

KINH TẾ VI MÔ NÂNG CAO

TS. NGUYỄN THỊ HOÀI THU

KHOA KINH TẾ
HỌC VIỆN NGÂN HÀNG

Chuẩn đầu ra của HP

- CLO1: Hiểu và giải thích được nguyên tắc lựa chọn của người tiêu dùng trước sự biến đổi của giá cả, thu nhập trong điều kiện bình thường hoặc rủi ro bất trắc nhằm hướng tới mục tiêu tối đa hóa lợi ích; cơ chế lựa chọn đầu vào, chiến lược giá cả và cung ứng đầu ra của doanh nghiệp trong điều kiện thị trường độc quyền hay cạnh tranh với các mức độ khác nhau nhằm tối đa hóa lợi nhuận.
- CLO2: Vận dụng kiến thức đã học để dự đoán phản ứng của người tiêu dùng trước những biến động của thị trường.
- CLO3: Ra quyết định lựa chọn chiến lược hoặc tư vấn chiến lược hiệu quả cho doanh nghiệp nhằm thích ứng với đặc điểm và biến động của từng thị trường; trong đó có cân nhắc, xem xét tác động của sự lựa chọn tới hiệu quả tổng thể của thị trường

Đánh giá

Thành phần đánh giá	Hoạt động đánh giá	Phương pháp đánh giá	Trọng số (%)	Thời điểm (Buổi)	CĐR HP
Đánh giá quá trình (30%)	A1 – Bài kiểm tra	Bài tập lớn	30%	Buổi 7	CLO1, CLO2, CLO3
Đánh giá tổng kết (70%)	A21 - Cuối kỳ	Bài thi với 3 câu phần: (i) Nhận định đúng sai; (ii) Phân tích tình huống; (iii) Bài tập tính toán	70%	Cuối kỳ	CLO1, CLO2, CLO3

Tài liệu học tập

□ a. Giáo trình:

Kinh tế học vi mô / Robert S. Pindyck; Daniel L. Rubinfeld; Trần Thị Bích Dung,...dịch và hiệu đính .- H. : Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh , 2015.

□ b. Sách tham khảo:

Kinh tế học vi mô / N. Gregory Mankiw ; Trương Đăng Thụy... dịch và hiệu đính .-Tp. HCM : Hồng Đức , 2016.

Nội dung

- Chuyên đề 1: Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng
- Chuyên đề 2: Sự không chắc chắn và hành vi của người tiêu dùng
- Chuyên đề 3: Lý thuyết về sản xuất
- Chuyên đề 4: Cấu trúc thị trường và chiến lược tranh tranh
- Chuyên đề 5: Thất bại thị trường và các giải pháp can thiệp của chính phủ

CHUYÊN ĐỀ 1

LÝ THUYẾT VỀ SỰ LỰA CHỌN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

NỘI DUNG

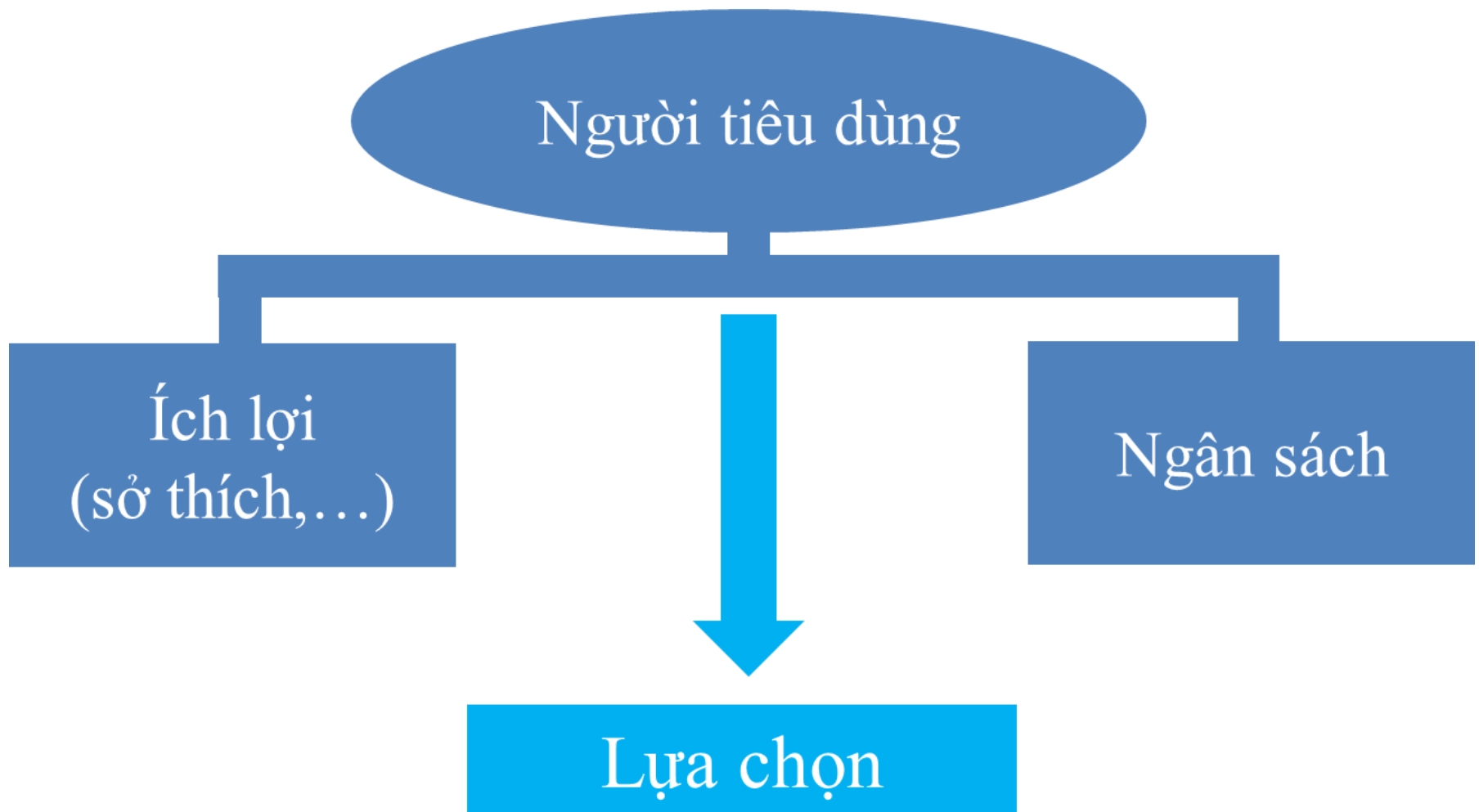
1. Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

2. Ảnh hưởng của thay đổi thu nhập tới lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

3. Ảnh hưởng của thay đổi giá tới lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

4. Đường cầu cá nhân và đường cầu thị trường

I. LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG



1. LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được - Sự kết hợp giữa bàng quan và ngân sách

1.3. Điều kiện lựa chọn tối ưu – phương pháp nhân tử Lagrange

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

❖ Mục tiêu của người tiêu dùng:

Khi ra quyết định, mục tiêu của **người tiêu dùng hợp lý** là tối đa hóa **lợi ích** thu được.

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

Một số khái niệm (nhắc lại)

- ❖ **Ích lợi (U – Utility)** là sự hài lòng thu được do tiêu dùng hàng hóa hoặc dịch vụ.
- Đơn vị : **utils**
- Là đơn vị tưởng tượng, không có các mốc cố định khách quan.
- Hàng hóa đem lại độ thỏa mãn càng nhiều thì tương ứng với mức utils càng lớn.
- Khi tiêu dùng cùng một hàng hóa, những người tiêu dùng khác nhau có thể có mức độ hài lòng khác nhau.

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

13

- ❖ **Tổng lợi ích (TU – Total Utility)** là tổng thể sự hài lòng do tiêu dùng các hàng hóa và dịch vụ khác nhau mang lại.

Tiêu dùng một hàng
hóa X

$$TU = f(X)$$

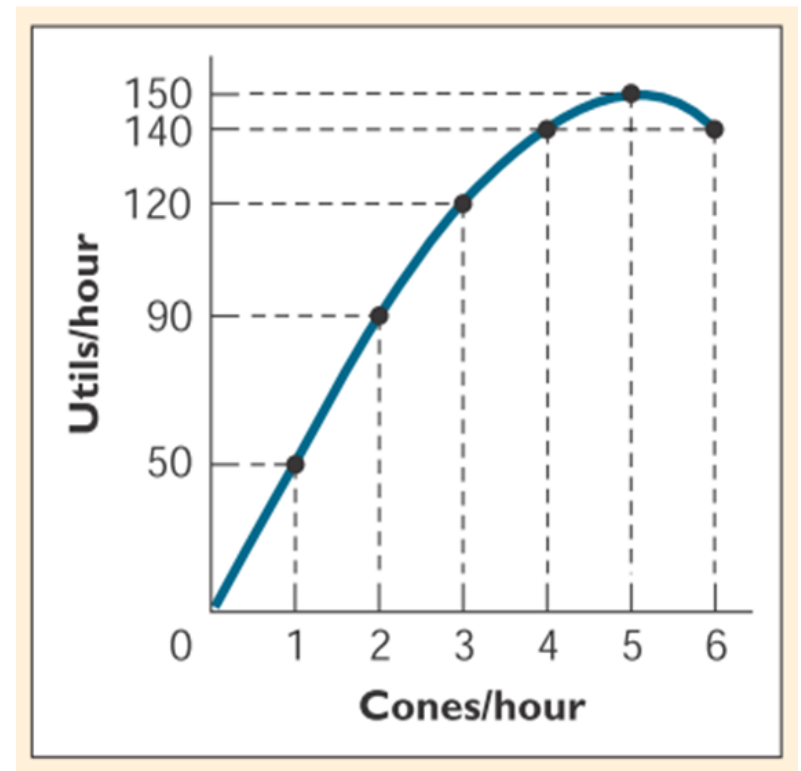
Tiêu dùng một giỏ
hàng hóa X, Y, Z,...

$$TU = f(X, Y, Z, \dots)$$

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

Biểu diễn tổng lợi ích

Lượng tiêu dùng (Q)	Tổng lợi ích (TU)
0	0
1	50
2	90
3	120
4	140
5	150
6	140



1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

15

- ❖ **Lợi ích cận biên (MU - Marginal Utility):** là sự thay đổi của tổng lợi ích khi có sự thay đổi của 1 đơn vị hàng hóa tiêu dùng.
- MU là lợi ích thu *thêm* khi tiêu dùng *thêm* một đơn vị hàng hóa, trong điều kiện giữ nguyên mức tiêu dùng của các hàng hóa khác.

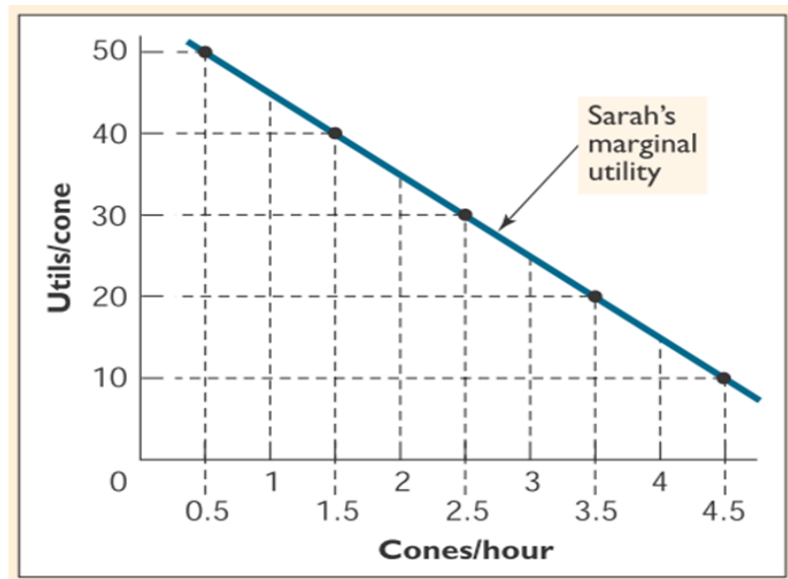
$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{dTU}{dQ}$$

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

16

Biểu diễn lợi ích cận biên

Lượng tiêu dùng (Q)	Tổng lợi ích (TU)	Lợi ích cận biên (MU)
0	0	-
1	50	50
2	90	40
3	120	30
4	140	20
5	150	10
6	140	-10



1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

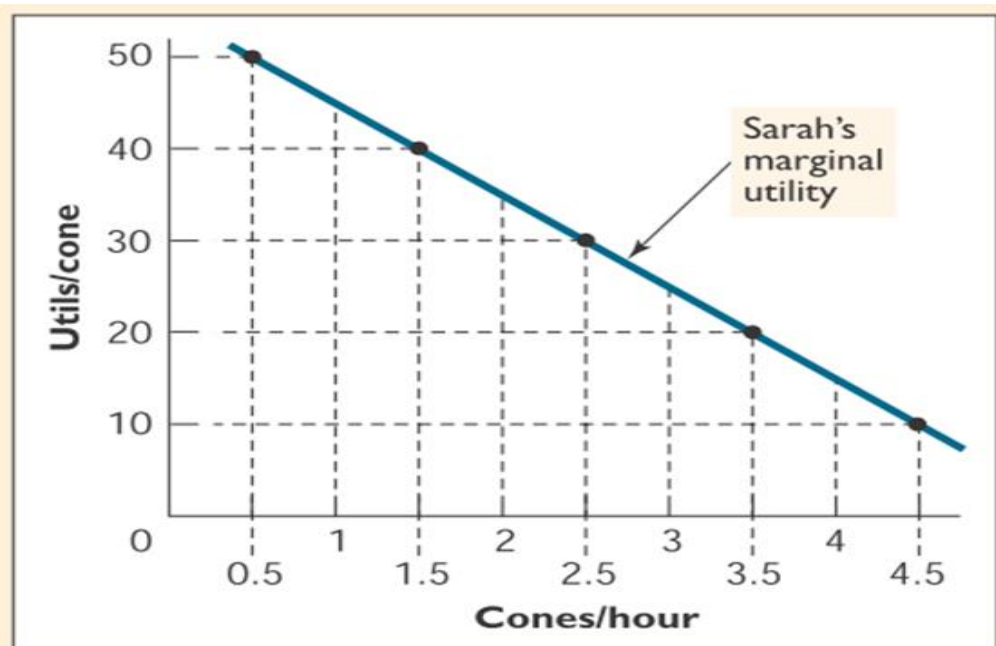
Quan sát

- 1 Lợi ích cận biên giảm khi tiêu dùng ngày càng nhiều hàng hóa
- 2 Lợi ích bằng 0 khi tổng lợi ích đạt giá trị cực đại

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

Quy luật lợi ích cận biên giảm dần

Nội dung: lợi ích biên của một hàng hóa có xu hướng ngày càng giảm khi lượng hàng hóa đó được tiêu dùng ngày một nhiều hơn trong một khoảng thời gian nhất định.





Quy luật lợi ích cận biên áp dụng được khi nào?

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

20

Điều kiện

- 1 Chỉ áp dụng trong một khoảng thời gian nhất định
- 2 Mức tiêu dùng các hàng hóa khác phải giữ nguyên



Nếu như quyết định lựa chọn của người tiêu dùng
bị chi phối bởi yếu tố giá cả thì phản ứng của
người tiêu dùng sẽ như thế nào?

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

- ❖ **Lợi ích đo được bằng tiền:** Lợi ích thu được từ việc tiêu dùng một hàng hóa tương ứng với lượng tiền mà người tiêu dùng **sẵn sàng chi trả** để mua hàng hóa đó

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

23

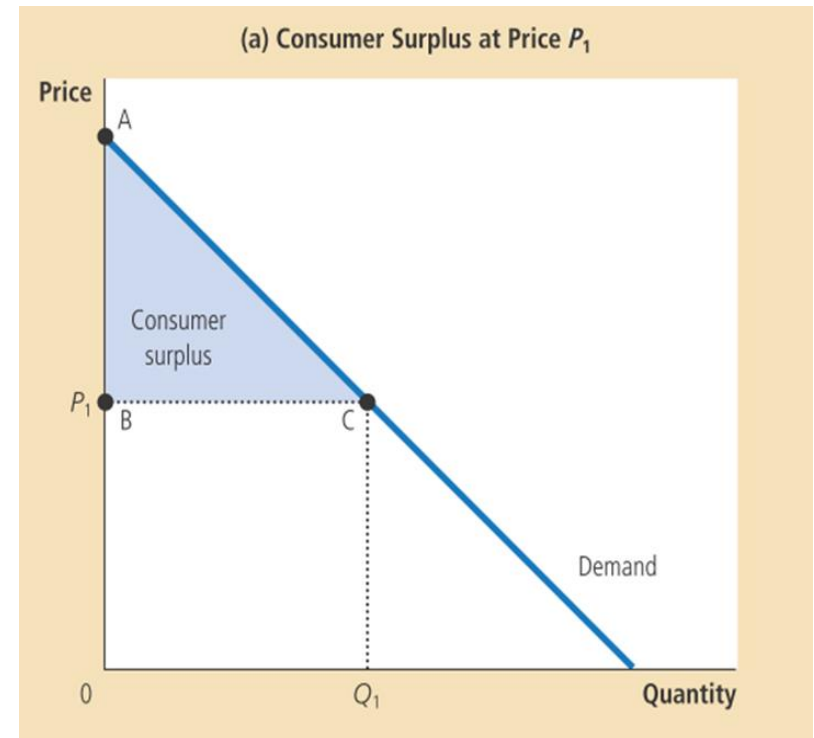
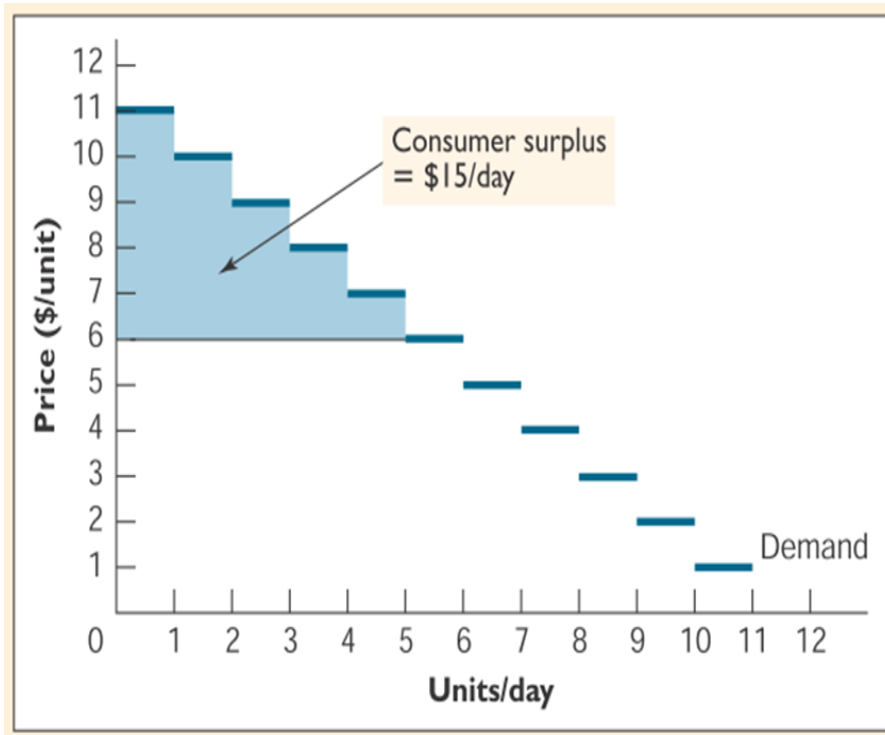
Thặng dư tiêu dùng

- **Thặng dư tiêu dùng (CS: consumer's surplus):** phản ánh sự chênh lệch giữa **lợi ích** của người tiêu dùng khi tiêu dùng một đơn vị hàng hóa nào đó với **chi phí thực tế** để thu được lợi ích đó.
- Công thức:
 - Tiêu dùng 1 đơn vị hàng hóa: $CS = MU - P$
 - Tiêu dùng nhiều đơn vị hàng hóa khác nhau:

$$CS = \sum (MU_i - P_i)$$

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

24



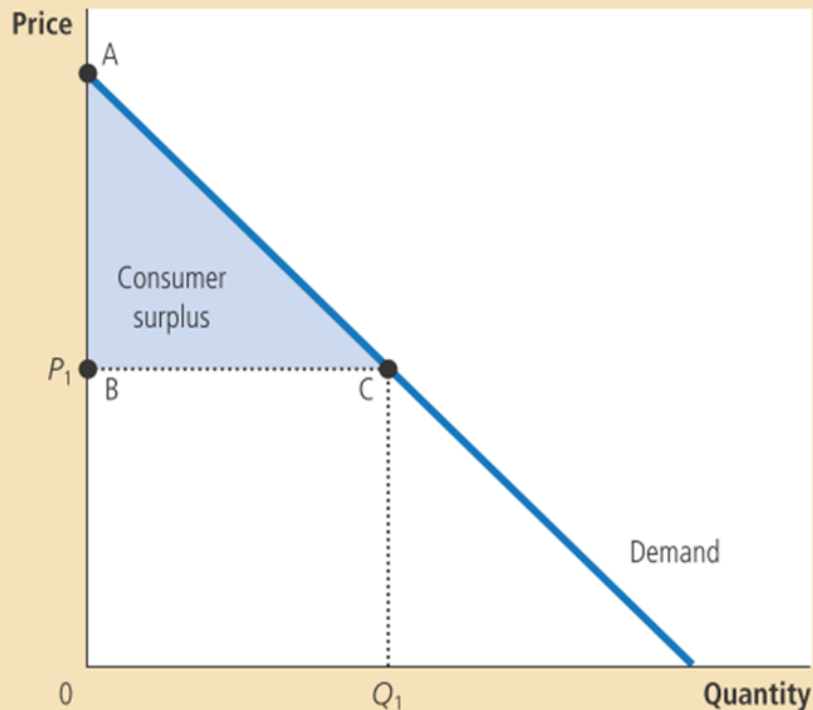


Hãy phân tích sự thay đổi của thặng dư tiêu dùng khi giá của hàng hóa giảm?

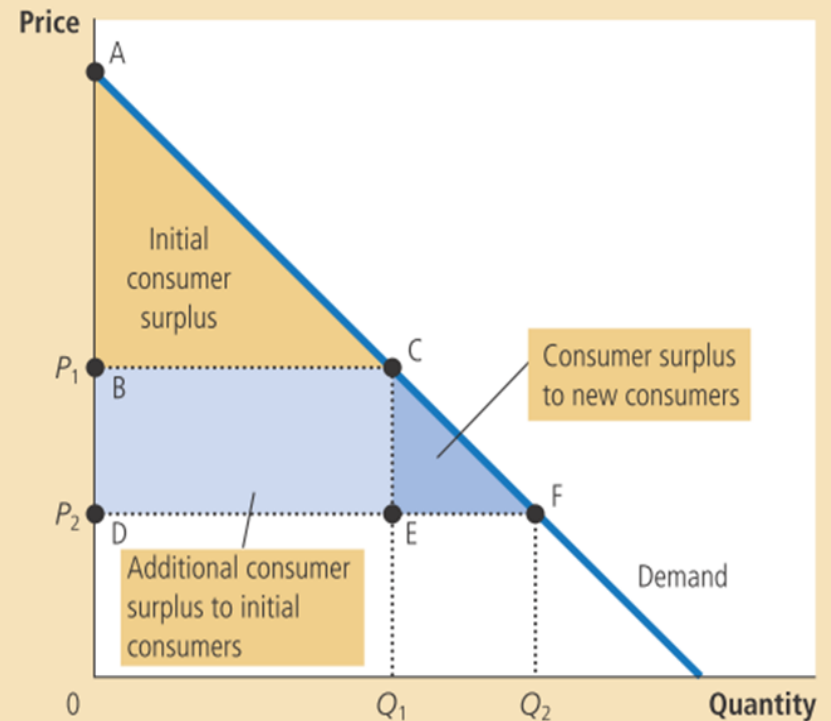
1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

26

(a) Consumer Surplus at Price P_1



(b) Consumer Surplus at Price P_2



1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

27

Nguyên tắc tối đa hóa lợi ích:

□ i. Đối với tiêu dùng 1 loại hàng hóa:

- Người tiêu dùng tối đa hóa lợi ích, nghĩa là:

$$\text{Max } (TU - P \cdot Q)$$

- Ta có:

$$(TU - P \cdot Q)'_Q = 0$$

$$(TU)'_Q - (P \cdot Q)'_Q = 0$$

$$MU_Q - P = 0$$

$$MU_Q = P$$

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

28

Nguyên tắc tối đa hóa lợi ích:

□ i. Đối với tiêu dùng 1 loại hàng hóa:

Quan sát

- $MU > P$: mua thêm hàng hóa sẽ gia tăng tổng lợi ích
- $MU < P$: mua thêm hàng hóa sẽ làm giảm tổng lợi ích
- **$MU = P$: người tiêu dùng sẽ thu được lợi ích tối đa**

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

30

Nguyên tắc tối đa hóa lợi ích:

□ i. Đối với tiêu dùng nhiều loại hàng hóa:

Để tối đa hoá tổng lợi ích, mỗi lần mua người tiêu dùng sẽ lựa chọn hàng hoá nào có lợi ích tăng thêm nhiều nhất khi bỏ ra một đơn vị tiền tệ chi mua

$$\text{Max}_i \left(\frac{MU_i}{P_i} \right)$$

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

31

Ví dụ:

Ăn bánh mỳ hay uống nước trà

Ngân sách: 4000 VND

Giá bánh mỳ(P_x): 1000 VND

Giá nước trà (P_Y): 500 VND

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

32

Bánh mì (X)

Giá bánh mì (P_X): 1000 VND

Lượng tiêu dùng (Q)	Tổng lợi ích (TU)	Lợi ích cận biên (MU)	Lợi ích cận biên trên 1 đồng (MU/P)
0	0	-	-
1	14	14	0,014
2	22	8	0,008
3	24	2	0,002
4	24	0	0,000
5	21	-3	-0,003
6	11	-10	-0,010

Nước trà (Y)

Giá nước trà (P_Y): 500 VND

Lượng tiêu dùng (Q)	Tổng lợi ích (TU)	Lợi ích cận biên (MU)	Lợi ích cận biên trên 1 đồng (MU/P)
0	0	-	-
1	10	10	0,020
2	19	9	0,018
3	25	6	0,012
4	29	4	0,008
5	29	0	0,000
6	32	-3	-0,006

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

33

Bánh mì

Nước trà

Lượng tiêu dùng (Q)	Lợi ích cận biên trên 1 đồng (MU/P)	Lợi ích cận biên trên 1 đồng (MU/P)	Lượt lựa chọn	Quyết định tiêu dùng	Tổng lợi ích thu được	Ngân sách còn lại
0	-	-	1	Nước trà thứ nhất	10	3500
1	0,014	0,020	2	Nước trà thứ hai	19	3000
2	0,008	0,018	3	Bánh mì thứ nhất	33	2000
3	0,002	0,012	4	Nước trà thứ ba	39	1500
4	0,000	0,008	5	Bánh mì thứ hai	47	500
5	-0,003	0,000	5	Nước trà thứ tư	51	0
6	-0,010	-0,006				

1.1. Lý thuyết lợi ích đo được

34

Nguyên tắc cân bằng tiêu dùng cận biên

Trạng thái cân bằng tiêu dùng đạt được khi lợi ích cận biên trên một đồng chi tiêu cho hàng hoá này phải bằng lợi ích cận biên trên một đồng chi tiêu cho mỗi hàng hoá khác

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} = \frac{MU_Z}{P_Z} = \dots$$

CAN MONEY BUY HAPPINESS?

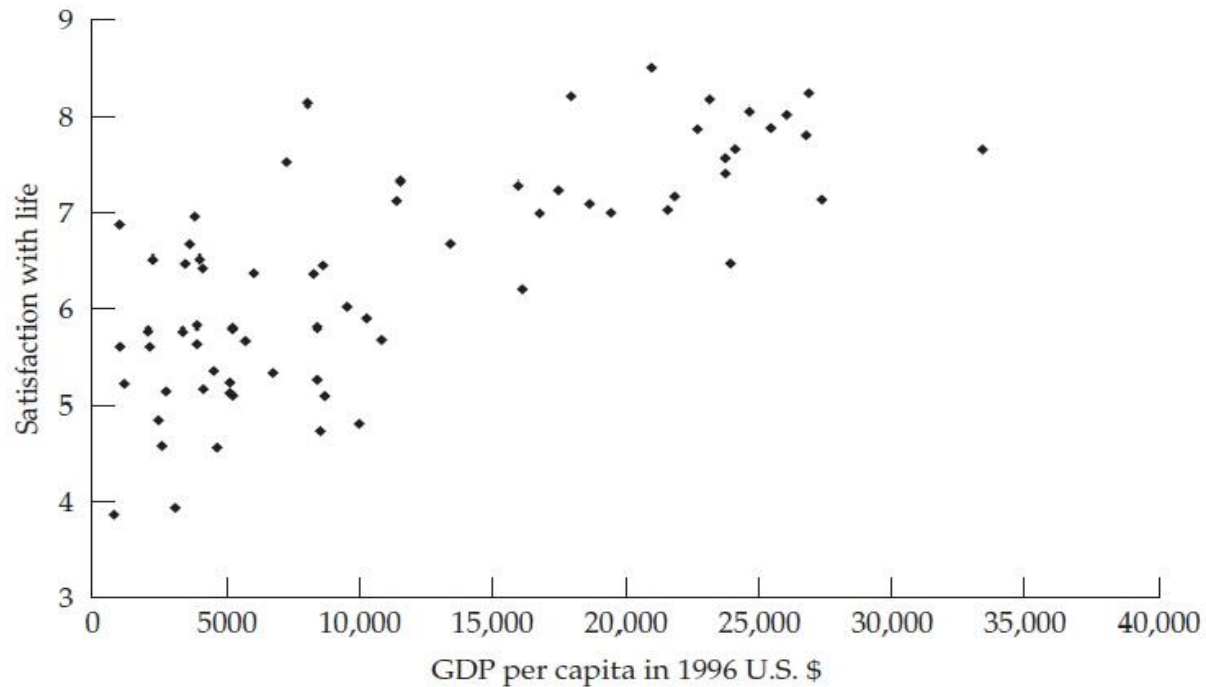


FIGURE 3.9
INCOME AND HAPPINESS

A cross-country comparison shows that individuals living in countries with higher GDP per capita are on average happier than those living in countries with lower per-capita GDP.

Nguồn: Ronald Inglehart et al. (2006)

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

1.2.2 Giới hạn ngân sách

1.2.3 Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng (kết hợp bàng quan - ngân sách)

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

Một số giả định cơ bản về sở thích

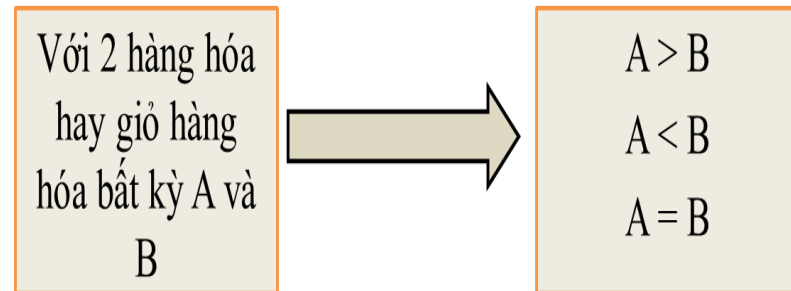
- Sự hoàn chỉnh
- Tính bắc cầu
- Người tiêu dùng thích nhiều hơn ít

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

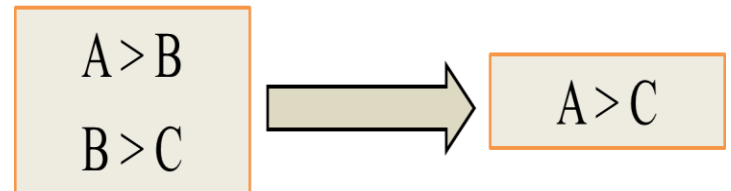
1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

□ Giả định:

- ❖ **Tính hoàn chỉnh (Completeness):** Với bất kỳ hàng hóa hay giỏ hàng hóa nào người tiêu dùng cũng phải so sánh (xếp hạng) được mức độ ưa thích. (Lưu ý sự ưa thích này không quan tâm đến chi phí)



- ❖ **Tính bắc cầu (Transitivity)**



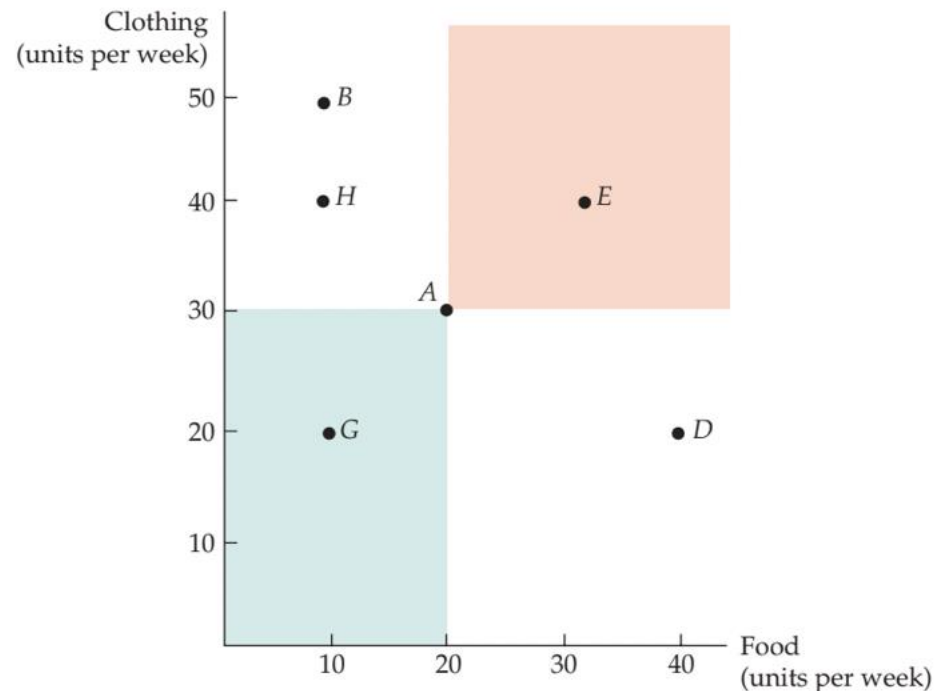
- ❖ **Người tiêu dùng thích tiêu dùng nhiều hơn ít (More is better than less)**

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

Đường bàng quan (Indifference curve)

- A được ưa thích hơn G
- E được ưa thích hơn A
- Nhưng không thể so sánh A và D, B, H nếu không có thêm thông tin.

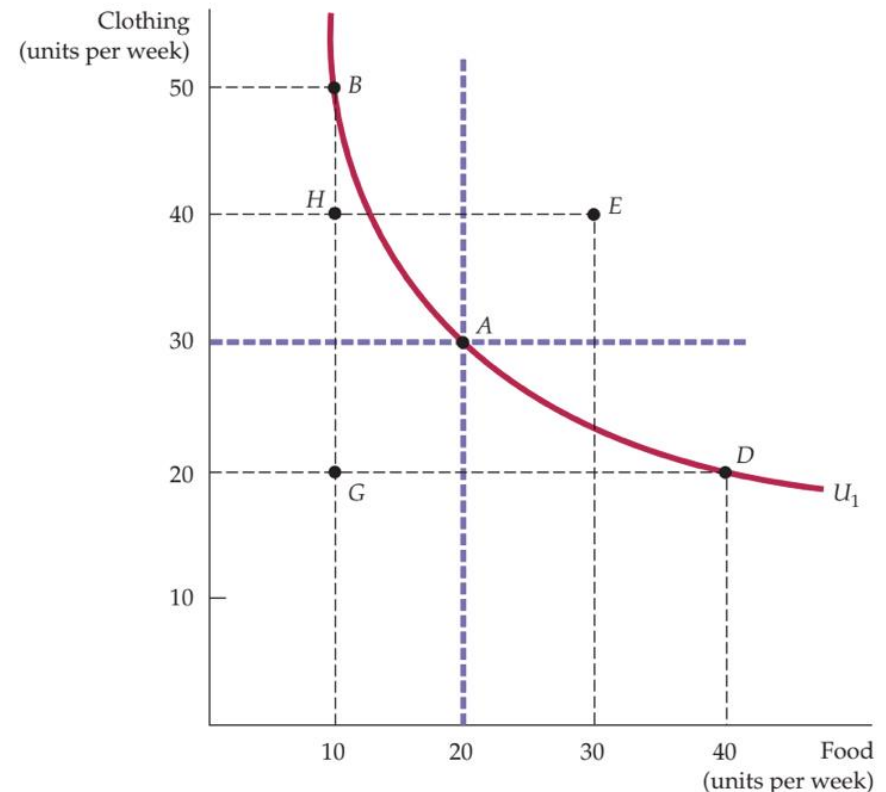


1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

Đường bàng quan (Indifference curve)

Là đường mô tả tất cả các giỏ hàng hóa mang lại cho người tiêu dùng cùng một mức độ thỏa mãn.

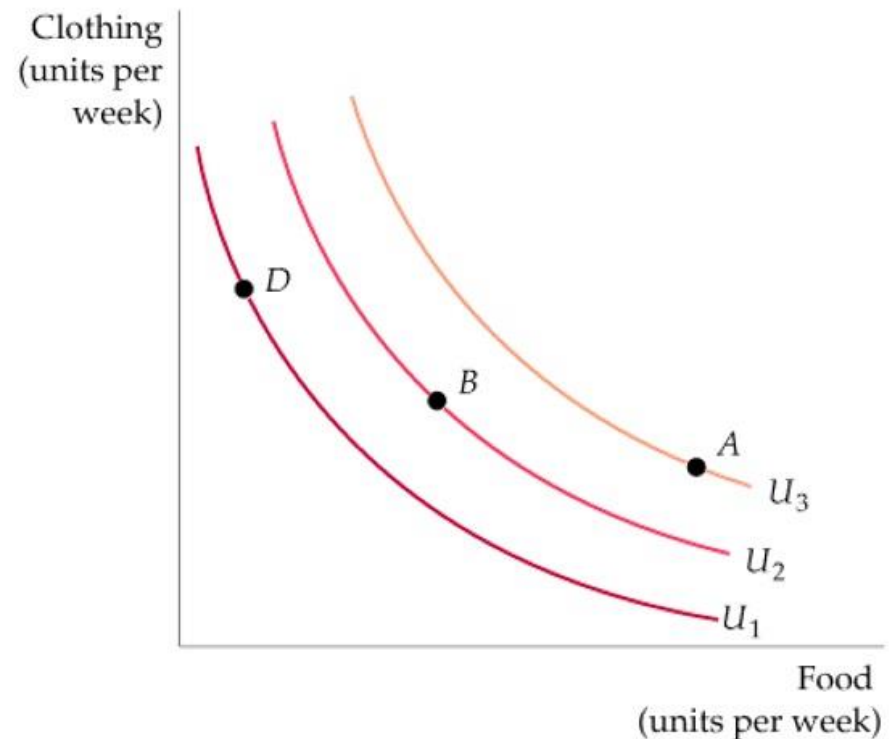


1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

Bản đồ bàng quan

- Là tập hợp các đường bàng quan mô tả sở thích của người tiêu dùng.
- **(Đặc điểm 1):** Đường bàng quan càng xa gốc tọa độ thể hiện mức ưa thích càng lớn.

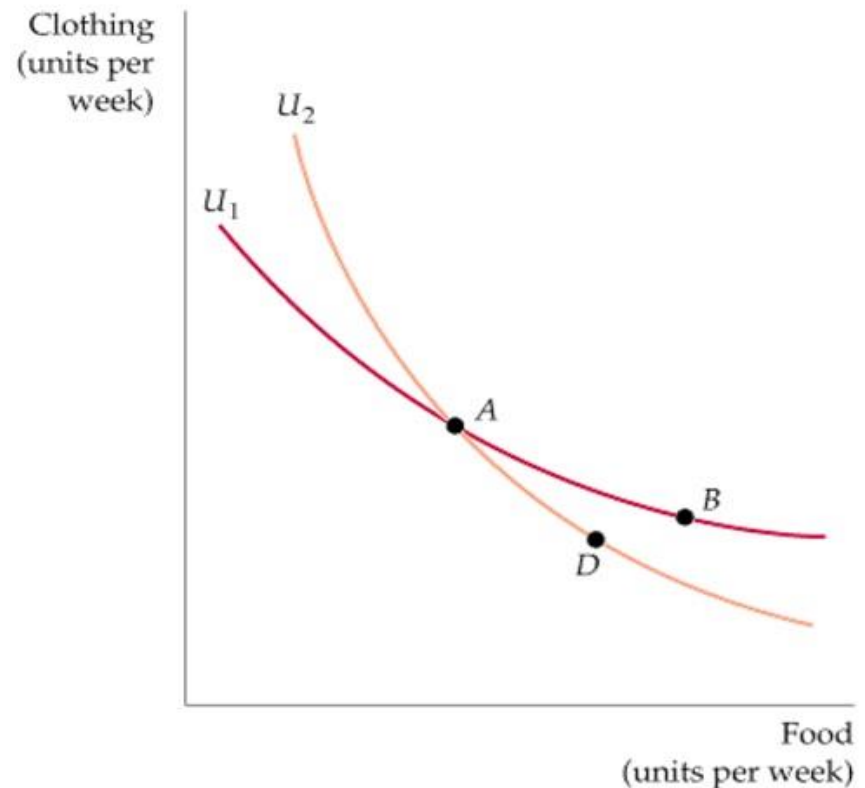


1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

Bản đồ bàng quan

(Đặc điểm 2): Các đường bàng quan không cắt nhau.



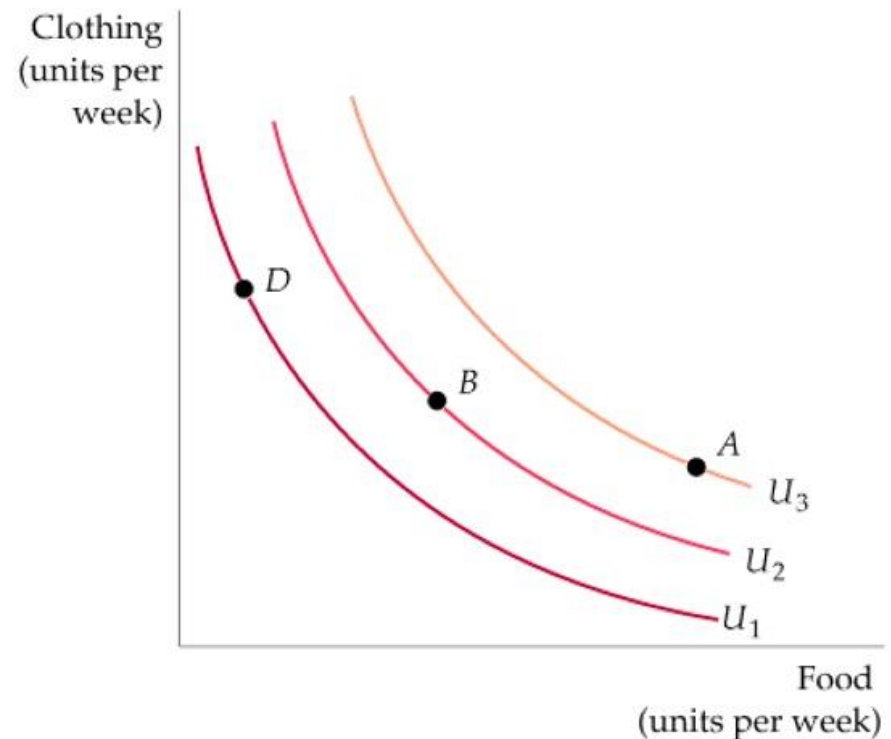
1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

Bản đồ bàng quan

(Đặc điểm 3): Các đường bàng quan dốc xuống và lồi về phía gốc tọa độ

- Độ dốc đường bàng quan:
 $\Delta Y / \Delta X$

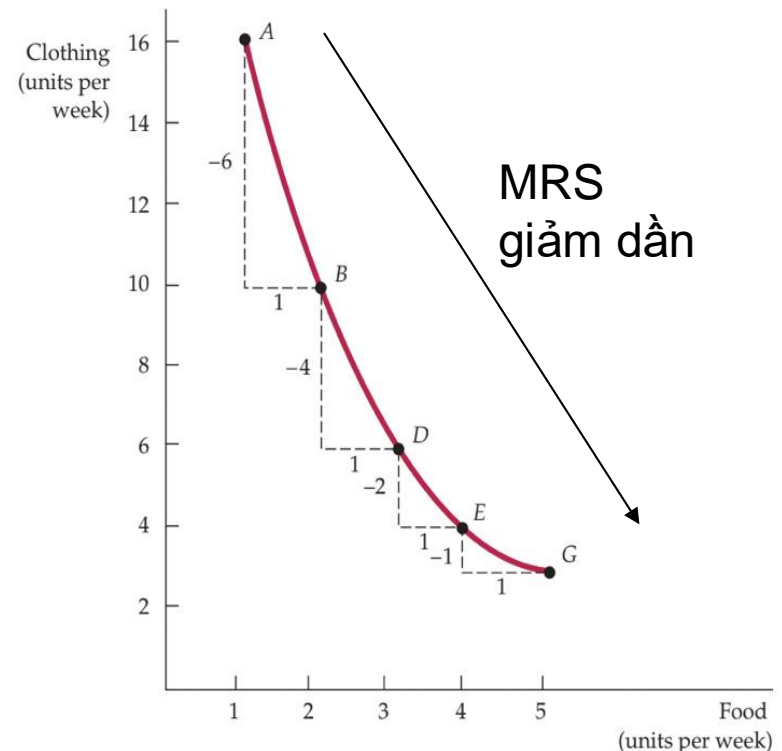


1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

- **Tỷ lệ thay thế biên (Marginal rate of substitution - MRS)**

- MRS đo lường số lượng tối đa của một hàng hóa mà người tiêu dùng sẵn sàng từ bỏ để có thêm 1 đơn vị hàng hóa khác.
 - Khi di chuyển xuống dọc theo đường bàng quan, **MRS giảm dần**.
- Đường bàng quan có hình dạng là đường cong lồi về phía gốc tọa độ.



1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

- **Tỷ lệ thay thế biên (Marginal rate of substitution - MRS)**

- Tỷ lệ thay thế cận biên của X cho Y:

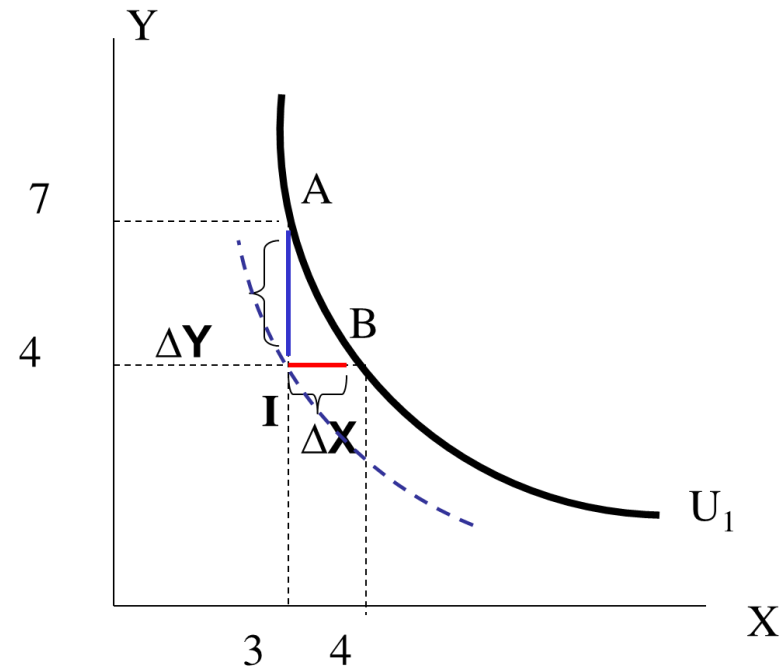
$$\mathbf{MRS_{XY} = - \Delta Y / \Delta X}$$

(nhắc lại: Độ dốc đường bàng quan: $\Delta Y / \Delta X$)

- Khi thay đổi từ tiêu dùng giỏ A sang giỏ B, để đảm bảo TU không đổi thì:

$$\Delta Y \cdot MU_Y + \Delta X \cdot MU_X = 0$$

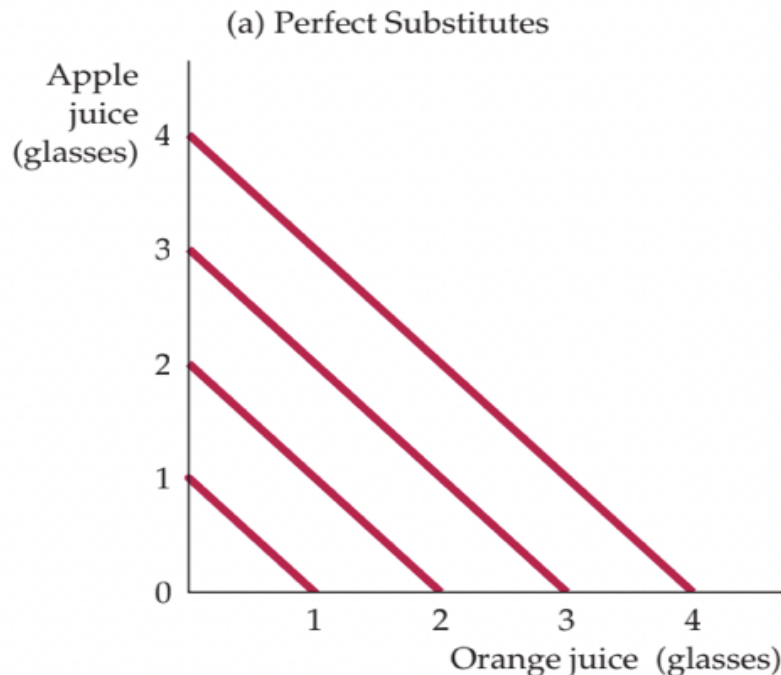
$$\rightarrow \mathbf{MRS = - \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_x}{MU_y}}$$



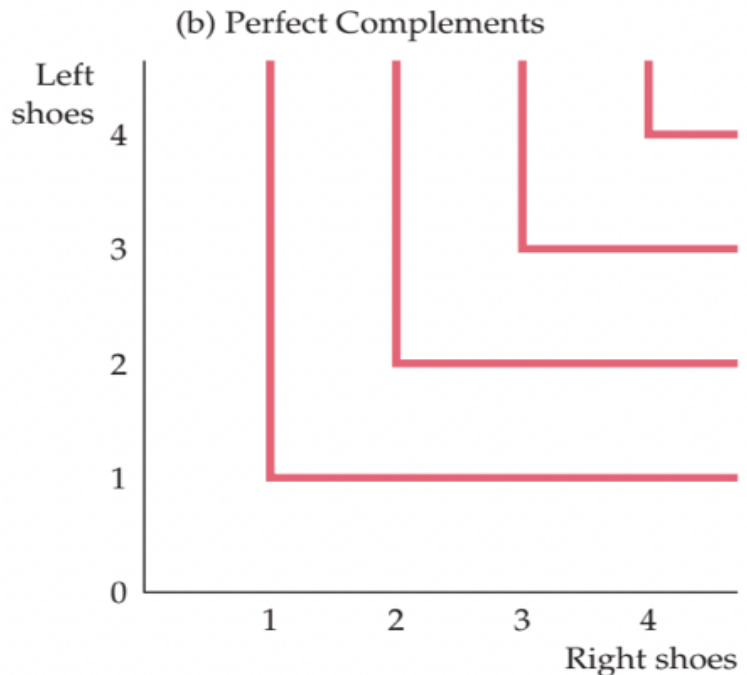
1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.1 Sở thích của người tiêu dùng

Một số đường bàng quan đặc biệt:



Hàng hóa thay thế hoàn hảo



Hàng hóa bổ sung hoàn hảo

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

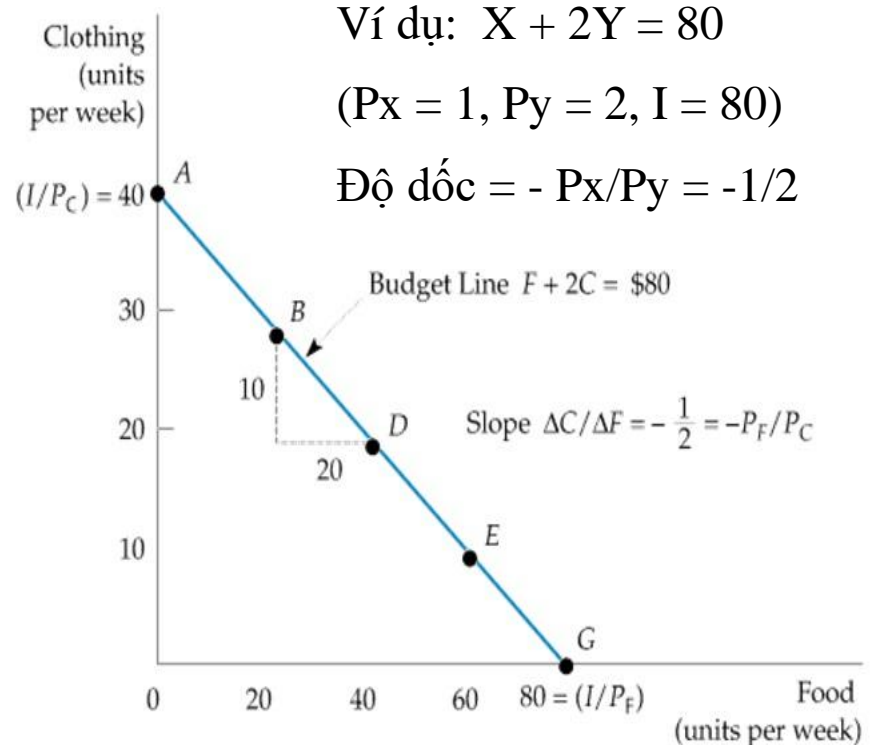
1.2.2 Giới hạn ngân sách

Đường ngân sách (Budget Line)

Thể hiện tất cả các kết hợp hàng hóa mà tổng số tiền chi tiêu bằng với thu nhập.

$$X \cdot P_X + Y \cdot P_Y = I$$

- Độ dốc của đường giới hạn ngân sách $= -P_X/P_Y$



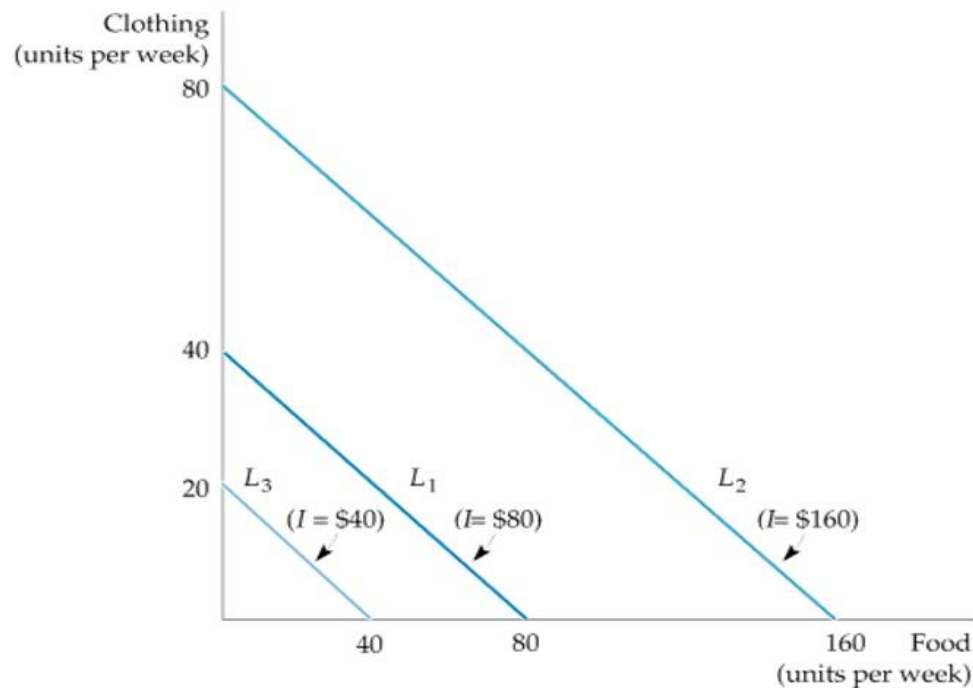


Những biến động nào có thể làm thay đổi đường ngân sách?

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

Đường ngân sách (Budget Line)

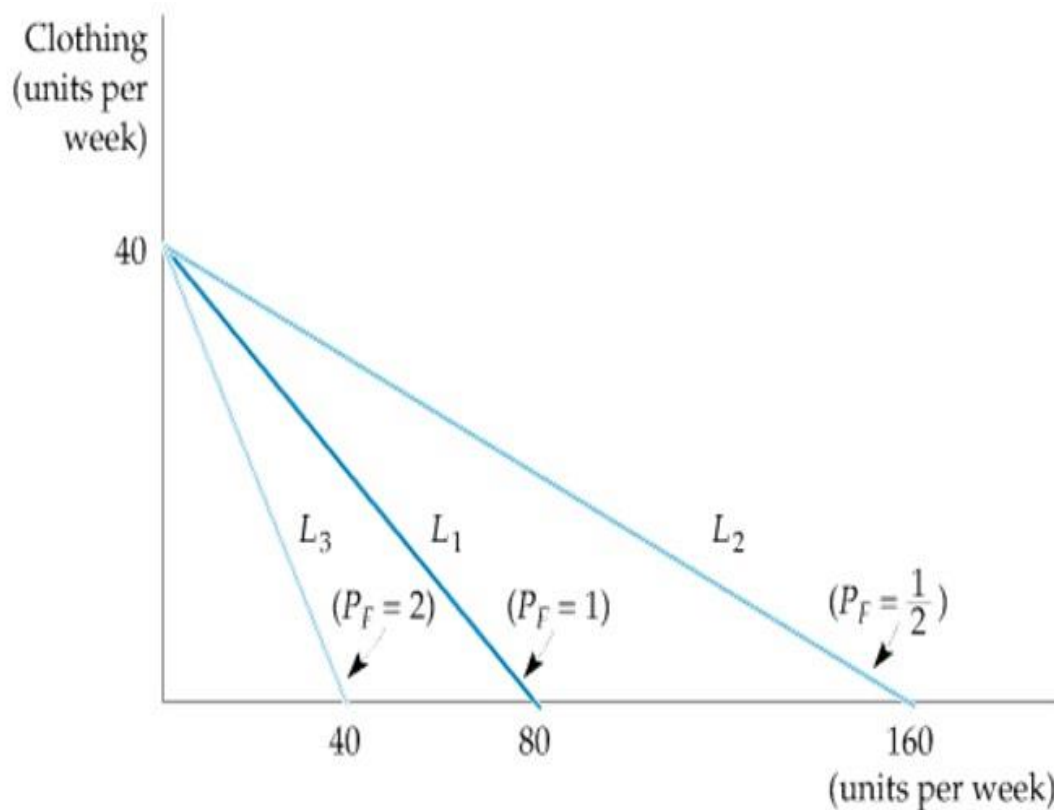
i. Tác động của thay đổi thu nhập đến đường ngân sách



1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

Đường ngân sách (Budget Line)

ii. Tác động của thay đổi giá hàng hoá đến đường ngân sách



1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.3 Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

Lựa chọn tối ưu cần thỏa mãn:

- Nằm trên đường ngân sách
 - Là kết hợp hàng hóa được ưa thích nhất
- Điểm tiêu dùng tối ưu là **điểm tiếp xúc** giữa đường ngân sách và đường bàng quan

Cụ thể:

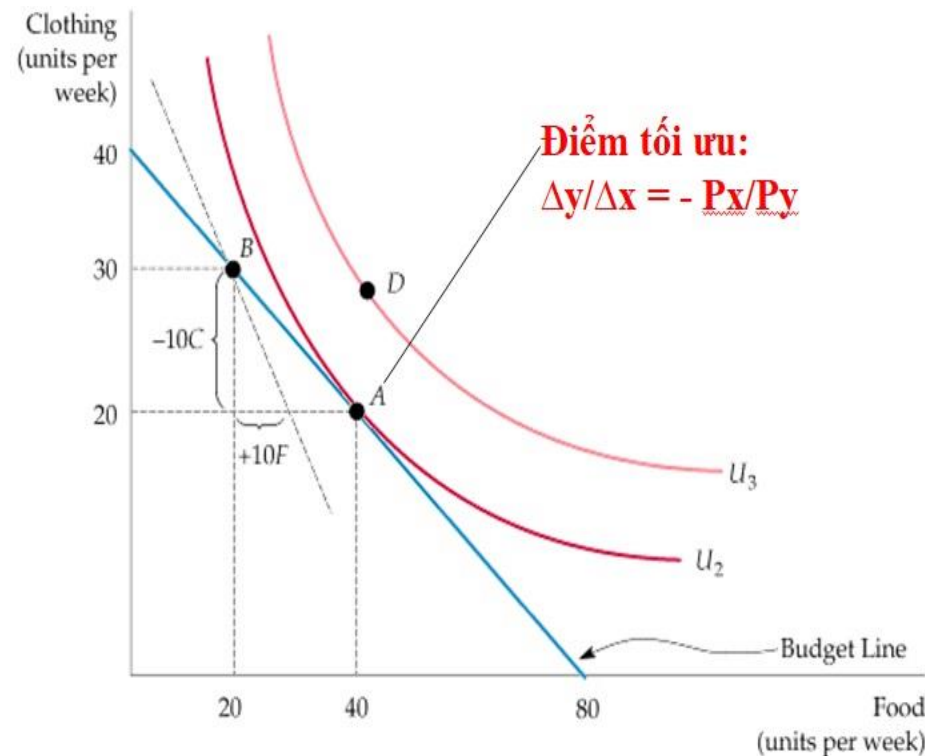
Tại điểm tối ưu: $\Delta y / \Delta x = - P_X / P_Y$

Mà $MRS_{x/y} = - \Delta y / \Delta x = MU_x / MU_y$

→ $MRS = P_X / P_Y$

Điều kiện cân bằng :

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y}$$



1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.3 Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

KẾT LUẬN

- Về mặt trực quan: Điểm tối ưu tiêu dùng (hay cân bằng tiêu dùng) là điểm tiếp xúc giữa đường ngân sách và đường bàng quan (hay tại đó, độ dốc của đường bàng quan bằng độ dốc của đường ngân sách $|MRS| = P_x/P_y$)
- Về ý nghĩa kinh tế: Người tiêu dùng sẽ đạt lợi ích tối đa khi ngân sách được phân bổ sao cho lợi ích biên trên một đồng chi tiêu giữa các hàng hoá bằng nhau ($MU_x/P_x = MU_y/P_y$).

1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

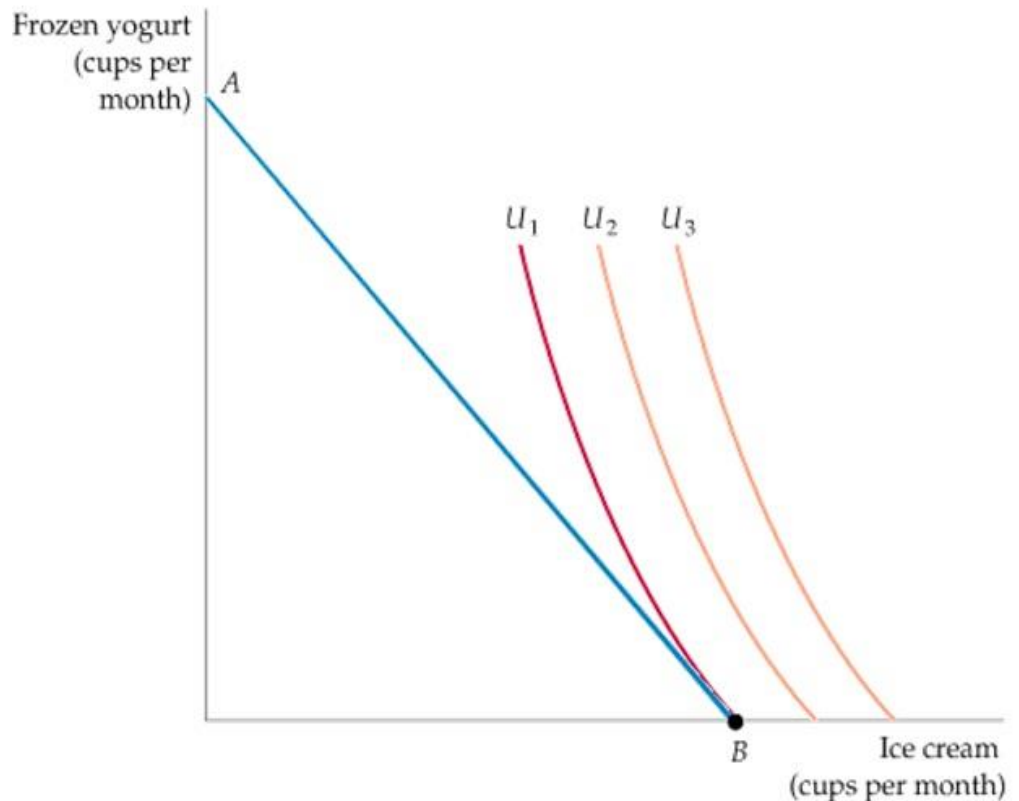
1.2.3 Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

Trường hợp đặc biệt:

Giải pháp góc (corner solution):

là tình huống mà tỷ lệ thay thế biên của hai hàng hóa trong một rổ hàng hóa không bằng độ dốc của đường ngân sách.

(Xảy ra khi người tiêu dùng lựa chọn không tiêu dùng một loại hàng hoá nào đó)



1.2. Lý thuyết lợi ích so sánh được và kết hợp bàng quan - ngân sách

1.2.3 Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

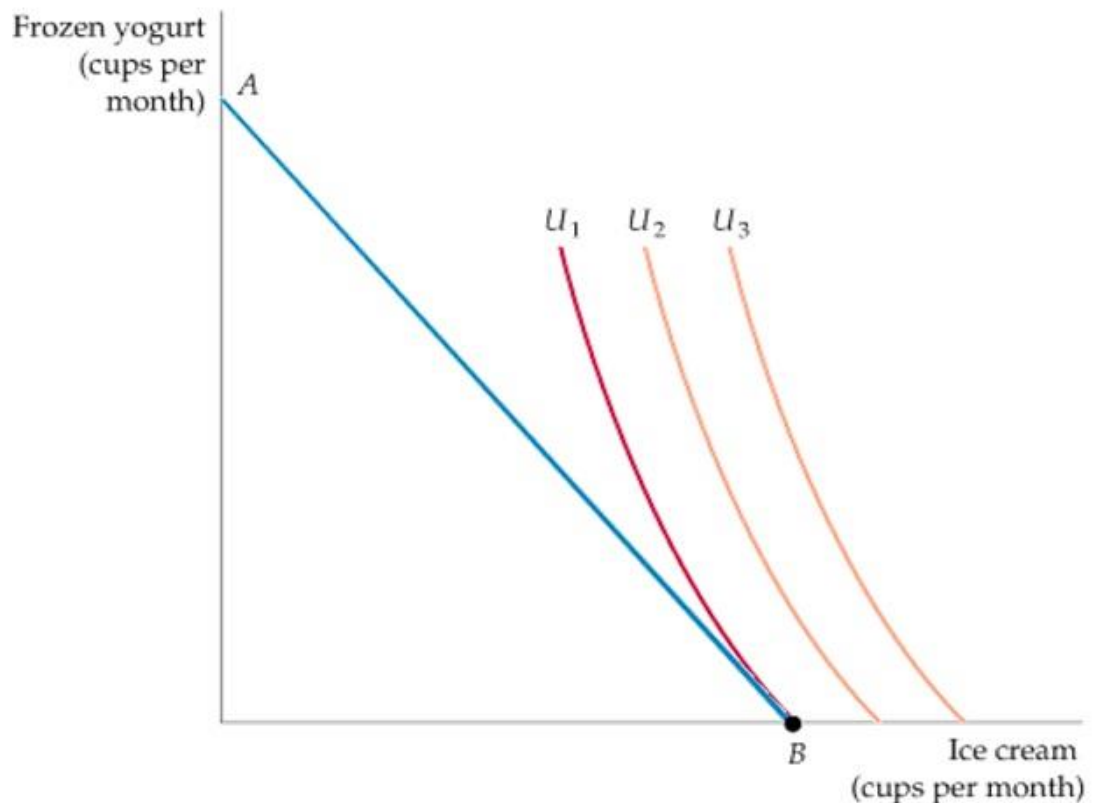
Trường hợp đặc biệt:

Nếu giải pháp góc tại B:

$$MRS \geq P_x/P_y$$

Nếu giải pháp góc tại A:

$$MRS \leq P_x/P_y$$



1.2. Điều kiện lựa chọn tối ưu - - phương pháp nhân tử Lagrange

Bài toán: Tối đa hoá hàm lợi ích $U(X,Y)$ (1) với ràng buộc ngân sách $P_X X + P_Y Y = I$ (2)

Bước 1: Lập hàm Lagrange

$$\phi = U(X,Y) - \lambda(P_X X + P_Y Y - I) \quad (3)$$

(λ là nhân tử Lagrange)

Lưu ý: giới hạn ngân sách được viết lại dưới dạng: $P_X X + P_Y Y - I = 0$

Nếu chọn X, Y thoả mãn giới hạn ngân sách ($P_X X + P_Y Y - I = 0$) \rightarrow tối đa hoá ϕ tương đương tối đa hoá $U(X,Y)$.

Bước 2: Lấy đạo hàm riêng của ϕ theo X, Y, λ

$$\begin{aligned}\phi'_X &= MU_X(X,Y) - \lambda P_X = 0 \\ \phi'_Y &= MU_Y(X,Y) - \lambda P_Y = 0 \\ \phi'_\lambda &= P_X X + P_Y Y - I = 0\end{aligned} \quad (4)$$

Bước 3: giải hệ (4)

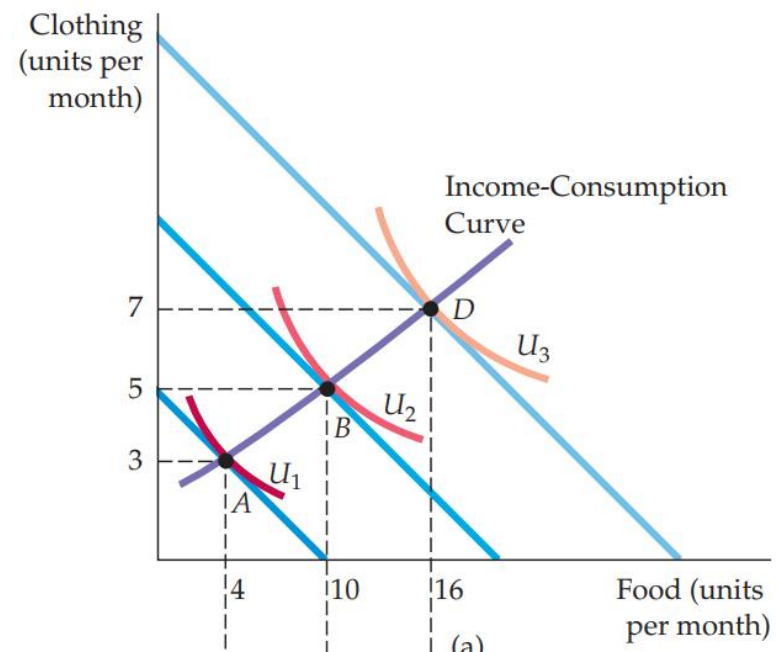
ta có: $MU_X(X,Y)/P_X = MU_Y(X,Y)/P_Y = \lambda$ (5)

Như vậy, điều kiện để tối đa hóa lợi ích là: Lợi ích biên trên 1 đồng chi tiêu cho X bằng lợi ích biên trên 1 đồng chi tiêu cho Y : **$MU_X/P_X = MU_Y/P_Y$**

(Lưu ý: Hệ (4) mới chỉ là điều kiện cần để tối đa ϕ , ở đây với đặc điểm MRS giảm dần, điều kiện đủ được thoả mãn)

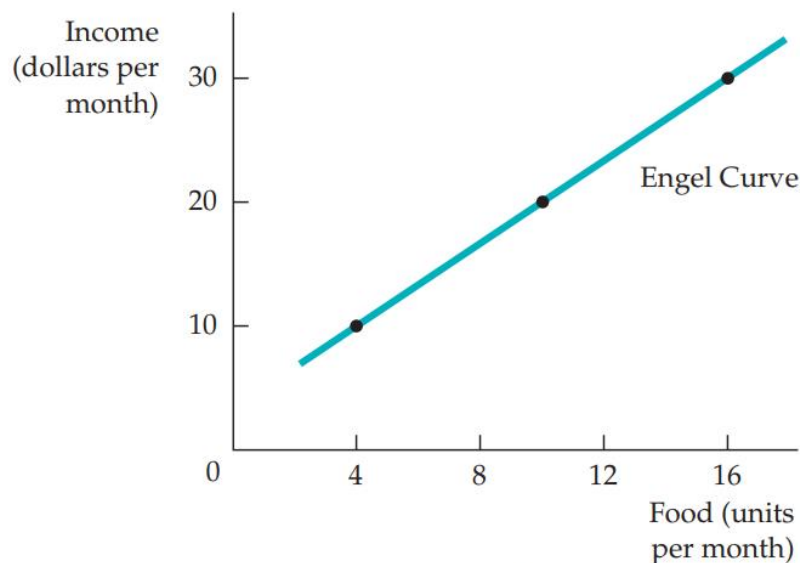
2. ẢNH HƯỞNG CỦA THAY ĐỔI THU NHẬP TỚI LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

- Khi thu nhập tăng (giảm), đường ngân sách dịch chuyển song song ra ngoài (vào trong).
- **Đường thu nhập – tiêu dùng:** là đường nối tất cả các kết hợp tiêu dùng mang lại lợi ích cao nhất khi thu nhập của người tiêu dùng thay đổi.

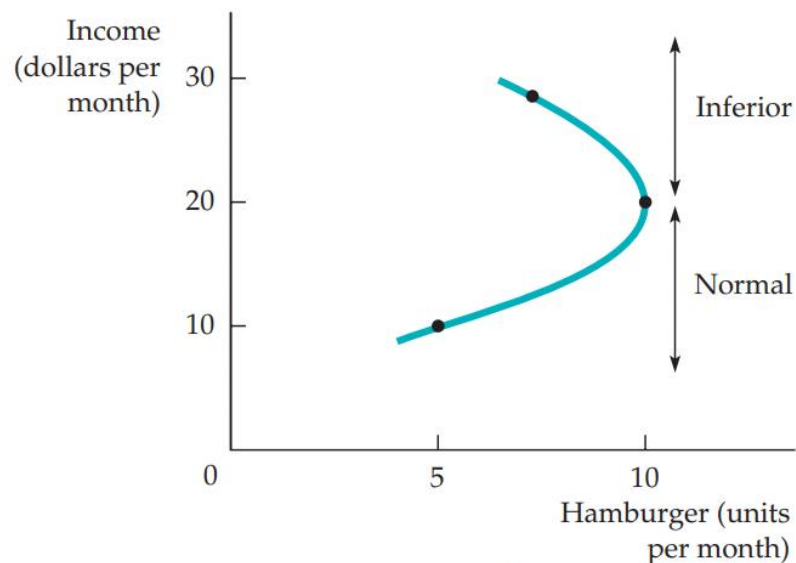


2. ẢNH HƯỞNG CỦA THAY ĐỔI THU NHẬP TỚI LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

- **Đường Engel:** đường phản ánh mối quan hệ giữa lượng tiêu dùng một hàng hoá với thu nhập của người tiêu dùng.



(a)



(b)

→ Từ đường Engel có thể thấy thực phẩm (Food) là hàng hoá thông thường

- Khi thu nhập NTD dưới \$20/tháng, hamburger là hàng hoá thông thường.
- Khi thu nhập trên \$20/tháng, hamburger là hàng hoá thứ cấp.

3. ẢNH HƯỞNG CỦA THAY ĐỔI GIÁ TỚI LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG



3.1. Hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập

3.2. Mô tả đối với các loại hàng hóa

3. ẢNH HƯỞNG CỦA THAY ĐỔI GIÁ TỚI LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.1. Hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập

Việc giảm giá một loại hàng hóa sẽ có **hai hiệu ứng**:

Người tiêu dùng có xu hướng mua nhiều hơn hàng hóa có giá giảm (rẻ hơn) và mua ít hơn hàng hóa có giá giữ nguyên (đắt hơn tương đối)

→ **Hiệu ứng thay thế (Substitution Effect)**

Thay đổi trong tiêu dùng hàng hoá vì khi một hàng hóa trở nên rẻ hơn, người tiêu dùng được hưởng một sự gia tăng trong sức mua thực

→ **Hiệu ứng thu nhập (Income Effect)**

III. ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ THAY ĐỔI GIÁ CẢ TỚI SỰ LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.1. Hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập

Hiệu ứng thay thế: Sự thay đổi trong tiêu dùng một hàng hóa gắn với sự thay đổi giá hàng hóa đó, với mức độ lợi ích thu được là không đổi.

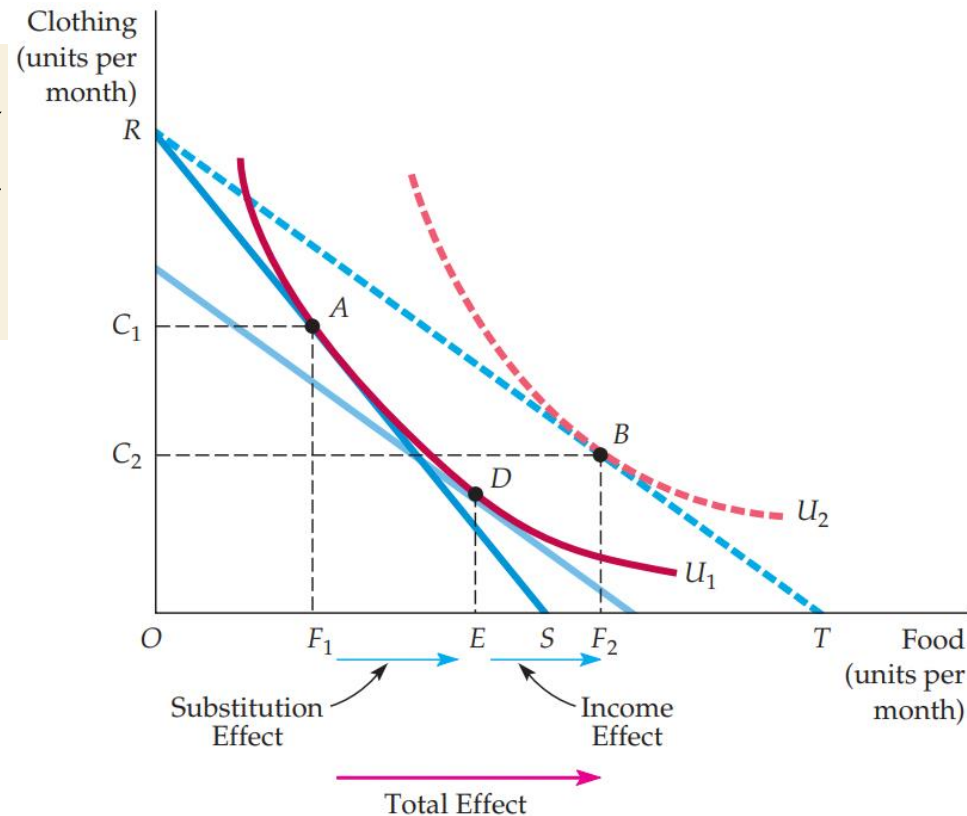
Hiệu ứng thu nhập: Sự thay đổi trong tiêu dùng một hàng hóa do tăng sức mua mang lại, với giá tương đối của các hàng hóa giữ nguyên.

III. ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ THAY ĐỔI GIÁ CẢ TỚI SỰ LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.1. Hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập

Tác động tổng thể của sự thay đổi giá cả lên tiêu dùng hàng hoá là tổng của hiệu ứng thay thế và hiệu ứng thu nhập:

$$(F_1 F_2) = (F_1 E) + (E F_2)$$

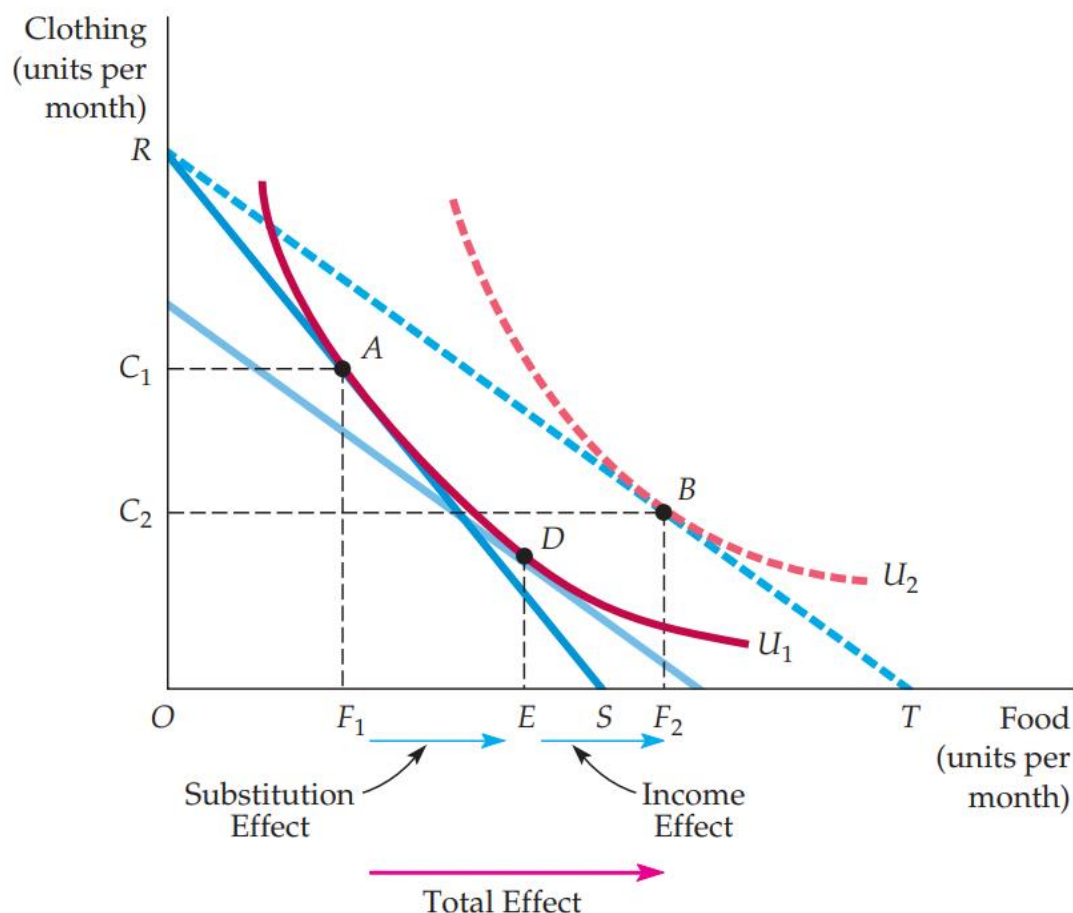


III. ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ THAY ĐỔI GIÁ CẢ TỚI SỰ LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.2. Mô tả đối với các loại hàng hóa

Hàng hóa thông thường

- Hiệu ứng thay thế làm tăng tiêu dùng
- Hiệu ứng thu nhập làm tăng tiêu dùng

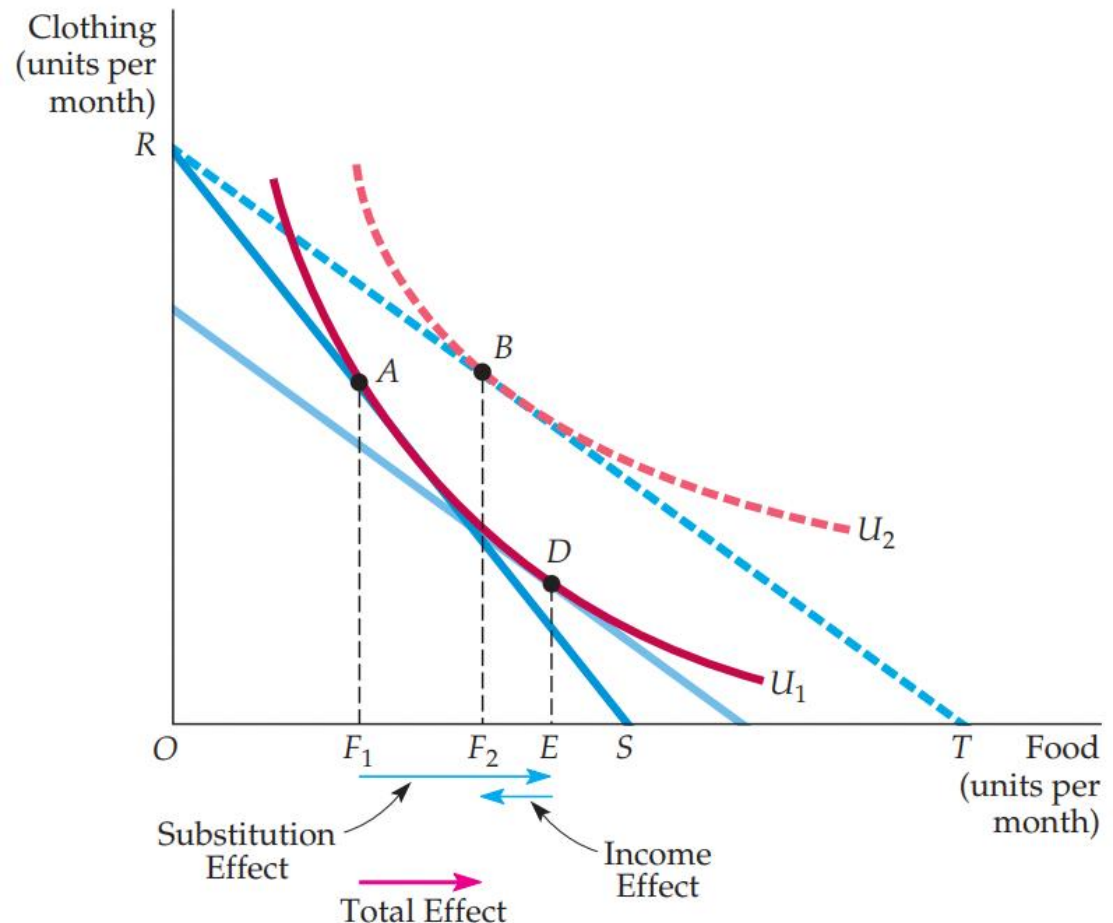


III. ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ THAY ĐỔI GIÁ CẢ TỚI SỰ LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.2. Mô tả đối với các loại hàng hóa

Hàng hóa thứ cấp

- Hiệu ứng thay thế làm tăng tiêu dùng
- Hiệu ứng thu nhập làm giảm tiêu dùng



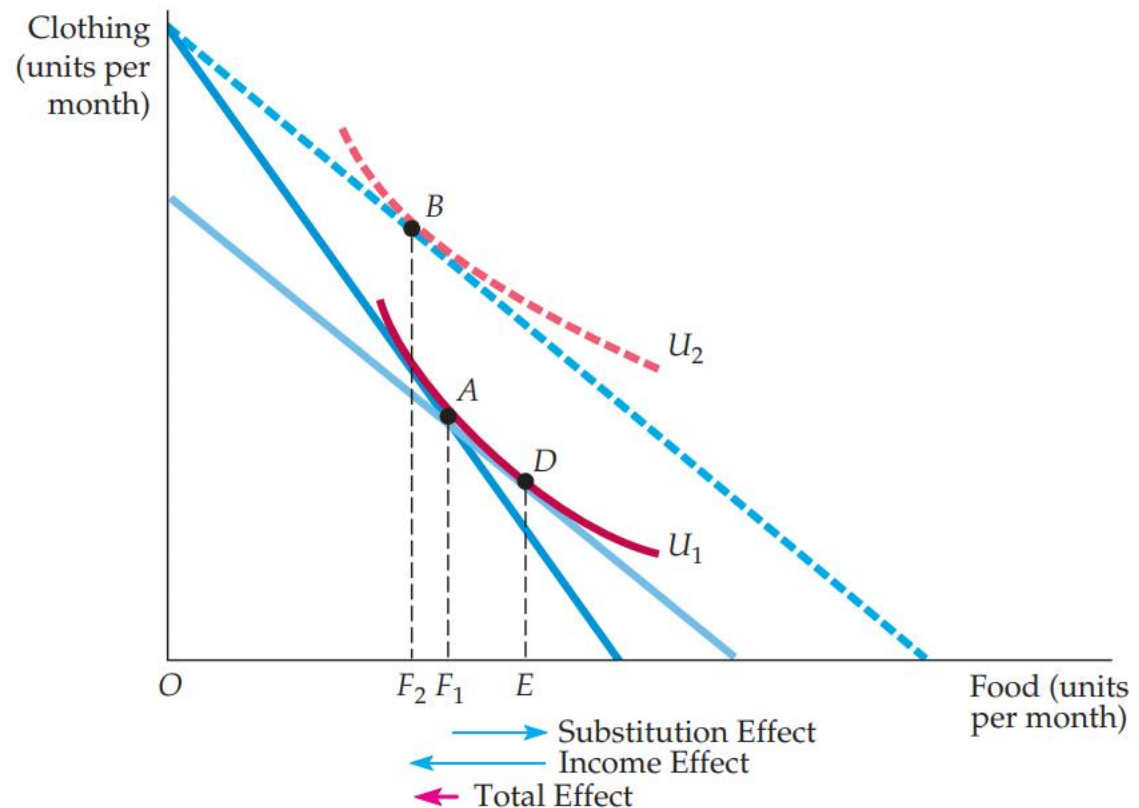
III. ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ THAY ĐỔI GIÁ CẢ TỚI SỰ LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.2. Mô tả đối với các loại hàng hóa

Hàng hóa Giffen

Giảm tiêu dùng do hiệu ứng thu nhập mạnh hơn so với tăng tiêu dùng do hiệu ứng thay thế.

→ Kết quả là tiêu dùng của người tiêu dùng đi ngược lại luật cầu. Hàng hoá Giffen có đường cầu dốc lên.



III. ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ THAY ĐỔI GIÁ CẢ TỚI SỰ LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

3.2. Mô tả đối với các loại hàng hóa

Ví dụ về hàng hóa Giffen

Robert Giffen đã phát hiện ra rằng giá **bánh mì** tăng làm cho sức mua của số tiền mà những người dân nghèo có giảm đi. Những người dân nghèo đành phải giảm tiêu dùng các mặt hàng đắt tiền hơn như thịt. Và vì bánh mì vẫn là mặt hàng rẻ tiền nhất, nên họ đã tăng tiêu dùng bánh mì.

Jenssen and Miller đã phát hiện ra khi giá **gạo** tăng, những nông dân ở tỉnh Hồ Nam – Trung Quốc vẫn tiêu dùng gạo nhiều hơn và họ cho rằng gạo là hàng hóa Giffen đối với nông dân Trung Quốc.

4. ĐƯỜNG CẦU CÁ NHÂN VÀ ĐƯỜNG CẦU THỊ TRƯỜNG



4.1. Đường cầu cá nhân

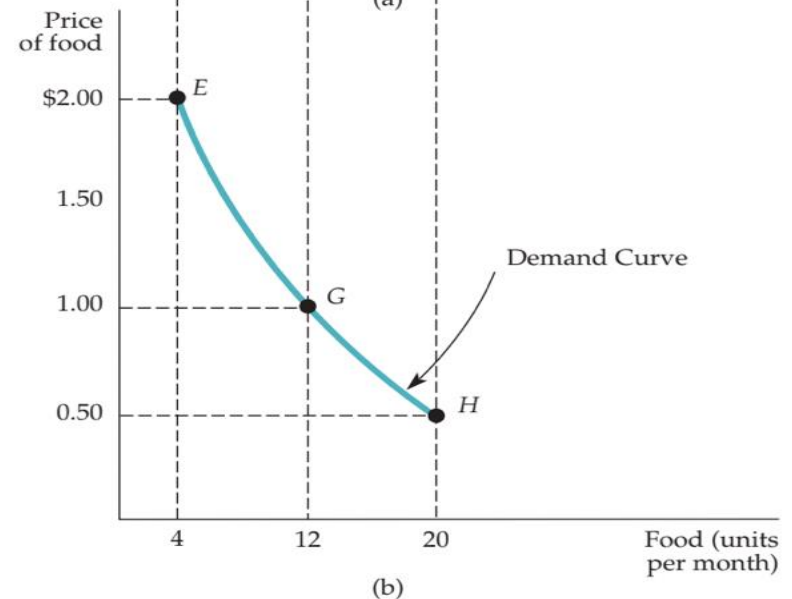
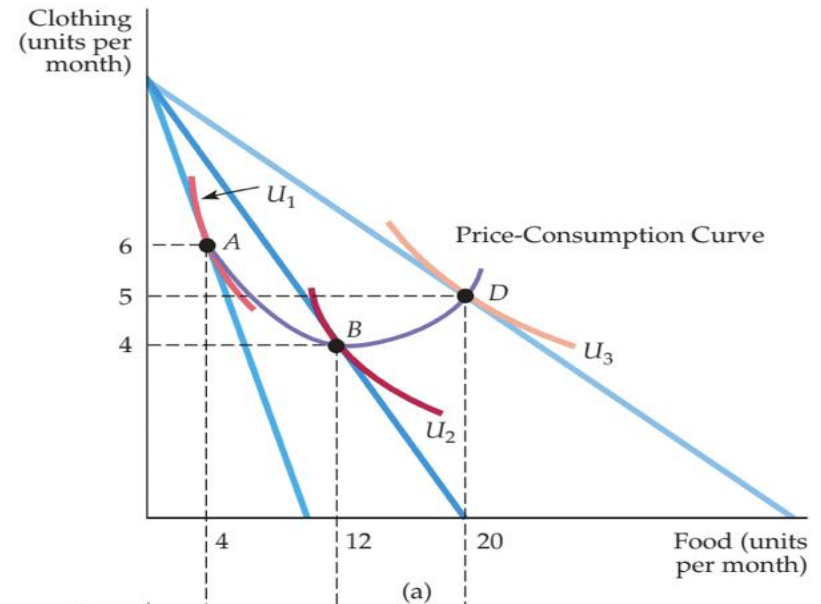
4.2. Đường cầu thị trường

4. ĐƯỜNG CẦU CÁ NHÂN VÀ ĐƯỜNG CẦU THỊ TRƯỜNG

4.1. Đường cầu cá nhân

Đường giá cả - tiêu dùng: Là đường nối các kết hợp hàng hoá mang lại độ thỏa mãn tối đa khi **giá cả** của một loại hàng hóa thay đổi.

Đường cầu cá nhân: Đường thể hiện sự tương quan giữa số lượng của một hàng hóa mà người tiêu dùng sẽ mua ở mỗi mức giá của hàng hóa đó.



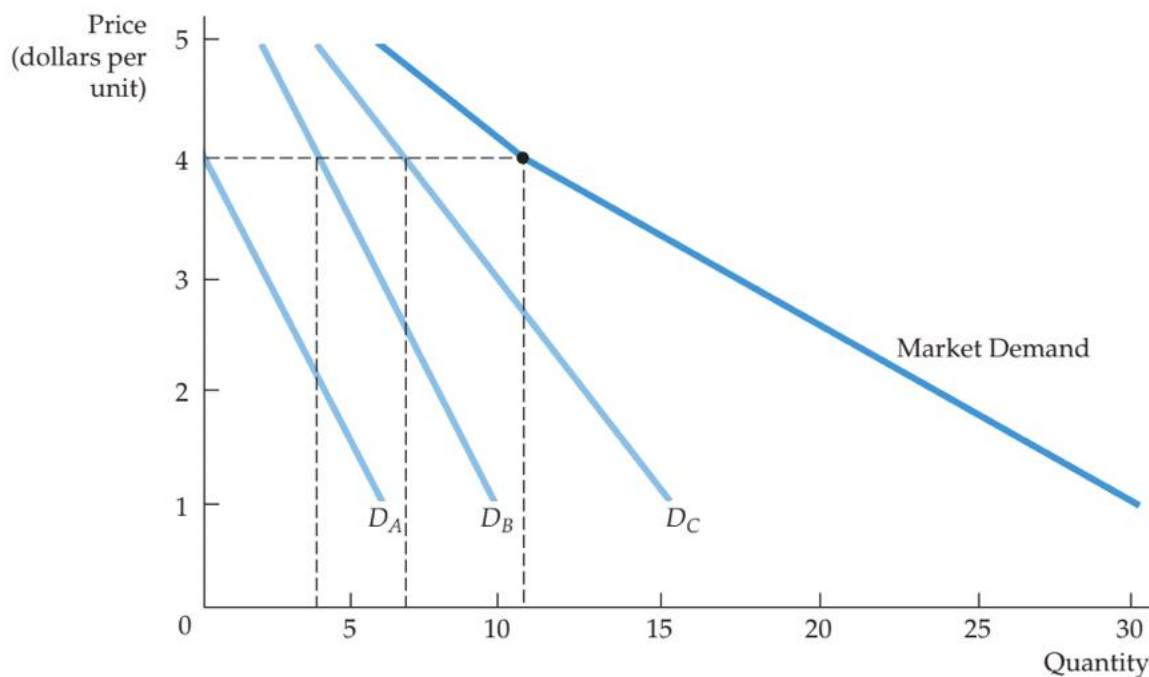
IV. ĐƯỜNG CẦU CÁ NHÂN VÀ ĐƯỜNG CẦU THỊ TRƯỜNG

4.1. Đường cầu thị trường

Đường cầu thị trường được xác định bằng cách **cộng theo chiều ngang** đường cầu của các cá nhân.

Đường cầu thị trường sẽ dịch sang phải khi có thêm nhiều người tiêu dùng tham gia vào thị trường.

Những nhân tố ảnh hưởng đến cầu cá nhân của nhiều người tiêu dùng sẽ tác động đến cầu thị trường.



BÀI TẬP

Bài tập 1.1

Một người tiêu dùng có hàm lợi ích đối với 2 hàng hoá X và Y như sau:

$$U = 20 XY$$

Người tiêu dùng này có một lượng thu nhập là 5 triệu đồng dành để chi tiêu có 2 hàng hoá X và Y. Giá của hàng hoá X là 100 nghìn đồng/một đơn vị và giá của hàng hoá Y là 20 nghìn đồng/ một đơn vị.

1. Hãy xác định kết hợp tiêu dùng 2 hàng hoá X và Y của người tiêu dùng này để tối đa hoá lợi ích.
2. Nếu giá của hàng hoá X giảm xuống còn 50 nghìn đồng/ một đơn vị thì kết hợp tiêu dùng sẽ thay đổi như thế nào?
3. Hãy viết phương trình đường cầu đối với hàng hoá X, giả sử rằng nó là đường tuyến tính.
4. Hãy minh hoạ các kết quả tính toán trên bằng đồ thị

Fin

