

# CHƯƠNG IV: LÝ THUYẾT HÀNH VI NGƯỜI SẢN XUẤT

## I. Lý thuyết người sản xuất:

### 1. Hàm sản xuất:

1.1. Hàm sản xuất: *xác định sản lượng tối đa có thể đạt được sản xuất từ bất kỳ khối lượng cho trước nào của đầu vào với một trình độ công nghệ nhất định .*

$$Q \max = F (L, K) \quad ( L: \text{labour}; K : \text{capital})$$

*Đầu vào, Đầu ra*

Hàm sản xuất phổ biến nhất của các doanh nghiệp là hàm sản xuất Cobb - Douglas có dạng:

$$Q = A.K.L (\alpha; \beta > 0, < 1)$$

+A là hằng số, tùy thuộc vào đơn vị đo lường, đầu ra, đầu vào, biểu thị trình độ công nghệ sản xuất.

+ $\alpha, \beta$  là hằng số cho biết tầm quan trọng tương đối của lao động và vốn trong quá trình sản xuất.

+ Mỗi ngành sản xuất và công nghệ khác nhau thì  $\alpha, \beta$  khác nhau.

+  $\alpha, \beta$  biểu thị hiệu suất theo qui mô sản xuất của hãng.

**=> Vậy hiệu suất: là mối tương quan giữa đầu vào và đầu ra.**

---

**\* Nếu:  $\alpha + \beta < 1$ : Hàm sản xuất biểu thị hiệu suất giảm theo qui mô (đầu vào tăng nhiều hơn đầu ra)**

**$\alpha + \beta = 1$ : Hàm sản xuất biểu thị hiệu suất không đổi theo qui mô.**

**$\alpha + \beta > 1$ : Hàm sản xuất biểu thị hiệu suất tăng theo qui mô (hầu hết các hãng có điều này).**

## 2. Sản xuất trong ngắn hạn: (*sản xuất với 1 đầu vào biến đổi*)

*Sản xuất ngắn hạn là khoảng thời gian mà hãng sản xuất không thể thay đổi tất cả các đầu vào, có ít nhất là 1 đầu vào cố định.*

*MPPL (Marginal physical product): là sự thay đổi của số lượng sản phẩm đầu ra khi có sự thay đổi của 1 đơn vị đầu vào lao động (L).*

$$\text{MPPL} = \frac{\partial Q}{\partial L} = Q'(L)$$

*APPL: sản phẩm hiện vật bình quân (Average physical product): là số lượng sản phẩm đầu ra tính cho 1 đơn vị đầu vào lao động.*  $\text{APPL} = Q/L$



<i>K</i>	<i>L</i>	<i>Q</i>	<i>MPPL</i>	<i>APPL</i>
<i>1</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>1</i>	<i>1</i>	<i>10</i>	<i>10</i>	<i>10</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>21</i>	<i>11</i>	<i>10,5</i>
<i>1</i>	<i>3</i>	<i>31</i>	<i>10</i>	<i>10,33</i>
<i>1</i>	<i>4</i>	<i>39</i>	<i>8</i>	<i>9,75</i>
<i>1</i>	<i>5</i>	<i>42</i>	<i>3</i>	<i>8,4</i>
<i>1</i>	<i>6</i>	<i>42</i>	<i>0</i>	<i>7</i>
<i>1</i>	<i>7</i>	<i>40</i>	<i>-2</i>	<i>5,71</i>

## **K** Nguyên nhân:

Với **K** không đổi số lao động tăng lên (**L** tăng) => cho số công nhân trên một máy giảm và tăng lên đến một mức nào đó sẽ khiến cho nhà xưởng cũng không đủ chỗ, thiếu máy móc .. cản trở thao tác sản xuất => **NSLĐ** giảm => **Q** giảm => **MPPL** giảm dần khi **L** tăng lên do mỗi **L** tăng góp thêm 1 lượng giảm dần vào quá trình **SX**. Điều này phổ biến với mọi hãng => các nhà kinh tế khác khái quát thành qui luật hiệu suất giảm dần.

## **K** Qui luật được phát biểu như sau:

*" Sản phẩm hiện vật cận biên của 1 đầu vào biến đổi sẽ giảm dần khi hãng tăng cường sử dụng đầu vào biến đổi đó".*

Nguyên nhân là do khi L tăng mà K không đổi dẫn đến tình trạng không hợp lý giữa K và L khiến năng suất lao động giảm dần => NSLĐ cận biên giảm dần.

**Chú ý:** MPPL qua điểm max của APPL vì  
 $APPL = Q/L \Rightarrow (APPL)' =$

### 3. Sản xuất dài hạn : *Longterm production* (*Sản xuất với 2 đầu vào biến đổi*)

---

Sản xuất dài hạn là khoảng thời gian đủ để làm cho tất cả các đầu vào của hãng biến đổi.

#### 3.1. Đường đồng lượng (*Isoquant*)

Đường đồng lượng mô tả những kết hợp đầu vào khác nhau đem lại cùng 1 mức sản lượng.



## **K** Đặc điểm của đường đồng lượng

- Các đường đồng lượng dốc xuống từ trái sang phải và lồi so với gốc tọa độ.
- Một đường đồng lượng thể hiện 1 mức sản lượng nhất định, các đường đồng lượng khác nhau có mức sản lượng khác nhau.
- Đường đồng lượng càng xa gốc tọa độ càng có mức sản lượng cao hơn.
- Các đường đồng lượng không thể cắt nhau
- **Độ dốc của đường đồng lượng = -  $\frac{K}{L}$**

$$\frac{\Delta K}{\Delta L} = MRTS$$

(Marginal rates of technical substitution)

*Độ dốc của đường đồng lượng phản ánh tỷ lệ thay thế kỹ thuật cận biên của các yếu tố đầu vào là giảm dần*

*=> Tại sao  $\Delta K / \Delta L$  giảm dần?*

*Với 1 lượng  $\Delta L$  tăng không đổi,  $\Delta K$  ngày càng giảm đi điều này xảy ra do qui luật hiệu suất giảm dần chi phối. Nếu di chuyển trên đường đồng lượng, L tăng lên một lượng nhất định, lúc này khi L tăng lên theo qui luật hiệu suất giảm dần sẽ khiến  $MPP_L$  giảm xuống, trái lại khi K giảm đi khiến cho  $MPP_K$  tăng lên, dẫn đến để tăng một lượng L như cũ càng ngày chỉ cần giảm ít hơn một lượng K nào đó => MRTS giảm dần.*

$$\frac{\Delta K}{\Delta L} = MRTS$$

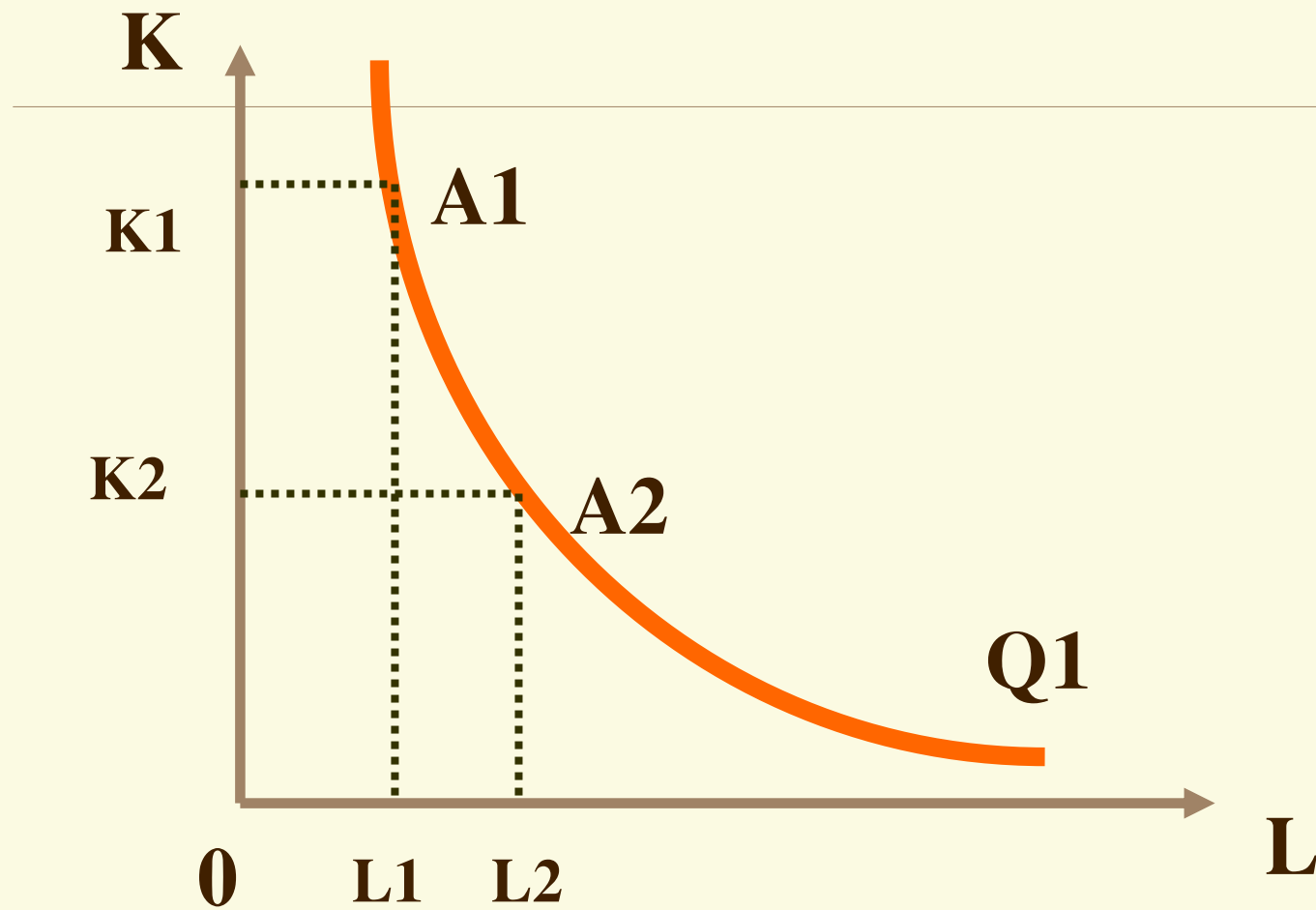
(Marginal rates of technical substitution)

*Độ dốc của đường đồng lượng phản ánh tỷ lệ thay thế kỹ thuật cận biên của các yếu tố đầu vào là giảm dần.* ✌️ **Tại sao  $\Delta K / \Delta L$  giảm dần?**

*Khi  $\Delta L$  tăng  $MPP_L$  giảm mà  $\Delta K$  giảm thì  $MPP_K$  tăng (qui luật hiệu suất giảm dần). Nên để tăng một lượng  $\Delta L$  như ban đầu (mà mức sản lượng đầu ra vẫn không đổi) thì ngày càng chỉ cần giảm một lượng  $\Delta K$  ít hơn  **$MRTS$  giảm dần.***

$$\Delta K \cdot MPP_K + \Delta L \cdot MPP_L = 0$$

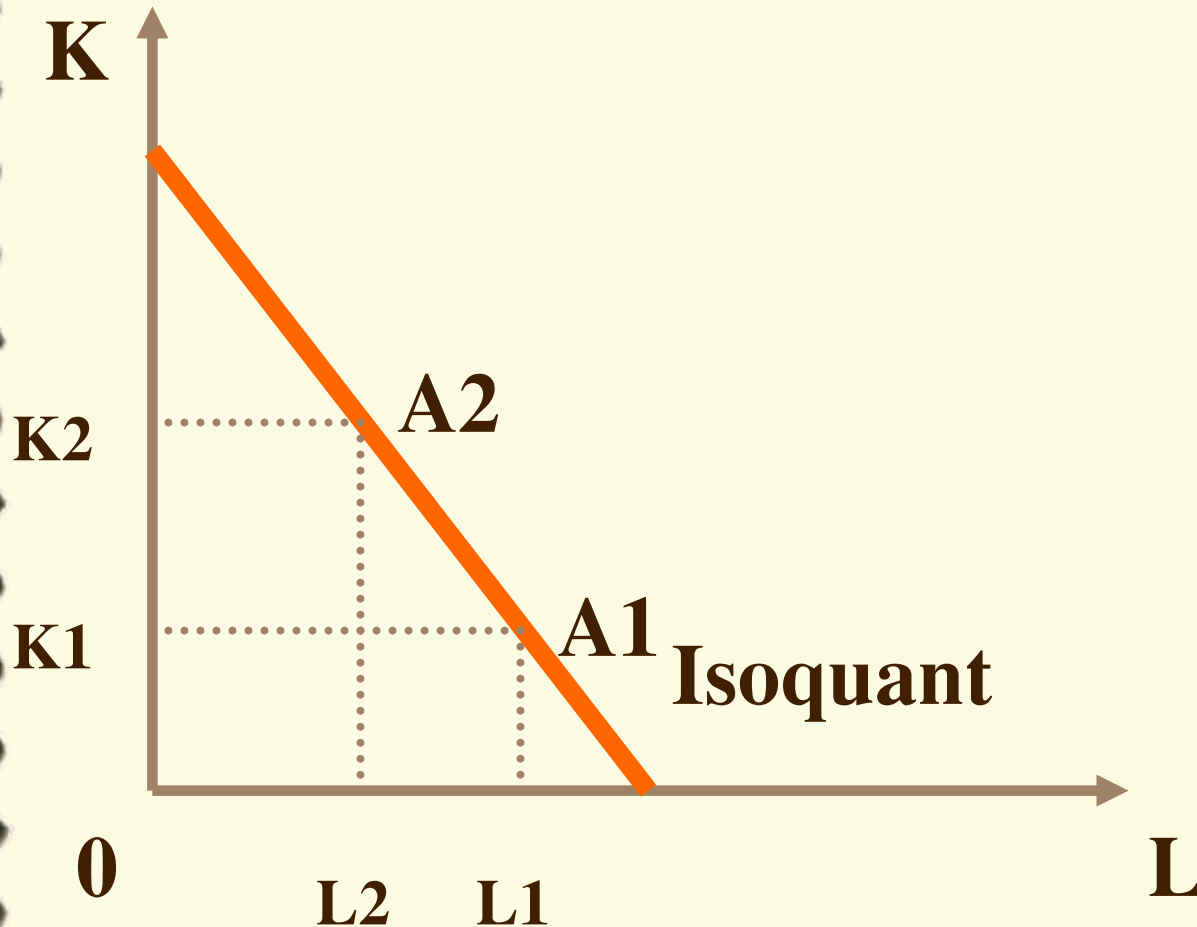
$$\rightarrow -\Delta K / \Delta L = MPP_L / MPP_K$$



$$\Delta K \cdot MPPL + \Delta L \cdot MPPL = 0$$

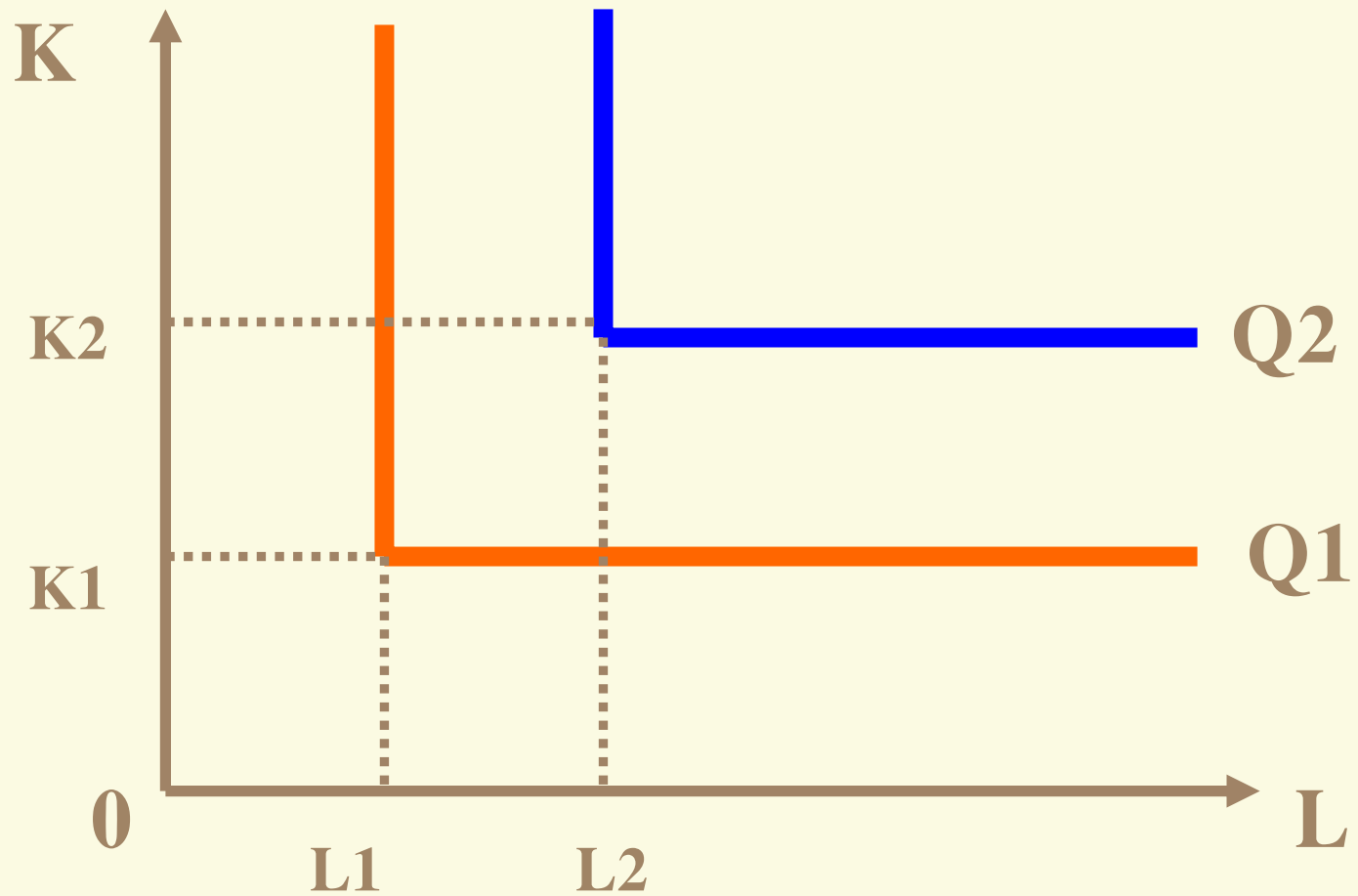
# ☰ Một số đường đồng lượng đặc biệt

\* Đường đồng lượng là đường thẳng





\* Đường đồng lượng có dạng chữ L



## 3.2. Đường đồng phí (*Iso cost*)

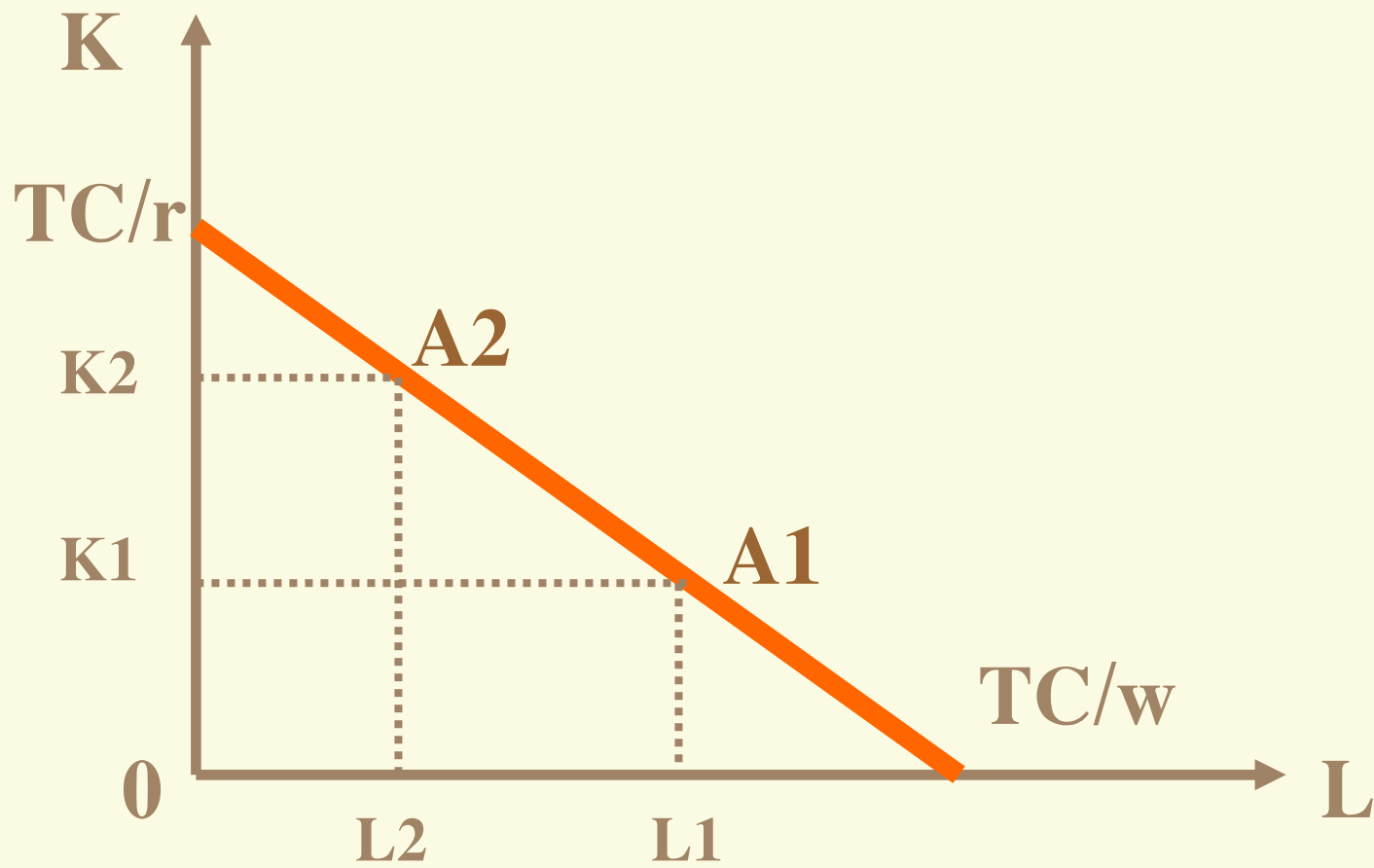
---

*Đường đồng phí thể hiện những kết hợp đầu vào khác nhau mà hãng có thể mua được với một tổng cho phí cho trước.*

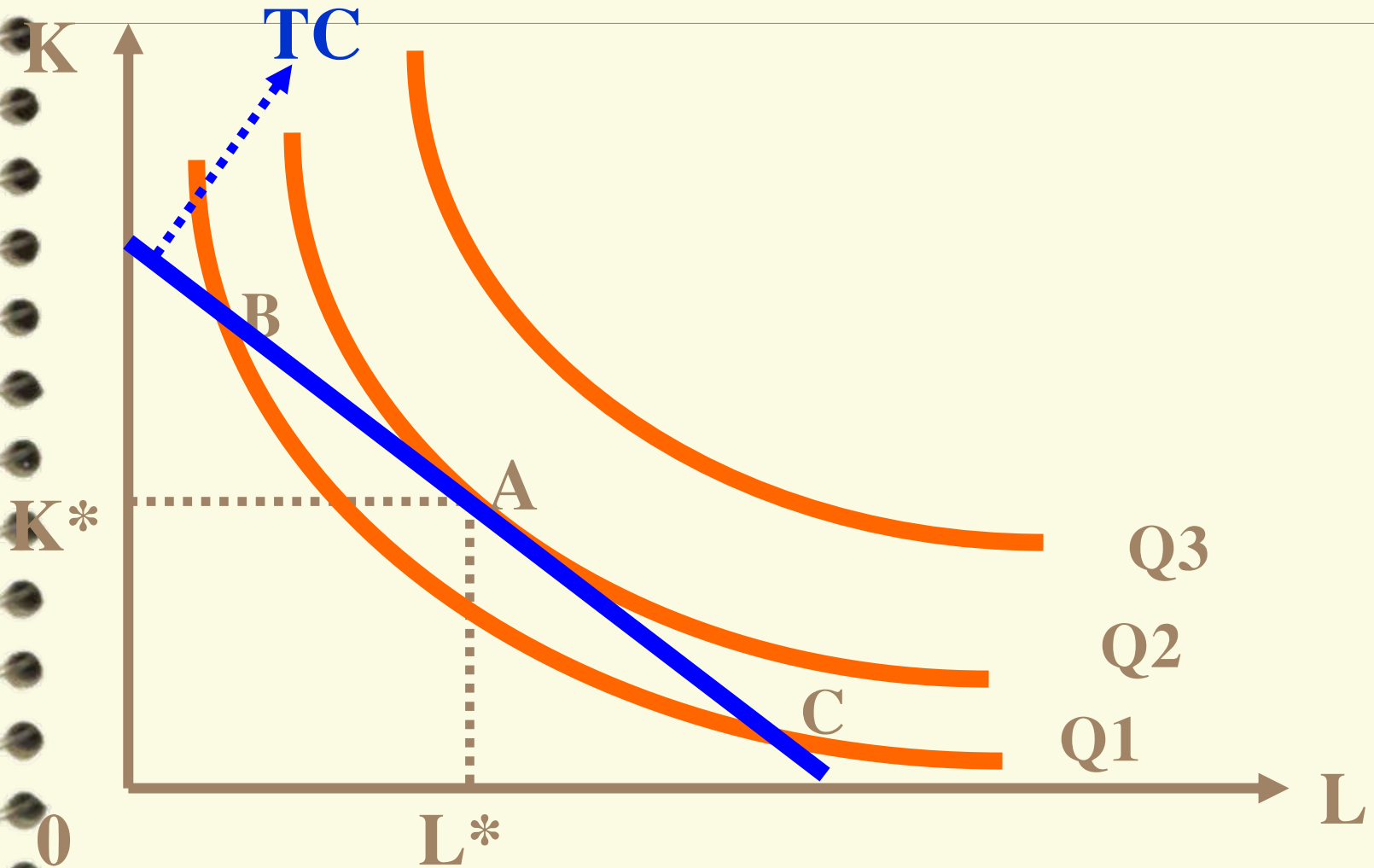
*Phương trình:  $L.w + K.r = TC$  (1)*

*K: tư bản; w: tiền lương; L: lao động; r: tiền thuê tư bản*

*(1)  $\Rightarrow K =$*



### 3. Lựa chọn kết hợp đầu vào tối ưu:



## II. Chi phí sản xuất

### 1. Chi phí ngắn hạn

#### 1.1. Chi phí cố định chi phí biến đổi, tổng chi phí

**FC (fixed cost)** là những chi phí không đổi khi mức sản lượng thay đổi

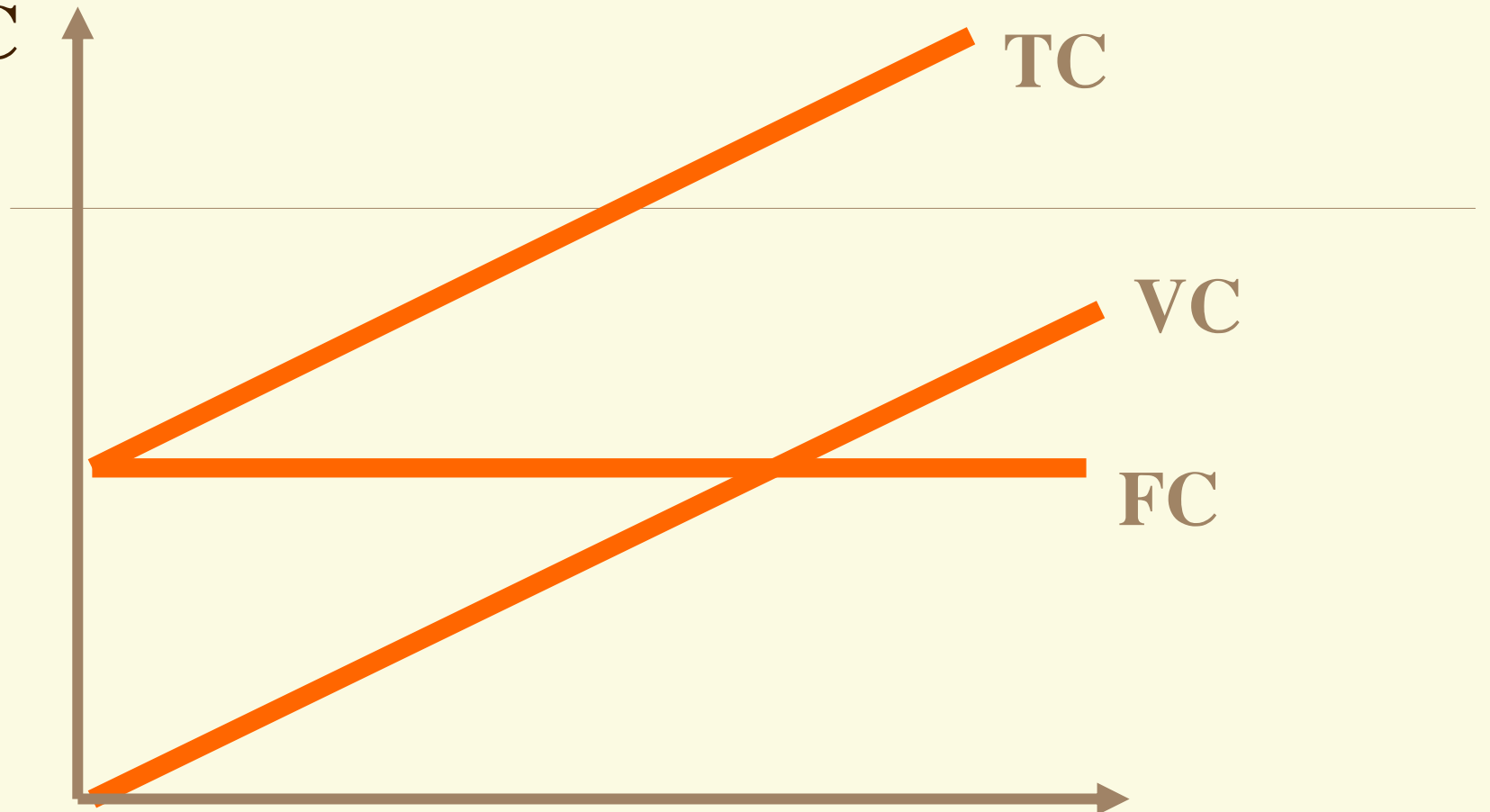
**VC (variable cost)** là những chi phí thay đổi khi mức sản lượng thay đổi: nguyên vật liệu, nhân công..

**TC (total cost)** là toàn bộ chi phí cố định và biến đổi để sản xuất ra mức sản lượng.

$$TC = FC + VC$$



C



TC

VC

FC

Q

0

$$TC = FC + VC$$

## 1.2. Chi phí bình quân

---

**AFC: (*Average fixed cost*)**  $AFC = FC / Q$

**AVC (*Average variable cost*)**  $AVC = VC / Q$

**ATC (*Average total cost*)**  $ATC = TC / Q$

$$ATC = AFC + AVC$$

# KHình biểu diễn AFC, AVC, ATC



### **III. Chi phí kinh tế và chi phí kế toán**

---

**1. Chi phí kinh tế = CP tường minh + CP ẩn**

\* Chi phí tường (explicit):

\* Chi phí ẩn (implicit):

**2. Chi phí kế toán**

### III. Lợi nhuận

---

\* Khái niệm lợi nhuận

\* Lợi nhuận kinh tế

\* Lợi nhuận kế toán

\* Các nhân tố ảnh hưởng tới lợi nhuận

$$\begin{aligned} \text{LN} &= \text{TR} - \text{TC} = P \cdot Q - \text{ATC} \cdot Q \\ &= Q \cdot (P - \text{ATC}) \end{aligned}$$



# CHƯƠNG V:

## Thị trường cạnh tranh và độc quyền

---

### I. Thị trường và phân loại thị trường

- \* **Khái niệm thị trường**
- \* **Phân loại thị trường**
- \* **Các tiêu thức phân loại**

LOẠI THỊ TRƯỜNG	VÍ DỤ	SỐ LƯỢNG NGƯỜI SX	LOẠI SẢN PHẨM	SỨC MẠNH THỊ TRƯỜNG	HÀNG RÀO RA NHẬP	HÌNH THỨC CT PHI GIÁ
CT HH	Sản phẩm nông nghiệp	Rất nhiều	Đồng nhất	Không có	Không có	Không có
CT ĐQ	Dầu gội, bia...	Nhiều	Phân biệt	Bắt đầu có nhưng thấp	Bắt đầu có nhưng thấp	Quảng cáo, khuyến mại
ĐQ TĐ	Xe máy, ô tô, dầu mỡ	Một số	Phân biệt hoặc giống	Cao	Cao	Quảng cáo, khuyến mãi, thanh toán
ĐQ	Điện, đường sắt	1 hãng	Duy nhất	Rất cao	Rất cao	Không có, nếu quảng cáo chỉ để giới thiệu

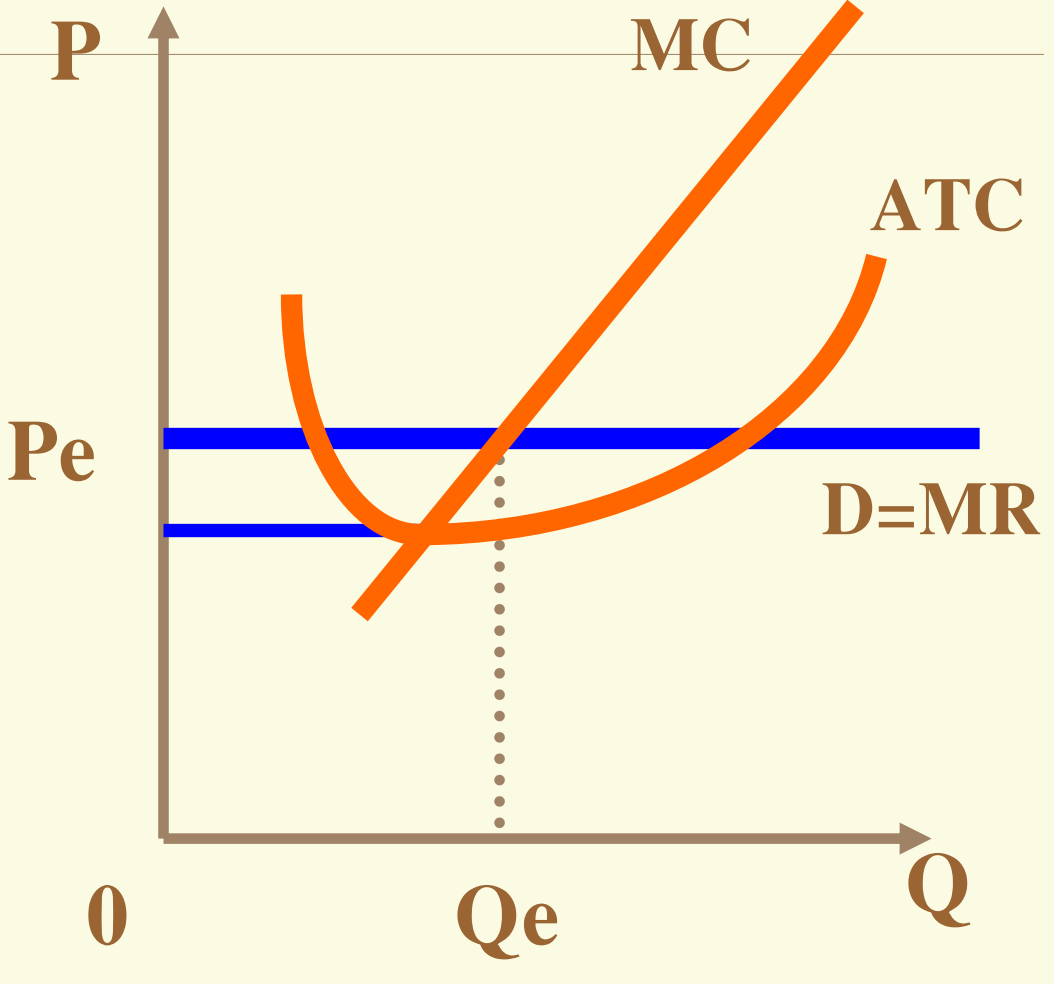
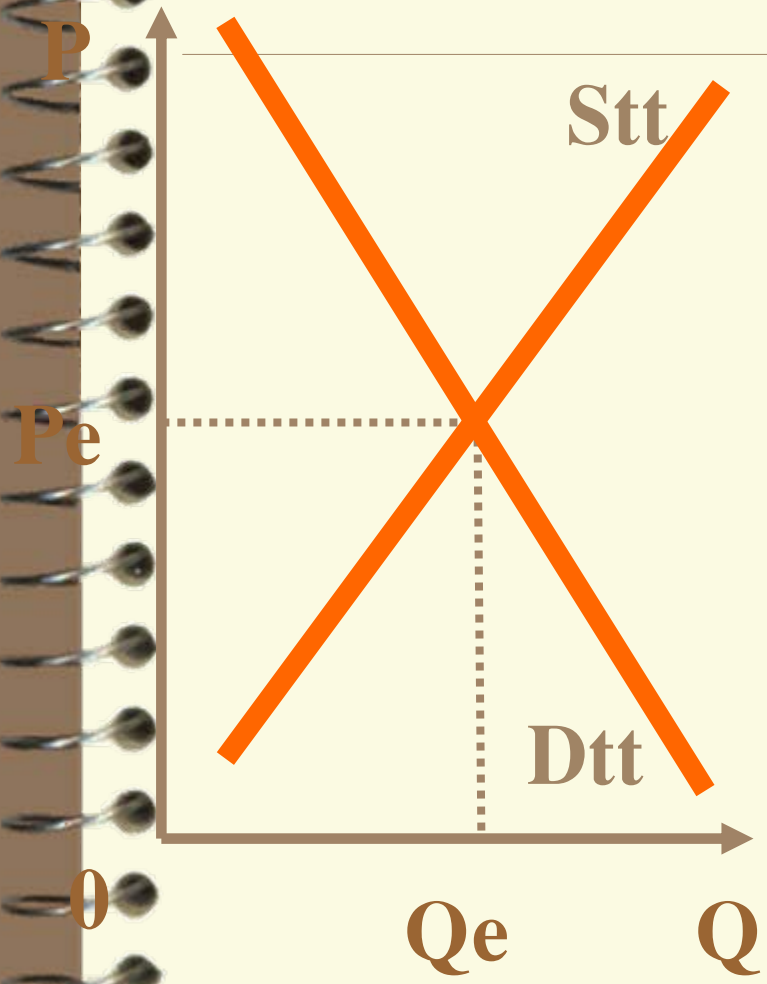
## II. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo ( Perfect competitive market)

---

### 1. Đặc điểm

### 2. Đường cầu và đường doanh thu cận biên

*Hãng chấp nhận giá sẵn có trên thị trường nên đường cầu hãng CTHH là đường nằm ngang, tại mức giá cân bằng của thị trường*



Hãng bán mọi sản phẩm ở mức giá  $P_e$

$\Rightarrow P = MR \Rightarrow$  đường doanh thu cận biên  
trùng với đường cầu

\* Chứng minh:  $Q^*$  tại đó  $P = MC$  hãng đạt  
lợi nhuận tối đa

\* Chú ý: Điều kiện để có lợi nhuận  $P > ATC$

Điều kiện để tối đa hoá lợi nhuận  $P = MC$



## 4. Điểm hoà vốn, đóng cửa hay tiếp tục sản xuất

---

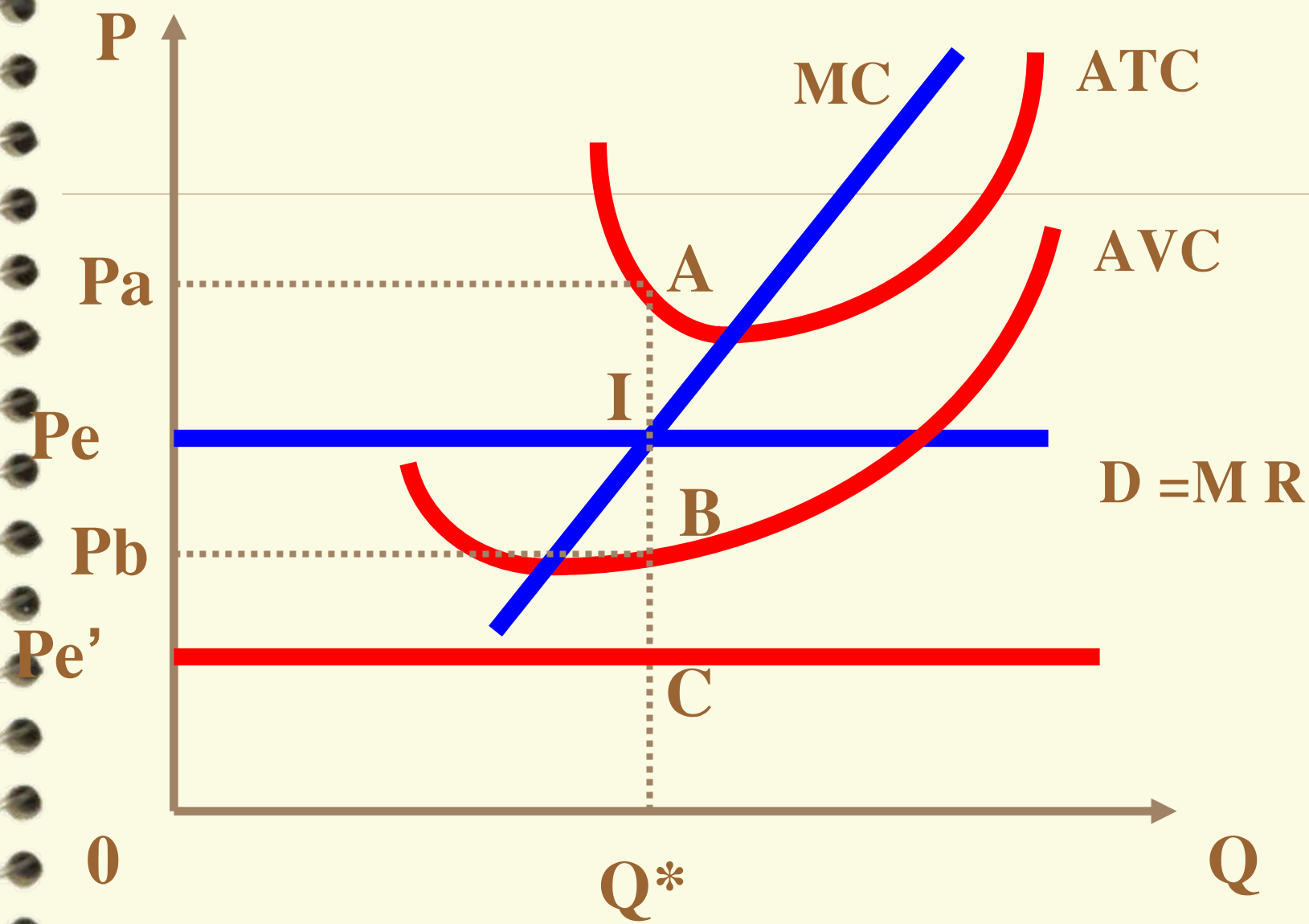
### \* Điểm hoà vốn

$$TR = TC = FC + VC$$

$$P.Q = FC + AVC.Q$$

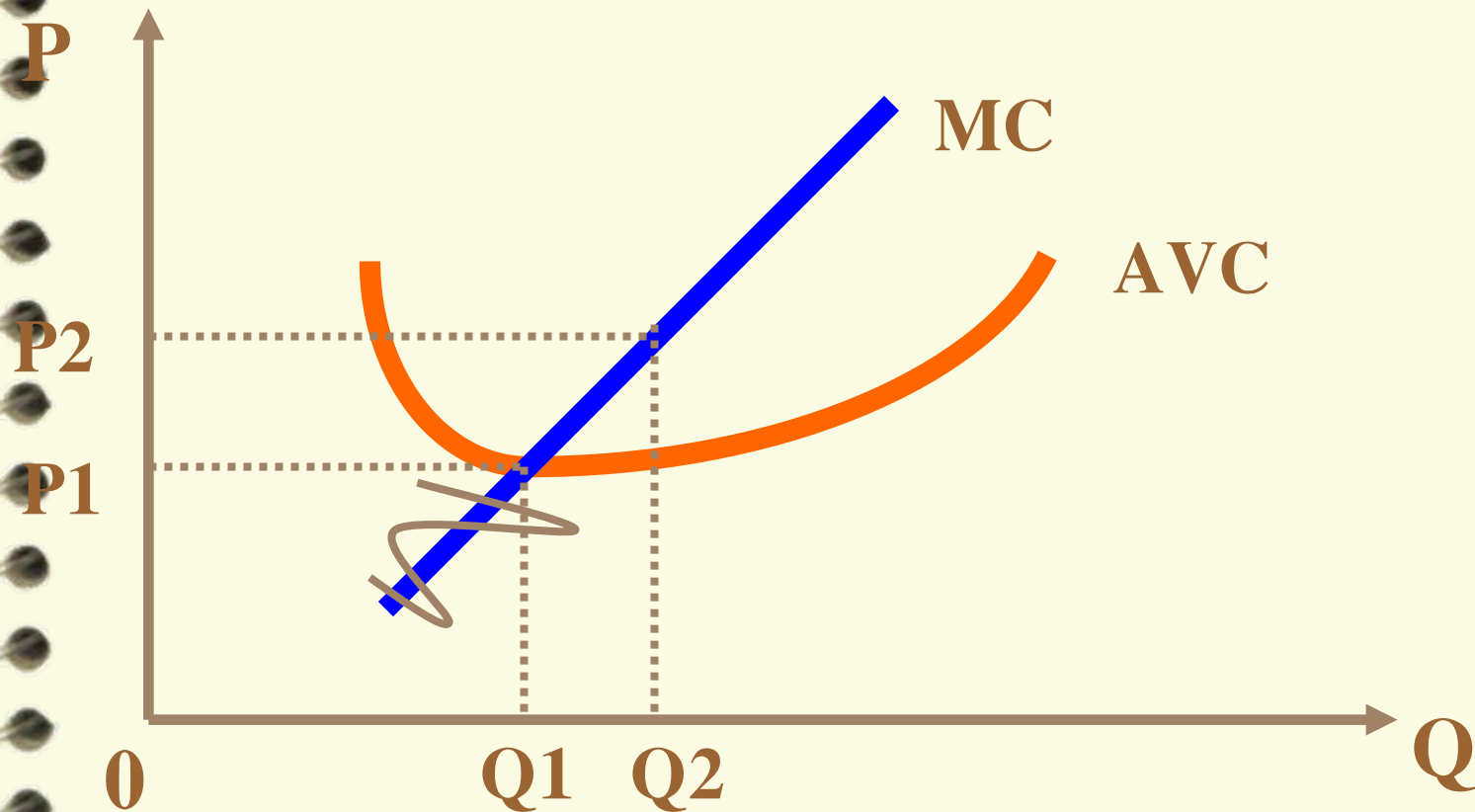
$$Q_{hv} = FC / (P - AVC)$$

### \* Điểm đóng cửa hay tiếp tục sản xuất

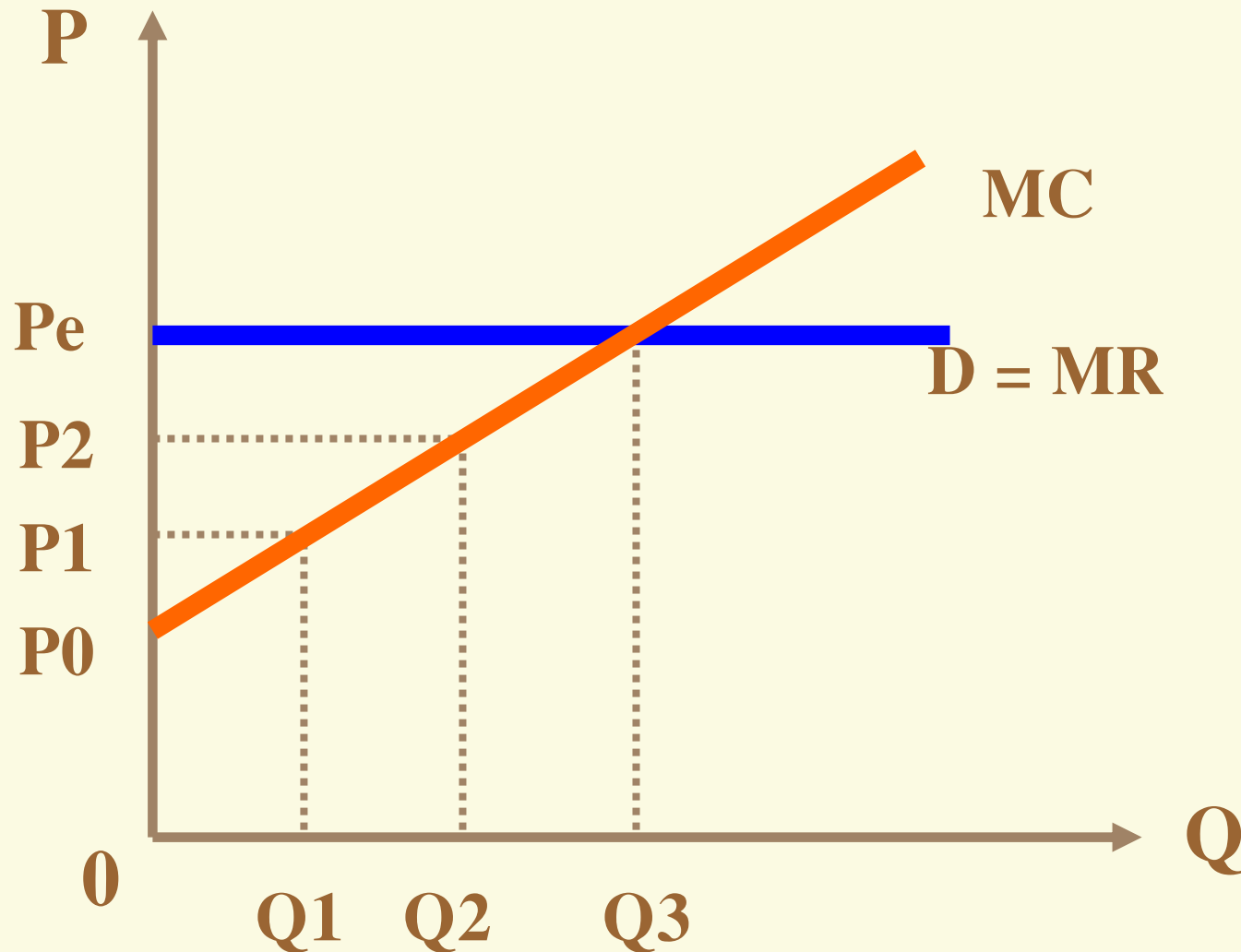


## 5. Đường cung của CTHH và đường cung ngành

\* Hãng CTHH có  $P = MC$  nên đường cung của hãng CTHH trùng với đường MC



## 5. Thặng dư sản xuất (Producer surplus)



\* Mối quan hệ giữa thặng dư sản xuất và lợi nhuận:

---

$$PS = TR - VC = TR - (TC - FC)$$

$$\Rightarrow PS = TR - TC + FC = \Pi + FC$$

$\Rightarrow$  PS có mối quan hệ tỷ lệ thuận với  $\Pi$  và FC

# III. Thị trường độc quyền (Monopoly market)

---

**1. Khái niệm**

**2. Đặc điểm**

**3. Nguyên nhân:**

**4. Đường cầu và đường doanh thu cận biên**



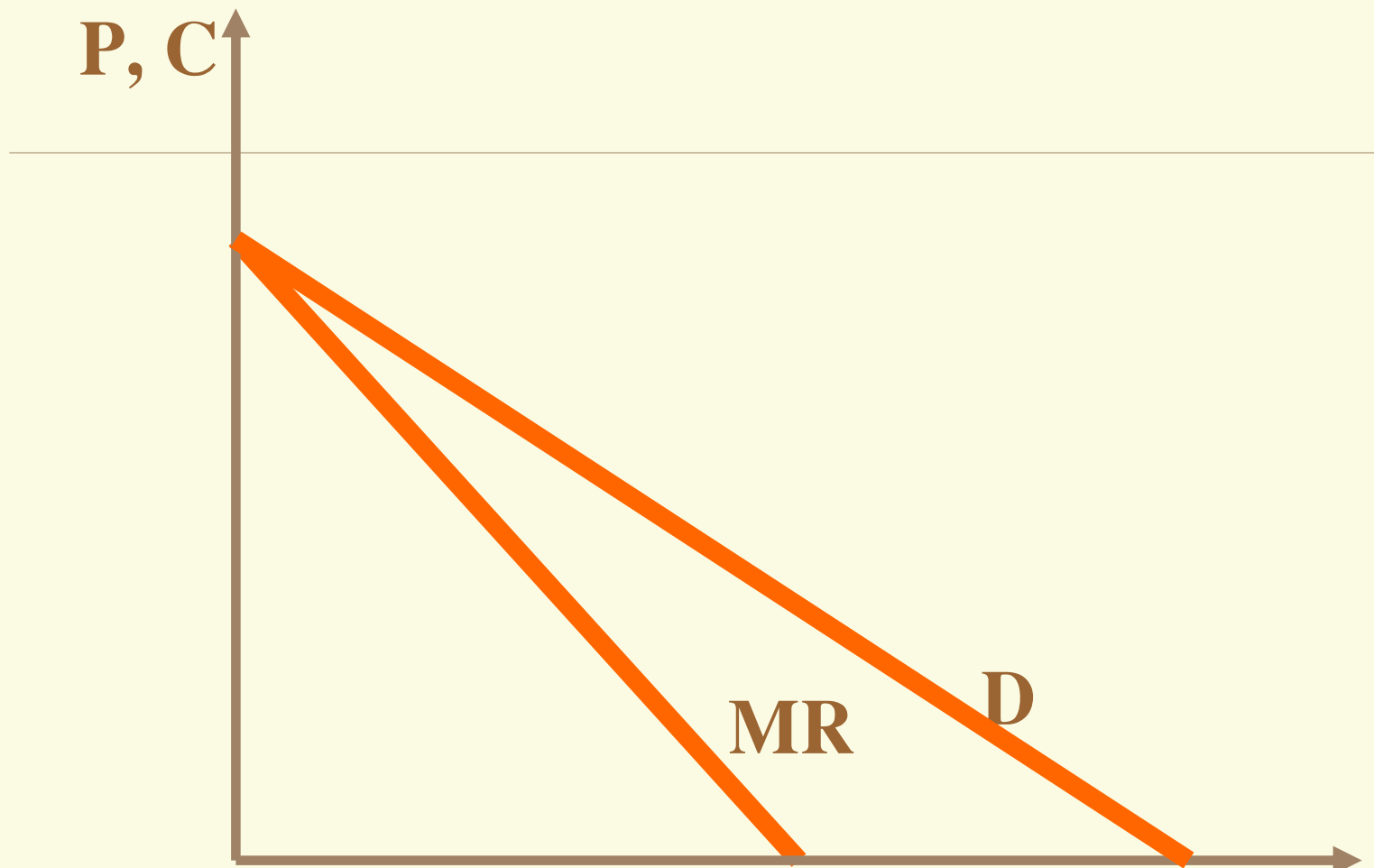
**P, C**

**0**

**Q**

**MR**

**D**



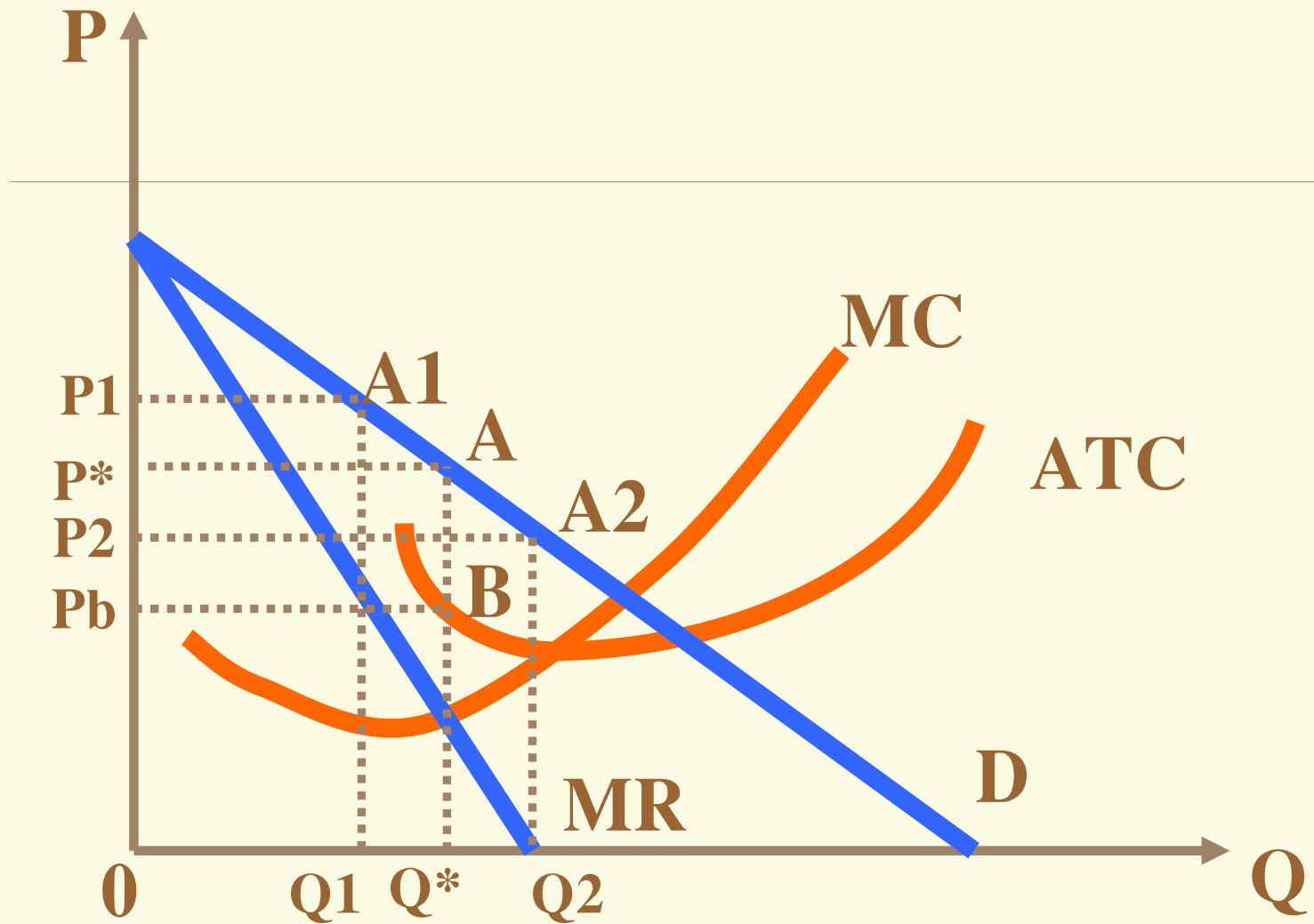
## 5. Quyết định sản xuất của nhà độc quyền bán

---

- \* Nhà độc quyền tối đa hóa lợi nhuận tại mức sản lượng  $Q^*$  tại đó  $MR = MC$
- \* Giá bán  $P^*$  được xác định trên đường cầu  $D$

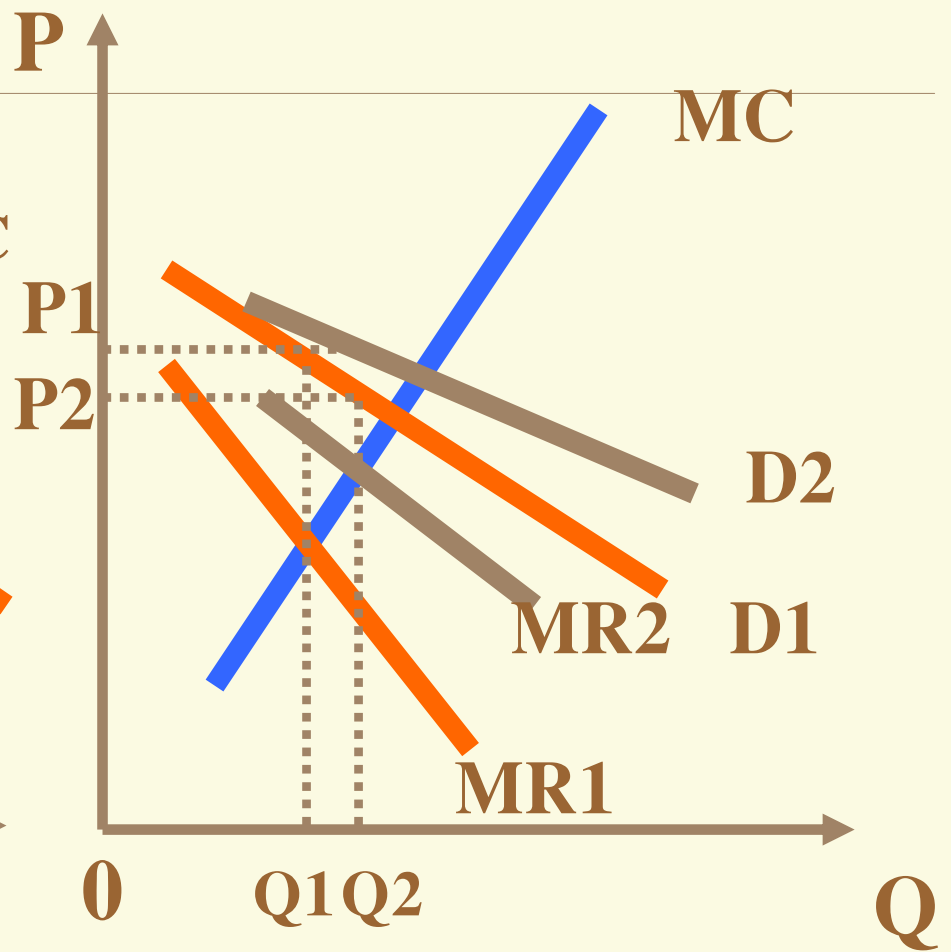
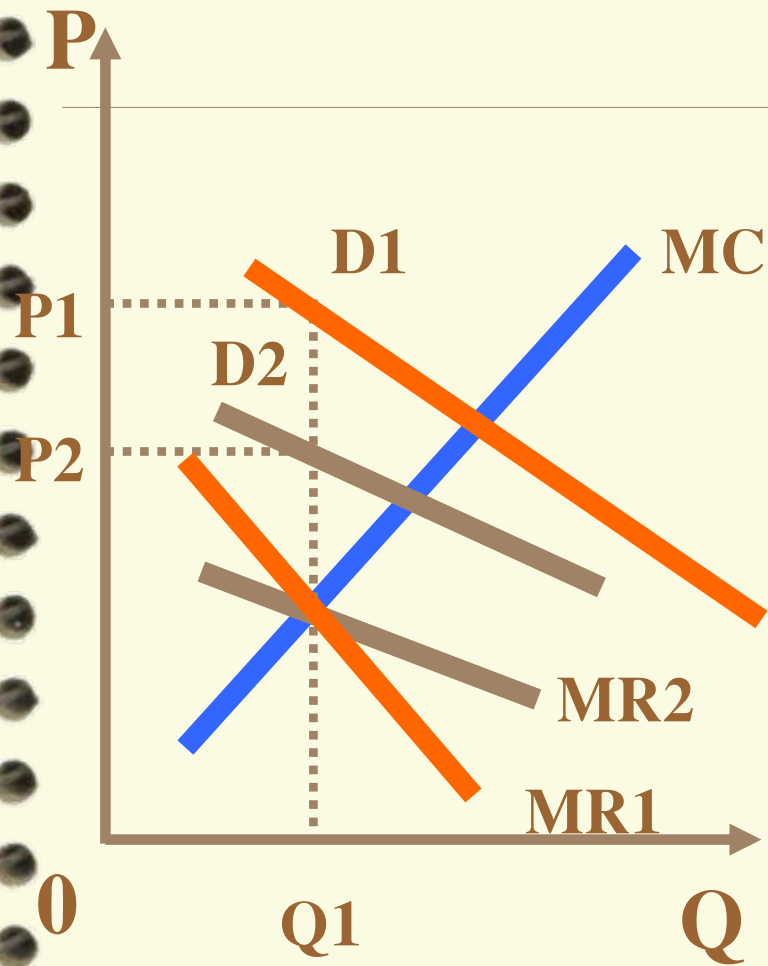
\* Lợi nhuận cực đại là:

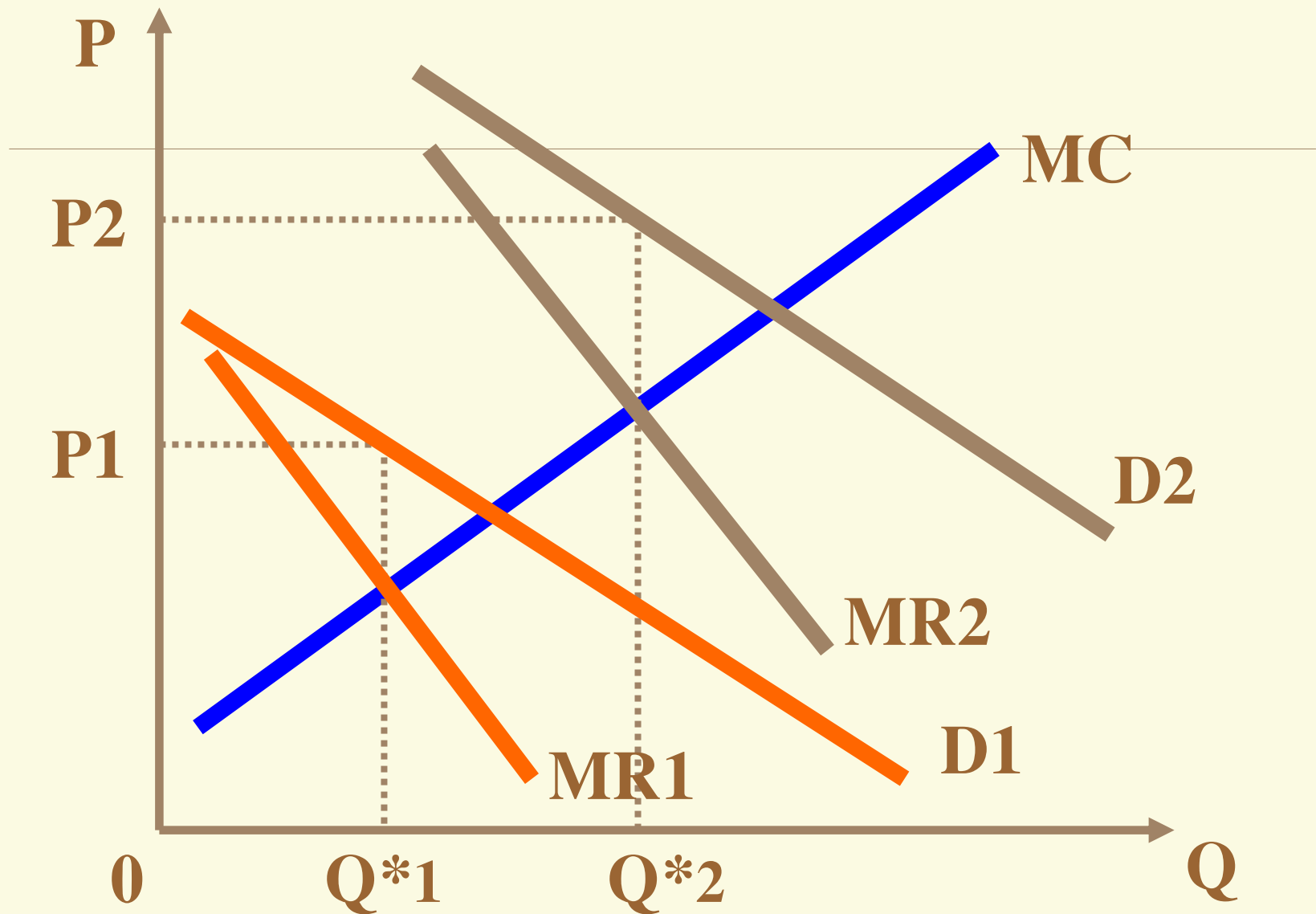
$$\Pi_{\max} = (P^* - ATC) \cdot Q^*$$



*\* Hãng ĐQ không có đường cung hay nói cách khác không có mối quan hệ hàm số giữa  $P$  và  $Q_s$ .*

*\* Trong ĐQ sự dịch chuyển của đường cầu có thể làm  $P$  thay đổi  $Q$  giữ nguyên, hoặc  $P$  giữ nguyên  $Q$  thay đổi hoặc cả  $P$  và  $Q$  đều thay đổi.*







## 6. Sức mạnh độc quyền bán

ĐQ bán đặt  $P > MC \Rightarrow$  có sức mạnh ĐQ bán

Abba Lerner đưa ra L năm 1934

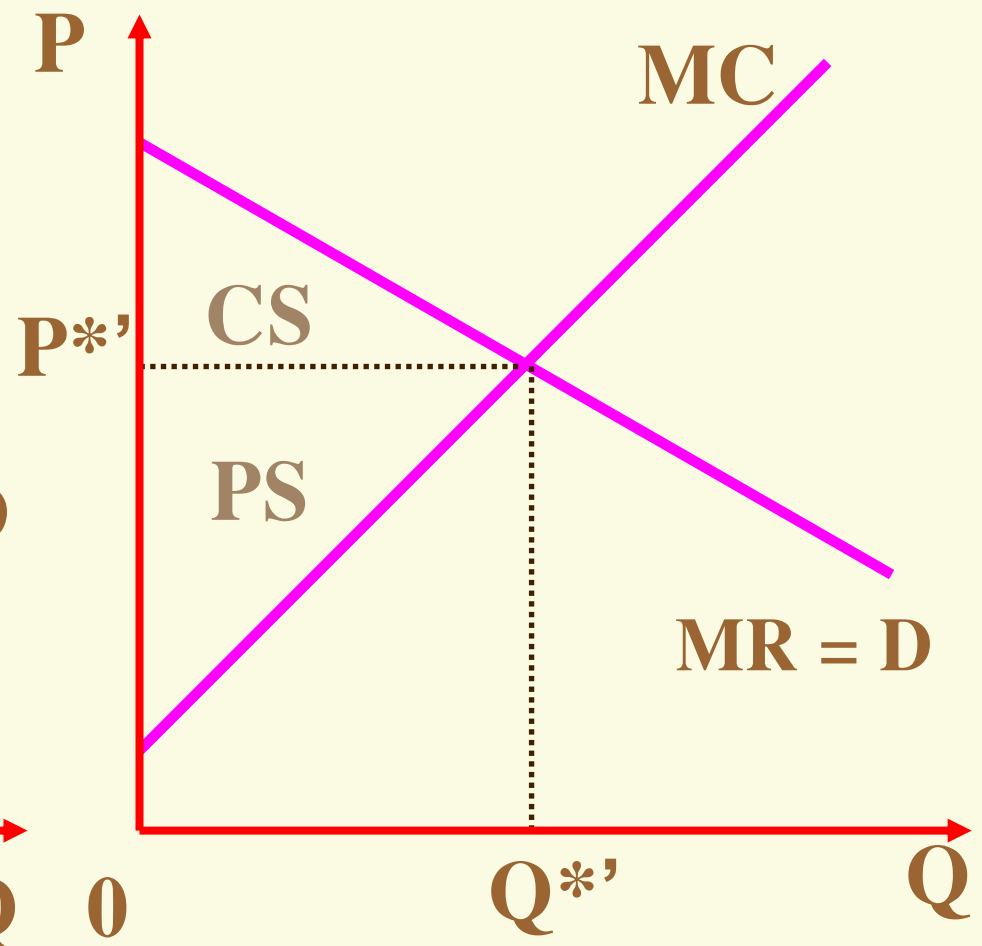
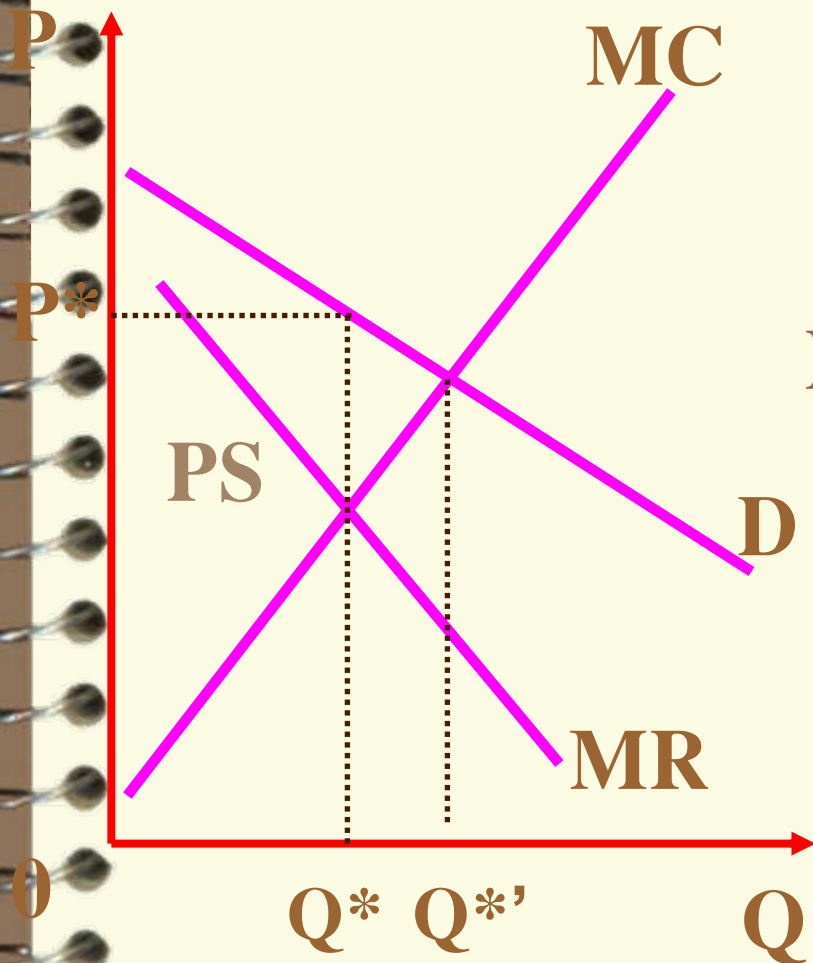
$$L = \frac{P - MC}{P} \quad ; \quad (0 < L < 1)$$

\* Chú ý: -  $L \gg \Rightarrow$  sức mạnh ĐQ càng lớn

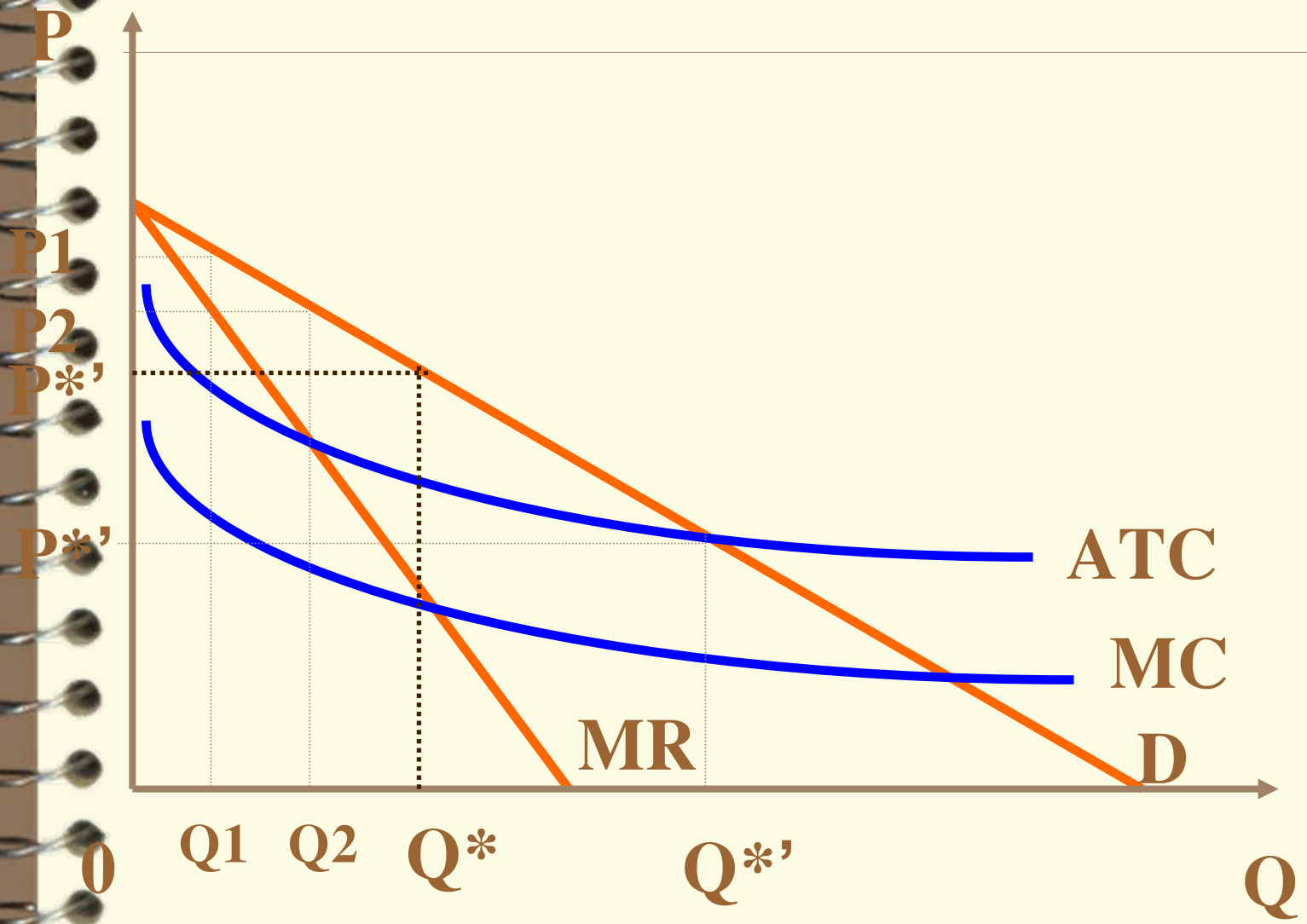
-  $L = 0 \Rightarrow P = MC$ , không có sức mạnh ĐQ

## 7. Phân biệt giá: (Price Discrimination)

### 7.1. Phân biệt giá hoàn hảo (cấp 1)

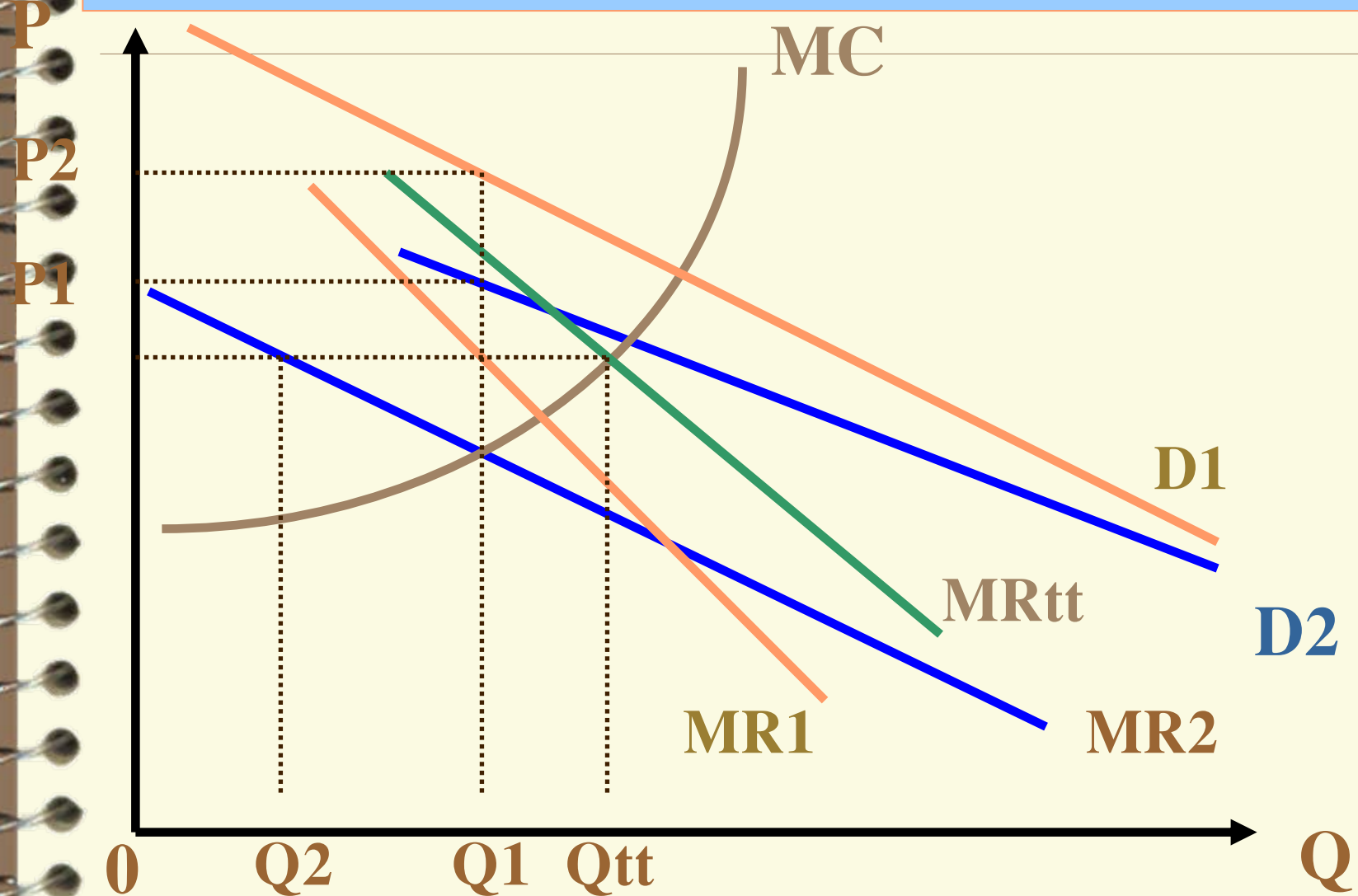


## 7.2. Phân biệt giá cấp 2:

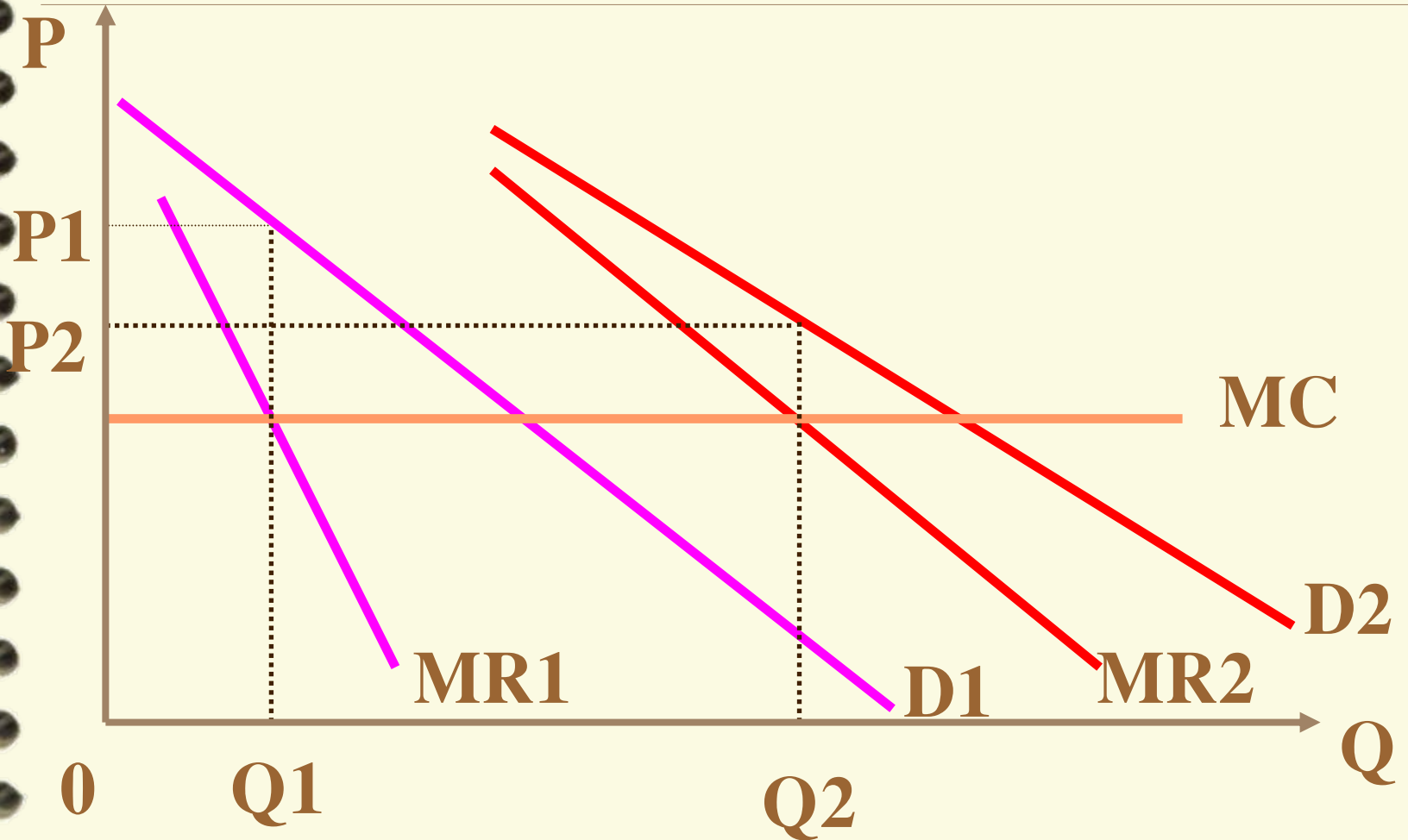


### 7.3. Phân biệt gia cấp 3:

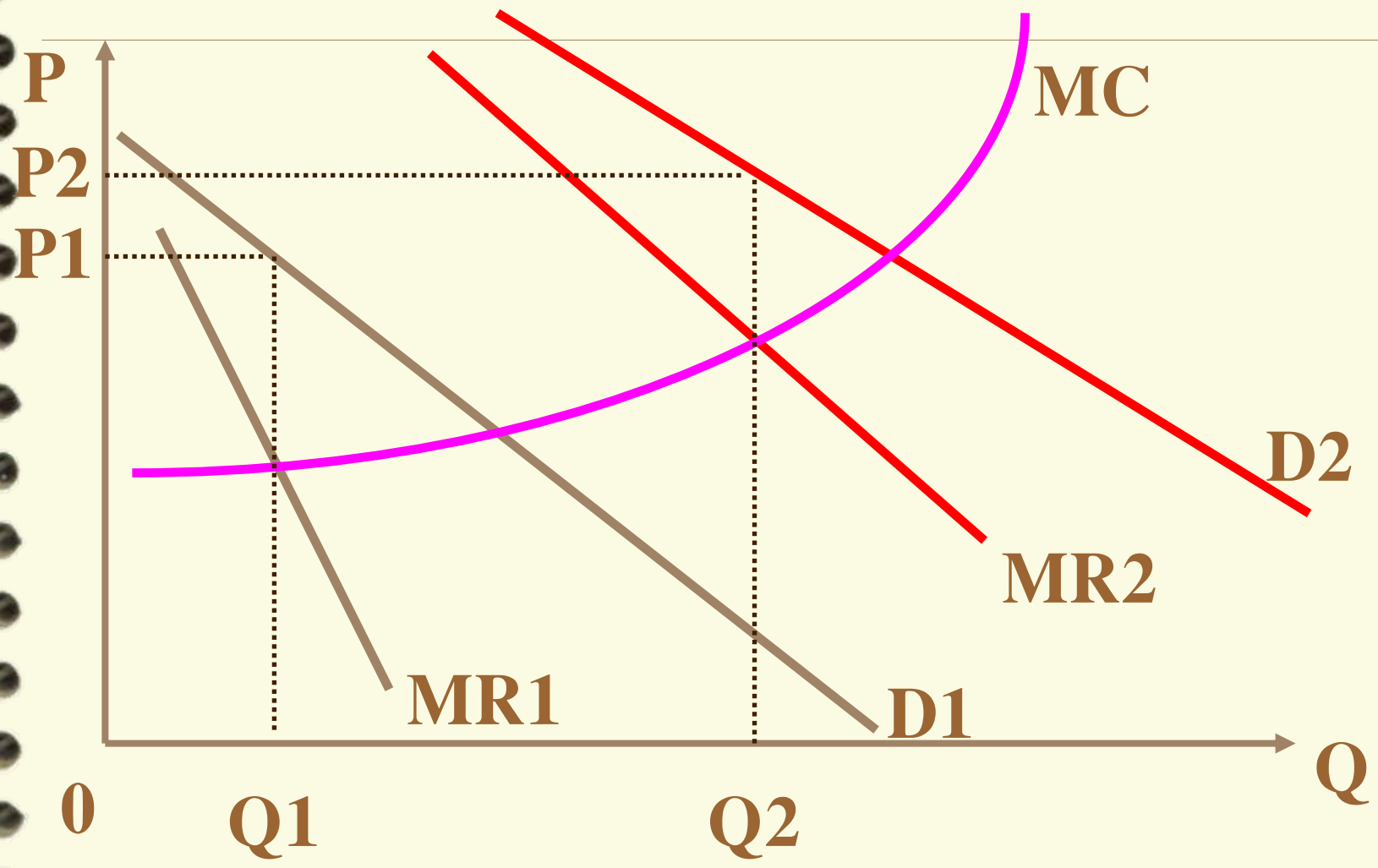
$$MR1 = MR2 = MR_{tt}; Q1 + Q2 = Q_{tt}$$



## 7.4. Đặt giá theo thời gian (thời kỳ)

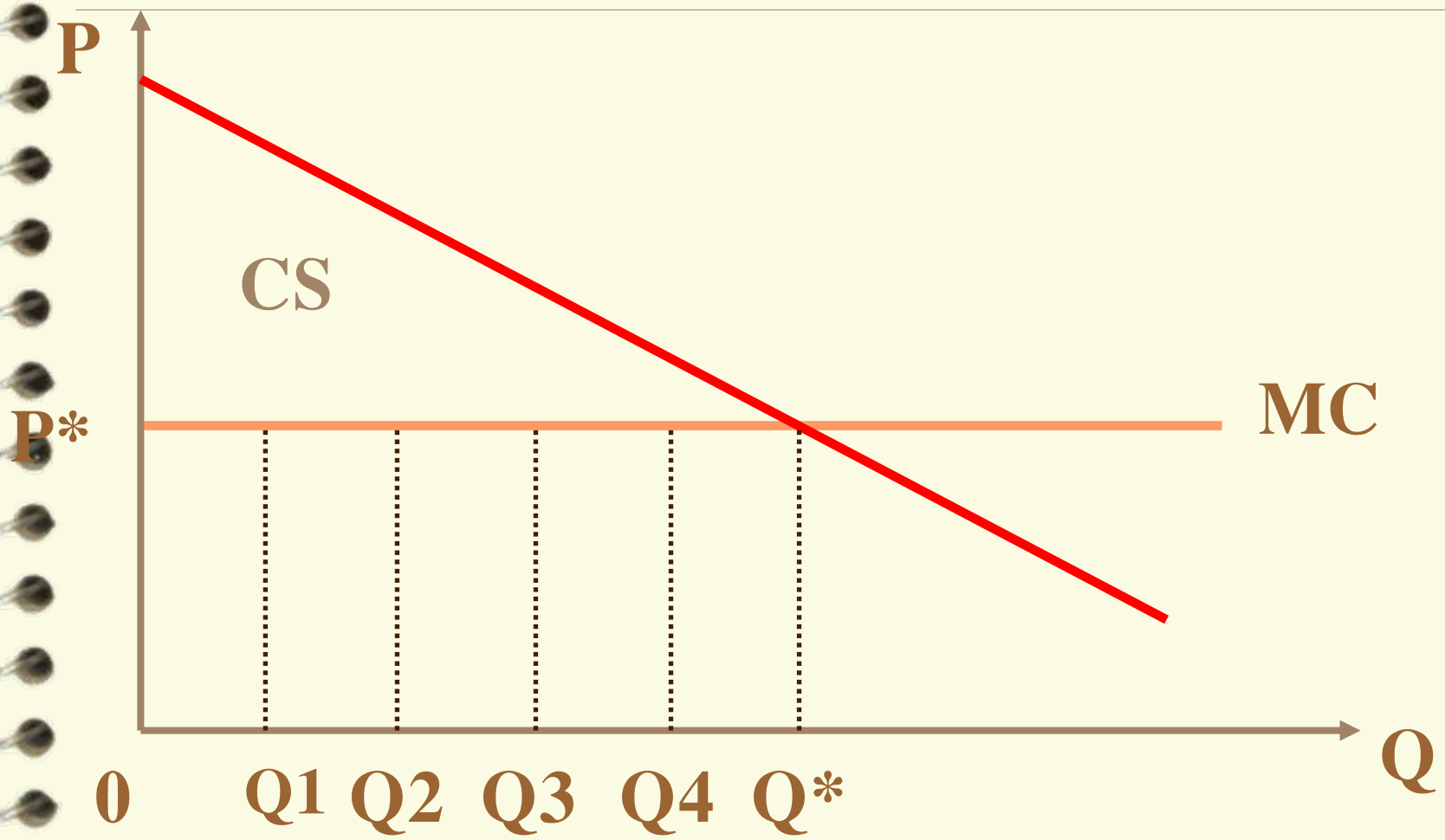


# 7.5. Đặt giá theo thời điểm (cao điểm)





## 7.6. Đặt giá hai phần:



## **IV. Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo** (Imperfect competition market)

---

### **1. Cạnh tranh độc quyền**

\* **Khái niệm:** *Là thị trường có nhiều hãng cung cấp và bán sản phẩm nhưng sản phẩm của mỗi hãng có sự phân biệt*

\* **Đặc điểm:**

- **Có nhiều người bán**

- **Sản phẩm khác nhau (dị biệt hoá)**

*- Mỗi hãng là người sản xuất duy nhất đối với sản phẩm của mình nên có sức mạnh thị trường tuy nhiên L của hãng CTĐQ thấp hơn so với ĐQ vì có nhiều hãng khác sản xuất các sản phẩm có khả năng thay thế*

*- Việc ra nhập hay rút khỏi thị trường là tương đối dễ*

*- Hình thức cạnh tranh chủ yếu là quảng cáo để dị biệt hoá sản phẩm của mình, hậu mãi, ...*

## **\* Nguyên nhân dẫn đến độc quyền:**

- *Sự qui định của Chính phủ; ví dụ điện lực*
- *Do điều kiện tự nhiên cho phép; Kim Bôi...*
- *Các hãng dựng lên hàng rào ngăn cản sự gia nhập của hãng khác thông qua: tính hiệu suất tăng theo qui mô, bằng phát minh sáng chế, kiểm soát yếu tố đầu vào, lao động, hay do quảng cáo liên tục tạo tâm lý tiêu dùng.*
- *Sự tác động qua lại giữa các hãng (hợp tác, cấu kết); VD thị trường dầu mỏ CTHH=>CTĐQ*

## \* Đường cầu của hãng CTĐQ

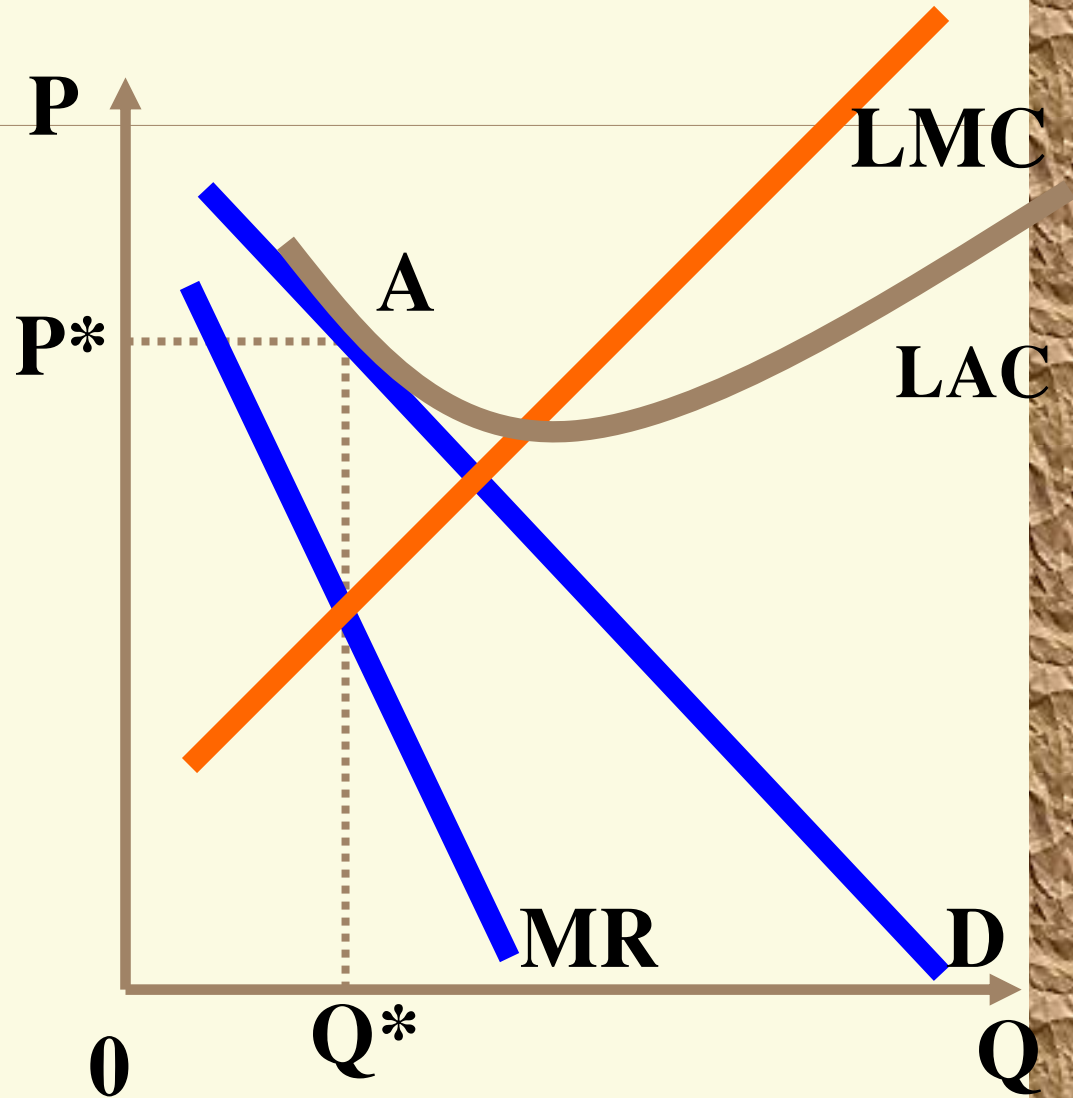
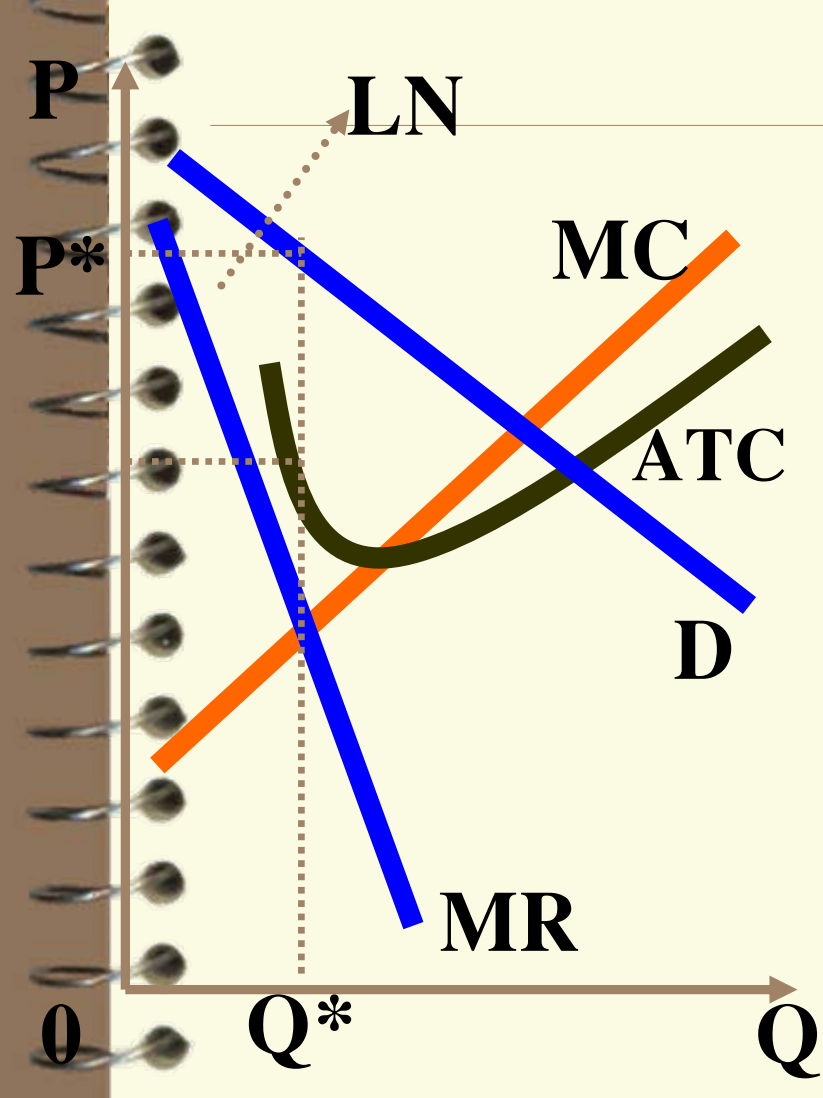
- Đường cầu của hãng CTĐQ chính là đường cầu thị trường vì tuy thị trường có nhiều hãng sx nhưng các sản phẩm khác nhau
- Đường cầu của hãng CTĐQ dốc xuống từ trái sang phải tuy nhiên thoải hơn so với ĐQ

## \* Xác $P^*$ , $Q^*$ , lợi nhuận của hãng CTĐQ

$Q^*$  xác định tại  $MR = MC$ ,  $P^*$  xác định trên đường cầu

CTĐQ có  $P$  thấp hơn và  $Q$  cao hơn so với ĐQ  
 $\Rightarrow L$  của CTĐQ cũng thấp hơn so với ĐQ

# \* Cân bằng dài hạn của hãng CTĐQ





- Ngắn hạn  $LN > 0 \Rightarrow$  hãng nhập ngành  $\Rightarrow$  thị phần giảm  $\Rightarrow$  D dịch chuyển sang trái tiếp xúc  $LAC \Rightarrow LN = 0$  đạt cân bằng dài hạn

- So sánh cân bằng DN của CTHH và CTĐQ

+ Giống: NH có  $LN > 0 \Rightarrow$  các hãng nhập ngành, cuối cùng đạt cân bằng DH khi  $LN = 0$

+ Khác: CTHH cung tăng S d/c sang phải, CTĐQ cầu giảm, D dịch chuyển sang trái

\* Chú ý : Trong dài hạn hàng CTĐQ có thể phải sản xuất với công suất thừa?

## 2. Thị trường độc quyền tập đoàn

**2.1. Khái niệm:** *Là thị trường chỉ có một số hãng sản xuất và bán sản phẩm. Các sản phẩm giống nhau gọi là ĐQ TĐ thuần túy, sản phẩm khác nhau gọi là ĐQTĐ phân biệt*

### 2.2. Đặc điểm:

*- Có 1 số hãng trên thị trường nhưng có qui mô rất lớn*

*- Các hãng phụ thuộc lẫn nhau, một hãng ra quyết định phải cân nhắc phản ứng của các đối thủ (phản ứng nhanh qua giá hoặc phản ứng chậm bằng việc đưa ra s/p mới*

*- Hàng rào ra nhập rất cao nên sự gia nhập ngành là rất khó thông qua: tính kinh tế theo qui mô, bản quyền hoặc bị các hãng cũ liên kết “trả đũa”*

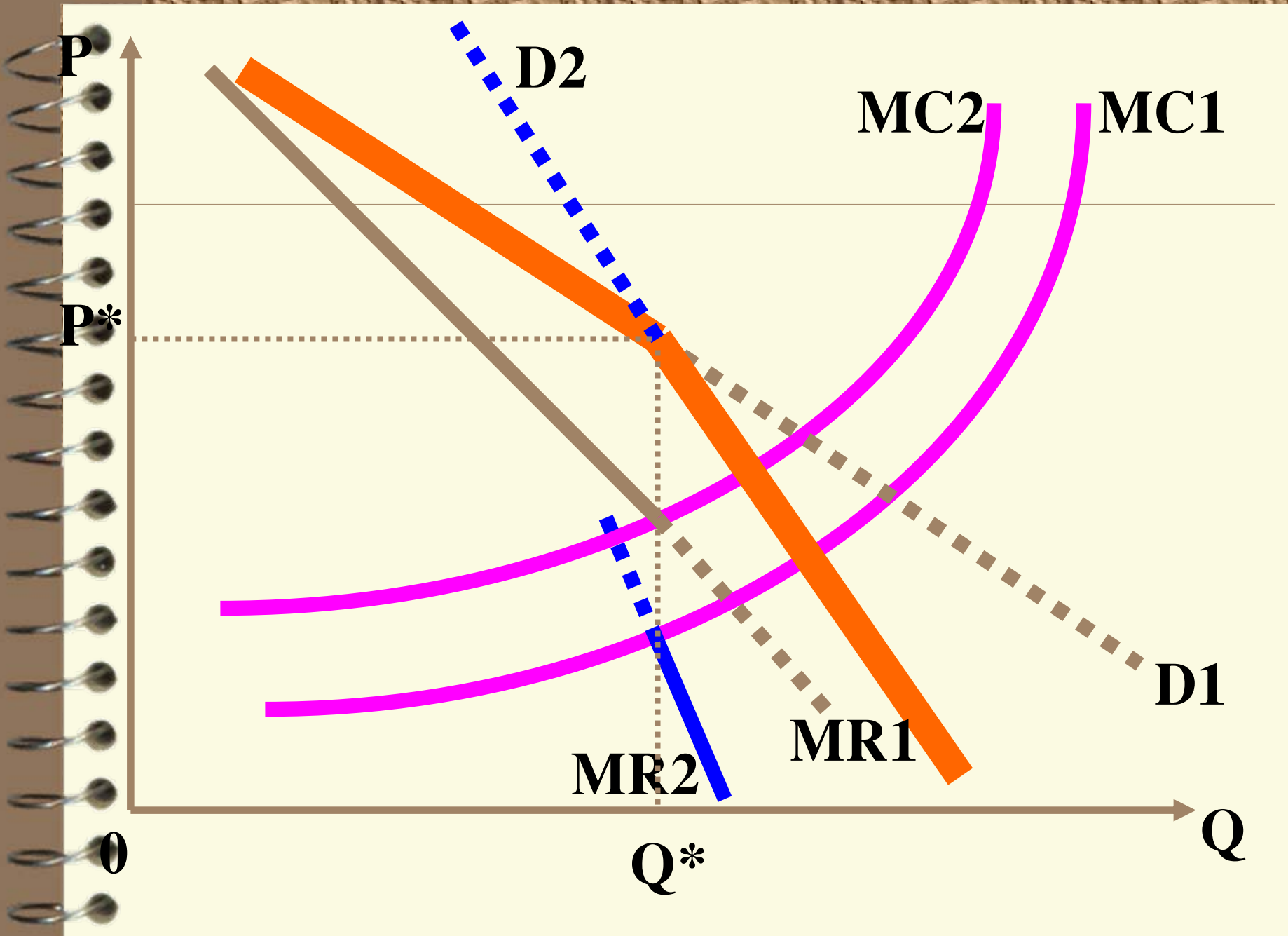
## 2.3. Mô hình đường cầu gãy khúc trong thị trường CTĐQ (*The kinked demand curve model*)

---

**\* Các hãng ĐQTĐ đều biết rằng:**

**+ Nếu một hãng tăng giá thì các hãng còn lại không tăng giá**

**+ Nếu một hãng giảm giá thì các hãng còn lại sẽ phải giảm giá theo**



P

P\*

0

D2

MC2

MC1

D1

MR2

MR1

Q\*

Q

- Đặc điểm cơ bản khi đường cầu gãy khúc thì đường doanh thu cận biên MR đứt quãng (gián đoạn tại mức sản lượng  $Q^*$ )

- Sản lượng từ 0  $\Rightarrow$   $Q^*$  hãng có đường cầu thoải ( $D1, MR1$ ), cầu co dần lớn theo giá

- Sản lượng từ  $Q^*$  trở lên hãng có đường cầu dốc ( $D2, MR2$ ), cầu co dần ít theo giá

✉ Từ các đặc điểm này nên hãng ĐQTĐ có đường cầu gãy khúc là kết hợp của  $D1$  và  $D2$



- Tại  $Q^*$  MR bị đứt quãng, hay có khoảng trống gọi là “lớp đệm chi phí” cho phép hãng giữ được giá và sản lượng khi chi phí cận biên MC thay đổi trong lớp đệm.

- “Lớp đệm chi phí” tạo cho các hãng ĐQTĐ có khả năng giữ sự ổn định trong giá và sản lượng tối ưu, tạo nên tính “cứng nhắc” của giá và sản lượng.



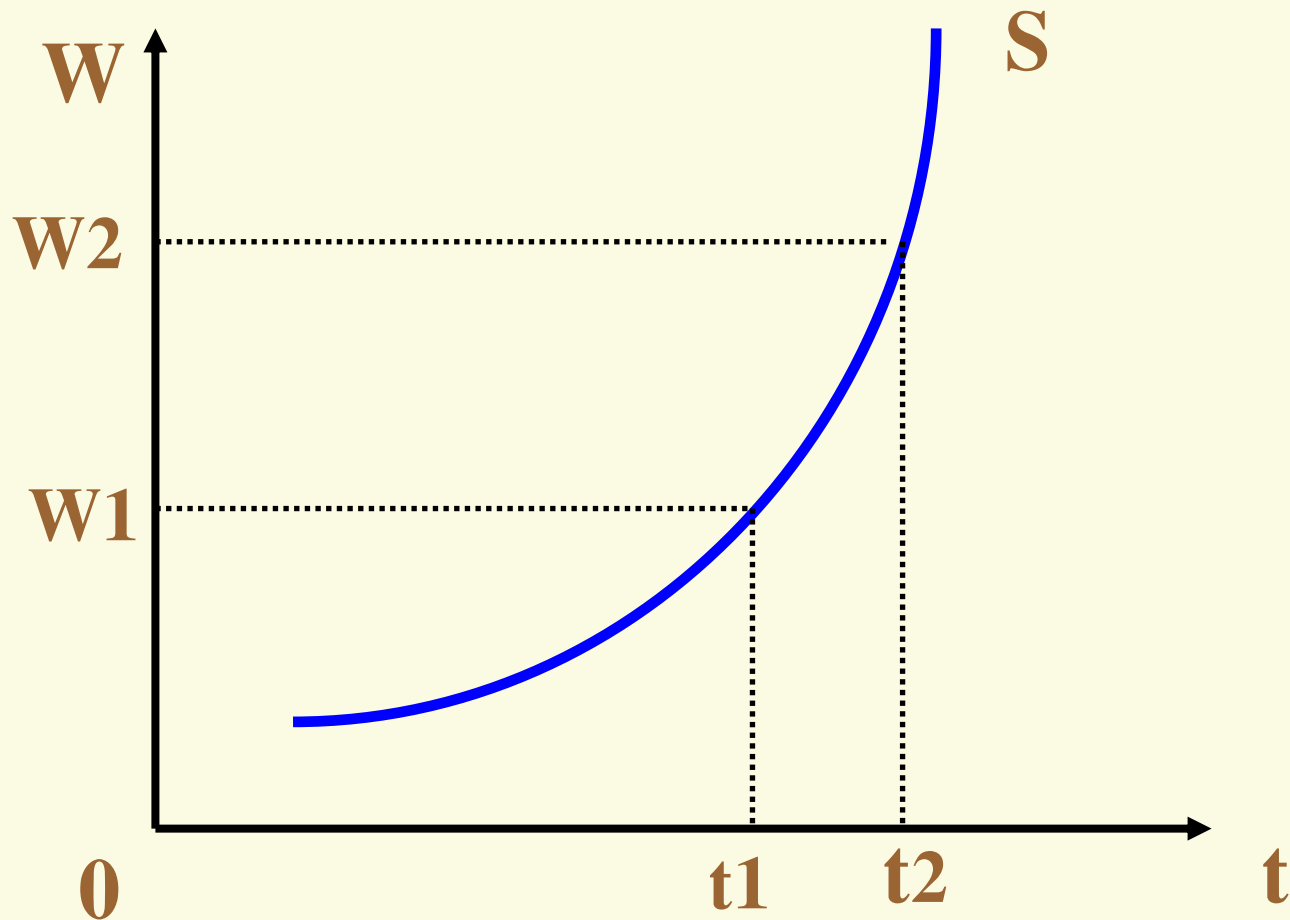
## 2.4. Lý thuyết trò chơi:

- Lý thuyết trò chơi mô tả những quyết định thông minh nhất của các hãng phụ thuộc lẫn nhau. Những trò chơi kinh tế tiến hành một cách hợp tác hoặc không hợp tác.
- Nếu các hãng hợp tác thì sẽ có hợp đồng ràng buộc khiến họ có thể hoạch định những chiến lược chung (và ngược lại).
- Nếu hợp tác thì  $P$  cao và  $Q$  giảm, lợi nhuận tăng tuy nhiên thường không chắc chắn, do các hãng thường phá cam kết để tăng lợi nhuận cho riêng mình.

# CHƯƠNG VI: THỊ TRƯỜNG SỨC LAO ĐỘNG

## I. Cung sức lao động

### 1. Khái niệm:



## **2. Những nhân tố ảnh hưởng đến cung sức lao động**

### **2.1. Áp lực về kinh tế**

---

### **2.2. Áp lực về mặt tâm lý xã hội**

### **2.3. Sự bắt buộc phải làm việc**

### **2.4. Giới hạn về thời gian tự nhiên**

### **2.5. Ích lợi cận biên của lao động và nghỉ ngơi**

*Ích lợi cận biên của nghỉ ngơi là lượng ích lợi tăng thêm do một giờ nghỉ ngơi bổ sung mang lại (MU<sub>nn</sub>)*

*Ích lợi cận biên của lao động là ích lợi tăng thêm từ việc tiêu dùng những hàng hoá dịch vụ có thể mua được bằng tiền công của 1 giờ lao động bổ sung. (MU<sub>lv</sub>)*

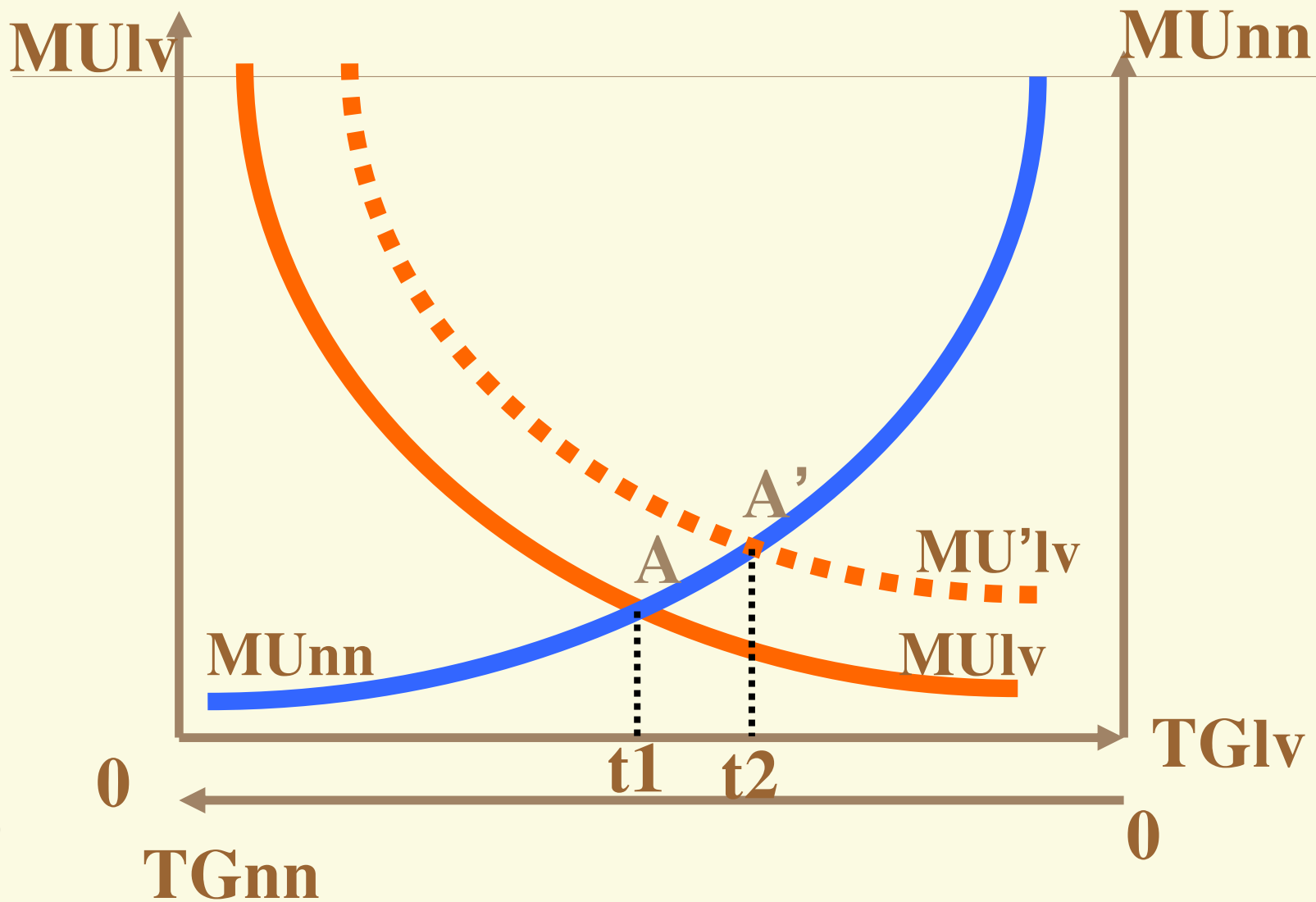
*MU<sub>nn</sub> và MU<sub>lv</sub> cũng tuân theo qui luật ích lợi cận biên giảm dần*

*Thời gian lao động tối ưu xảy ra tại điểm mà ích lợi cận biên bằng chi phí cận biên.*

**\* Điểm xác định thời gian lao động tối ưu là điểm thoả mãn:  
MU<sub>lv</sub> = MC<sub>lv</sub> mà MC<sub>lv</sub> = MU<sub>nn</sub>**

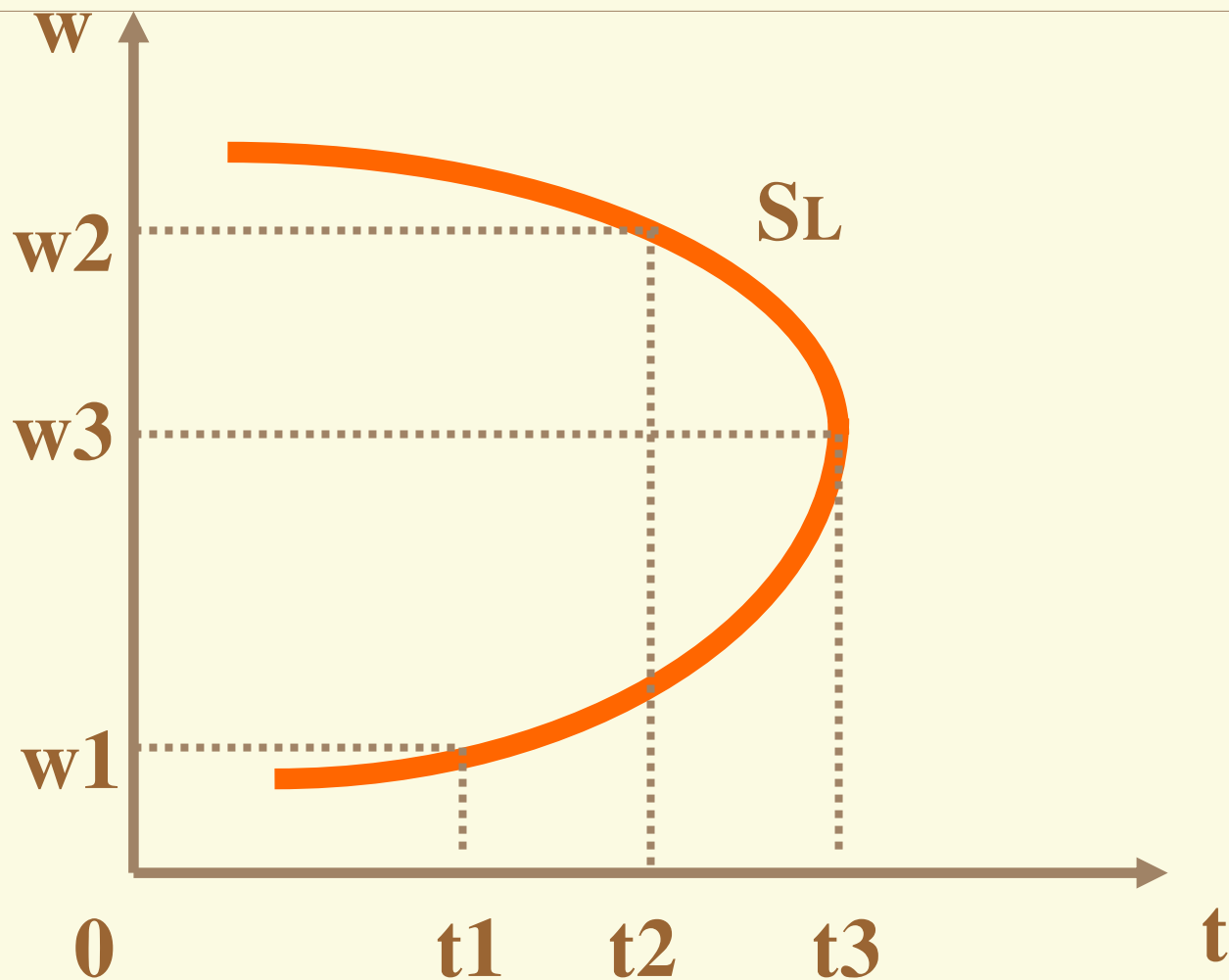
**=> điểm đó là điểm ích lợi cận biên của làm việc bằng ích lợi cận biên của nghỉ ngơi: MU<sub>lv</sub> = MU<sub>nn</sub>**

$MU_{lv} = MCl_v$  mà  $MCl_v = MU_{nn}$



### 3. Đường cung lao động vòng về phía sau

(Backward-bending supply curve)

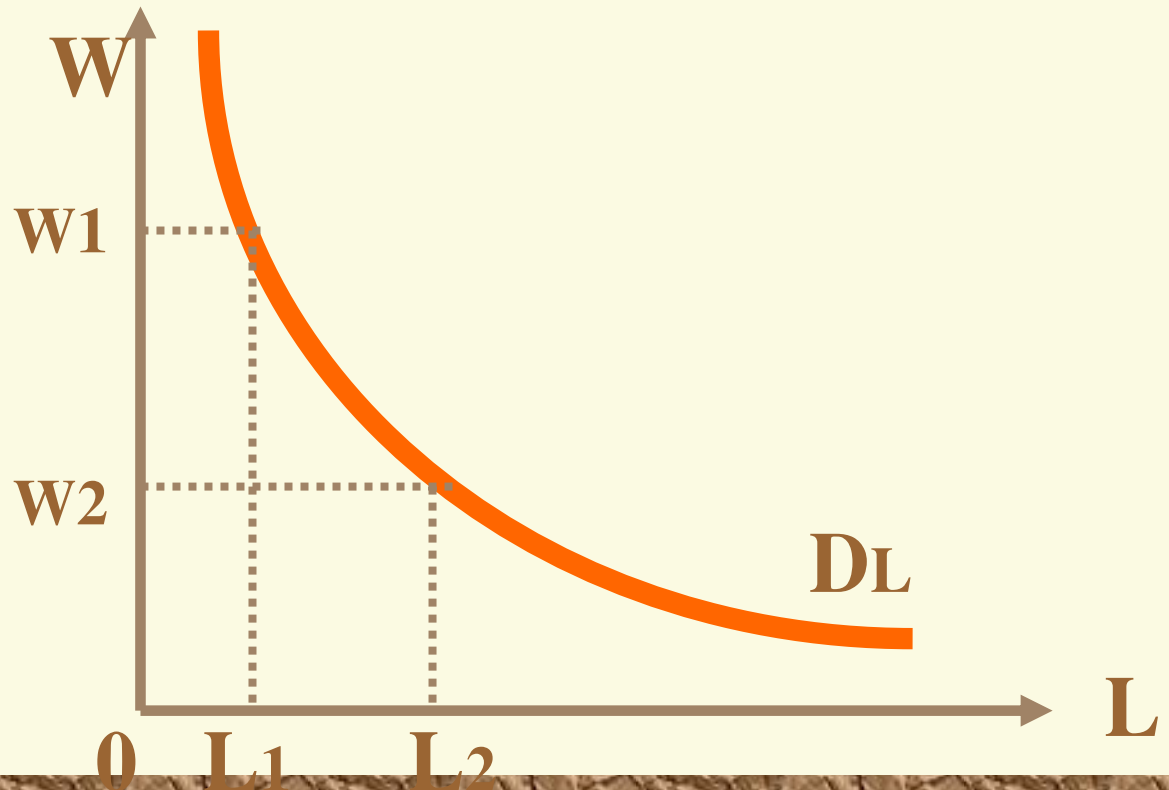




## II. Cầu về lao động

### 1. Khái niệm:

- Cầu về lao động là dẫn xuất, thứ phát, phát sinh (*derived demand*) nó phụ thuộc vào sản lượng của doanh nghiệp.





## 2. Sản phẩm doanh thu cận biên của lao động: MRPI- Marginal Revenue Product of Labour

\* Sản phẩm cận biên của lao động  
(Marginal product of labour)

$$MRP_L = \Delta Q / \Delta L = Q'_L$$

MPI tuân theo qui luật năng suất cận biên giảm dần

\*  $MRPI = \Delta TR / \Delta L = MR \cdot MPL$

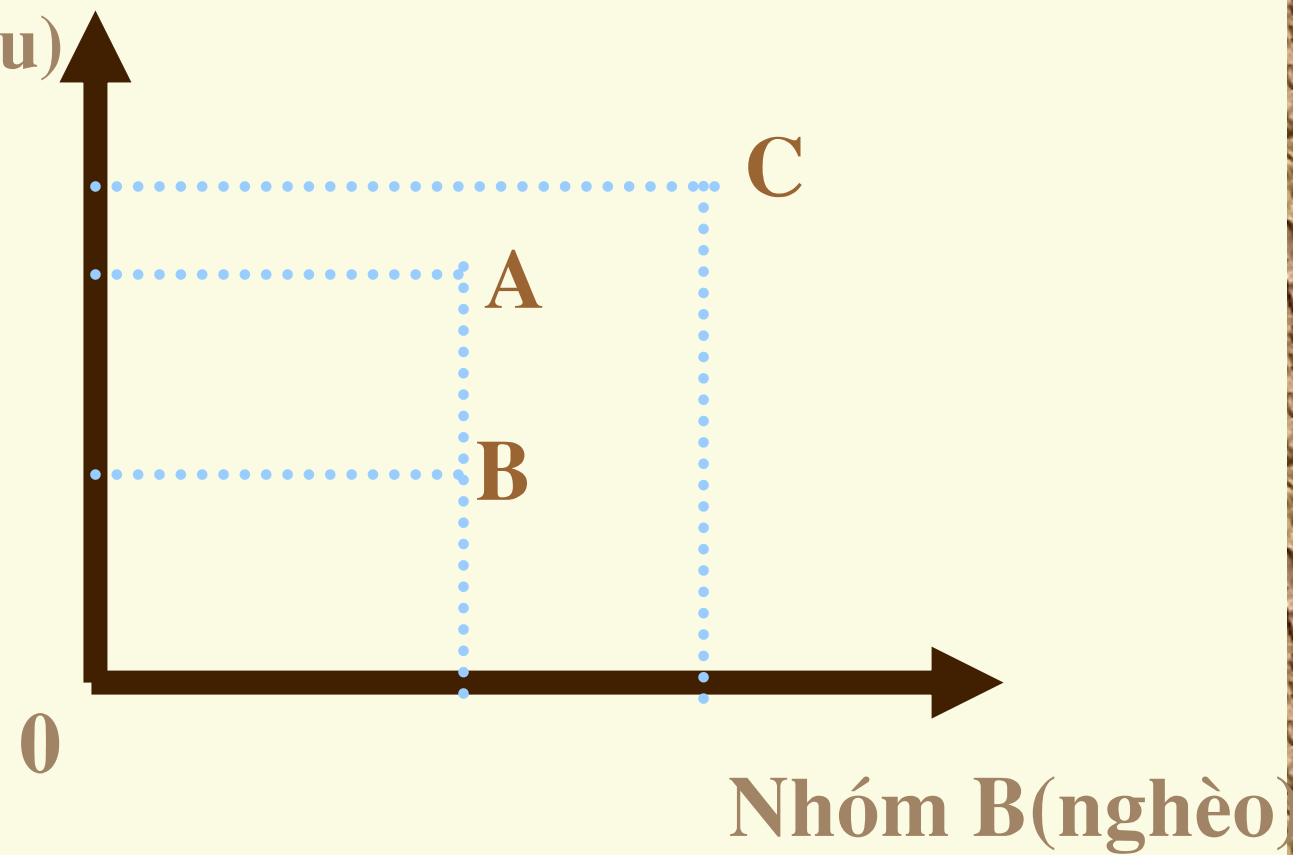
\* **CTHH:**  $MR = P \Rightarrow MRP_L = P \cdot MPL$

\* **ĐQ:**  $MR \neq P \Rightarrow MRP_L = MR \cdot MPL \neq P \cdot MPL$

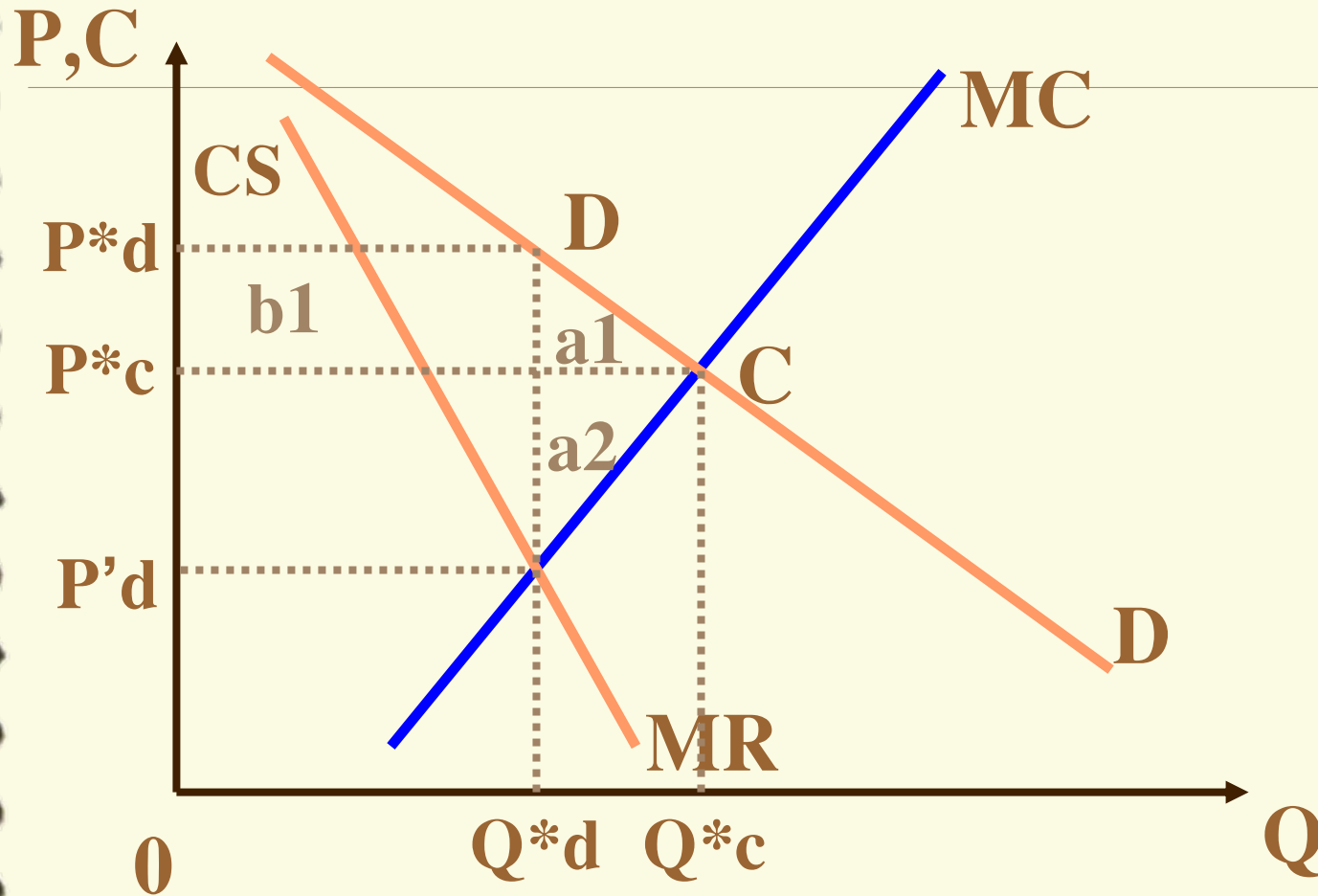
# Chương VII: SỰ TRỰC TRẠC CỦA THỊ TRƯỜNG VÀ VAI TRÒ ĐIỀU TIẾT CỦA CHÍNH PHỦ

## I. Sự trực trặc của thị trường

Nhóm A (giàu)



# 1. Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo



Từ điểm D=>C: CS thêm  $a1+b1$ ; PS thêm  $a2 - b1$

- Sự trục trặc của thị trường gây nên mất không cho xã hội (**DWL: Dead weight loss**)

- Xuất hiện các chi phí không có lợi cho nền kinh tế: quảng cáo, vận động hành lang...

## 2. Ảnh hưởng ngoại ứng (externality)

\* **Khi nào xuất hiện ảnh hưởng ngoại ứng:** *khi một hoạt động tiêu dùng hay sản xuất có tác động đối với các hoạt động tiêu dùng hay sản xuất khác.*

\* **Có 2 loại ảnh hưởng ngoại ứng:**

**2.1. Ảnh hưởng ngoại ứng tiêu cực:** *khi một hoạt động của một bên áp đặt những chi phí cho một bên*

*\*<sup>khác</sup> Ví dụ: xét ảnh hưởng ngoại ứng tiêu cực do ô nhiễm từ việc sản xuất sơn tổng hợp (giả sử đây là một ngành sản xuất trong thị trường CTHH).*

**MSC: Marginal social cost- chi phí cận biên của xã hội do có ảnh hưởng ngoại ứng**

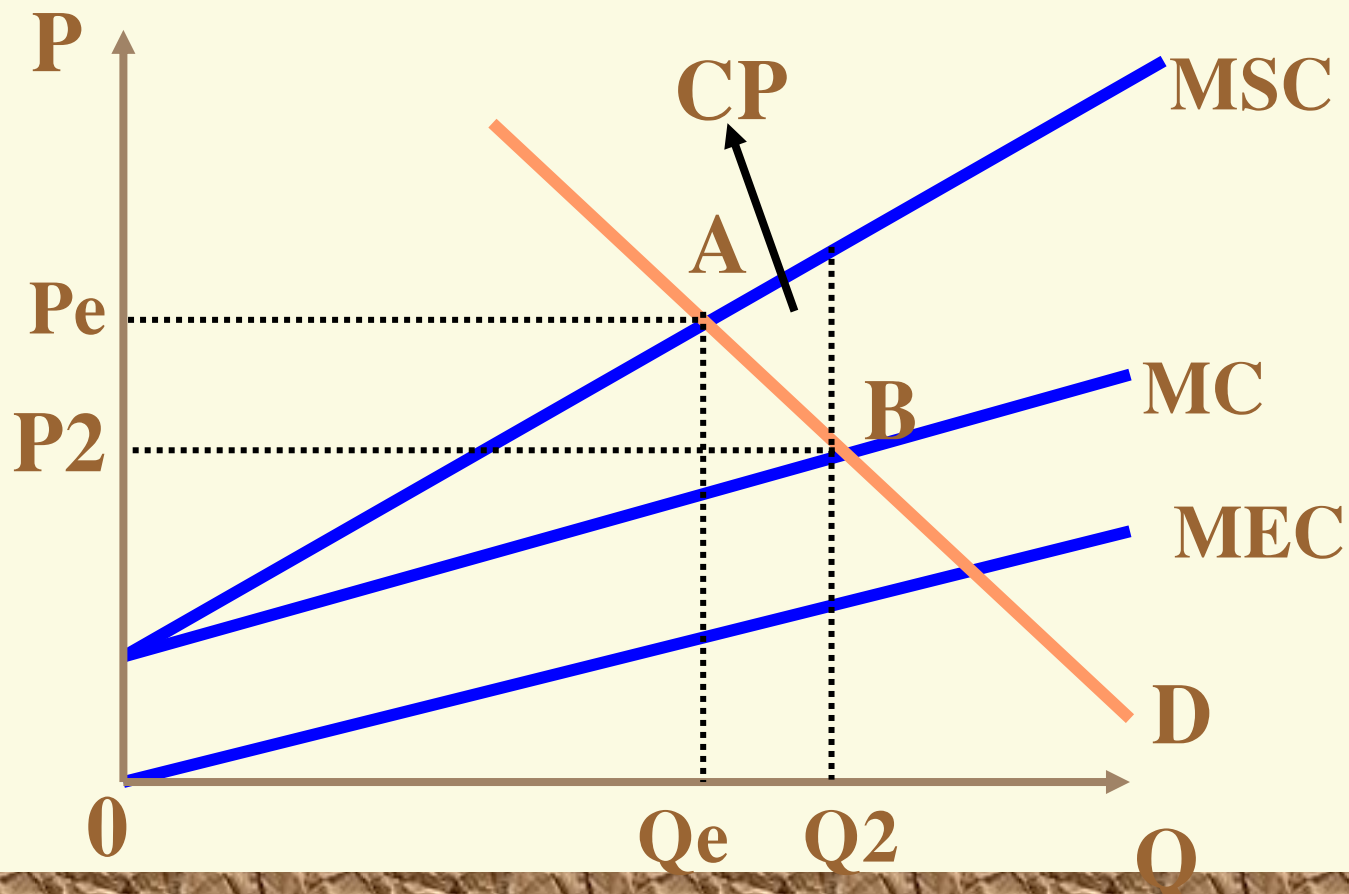
**MEC: Marginal externality cost- chi phí cận biên ngoại ứng**

$$\mathbf{MSC = MC + MEC}$$

MEC dốc lên từ 0 vì không sản xuất không có ảnh hưởng

Tại B chưa tính đến MEC nên sản xuất là  $Q_2, P_2$ ;

Tại A có tính đến MEC  $\Rightarrow P = MSC$ , sản xuất  $P_e, Q_e$





**2.1. Ảnh hưởng ngoại ứng tích cực:** *Xuất hiện khi hoạt động của một bên làm lợi cho một bên khác*

\* **Ví dụ:** *hàng hoá công cộng, hoạt động quốc phòng, an ninh, khu vui chơi công viên, vườn hoa công cộng,..*

**Lợi ích cận biên của xã hội:** *MSB Marginal social benefit là tổng lợi ích mà thực tế XH thu được từ thêm một nhà trồng hoa.*

**Lợi ích cận biên ngoại ứng:** *(MEB: Marginal externality benefit) là ích lợi thực sự thu được từ việc có thêm một nhà nữa trồng hoa*

**CP cận biên(MC):** *là chi phí để thêm một hộ gia đình trồng hoa*

$$\text{MSB} = \text{MU} + \text{MEB}$$

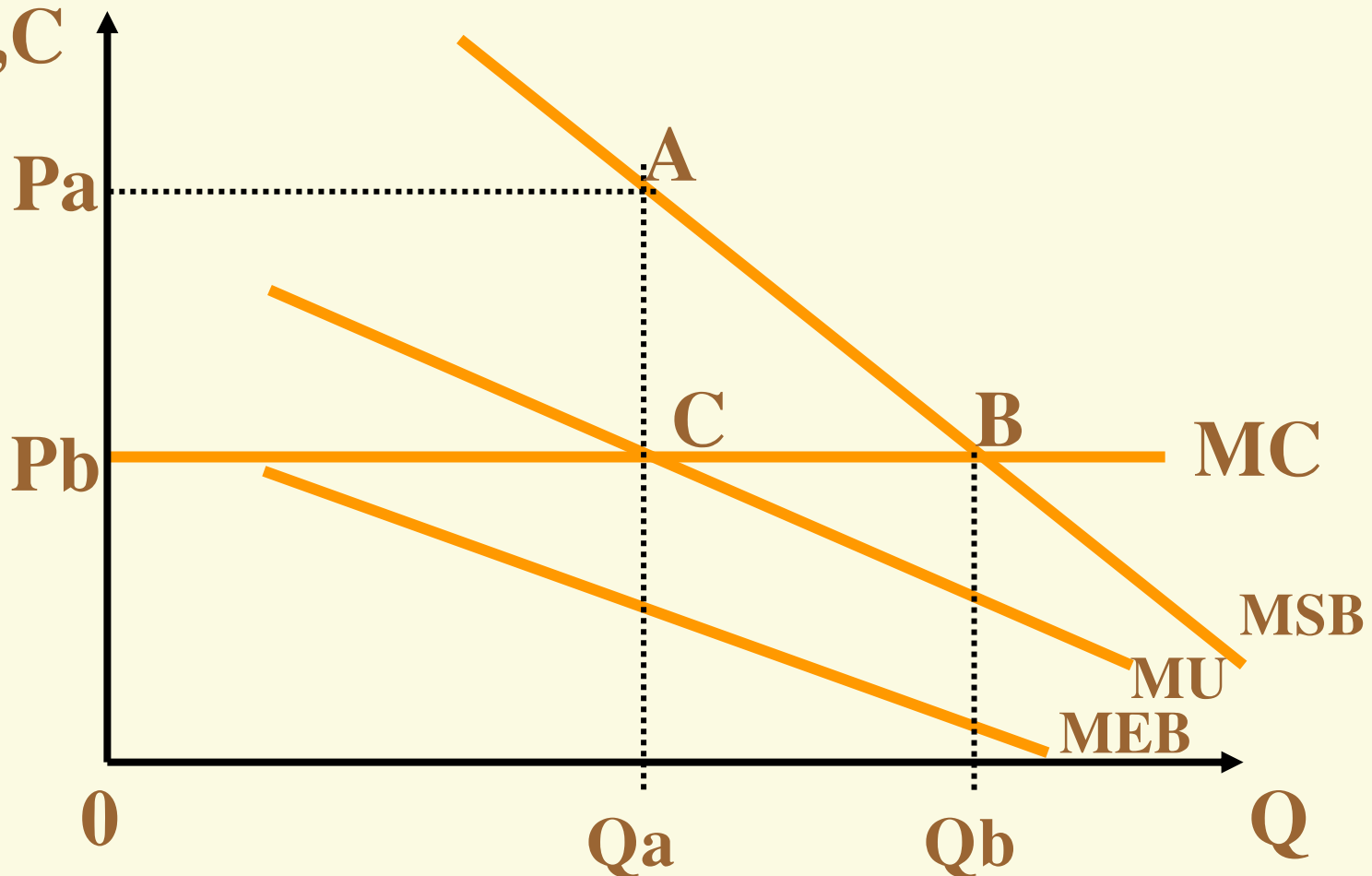


Tại A chưa tính đến MEU sản xuất tại  $Q_a$

Tại B đã tính đến MEU khuyến khích tăng  $Q$  từ  $Q_a \Rightarrow Q_b$

Tam giác ABC là ảnh hưởng ngoại ứng tích cực mang lại

P,C



### **3. Sự tồn tại của hàng hóa công cộng (*Public goods*):**

**3.1. Hàng hoá tư nhân:** Là các hàng hoá dịch vụ được mua bán bình thường trên thị trường và việc tiêu dùng của người này loại trừ việc tiêu dùng của người khác.

2 đặc điểm là: có thể loại bỏ (*excludability*) và có thể giảm bớt (*disminishability*): cắt tóc, ti vi...

**3.2. Hàng hoá công cộng (*Public goods*):** Hàng hoá công cộng là những hàng hoá dịch vụ mà việc tiêu dùng của người này không loại trừ sự tiêu dùng của người khác.

\* Ví dụ: hoạt động quốc phòng, bảo vệ tầng ôzôn, công viên...

**Trục trặc do không đáp ứng được lợi ích riêng mà cho tất cả**

**Trục trặc 2 giá bằng 0 nên lượng tiêu dùng là vô cùng lớn**

\* Hàng hoá công cộng cũng gây nên một tình trạng là sự trông chờ, ỷ nại vào Nhà nước của những kẻ ăn không, không chịu đầu tư hoặc phá hoại hay sử dụng lãng phí các hàng hoá công cộng.

\* Ví dụ: qui định không được phá hoại cây cối nhưng nhiều người cứ đào hoa mang về nhà để trồng rồi lại để Nhà nước mang hoa đến trồng lại.

=> Để khắc phục sự trục trặc này cần có sự phối hợp tập thể; sự hợp tác giữa các cá nhân và tập thể để có thể đạt được các kết quả như mong muốn. Một xã hội càng văn minh thì càng có nhiều hàng hoá công cộng.