sản xuất trong nước sử dụng các tài nguyên khan hiếm để sản xuất ra chúng. Thuế tiêu dùng giải quyết được vấn đề này một cách trực tiếp và hiệu quả hơn.

Quốc phòng

Một số nước tin rằng, trong trường hợp có chiến tranh, quan trọng là phải bảo vệ các ngành trong nước sản xuất ra thực phẩm hoặc máy bay chiến đấu. Một lần nữa, trợ cấp chứ không phải thuế nhập khẩu là cách tốt nhất để đạt được mục đích này.

Các ngành non trẻ

Một lập luận phổ biến ủng hộ thuế quan là nó cho phép các ngành non trẻ phát triển được. Giả sử có vừa học vừa làm. Chỉ bằng việc thực sự kinh doanh các hãng mới học được cách giảm chi phí và trở nên hiệu quả như những đối thủ nước ngoài. Thuế quan tạo ra sự bảo vệ cho các ngành non trẻ cho đến khi thông thạo kinh doanh và có thể cạnh tranh bình đẳng với các nhà cung ứng nước ngoài nhiều kinh nghiệm hơn.

Xã hội nên đầu tư vào các ngành mới chỉ khi chúng có lợi về mặt xã hội trong dài hạn. Lợi ích dài hạn phải lớn hơn những thiệt hại ban đầu khi các ngành non trẻ đang cố gắng sản xuất ở chi phí cao hơn các hàng hoá mà có thể có được thông qua nhập khẩu. Nhưng khi không có sự khác nhau giữa chi phí hoặc lợi ích xã hội và tư nhân, thì một ngành sẽ có lợi về mặt xã hội chỉ khi nào nó có lợi về mặt tư nhân.

Nếu ngành là tốt trong dài hạn thì xã hội nên bắt đầu bằng việc hỏi tại sao các hãng tư nhân không thể vay tiền để giúp đỡ họ trong giai đoạn đầu khi bị thiệt trước những hãng nước ngoài hiệu quả hơn. Nếu các nhà cho vay tư nhân không sẵn sàng mạo hiểm tiền của mình thì xã hội phải hỏi xem liệu ngành đó có phải là một ý tưởng tốt không. Nếu ngành đó có ý nghĩa nhưng có vấn đề về thị trường cho vay, thì nguyên lý đặt mục tiêu nói rằng chính phủ phải can thiệp bằng việc cho các hãng tư nhân vay tiền.

Nếu không làm được như vậy thì trợ cấp sản xuất trong những năm đầu vẫn là tốt hơn thuế quan, cái đó cũng làm thiệt hại cả những người tiêu dùng. Kết quả xấu nhất là đặt thuế quan lâu dài, nó cho phép ngành được che chắn và kém hiệu quả hơn các đối thủ cạnh tranh nước ngoài trong thời gian dài sau khi lợi ích của vừa học vừa làm cần phải đạt được.

Doanh thu

Trong thế kỷ 18 hầu hết doanh thu của chính phủ là từ thuế quan. Về mặt hành chính, đó là thuế đơn giản nhất để thu. Ngày nay điều này vẫn đúng ở một số nước đang phát triển. Nhưng trong các nền kinh tế hiện đại với các hệ thống phức tạp về kế toán và hành chính, chi phí hành chính của việc tăng doanh thu thông qua thuế quan là không thấp hơn tăng doanh thu thông qua thuế thu nhập hoặc thuế đánh vào chi tiêu. Cân bằng của việc thu thuế phải được xác định chủ yếu bởi phạm vi mà thuế gây ra những lệch lạc, không hiệu quả và lãng phí, và phạm vi mà chúng đem lại sự phân phối thu nhập và của cải mà chính phủ mong muốn. Sự cần thiết tăng doanh thu không phải là sự biện hộ cho bản thân thuế quan.

Chính sách thương mại chiến lược

Trong Chương 9 chúng ta đã lập luận rằng lý thuyết trò chơi hữu ích trong việc phân tích mâu thuẫn chiến lược giữa các nhà độc quyền tập đoàn. Trong thương mại quốc tế, đối thủ cạnh tranh chiến lược có thể tồn tại hoặc giữa các hãng lớn hay "các nhà vô địch quốc gia" của các nước, hoặc giữa các chính phủ hành động dưới danh nghĩa của họ.

Cạnh tranh quốc tế chiến lược có thể biện minh cho chính sách ngành. Ví dụ, trợ cấp ban đầu cho hãng Airbus của châu Âu là để ngăn cản Boeing khỏi việc cố gắng buộc Airbus ra khỏi ngành. Tương tự như vậy, áp đặt thuế quan đối với nhập khẩu, nhờ đó bảo vệ các nhà sản xuất trong nước, có thể ngăn cản những người nước ngoài khỏi việc gia nhập ngành.

Điều này nghe có vẻ như một lập luận đơn giản, rất chung chung ủng hộ thuế quan nhưng cần phải được xem xét một cách cẩn thận. Nếu là hấp dẫn đối với một nước để áp đặt thuế quan vì mục đích này, thì có thể là cũng hấp dẫn đối với những người nước ngoài để trả đũa bằng thuế quan của họ. Khi đó, chúng ta đạt đến cân bằng trong đó có ít thương mại diễn ra, các nhà sản xuất lớn trong nước có sức mạnh độc quyền bán rất lớn vì họ không gặp sự cạnh tranh hiệu lực từ những người nước ngoài, và tất cả các nước đều bị thiệt.

Thực tế, trò chơi này có cấu trúc của trò chơi tình thế lưỡng nan của những người tù chúng tôi đã giới thiệu ở Chương 9. Tất cả các nước đều áp đặt thuế quan mặc dù sẽ tốt hơn nếu chúng bị loại bỏ. Điều này cho thấy rằng có vai trò của sự phối hợp quốc tế để thống nhất về, và sau đó hiệu lực hoá, thuế quan thấp. Chúng ta sẽ giải quyết vấn đề này không lâu sau.

Bán phá giá xảy ra khi những người sản xuất nước ngoài bán ở giá thấp hơn chi phí sản xuất cận biên của họ, hoặc chịu thua lỗ hoặc với sự giúp đỡ trợ cấp của chính phủ.

Bán phá giá

Mặc dù bàn luận trên gắn với thuế quan, nó cũng có thể được áp dụng cho trợ cấp thương mại.

Những nhà sản xuất trong nước nói rằng điều này không công bằng và yêu cầu thuế quan để bảo vệ họ khỏi sự cạnh tranh nước ngoài. Nếu chúng ta biết rằng các nhà cung ứng nước ngoài có thể cung hàng hoá rẻ mãi mãi, thì chúng ta phải nói cám ơn bạn, đóng cửa ngành đất

hơn và chuyển các nguồn lực của chúng ta sang công việc ở nơi khác. Ở chừng mực này, phá giá không phải là một luận cứ về thuế quan.

Tuy nhiên, các nhà sản xuất nước ngoài đang đặt giá hủy diệt để gạt bỏ những người sản xuất của chúng ta ra khỏi ngành. Một khi những người nước ngoài đạt được sức mạnh độc quyền trên các thị trường thế giới, họ tăng giá và tạo ra lợi nhuận lớn. Nếu vậy, có thể hợp lý nếu chính phủ của chúng ta chống lại. Thậm chí như vậy, trợ cấp sản xuất là cách hiệu quả để bảo vệ những người sản xuất của chúng ta khỏi mối đe doạ này. Thuế quan có những tác dụng phụ không mong muốn là bóp méo giá tiêu dùng.

Những luận cứ không ủng hộ thuế quan

Lao động rẻ

Những người sản xuất trong nước thường lập luận rằng thuế quan là cần thiết để bảo vệ họ khỏi lao động rẻ nước ngoài. Điều quan trọng của thương mại là để khai thác sự khác nhau giữa các nước trong các giá tương đối của các hàng hoá khác nhau. Nếu nền kinh tế trong nước được cho sẵn tương đối nhiều vốn, nó sẽ được lợi từ thương mại chính xác vì xuất khẩu các hàng hoá sử dụng nhiều vốn hơn của nó cho phép nó mua nhiều hơn các hàng hoá sử dụng lao động nhiều hơn từ nước ngoài so với có thể có được bằng việc chuyển các tài nguyên trong nước để sản xuất các hàng hoá sử dụng nhiều lao động hơn.

Khi công nghệ và những yếu tố có sẵn ban đầu thay đổi theo thời gian, lợi thế so sánh của các nước cũng thay đổi. Trong thế kỷ 19, Liên hiệp Anh xuất khẩu vải lancashire khắp thế giới. Nhưng sản xuất vải là một ngành sử dụng nhiều lao động một cách tương đối. Một khi các nước Đông Nam Á có được công nghệ này, tất yếu là lao động có sẵn quá dồi dào của họ sẽ tạo cho họ lợi thế so sánh trong việc sản xuất vải.

Công nghệ mới thường tạo cho một nước lợi thế so sánh tạm thời trong các sản phẩm cụ thể. Khi thời gian trôi đi, các nước khác có được công nghệ đó, và sự có sẵn yếu tố tương đối và chi phí yếu tố tương đối trở thành yếu tố quyết định quan trọng hơn của lợi thế so sánh. Tất yếu, những người sản xuất trong nước mất lợi thế so sánh bắt đầu kêu ca về sự cạnh tranh từ hàng nhập khẩu sử dụng lao động nước ngoài rẻ hơn.

Trong dài hạn, một nước tính theo tổng thể sẽ được lợi bởi việc gặp các thực tế, công nhận rằng lợi thế so sánh của mình đã thay đổi, và chuyển sản xuất sang các ngành bây giờ có lợi thế so sánh. Và phân tích của chúng ta hứa hẹn với chúng ta rằng phải có một ngành nào đó mà trong đó mỗi nước có lợi thế so sánh. Trong dài hạn, cố gắng sử dụng thuế quan để nâng đỡ các ngành mà đã mất lợi thế so sánh của mình là vô ích và tốn kém.

Tất nhiên, trong ngắn hạn sự điều chỉnh có thể là đau đớn. Công nhân mất việc và phải bắt đầu lại từ đầu trong các ngành mà họ chưa có nhiều năm kinh nghiệm để có được các kỹ năng. Nhưng nguyên lý đặt mục tiêu nói cho chúng ta rằng nếu xã hội muốn làm dịu sự chuyển đổi này thì một kiểu trợ cấp đào tạo lại hay phân bổ lại nào đó là hiệu quả hơn thuế quan.

Tại sao chúng ta có thuế quan?

Ngoài lập luận thuế quan tối ưu, có rất ít luận cứ ủng hộ cho thuế quan. Các nhà kinh tế đã lập luận chống lại chúng hàng thế kỷ. Tại sao bây giờ thuế quan vẫn là phổ biến?

Lợi ích tập trung, chi phí phân tán

Thuế quan đánh vào một hàng hoá cụ thể giúp được một ngành cụ thể. Sẽ dễ cho các hãng và các công nhân trong một ngành để tổ chức một áp lực chính trị hiệu lực, vì tất cả họ có thể thống nhất rằng vấn đề duy nhất này là quan trọng nhất đối với cuộc sống

của họ, ít nhất là trong ngắn hạn. Nhưng nếu thuế quan được áp đặt thì chi phí vào giá tiêu dùng cao hơn lại được gánh bởi một nhóm người lớn hơn và đa dạng hơn mà tổ chức những người này lại khó hơn về mặt chính trị. Vì thế, các nhà chính trị chú ý đến những nhóm lên tiếng, được tổ chức tốt vận động hành lang ủng hộ thuế quan, đặc biệt nếu họ tập trung về mặt địa lý trong một vùng ở đó, cùng bỏ phiếu, họ có ảnh hưởng đáng kể đến kết quả của lần bỏ phiếu tiếp theo.

Thuế quan và trợ cấp

Tại sao sự giúp đỡ của chính phủ thường có dạng thuế quan chứ không phải trợ cấp thường là thích hợp hơn? Thứ nhất, vì nếu ngành trong nước đang khó khăn vì nhập khẩu hàng hoá Nhật, giải pháp dường như là làm một cái gì đó làm giảm lợi ích của Nhật một cách trực tiếp. Thứ hai, vì chính phủ phải tăng thuế để tài trợ cho trợ cấp. Thuế quan thường là dễ hơn về mặt chính trị vì dường như nó làm tăng doanh thu của chính phủ (hy vọng cắt giảm thuế thu nhập), trong khi đó trợ cấp dường như làm cạn kiệt doanh thu của chính phủ (lo sợ gia tăng về thuế suất cao hơn). Bạn phải biết rằng thuế quan làm thiệt hại người tiêu dùng một cách trực tiếp bằng việc tăng giá trong nước của hàng hoá đó, nhưng chính phủ có thể có khả năng viện dẫn "những lực lượng thị trường" vô danh. Thuế quan gây ra cho chính phủ sự phiền nhiễu chính sách ít hơn.

16.7 Các mức thuế quan: không quá tồi?

Trong thế kỷ 19, thương mại thế giới đã tăng nhanh, một phần vì nước dẫn đầu - Liên hiệp Anh - theo đuổi chính sách rõ ràng về thương mại tự do. Ngược lại, thuế quan của Mỹ trung bình khoảng 50%, mặc dù chúng đã giảm xuống khoảng 30% vào đầu những năm 1920. Khi các nền kinh tế công nghiệp bước vào Đại Suy thoái cuối những năm 1920 và những năm 1930, có áp lực bảo vệ việc làm trong nước bằng việc tránh xa nhập khẩu. Thuế quan ở Mỹ lại quay lại khoảng 50% và Liên hiệp Anh đã bỏ chính sách thương mại tự do đã được theo đuổi gần một thế kỷ.

Bảng 16.1 cho thấy sự kết hợp giữa suy thoái thế giới và thuế quan tăng đã dẫn đến sự giảm sút thảm hại trong dung lượng thương mại thế giới, bị trầm trọng thêm bởi Chiến tranh Thế giới Thứ hai.

WTO

Sau chiến tranh có sự quyết tâm chung để khôi phục lại thương mại thế giới. Các tổ chức như: Quỹ tiền tệ quốc tế và Ngân hàng Thế giới được thành lập và nhiều nước đã ký vào Hiệp định chung về Thuế quan và Thương mại (GATT), cam kết giảm thuế quan liên tục và tháo dỡ các rào cản thương mại.

Trong các vòng liên tục của GATT, thuế quan đã giảm mạnh. Năm 1960 thuế quan của Mỹ chỉ khoảng một phần năm mức lúc nổ ra Chiến tranh Thế giới Thứ hai. Ở Liên hiệp Anh hệ thống quota nhập khẩu thời chiến đã được tháo dỡ vào giữa những năm 1950, sau đó thuế quan được giảm gần một nửa trong 25 năm kế tiếp. Châu Âu tính theo tổng thể đã chuyển theo hướng mở rộng Liên minh Châu Âu trong đó thuế quan giữa các nước thành viên đã được dỡ bỏ.

Ban thư ký GATT, bây giờ gọi là Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã bắt đầu vòng đàm phán gần đây nhất - vòng Seattle - năm 2000. Thành viên Trung Quốc của WTO đã được nhất trí. WTO ngày càng gắn với áp lực không chỉ dỡ bỏ sự bảo hộ đáng kể làm giảm hiệu quả nghiêm trọng mà còn mở rộng tự do hoá thương mại đến ngày càng nhiều nước. Tự do hoá thương mại là động cơ cho sự tăng trưởng.

Những nỗi lo về toàn cầu hoá thường ít liên quan đến sự thay đổi bản thân nó so với những bóp méo khác mà nó có thể làm trầm trọng thêm. Ví dụ, khi việc bảo vệ môi

trường là không thích hợp và tính trách nhiệm của công ty yếu, về luật pháp phải chú ý đến thực tế là toàn cầu hoá có thể cho phép khai thác môi trường.

Nguyên lý đặt mục tiêu cũng nói với chúng ta rằng giải pháp tối ưu có thể không phải là cản trở thương mại mà lao vào những vấn đề ngay từ gốc. Ví dụ, củng cố việc bảo vệ môi trường có thể là sự phản ứng hiệu lực hơn là hạn chế thương mại mãi mãi.

16.8 Các chính sách thương mại khác

Thuế quan không phải là hình thức duy nhất của chính sách thương mại. Bây giờ chúng ta xem xét ba công cụ chính sách khác: hạn ngạch, rào cản phi thuế quan và trợ cấp xuất khẩu.

Hạn ngạch là hạn chế về số lượng tối đa của nhập khẩu.

Ví dụ, EU có trần đối với nhập khẩu thép từ Đông Âu. Mặc dù hạn ngạch hạn chế số lượng nhập khẩu, điều này không có nghĩa là nó không có ảnh hưởng đến giá trong nước của các hàng hoá bị hạn chế. Với cung thấp hơn, giá cân bằng cao hơn so với thương mại tự do.

Như vậy, hạn ngạch giống thuế quan. Giá trong nước đối với người tiêu dùng tăng lên. Giá cao hơn này cho phép những người sản xuất trong nước không hiệu quả sản xuất sản lượng lớn hơn so với thương mại tự do. Hạn ngạch dẫn đến lãng phí xã hội vì những lý do giống hệt như thuế quan.

Vì hạn ngạch làm tăng giá trong nước của hàng hoá bị hạn chế, những người cung nước ngoài may mắn thành công trong việc có một số hàng hoá của mình bán được thu được lợi nhuận cao trên lượng bán này. Theo Hình 16.4, hình chữ nhật EFHI thuộc về chính phủ là doanh thu từ thuế quan, bây giờ thuộc về những người cung nước ngoài hoặc những người nhập khẩu trong nước. Đó là mức chênh giữa giá trong nước và thế giới của hàng hoá nhập khẩu, nhân với số lượng nhập khẩu cho phép.

Nếu lợi nhuận này thuộc về những người nước ngoài thì chúng là thiệt hại xã hội của hạn ngạch cao hơn thiệt hại của thuế quan tương đương. Tuy nhiên, chính phủ luôn luôn có thể bán đấu giá giấy phép nhập khẩu để tự bù lại doanh thu này. Những nhà nhập khẩu tư nhân hay những nhà cung ứng nước ngoài sẽ đấu giá về số lượng này để có được một giấy phép quan trọng.

Rào cản phi thuế quan là những quy định hành chính phân biệt đối xử chống lại hàng hoá nước ngoài.

Các rào cản này bao gồm nhập khẩu chậm ở biên giới, khuynh hướng mua hàng trong nước của chính phủ và các hợp đồng xác định các tiêu chuẩn mà những nhà sản xuất trong nước quen thuộc nhưng các nhà sản xuất nước ngoài thì không.

Cho đến nay, chúng ta đã xem xét những hạn chế đối với nhập khẩu. Các nước cũng sử dụng chính sách thương mại để thúc đẩy xuất khẩu. Điều này có thể thay đổi từ trợ cấp trực tiếp đến tín dụng rẻ hay miễn một số thuế trong nước.

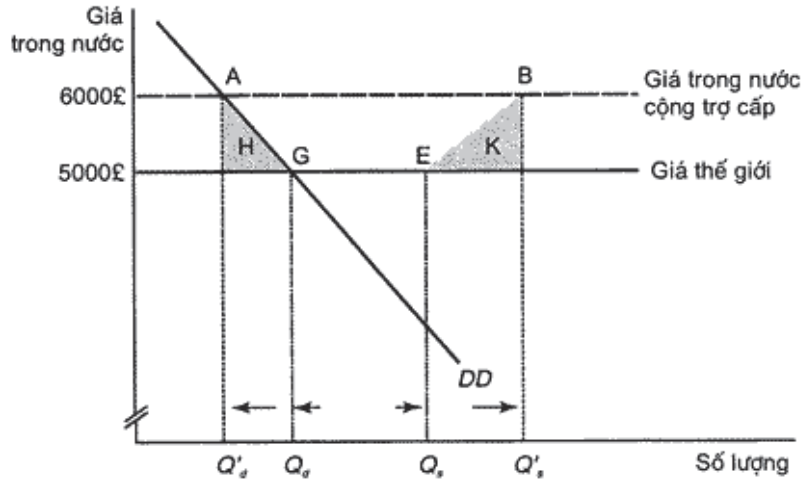
Trợ cấp xuất khẩu là sự giúp đỡ của chính phủ đối với những hãng trong nước cạnh tranh trên các thị trường nước ngoài.

Hình 16.5 minh họa trợ cấp xuất khẩu. Giả sử rằng giá thế giới của máy vi tính là 5000£. Trong thương mại tự do, những người tiêu dùng trong nước mua số lượng Q_d ở điểm G trên đường cầu của mình, những người sản xuất làm ra số lượng Q_s ở điểm E trên đường cung của mình và số lượng GE được xuất khẩu.

Để giúp ngành máy vi tính, chính phủ đưa ra trợ cấp xuất khẩu 20% đối với tất cả máy vi tính xuất khẩu, nhờ đó những người sản xuất trong nước bây giờ thu được 6000£. Không hãng nào bán trong nước ở giá 5000£ khi có thể bán ở nước

ngoài với giá 6000£. Cung cho thị trường trong nước giảm xuống Q'_d do đó người tiêu dùng trong nước cũng trả 6000£. Tổng sản lượng trong nước tăng lên Q'_s và xuất khẩu là AB.

Hình 16.5 Trợ cấp xuất khẩu



Trong thương mại tự do, người tiêu dùng cầu Q_d, sản xuất Q_s, và xuất khẩu là GE. Với trợ cấp xuất khẩu những người sản xuất trong nước sẽ hạn chế cung cho thị trường trong nước đến Q'_s sao cho người tiêu dùng trong nước trả 6000£, giống như người sản xuất có thể thu được bằng xuất khẩu. Tổng sản lượng là Q'_s và xuất khẩu là AB. K biểu thị thiệt hại xã hội của việc sản xuất hàng hóa mà chi phí cận biên cao hơn giá thế giới mà chúng được bán. H biểu thị thiệt hại xã hội của việc hạn chế tiêu dùng khi lợi ích cận biên cao hơn giá thế giới của hàng hóa.

Mặc dù trợ cấp làm tăng xuất khẩu, nó gây ra thiệt hại xã hội được biểu thị bởi các tam giác H và K. Tam giác H là thiệt hại xã hội của việc giảm tiêu dùng từ Q_d xuống Q'_d. Lợi ích của người tiêu dùng từ việc tiêu dùng bổ sung cao hơn giá thế giới, chi phí xã hội ở đó nền kinh tế có thể có được máy tính. Tam giác K là thiệt hại xã hội của việc tăng sản lượng từ Q_s lên Q'_s khi chi phí sản xuất trong nước cao hơn giá thế giới ở đó máy vi tính có thể được nhập khẩu.

Cũng giống như với thuế quan, trợ cấp xuất khẩu thường là chính sách tốt nhì. Cho dù một nền kinh tế muốn tăng sản lượng máy vi tính của mình, sẽ là rẻ hơn nếu sử dụng trợ cấp, chịu thiệt hại là tam giác K nhưng tránh được thiệt hại là tam giác H.

TÓM TẮT

- **Thương mại thế giới** đã tăng nhanh trong 40 năm qua và được chi phối bởi **các nước phát triển**. Hàng hoá thô chiếm 25% thương mại thế giới; phần còn lại là buôn bán hàng hoá công nghiệp.
- Các nước buôn bán vì họ có thể mua hàng hoá rẻ hơn từ nước ngoài. Những khác nhau trong chi phí phản ánh những khác nhau trong công nghệ và của cải có sẵn ban đầu. Tính kinh tế của quy mô cũng dẫn đến chuyên môn hoá quốc tế.
- Các nước làm ra những hàng hoá mà họ có **lợi thế so sánh**, hay sản xuất ra rẻ hơn. Bằng việc khai thác những chênh lệch trong chi phí cơ hội giữa các nước, thương mại dẫn đến lợi ích thuần tuý.

- Khi công nghệ phát tán nhanh đến các nước khác thì **lượng yếu tố sẵn có ban đầu tương đối** là lý do chính gây ra chi phí tương đối khác nhau. Các nước sản xuất và xuất khẩu hàng hoá sử dụng nhiều hơn các yếu tố mà nước mình có sẵn tương đối nhiều.
- **Thương mại nội ngành** xảy ra vì tính kinh tế của quy mô và cầu của người tiêu dùng về tính đa dạng. Lợi ích từ thương mại này là giảm chi phí và sự đa dạng hơn của các sản phẩm.
- Nếu thương mại cân bằng và thị trường ngoại hối ở cân bằng, mỗi nền kinh tế phải có lợi thế so sánh ở ít nhất một hàng hoá. Mức tỷ giá hối đoái cân bằng bù lại những khác nhau quốc tế trong **lợi thế tuyệt đối**.
- Mặc dù thương mại quốc tế có thể làm lợi cho thế giới tính gộp lại, thương mại thường làm khổ một số nhóm người, trừ khi những người được lợi đền bù cho những người bị thiệt.
- Bằng việc tăng giá trong nước, **thuế quan** làm giảm tiêu dùng nhưng làm tăng sản lượng trong nước. Vì thế nhập khẩu giảm.
- Thuế quan dẫn đến hai bóp méo là hai khoản thiệt hại xã hội: sản xuất quá nhiều bởi các hãng trong nước có chi phí cận biên cao hơn giá thế giới và tiêu dùng quá ít bởi những người tiêu dùng có lợi ích cận biên cao hơn giá thế giới.
- Khi một nước ảnh hưởng đến giá của hàng nhập khẩu của mình, giá thế giới thấp hơn chi phí xã hội cận biên của nhập khẩu. Đây là lý lẽ ủng hộ **thuế quan tối ưu**. Nếu không, những lập luận ủng hộ thuế quan thường là các giải pháp tốt nhì. Trợ cấp sản xuất hay thuế tiêu dùng đạt được mục đích với chi phí xã hội thấp hơn.
- **Trợ cấp xuất khẩu** làm tăng giá trong nước, giảm tiêu dùng nhưng làm tăng sản lượng và xuất khẩu. Chúng kéo theo lãng phí. Các hàng hoá xuất khẩu với giá thấp hơn chi phí sản xuất cận biên của xã hội và với giá thấp hơn lợi ích cận biên đối với người tiêu dùng trong nước.
- Thuế quan và các hàng rào phi thuế quan khác đã giảm nhiều trong 40 năm qua.
- Bảo hộ thương mại thường là tốn kém đối với xã hội. Các chính phủ vẫn thường bảo hộ vì đó là phương án lựa chọn dễ dàng về mặt chính trị.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. (a) Tại sao cơ cấu thương mại của Bắc Mỹ và châu Á khác nhau trong Bảng 16.5?
   (b) Bạn kỳ vọng xu hướng nào ở Brazil? Tại sao?
2. "Một nước với năng suất thấp đồng đều nên ngăn cản cạnh tranh nước ngoài". Đúng hay sai? Tại sao?
3. Các nước lớn được lợi từ thương mại quốc tế ít hơn theo tỷ lệ so với các nước nhỏ". Đúng hay sai? Tại sao?
4. Rượu vang, ôtô, thép cán: cái nào có chỉ số thương mại trong ngành cao? Tại sao?
5. Làm ra TV có tính kinh tế của quy mô. Đây có phải là lập luận ủng hộ thuế quan đối với nhập khẩu TV không?

6 Để bảo tồn di sản của mình một nước cấm xuất khẩu các tác phẩm nghệ thuật. (a) Điều này có tốt hơn thuế xuất khẩu không? (b) Ai được lợi và ai bị thiệt từ việc cấm này? (c) Điều đó có khuyến khích các nghệ sỹ trẻ trong nước không?

7 **Những sai lầm thường gặp:** Tại sao những nhận định này sai? (a) Những người sản xuất Liên hiệp Anh đang trở thành không cạnh tranh trong mọi thứ. (b) Thương mại tự do luôn luôn là tốt nhất. (c) Mua đồ Liên hiệp Anh và giúp Liên hiệp Anh.

Để kiểm tra câu trả lời của bạn cho các câu hỏi này, mở trang 318.

Online *Learning* Centre with POWERWEB

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

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

Phụ lục: Đáp án

Chương 1

1. (a) Một đường dốc xuống nối các điểm 15 chiếc áo và 20 chiếc bánh. (b) 20. (c) Tất cả các điểm nằm bên trong đường giới hạn khả năng sản xuất. (d) 1,33 chiếc bánh. (e) Không.
2. Căn cứ trên tài liệu, quá tốn kém để lập kế hoạch, giao hàng và giám sát các cá nhân.
3. Tiền lương giảm xuống đối với những công việc mà sinh viên muốn làm.
4. (a) P. (b) N. (c) P. (d) N.
5. (a) Vĩ mô. (b) Vi mô. (c) Vi mô. (d) Vĩ mô.
6. (a) Kinh tế học thực chứng có thể được kiểm chứng so với thực tế. (b) Xuất phát từ một điểm không có hiệu quả, hiệu quả đạt được tạo ra hiện tượng "một bữa ăn trưa miễn phí". (c) Có thể sử dụng phương pháp khoa học để nghiên cứu hành vi con người.

Chương 2

1. (a) Số liệu chéo, ví dụ theo vùng, về tội phạm, thất nghiệp. (b) Thu thập các số liệu khác để kiểm soát thu nhập, an ninh, bất công ở nông thôn hay thành thị; và sử dụng các phương pháp kinh tế lượng để giải quyết vấn đề.
2. Đường thẳng dốc lên: RPI tăng thêm 1 đơn vị kéo theo giá nhà tăng thêm 1300£; dãy số thời gian.
3. Đường thẳng dốc lên: thu nhập cao hơn kéo theo tiêu dùng nhiều hơn với cùng một số lượng.
4. Trọng số phản ánh tầm quan trọng tương đối, do vậy thủ đô thường ít hơn rất nhiều so với các vùng khác.
5. Đường cong dốc xuống.
6. (a) Lý thuyết tổ chức các số liệu thực tế bằng việc cung cấp một cơ cấu đơn giản để phân tích các số liệu đó. (b) Nhiều khoa học khác (ví dụ thiên văn học) không thể tiến hành các thí nghiệm. (c) Các cá nhân đơn lẻ hành động một cách ngẫu nhiên nhưng hành vi của tập hợp các cá nhân này thì có thể dự đoán được. Ý thích bột phát của từng cá nhân bị triệt tiêu trong các nhóm số lớn.

Chương 3

1. Giá cân bằng 17£, sản lượng 6,5.
2. (a) Dư cầu = 5 và giá tăng lên. (b) Dư cung = 3 và giá giảm xuống.
3. Đường cầu đối với lò nướng bánh dịch chuyển xuống dưới. Giá và lượng cân bằng đối với lò nướng giảm xuống.
4. Như mục 3.
5. Hạn hán, bệnh tật v.v... tất cả sẽ làm đường cung dịch chuyển xuống dưới. Giá giảm làm cho người nông dân lùi xuống trên một đường cung nhất định, không phải là hiện tượng giảm cung.
6. Kiểm chứng mặt hàng này gây ấn tượng như thế nào đối với những người bạn của bạn, giá thấp hơn làm tăng cầu của bạn.
7. (a) Một mức giá đủ thấp có thể lấp đầy bất kỳ sân vận động nào. (b) Nó minh hoạ một mức giá sàn đối với hàng hoá nông nghiệp. (c) Nó đưa ra mức tiền thuê thấp đối với những người may mắn có được nhà ở nhưng đồng thời cũng làm giảm tổng cung và gây ra hiện tượng thiếu hụt.

Chương 4

1. (a) Đường cung thẳng đứng, đường cầu dốc xuống. (b) Để bán ít hơn 10% các giỏ, tăng giá 20% lên mức 1,20£. Bây giờ, đường cung thẳng đứng tại vị trí 90 giỏ.
2. (a) Không co giãn. (b) Co giãn hơn. (c) Co giãn hơn nữa.
3. Điểm co giãn của cầu là -1. Dưới điểm này cầu là không co giãn: tăng giá dẫn đến tăng tổng doanh thu. Trên điểm này, cầu co giãn: giảm giá dẫn đến tăng tổng doanh thu. Nếu sân vận động này được tự do hoạt động, tối đa hoá lợi nhuận đồng nghĩa với tối đa hoá doanh thu.
4. Hàng hoá rau: không co giãn, hàng hoá thiết yếu. Dịch vụ ăn uống: co giãn.
5. Những số liệu này là số liệu chi tiêu danh nghĩa chứ không phải số liệu thực tế đối với bánh mỳ, nó giảm khi thu nhập thực tế tăng lên.
6. (a) Hàng hoá thiết yếu là một khẳng định về co giãn theo thu nhập không phải co giãn của cầu theo giá. Ở mức giá đủ cao, cầu có thể co giãn theo giá. (b) Nếu thời tiết xấu làm ảnh hưởng đến tất cả những người nông dân, nó làm tăng giá và hỗ trợ thu nhập: thời tiết "tốt" cần được bảo hiểm! (c) Không phải khi họ sản xuất hàng hoá thứ cấp.

Chương 5

1. Đường ngân sách nối các điểm 10 lương thực, 25 film. Giá lương thực giảm có các ảnh hưởng thay thế và ảnh hưởng thu nhập. Cả hai ảnh hưởng này đều làm tăng cầu đối với lương thực. Đối với film, ảnh hưởng thu nhập làm tăng cầu nhưng ảnh hưởng thay thế làm giảm cầu. Khi giá film giảm, cầu đối với film tăng lên, cầu lương thực có thể tăng hoặc giảm. Đồng thời cùng giảm giá cả 2 hàng hoá. Giữa e và e" không có ảnh hưởng thay thế: giá tương đối là

như nhau. Vì cả 2 đều là hàng hoá thông thường nên e" nằm phía ngoài (phía đông bắc) của e vì thu nhập thực tế tăng lên.

2. Ba nhận định đầu tiên là đúng. Nhận định thứ 4 là sai. Đối với các hàng hoá khác, có ảnh hưởng thay thế đối với chúng (không giống như hàng hoá bổ sung đối với lương thực), nhưng vì thu nhập thực tế giảm, cầu đối với hàng hoá thông thường thay đổi cùng chiều. Cầu đối với hàng hoá thứ cấp tăng lên.
3. Số lượng film tăng lên khi đường ngân sách dịch ra phía bên ngoài, vận tải giảm xuống.
4. (a) Cả hai đều làm giảm cầu. (b) Đường cầu dịch chuyển xuống dưới: giá và lượng cân bằng giảm xuống.
5. (a) Chỉ là một hình thức mô phỏng hành vi của con người. (b) Đường ngân sách không bị ảnh hưởng.

Chương 6

1. (a) Chi phí tăng lên và lợi nhuận trước thuế giảm bớt 70.000£. (b) Lợi nhuận tính toán thay đổi; lợi nhuận kinh tế không ảnh hưởng gì vì hãng tính toán chi phí cơ hội của việc sở hữu văn phòng (tiền thuê có thể đạt được). (c) Doanh thu tăng lên và như vậy lợi nhuận cũng tăng lên.
2. Chi phí cơ hội của người chủ sở hữu là 40.000£ và của tiền là 24.000£.
3. (a) Hàng hoá tồn kho là tài sản tăng thêm, khoản vay tăng thêm là nợ phải trả. (b) Lãi vay là chi phí.
4. (a) Có thể, nếu chúng ta muốn nói lợi nhuận trong dài hạn. Nhưng vì việc giám sát những người quản lý là không tuyệt đối, họ vẫn có những phạm vi nhất định để mưu cầu các mục tiêu khác. Các khoản tiền thưởng liên quan đến lợi nhuận của doanh nghiệp và mối đe doạ bị thôn tính hạn chế sự tự do hành động của những người quản lý. (b) Một số trong những khoản đó có thể là những khoản đầu tư hợp lý. Một số khác có thể không phải là hợp lý. Các doanh nghiệp có xu hướng tài trợ cho những hoạt động được ban giám đốc chứ không phải các cổ đông ưa chuộng.
5. Chi phí cố định tăng thêm 1 lượng bằng 40£, 6 vẫn là mức sản lượng tốt nhất trong ngắn hạn. MC và MR không bị ảnh hưởng. Trong dài hạn hãng bị lỗ và nên đóng cửa sản xuất.
6. (a) MR nằm ngang tại vị trí 13£. MC được minh hoạ trong Bảng 6.4. (b) 7 đơn vị.
7. (a) Chúng có thể không bù đắp được chi phí cơ hội. (b) MC = MR khi doanh nghiệp thực hiện tối đa hoá lợi nhuận. (c) Tối đa hoá doanh thu khi sản lượng đảm bảo MR = 0. Như vậy, đơn vị cuối cùng không đủ để bù đắp chi phí cận biên.

Chương 7

1. (a) Sản lượng tối đa có thể đạt được từ các kết hợp đầu vào nhất định. (b) Cũng cần biết giá của các yếu tố đầu vào và giá của hàng hoá, dịch vụ đầu ra.
2. LAC dốc xuống. Do sự dàn trải của chi phí cố định. (b) Các cột 1, 3 và 6 có chi phí thấp nhất để sản xuất 4, 8 và 12 đơn vị sản phẩm. Tổng chi phí là 33, 64, 96. Chi phí trung bình là 8,25, 8 và 8. (c) Tồn tại tính kinh tế của quy mô khi tăng sản lượng từ 4 lên 8 và có hiệu suất không đổi theo quy mô khi tăng sản lượng từ 8 lên 12.
3. (a) Cột 1 đòi hỏi tư bản nhiều hơn cột 2; cột 3 nhiều hơn cột 4; cột 5 nhiều hơn cột 6. (b) Trong ví dụ này là theo hướng rời bỏ khỏi công nghệ đòi hỏi tư bản.
4. (a) Ở mức sản lượng bằng 4, dịch chuyển từ cột 1 sang cột 2. (b) Cả 2 đều tăng lên.
5. (a)

Q	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
MC	0	15	13	11	9	10	10	11	13	16
AC		27	20	17	15	14	13,3	13	13	13,3

(b) Tại mức Q = 8, AC tối thiểu = MC. (c) Ngắn hạn. Trong dài hạn, tại mức sản lượng bằng 0 chi phí cũng bằng 0.

6. (a) Nếu bù đắp chi phí biến đổi trong ngắn hạn. (b) Không, hãng rời khỏi ngành.
7. (a) Có thể bù đắp chi phí biến đổi ngắn hạn. (b) Không phải nếu có tính phi kinh tế của quy mô. (c) Không phải nếu có tính kinh tế của quy mô.

Chương 8

1. (a) Đường cầu của ngành dịch chuyển xuống dưới, giá và sản lượng giảm, các doanh nghiệp bị lỗ nhưng có thể bù đắp chi phí biến đổi ngắn hạn. Khi một số lượng đủ lớn các hãng rời khỏi ngành sẽ làm phục hồi mức giá ban đầu ở mức tổng sản lượng thấp hơn. (b) Bây giờ đường LRSS của ngành cũng dốc lên. Trong dài hạn, các hãng có chi phí cao hơn sẽ rời khỏi ngành, tại điểm cân bằng giá thấp hơn, số lượng hãng ít hơn và tổng sản lượng thấp hơn.
2. Đường cung dịch chuyển lên trên trong ngắn hạn, làm tăng giá và giảm sản lượng. Trong dài hạn, sự gia nhập mới sẽ tác động ngược lại sự dịch chuyển này.
3. (a) Nhập khẩu nếu cung và cầu nội địa cắt nhau ở trên mức giá quốc tế, xuất khẩu nếu chúng cắt nhau phía dưới giá quốc tế. (b) Giá nội địa tăng lên, sản lượng nội địa tăng, cầu nội địa giảm và nhập khẩu giảm xuống.
4.

Q	1	2	3	4	5	6
P	8	7	6	5	4	3
TR	8	14	18	20	20	18
MR	8	6	4	2	0	-2

Hãng độc quyền có Q = 2 và P = 7.

Ngành cạnh tranh có Q = 4 và P = 5.

5. Không ảnh hưởng. MC và MR không đổi và lợi nhuận vẫn dương.
6. (a) Lợi nhuận bình thường đền đáp cho các yếu tố đầu vào một cách hợp lý. (b) Không phải, nếu nó mất đi tính kinh tế của quy mô và tăng chi phí.

Chương 9

1. (a) Q = 4, P = 7. (b) Vẫn như thế. (c) Vì mỗi hãng có MC = 3, nhưng có MR > 3 nếu nó đơn phương mở rộng sản lượng: giá sẽ không giảm nhiều vì hãng khác cũng không mở rộng sản lượng.
2. (a)

Q	1	2	3	4	5	6	7
P	8	7	6	5	4	3	2
TR	8	14	18	20	20	18	14
MR	8	6	4	2	0	-2	-4

Z sản xuất Q = 3. (b) Chia đôi thị trường, Z sản xuất Q = 2.

3. Chứng chỉ được cấp bởi một cơ quan có uy tín sẽ làm giảm chi phí cho khách hàng trong việc kiểm tra chúng. Đối với những người thợ cơ khí, sau khi có một ấn tượng không tốt bạn có thể chuyển sang nơi khác. Danh tiếng giúp giải quyết vấn đề thông tin. Đối với bác sĩ, bạn có thể bị tử vong nếu gặp một lần chữa trị tồi.
4. Một số mang đến thông tin mới. Rất nhiều trường hợp tạo ra những hàng rào đối với sự gia nhập mới.
5. Một cách xử lý thống nhất với người làm cha mẹ thứ 2 có thể có ảnh hưởng này, vì bạn trở nên không thông minh nếu bạn từ bỏ thoả ước đó.
6. (a) Không thể kiểm soát việc lừa dối đối với những thoả ước tập thể. (b) Ngăn cản sự gia nhập sẽ làm tăng lợi nhuận ở mức sản lượng hiện tại.

Chương 10

1. (a) Các đầu vào khác cố định. (b) Dịch chuyển đường cầu lao động lên phía trên.
2. (a) Ảnh hưởng thay thế có nghĩa là lao động nhiều hơn, nhưng ảnh hưởng thu nhập có nghĩa là lao động ít hơn vì nghỉ ngơi là hàng hoá thông thường. (b) Nhiều người tham gia vào lực lượng lao động hơn.
3. Ngành phải trả cao hơn để thu hút lao động từ các ngành khác.
4. (a) Những tay chơi golf hàng đầu có số lượng hạn chế nhưng cầu đối với họ là rất lớn. (b) Các sinh viên kinh tế có nguồn vốn nhân lực cao hơn tương thích với các công việc có thu nhập cao.
5. (a) Bởi vì con người thích nó, nên cầu đối với nó ở mức cao; và không có người nào có thể cung ứng nó. (b) Ảnh hưởng thu nhập có nghĩa là muốn nghỉ ngơi nhiều hơn.

Chương 11

1. (a) Một số luồng dịch vụ tiêu dùng được cung cấp một cách hiệu quả nhất bằng việc mua sắm các hàng hoá lâu bền. (b) Chi phí của hiệu giặt là tự động là 104£ 1 năm. Chi phí mua là 52£ một năm + 40£ lãi suất bị bỏ qua. Mua là tốt hơn.
2. Bạn có 20 trên mỗi 90 bỏ vào, khoảng 22% mỗi năm.
3. (3600£ x 0,91 = 3276£) + (12600£ x 0,83 = 10458£) = 13734£. Mua nó.
4. Nó làm tăng giá trị hiện tại của luồng tiền thuê, làm tăng động cơ xây dựng các tài sản tư bản. Điều này dần dần làm giảm mức tiền thuê cân bằng cho đến khi cân bằng dài hạn đạt được.
5. Cầu về đất đai là cầu thứ phát (dẫn xuất). Nếu cung cố định, chỉ một sự gia tăng trong cầu đất đai có thể đẩy giá của nó tăng lên. Những nông dân thuê đất gặp phải mức tiền thuê cao hơn nhưng thu nhập cao hơn từ thu hoạch của họ. Người nông dân thua lỗ về giá đất và tiền thuê tăng lên do cầu đối với nhà ở tăng lên.
6. (a) Nó cũng làm thu nhập danh nghĩa tương lai tăng lên. (b) Năng suất lao động và thu nhập tiền lương cao hơn cũng làm tăng cầu đối với hàng hoá. (c) Đúng nếu chỉ một người sử dụng. Cạnh tranh giữa những người sử dụng làm tăng giá cả.

Chương 12

1. (a) Hiệu quả, không công bằng. (b) Không hiệu quả và cũng không công bằng. (c) Cả hiệu quả và công bằng. (d) Không hiệu quả cũng không công bằng lắm. (e) Hiệu quả nhưng không công bằng. Công bằng đặt ra câu hỏi "Việc phân phối công bằng như thế nào?"
2. (a) 1 film đáng giá 5 bữa ăn đối với lợi ích tiêu dùng. (b) MC của film bằng 5 lần MC của bữa ăn. (c) MP_L trong việc làm các bữa ăn cao gấp 5 lần MP_L của việc sản xuất film. Cân bằng tại MSC = MSB.
3. Đúng cho tất cả các câu hỏi.
4. Không. Bằng việc bảo hiểm cho các đầu máy hơi nước mà họ cấp chứng chỉ sẽ loại bỏ động cơ nhận hối lộ để làm giả,các chứng chỉ, làm giảm rủi ro đạo đức.
5. (a) Những hoạt động như vậy làm lãng phí các nguồn lực khan hiếm. (b) Có.
6. (a) Đối với việc làm giảm ô nhiễm nhiều hơn nữa, chi phí cận biên vượt quá lợi ích cận biên khi ô nhiễm ở mức thấp. (b) Độc quyền, ngoại ứng, v.v... là những thất bại thị trường quan trọng. (c) Thất bại của chính phủ cũng xảy ra.

Chương 13

1. Tất cả trừ d.
2. Giáo dục là một hàng hoá khuyến dụng (con người không biết điều gì là tốt cho họ); Ngoại ứng (chúng ta thích cách người được giáo dục tiếp xúc với nhau); Công bằng (giúp thúc đẩy sự công bằng về mặt cơ hội).
3. Công bằng theo chiều dọc cho rằng lấy của người giàu chia cho người nghèo, nhưng không nên chỉ đánh giá về mặt thu nhập: mong muốn lý tưởng để tái phân phối từ người có nhiều hơn tất cả các hàng hoá mà họ quan tâm. Công bằng theo chiều ngang cho rằng đối xử với tất cả mọi người như nhau.

4. Tất cả là luỹ tiến trừ thuế đối với bia, trong đó phần lớn hơn đánh vào thu nhập của người nghèo.
5. 18, 24, 28,8%. Nó là luỹ tiến và càng lớn nếu mức miễn thuế càng cao. Với mức miễn thuế 1 triệu bảng, thuế chỉ đánh vào người giàu.
6. Không thay đổi cung lao động, do đó không làm thay đổi hình tam giác. (b) Hình tam giác to và các doanh nghiệp chịu phần lớn thuế.
7. (a) Thế còn vấn đề tài trợ cho sản xuất hàng hoá công cộng, khắc phục ngoại ứng, cung cấp bảo hiểm xã hội, phân phối lại? (b) Thuế cận biên luôn tạo ra những lệch lạc của thị trường. (c) Chúng ta có thể phân tích các động cơ của các nhà chính trị trong việc lựa chọn các chính sách nhất định và động cơ của những người đi bầu trong việc bầu cho các đảng nhất định và như vậy phân tích được sự cân bằng chính trị.

Chương 14

1. Tam giác có chiều cao 3£ và chiều dài 200 000. Như vậy chi phí là 300 000£.
2. Tam giác có chiều cao 6£ và chiều dài 400 000, chi phí là 1 200 000£. Hơn nữa, 600 000 đơn vị hiện tại được sản xuất tại mức 1£ nhiều hơn so với mức cần thiết. Tổng chi phí xã hội là 1 800 000£.
3. Về mặt bản chất, Mỹ cho rằng quy mô lớn là không tốt và cố gắng chia nhỏ các doanh nghiệp lớn, hoặc điều tiết chúng nếu không thể chia nhỏ. Các chính sách của Liên hiệp Anh đã từng dựa trên cơ sở từng vụ việc, nhưng hiện nay ngày càng trở lên nhấn mạnh đến việc thúc đẩy sự cạnh tranh.
4. Các ngoại ứng địa phương. Nhưng toàn bộ nhóm đều tập trung ở 1 vị trí hợp lý. Switzerland có tiền lương cao không phải là khu vực tốt đối với những hoạt động kinh doanh sử dụng nhiều lao động.
5. (a) Lợi nhuận có thể chỉ phản ánh sức mạnh độc quyền. (b) Lợi ích của tính kinh tế quy mô và động cơ đổi mới đôi khi lấn át các chi phí độc quyền khác. (c) Lợi ích cá nhân của việc sáp nhập các doanh nghiệp có thể bao gồm lợi nhuận độc quyền, mà đó là chi phí của xã hội.

Chương 15

1. Đặt giá 2 phần tạo ra doanh thu lớn hơn. Nó không thể phân biệt đối xử giữa những thành viên hiện tại, nhưng ít nhất có thể phân biệt giữa thành viên mới và thành viên cũ.
2. BA gặp phải sự cạnh tranh khốc liệt. OFAIR không cần thiết.
3. Những người tham gia giao thông đi lại khi MC cao và lý tưởng là nên trả nhiều hơn; nhưng ngoại ứng do ách tắc giao thông vào giờ cao điểm có thể dễ dàng biện minh cho vé xe lửa rẻ. Cách tốt nhất là đánh thuế các ngoại ứng một cách thích hợp (định giá một cách hợp lý đối với việc sử dụng ôtô và bến đỗ).
4. Các ngoại ứng lớn - nó hỗ trợ cho các ngành khác không sử dụng đường hầm qua biển Măng-sơ. Có thể được ưa thích về mặt xã hội ngay cả khi cá nhân không có lợi nhuận.
5. (a) Khuyến khích đầu tư nội bộ để sản xuất ôtô, chỉ một số trong đó được xuất khẩu qua đường hầm. (b) Phần đền bù rủi ro xã hội thấp hơn so với cách tính toán của ngân hàng (chia sẻ và phân tán rủi ro tốt hơn). (c) Làm giảm tắc nghẽn giao thông ở Heathrow và Gatwick. (d) Làm giảm ô nhiễm tiếng ồn gần các sân bay này. (e) Tạo việc làm cho những công nhân xây dựng thất nghiệp không tự nguyện, những người mà nếu không sẽ không làm được gì khác.
6. Hợp đồng giá cộng chi phí tạo ra động cơ thấp hơn cho việc giảm chi phí nhưng ngăn chặn được việc các công ty phải lo lắng về tất cả những rủi ro mà họ phải chịu (mà họ phải định giá). Hợp đồng giá cố định làm cho các công ty phải chịu tất cả các rủi ro (do đó làm tăng giá dự thầu mà họ định ra) nhưng tạo ra động cơ lớn để làm giảm chi phí (vì họ thu được tất cả các lợi ích đó). Hình thức thứ nhất là tốt hơn nếu triển vọng tăng chi phí thấp, bởi vì dễ dàng giám sát việc quản lý trừ những rủi ro "ngoại sinh" lớn.
7. (a) Không đúng nếu MC < AC. (b) Các nhà độc quyền công cộng cũng có thể gặp phải thất bại. (c) Điều tiết không phải là không tốn kém mà cũng không phải không có nguy cơ bị mua chuộc. Đôi khi các giải pháp cơ cấu là hiệu quả hơn.

Chương 16

1. Mỹ, với vốn hiện vật và vốn nhân lực cao hơn, xuất khẩu nhiều hơn các hàng hoá công nghiệp. Brazil xuất khẩu ít hàng hoá công nghiệp hơn.
2. Sai. Tỷ giá hối đoái cân bằng có thể đủ thấp để bù đắp bất kỳ bất lợi thế tuyệt đối nào. Để thu được hiệu quả tăng thêm do lợi thế so sánh, cần tạo điều kiện cho thương mại.
3. Đúng là thu được ít hơn tỷ lệ phần trăm trong thu nhập ban đầu: các nước nhỏ không thể thu được tính kinh tế quy mô nếu không có thương mại quốc tế. Thương mại của các nước lớn cũng đặt giá quốc tế theo hướng bất lợi theo quan điểm của họ.
4. Rượu vang và ôtô có thương mại 2 chiều lớn dựa trên cơ sở lựa chọn và khác biệt hóa, thép dựa trên lợi thế so sánh nhiều hơn và là một chiều.
5. Chỉ khi nào có kế hoạch xuất khẩu TV, nhưng trợ cấp sản xuất có hiệu quả hơn thuế quan nhập khẩu.
6. (a) Không. Chính phủ cũng có doanh thu thuế. (b) Những người mua trong nước có lợi vì giá giảm. Nghệ sĩ trong nước bị thiệt và khách hàng nước ngoài cũng vậy. (c) Chắc là không.
7. (a) Phải có lợi thế so sánh đối với 1 hàng hoá nào đó. (b) Không luôn luôn, nếu thất bại thị trường tồn tại. (c) Có thể thất bại trong việc khai thác lợi thế so sánh và mất đi lợi ích từ thương mại.

Thuật ngữ

Ảnh hưởng thay thế: ảnh hưởng thay thế của một sự thay đổi giá là sự điều chỉnh cầu đối với riêng thay đổi giá tương đối.

Ảnh hưởng thu nhập: ảnh hưởng thu nhập của sự thay đổi giá là sự điều chỉnh của cầu đối với sự thay đổi trong thu nhập thực tế.

Ảo giác lạm phát: mọi người nhầm lẫn giữa những thay đổi danh nghĩa và thay đổi thực tế. Mức phúc lợi của mọi người tùy thuộc vào các biến thực tế chứ không phải các biến danh nghĩa.

Ảo giác tiền: tồn tại nếu người ta nhầm lẫn các biến số thực tế và danh nghĩa.

"Bàn tay vô hình": một nhận định rằng sự mưu cầu lợi ích cá nhân trong các thị trường tự do có thể phân bổ các nguồn lực một cách hiệu quả trên quan điểm của xã hội.

Bản quyền: xem sở hữu trí tuệ.

Bán kèm: cung kết hợp nhiều hơn một hàng hoá để làm giảm yêu cầu đối với phân biệt giá.

Bán phá giá: các nhà sản xuất nước ngoài bán tại những mức giá dưới chi phí sản xuất cận biên của họ.

Bằng sáng chế: độc quyền hợp pháp tạm thời được trao cho người phát minh mà đăng ký phát minh đó.

Biểu cung: sản lượng mà các hãng muốn cung ứng ở mỗi mức lạm phát.

Biểu cung trong mô hình cổ điển: thẳng đứng tại mức sản lượng tiềm năng. Sản lượng cân bằng không phụ thuộc vào lạm phát.

Bộc lộ dấu hiệu: một hành động bộc lộ thông tin nội bộ.

Bình thường với rủi ro: người chỉ quan tâm đến lợi nhuận trung bình bằng tiền.

Bong bóng giá tài sản: sự thiên lệch giá so với giá phù hợp với những đặc tính cơ bản của tài sản. Các bong bóng là những dự báo trước.

Bộ ba không thể: tỷ giá hối đoái cố định, di chuyển vốn hoàn hảo và chủ quyền tiền tệ. Cả 3 điều này không thể cùng tồn tại ở một thời điểm.

Bơm tiền: tiền mà chảy vào các hãng không thông qua các hộ gia đình.

Các cú sốc cung dài hạn: ảnh hưởng tới mức thất nghiệp cân bằng và mức sản lượng tiềm năng. Cú sốc cung ngắn hạn không ảnh hưởng tới các giá trị này, tuy nhiên nó làm dịch chuyển đường Phillips ngắn hạn và đường tổng cung ngắn hạn.

Các kỹ năng chung: những kỹ năng này nâng cao năng suất ở rất nhiều công việc và có thể được chuyển giao để làm việc ở hãng khác.

Các kỹ năng đặc thù cho một hãng: những kỹ năng này chỉ làm tăng năng suất trong một hãng nhất định.

Các nhân tố tự ổn định: giảm giá trị số nhân, thu hẹp quy mô phản ứng của sản lượng trước các cú sốc cầu.

Các nền kinh tế chuyển đổi: những nền kinh tế đang điều chỉnh từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế thị trường.

Các nước kém phát triển (LDCs): các nước này có mức sản lượng và thu nhập bình quân đầu người thấp.

Các yếu tố khác không đổi: một công cụ để xem xét mối quan hệ giữa hai biến, nhưng lưu ý rằng các biến khác cũng ảnh hưởng.

Cam kết: một sự dàn xếp tự nguyện để hạn chế hành động tương lai.

Cam kết đáng tin cậy: một cam kết về tương lai mà khi đến thời điểm đó thì nó là tối ưu để thực hiện.

Can thiệp của ngân hàng trung ương (trên thị trường ngoại hối): mua bán đồng bảng để duy trì tỷ giá cố định.

Can thiệp hữu hiệu: sử dụng dự trữ ngoại hối để bù đắp những mất cân bằng trong cán cân thanh toán, do vậy gây ra sự thay đổi trong cung nội tệ.

Cán cân thanh toán: ghi lại các giao dịch giữa cư dân của một quốc gia với phần còn lại của thế giới; nó bằng tổng của giá trị tài khoản vãng lai và tài khoản vốn.

Cán cân thương mại: giá trị của xuất khẩu ròng.

Cạnh tranh độc quyền: một ngành với nhiều người bán sản phẩm mà sản phẩm của người này là thay thế gần gũi cho sản phẩm của người khác. Mỗi hãng có khả năng hạn chế ảnh hưởng đến giá sản phẩm.

Cạnh tranh hoàn hảo: một thị trường mà trong đó cả người mua và người bán tin rằng các hành động của bản thân họ không có ảnh hưởng đến giá cả thị trường.

Cải tiến: áp dụng những tri thức mới vào những kỹ thuật sản xuất tốt hơn.

Cái tốt thứ nhì: kết cục hiệu quả nhất trong điều kiện không thể loại bỏ một số lệch lạc.

Cân bằng bên ngoài: số dư tài khoản vãng lai bằng không.

Cân bằng bên trong: tổng cầu bằng mức sản lượng tiềm năng.

Cân bằng dài hạn: khi giá làm cân bằng lượng cầu với tổng lượng cung của số hãng trong ngành khi mỗi hãng đang trên đường cung dài hạn và các hãng có thể tự do gia nhập và rút lui khỏi ngành.

Cân bằng Nash: mỗi người chơi lựa chọn chiến lược tốt nhất, với giả định các chiến lược mà những người chơi khác đang theo đuổi.

Cân bằng ngắn hạn: khi giá làm cân bằng lượng cầu với lượng cung của các hãng trong ngành khi mỗi hãng đang trên đường cung ngắn hạn của mình.

Cân bằng thị trường tiền tệ: khi mà số dư cung tiền thực tế bằng số dư cầu tiền thực tế.

Cân bằng tiếp tuyến: trong dài hạn, đường cầu của mỗi hãng tiếp tuyến với đường AC của nó tại mức sản lượng mà MR bằng với MC. Mỗi hãng tối đa hoá lợi nhuận nhưng chỉ đủ hoà vốn. Không có sự gia nhập cũng như rút lui khỏi thị trường.

Cầu: số lượng mà người mua mong muốn mua ở mỗi mức giá.

Cầu co giãn: hệ số co giãn của cầu theo giá nhỏ hơn -1. Lượng cầu nhạy cảm đối với giá.

Cầu co giãn đơn vị: hệ số co giãn của cầu chính xác bằng -1. Doanh thu không bị ảnh hưởng bởi giá.

Cầu không co giãn: hệ số co giãn nằm giữa -1 và 0. Lượng cầu ít nhạy cảm đối với giá.

Cầu thứ phát: cầu đối với các yếu tố sản xuất phản ánh cầu đối với sản lượng của một hãng.

Cầu tiền: là cầu nắm giữ tiền thực tế. Nó tỷ lệ thuận với thu nhập và tỷ lệ nghịch với lãi suất.

Cấu kết: thủ thuật công khai hoặc ngầm để tránh cạnh tranh.

Cấu trúc thị trường: các điều kiện cầu và chi phí ảnh hưởng đến số lượng các hãng và quy mô cạnh tranh như thế nào.

Chế độ tỷ giá hối đoái: quy tắc chính sách phản ánh cách chính phủ lựa chọn để xác định tỷ giá.

Chế độ tỷ giá thả nổi: tỷ giá ở trạng thái cân bằng mà không cần sự can thiệp của ngân hàng trung ương vào thị trường ngoại hối.

Chi phí: cái được chi tiêu cho sản xuất trong một giai đoạn.

Chi phí biến đổi: tổng chi phí thay đổi cùng với sản lượng.

Chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn (SAVC): chi phí biến đổi ngắn hạn (SVC) chia cho sản lượng.

Chi phí cận biên: phần tăng trong tổng chi phí khi sản lượng tăng 1 đơn vị.

Chi phí cận biên dài hạn: tổng chi phí dài hạn tăng nếu sản lượng tăng thêm một đơn vị.

Chi phí cận biên ngắn hạn: chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản lượng trong ngắn hạn khi một số đầu vào cố định.

Chi phí chuyển: thay đổi nhà cung cấp gây ra chi phí tăng thêm.

Chi phí cố định: tổng chi phí không thay đổi cùng với sản lượng.

Chi phí cố định trung bình ngắn hạn (SAFC): chi phí cố định ngắn hạn (SFC) chia cho sản lượng.

Chi phí cơ hội: số lượng các hàng hoá khác phải hy sinh để có thêm một đơn vị hàng hoá này.

Chi phí giữ tiền: tiền lãi phải từ bỏ khi không để của cải dưới dạng tài sản sinh lãi.

Chi phí mòn giày của lạm phát: thời gian và công sức bỏ ra thêm trong quá trình giao dịch khi chúng ta giảm thiểu mức tiền mặt thực tế được nắm giữ.

Chi phí thực đơn của lạm phát: những nguồn lực phải bỏ ra để điều chỉnh nhằm giữ giá trị thực tế không thay đổi khi lạm phát xảy ra.

Chi phí trung bình dài hạn: tổng chi phí dài hạn (LTC) chia cho mức sản lượng (Q).

Chi phí xã hội của độc quyền: thất bại trong việc tối đa hoá thặng dư xã hội.

Chi tiêu chính phủ cao hơn: vào hàng hoá, dịch vụ làm tăng sản lượng cân bằng.

Chi trả trợ cấp: trợ cấp của chính phủ như bảo hiểm xã hội, quỹ hưu trí hoặc tiền lãi từ các khoản nợ.

Chỉ số: số liệu so sánh tương đối với một giá trị cơ sở.

Chỉ số điều chỉnh GNP: tỷ số giữa GNP danh nghĩa và GNP thực tế được tính dưới dạng chỉ số.

Chia sẻ rủi ro (đa dạng hoá rủi ro): kết hợp các rủi ro độc lập hay các rủi ro tương quan âm để làm cho kết hợp này chắc chắn hơn.

Chiến lược: một kế hoạch trò chơi mô tả một người chơi phản ứng hay thay đổi như thế nào trong mỗi tình huống có thể.

Chiến lược thống trị: chiến lược tốt nhất của một người chơi bất kể các đối thủ có thực hiện chiến lược gì.

Chính sách cạnh tranh: nâng cao hiệu quả bằng việc thúc đẩy hay đảm bảo cạnh tranh.

Chính sách ngành: bù đắp các ngoại ứng ảnh hưởng đến các quyết định sản xuất của các hãng.

Chính sách ổn định: hành động của chính phủ để giữ cho mức sản lượng thực tế hướng gần về mức sản lượng tiềm năng.

Chính sách tài chính: chính sách chi tiêu và thuế khóa của chính phủ.

Chính sách tài khóa tự chủ: các quyết định về mức thuế suất và mức chi tiêu chính phủ.

Chính sách thu nhập: kiểm soát trực tiếp mức tiền lương và các loại thu nhập khác.

Chính sách thương mại: tác động đến thương mại quốc tế thông qua thuế, trợ cấp hay hạn ngạch.

Chính sách trung hòa: nghiệp vụ thị trường mở giữa nội tệ và trái phiếu trong nước nhằm bù đắp những thay đổi của cung nội tệ do việc thâm hụt hay thặng dư cán cân thanh toán gây nên. Chính sách này sẽ không có hiệu lực khi vốn vận động hoàn hảo, bởi vì khi đó các luồng vốn sẽ chu chuyển và triệt tiêu hiệu quả nghiệp vụ này.

Chu kỳ kinh doanh: biến động ngắn hạn của sản lượng xung quanh mức sản lượng xu thế.

Chu kỳ kinh doanh chính trị: xuất hiện khi các nhà chính trị kích nền kinh tế tăng trưởng mạnh hơn nhằm lấy phiếu của cử tri.

Chứng khoán chắc chắn: trái phiếu chính phủ. Chắc chắn bởi vì chính phủ sẽ không bị phá sản và từ chối trả lãi.

Công bằng theo chiều dọc: đối xử khác nhau với những người khác nhau để giảm hậu quả của những khác biệt bẩm sinh.

Công bằng theo chiều ngang: đối xử như nhau với những người giống nhau.

Công cụ tiền tệ: biến số mà ngân hàng trung ương đưa ra lựa chọn hàng ngày.

Công nhân thất vọng: bi quan về cơ hội tìm việc làm nên họ đã rời bỏ lực lượng lao động.

Công nghệ: một danh mục các kỹ thuật được biết đến.

Công ty: một tổ chức hợp pháp được phép thực hiện hoạt động sản xuất và thương mại.

Công ty đa quốc gia: các hãng hoạt động đồng thời ở nhiều quốc gia.

Cổ tức: khoản thanh toán lợi nhuận thường lệ cho các cổ đông.

Cơ chế lan truyền: của chính sách tiền tệ là con đường để chính sách này tác động tới sản lượng và việc làm.

Cơ chế Liên minh Tỷ giá: một bộ phận của hệ thống tiền tệ châu Âu. Mỗi nước sẽ cố định tỷ giá danh nghĩa với các nước thành viên của hệ thống. Cả hệ thống cùng thả nổi tỷ giá với phần còn lại của thế giới.

Cơ sở ngành: những nhà sản xuất hiện tại sẵn có cung cấp các ngoại ứng vị trí cho sản xuất của ngành.

Cung: số lượng hàng hoá mà người bán muốn bán ở mỗi mức giá có thể.

Cung tiền: giá trị khối lượng phương tiện trao đổi trong lưu thông. Thước đo hẹp nhất M0 chủ yếu là tiền mặt trong lưu thông ngoài ngân hàng. Thước đo rộng hơn M4 bao gồm tiền gửi tại các ngân hàng.

Cung tiền thực tế: cung tiền danh nghĩa M1 chia cho mức giá P.

Cú sốc cầu: thay đổi tổng cầu.

Của cải hữu hình: tư bản và đất đai.

Cử tri trung dung: người có quan điểm ở giữa đối với một vấn đề.

Dài hạn: khoảng thời gian cần thiết để nền kinh tế điều chỉnh hoàn toàn trước những thay đổi.

Dãy số thời gian: một chuỗi các đo lường về cùng một biến tại các thời điểm khác nhau.

Doanh thu: cái hãng thu được từ bán hàng trong một giai đoạn.

Doanh thu cận biên: phần tăng trong tổng doanh thu khi sản lượng tăng 1 đơn vị.

Dòng luân chuyển: các nguồn lực thực tế và các khoản thanh toán tài chính chu chuyển như thế nào giữa các hãng và hộ gia đình.

Dư cầu: khi lượng cầu vượt quá lượng cung ở mức giá hiện hành.

Dư cung: khi lượng cung vượt quá lượng cầu ở mức giá hiện hành.

Dự trữ: một số lượng tại một thời điểm.

Dự trữ giá trị: bất kỳ tài sản nào mà giá trị của nó duy trì tốt ở giai đoạn kế tiếp.

Dự trữ ngân hàng: số tiền ngân hàng giữ lại để thanh toán cho những người gửi tiền khi họ đến rút tiền.

Dự trữ ngoại hối: ngoại tệ được ngân hàng trung ương nắm giữ.

Đa dạng hoá rủi ro: kết hợp rủi ro giữa một số tài sản mà lợi tức riêng biệt của mỗi tài sản thay đổi một cách khác nhau.

Đặt giá cao điểm: phân biệt giá đối với những người sử dụng vào giờ cao điểm vì chi phí cận biên cung ứng cao hơn.

Đặt giá 2 phần: thu một mức cố định đối với một dịch vụ và giá trên một đơn vị sản phẩm phản ánh chi phí cận biên trong việc sử dụng dịch vụ.

Đầu cơ: mua một tài sản để bán lại với niềm tin rằng tổng lợi tức - lãi suất cộng với lãi vốn - vượt quá tổng lợi tức đối với tài sản khác.

Đầu tư: doanh nghiệp mua hàng tư bản mới.

Đầu tư ròng: tổng đầu tư trừ đi phần khấu hao của tư bản hiện có.

Đầu tư theo chiều rộng: duy trì mức trang bị tư bản trên mỗi công nhân hiện có cho những công nhân mới tham gia trong một nền kinh tế đang tăng trưởng.

Đầu tư theo chiều sâu: làm tăng mức trang bị tư bản tính trên mỗi công nhân cho tất cả công nhân trong một nền kinh tế đang tăng trưởng.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI): mua các công ty nước ngoài hoặc thành lập các chi nhánh nước ngoài.

Đầu vào (nhân tố sản xuất): hàng hóa, dịch vụ được dùng để sản xuất ra hàng hóa, dịch vụ khác.

Đất đai: yếu tố sản xuất mà tự nhiên cung cấp; thường được coi là có tổng số lượng cố định.

Địa lý kinh tế: sự thừa nhận rằng các ngoại ứng vị trí có ảnh hưởng đến sản xuất và tiêu dùng.

Điều chỉnh cơ cấu: theo đuổi các chính sách phía cung nhằm mục đích tăng sản lượng tiềm năng bằng cách tăng tính hiệu quả.

Điều kiện ngang bằng lãi suất: những thay đổi tỷ giá kỳ vọng bù đắp cho những chênh lệch của lãi suất của hai loại tài sản ghi theo hai loại tiền tệ khác nhau.

Điều tiết bị cám dỗ: người điều tiết dần dần đồng nhất với lợi ích của hãng mà người ấy điều tiết, trở thành người bênh vực chứ không phải giám sát hãng đó.

Điều tiết chính sách tiền tệ: thay đổi trong chính sách tiền tệ để nền kinh tế dễ dàng đối phó hơn trước các cú sốc cung.

Đồ thị điểm: minh hoạ các cặp giá trị được quan sát đồng thời của 2 biến số.

Đồ thị quạt: không chỉ cho biết kết cục có nhiều khả năng xảy ra nhất trong tương lai mà còn cho biết xác suất của các kết cục khác nhau.

Độ co giãn của cầu theo thu nhập: phần trăm thay đổi lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi tương ứng về thu nhập.

Độc quyền phân biệt giá: đặt các mức giá khác nhau cho những người khác nhau.

Độc quyền tập đoàn: một ngành có một số ít người sản xuất, mỗi người đều nhận thấy sự phụ thuộc lẫn nhau của họ.

Độc quyền tự nhiên: có chi phí trung bình giảm cho dù sản lượng tăng cao như thế nào. Nó loại bỏ tất cả các đối thủ cạnh tranh nhỏ và không lo sợ những người gia nhập mới.

Đồng sở hữu: doanh nghiệp được sở hữu bởi 2 người hay nhiều hơn, cùng chia sẻ lợi nhuận và cùng chịu trách nhiệm đối với bất kỳ khoản lỗ nào.

Đồng tiền có thể chuyển đổi: ngân hàng trung ương sẽ mua hoặc bán đồng nội tệ với số lượng bất kỳ khi có người muốn mua hoặc bán theo tỷ giá cố định.

Động cơ để phòng: giữ tiền để đáp ứng được với những tình huống ngẫu nhiên mà chúng ta không thể thấy trước.

Động cơ giao dịch: động cơ giao dịch của việc giữ tiền phản ánh thực tế rằng các khoản thu và chi không đồng bộ.

Động cơ giữ tiền: động cơ giao dịch xuất hiện khi các khoản thanh toán và thu nhập không xảy ra đồng thời; động cơ dự phòng nhằm mục đích có thể có tiền thanh toán cho những khoản chi tiêu bất thường không dự đoán trước; động cơ tài sản nhằm mục đích đa dạng hóa một danh mục có rủi ro.

Động cơ tài sản: phản ánh sự không ưa thích rủi ro. Cá nhân hy sinh tỷ lệ lợi tức cao để lựa chọn một tỷ lệ lợi tức thấp hơn nhưng an toàn hơn.

Đơn vị hạch toán: đơn vị niêm yết giá cả và lưu giữ kế toán.

Đường bàng quan: minh hoạ tất cả các kết hợp hàng hoá tiêu dùng với cùng một mức lợi ích.

Đường cầu: mối quan hệ giữa giá và lượng cầu, các yếu tố khác không đổi.

Đường cầu đầu tư: mức đầu tư mong muốn tại mỗi mức lãi suất.

Đường cầu kinh tế vĩ mô: mức lạm phát cao hơn gây ra mức sản lượng thấp hơn vì ngân hàng trung ương tăng lãi suất.

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

Đường cung: mối quan hệ giữa giá và lượng cung, các yếu tố khác không đổi.

Đường cung dài hạn: giá ảnh hưởng như thế nào đến sản lượng mong muốn; như vậy, là phần của LMC nằm phía trên đường LAC của một hãng.

Đường cung ngắn hạn: giá phản ánh mức sản lượng mong muốn như thế nào: một phần đường SMC của hãng cạnh tranh nằm phía trên đường SAVC của hãng.

Đường đồng lượng: minh hoạ các kết hợp tối thiểu của các đầu vào để sản xuất một mức sản lượng cho trước. Các điểm khác nhau trên một đường đồng lượng phản ánh các kỹ thuật sản xuất khác nhau.

Đường giới hạn khả năng sản xuất (PPF): với các nguồn lực và công nghệ cho trước, số lượng tối đa một hàng hoá có thể sản xuất, giữ cố định số lượng các hàng hoá khác.

Đường Laffer: số thuế thu được tại mỗi mức thuế suất.

Đường LM: tập hợp các mức thu nhập và lãi suất để thị trường tiền tệ cân bằng.

Đường LM nằm ngang: cung tiền được điều chỉnh để giữ lãi suất không đổi.

Đường mở rộng thu nhập: các gói hàng hoá lựa chọn thay đổi như thế nào với các mức thu nhập tiêu dùng.

Đường Phillips: đánh đổi giữa mức lạm phát cao hơn và mức thất nghiệp thấp hơn.

Đường Phillips dài hạn: thẳng đứng tại mức thất nghiệp cân bằng. Không có sự đánh đổi nào trong dài hạn.

Đường Phillips ngắn hạn: mức thất nghiệp cao hơn đi kèm với mức lạm phát thấp hơn. Chiều cao của đường Phillips ngắn hạn cho biết mức lạm phát kỳ vọng.

Đường ii: ở mức lạm phát cao hơn ngân hàng trung ương sẽ muốn có mức lãi suất thực tế cao hơn.

Đường IS: tập hợp các mức thu nhập và lãi suất để tổng cầu cân bằng với sản lượng.

Gánh nặng mất không: tổn thất thặng dư xã hội do sản xuất ở mức sản lượng không hợp lý.

Gánh nặng thuế: gánh nặng thuế cuối cùng, bao gồm tất cả các ảnh hưởng gây ra của thuế.

Giả thuyết hội tụ: một nước nghèo tăng trưởng nhanh hơn mức trung bình còn nước giàu tăng trưởng chậm hơn mức trung bình.

Giả thuyết Fisher: lạm phát cao hơn sẽ dẫn tới mức lãi suất danh nghĩa cao hơn tương ứng.

Giả thuyết thu nhập thường xuyên: tiêu dùng phản ánh mức thu nhập dài hạn hay thu nhập thường xuyên.

Giả thuyết tương đương Ricardo: cho rằng không phù hợp nếu chính phủ tài trợ cho một chương trình chi tiêu nhất định. Giảm thuế hiện tại không ảnh hưởng đến chi tiêu cá nhân nếu dưới dạng giá trị hiện tại thuế tương lai tăng lên tương ứng.

Giả thuyết vòng đời: mọi người lập kế hoạch chi tiêu trong suốt cuộc đời (và cả thừa kế cho con cái) dựa vào số thu nhập kiếm được trong cả cuộc đời (cộng với số của cải được thừa kế lúc đầu).

Gia nhập: khi các hãng mới tham gia vào một ngành.

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

Giá của tài sản: lượng tiền để có thể mua được tài sản, tạo ra cho người sở hữu luồng dịch vụ vốn tương lai từ tài sản này.

Giá đóng cửa: mức giá mà dưới nó hãng tránh thua lỗ bằng việc ngừng sản xuất.

Giá thôn tính: một hãng đưa ra giá để mua các cổ đông của một hãng khác ngay cả nếu như ban quản lý của hãng bị mua đó chống lại điều này.

Giá trị danh nghĩa: được đo lường theo giá hiện hành tại thời điểm đo lường.

Giá trị gia tăng: gia tăng giá trị hàng hóa thông qua quá trình sản xuất.

Giá trị hiện tại: giá trị hiện tại của 1£ tương lai là tổng mà nếu cho vay hôm nay sẽ tích luỹ được 1£ vào ngày đó.

Giá trị quốc tế của đồng nội tệ: số đồng ngoại tệ đổi lấy một đồng nội tệ.

Giá trị thực: điều chỉnh các giá trị danh nghĩa đối với sự thay đổi của giá.

GDP tính theo giá nhân tố: mức sản lượng trong nước đã loại bỏ thuế gián thu đánh vào hàng hóa và dịch vụ.

GDP tính theo giá thị trường: mức sản lượng trong nước có tính cả thuế gián thu đánh vào hàng hóa, dịch vụ.

Ghét rủi ro: người từ chối các trò chơi công bằng.

Giỏ hàng hoá lựa chọn: điểm mà tại đó đường bàng quan tiếp xúc với đường ngân sách.

GNP danh nghĩa: GNP theo mức giá hiện hành.

GNP thực tế (hoặc GDP thực tế): đo lường GNP (hoặc GDP) theo mức giá cố định, đã điều chỉnh lạm phát, nó cho biết số hàng hóa có thể mua được.

GNP thực tế đầu người: GNP thực tế chia tổng dân số.

Hạch toán lạm phát: chi phí, thu nhập và lợi nhuận được điều chỉnh hoàn toàn theo lạm phát.

Hàm phản ứng: các hành động tối ưu của một người chơi thay đổi như thế nào với các hành động giả định của người chơi còn lại. Cân bằng Nash tại điểm hai đường phản ứng cắt nhau.

Hàm sản xuất: tập hợp tất cả các kỹ thuật sản xuất có hiệu quả kỹ thuật; như vậy, sản lượng tối đa có thể đạt được với các số lượng đầu vào nhất định, với kiến thức kỹ thuật hiện tại.

Hàm tiêu dùng: tổng cầu tiêu dùng tại mỗi mức thu nhập khả dụng cá nhân.

Hàm tiết kiệm: tiết kiệm mong muốn ở mỗi mức thu nhập.

Hãng cạnh tranh không hoàn hảo: gặp đường cầu dốc xuống. Giá sản phẩm của nó phản ánh lượng hàng hoá nó sản xuất và bán ra.

Hãng cận biên: một hãng cận biên trong một ngành chỉ đủ hoà vốn.

Hạn ngạch: hạn mức tối đa số hàng có thể nhập khẩu.

Hàng đệm: có chức năng ổn định thị trường hàng hoá bằng việc mua khi giá thấp và bán khi giá cao.

Hàng hoá bổ sung: giá cao hơn đối với một hàng hoá làm giảm cầu đối với hàng hoá bổ sung cho nó.

Hàng hoá cá nhân: nếu một người đã tiêu dùng, thì những người khác không thể tiêu dùng nó.

Hàng hoá công cộng: một hàng hoá mà được tiêu dùng bởi tất cả các cá nhân với số lượng như nhau.

Hàng hóa cuối cùng: hàng hóa do người sử dụng cuối cùng mua.

Hàng hoá hay dịch vụ cần tiêu dùng thử: phải được thử trước khi người sử dụng biết giá trị của nó.

Hàng hoá thay thế: mức giá cao hơn đối với một hàng hoá làm tăng cầu các hàng hoá thay thế cho nó.

Hàng hoá thiết yếu: có hệ số co giãn của cầu theo thu nhập nhỏ hơn 1.

Hàng hoá thông thường: cầu tăng khi thu nhập tăng. Có hệ số co giãn của cầu theo thu nhập là dương.

Hàng hoá thứ cấp: cầu giảm khi thu nhập tăng. Có hệ số co giãn của cầu theo thu nhập là âm.

Hàng hoá tốt (khiếm khuyết): những thứ mà xã hội cho rằng tất cả mọi người nên có (không có) mặc cho một cá nhân muốn hay không muốn nó.

Hàng hóa trung gian: những hàng hóa bán thành phẩm được sử dụng làm đầu vào sản xuất cho quá trình sản xuất tiếp theo.

Hàng hoá xa xỉ: có hệ số co giãn của cầu theo thu nhập lớn hơn 1.

Hàng nhập khẩu: hàng hóa sản xuất ở nước ngoài và được bán ở trong nước.

Hàng rào gia nhập vô hại: hàng rào không do các hãng hiện trong ngành cố ý dựng lên.

Hàng rào phi thuế quan: các quy định hay thông lệ quốc gia mà phân biệt đối xử đối với hàng hoá hay công nhân từ nước ngoài.

Hàng tồn kho: hàng hóa được doanh nghiệp lưu giữ trong kho để dùng sản xuất hoặc bán trong tương lai.

Hàng xuất khẩu: được sản xuất trong nước và bán ra nước ngoài.

Hệ số beta: đo lường xem lợi tức của mỗi tài sản thay đổi bao nhiêu so với lợi tức trên toàn bộ thị trường cổ phiếu.

Hệ số co giãn của cầu theo giá (PED): thay đổi phần trăm của lượng cầu chia cho thay đổi phần trăm tương ứng của giá hàng hoá đó.

Hệ số co giãn của cầu theo giá chéo: đối với hàng hoá i theo sự thay đổi giá của hàng hoá j là phần trăm thay đổi trong lượng cầu hàng hoá i chia cho phần trăm thay đổi tương ứng trong giá hàng hoá j.

Hệ thống tài chính liên bang: các quy tắc về chi tiêu và thuế được tập trung hoá áp dụng trong các bang hay các nước thành viên.

Hệ thống tiền tệ châu Âu: hệ thống hợp tác tiền tệ và tỷ giá tại Tây Âu trong suốt thời kỳ 1979-99.

Hệ thống tiền tệ quốc tế: hình thành ra một phương tiện trao đổi cho các giao dịch quốc tế.

Hiệu quả kỹ thuật: sử dụng một kỹ thuật sản xuất để tạo ra mức sản lượng tương ứng với mức đầu vào thấp hơn.

Hiệu quả Pareto: với thị hiếu, các nguồn lực và công nghệ cho trước, một sự phân bổ là hiệu quả nếu không có một sự phân bổ khả thi nào khác làm cho một số người tốt lên và không có người nào bị thiệt.

Hiệu quả sản xuất: sản lượng nhiều hơn của một hàng hoá chỉ có thể đạt được bằng việc hy sinh sản lượng của các hàng hoá khác.

Hiệu suất không đổi theo quy mô: chi phí trung bình dài hạn không thay đổi khi sản lượng thay đổi.

Hoạt động thị trường mở: ngân hàng trung ương mua bán các chứng khoán tài chính để đổi lấy tiền mặt nhằm mục đích thay đổi lượng tiền cơ sở.

Hoảng loạn tài chính: một tiên đoán. Tin rằng một ngân hàng sẽ không có khả năng chi trả, mọi người vội vã rút tiền làm cho ngân hàng đó đi đến phá sản.

Hợp đồng đóng: một hợp đồng thoả thuận mà trong đó các công nhân của một hãng phải là thành viên của nghiệp đoàn.

Hớt váng: ngăn chặn sự gia nhập vào những phần có lợi nhuận của hoạt động kinh doanh, làm giảm tính kinh tế của quy mô ở phần khác.

Kẻ ăn không: một người không thể bị loại trừ khỏi việc tiêu dùng một hàng hoá, như vậy người đó không có động cơ để mua hàng hoá đó.

Khả năng thanh toán của chính phủ: giá trị hiện tại của doanh thu thuế tương lai và hiện tại ít nhất bằng với giá trị hiện tại của chi tiêu tương lai và hiện tại cộng với nợ ròng ban đầu.

Khấu hao: giảm giá trị tư bản trong một thời kỳ do việc sử dụng tư bản hoặc tư bản trở nên lỗi thời.

Khoảng cách sản lượng: mức chênh lệch giữa sản lượng thực tế và sản lượng tiềm năng.

Khu vực tiền tệ tối ưu: một nhóm các quốc gia sẽ có lợi khi dùng một đồng tiền chung hơn là khi sử dụng đồng tiền riêng của nước mình.

Không tương thích kỹ năng: xảy ra nếu các kỹ năng mà các hãng yêu cầu khác với các kỹ năng mà lực lượng lao động có.

Kiểm soát công ty: người kiểm soát hãng trong các tình huống khác nhau.

Kiểm soát giá: các quy tắc của chính phủ quy định giá trần hay giá sàn.

Kiểm soát vốn: ngăn cấm hoặc hạn chế, hoặc đánh thuế các luồng vốn chu chuyển giữa các đồng tiền ở khu vực tư nhân.

Kinh doanh cá thể (doanh nghiệp một chủ): doanh nghiệp do một cá nhân sở hữu.

Kinh tế chính trị: sự nghiên cứu xem các chính phủ ra quyết định như thế nào.

Kinh tế học: nghiên cứu cách thức xã hội đưa ra quyết định sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai.

Kinh tế học chuẩn tắc: các khuyến nghị và quan điểm được dựa trên các nhận định và đánh giá chủ quan.

Kinh tế lượng: sử dụng thống kê toán để định lượng các mối quan hệ trong dữ liệu kinh tế.

Kinh tế mở: một quốc gia có mối quan hệ thương mại và tài chính quan trọng với các quốc gia khác.

Kinh tế học phúc lợi: đánh giá chuẩn tắc về việc nền kinh tế hoạt động tốt như thế nào.

Kinh tế học thực chứng: giải thích khách quan hay khoa học về cách thức vận động của nền kinh tế.

Kinh tế học trọng cung: phân tích thuế và các kích thích khác tác động ra sao tới sản lượng khi nền kinh tế ở mức toàn dụng nguồn lực.

Kinh tế học vi mô: cách xử lý cụ thể đối với các quyết định cá nhân về các hàng hoá cụ thể.

Kinh tế học vĩ mô: nghiên cứu nền kinh tế như một hệ thống, nhấn mạnh tới mối tương tác của các bộ phận khác nhau.

Kinh tế học vĩ mô cổ điển mới: dựa trên nguyên tắc đồng thời về cân bằng thị trường nhanh và kỳ vọng hợp lý.

Kinh tế học vĩ mô trong nền kinh tế mở: một nền kinh tế bị ảnh hưởng như thế nào bởi các mối liên kết với các quốc gia khác thông qua thương mại, tỷ giá hối đoái và các luồng vốn.

Kỳ vọng hợp lý: tính trung bình thì mọi người dự đoán tương lai một cách chính xác.

Kỳ vọng ngoại sinh: không được giải thích bằng mô hình, chúng ta chỉ đơn giản gán cho nó giá trị như vậy.

Kỳ vọng ngoại suy: giả sử rằng tương lai là sự kế thừa từ quá khứ.

Kỹ thuật: một cách kết hợp cụ thể các đầu vào để sản xuất đầu ra.

Lãi (lỗ) vốn: tăng (giảm) giá tài sản được nắm giữ.

Lãi suất danh nghĩa: số bảng thu về thực tế khi cho vay 1£ trong một năm.

Lãi suất thực tế: mức lợi tức của một khoản cho vay đã được điều chỉnh theo lạm phát, nó cho biết số hàng hóa có thể mua thêm nếu chúng ta tạm hoãn tiêu dùng.

Lạm phát công bố: lạm phát trên thực tế, tốc độ tăng trong chỉ số giá bán lẻ RPI.

Lạm phát cơ sở: tốc độ tăng của RPIX, là chỉ số giá bán lẻ bỏ qua ảnh hưởng của lãi suất cầm cố đối với giá sinh hoạt.

Lạm phát mục tiêu linh hoạt: ngân hàng trung ương theo đuổi mức lạm phát mục tiêu trong trung hạn, tuy nhiên ngân hàng được quyền tự chủ về thời gian thực hiện. Nó cho phép ổn định hoàn toàn trước các cú sốc cầu và ổn định một phần trước các cú sốc cung.

Lạm phát thuần nhất: giá của hàng hóa và đầu vào tăng cùng một tỷ lệ.

Lập hàng rào ngăn cản rủi ro tỷ giá: sử dụng thị trường giao sau để chuyển dịch rủi ro sang người khác.

Lập trường tài chính: tác động của chính sách tài chính tới cầu và sản lượng.

Lệch lạc (thất bại thị trường): cứ khi nào lợi ích cận biên và chi phí cận biên của xã hội khác nhau.

Liên minh chiến lược: một kết hợp vì hợp tác và cạnh tranh trong đó một nhóm những người cung ứng cung cấp hàng loạt các sản phẩm bổ sung cho nhau.

Liên minh tiền tệ: một cam kết về các tỷ giá hối đoái cố định, một thị trường tài chính hội nhập và một ngân hàng trung ương chung quy định mức lãi suất chung cho liên minh.

Lợi nhuận: doanh thu trừ chi phí.

Lợi nhuận bình thường: lợi nhuận kinh tế bằng 0, cho phép bù đắp tất cả các chi phí cơ hội.

Lợi nhuận để lại: phần lợi nhuận sau thuế tái đầu tư vào kinh doanh.

Lợi ích cận biên: của một hàng hoá là phần tăng lên của tổng lợi ích do tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hoá đó, với số lượng tiêu dùng các hàng hoá khác cho trước.

Lợi ích cận biên giảm dần: mỗi đơn vị tiêu dùng thêm, với mức tiêu dùng các mặt hàng khác không đổi, chỉ bổ sung một lượng ít hơn vào tổng lượng lợi ích.

Lợi thế người đi trước: người chơi đi trước đạt được kết quả tốt hơn so với khi các quyết định là đồng thời.

Lợi thế so sánh: một nước có thể sản xuất một loại hàng hóa rẻ tương đối so với sản xuất những loại hàng hóa khác, bất kể nó có lợi thế tuyệt đối hay không.

Lợi thế tuyệt đối: một quốc gia là nhà sản xuất hàng hoá đó với chi phí thấp nhất.

Luật ổn định tài chính: gắn chính phủ Anh vào một mục tiêu trung hạn đối với việc tài trợ cho tất cả các khoản chi tiêu chính phủ hiện tại ra ngoài các khoản thu hiện tại; trong giai đoạn này vay nợ chỉ dùng để tài trợ cho đầu tư.

Luồng (dòng): là luồng các tài khoản được đo lường trong một giai đoạn nhất định.

Luồng tiền mặt: lượng tiền ròng thực sự được nhận trong suốt thời kỳ.

Lựa chọn ngược: việc sử dụng thông tin bên trong để chấp nhận hay bác bỏ một hợp đồng; như vậy, các khách hàng không phải là một mẫu trung bình của tổng thể.

Lực lượng lao động: tất cả mọi người đang làm việc hoặc đăng ký tìm việc.

Lượng tiền cơ sở: lượng tiền mặt trong lưu thông ở khu vực tư nhân cộng với lượng tiền mà hệ thống ngân hàng nắm giữ.

Lý thuyết chu kỳ kinh doanh thực tế: giải thích chu kỳ là những biến động của chính bản thân sản lượng tiềm năng.

Lý thuyết số lượng tiền tệ: những thay đổi trong lượng tiền danh nghĩa sẽ dẫn tới những thay đổi tương ứng của mức giá (và mức lương danh nghĩa) nhưng lại không có tác động nào tới sản lượng và việc làm.

Mất giá của tỷ giá: giảm giá trị quốc tế của một đồng tiền.

Mệnh đề tăng trưởng bằng không: vì GNP cao hơn sẽ gây ra những chi phí về môi trường nên tốt nhất là hãy để tăng trưởng của GNP bằng không.

Mệnh giá: tỷ giá hối đoái mà chính phủ thống nhất phòng thủ.

Mô hình (hay lý thuyết): một tập hợp các giả định mà từ đó hành vi được suy ra; một sự đơn giản hoá thực tế có cân nhắc.

Mô hình Bertrand: mỗi hãng coi giá của hãng kia là cho trước.

Mô hình cổ điển: trong kinh tế học vĩ mô giả định rằng tiền lương và giá cả là hoàn toàn linh hoạt.

Mô hình Cournot: mỗi hãng coi sản lượng của hãng kia là cho trước.

Mô hình gia tốc đầu tư: các doanh nghiệp dự đoán mức sản lượng và lợi nhuận tương lai bằng cách ngoại suy từ mức tăng trưởng sản lượng trong thời kỳ trước. Một mức tăng trưởng sản lượng không đổi sẽ dẫn tới mức đầu tư không đổi. Tốc độ tăng trưởng sản lượng phải tăng mới làm tăng mức đầu tư dự kiến.

Mô hình Stackelberg: một hãng với lợi thế đi trước có thể suy luận các hành động của nó khiến cho các đối thủ hành động tương ứng như thế nào.

Mối đe dọa đáng tin cậy: một mối đe dọa, sau khi diễn ra sự thực, nó vẫn là tối ưu để tiến hành.

Mục tiêu lạm phát: lãi suất được ngân hàng trung ương điều chỉnh nhằm duy trì tỷ lệ lạm phát nằm trong một biên độ hẹp.

Mục tiêu tiền tệ: điều chỉnh lãi suất để giữ cho khối lượng tiền danh nghĩa đi theo một tiến trình nhất định.

Mục tiêu trung gian: một chỉ báo quan trọng được sử dụng để đưa ra các quyết định lãi suất.

Mức giá chung: giá trung bình của hàng hóa và dịch vụ.

Mức sản lượng cân bằng ngắn hạn: mức sản lượng mà tổng cầu cân bằng với mức sản lượng được sản xuất ra, khi mà tiền lương và giá cả cố định.

Mức sản lượng tiềm năng: mức sản lượng khi toàn bộ đầu vào được sử dụng trọn vẹn. Đó là mức sản lượng cân bằng dài hạn.

Mức sản lượng tự nhiên: mức sản lượng cân bằng dài hạn.

Mức thất nghiệp cân bằng (cũng là tỷ lệ thất nghiệp tự nhiên): là tỷ lệ thất nghiệp khi mà thị trường lao động ở trạng thái cân bằng.

Neo danh nghĩa: cuối cùng sẽ quyết định giá trị của các biến danh nghĩa khác. Yếu tố thị trường sẽ quyết định các biến thực tế.

Nêm thuế: chênh lệch giữa giá phải trả của người mua và giá nhận được của người bán.

Nền kinh tế hàng đổi hàng: không có phương tiện trao đổi. Hàng hóa được trao đổi trực tiếp với nhau.

Nền kinh tế hỗn hợp: là nền kinh tế mà các vấn đề kinh tế được cả chính phủ và khu vực tư nhân cùng tham gia giải quyết.

Nền kinh tế mệnh lệnh: nhà nước lập kế hoạch cho việc sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai. Các hướng dẫn chi tiết sẽ được đưa tới từng hộ gia đình, doanh nghiệp và công nhân.

Ngăn chặn gia nhập chiến lược: hành vi của các hãng trong ngành để cản trở sự gia nhập.

Ngân hàng thương mại: trung gian tài chính được cấp phép nhận tiền gửi và cho vay, trong đó có cả tiền gửi có thể viết séc.

Ngân hàng trung ương: ngân hàng của chính phủ và của các ngân hàng. Nó cũng làm nhiệm vụ quản lý tiền tệ.

Ngân sách: các kế hoạch chi tiêu và doanh thu của một cá nhân, một công ty hay chính phủ.

Ngân sách có điều chỉnh theo lạm phát: sử dụng lãi suất thực tế chứ không phải lãi suất danh nghĩa để tính các khoản chi trả lãi từ nợ của chính phủ.

Ngân sách cơ cấu: ngân sách sẽ là bao nhiêu nếu sản lượng ở mức tiềm năng.

Ngành lâu đời: những ngành của quá khứ, hiện tại đang trong tình trạng suy giảm dài hạn.

Ngành non trẻ: ngành mới hình thành của tương lai.

Nghiên cứu và triển khai (R&D): quá trình phát minh và sáng tạo ra các công trình và chúng có giá trị về mặt thương mại.

Nghịch lý tiết kiệm: một sự thay đổi trong số lượng mà các hộ gia đình mong muốn tiết kiệm ở mỗi mức thu nhập dẫn đến sự thay đổi trong thu nhập cân bằng, nhưng không thay đổi tiết kiệm cân bằng, nó vẫn bằng với đầu tư dự kiến.

Ngoại ứng: hoạt động sản xuất hay tiêu dùng của một người tác động đến sản xuất hay tiêu dùng của những người khác.

Ngoại ứng mạng lưới: một thành viên tăng thêm của mạng lưới làm lợi cho những người đã ở trong mạng lưới đó.

Ngoại ứng vị trí: khi chi phí của một hãng bị ảnh hưởng bởi các hãng bên cạnh, hay chi phí của một người tiêu dùng cũng phụ thuộc vào những người cung ứng kế bên.

Nguồn lực có thể tái tạo: có thể được sử dụng lại nếu không bị khai thác quá mức.

Nguồn lực khan hiếm: một nguồn lực mà cầu tại mức giá bằng 0 vượt quá cung sẵn có.

Nguồn lực không thể tái tạo: chỉ được sử dụng một lần.

Nguyên tắc đặt mục tiêu: cách thức hiệu quả nhất để đạt được một mục tiêu nhất định là sử dụng một chính sách tác động đến hành động đó một cách trực tiếp.

Nguyên tắc lợi ích: người được hưởng nhiều lợi ích nhất từ chi tiêu công cộng phải nộp nhiều thuế nhất.

Người cho vay cứu trợ cuối cùng: khoản cho vay của ngân hàng trung ương tới các ngân hàng thương mại khi ngân hàng thương mại gặp phải xáo trộn tài chính.

Người ngoài cuộc: những người không có việc và không được đại diện trong cuộc đàm phán mức tiền lương.

Người thích rủi ro: cá cược ngay cả khi khả năng là không có lợi.

Người trong cuộc: những người có việc và đang đại diện để đàm phán lương.

Nhà đầu cơ: một người mà nắm giữ tạm thời một tài sản với hy vọng tìm kiếm lãi vốn.

Nhà độc quyền bán: người bán duy nhất hay người bán tiềm năng duy nhất trong ngành.

Nhóm tiền tệ: một cam kết đơn phương để cố định tỷ giá hối đoái bằng việc từ bỏ sự độc lập về tiền tệ. Cung tiền thay đổi chỉ vì cán cân thanh toán thặng dư hay thâm hụt.

Nợ quốc gia: tổng khối lượng nợ hiện có của chính phủ.

Phá giá (nâng giá): giảm (tăng) mức tỷ giá cố định.

Phái Keynes trung dung (ôn hoà): tin rằng nền kinh tế cuối cùng sẽ điều chỉnh về mức toàn dụng nhân công, tuy nhiên tiền lương và giá cả sẽ không điều chỉnh ngay và phải mất một vài năm mới đạt tới trạng thái này.

Phái tiền tệ trung dung: tin rằng mức toàn dụng nhân công sẽ được phục hồi trong vòng vài năm, vì vậy ảnh hưởng chính của việc tăng cung tiền chỉ đơn giản là làm tăng giá.

Phát minh: khám phá ra kiến thức mới và tốt hơn.

Phân biệt đối xử: đối xử khác nhau với mọi người có những đặc tính giống nhau.

Phân bổ nguồn lực: một sự mô tả hoàn chỉnh về việc ai làm gì và ai được gì.

Phân bổ tốt nhất: là hiệu quả tối ưu. Tốt nhất loại bỏ hoàn toàn các lệch lạc.

Phân phối thu nhập: tổng thu nhập được phân chia như thế nào giữa các nhóm hay các cá nhân khác nhau.

Phân phối thu nhập cá nhân: phân chia thu nhập quốc dân cho các cá nhân không phụ thuộc vào các dịch vụ yếu tố mà thu nhập thu được từ chúng.

Phân phối thu nhập theo nhân tố: việc phân chia thu nhập quốc dân cho các loại nhân tố sản xuất.

Phân tích so sánh tĩnh: xem xét tác động tới trạng thái cân bằng khi các điều kiện thay đổi.

Phần dư Solow: phần tăng trưởng sản lượng không phải do tăng trưởng đầu vào.

Phần trăm ngân sách: giá của một hàng hoá nhân với lượng cầu, chia cho tổng chi tiêu tiêu dùng.

Phiên bản hoá: sự sáng tạo có chủ tâm của những số lượng khác nhau để thuận tiện cho phân biệt giá.

Phòng thương mại công bằng: có trách nhiệm bảo vệ và thúc đẩy lợi ích của người tiêu dùng, đảm bảo kinh doanh công bằng và mang tính cạnh tranh.

Phối hợp chính sách: các quyết định đồng thời khi 2 quốc gia phụ thuộc nhau có lưu lượng hàng lớn qua biên giới.

Phương tiện trao đổi: những thứ được chấp nhận khi thanh toán rồi sau đó được tái sử dụng để thanh toán cho những thứ khác.

Quá tải thông tin: phát sinh khi rất tốn kém để xử lý một số lượng quá lớn thông tin sẵn có. Các thiết bị sàng lọc lúc đó rất có giá trị.

Quản lý cầu: sử dụng chính sách tiền tệ và tài khóa để ổn định sản lượng gần với mức sản lượng tiềm năng.

Quốc hữu hoá: khu vực quốc doanh thôn tính các công ty tư nhân.

Quy luật hành vi: một mối quan hệ lý thuyết quan sát được không bị bác bỏ bằng bằng chứng thực nghiệm qua một giai đoạn dài.

Quy luật hiệu suất giảm dần: giữ tất cả các đầu vào không đổi ngoại trừ một đầu vào, lần lượt gia tăng một số

lượng đều nhau của đầu vào thay đổi đó chắc chắn làm giảm sản phẩm cận biên của đầu vào đó.

Quy luật lợi thế so sánh: các nước chuyên môn hoá sản xuất và xuất khẩu những hàng hoá mà họ sản xuất ở mức chi phí thấp hơn tương đối so với các nước khác.

Quy mô hiệu quả tối thiểu (MES): mức sản lượng thấp nhất mà tại đó đường LAC đạt cực tiểu.

Quy tắc chính sách tiền tệ: ngân hàng trung ương điều chỉnh lãi suất ra sao để phản ứng lại với những thay đổi trong các biến kinh tế khác.

Quyền sở hữu: sức mạnh về kiểm soát các phần dôi dư, bao gồm cả quyền được đền bù các ngoại ứng.

Quyết định sản lượng ngắn hạn: cung sản lượng tại mức MR = SMC, giá bù đắp chi phí biến đổi trung bình ngắn hạn tại mức sản lượng đó. Nếu không hãng sẽ không sản xuất.

Rà soát: tìm kiếm thông tin bên trong qua việc quan sát những khác biệt hành vi.

Ràng buộc ngân sách: các kết hợp hàng hoá khác nhau mà người tiêu dùng đáp ứng được.

Rò rỉ: sự rò rỉ từ dòng luân chuyển là tiền không được tái chu chuyển từ các hộ gia đình đến các hãng.

Rủi ro đạo đức: sử dụng thông tin nội bộ để lợi dụng đối tác khác trong hợp đồng.

Rút lui: khi các hãng trong ngành ra khỏi ngành.

Sai lầm của luận cứ: cái là đúng với một người có thể không đúng với tất cả mọi người và ngược lại.

San sẻ rủi ro: làm giảm phần đóng góp cá nhân để làm cho ác cảm với rủi ro ít quan trọng hơn.

Sản lượng do tổng cầu quyết định: bởi vì các thị trường trao đổi theo mức cung hoặc cầu nhỏ hơn nên sản lượng sẽ được quyết định bởi tổng cầu khi mà có hiện tượng dư cung và tiền lương với giá cả còn phải điều chỉnh để khôi phục lại trạng thái cân bằng dài hạn. Sản lượng khi đó chỉ phụ thuộc vào tổng cầu.

Sản lượng độc quyền: được lựa chọn để cân bằng chi phí cận biên và doanh thu cận biên.

Sản phẩm cận biên: của một yếu tố biến đổi là sản lượng tăng thêm khi sử dụng thêm 1 đơn vị yếu tố đó, giữ cố định các yếu tố khác.

Sản phẩm cận biên của lao động: tổng sản lượng tăng thêm khi sử dụng thêm một công nhân, với các đầu vào khác không đổi.

Sản phẩm cơ bản: hàng hoá nông nghiệp và khoáng sản, mà sản lượng của nó phụ thuộc chủ yếu vào đầu vào đất đai.

Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động: doanh thu tăng thêm do bán thêm số lượng hàng hoá mà một đơn vị lao động sử dụng thêm cho phép, giả định rằng giá sản phẩm sẽ giảm.

Sản phẩm điện tử: có thể được số hoá sau đó được truyền dẫn một cách nhanh chóng, chính xác và chi phí thấp.

Sản phẩm giá trị cận biên của lao động: doanh thu tăng thêm do bán số lượng sản phẩm được tạo ra bởi việc thuê thêm một công nhân khi giá của sản phẩm cho trước.

Sản phẩm giá trị cận biên của vốn: giá trị sản lượng tăng thêm của một hãng do sử dụng thêm một đơn vị dịch vụ vốn, tất cả các đầu vào khác cố định.

Sáp nhập: liên minh tự nguyện giữa 2 hãng mà cho rằng họ sẽ làm tốt hơn nếu cùng nhau.

Sáp nhập khối: liên minh 2 hãng mà hoạt động sản xuất của chúng không có liên quan với nhau.

Sáp nhập theo chiều dọc: liên minh 2 hãng tại các giai đoạn sản xuất khác nhau trong cùng một ngành.

Sáp nhập theo chiều ngang: liên minh 2 hãng có cùng giai đoạn sản xuất trong cùng một ngành.

Siêu lạm phát: thời kỳ lạm phát rất cao.

Siêu lợi nhuận: lợi nhuận kinh tế thuần tuý sau khi đo lường tất cả các chi phí một cách chính xác.

Số liệu: những thứ được thu thập như nó có; các phần bằng chứng về hành vi kinh tế.

Số liệu chéo: tại một thời điểm, cách thức mà một biến số kinh tế thay đổi khác nhau giữa các cá nhân hay các nhóm khác nhau.

Số nhân: tỷ số giữa mức thay đổi của sản lượng cân bằng với sự thay đổi trong chi tiêu tự định mà gây ra sự thay đổi của sản lượng cân bằng.

Số nhân cân bằng ngân sách: tăng đồng thời chi tiêu chính phủ và thuế cùng một lượng như nhau sẽ làm tăng sản lượng.

Số nhân tiền: tỷ số giữa cung tiền và lượng tiền cơ sở.

Sốc cung: một cú sốc cung dài hạn tác động đến thất nghiệp cân bằng và sản lượng tiềm năng. Một cú sốc cung ngắn hạn sẽ không tác động đến các giá trị dài hạn, nhưng làm dịch chuyển đường Phillips ngắn hạn và đường tổng cung ngắn hạn.

Sở hữu trí tuệ (bằng sáng chế, bản quyền): thừa nhận việc một người sáng tạo ra một tri thức mới được quyền sở hữu tri thức đó như một tài sản và dùng tài sản đó để tạo ra thu nhập trong một khoảng thời gian.

Sự dàn trải của lãi suất: sự vượt quá của lãi suất tiền vay vượt quá lãi suất tiền gửi.

Sức mạnh độc quyền bán: giá vượt quá chi phí cận biên là thước đo sức mạnh độc quyền bán.

Sức mạnh độc quyền mua: với đường cung yếu tố dốc lên, một hãng phải đưa ra mức giá yếu tố cao hơn để thu hút nhiều yếu tố hơn. Chi phí cận biên của yếu tố đó vượt quá giá của yếu tố, vì hãng đó làm tăng giá trả cho các yếu tố đã được sử dụng.

Sức mạnh nghiệp đoàn: được thể hiện bằng khả năng của công đoàn trong việc liên kết nhằm làm giảm số việc làm, qua đó tăng lương nhưng cũng sẽ làm giảm số việc làm.

Sức mua của đồng tiền: chỉ số phản ánh số lượng hàng hóa có thể mua được bằng 1£.

Suy thoái kèm lạm phát: mức lạm phát cao và mức thất nghiệp cao xảy ra do cú sốc cung bất lợi.

Tác động của cải: sự dịch chuyển của hàm tiêu dùng khi của cải của hộ gia đình thay đổi.

Tài chính công ty: các hãng tài trợ cho các hoạt động của mình như thế nào.

Tài khoản tài chính: tài khoản tài chính trong cán cân thanh toán ghi lại các giao dịch mua bán quốc tế các tài sản tài chính.

Tài khoản vãng lai: trong cán cân thanh toán ghi lại các luồng chu chuyển hàng hóa, dịch vụ và các khoản chuyển giao quốc tế.

Tài khoản vốn: tài khoản vốn trong cán cân thanh toán ghi lại các nghiệp vụ mua bán các tài sản tài chính.

Tài sản ròng: tài sản mà hãng sở hữu trừ đi nợ của nó.

Tái sắp xếp nợ: một thoả thuận mới với những chủ nợ cũ để trả cho họ ít hơn ở mỗi thời kỳ nhưng thời gian chi trả kéo dài hơn.

Tăng giá (của tỷ giá): tăng giá trị quốc tế của một đồng tiền.

Tăng trưởng dựa vào xuất khẩu: nhấn mạnh tới tăng trưởng sản lượng và thu nhập thông qua xuất khẩu mà không phải thông qua thay thế hàng nhập khẩu.

Tăng trưởng kinh tế: tăng thu nhập thực tế hay sản lượng thực tế hay GNP.

Tăng trưởng nội sinh: tỷ lệ tăng trưởng tại trạng thái dừng chịu ảnh hưởng của hành vi kinh tế và chính sách kinh tế.

Tấn công đầu cơ: một luồng vốn ra lớn mà có thể gây ra áp lực thay đổi chính sách.

Thả nổi có quản lý: ngân hàng trung ương can thiệp vào thị trường ngoại hối để làm giảm bớt mức độ biến động và điều chỉnh tỷ giá thay đổi theo hướng mong muốn.

Thay đổi mang tính chiến lược: ảnh hưởng đến sự lựa chọn của người khác, theo cách có lợi cho bạn, bằng việc tác động đến kỳ vọng của người khác về việc bạn sẽ hành động như thế nào.

Thay đổi phần trăm: thay đổi thực tế chia cho số gốc, nhân với 100%.

Thay thế nhập khẩu: sản xuất trong nước để thay thế hàng nhập khẩu dưới sự bảo hộ của mức thuế nhập khẩu cao và hạn ngạch nhập khẩu.

Thặng dư sản xuất (lợi nhuận): doanh thu vượt quá tổng chi phí.

Thặng dư (thâm hụt) thương mại: xuất khẩu ròng dương (âm).

Thặng dư tiêu dùng: phần dư của lợi ích tiêu dùng so với chi tiêu.

Thâm hụt (thặng dư) ngân sách: mức chi tiêu vượt quá (thấp hơn) nguồn thu ngân sách của chính phủ.

Thất nghiệp cổ điển: xảy ra khi tiền lương được giữ ở mức cao hơn lương cân bằng.

Thất nghiệp cơ cấu: phản ánh sự không tương thích giữa các kỹ năng và cơ hội việc làm khi khuôn mẫu cung cầu thay đổi.

Thất nghiệp do thiếu cầu: xảy ra khi sản lượng thấp hơn mức sản lượng tiềm năng.

Thất nghiệp không tự nguyện: khi người lao động muốn làm việc tại mức lương hiện tại nhưng không thể tìm được việc.

Thất nghiệp tạm thời: mức thất nghiệp tối thiểu không thể loại bỏ trong một xã hội luôn vận động.

Thất nghiệp tự nguyện: khi tại một mức lương nhất định, một công nhân mong muốn trở thành thành viên của lực lượng lao động nhưng chưa mong muốn chấp nhận một công việc.

Thị trường: hài hoà các quyết định sản lượng của người mua và người bán thông qua điều chỉnh giá.

Thị trường chung: một thị trường không bị phân đoạn bằng những điều tiết, thuế quốc gia hay những thông lệ không chính thức.

Thu nhập chuyển giao: của một yếu tố trong một mục đích sử dụng cụ thể là khoản thanh toán tối thiểu cần thiết để làm cho yếu tố đó được sử dụng trong công việc này.

Thị trường giao ngay: các hợp đồng giao dịch giao hàng và thanh toán ngay lập tức.

Thị trường giao sau: các giao dịch trong các hợp đồng được ký kết hôm nay cho việc giao hàng tại một thời điểm nhất định trong tương lai với mức giá thống nhất hôm nay.

Thị trường ngoại hối: mua bán đồng tiền của các quốc gia.

Thị trường tài sản hiệu quả: đã kết hợp một cách khôn khéo các thông tin hiện có trong giá các tài sản.

Thị trường tự do: các thị trường mà chính phủ cho phép giá cả được xác định bởi cung và cầu.

Thị trường tự do gia nhập: có sự tự do gia nhập và rút lui khỏi thị trường.

Thoái lui chi tiêu tư nhân: tác động tới tổng cầu làm thoái lui một phần chi tiêu tư nhân. Mức sản lượng cao hơn làm tăng lãi suất và làm suy giảm bớt ảnh hưởng mở rộng tổng cầu.

Thoát khỏi việc giữ tiền: sự sụp đổ trong cầu về tiền mặt thực tế khi lạm phát cao và lãi suất danh nghĩa cao làm cho chi phí giữ tiền trở nên rất tốn kém.

Thu nhập khả dụng cá nhân: thu nhập mà hộ gia đình nhận được từ doanh nghiệp cộng với khoản trợ cấp từ chính phủ và trừ đi số thuế trực thu nộp cho chính phủ. Do vậy, đó chính là thu nhập ròng mà hộ gia đình có thể dùng để chi tiêu hoặc tiết kiệm.

Thu nhập quốc dân: sản phẩm quốc dân ròng của một nền kinh tế, được tính bằng cách lấy GNP theo giá nhân tố trừ đi khấu hao.

Thu nhập quốc dân: sản phẩm quốc dân ròng của một nền kinh tế, được tính bằng cách lấy GNP trừ đi khoản khấu hao theo giá gốc.

Thuế đúc tiền: nguồn thu thực tế của chính phủ do chính phủ có quyền in tiền.

Thuế gián thu: thuế đánh vào chi tiêu và sản xuất.

Thuế lạm phát: tác động của lạm phát làm tăng số ngân sách thu thực tế của chính phủ thông qua việc làm giảm giá trị thực tế của khoản nợ danh nghĩa của chính phủ.

Thuế lũy thoái: thuế suất trung bình giảm khi thu nhập tăng.

Thuế luỹ tiến: phản ánh nguyên tắc về khả năng chi trả; thuế suất trung bình tăng cùng với mức thu nhập.

Thuế nhập khẩu: thuế đánh vào hàng nhập khẩu.

Thuế quan tối ưu: khi nhập khẩu ảnh hưởng đến giá thế giới, thuế quan này làm giảm nhập khẩu tới mức mà chi phí xã hội cận biên bằng với lợi ích xã hội cận biên.

Thuế ròng: thuế trừ đi các khoản chuyển giao.

Thuế suất cận biên: tỷ lệ của mỗi bảng thu nhập tăng thêm phải nộp thuế.

Thuế suất trung bình: phần tổng thu nhập được dùng để nộp thuế.

Thuế Tobin: khoản thuế nhỏ đánh vào các giao dịch chu chuyển vốn.

Thuế trực thu: thuế đánh vào thu nhập và của cải.

Thương mại nội ngành: thương mại hai chiều một số loại hàng hóa được sản xuất ra trong cùng một ngành.

Tiền: bất kỳ phương tiện thanh toán nào được mọi người thừa nhận để trao đổi hàng hoá hay thanh toán nợ. Nó là phương tiện trao đổi.

Tiền cần thiết cho thuê vốn: chi bù đắp chi phí cơ hội của việc sở hữu tài sản.

Tiền dưới dạng giấy nợ: phương tiện trao đổi dựa trên nợ của các hãng tư nhân hoặc các cá nhân.

Tiền gửi có kỳ hạn: trả mức lãi suất cao hơn nhưng yêu cầu phải báo trước một thời gian trước khi rút tiền.

Tiền gửi không kỳ hạn: tiền gửi không kỳ hạn có thể rút mà không cần thông báo trước.

Tiền lương hiệu quả: tiền lương cao làm tăng năng suất thông qua các hiệu ứng kích thích.

Tiền mặt: tiền giấy và tiền xu - những loại tài sản không trả lãi. Đây là những loại tài sản có tính thanh khoản cao nhất.

Tiền quy ước: một phương tiện thanh toán mà trị giá như tiền vượt quá chi phí sản xuất hay giá trị trong bất kỳ mục đích sử dụng nào khác.

Tiền thuê tư bản: chi phí để được sử dụng dịch vụ tư bản.

Tiến bộ công nghệ mở rộng lao động: làm tăng cung lao động hiệu quả.

Tiến bộ kỹ thuật: một kỹ thuật mới cho phép sản xuất mức sản lượng như trước nhưng với mức đầu vào ít hơn.

Tiến trình trạng thái dừng: dọc theo tiến trình này, các biến thực tế tăng trưởng theo cùng một tốc độ; do vậy tỷ số giữa các biến thực tế sẽ không thay đổi.

Tiến trình xu thế của sản lượng: tiến trình của sản lượng dài hạn sau khi đã làm trơn các biến động ngắn hạn.

Tiết kiệm: thu nhập hiện tại trừ đi chi tiêu hiện tại.

Tiêu chuẩn Maastricht (đối với việc gia nhập EMU): một quốc gia phải đạt được lạm phát thấp và chính sách tài chính lành mạnh.

Tính kinh tế theo quy mô (hiệu suất tăng dần theo quy mô): chi phí trung bình dài hạn giảm khi sản lượng tăng.

Tính ngang giá sức mua (PPP): tiến trình của tỷ giá danh nghĩa để duy trì cho tỷ giá thực tế không thay đổi. Những thay đổi của tỷ giá danh nghĩa sẽ bù đắp những sai lệch về lạm phát giữa các quốc gia.

Tính phi kinh tế theo quy mô (hiệu suất giảm theo quy mô): chi phí trung bình dài hạn tăng khi sản lượng tăng.

Tính thanh khoản: khả năng chuyển một tài sản thành tiền với chi phí rẻ, nhanh và chắc chắn.

Tính tự chủ kinh tế: sức mạnh của chính phủ trong việc đưa ra quyết định độc lập với các quyết định của các chính phủ nước khác.

Tính tự chủ tiền tệ: bị suy giảm trong điều kiện vốn vận động hoàn hảo. Nếu lãi suất được xác lập để duy trì mức tỷ giá neo thì lãi suất sẽ không thể điều chỉnh một cách độc lập để tác động tới nền kinh tế trong nước. Tỷ giá thả nổi cho phép chính phủ sử dụng lãi suất để tác động tới nền kinh tế trong nước nếu như chính phủ chấp nhận để tỷ giá được thị trường quyết định.

Tính ỳ (hiện tượng trễ): khi trạng thái cân bằng dài hạn phụ thuộc vào tiến trình của nền kinh tế trong ngắn hạn.

Toà án thông lệ hạn chế: xem xét và thường cấm các thoả thuận giữa các hãng của Anh, ví dụ như hành vi đặt giá cấu kết.

Toàn cầu hóa: quá trình tăng cường hội nhập giữa các thị trường trước đây vốn bị cô lập.

Tô kinh tế: khoản thanh toán mà một yếu tố nhận được vượt quá thu nhập chuyển giao cần thiết để làm cho nó cung ứng các dịch vụ của mình cho sự sử dụng đó.

Tổng cầu: lượng hàng mà các hãng và hộ gia đình đặt kế hoạch chi tiêu ở mỗi mức thu nhập.

Tổng chi phí dài hạn: chi phí sản xuất tối thiểu cho mỗi mức sản lượng khi hãng có thể điều chỉnh tất cả các đầu vào.

Tổng chi phí trung bình ngắn hạn (SATC): tổng chi phí ngắn hạn (STC) chia cho sản lượng.

Tổng đầu tư: sản xuất hàng hóa tư bản mới hoặc cải tiến số tư bản hiện có.

Tổng sản phẩm quốc dân (GNI hoặc GNP): tổng thu nhập mà công dân nước đó nhận được và không cần quan tâm tới nhân tố sản xuất của các công dân này đang nằm tại quốc gia nào. Nó bằng GDP cộng với thu nhập tài sản ròng từ nước ngoài.

Tổng sản phẩm trong nước (GDP): mức sản lượng sản xuất ra trong lãnh thổ một quốc gia và không cần quan tâm tới ai là người sở hữu đầu vào sản xuất. Do vậy, nó chính là giá trị của tổng sản lượng của tất cả cư dân sống trong nền kinh tế đó.

Trách nhiệm hữu hạn: các cổ đông của một công ty không thể mất nhiều hơn phần mà họ đã đầu tư vào kinh doanh.

Trạng thái cân bằng dài hạn của nền kinh tế: nền kinh tế đạt được cả cân bằng đối nội và cân bằng đối ngoại.

Trao đổi phiếu bầu: bỏ phiếu cho kết quả mong muốn hơn của một người khác về một vấn đề để trao đổi lấy lá phiếu của họ cho kết quả mong muốn hơn của bạn về một vấn đề khác.

Trò chơi: một tình huống mà trong đó các quyết định khôn ngoan là nhất thiết phụ thuộc lẫn nhau.

Trò chơi công bằng: trung bình sẽ tạo ra lợi nhuận bằng tiền bằng 0.

Trợ cấp: một khoản chi trả một chiều không có đối ứng, thường là từ phía chính phủ.

Trợ cấp bằng hiện vật: trợ cấp bằng hàng hóa và dịch vụ.

Trợ cấp xuất khẩu: hỗ trợ từ chính phủ cho các doanh nghiệp trong nước khi cạnh tranh tại thị trường nước ngoài.

Trở ngại tài chính: sự gia tăng doanh thu thuế thực tế khi lạm phát làm tăng thu nhập danh nghĩa, đẩy mọi người vào khung thuế cao hơn trong một hệ thống thuế thu nhập luỹ tiến.

Trường phái Keynes cực đoan: không chỉ cho rằng thị trường không cân bằng trong ngắn hạn mà còn không cân bằng trong cả dài hạn.

Trung gian tài chính: ghép nối người cho vay và người đi vay lại với nhau.

Tư bản hiện vật: lượng hàng hóa được sản xuất ra (thiết bị và máy móc) được sử dụng làm đầu vào để sản xuất ra các hàng hóa và dịch vụ khác.

Tư nhân hoá: chuyển các doanh nghiệp nhà nước thành sở hữu và kiểm soát của tư nhân.

Tỷ giá bình quân: tỷ giá trung bình của một quốc gia với các đối tác thương mại, có trọng số dựa vào quy mô thương mại tương đối với mỗi nước.

Tỷ giá cố định: cam kết của chính phủ duy trì một mức tỷ giá cố định.

Tỷ giá cố định có thể điều chỉnh: tỷ giá cố định nhưng đôi khi có thể được điều chỉnh.

Tỷ giá hối đoái: giá trao đổi giữa hai đồng tiền của hai quốc gia.

Tỷ giá ngoại tệ: số nội tệ đổi lấy một ngoại tệ.

Tỷ giá thực tế: mức giá hàng hóa tương đối từ các quốc gia khác nhau khi tính theo cùng một loại tiền tệ.

Tỷ lệ chiết khấu (trong tính toán giá trị hiện tại): lãi suất sử dụng để tính giá trị hiện tại của các luồng lợi ích hoặc chi phí trong tương lai.

Tỷ lệ dự trữ: tỷ lệ dự trữ so với tiền gửi.

Tỷ lệ dự trữ bắt buộc: tỷ lệ dự trữ tiền mặt tối thiểu so với tiền gửi mà ngân hàng cần phải nắm giữ.

Tỷ lệ lạm phát: tỷ lệ thay đổi hàng năm của mức giá hàng hóa và dịch vụ trung bình.

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

Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động: tỷ lệ số dân trong độ tuổi lao động tham gia vào lực lượng lao động.

Tỷ lệ thay thế: tỷ lệ giữa trợ cấp thất nghiệp so với mức lương khi làm việc.

Tỷ lệ thay thế cận biên: số lượng của một hàng hoá thứ hai mà người tiêu dùng phải hy sinh để có thêm một đơn vị hàng hoá thứ nhất mà tổng lợi ích không thay đổi.

Tỷ lệ thay thế cận biên giảm dần: thị hiếu bộc lộ điều này khi các số lượng giảm dần của một hàng hoá phải được hy sinh để có thêm một số lượng như nhau hàng hoá khác để đảm bảo tổng lợi ích không đổi.

Tỷ lệ thất nghiệp: tỷ lệ số người trong lực lượng lao động không có việc làm và đang tìm việc.

Tỷ lệ thất nghiệp tự nhiên (thất nghiệp cân bằng): mức thất nghiệp tại trạng thái cân bằng dài hạn.

Tỷ số độ tập trung N hãng: thị phần của N hãng lớn nhất trong ngành.

Tỷ lệ tương ứng vốn: giá trị vốn tối thiểu cần thiết của ngân hàng so với nợ tồn đọng của nó.

Uỷ ban cạnh tranh: điều tra xem xét xem một nhà độc quyền hay độc quyền tiềm năng có hành động trái với lợi ích chung không.

Vấn đề chủ - tớ: những khó khăn của người sở hữu trong việc điều hành một nhân viên mà người sở hữu đã uỷ thác các quyết định.

Viện trợ: một khoản thanh toán chuyển giao quốc tế từ các nước giàu sang các nước nghèo.

Vốn di chuyển hoàn hảo: một lượng vốn lớn sẽ di chuyển từ đồng tiền này sang đồng tiền khác nếu như mức lợi tức được kỳ vọng từ các tài sản ghi theo các loại tiền tệ là khác nhau.

Vốn nhân lực: lượng tri thức được người công nhân tích lũy lại dùng để nâng cao năng suất trong tương lai.

Vỡ nợ: từ chối thanh toán cho các chủ nợ.

Xu hướng nhập khẩu cận biên: tỷ lệ thu nhập mà cư dân trong nước dành mua hàng nhập khẩu khi tăng thêm một đồng thu nhập trong nước.

Xu hướng tiêu dùng cận biên: tỷ lệ thu nhập mà hộ gia đình dành cho chi tiêu khi tăng thêm một đồng thu nhập khả dụng.

Xu hướng tiết kiệm cận biên: tỷ lệ thu nhập mà hộ gia đình dành tiết kiệm khi tăng thêm một đồng thu nhập khả dụng.

Yếu tố biến đổi: một đầu vào có thể thay đổi, ngay cả trong ngắn hạn.

Yếu tố sản xuất cố định: một đầu vào không thể thay đổi.