



1

## CHƯƠNG 5

NGƯỜI TIÊU DÙNG, NGƯỜI  
SẢN XUẤT VÀ HIỆU QUẢ  
THỊ TRƯỜNG

---

---

---

---

---

---

---

### MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

2

1

THẶNG DƯ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

2

THẶNG DƯ CỦA NGƯỜI SẢN XUẤT

3

HIỆU QUẢ THỊ TRƯỜNG

---

---

---

---

---

---

---

### 5.1. Thặng dư của người tiêu dùng (Consumer surplus – CS)

3

#### 5.1.1. Sự sẵn sàng thanh toán.

Lấy ví dụ về một cuộc bán đấu giá một album. Giả sử thị trường có 4 người muốn mua.



Người mua	Sự sẵn sàng thanh toán (USD)
Cần	100
Kiệt	80
Liêm	70
Chính	50

---

---

---

---

---

---

---

## Sự sẵn sàng thanh toán

4

- Người mua sẵn sàng trả giá khác nhau là vì họ có sở thích khác nhau.
- Số tiền tối đa mà từng người mua sẵn sàng trả được gọi là sự sẵn sàng thanh toán. Số tiền này cho biết người mua đánh giá giá trị hàng hoá là bao nhiêu.



Do đó:

- Nếu  $P < \text{sự sẵn sàng thanh toán}$  → người tiêu dùng sẽ mua.
- Nếu  $P > \text{sự sẵn sàng thanh toán}$  → người tiêu dùng sẽ không mua
- Nếu  $P = \text{sự sẵn sàng thanh toán}$  → người tiêu dùng sẽ *bàng quan* về việc mua

## Khi thị trường có một album

5



- Cuộc đấu giá diễn ra như thế nào?  
Tại mức giá nào thì cuộc đấu giá kết thúc?



- Người mua được album thu được bao nhiêu lợi ích ?

## Khái niệm CS

6

- Thặng dư của người tiêu dùng phản ánh lợi ích mà người mua nhận được khi tham gia vào một thị trường.
- *Thặng dư của người tiêu dùng (CS) là số tiền người mua sẵn sàng trả cho một hàng hoá trừ đi số tiền mà người mua thực sự phải trả cho nó.*

## Khi thị trường có 2 album

7

Thị trường có 2 album được bán tại cuộc đấu giá, và có 4 người mua như trên.

### Giả định:

- 2 album được đem bán với giá như nhau
- Không ai muốn mua hơn một album.



- Cuộc đấu giá diễn ra như thế nào?  
Tại mức giá nào thì cuộc đấu giá kết thúc?
- Từng người mua được album thu được bao nhiêu lợi ích ?

## 5.1.2. Tính CS thông qua đường cầu.

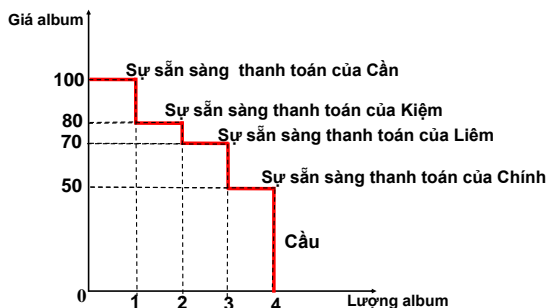
8

Xuất phát từ mối quan hệ giữa giá và lượng cầu như trên, ta có biểu cầu tương ứng:

Giá ( USD )	Người mua	Lượng cầu
Trên 100	Không có ai	0
Từ trên 80 đến 100	Cần	1
Từ trên 70 đến 80	Cần, Kiệm	2
Từ trên 50 đến 70	Cần, Kiệm, Liêm	3
Từ 50 trở xuống	Cần, Kiệm, Liêm, Chính	4

## Đường cầu

9



## Nhận xét

10

- Như vậy, độ cao của đường cầu chính là sự sẵn sàng thanh toán của người mua.



- Tại bất kỳ lượng nào, giá được xác định bởi đường cầu cho biết sự sẵn sàng thanh toán của người mua cận biên (tức người mua rời bỏ thị trường nếu giá cao hơn mức giá liền kề ngay nó).

---

---

---

---

---

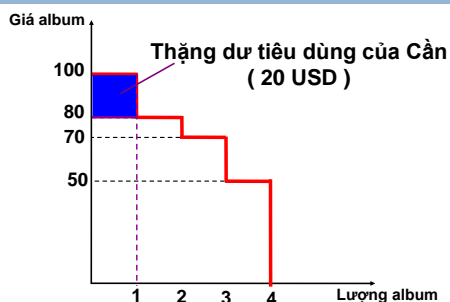
---

---

---

## Thặng dư tiêu dùng tại mức giá 80

11



---

---

---

---

---

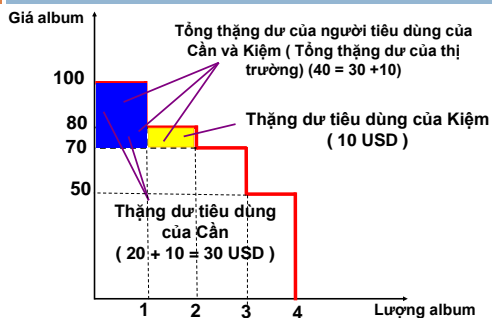
---

---

---

## Thặng dư tiêu dùng tại mức giá 70

12



---

---

---

---

---

---

---

---

## Kết luận

13



**Phần diện tích nằm dưới đường cầu và trên giá chính là CS trong một thị trường.**



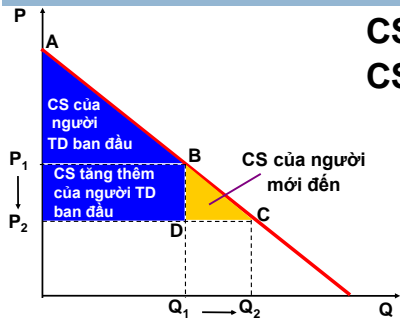
## CHÚ Ý

14

- Trong các hình trên, đường cầu có dạng bậc thang (một cách rõ rệt) là do số người tham gia thị trường là ít (4, tương đương với lượng cầu).
- Tuy nhiên, khi số người tiêu dùng tham gia trên thị trường là lớn (lúc này việc tăng thêm hay giảm đi một hay một số người tiêu dùng cũng không làm thay đổi đáng kể lượng cầu thị trường) hoặc khi lượng cầu được đo lường một cách liên tục (như kg, cm...) **thì đường cầu sẽ ít gấp khúc hơn.**  
Tức là, nó sẽ có dạng là một **đường dốc xuống như trong trường hợp tổng quát.**

### 5.1.3. Ảnh hưởng của giá tới CS

15



$CS_{P_1} = ?$

$CS_{P_2} = ?$

## 5.2. Thặng dư của người sản xuất

16

Lấy ví dụ về một cuộc đấu giá cung ứng dịch vụ quét vôi cho một ngôi nhà. Giả sử thị trường chỉ có bốn người cung ứng với chi phí như sau:



### 5.2.1. Chi phí và sự sẵn sàng bán.

Người cung ứng	Chi phí ( USD)
Chí	900
Công	800
Vô	600
Tư	500

### Chi phí và sự sẵn sàng bán

17

- Chi phí ở đây được hiểu là **chi phí cơ hội** của người quét vôi.
- Người cung ứng có chi phí khác nhau là vì họ khác nhau về năng lực, hiệu quả sản xuất và khác nhau về giá trị mà họ gán cho thời gian mất đi của họ để làm công việc đó.
- Như vậy, **chi phí là giá thấp nhất** mà người thợ chấp nhận để làm việc. ➔ Chi phí là tiêu thức phản ánh **sự sẵn sàng bán** dịch vụ của họ.

### Chi phí và sự sẵn sàng bán

18



Do đó:

- Nếu  $P > \text{chi phí}$  ➔ Người thợ sẵn sàng bán dịch vụ.
- Nếu  $P < \text{chi phí}$  ➔ Người thợ sẽ không bán dịch vụ.
- Nếu  $P = \text{chi phí}$  ➔ người thợ sẽ **bằng quan** về việc bán dịch vụ.

## Khi thị trường có 1 ngôi nhà cần quét vôi

19



□ Cuộc đấu giá diễn ra như thế nào?  
Tại mức giá nào thì cuộc đấu giá kết thúc?

➤ Người cung cấp dịch vụ quét vôi thu được bao nhiêu lợi ích ?

---

---

---

---

---

---

---

## Khái niệm PS

20

□ Thặng dư của người sản xuất phản ánh mối lợi mà người bán nhận được từ việc tham gia vào một thị trường.

□ Thặng dư sản xuất là số tiền mà người bán nhận được trừ đi chi phí sản xuất.

---

---

---

---

---

---

---

## Khi thị trường có 2 ngôi nhà cần quét vôi

21

### Giả định:

- Không người thợ nào có thể quét vôi cả 2 ngôi nhà
- Số tiền trả cho việc quét vôi từng ngôi nhà là như nhau.



➤ Cuộc đấu giá diễn ra như thế nào?  
Tại mức giá nào thì cuộc đấu giá kết thúc?

➤ Từng người cung cấp dịch vụ thu được bao nhiêu lợi ích ?

---

---

---

---

---

---

---

### 5.2.2. Tính PS thông qua đường cung.

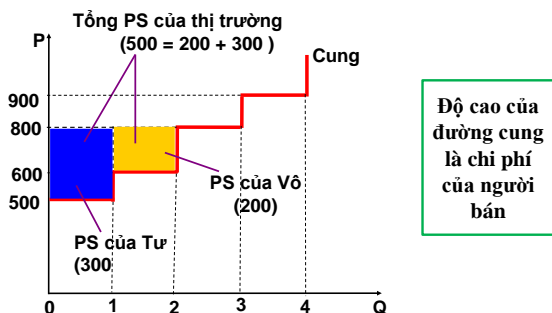
22

Xuất phát từ mối quan hệ giữa giá và lượng cung như trên, ta có một biểu cung như sau:

Giá	Người bán	Lượng cung
Từ 900 trở lên	Chí, Công, Vô, Tư	4
Từ 800 đến dưới 900	Công, Vô, Tư	3
Từ 600 đến dưới 800	Vô, Tư	2
Từ 500 đến dưới 600	Tư	1
Dưới 500	Không ai bán	0

### Tính PS thông qua đường cung.

23



### Kết luận

24

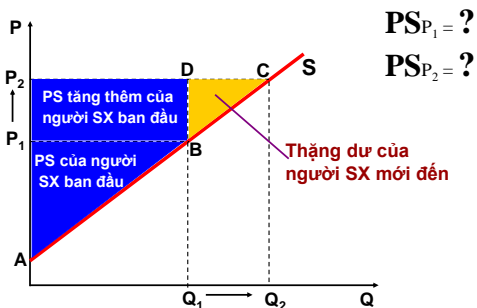


**Phần diện tích nằm dưới giá và trên đường cung chính là PS trong một thị trường.**



### 5.2.3. Ảnh hưởng của giá tới PS

25




---

---

---

---

---

---

---

---

### 5.3. Hiệu quả thị trường.

26

- **Thặng dư của người tiêu dùng**  
= Giá trị đối với người mua - số tiền người mua trả
- **Thặng dư của người sản xuất**  
= Số tiền người bán nhận được - Chi phí của người bán
- **Tổng thặng dư TS = CS + PS**  
= Giá trị đối với người mua - Số tiền người mua trả + Số tiền người bán nhận được - Chi phí của người bán
- ➔ **Tổng thặng dư:**  
= Giá trị đối với người mua - Chi phí của người bán  
= Sự sẵn sàng thanh toán - sự sẵn sàng bán

---

---

---

---

---

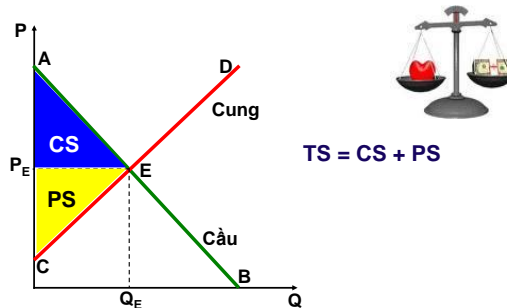
---

---

---

### Đánh giá trạng thái cân bằng của thị trường

27




---

---

---

---

---

---

---

---



## Kết luận

28

1. Thị trường tự do phân bổ mức cung về hàng hoá cho người mua đánh giá nó cao nhất.

2. Thị trường tự do phân bổ mức cầu về hàng hoá cho người bán có thể sản xuất ra nó với chi phí thấp nhất.

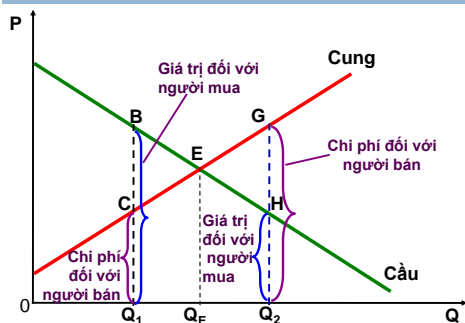
→ Với  $Q_E$  ta không thể tăng TS hay phúc lợi kinh tế bằng cách thay đổi sự phân phối tiêu dùng giữa người mua với nhau hay sự phân phối sản xuất giữa người bán với nhau.



Có thể tăng phúc lợi kinh tế bằng cách tăng hay giảm lượng hàng hóa không?

## Hiệu quả của sản lượng cân bằng

29



## Kết luận (tiếp)

30

3. Thị trường tự do sản xuất ra lượng hàng hoá làm tối đa hoá thặng dư của người tiêu dùng và thặng dư của người sản xuất.

→ Các kết luận 1,2,3 ta thấy: trạng thái cân bằng cung cầu tối đa hóa thặng dư của người tiêu dùng và thặng dư của người sản xuất. Nói cách khác, kết cục cân bằng là sự phân bổ nguồn lực có hiệu quả.