Biên dịch:
MBA. Nguyễn Văn Dung

Robert C. Guell

Kinh tế vi mô

Issues in economics today fourth edition



Kinh tế Hương Huy

Business Books Supermarket

McGraw-Hill Higher Education

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP ĐỒNG NAI

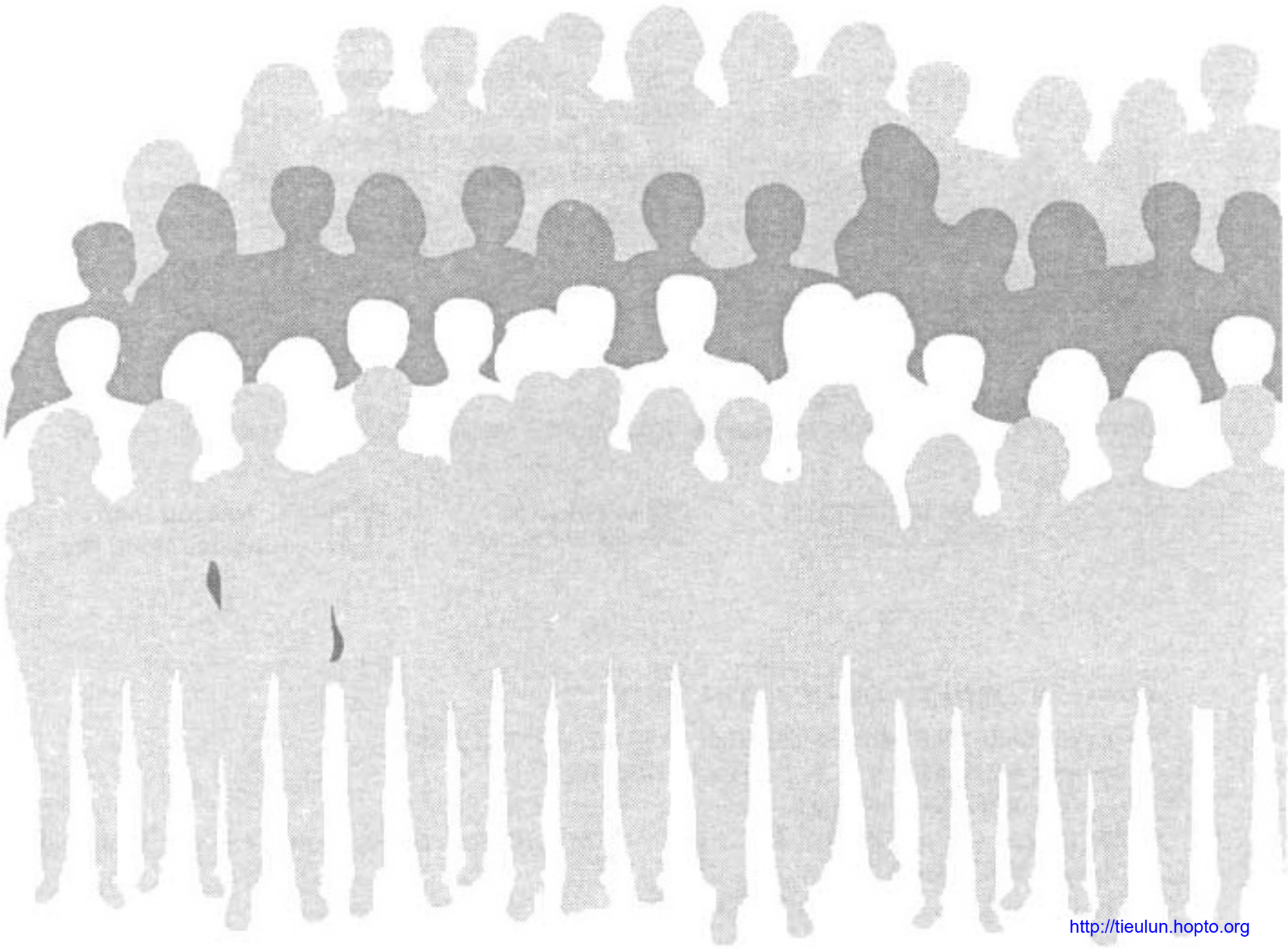
http://tieulun.hopto.org

NHỮNG CHỦ ĐỀ KINH TẾ HỌC HIỆN ĐẠI:

KINH TẾ VI MÔ

ISSUES IN ECONOMICS TODAY – FOURTH EDITION

MICROECONOMICS



http://tieulun.hopto.org

Original title: Issues in Economics Today, 4th Edition
By Robert C. Guell

Original Edition copyright 2008 by McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the Americas, New York, New York 10020. All rights reserved

Vietnamese language edition copyright 2008 by Dong Nai General Publishing House. Published by arrangement with McGraw-Hill companies, Inc. All rights reserved.

NHỮNG CHỦ ĐỀ KINH TẾ HỌC HIỆN ĐẠI
Tác giả: Robert C. Guell

Nhà xuất bản Tổng hợp Đồng Nai giữ bản quyền xuất bản bản tiếng Việt ở Việt Nam theo hợp đồng chuyển giao bản quyền với McGraw-Hill Companies, Inc.

Bất cứ sự sao chép, trích dẫn nào không được sự đồng ý của Nhà xuất bản Tổng hợp Đồng Nai và McGraw-Hill Companies, Inc., đều là bất hợp pháp và vi phạm Luật xuất bản Việt Nam, Luật Bản quyền quốc tế và Công ước Bảo hộ bản quyền sở hữu trí tuệ Berne

---

DONG NAI GENERAL PUBLISHING HOUSE
210 Nguyen Ai Quoc St – Bien Hoa – Dong Nai
Tel: 84-61-3825292 – 3946521
Fax: 84-3-946530; Email: nxbdongnai hcm.vn

Robert C. Guell
NHỮNG CHỦ ĐỀ KINH TẾ HỌC HIỆN ĐẠI:
- KINH TẾ VI MÔ

Biên dịch: ThS. Nguyễn Văn Dung
Bản quyền tiếng Việt © 2009 của Nhà xuất bản Tổng hợp Đồng Nai liên kết với Công ty Hương Huy xuất bản

Business Books Papermarket
McGraw-Hill Higher Education
Nhà xuất bản Tổng hợp Đồng Nai

CÔNG TY TNHH TM-DV-QC HƯƠNG HUY

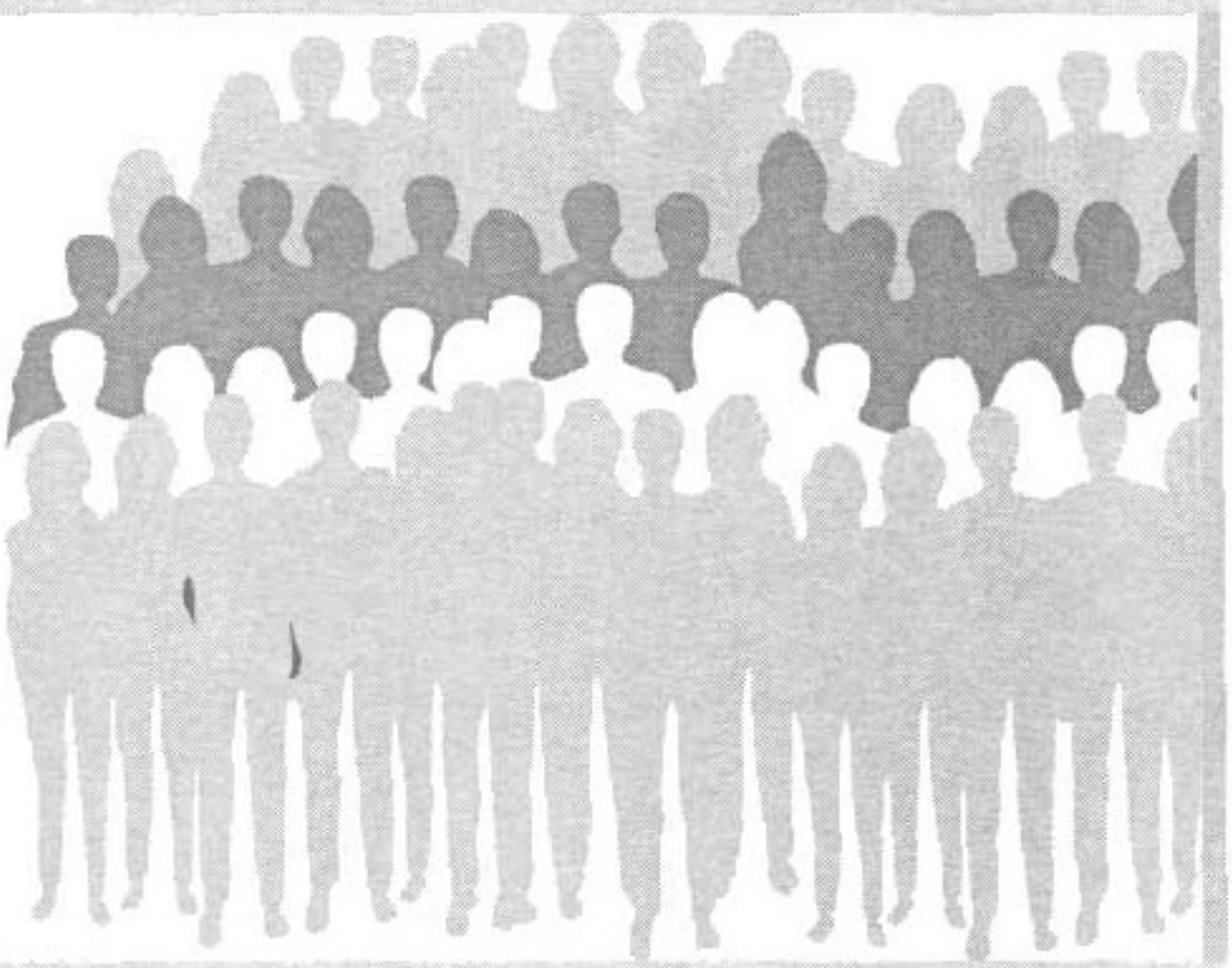
- Trụ sở chính: 490B Nguyễn Thị Minh Khai, P.2, Q.3, TP.HCM
  Tel: - 08. 38337462, 3, 4, 5, 6 - Fax: 08.38337462
  - 08. 38301659 – 38301660
- Chi nhánh: 41 Đào Duy Từ, P.5, Q.10, TP.HCM (Đối diện cổng 3, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, Cơ sở B, 279 Nguyễn Tri Phương)
  Tel: 08. 38570424 - Fax: 08.38337466
  E-mail: nhasachkinhte@hcm.fpt.vn
  Website: www.nhasachkinhte.vn

http://tieulun.hopto.org

Robert C. Guell, Ph.D.
Biên dịch: Th.S. Nguyễn Văn Dung

ISSUES IN ECONOMICS TODAY – FOURTH EDITION

Kinh tế Vi mô



NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP ĐỒNG NAI

http://tieulun.hopto.org

GIỚI THIỆU

Lĩnh vực kinh tế vi mô được tác giả Robert C. Guell trình bày với các chủ đề **cơ bản và độc đáo**, giúp các sinh viên, các nhà nghiên cứu áp dụng các kiến thức **kinh tế cơ bản vào thế giới thực về kinh tế và kinh doanh**, đặc biệt tác giả đề cập các vấn đề kinh tế hiện đại đa dạng, ngoài các chủ đề cơ bản như **chi phí cơ hội, cung và cầu, các dạng cạnh tranh thị trường, sản xuất, chi phí và lợi nhuận của doanh nghiệp**, tác giả còn đề cập các chủ đề độc đáo về **thị trường lao động thể thao, tiền lương, tiền thuê, thị trường sách giáo khoa, thị trường bán lẻ, nghiệp đoàn lao động...**

Tác giả đã trình bày các chủ đề kinh tế vi mô dưới dạng sinh động, thực tiễn, và khơi gợi tinh thần sáng tạo trong độc giả, nắm bắt các chủ đề kinh tế vi mô có tính khoa học và áp dụng thực tiễn cao.

Các sinh viên, doanh nghiệp trong thế giới hiện đại có thể tìm hiểu và vận dụng các kiến thức cơ bản về kinh tế vi mô trình bày trong sách này, nhằm vận dụng thành công trong việc nghiên cứu học hỏi, và kinh doanh trong nền kinh tế cạnh tranh toàn cầu mà chúng ta đang hội nhập.

Xin trân trọng giới thiệu

MBA. Nguyễn Văn Dung

http://tieulun.hopto.org

MỤC LỤC

Lời nói đầu

CHƯƠNG 1 - KINH TẾ HỌC: NGHIÊN CỨU VỀ CHI PHÍ CƠ HỘI 1

Kinh tế học và chi phí cơ hội 2

- Kinh tế học 2
- Các lựa chọn đều có kết quả kèm theo 2

Mô hình hoá chi phí cơ hội bằng đường biên khả năng sản xuất 4

- Trực giác có được từ đồ thị đầu tiên 4
- Điểm khởi dầu của đường biên khả năng sản xuất 5
- Các điểm nằm giữa các điểm đầu cuối của một đường biên khả năng sản xuất 6

Các thuộc tính của đường biên khả năng sản xuất 7

- Chi phí cơ hội tăng dần và chi phí cơ hội không đổi 8

Bức tranh tổng thể 10

- Mô hình dòng luân chuyển: Mô hình thể hiện các tương tác của tất cả các tác nhân kinh tế 11

Tư duy một cách kinh tế 12

- Phân tích biên tế 12
- Phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc 13
- Các khuyến khích kinh tế 13
- Sai lầm về sự tổng hợp 14
- Tương quan khác nhân quả 15

Hiểu chi tiết thêm: Thể hiện chi phí cơ hội không đổi và chi phí cơ hội tăng dần trên đường biên khả năng sản xuất 16

- Minh họa chi phí cơ hội tăng dần 16
- Minh họa chi phí cơ hội không đổi 17

Tóm tắt 17

Phụ lục 1A 21

Đồ thị: Đúng, bạn có thể sử dụng 21

Tọa độ đề các 21

Xin đừng gặp Y = MX + B ...! 22

Điều ta đang đọc có liên quan gì đến kinh tế học trên thế giới xanh của thượng đế 24

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 2 - CUNG VÀ CẦU 27
Định nghĩa 28
- Các thị trường 28
- Lượng cầu và lượng cung 29
- Các yếu tố khác như nhau 30
- Đường cầu và cung 30

Mô hình cung và cầu 31
- Đường cầu 31
- Đường cung 33
- Điểm cân bằng 34
- Thiếu hụt và thặng dư 34

Về cầu 36
- Luật về đường cầu 36
- Tại sao luật đường cầu có ý nghĩa? 36

Về cung 38
- Luật về đường cung 38
- Tại sao luật về đường cung có ý nghĩa? 38

Các yếu tố xác định đường cầu 39
- Thị hiếu 40
- Thu nhập 40
- Giá các sản phẩm khác 41
- Số lượng người mua tiềm năng 42
- Giá kỳ vọng 42
- Tác động của các thay đổi lên các yếu tố của đường cầu trên mô hình đường cung - cầu. 43

Các yếu tố của đường cung 44
- Giá các đầu vào 45
- Công nghệ 45
- Giá của các sản phẩm đầu ra tiềm năng khác 46
- Số lượng người bán 47
- Giá bán kỳ vọng 47
- Tác động của các thay đổi đến các nhân tố của đường cung trong mô hình cầu và cung 48

Tác động của các thay đổi về giá kỳ vọng trên mô hình cung và cầu 49
Hiểu chi tiết thêm: Tại sao có lượng cân bằng mới? 50
Tóm tắt 52

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 3: KHÁI NIỆM VỀ ĐỘ ĐÀN HỒI VÀ THẶNG DƯ NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ NHÀ SẢN XUẤT 57
Độ đàn hồi của nhu cầu 58
- Trực giác 58
- Định nghĩa về độ đàn hồi và công thức 59
- Các tính chất về đàn hồi 60

Các phương pháp hiểu về độ đàn hồi 60
- Giải thích bằng đồ thị 60
- Giải thích bằng lời nói 62
- Xem xét độ đàn hồi qua tổng chi phí 63

Hiểu thêm về độ đàn hồi 63
- Các nhân tố của độ đàn hồi 63
- Độ đàn hồi và đường cầu 64
- Độ đàn hồi của cung 65

Thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất 68
- Thặng dư người tiêu dùng 68
- Thặng dư nhà sản xuất 69
- Thất bại của thị trường 71

Hiểu chi tiết thêm: Tổn thất vô ích 72

Tóm tắt 74

CHƯƠNG 4: SẢN XUẤT, CHI PHÍ VÀ THU NHẬP CỦA DOANH NGHIỆP 80

Sản xuất 82
- Diễn giải bằng chữ 82
- Diễn giải bằng đồ thị 84
- Thí dụ bằng số 85

Chi phí 85
- Diễn giải bằng chữ 85
- Thí dụ bằng số 88

Thu nhập 90
- Diễn giải bằng chữ 90
- Thí dụ bằng số 92

Cực đại lợi nhuận 93
- Diễn giải bằng đồ thị 93
- Thí dụ bằng số 94

Tóm tắt 96

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 5: CẠNH TRANH HOÀN HẢO, ĐỘC QUYỀN, LỢI NHUẬN KINH TẾ VÀ LỢI NHUẬN BÌNH THƯỜNG 100
Từ cạnh tranh hoàn hảo tới độc quyền 101
- Cạnh tranh hoàn hảo 101
- Độc quyền 102
- Cạnh tranh độc quyền 103
- Độc quyền nhóm 104
- Mô hình nào phù hợp thực tiễn 104

Đường cung trong cạnh tranh hoàn hảo 106
- Lợi nhuận thông thường và lợi nhuận kinh tế 106
- Tại sao và khi nào lợi nhuận kinh tế tiến đến zero 108
- Tại sao Đường cung là chi phí biên tế trong cạnh tranh hoàn hảo 109
- Diễn tả bằng từ ngữ 109
- Thí dụ bằng số 109
- Diễn giải bằng đồ thị 110

Tóm tắt 113
CHƯƠNG 6: LƯƠNG TỐI THIỂU 118
Phân tích kinh tế truyền thống về lương tối thiểu 120
- Thị trường lao động, thặng dư người tiêu dùng và thặng dư người sản xuất 120
- Lương tối thiểu có tác dụng hoặc không có tác dụng 122
- Có vấn đề gì với lương tối thiểu? 122
- Các hàm ý thực tế của lương tối thiểu 123
- Các phương án thay thế lương tối thiểu 124

Các xem xét đối với phân tích truyền thống 125
- Lập luận của kinh tế vĩ mô 125
- Lập luận về nỗ lực làm việc 126
- Lập luận về sự đàn hồi 126

Quan điểm hiện nay của các nhà kinh tế 127
Hiểu chi tiết thêm 128
Tóm tắt 129
CHƯƠNG 7: KIỂM SOÁT TIỀN THUÊ 133
Tiền thuê trong thị trường tự do 134
Các nguyên nhân kiểm soát tiền thuê 136
Hậu quả của kiểm soát tiền thuê 137
Tại sao kiểm soát tiền thuê tồn tại? 141
Tóm tắt 142

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 8: CÁC NGHIỆP ĐOÀN 145
Tại sao nghiệp đoàn tồn tại 146
- Thị trường cạnh tranh hoàn hảo 146
- Một phản ứng với độc quyền mua 147
- Một cách để giới hạn cạnh tranh và cải thiện chất lượng 150
- Một phản ứng đối với các vấn đề về thông tin 151

Một nghiệp đoàn như nhà độc quyền 152
Lịch sử của các nghiệp đoàn lao động 154
Tương lai nghiệp đoàn như thế nào 158
Tìm hiểu chi tiết hơn 160
Tóm tắt 161
CHƯƠNG 9: WAL-MART – LUÔN LUÔN CÓ GIÁ THẤP (VÀ LƯƠNG THẤP) – LUÔN LUÔN 165
Dạng thị trường 166
Ai bị ảnh hưởng? 167
- Da số người tiêu dùng chắc chắn lợi – Một số mất lựa chọn 168
- Nhân viên có thể lỗ 169
- Thu nhập thuế doanh thu sẽ không bị ảnh hưởng nhiều 169
- Một số doanh nghiệp sẽ bị tổn thương, các doanh nghiệp khác sẽ được trợ giúp 170
- Tác động trong cộng đồng 170

Tóm tắt 171
CHƯƠNG 10: TẠI SAO SÁCH GIÁO KHOA ĐẠI HỌC QUÁ ĐẮT 175
Quá trình 175
Sách giáo khoa và các dạng thị trường 180
Công nghệ và tác động của sách cũ 180
Khi nào giá quan trọng và khi nào không 181
Vậy tại sao sách đắt như vậy và ai chịu trách nhiệm? 181
Tóm tắt 183
CHƯƠNG 11: NẾU XÂY DỰNG SÂN VẬN ĐỘNG, CÁC CẦU THỦ CÓ ĐẾN KHÔNG? VÀ CÁC CÂU HỎI KHÁC VỀ THỂ THAO 186
Vấn dề cúa các thành phố 187
- Sự mở rộng và lôi kéo một đội bóng 187

http://tieulun.hopto.org

- Một đội bóng có thúc dẩy nền kinh tế địa phương? 189
- Tại sao các sân vận động được tài trợ công? 191

Vấn đề của các chủ đội bóng 191

- Di chuyển hay ở lại 191
- Thắng hay lợi nhuận 193
- Họ có bị thua thiệt không? 194

Thị trường lao động thể thao 195

- Các chủ đội bóng sẽ trả thế nào 195
- Các cầu thủ sẽ chấp nhận thế nào 196

Thuật ngữ kinh tế học thể thao 196

- Độc quyền sẽ làm gì cho bạn 201

Tóm tắt 203

CHƯƠNG 12: MÔI GIỚI VÀ ĐẦU CƠ VÉ 207

Định nghĩa môi giới và đầu cơ 208

Mô hình kinh tế về kinh doanh vé 209

- Chi phí biên tế 209
- Nhà tổ chức như nhà độc quyền 210
- Sân vận động hoàn hảo 211

Tại sao các nhà tổ chức tính giá thấp hơn mức có thể 212

Mô hình kinh tế về đầu cơ 213

Các nhà đầu cơ hợp pháp 215

Tóm tắt 216

CHƯƠNG 13: TÁC ĐỘNG KINH TẾ CỦA VIỆC ĐÁNH BẠC Ở SÒNG BÀI 219

Tác động cảm nhận của đánh bạc ở sòng bài 219

Sự thay thế ở địa phương 220

Tác động kinh tế "vừa phải" của đánh bạc ở Casino 221

Các lý do kinh tế phản đối đánh bạc Casino 222

Tóm tắt 223

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 1:

KINH TẾ HỌC: NGHIÊN CỨU VỀ CHI PHÍ CƠ HỘI

Mục tiêu chương này

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Xác định các thuật ngữ then chốt của kinh tế học và chi phí cơ hội. Hiểu được đường ranh giới khả năng sản xuất thể hiện sự đánh đổi trong thực tế cuộc sống.
- Phân biệt giữa chi phí cơ hội tăng dần và chi phí cơ hội không đổi, và hiểu tại sao các chi phí này có thể xảy ra trong thế giới thực tế.
- Đánh giá được ý nghĩa của sự tư duy một cách kinh tế cùng các cạm bẫy hàm chứa.

Chủ đề liên quan

- Kinh tế học và chi phí cơ hội.
- Mô hình hóa chi phí cơ hội bằng Đường biên khả năng sản xuất.
- Các thuộc tính của Đường biên khả năng sản xuất
- Bức tranh tổng thể
- Tư duy một cách kinh tế.
- Hiểu chi tiết thêm: Thể hiện chi phí cơ hội không đổi và chi phí cơ hội tăng dần trên Đường biên khả năng sản xuất.

Tóm tắt

Chương này đặt nền tảng để hiểu cách tư duy như nhà kinh tế. Nó bắt đầu bằng định nghĩa khoa học kinh tế và khái niệm cơ bản nhất của nó: Chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội được mô hình hóa và giải thích sâu hơn qua sơ đồ Đường biên khả năng sản xuất. Một sơ đồ về nền kinh tế cho chương này và các chương còn lại của quyển sách được trình bày dưới dạng sơ đồ lưu chuyển. Chương này tiếp tục với thảo luận "**tư duy kinh tế**" là gì. Để hiểu khái niệm này, chúng ta tìm hiểu tại sao các nhà Kinh tế dùng phân tích biên tế, khám phá sự khác biệt giữa phân tích thực chứng và chuẩn tắc, khảo sát các kích thích động lực kinh tế và kết luận bằng việc xem xét các cạm bẫy logic cản trở con đường tư duy kinh tế của chúng ta.

http://tieulun.hopto.org

Kinh tế học và chi phí cơ hội

Kinh tế học

Kinh tế học
Nghiên cứu sự phân bổ nguồn lực khan hiếm để thỏa mãn nhu cầu vô hạn của con người.

Một số nhà nghiên cứu xác định kinh tế học là yêu cầu bó buộc cho giáo dục phổ quát hoặc như một môn học chính, có người xem như "môn khoa học buồn tẻ", người khác nữa quan niệm đó là việc nghiên cứu về sự phân bố và sử dụng các nguồn lực khan hiếm, để thỏa mãn các nhu cầu vô hạn của con người. Sự thực thì kinh tế học gồm cả ba khía cạnh trên. Nó nổi tiếng là một môn học khó, các nhà kinh tế luôn luôn làm nản lòng công chúng bằng việc luôn nói rằng mọi vật đều có giá trị của nó, và kinh tế học thực sự là một khoa học xã hội, liên quan đến sự kiện là nhu cầu con người thì lớn hơn khả năng đáp ứng của các nguồn lực.

Trên một cấp độ khác, việc nghiên cứu kinh tế học là việc áp dụng các thuật ngữ và các đồ thị phức tạp vào kinh nghiệm thông thường. Thực ra bạn đã biết nhiều về kinh tế học. Thí dụ bạn biết rằng mọi điều lựa chọn đưa lại các kết quả, rằng có tiền nhiều thì vui vẻ hơn có ít tiền, rằng tuy bạn giàu so với một người nghèo đói, nhưng ban giàu *ít* hơn mức bạn mong ước. Dĩ nhiên có nhiều bài học kinh tế bạn chỉ việc học đơn giản qua cuộc sống. Điều bạn không có là một phương pháp tư duy hệ thống về các tư tưởng kinh tế, và đó là điều mà cuốn sách và môn học này cung cấp cho bạn.

Định nghĩa trên làm sáng tỏ vài điều. Trước tiên, trong cuốn sách này mọi thuật ngữ có ý nghĩa chuyên biệt của các nhà kinh tế học sẽ được **in đậm**, với định nghĩa của từ đó được cho dưới dạng thuật ngữ ở ngay trong bài viết, đồng thời ở bên lề cuốn sách. Nếu định nghĩa "dưới dạng ký hiệu" thay vì tiếng Anh thông thường, bạn cũng sẽ thấy phần diễn dịch bằng tiếng Anh kèm theo. Hai thuật ngữ trong định nghĩa này cần làm rõ ràng vì chúng có ý nghĩa đặc biệt đối với các nhà kinh tế học. Đầu tiên, bạn thấy có từ "khan hiếm". Một vật thì

http://tieulun.hopto.org

Khan hiếm
Không có được tự do theo mong muốn và nguồn lực không vô hạn

khan hiếm khi nó không có sẵn một nguồn vô hạn tự do sử dụng. Thứ hai, một **nguồn lực** là vật chúng ta hoặc tiêu thụ trực tiếp, hoặc để tạo ra các vật khác mà cuối cùng chúng ta sẽ sử dụng.

Nguồn lực
Yếu tố được chi dùng để tạo ra các sản phẩm tiêu dùng cuối cùng.

Có bốn nguồn lực cơ bản mà xã hội có thể phân bổ: đất đai, lao động, vốn và năng lực của con người. Bất kỳ nguồn lực nào khác như dầu hỏa, sắt thép hay bắp được làm ra cho xã hội sử dụng khi nguồn lực này được phân bổ như một hay nhiều nguồn lực cơ bản, để chi dùng, tạo ra hay gặt hái nguồn lực khác đó.

Các lựa chọn đều có kết quả kèm theo

Trong môn học và với quyển sách này bạn sẽ gặp các lựa chọn: Bạn sẽ đọc sách và học hay bạn sẽ ngủ và dự tiệc? May mắn rằng sự lựa chọn này minh họa khái niệm căn bản nhất về kinh tế học: chi phí cơ hội. **Chi phí cơ hội** là phương án bị bỏ đi khi thực hiện phương án lựa chọn.

Chi phí cơ hội
Phương án đã bỏ qua khi lựa chọn phương án hiện tại

Diễn dịch theo Anh ngữ; chi phí cơ hôi là "điều bạn sẽ làm nếu bạn không thực hiện điều bạn đã làm". Điều quan trọng cần phải ghi nhớ là: "phương án bị bỏ qua" là sự lựa chọn tốt nhất tiếp theo. Nó không phải là tất cả mọi phương án mà "bạn có thể sẽ làm nếu bạn không thực hiện điều bạn đã làm", nhưng nó là phương án **tốt nhất** trong các phương án, bởi vì giả định rằng đó là "điều bạn sẽ làm".

Thí dụ, nếu bạn quyết định vào lúc nào đó ngừng đọc quyển sách này dù bạn chưa hoàn thành bài đọc được giao, ban hàm ý muốn nói rằng ban thích làm điều gì khác thay vì đọc tiếp cuốn sách. Về phương diện môn hoc bạn đang tham dự, "**Chi phí cơ hội**" của một quyết định kém như vậy có thể sẽ là điểm thấp do bạn không hiểu bài đọc.

Không may rằng dù bạn làm gì, bạn không thể thoát khỏi chi phí cơ hội. Nếu bạn có trách nhiệm và tiếp tuc đọc bài hoc, chi phi cơ hội là điều bạn sẽ làm với thời gian tiết kiệm được. Ban bỏ lỡ cơ hội để xem American Idol (chương trình "thần tượng Hoa Kỳ" hoặc

http://tieulun.hopto.org

xem lại cuốn phim, hoặc để ngủ, hoặc để học môn nào khác. Điều bạn thích làm nhất trong các cơ hội kể trên chính là chi phí cơ hội của việc đọc sách).

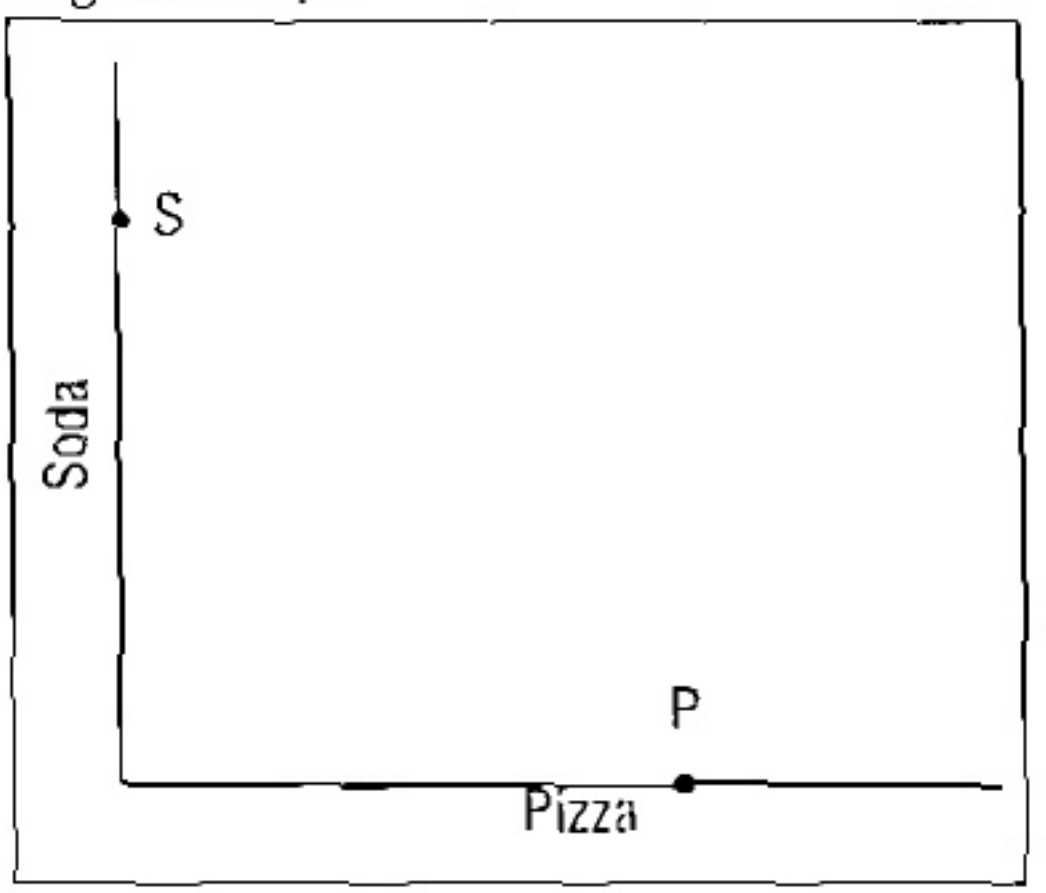
Mô hình hoá chi phí cơ hội bằng Đường biên khả năng sản xuất

Trực giác có được từ Đồ thị đầu tiên

Đường biên khả năng sản xuất
Đồ thị liên hệ số lượng các sản phẩm khác nhau có thể được sản xuất trong một xã hội toàn dụng

Khái niệm chi phí cơ hội có thể minh họa thêm bằng việc xem **đường biên khả năng sản xuất**. Đồ thị ở *Hình 1-1 là đồ thị đầu tiên* trong hơn 100 đồ thị bạn có thể thấy trong quyển sách này. Nó là ví dụ về một **mô hình**, là sự đơn giản hóa về thế giới thực có thể dùng để giải thích về thế giới thực. Đường biên liên quan đến các sản lượng có thể được sản xuất trong một xã hội toàn dụng nhân lực.

Hình 1-1:
Đường biên khả năng sản xuất: điểm khởi đầu



Mô hình
Sự đơn giản hóa về thế giới thực có thể vận dụng để giải thích thế giới thực

Giả định đơn giản hóa
Giả định có vẻ thô thiển nhưng cho phép giải thích rõ hơn

Vì bảng phấn và trang sách chỉ có hai chiều, việc giải thích của chúng ta bị hạn chế. Điều này cho cơ hội đầu tiên để giới thiệu về một "giả định đơn giản hóa". Một **giả định đơn giản hóa** là giả định tuy có vẻ thô thiển nhưng nó cho phép giải thích rõ ràng hơn. Một giả định tốt có tính chất là các kết luận rút ra từ nó cũng có giá trị trong trường hợp phức tạp hơn. Chúng ta sẽ có vài giả định đơn giản hóa đối với đường biên khả năng sản xuất. Chúng ta sẽ giả định rằng chỉ có

http://tieulun.hopto.org

hai loại hàng hóa trên thế giới, rằng chúng là bánh pizza và nước ngọt, và các hàng hóa này sẽ được sản xuất bằng một số cố định các nguồn lực và công nghệ.

Một đơn giản hóa khác là giả định có năm loại người trong thế giới: (1) người sản xuất bánh pizza giỏi nhưng sản xuất Soda kém (2) người sản xuất pizza khá giỏi nhưng sản xuất Soda không giỏi bằng (3) người sản xuất được cả hai hàng hóa (4) người sản xuất soda giỏi nhưng sản xuất pizza không giỏi bằng, và (5) người sản xuất soda thật giỏi nhưng sản xuất pizza kém.

Điểm khởi đầu của đường biên khả năng sản xuất

Nếu chúng ta tưởng tượng nguồn lực của chúng ta là thời gian của các công nhân, nó có thể được tiêu thụ trực tiếp dưới dạng thời gian nhàn rỗi của họ, hoặc có thể phối hợp với các nguồn lực khác để sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Nguồn lực này cũng khan hiếm vì không có số lượng người làm việc vô hạn, số lượng người hiện có chỉ có thể làm khối lượng công việc như vậy, họ sẽ không làm nếu không được trả lương, và chỉ có số lượng soda nhất định được sản xuất ra – ngay khi tất cả con người trên hành tinh dùng cả đời để sản xuất soda. Dĩ nhiên điều này vẫn đúng nếu áp dụng nguồn lực khan hiếm để sản xuất pizza. Chỉ có khối lượng pizza nhất định có thể được sản xuất nếu mọi người trên hành tinh đều sản xuất pizza. Nhận thức về sự khan hiếm cho ta điểm khởi đầu và điểm cuối cùng trong Hình 1-1.

Điểm S trong Hình 1-1 thể hiện vị trí mà mọi nguồn lực đều dành để sản xuất soda; điểm P thể hiện tình huống mà mọi nguồn lực đều dành để sản xuất pizza. Cả hai trường hợp mọi nguồn lực trên thế giới đều dành để sản xuất một loại hàng hóa cụ thể, và việc sản xuất bị giới hạn. Nó bị giới hạn bởi khả năng của con người, số lượng người và máy móc có để trợ giúp con người thực hiện công việc. Như vậy cần nhớ rõ là đường biên khả năng sản xuất cho chúng ta một chuỗi các lựa chọn. Chúng ta chỉ có thể có một lựa chọn trong chuỗi đó.

http://tieulun.hopto.org

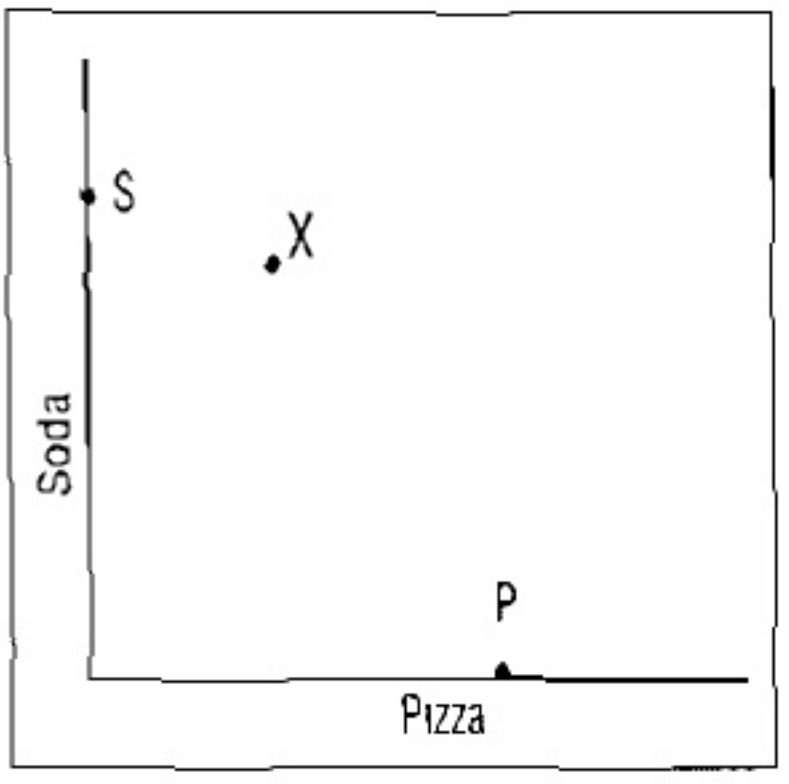
Chúng ta không thể có cả S soda và P pizza; như vậy, đó là một việc khác – một tình huống!

Các điểm nằm giữa các điểm đầu cuối của một đường biên khả năng sản xuất

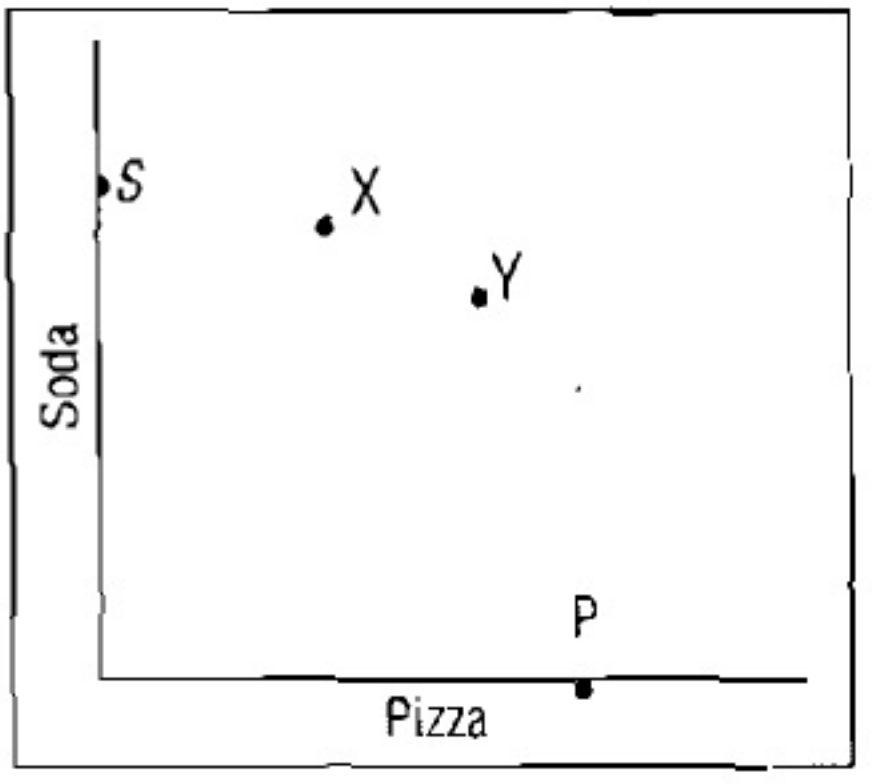
Chúng ta có thể có một số soda và pizza, *có rất* nhiều điểm khả dĩ giữa S và P; chúng ta cần xác định chúng. Để tiến hành, giả định bạn muốn thức ăn gì đó cùng với soda, và tự hỏi dạng người nào bạn sẽ chuyển từ sản xuất soda đến tăng cường sản xuất pizza. Rõ ràng bạn sẽ chuyển người đóng góp vào sản xuất *soda* không năng suất bằng đóng góp vào việc sản xuất pizza. Nghĩa là, người có thuộc tính ở nhóm 1 ở trên: Rất giỏi về pizza, kém về soda.

Hình 1.2 cho thấy điều xảy ra nếu chúng ta tiếp tục di chuyển nhóm người đó. Điều này làm *tăng lượng* sản xuất pizza đến mức đáng kể nhưng không giảm nhiều soda. Điểm X ở hình 1-2 thể hiện sự phối hợp mới về soda – pizza. Tại đây mọi người đều vẫn sản xuất soda trừ "các đầu bếp pizza", và các đầu bếp pizza sản xuất pizza theo năng lực của họ. Vấn đề là, dù chúng ta đạt được một lượng sản xuất rất lớn về pizza, chúng ta mất một lượng sản xuất soda nào đó. Đó là lý do tại sao điểm X, tuy ở bên phải điểm S, vẫn còn thấp hơn điểm S.

Hình 1.2: Dường biên khả năng sản xuất: chuyển các đầu bếp Pizza đến dúng vị trí.



Hình 1.3: Đường biên khả năng sản xuất: di chuyển đến điểm sản xuất nhiều Pizza



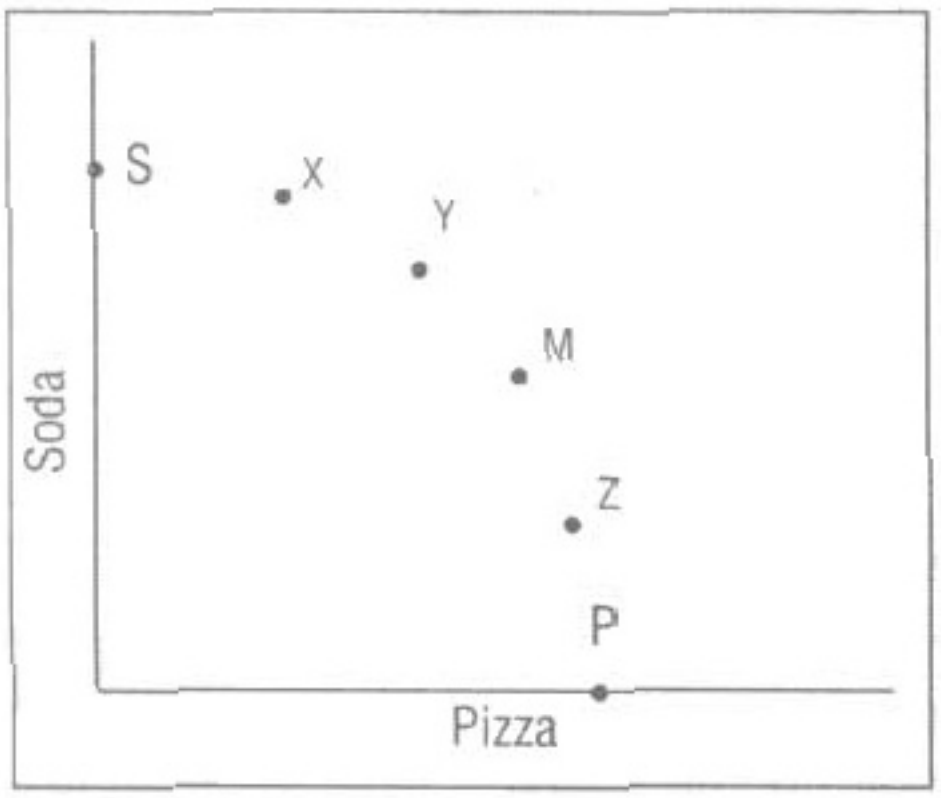
http://tieulun.hopto.org

Nếu tiếp tục quá trình này, sẽ không còn đạt hiệu quả tương tự nữa. Lý do vì nếu ngày càng sản xuất nhiều pizza hơn, sẽ không còn bếp trưởng pizza nữa, mà sẽ dùng nhóm hai, nhóm người khá giỏi về pizza và không khá lắm về soda. Có nghĩa là dù sản xuất pizza tăng, nó không còn tăng nhiều như trước đây, vì khi chuyển người chỉ hơi kém về soda. Lượng Soda sẽ giảm với tốc độ tăng dần, và ta có điểm Y ở hình 1-3.

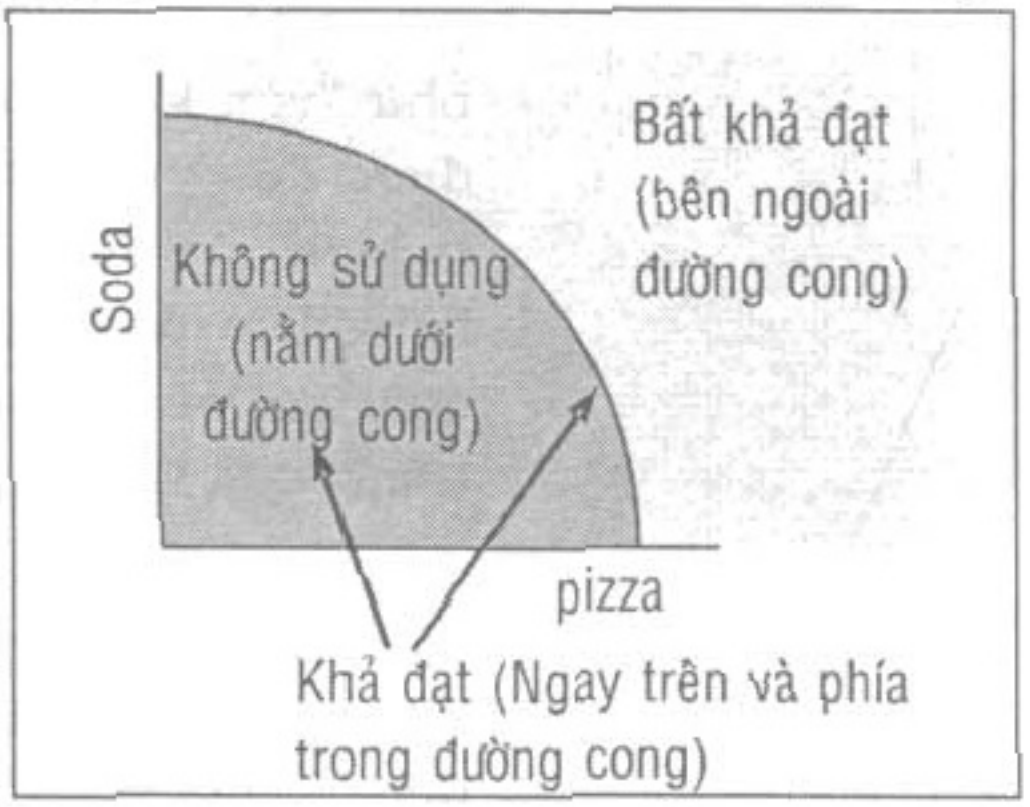
Vẫn tiếp tục, điểm M ở Hình 1-4 có được khi di chuyển người từ nhóm 3 (khá ở cả hai hàng hóa) từ sản xuất soda sang pizza, điểm Z có được do chuyển nhóm 4 để sản xuất pizza, và điểm P có được từ việc chuyển nhóm 5 sang sản xuất pizza.

Nối các điểm như vậy tạo ra Hình 1-5, một đường biên khả năng sản xuất. Đường cong này thể hiện số pizza lớn nhất có thể sản xuất ứng với một lượng soda cho trước, hoặc diễn giải theo cách khác là số soda lớn nhất có thể sản xuất với một lượng pizza cho trước.

Hình 1.4: Các điểm trên đường biên khả năng sản xuất.



Hình 1.5: Đường biên khả năng sản xuất và các vùng liên quan: Trường hợp con người khác nhau về kỹ năng



Các thuộc tính của đường biên khả năng sản xuất

Không sử dụng

Tình huống các nguồn lực không được toàn dụng

Dĩ nhiên, nếu bạn có thể sản xuất trên đường cong, bạn cũng có thể sản xuất ít hơn số lượng sản xuất trên đường cong. Nếu bạn sản xuất ở các điểm vùng bên trong đường khả năng sản xuất, sẽ có các nguồn lực không được sử dụng, hoặc gọi tắt là **không sử dụng**. Vì vậy mọi điểm nằm trên hay bên trong vùng "Đường

http://tieulun.hopto.org

ranh giới khả năng sản xuất" được gọi là **khả đạt**.

Khả đạt
Các mức sản xuất có thể đạt được với nguồn lực cho trước

Bất khả đạt
Các mức sản xuất không thể đạt được với các nguồn lực đã cho.

Ngược lại, vì đường biên khả năng sản xuất thể hiện số lượng tối đa một hàng hóa sản xuất được ứng với một sản lượng nào đó của hàng hóa khác, các điểm bên ngoài đường biên khả năng sản xuất thì bất khả đạt. Có nghĩa là các nguồn lực và công nghệ hiện có không đủ để sản xuất các sản lượng lớn hơn đường biên. Trên đồ thị, mọi điểm ở phía trên đường biên là ***bất khả đạt***.

Lập luận trên minh họa điều bạn cần thận trọng khi đọc sách này. Các từ bạn nghĩ mình biết có thể *mang ý nghĩa hoàn toàn khác đối với các nhà kinh tế*. Đến nay đã có ít nhất ba từ như vậy: Không sử dụng, Đường ranh giới, và Hàng hóa. Bạn nghĩ "Không sử dụng" là tình hình một người muốn việc làm nhưng không có việc. Nhà kinh tế không phản đối nhưng mở rộng định nghĩa đó sang các nguồn lực ngoài lao động.

Thí dụ, ở vùng phía trong đường ranh khả năng sản xuất có việc "Không sử dụng", nhưng có thể dùng như "vốn không được sử dụng" từ ngữ "Đường biên" được dùng để mô tả đường biên sản xuất không phải là biên của vùng rừng cây với gấu cần phải tránh. Từ *hàng hóa đối với nhà kinh tế là một thuật ngữ phổ quát nói về bất kỳ sản phẩm tiêu dùng nào*. Ở thí dụ trên, Soda và Pizza là các hàng hóa.

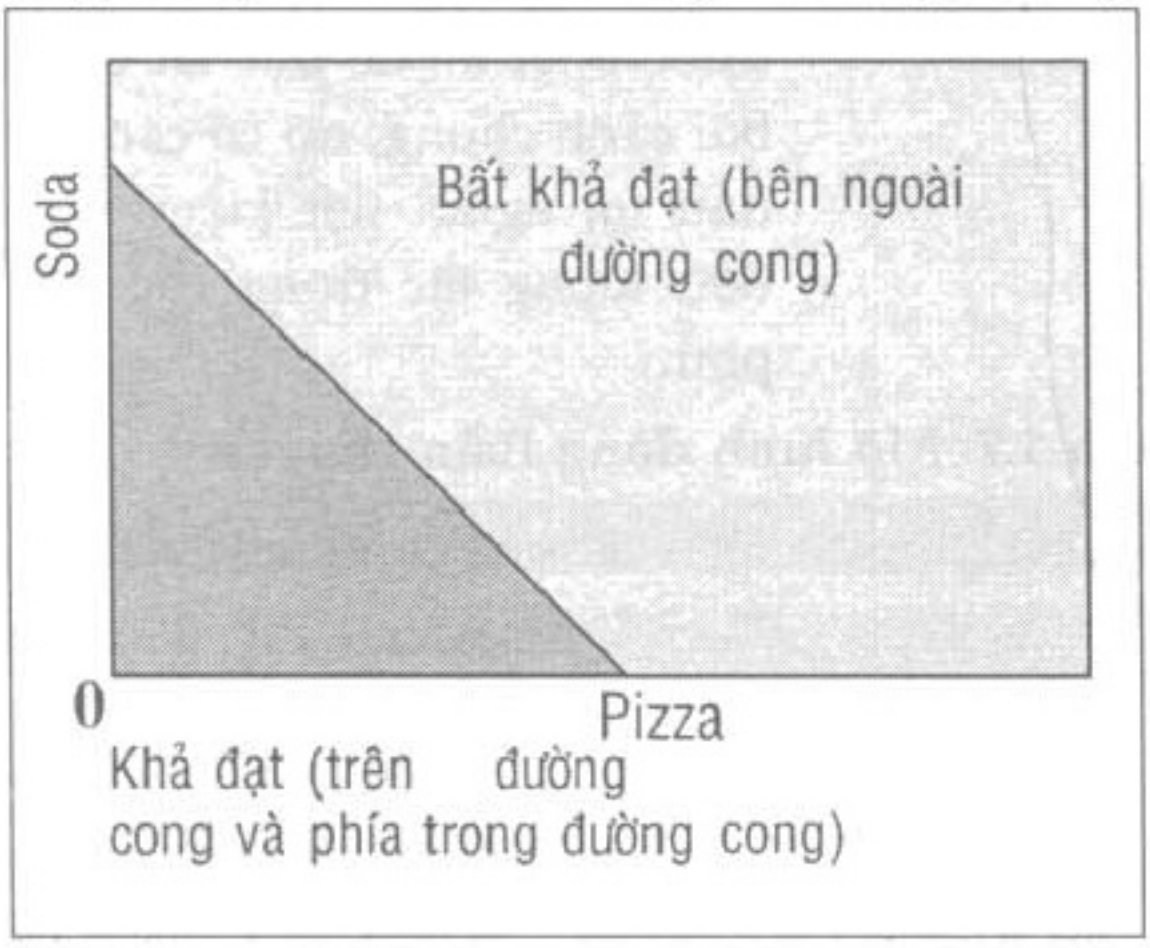
Trong thí dụ về Soda và Pizza có các nhóm người với khả năng khác nhau đối với sản xuất Soda và Pizza. Đầu bếp Pizza có các kỹ năng khác xa so với bậc thầy Soda. Nếu ngược lại, mọi người đều có khả năng sản xuất Soda và Pizza như nhau, các điểm sản xuất sẽ nằm trên đường thẳng, như trong Hình 1.6.

Chi phí cơ hội tăng dần và chi phí cơ hội không đổi

Hình 1.5 và 1.6 có các sự tương đồng và khác biệt *quan trọng*. Ở cả hai hình, các điểm ở trên đường biên khả năng sản xuất là số lượng một loại hàng hóa lớn nhất có thể được sản xuất ứng với một lượng sản xuất cho trước của hàng hóa khác. Ở cả hai Hình, các điểm nằm trên đường cong và bên trong đường cong đều

http://tieulun.hopto.org

khả đạt, và các điểm phía trên đường cong là bất khả đạt. Ở cả hai hình, chi phí cơ hội khi chuyển từ điểm này đến điểm kia là số hàng hóa bạn phải bỏ đi để có hàng hóa khác. Tuy nhiên chúng khác nhau ở điểm quan trọng: chi phí cơ hội thì tăng dần hay không đổi?



Hình 1.6: Đường biên khả năng sản xuất: trường hợp con người có kỹ năng như nhau.

Nếu đường biên khả năng sản xuất không là một đường thẳng nhưng cong ra xa so với gốc tọa độ, chi phí cơ hội tăng dần. Lý do là vì khi thêm nhiều nguồn lực hơn để sản xuất Pizza, chúng ta càng có ít nguồn lực để sản xuất Soda. Nói chung, ở mỗi giai đoạn chúng ta đưa nguồn lực từ sản xuất soda sang sản xuất pizza, càng ngày càng chuyển nhiều nguồn sản xuất pizza kém hơn và soda khá hơn so với giai đoạn trước. Có nghĩa là sự tăng sản xuất pizza giảm dần và mức giảm sản xuất soda tăng dần. Nhà kinh tế gọi đây là ví dụ về **chi phí cơ hội tăng dần.**

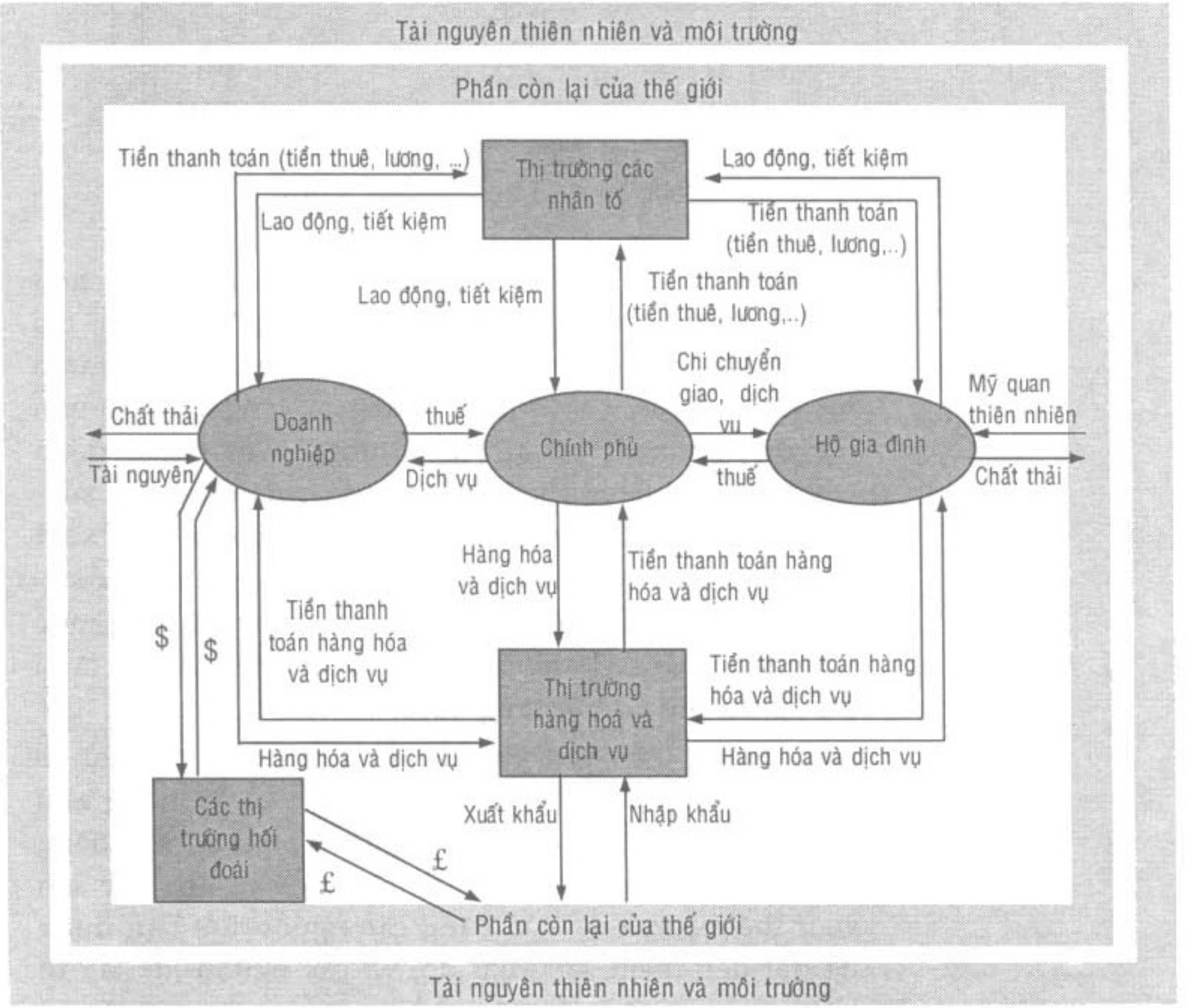
Nếu đường biên sản xuất là đường thẳng, chi phí cơ hội sẽ không đổi. Nếu mỗi người đều có kỹ năng như nhau, dù bạn tiếp tục bỏ soda để lấy pizza, sẽ không có sự tăng dần chi phí. Các nguồn lực bạn đưa vào sản xuất thêm pizza sẽ vừa bằng các nguồn lực bạn dùng để đạt đến điểm sản xuất đó, và các nguồn lực lấy đi không sản xuất soda cũng bằng các nguồn lực đã sử dụng đến điểm sản xuất đó. Nhà kinh tế học xem thí dụ này là về **chi phí cơ hội không đổi**

http://tieulun.hopto.org

Bức tranh tổng thể

Đến đây chúng ta sẽ xem mô hình "đơn giản hóa" đầu tiên về nền kinh tế, đây là lúc ta có ý tưởng về "**Bức tranh toàn cảnh**". **Mô hình dòng luân chuyển** được thiết kế để đặt tất cả các nội dung tiếp theo trong bối cảnh chung, nó có các doanh nghiệp, công nhân, nhà đầu tư, người tiết kiệm, người mua, người bán. Tất cả đều tương tác trong các thị trường quan hệ với chính phủ.

Hình 1.7: Mô hình dòng luân chuyển



Mô hình gồm con người sử dụng các nguồn lực thiên nhiên từ môi trường, kết hợp với vốn tài chính

http://tieulun.hopto.org

trong và ngoài nước, và nguồn nhân lực để sản xuất hàng hóa và dịch vụ, rồi mua và bán các hàng hóa và dịch vụ này trong các thị trường trong và ngoài nước.

Mô hình dòng luân chuyển: mô hình thể hiện các tương tác của tất cả các tác nhân kinh tế.

Các hình dạng elip ở biểu đồ thể hiện các loại thực thể như: các hộ gia đình, doanh nghiệp, và các chính phủ. Các hộ gia đình cung cấp lao động để nhận tiền lương. Họ dùng tiền lương để mua hàng hóa và dịch vụ và nộp thuế. Họ nhận các dịch vụ từ chính phủ. Một số người tiết kiệm, đi vay, và nhiều người vừa tiết kiệm vừa vay. Các doanh nghiệp trả lương cho các hộ gia đình và nộp thuế cho chính phủ, khi nhận lao động từ các công nhân và các dịch vụ từ chính phủ.

Thị trường
Cơ chế người mua và người bán thương lượng trao đổi.

Thị trường nhân tố
Cơ chế mà người mua và người bán nguồn vốn lao động và vốn tài chính thương lượng, trao đổi.

Thị trường hối đoái
Cơ chế người mua và người bán theo các đồng tiền của các nước khác nhau thương lượng, trao đổi.

Thị trường hàng hóa và dịch vụ
Cơ chế để người mua và người bán hàng hóa và dịch vụ thương lượng trao đổi.

Các hình chữ nhật trong biểu đồ thể hiện các loại **thị trường**: có các thị trường nhân tố, thị trường hối đoái, thi trường hàng hóa và dịch vụ. **Thị trường nhân tố** là nơi công nhân và doanh nghiệp, người đi vay và người tiết kiệm tương tác để xác định các mức lương và lãi suất. **Thị trường hối đoái** là nơi các chủ nhân các loại tiền tệ khác nhau tương tác để tạo thuận lợi cho thương mại quốc tế. **Thị trường hàng hóa và dịch vụ** là nơi người tiêu dùng và nhà sản xuất tương tác, để thương lượng trao đổi các hàng hóa như xe hơi, và các dịch vụ như giặt sấy...

Bao quanh toàn bộ là "Phần còn lại của thế giới" và "Tài nguyên thiên nhiên và môi trường". Cụm từ thứ nhất cho phép ta suy nghĩ rõ ràng về thương mại đối ngoại và ngoại hối, còn cụm từ thứ hai giúp ta suy nghĩ về việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên, và các hàm ý của hoạt động kinh tế đối với môi trường.

Khi đọc quyển sách, chúng ta sẽ bắt đầu mỗi chương với một đoạn rất ngắn "nội dung chương tiếp theo". Điều này giúp bạn có được viễn cảnh nào đó về điều bạn tìm hiểu trong "Bức tranh tổng thể". Xem như là lộ trình có các điểm dừng hoặc bản chỉ dẫn cửa tiệm trong khu buôn bán địa phương của bạn. Người biết vị

http://tieulun.hopto.org

trí họ ở đâu sẽ rất ít khi bị lạc đường đến nơi họ muốn. Bạn muốn có điểm học tốt, và vì vậy bạn cần hiểu chi tiết của từng chương. Hiểu tất cả chi tiết ăn khớp với nhau thế nào sẽ giúp bạn hiểu tầm quan trọng của chi tiết. Dù đoạn ngắn "nội dung nghiên cứu" sẽ chỉ rất ngắn thôi, nhưng nếu bạn cần chi tiết, các địa chỉ tài liệu trong trang web cuối mỗi Chương được cho, với giải thích chi tiết nội dung của chương đó được tích hợp bên trong "Bức tranh tổng thể" như thế nào

Tư duy một cách kinh tế

Phân tích biên tế

Một trong các công cụ trọng tâm của kinh tế học là phân tích biên tế. Nhà kinh tế thường xem xét các vấn đề bằng việc phân tích chi phí và lợi ích của các giải pháp khác nhau. Khi con người mua hàng hóa họ phải so sánh giá trị của vật mua với giá trị họ phải bỏ ra. Khi các công ty sản xuất hàng hóa để bán, họ phải so sánh số tiền thu được do bán hàng với chi phí họ phải bỏ ra trong quá trình sản xuất. Khi bạn dọn sạch phòng ngủ của bạn, bạn sẽ cân nhắc sự sạch sẽ có được với thời gian để dọn sạch nó.

Giả định tối ưu hóa
Giả định đề xuất rằng người đang khảo sát cố gắng cực đại hóa mục tiêu nào đó.

Nhà kinh tế thường có một **giả định về tối ưu hóa**. Giả định này cho rằng con người cố gắng tối ưu hóa mục tiêu nào đó. Thí dụ, người tiêu dùng được giả định sẽ ra quyết định nhằm tối ưu hóa hạnh phúc của họ tương ứng với lượng tiền khan hiếm. Các công ty được giả định tối ưu hóa lợi nhuận. Con người được giả định sẽ dọn sạch đồ vật cho đến khi lợi ích của việc dọn sạch thấp hơn so với thời gian hay công sức bỏ ra.

Lợi ích biên tế
Tăng lợi ích bắt nguồn từ một hoạt động.

Chi phí biên tế
Sự tăng chi phí do một hoạt động nào đó.

Nhà kinh tế thấy rằng tất cả các vấn đề này có thể được xem xét theo cùng phương pháp. Nhà kinh tế so sánh **lợi ích biên tế** của một hoạt động với **chi phí biên tế** của nó. Một việc chỉ đáng làm nếu lợi ích gia tăng bằng hay vượt sự gia tăng chi phí. Nếu lợi ích biên tế của một hành động giảm dần và chi phí biên tế

http://tieulun.hopto.org

của hành động tăng dần, thì con người sẽ cực đại hóa **lợi ích ròng** bằng việc thực hiện hành động đó cho đến khi lợi ích biên tế bằng với chi phí biên tế. Đây là phần cốt lõi của phân tích biên tế, và chúng ta sẽ thấy nó ở các hoạt động trong suốt quyển sách.

Lợi ích ròng
Hiệu số giữa tổng lợi ích và tổng chi phí.

Phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc

Khi con người quan sát thế giới họ thường thấy các sự việc thực tế, và so sánh cách thức giải thích khách quan về sự vật và cách thức họ nghĩ sự việc phải nên thế nào. Họ thấy một liên đoàn bóng đá ký hợp đồng trị giá ¼ tỉ USD trong 10 năm trong khi các giáo sư trung học thu nhập thấp hơn 40.000 USD một năm. Nhà kinh tế, và các nhà khoa học xã hội nói chung, phân biệt hai quan điểm. Họ gọi cách thức thứ nhất là **phân tích thực chứng** và cách thức thứ hai là **phân tích chuẩn tắc**. Dù có các nhà kinh tế dùng cả hai hình thức phân tích, nhiều nhà kinh tế cảm thấy thoải mái khi giải thích khách quan sự việc hơn khi đề xuất quan điểm đánh giá. Vài nhà phê bình xem đây như sự tự lừa dối về phía các nhà kinh tế, khi họ lý luận rằng chúng ta sẽ chọn thông tin nghiêng nhiều hơn về các niềm tin chuẩn tắc (chuẩn mực).

Phân tích thực chứng
Dang phân tích tìm hiểu về sự vật và lý do tại sao.

Phân tích chuẩn tắc
Dang phân tích tìm hiểu sự vật nên như thế nào.

Các khuyến khích kinh tế

Chúng ta với tư cách là các cá nhân hoặc như một xã hội có sự lựa chọn phụ thuộc các ưu tiên của chúng ta. Trở lại với các thí dụ về Soda và Pizza, việc ta thích Soda hay Pizza hoặc các phối hợp mà ta thích nhất, sẽ có tác động quan trọng đến sản phẩm chúng ta chọn để sản xuất và tiêu thụ. Nhưng điều quan trọng không kém trong các yếu tố xác định chúng ta sẽ sản xuất và tiêu dùng phối hợp các sản phẩm nào được gọi là **các khuyến khích**. Chúng sẽ ảnh hưởng đến một quyết định. Vài khuyến khích là một phần của một thị trường như giá cả, các khuyến khích khác do lực bên ngoài như chính phủ tác động, và chúng ta có thể tăng cường tích cực các hành vi mong muốn và ngăn cản các hành vi không mong muốn. Có nghĩa là ban vẫn có thể sản

Các khuyến khích
Yếu tố ảnh hưởng quyết định

http://tieulun.hopto.org

xuất và tiêu thụ điều bạn muốn, nhưng có thể thuế hay một quy định của chính phủ sẽ khuyến khích ban có lựa chọn cụ thể. Thí dụ, bằng việc đánh thuế bia và miễn thuế soda, chính phủ khuyến khích bạn hướng về Soda và tránh xa bia.

Ở cấp độ sâu hơn, một khuyến khích có thể động viên bạn làm điều bạn không thường làm. Thí dụ, nhiều loại động viên có được qua hệ thống miễn thuế và giảm thuế học phí cho sinh viên là cách khuyến khích người dân đi học. Đối với nhiều người không học đại học, thì đây lại không là khuyến khích. Tuy nhiên đối với một số người đang xem xét đắn đo việc học đại học, các ảnh hưởng lợi ích từ thuế sẽ khuyến khích cho quyết định đi học.

Một khía cạnh quan trọng và đôi khi không may mắn của các khuyến khích là chúng tạo ra các kết quả không mong muốn. Thuế là một lĩnh vực mà các kết quả không nảy sinh từ các chương trình miễn giảm thuế có thể dự báo trước. Nếu trợ cấp phúc lợi bị cắt giảm khi người nhận trợ cấp tìm việc làm bán thời gian, có thể dự báo rằng người nhận sẽ không tìm việc bán thời gian nữa.

Sai lầm về sự tổng hợp

Một trong các cạm bẫy chính trong tư duy một cách kinh tế là sự giả định rằng, tác động tổng thể về kinh tế của một tác nhân nào đó luôn đơn giản là tổng các tác động riêng rẽ. **Sai lầm về tổng hợp** là một cạm bẫy logic quan trọng cần tránh, bởi vì sẽ không tránh khỏi việc rút ra các kết luận kinh tế không có giá trị.

Sai lầm về tổng hợp
Sai lầm luận lý khi cho rằng tác động tổng thể về kinh tế của một yếu tố nào đó luôn luôn đơn giản là tổng của các tác động riêng lẻ

Ngoài lĩnh vực kinh tế, ví dụ về cái bánh sẽ là một minh họa nổi tiếng về lý do tại sao sai lầm về tổng hợp đúng là sai lầm. Hãy tưởng tượng cái bánh và các chất liệu làm nên nó, bạn ăn bánh và có sự thỏa mãn, hãy so sánh mức độ thỏa mãn này với điều bạn tách riêng bột mì, đường và bột nướng vào miệng bạn, cộng với hai quả trứng sống và ít dầu ăn. Hỗn hợp được nướng hiển nhiên có giá trị hơn các phần riêng lẻ của nó.

http://tieulun.hopto.org

Lấy một ví dụ trong kinh tế học, chúng ta sẽ học ở Chương 5 rằng khi nhiều nông gia có lợi nhuận cao, những người khác sẽ muốn tham gia. Nếu họ tham gia, tất cả các nông gia cũ và mới có đạt lợi nhuận cao nữa không? Chúng ta sẽ thấy rằng sản xuất dư thừa từ các nông gia mới cuối cùng sẽ kéo giá xuống, làm cho cả nông gia cũ và mới đều không kiếm được tiền.

Điều này có nghĩa là khi chúng ta có các phán đoán kinh tế, chúng ta phải cẩn trọng. Tổng của các phần riêng lẻ không được lẫn lộn với tổng thể. Hai việc này có thể và thường khác biệt nhau.

Tương quan khác nhân quả

Khi con người mong muốn tư duy kinh tế, một cạm bẫy khác là giả định rằng vì hai biến số thay đổi đồng thời, nên một trong hai biến số sẽ làm cho biến số kia thay đổi.

Tương quan trực tiếp
Giá trị cao hơn của một biến số có liên quan với giá trị cao hơn của biến số khác

Nhân quả
Sự thay đổi một biến số làm một biến số khác thay đổi

Thí dụ, nếu bạn cân trọng lượng của mọi người dưới 30 tuổi và đồng thời hỏi họ có bao nhiêu buổi đi chơi trong cuộc đời họ, bạn sẽ thấy một **tương quan trực tiếp**, có nghĩa là người ta càng cân nặng người ta càng có nhiều buổi đi chơi: nhưng điều này không hàm ý về **nhân quả**. Người nặng hơn không nhất thiết đi chơi nhiều hơn, và đi chơi không làm chúng ta nặng hơn. Trường hợp này hai biến số có lẽ tương quan với tuổi, những người trên 20 tuổi cân nặng hơn và đồng thời có nhiều cơ hội đi chơi hơn tuổi thiếu niên, trẻ em.

Khi các chính trị gia nổi tiếng đúng vào thời kỳ kinh tế vững mạnh, họ sẽ cho rằng chính sách của họ góp phần hình thành thời kỳ kinh tế tốt này, chúng ta có lẽ sẽ nghi ngờ điều này. Dĩ nhiên chúng ta cũng nghi ngờ tương tự nếu họ muốn gán trách nhiệm cho đối thủ của họ khi thời kỳ kinh tế xấu xảy ra trong thời gian làm việc của đối thủ này. Cho dù ý kiến của họ có thể đúng, hoàn toàn có thể xảy ra là các chính sách và nền kinh tế không có liên quan gì với nhau, nền kinh tế đã tốt hay xấu không tùy thuộc chính sách của họ.

Đôi khi hai biến số di chuyển theo các hướng đối lập.

Tương quan đối nghịch
Giá trị cao hơn của một biến số liên quan với giá trị thấp hơn của biến số khác

Tương quan đối nghịch này cũng có thể bị diễn dịch sai là có tính nhân quả: nếu bạn có vé đi coi đá banh ở trường đại học và quan sát phần da trần (cánh tay, chân, phần bung) của các cổ động viên, và so sánh với số lượng chocolate bán trong trận đấu, bạn sẽ thấy rằng khi người ta để hở da nhiều họ cũng dùng ít chocolate nóng. Nếu bạn kết luận rằng diều này gây ra điều kia dĩ nhiên bạn sai. Rõ ràng thời tiết đã gây ra cả hai điều trên.

Hiểu chi tiết thêm

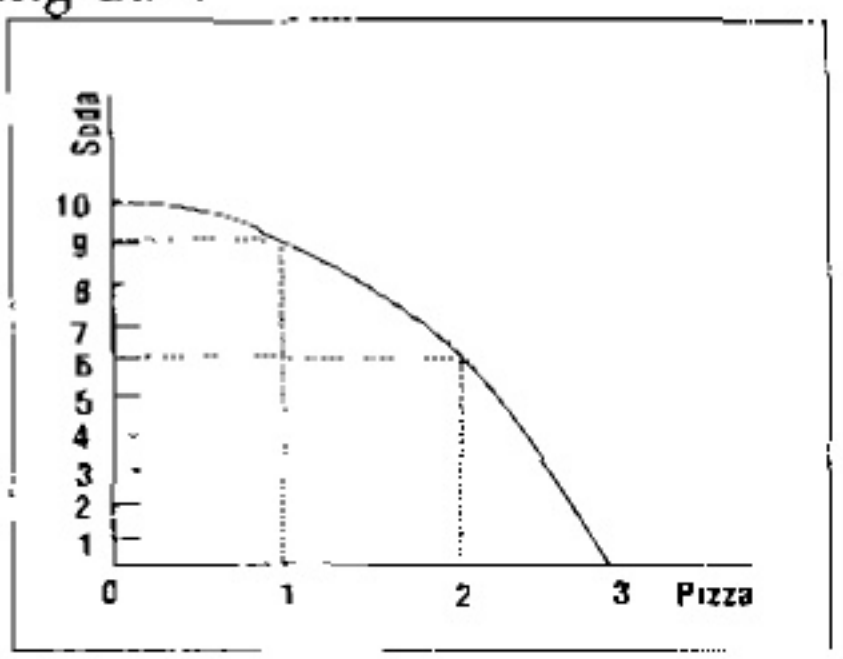
THỂ HIỆN CHI PHÍ CƠ HỘI KHÔNG ĐỔI VÀ CHI PHÍ CƠ HỘI TĂNG DẦN TRÊN ĐƯỜNG BIÊN KHẢ NĂNG SẢN XUẤT

Các nhà kinh tế dùng đường biên khả năng sản xuất để minh họa khái niệm về chi phí tăng dần hoặc không đổi. Nếu bắt đầu chỉ có Soda, không có Pizza rồi di chuyển từ từ để thay đổi hỗn hợp này với chi phí cơ hội. Nhưng số lượng bao nhiêu phụ thuộc vào chi phí cơ hôi tăng dần hay không đổi.

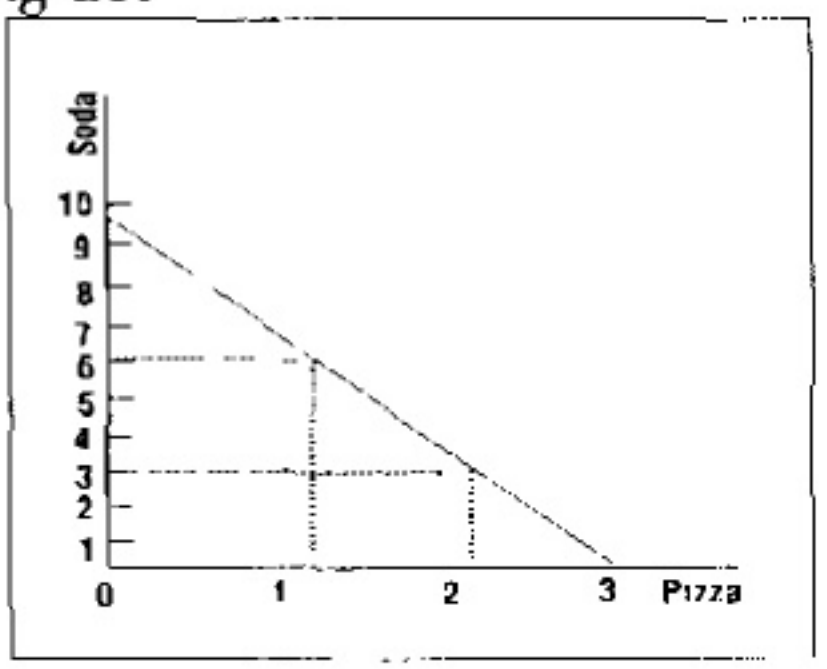
Minh họa chi phí cơ hội tăng dần

Thí dụ trên Hình 1.8 nếu chúng ta di chuyển từ điểm trên đồ thị ứng với không sản xuất Pizza đến điểm sản xuất một Pizza, chi phí cơ hội được xác định bởi số đơn vị soda mất đi. Trên Hình 1.8, chi phí cơ hội khi di từ 0 đơn vị pizza đến 1 đơn vị pizza là 1 đơn vị Soda. Di chuyển từ 1 đơn vị pizza đến 2 đơn vị có chi phí cơ hội là 3 đơn vị Soda. Tương tự di chuyển từ 2 đến 3 đơn vị pizza có chi phí cơ hội là 6 đơn vị Soda. Hiển nhiên chi phí cơ hội khi di từ 0 đến 1 thì nhó hơn khi đi từ 2 đến 3, nên ta nói rằng chi phí cơ hội tăng dần.

Hình 1.8: Minh hoa chi phí cơ hội tăng dần.



Hình 1.9: Minh hoa chí phí cơ hội không đổi



http://tieulun.hopto.org

Minh họa chi phí cơ hội không đổi

Tương tự, ta có thể dùng Hình 1.9 để thể hiện chi phí cơ hội không đổi. Chi phí cơ hội khi đi từ sản xuất 0 đến 1 đơn vị pizza là 3 đơn vị Soda. Di chuyển từ 1 đến 2 đơn vị và từ 2 đến 3 đơn vị cũng có chi phí cơ hội là 3 đơn vị Soda. Trường hợp này chi phí cơ hội đi từ 0 đến 1 thì bằng với đi từ 2 đến 3, nên ta nói rằng chi phí cơ hội là hằng số.

Tất cả các điều này hàm ý đơn giản mọi sự lựa chọn đều kèm hệ quả. Đôi khi các hệ quả này lớn và đôi khi chúng nhỏ. Nếu học trong năm giờ đưa bạn từ điểm F lên điểm B trong cuộc thi, thì việc đạt điểm cao sẽ có chi phí cơ hội thấp nếu tính về số giờ xem TV mất đi. Xét về quan điểm khác chi phí cơ hội của năm giờ xem TV (thay vì học để có điểm tốt) có thể lớn lao. Chi phí cơ hội hiện diện khắp nơi và là hậu quả của từng quyết định của bạn.

Tóm tắt

Trong chương trình này chúng ta đã học một số định nghĩa của kinh tế học, hiểu được sự lựa chọn có kèm hệ quả, và các hệ quả này được gọi là chi phí cơ hội. Chúng ta đã học cách mô hình hóa các lựa chọn bằng việc dùng đường biên khả năng sản xuất, và phụ thuộc vào các giả định của chúng ta mà chi phí cơ hội có thể tăng dần hay không đổi. Chúng ta đã tạo ra một lộ trình cho toàn bộ nền kinh tế, nghiên cứu tiếp theo của cuốn sách này bằng việc tạo ra một sơ đồ luân chuyển liên kết tất cả các thị trường khác nhau, các cá nhân, doanh nghiệp và các chính phủ cùng tương tác trong xã hội. Cuối cùng, chúng ta khám phá ý nghĩa của việc tư duy một cách kinh tế bằng việc khảo sát về phân tích biên tế, phân tích thực chứng và chuẩn tắc, các khuyến khích và các sai sót về logic có thể gặp trên con đường tư duy kinh tế chính xác.

Thuật ngữ then chốt

Khả đạt,
Nhân quả,
Tương quan trực tiếp,
Khuyến khích
Tương quan nghịch
Lợi ích biên tế
Chi phí biên tế
Giả định tối ưu hóa
Phân tích thực chứng
Đường biên khả năng sản xuất

http://tieulun.hopto.org

	Kinh tế học, Thị trường nhân tố, Thị trường hối đoái, Thị trường hàng hóa và dịch vụ	Thị trường Mô hình Lợi ích *ròng* Phân tích chuẩn tắc Chi phí cơ hội	Nguồn lực Khan hiếm Giả định đơn giản hóa Bất khả đạt Không sử dụng, thất nghiệp
Các chương chủ đề bạn có thể đọc tiếp	Chi của chính phủ liên bang	Nghèo khổ và phúc lợi	Xây dựng sân vận động, đội bóng sẽ đến chứ? và các câu hỏi về thể thao

Câu hỏi dành cho bạn

1/ Sự khan hiếm hàm ý kế hoạch phân bổ mà xã hội lựa chọn có thể:

a. Không tạo thêm bất kỳ hàng hóa nào

b. Luôn luôn tạo thêm bất kỳ hàng hóa nào

c. Thường tạo thêm một loại hàng hóa nhưng với sự giảm một hàng hóa khác

d. Luôn luôn tạo thêm đồng thời mọi loại hàng hóa

2/ Một đường biên khả năng sản xuất là một mô hình đơn giản của:

a. Sự khan hiếm và sự phân bổ

b. Giá cả và sản lượng

c. Sản xuất và chi phí

d. Nhập lượng và xuất lượng (đầu vào và đầu ra)

3/ Lý do cơ bản về việc có các điểm bất khả đạt trên biểu đồ đường biên khả năng sản xuất là:

a. Có chính phủ

b. Luôn luôn có các lựa chọn phải thực hiện

c. Có sự khan hiếm nguồn lực trong một mức công nghệ cố định

d. Có sự không sử dụng các nguồn lực

4/ Lý do cơ bản về việc đường biên khả năng sản xuất có dạng cong lồi (thay vì thẳng) là:

a. Sự lựa chọn có hệ quả

b. Luôn có chi phí cơ hội

http://tieulun.hopto.org

c. Một số nguồn lực và con người có thể sản xuất một loại sản phẩm tốt hơn sản phẩm khác

d. Luôn có mức độ không sử dụng nào đó

5/ Giả định tối ưu hóa cho rằng người ta có:

a. Các quyết định bất hợp lý

b. Các quyết định không thể dự báo trước

c. Các quyết định giúp họ giàu càng nhiều càng tốt

d. Các quyết định không suy nghĩ kỹ lưỡng

6/ Tưởng tượng nhà kinh tế đặt mua các miếng bánh pizza. Khi quyết định sẽ đặt mua bao nhiêu miếng, cô ta sẽ chọn số miếng mà sự hài lòng của ..... sẽ bằng sự hài lòng khi dùng số tiền ấy để mua hàng hóa khác

a. Miếng đầu tiên

b. Miếng cuối cùng

c. Miếng trung bình

d. Tổng số miếng

7/ Dĩ nhiên mỗi sinh viên đều học khá hơn nếu họ đạt điểm tốt hơn. Nếu bạn quyết định rằng tất cả các sinh viên đều học khá hơn khi mỗi người nhận được điểm "A", bạn sẽ:

a. Là nạn nhân của sai lầm về khan hiếm

b. Đúng

c. Là nạn nhân của sai lầm về tổng hợp

d. Nhầm lẫn tương quan với nhân quả

8/ Nếu bạn kết luận sau khi xem xét cẩn thận các số liệu và sử dụng các kỹ thuật đánh giá thích hợp, rằng việc miễn thuế khi học đại học sẽ có lợi cho người nghèo hơn là giảm thuế (với cùng một lượng chi phí của chính phủ), bạn có lẽ đã có sự phân tích ..... khi có kết luận trên

a. Tiêu cực

b. Thực chứng

c. Chuẩn tắc

d. Sáng tạo

http://tieulun.hopto.org

Hãy suy nghĩ

Chi phí cơ hội của việc học đại học của bạn là gì?

Hãy suy nghĩ về sản phẩm mắc tiền nhất bạn từng mua. Bạn đã có thể làm gì để có số tiền đó. Kết quả nào có thể đã làm bạn có lợi hơn. Bạn đã làm gì hay bạn có thể làm gì?

Hãy nghĩ về lần gần đây nhất bạn dự các kỳ thi trong một khoảng thời gian ngắn (kỳ thi cuối khóa ở trường Trung học hay Cao đẳng). Bạn đã quyết định dùng bao nhiêu thời gian cho mỗi đề thi như thế nào? Việc học kinh tế học có thể giúp bạn thực hiện quyết định phân bổ thời gian trong tương lai như thế nào?

Hãy thảo luận

Thảo luận bạn có tin con người *có các* quyết định hợp lý dựa trên giả định về tối ưu hóa hay không?

Thảo luận về các loại phương án không thuộc kinh tế (bạn thường không nghĩ đó là quyết định về kinh tế) có thể được mô hình hóa bằng đường biên khả năng sản xuất.

http://tieulun.hopto.org

PHỤ LỤC 1A:

Đồ thị: Đúng, bạn có thể sử dụng

Dù bạn thích hay không, đồ thị là một phần quan trọng để "tiếp cận" kinh tế học. Nếu bạn đã đọc phụ lục này, có lẽ giảng viên của bạn đồng ý và muốn bạn có một nền tảng vững chắc về điều bạn sẽ làm. Phụ lục này giới thiệu cho sinh viên chưa biết đồ thị sẽ hiểu nó nói với họ điều gì; đối với họ khi nhìn vào biểu đồ phức tạp có một chùm các đường thẳng sẽ không nhận thấy ý nghĩa gì. Trong phim Jerry Maguire, Tom Cruise chạy vào nhà và xin lỗi khẩn thiết vợ mình, cuối cùng bà đã ngắt lời chồng và nói: "Anh đã có được em ngay khi chào". Những người dạy kinh tế học như chúng ta thường mất sinh viên ngay khi giới thiệu môn học, hay ít ra là lúc chúng ta tiến đến bảng và vẽ đồ thị. Hãy khởi hành đúng lúc bằng cách hiểu đồ thị là gì và nó có thể nói điều gì.

Điểm gốc
Điểm trên đồ thị có cả hai biến số bằng zero (0,0)

TỌA ĐỘ ĐỀ CÁC

Trục y
Trục thẳng đứng

Trục x
Trục nằm ngang

Như tựa đề gợi ý sự không dễ dàng. Tọa độ đề các lấy tên của người phát minh ra chúng, René Descartes, người Pháp. Theo truyện kể, ông nhìn trần nhà và theo dõi việc bay của con ruồi. Ông khám phá rằng ông có thể chỉ dùng hai con số để xác định vị trí của con ruồi trên trần nhà mỗi khi nó đậu lại. Ông nằm và nhìn lên trần nhà một lúc.

Bây giờ chọn một góc phòng nơi trần nhà gặp hai bức tường, đây chính là điểm quy chiếu (trong toán học gọi đó là **điểm gốc**). Giả định các bức tường thẳng góc với nhau, gọi bức tường bên trái bạn là **trục y** và bức tường bên phải bạn là **trục x**. Bây giờ tìm một điểm nổi bật trên trần nhà, một con nhện, một cái vết. Vẽ đường thẳng tưởng tượng ngắn nhất có thể từ các vết trên trần nhà đến bức tường bên phải gặp tại điểm A, làm tương

http://tieulun.hopto.org

tự đối với bức tường bên trái và gọi là B. Bạn có thể xác định một điểm trên trần nhà bằng việc chỉ dùng hai con số. Số đầu tiên là khoảng cách dọc trục x từ gốc đến điểm A và số thứ hai là khoảng cách dọc trục y từ gốc đến điểm B. Trong Hình 1A.1; điểm đánh dấu có 9 đơn vị dọc trục x và 11 đơn vị dọc trục y, nên nó được thể hiện là (9,11).

XIN ĐỪNG GẶP Y = MX + B ...!

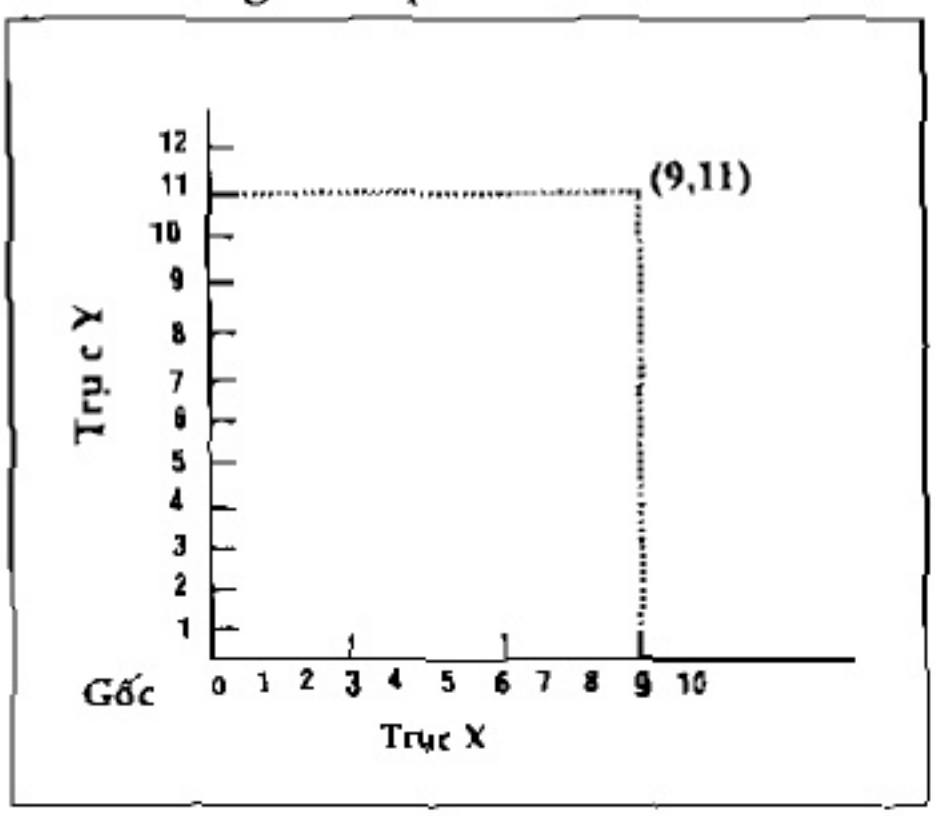
Dù bạn có nhớ lại kinh nghiệm hay không, đầu tiên bạn gặp **độ dốc, hoành độ x, tung độ y** của một đường thẳng và y = mx + b tạo nên đường thẳng trong lớp học về đại số đầu tiên. Dù bạn đã học ở lớp 7,8,9 hay lớp 10, bạn đã có đủ thời gian trôi qua và bạn cần nhớ lại. Phương trình y = mx + b là một đường thẳng, vì bạn lấy tất cả các tổ hợp x,y có được từ các giá trị ngẫu nhiên của x và tính các giá trị tương ứng của y và vẽ chúng, bạn sẽ có một đường thẳng. Đường thẳng này sẽ cắt trục y tại b, bởi vì nếu bạn cho x = 0 trong phương trình y = mx + b, mx= 0, y = b. Vậy b là tung độ y. Nó sẽ cắt trục x tại điểm -b/m. Vậy hoành độ x là –b/m. Như bạn sẽ nhớ lại, độ dốc là sự "tăng tương đối". Có nghĩa nó là số tăng của y chia cho số tăng của x. Giả sử ta bắt đầu cho x = 3 và tăng tới 4, y sẽ tăng từ m*3+b đến m*4+b, nên y tăng m trên chiều dài 1, vậy độ dốc là m. Không có vấn đề gì khi cho x = 3, ta có thể dùng bất kỳ số nào và có cùng kết quả độ dốc là m.

Độ dốc
Sự tăng giá trị của biến số trên trục y so với sự tăng giá trị của biến số trên trục x

Hoành độ gốc x
Giá trị của biến số x khi biến số y bằng zero

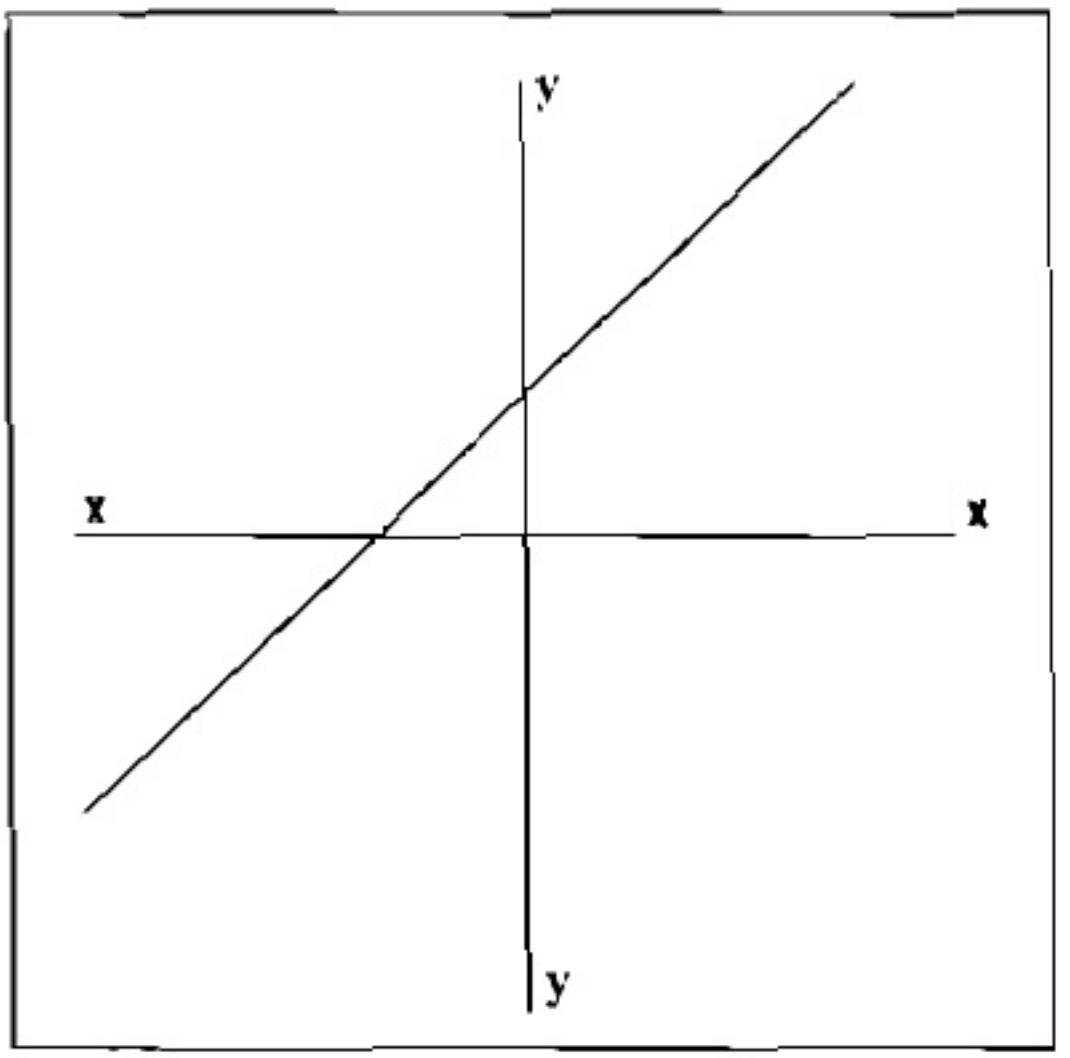
Tung độ gốc y
Giá trị của biến số y khi biến số x bằng zero

Hình 1A.1:
Vẽ một điểm



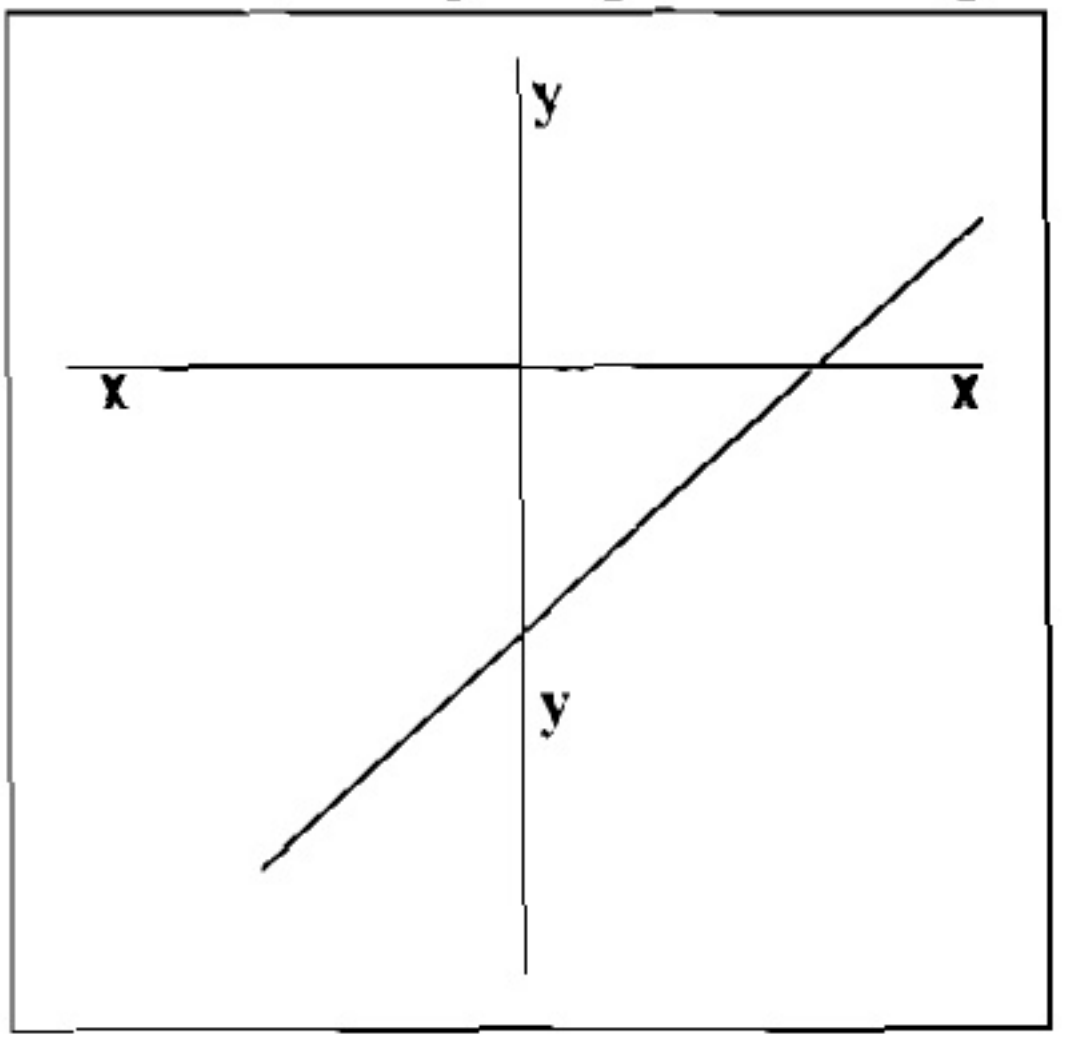
http://tieulun.hopto.org

Hình 1A.2:
Vẽ một đường thẳng
$y = mx + b$
$m > 0, b > 0$

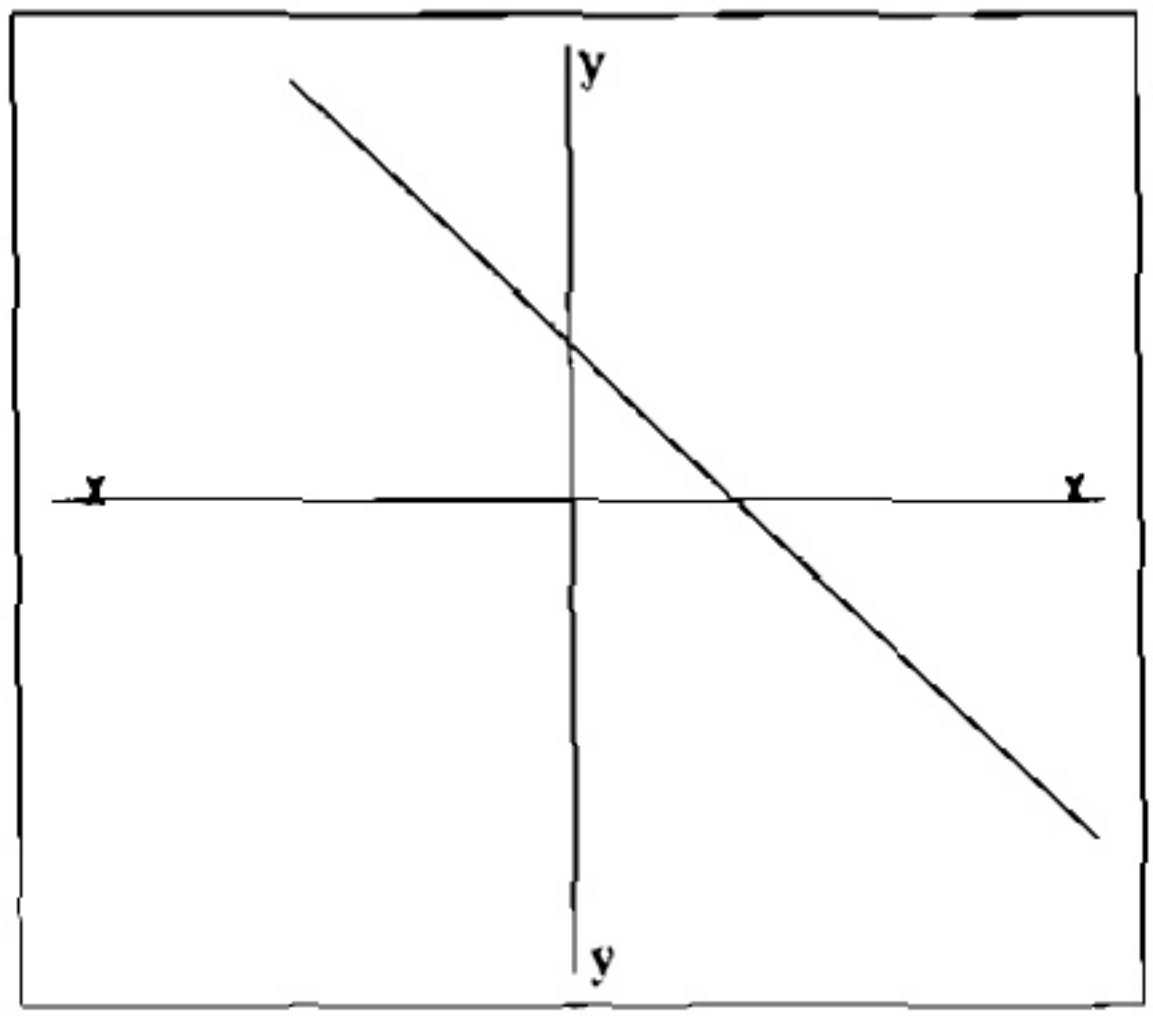


Nếu m và b dương, bạn sẽ có đồ thị như Hình 1A.2. Nếu m dương và b âm, bạn có như Hình 1A.3. Nếu m âm và b dương bạn sẽ có đồ thị như Hình 1A.4, và cuối cùng m và b đều âm, ban có Hình 1A.5. Nếu m lớn và dương có nghĩa là đường thẳng có độ dốc hướng lên và dốc nhiều, m nhỏ và dương sẽ có độ dốc lên và khá phẳng. Nếu m âm nhiều đường thẳng sẽ dốc xuống và dốc nhiều. Nếu m âm ít, đường thẳng sẽ dốc xuống và phẳng.

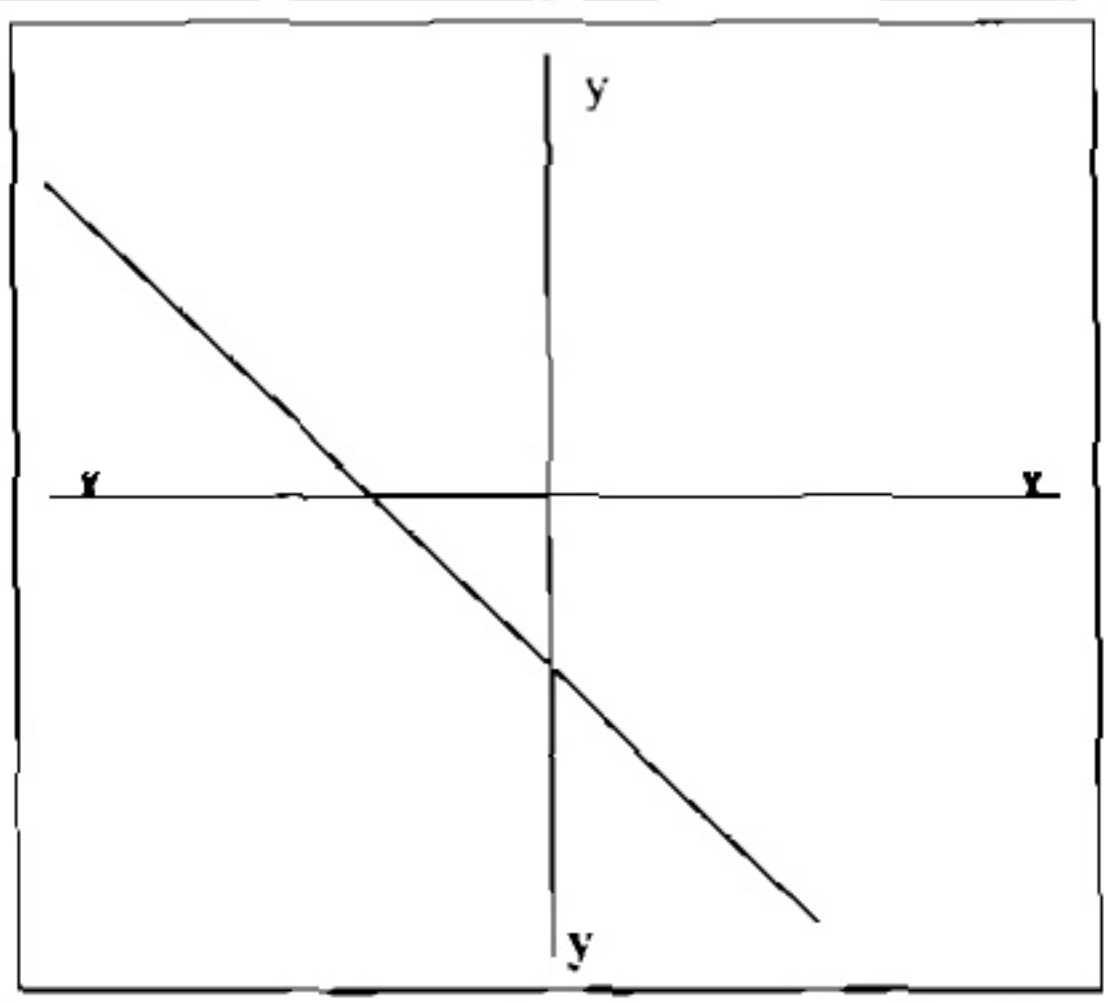
Hình 1A.3:
Vẽ đường thẳng.
$y = mx + b$
$m > 0, b < 0$



Hình 1A.4:
Vẽ đường thẳng.
$y = mx + b$
$m < 0, b > 0$



Hình 1A.5:
Vẽ đường thẳng.
$y = mx + b$
$m < 0, b < 0$



ĐIỀU TA ĐANG ĐỌC CÓ LIÊN QUAN GÌ ĐẾN KINH TẾ HỌC TRÊN THẾ GIỚI XANH CỦA THƯỢNG ĐẾ

Để đơn giản hóa sự việc, ta chỉ xem hoạt động xảy ra trên các đồ thị ở góc phần tư thứ nhất (x và y đều dương). Chúng ta sẽ có các đường thẳng dốc xuống và dốc lên. Chúng ta có vài đường thẳng dốc nhiều và vài đường thẳng dốc thoải. Thường đồ thị không phải đường thẳng mà là đường cong (như Hình 1.5 và 1.8), nhưng điều này thì quan trọng hơn: một đường thẳng hay đường cong dốc lên có nghĩa là khi biến số x tăng, y cũng tăng, đường thẳng hay đường cong dốc xuống

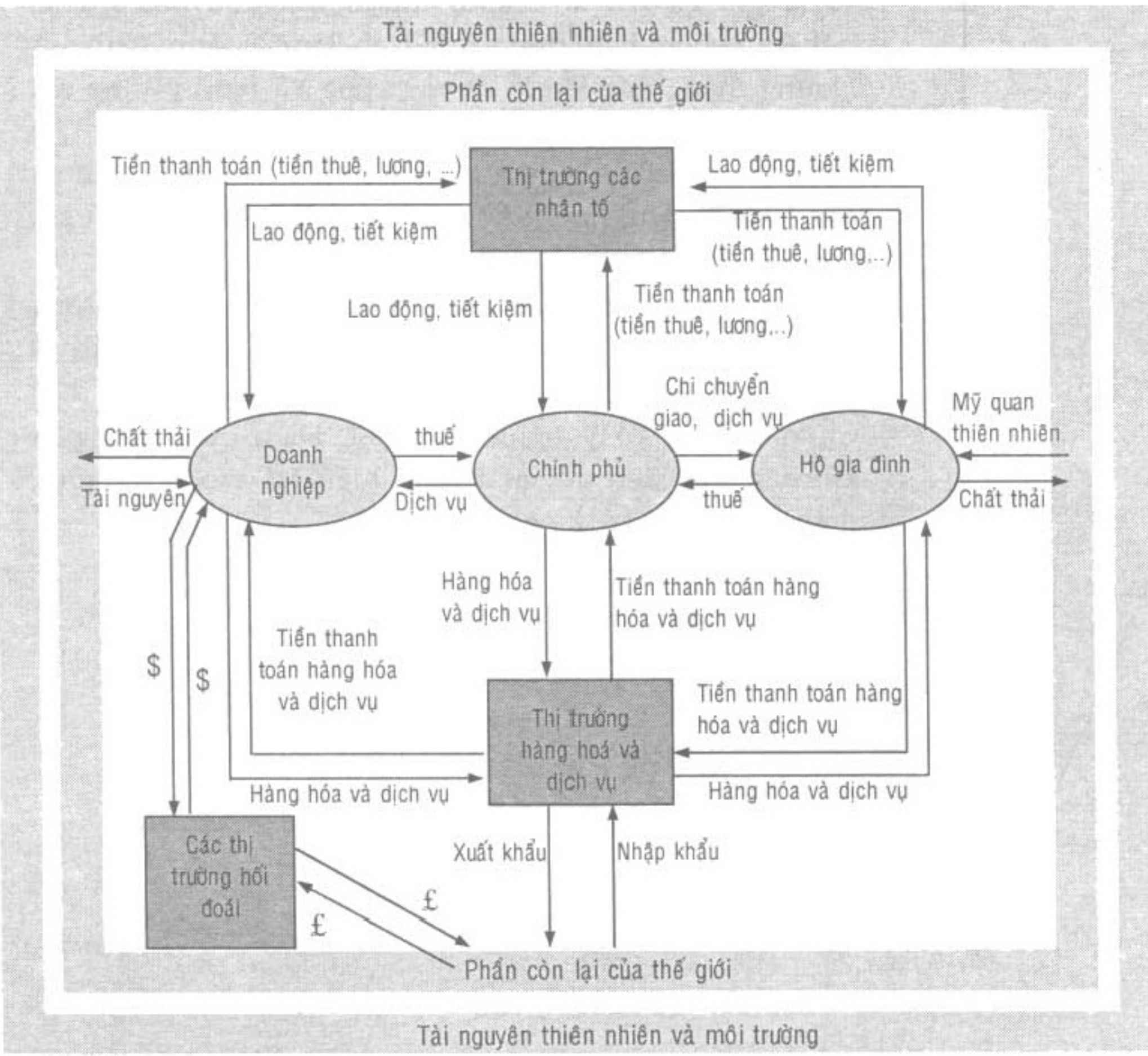
http://tieulun.hopto.org

có nghĩa là khi biến x tăng, y giảm.

Điều này sẽ rõ ràng khi chúng ta nói về cung và cầu ở Chương 2 và chi phí sản xuất ở Chương 4. Như bạn sẽ thấy ở Chương 2, nhà kinh tế đặt trục tung (trục y) là giá cả, và số người muốn mua hay số doanh nghiệp muốn bán được đặt trên trục hoành (trục x). Đường thẳng dốc lên là đường cung và hàm ý rằng các công ty sẽ sản xuất thêm nếu ban trả giá cao hơn cho mỗi sản phẩm, và đường thẳng dốc xuống là đường cầu hàm ý rằng người tiêu dùng sẽ mua ít hơn khi giá đơn vị tăng lên.

Chúng ta cũng gặp nhiều đường thẳng hay đường cong cắt nhau. Khi đường cung cắt đường cầu ở Chương 2, khi thu nhập biên tế cắt chi phí biên tế ở Chương 5, sẽ có ý nghĩa đặc biệt. Điều quan trọng là khi bạn đọc đến đó lại không hiểu tại sao hai đường thẳng cắt nhau có ý nghĩa gì ....

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo cung cấp cơ sở để phân tích các thị trường hàng hóa và dịch vụ, thị trường ngoại hối, các yếu tố sản xuất như lao động và vốn. Các hộ gia đình, các doanh nghiệp, các tổ chức ở quốc gia khác, các chính phủ đều tương tác với nhau trong các thị trường này.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 2:

CUNG VÀ CẦU

Mục tiêu chương này

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu được mô hình kinh tế về cung và cầu
- Định nghĩa của nhiều từ, như cung, cầu, lượng cung, lượng cầu
- Dùng trực giác về các quan hệ cung và cầu, cùng các biến số có thể thay đổi các quan hệ này để sử dụng cung và cầu

Chủ đề liên quan

- Các định nghĩa
- Mô hình cung và cầu
- Những kiến thức về cầu
- Những kiến thức về cung
- Các nhân tố của cầu
- Các nhân tố của cung
- Tác động của các thay đổi trong kỳ vọng về giá cả trên mô hình cung và cầu
- Hiểu chi tiết thêm: Tại sao có điểm cân bằng mới
- Tóm tắt

Đây là chương căn bản của quyển sách: bạn không thể hiểu kinh tế học nếu không hiểu cung và cầu. Chỉ khi bạn hiểu chủ đề phức tạp này bạn mới có thể đọc hiểu thấu đáo các chương.

Có lẽ bạn đã quen thuộc với các từ "cung và cầu" qua TV, báo chí hay thảo luận. Không may người ta thường dùng cụm từ này theo cách mà nhà kinh tế học không dùng. Chương này giúp bạn tránh điều này. Nó sẽ giúp bạn hiểu mô hình cung và cầu đủ để dùng nó khi thảo luận các vấn đề kinh tế khác.

Để đạt mức độ hiểu biết như vậy cần một ít thời gian, chúng ta bắt đầu bằng sự giới thiệu đôi chút về ngôn ngữ chúng ta sẽ dùng. Bạn có thể thích đọc nhanh, đọc lướt, xem như bạn đã biết các từ này rồi. Đừng làm như thế, như chúng ta đã thảo luận ở Chương 1, ngôn ngữ có ý nghĩa chính xác đối với nhà kinh tế, và không nhất thiết có cùng ý nghĩa bạn nghĩ về nó trước đây.

Bước kế tiếp là thiết lập chính mô hình cung và cầu, với sự giải thích ngắn gọn về từ "cầu" rồi từ "cung". Rồi chúng ta cùng đặt

http://tieulun.hopto.org

chúng lên một đồ thị để hình thành cái nhìn đầu tiên của chúng ta về mô hình và điều mà nhà kinh tế gọi là sự cân bằng. Rồi chúng ta dùng ít thời gian để xem xét chi tiết đường cung và cầu.

Với hiểu biết sơ bộ về mô hình cung và cầu, chúng ta sẽ xem điều gì xảy ra khi cầu thay đổi và điều gì xảy ra khi cung thay đổi. Cuối cùng chứng minh tại sao cung và cầu thay đổi dẫn đến điểm cân bằng thay đổi.

Định nghĩa

Cung và cầu
Tên của mô hình quan trọng nhất trong kinh tế học.

Giá cả
Số tiền phải trả cho một đơn vị sản lượng.

Sản lượng (đầu ra)
Sản phẩm hay dịch vụ được sản xuất để bán.

Thị trường
Cơ chế người mua và người bán thương lượng trao đổi.

Người tiêu dùng
Người trong thị trường muốn trao đổi tiền lấy hàng hóa hay dịch vụ.

Nhà sản xuất
Người trong thị

Các thị trường

Cung và cầu là tên của mô hình quan trọng nhất trong kinh tế học. Nhà kinh tế dùng nó để cung cấp kiến thức về sự di chuyển về **giá cả** và **sản lượng**. Ta nhớ trong Chương 1 rằng mô hình là sự đơn giản hóa của một hiện tượng thực tế phức tạp. Mô hình này giả định có một **thị trường** nơi người mua và người bán gặp nhau để trao đổi. **Người tiêu dùng** được xem là người đưa tiền vào thị trường, trong khi đó **nhà sản xuất** được xem là đưa hàng hóa hay dịch vụ vào thị trường. Người tiêu dùng muốn trao đổi tiền lấy hàng hóa hay dịch vụ, trong khi nhà sản xuất muốn trao đổi hàng hóa hay dịch vụ của họ lấy tiền.

Điều quan trọng cần hiểu là từ "thị trường" có một ý nghĩa rất chuyên biệt đối với nhà kinh tế và rất khác với ý tưởng trong kinh doanh về "tiếp thị", một thị trường xuất hiện nơi mà người mua và người bán thương lượng về giá cả và thực hiện sự trao đổi. Lấy thí dụ về thị trường các xe hơi cỡ vừa có người đang tìm mua nó và người đang muốn bán nó. Trước khi có Internet, hầu hết sự truyền thông bị ràng buộc về địa lý. Người mua đi đến các nơi bán xe hơi cũ hay đọc quảng cáo trên báo. Người muốn bán chiếc xe hơi quảng cáo lời trên báo hay bán cho nhà buôn. Với Internet thị trường được mở rộng rất nhiều vì sự truyền thông được dễ dàng hơn (autotrader.com; Ebay.com,...) nhưng ban vẫn có lẽ không mua xe hơi ở Seattle nếu bạn sống ở Miami, bởi vì chi phí đưa xe hơi từ

http://tieulun.hopto.org

trường muốn trao đổi hàng hóa hay dịch vụ lấy tiền.

Seattle về Miami quá lớn. Cuối cùng, "tiếp thị" là việc nhân viên bán xe cũ thuyết phục bạn mua xe của họ. Cố tránh lẫn lộn hai từ này.

Mô hình cung và cầu giả định có nhiều người tiêu dùng và nhiều nhà sản xuất, sao cho không ai có thể định giá. Sẽ có một mức giá mà không có người tiêu dùng hay nhà sản xuất bị thua thiệt, không có người tiêu dùng nào muốn mua nhiều hàng hóa hơn ở mức giá đó, không có nhà sản xuất nào có thể bán nhiều hơn ở mức giá đó – nói ngắn gọn, mọi người đều thuận lợi khi tham gia. Nhà kinh tế gọi mức giá này là **giá cân bằng** và số lượng mà người tiêu dùng mua từ nhà sản xuất là sản **lượng cân bằng**. Những chi tiết của mô hình này là các đường cung và cầu. Đường cầu thể hiện quan hệ giữa giá họ phải trả và họ "muốn mua" bao nhiêu, trái lại đường cung thể hiện quan hệ giữa giá doanh nghiệp nhận và nhà sản xuất "muốn bán" bao nhiêu. Nhà kinh tế gọi số lượng mà người tiêu dùng muốn mua tại một mức giá cụ thể nào đó là lượng cầu, và số lượng mà doanh nghiệp muốn bán tại một mức giá cụ thể nào đó là lượng cung.

Giá cân bằng
Giá mà không người tiêu dùng nào muốn mua nhiều hơn và không nhà sản xuất nào có thể bán nhiều hơn.

Sản lượng cân bằng
Sản lượng trao đổi tại mức giá cân bằng.

Người ta tham gia vào các thị trường bởi vì các thị trường giúp người tham gia được thuận lợi hơn. Các thị trường phát triển bởi tổ tiên của chúng ta nhận ra rằng dù sự tự cung tự cấp có thể vẫn tốt, nhưng không giúp người ta tận dụng lợi thế kỹ năng đặc biệt của họ. Trong sáng tạo của xã hội con người, các thị trường đã được hình thành bởi con người giúp họ gặp nhau trao đổi hàng hóa và dịch vụ, vì các trao đổi này luôn tự nguyện, những người tham gia luôn cảm thấy hài lòng vì họ có lợi từ thị trường. Như vậy thị trường tồn tại như một định chế xã hội hữu ích, bởi vì chúng tiếp tục nâng cao tiêu chuẩn sống của xã hội và cá nhân.

Lượng cầu và lượng cung

Đây là điểm mà mọi điều bạn đã đọc, nghe hay xem thấy trên báo, radio, hay TV, sẽ làm bạn rối trí, bởi các nhà kinh tế dùng các từ này rất khác với cách dùng

http://tieulun.hopto.org

Lượng cầu
Số lượng người tiêu dùng sẵn lòng và có thể mua tại một mức giá cụ thể trong một khoảng thời gian cụ thể.

chúng ngoài lĩnh vực kinh tế học. Nhà kinh tế học luôn nhấn mạnh sự khác biệt giữa **nhu cầu** và lượng cầu. Nếu bạn xem kỹ đoạn viết về hai từ này ở trên, **lượng cầu** là số lượng người tiêu dùng sẵn lòng và có thể mua tại một mức giá cụ thể trong một khoảng thời gian nhất định. Trái lại nhu cầu thể hiện số lượng người tiêu dùng muốn mua với mọi mức giá khác nhau. Có sự phân biệt tương tự đối với cung. **Lượng cung** là số lượng mà các doanh nghiệp muốn và có thể bán tại một mức giá cụ thể trong một khoảng thời gian cụ thể, trái lại **đường cung** thể hiện số lương mà các doanh nghiệp muốn bán tại mọi mức giá khác nhau.

Lượng cung
Số lượng mà các DN sẵn lòng và có thể ban tại một mức giá cụ thể trong một khoảng thời gian cụ thể.

Các yếu tố khác như nhau

Ceteris Paribus
Tiếng Latinh có nghĩa là *các yếu tố khác như nhau.*

Các nhà khoa học xã hội nói chung, và các nhà kinh tế nói riêng tin vào "phương pháp khoa học", một quan điểm cho rằng để xác định riêng tác động của một biến số này lên một biến số khác, ban phải loại trừ các tác động của biến số khác. Không giống hóa học hay sinh học, nhà kinh tế học ít khi có thể đặt các chủ thể (con người) vào phòng thí nghiệm. Thí dụ, nhà kinh tế không thể tạo ra một hệ thống tư bản trong một vùng nào đó của thành phố, một hệ thống XHCN trong một vùng khác, và một hệ thống cộng sản trong vùng thứ ba, để kiểm định hệ thống kinh tế nào phục vụ xã hội tốt nhất. Nhà kinh tế phải quan sát trong bối cảnh các mô hình của họ. Vì vậy, dù đời sống không xảy ra một biến cố tại một thời điểm nào đó, mô hình của chúng ta vẫn cho phép tập trung vào một biến cố tại một thời điểm. Điều này thể hiện qua câu Latinh mọi nhà kinh tế đều biết: Ceteris paribus, có nghĩa là **các yếu tố khác như nhau**

Đường cầu và cung

Đường cầu
Quan hệ giữa giá và lương cầu, khi các yếu `tố khác như cũ.

Đối với đường cầu chúng ta muốn biết quan hệ giữa giá và lượng cầu như thế nào. Xác định quan hệ này thì khó vì quan hê đó phụ thuộc vào các vấn đề như người giàu hay nghèo, hàng hóa đang thịnh hành

http://tieulun.hopto.org

hay lạc hậu, hoặc hàng hóa của đối thủ có giá bao nhiêu. Để đạt điều này, chúng ta giả định đang xem quan hệ giữa giá và lượng cầu theo cách mà các yếu tố khác không thay đổi. Như vậy, **đường cầu** là quan hệ giữa giá cả và lương cầu, còn các yếu tố khác không thay đổi.

Đường cung
Quan hệ giữa giá và lượng cung, khi các yếu tố khac như cũ.

Logic tương tự đươc áp dụng cho cung. Quan hệ giữa giá và lượng cung phụ thuộc nhiều yếu tố: phải trả lương cho bao nhiêu công nhân, chi phí vật liệu, trình độ công nghệ. Ta lại giả định các yếu tố này không thay đổi, nên **đường cung** là quan hệ giữa giá và lượng cung, khi các yếu tố khác không thay đổi

Mô hình cung và cầu

Đường cầu

Chúng ta đã đặt vấn đề đủ lâu – hãy nhìn vào mô hình. Để vẽ một đường cầu, đầu tiên ta tự kể một câu chuyện có lý và đưa các thông tin liên quan lên bảng. Trong nhiều trung tâm thành phố có các quầy bán đồ ăn và thức uống. Để đơn giản vấn đề, hãy giả sử chúng ta đang tìm ở thị trường các hộp nước cam vắt từ các người bán dạo, và các khách hàng mua hộp cam vắt từ những người bán và sử dung nước cam vắt trong ngày ở văn phòng làm việc ở thành phố. Rõ ràng có nhiều yếu tố ảnh hưởng cung và cầu hộp cam vắt, nhưng tạm thời ta giả định các yếu tố này không thay đổi.

Chúng ta bắt đầu công việc này bằng việc cho giá của hộp cam vắt bằng 0 và hỏi có bao nhiêu hộp được bán. Có lẽ nhiều lắm nhưng không nhiều như bạn nghĩ. Người ta thấy chán khi uống mãi một thứ và ngay cả khi họ lấy một thùng để dành họ còn phải vác nó vào văn phòng. Để đơn giản về toán hoc, giả sử chỉ có 10000 người tại khu trung tâm, và với giá bằng không mỗi người chỉ cần 5 hộp một ngày. Có nghĩa là với mức bằng 0, sẽ có số lượng cần là 50000 hộp.

Giả sử giá tăng lên 50 cent một hộp. Mỗi cá nhân sẽ cân nhắc họ muốn hộp cam vắt hay 50 cent. Cho rằng

http://tieulun.hopto.org

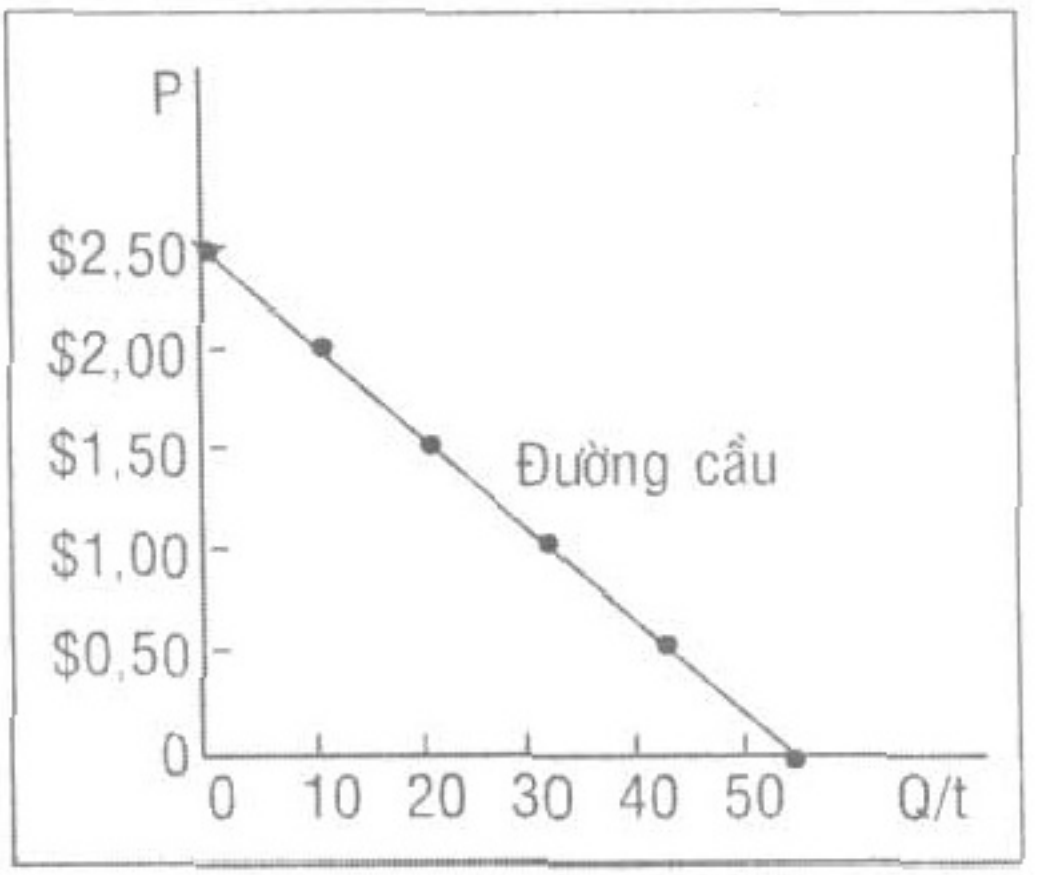
Bảng cầu
Trình bày dưới dạng bảng về giá và lượng cầu đối với một sản phẩm

trung bình thị trường sẽ là 40000. Giả sử tăng thêm 50 cent nữa sẽ giảm nhu cầu mỗi người trung bình là 3 hộp. Lượng cầu thị trường sẽ giảm xuống 30000 như vậy giá tăng sẽ giảm lượng cầu, và trung bình mỗi người sẽ mua 1 hộp tại mức giá 2 USD, và tại mức giá 2,5 USD người ta sẽ không mua hộp nào. Bảng 2.1 mô tả các lựa chọn mua dưới dạng một **bảng cầu**. Một bảng nhu cầu thể hiện giá và lượng cầu với một hàng hóa dưới dạng bảng.

Bảng 2.1:
Bảng nhu cầu về hộp cam vắt.

Giá ($)	Lượng cầu cá nhân	Lượng cầu thị trường (10.000 người)
0	5	50.000
0,50	4	40.000
1,00	3	30.000
1,50	2	20.000
2,00	1	10.000
2,50	0	0

Hình 2.1:
Đường cầu



Thông tin cũng có thể trình bày trên một đồ thị. Thực tế đó là dạng bạn hầu như sẽ luôn thấy sau này. Hình 2.1 là đồ thị một đường cầu. Để ý trục tung đặt là P: giá và trục hoành đặt là Q/t lượng cầu trên đơn vị thời gian. Có lẽ bạn đã gặp trục giá P rồi, còn trục Q/t sẽ giải thích thêm: Lượng cầu trên đơn vị thời gian là số hộp cam vắt mà 10000 người sẽ cần mỗi ngày. Luôn có yếu tố thời gian đối với lượng cầu và lượng cung. Các

http://tieulun.hopto.org

chấm đen thể hiện các điểm lấy từ bảng nhu cầu, và khi chúng ta nối các điểm này chúng ta có một đường cầu.

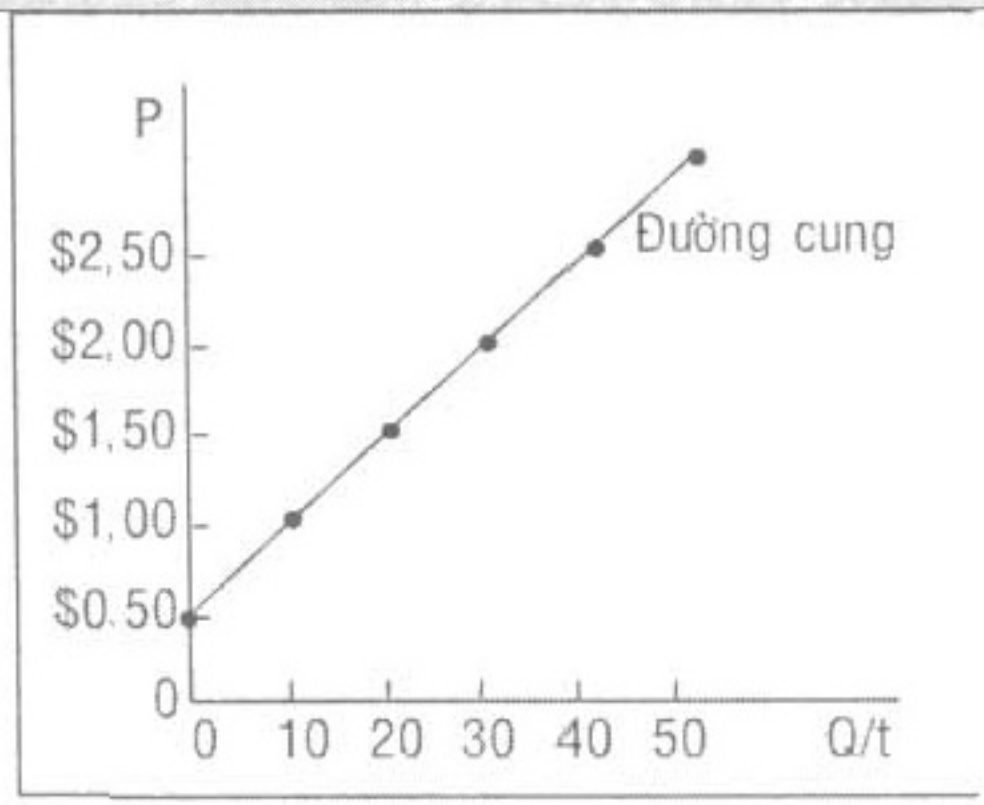
Đường cung

Bây giờ vẫn dùng thí nghiệm trên, hãy xem những người bán hộp cam vắt, giả sử có 10 người bán hoàn toàn độc lập các hộp cam vắt, và những người bán hoặc các hộp cam vắt không có thương hiệu. Bây giờ hãy tự hỏi một doanh nghiệp sẽ muốn bán bao nhiêu hộp cam vắt với mức giá khác nhau. Hiển nhiên họ sẽ không muốn bán không, nên ở mức giá 0, lượng cung sẽ là không. Tại mức giá thấp nhất như 50 cent một hộp, có lẽ họ không muốn bán vì giá mua hộp cam vắt có lẽ hơn 50 cent. Khi giá tăng lên họ sẽ sẵn sàng bán nhiều hơn để kiếm càng nhiều tiền hơn. Trong thí dụ này chúng ta sẽ giả định với mức giá 1 USD một hộp, mỗi doanh nghiệp sẽ bán một hộp cho bất kỳ ai đến mua nhưng sẽ không bán nhiều hơn. Họ sẽ làm quầy ở nơi có nhiều người và bán cho họ.

Bảng 2.2:
Bảng cung hộp cam vắt.

Giá $	Lượng cung một người bán	Lượng cung thị trường (10 người bán như nhau)
0	0	0
0,50	0	0
1,00	1.000	10.000
1,50	2.000	20.000
2,00	3.000	30.000
2,50	4.000	40.000

Hình 2.2:
Đường cung



http://tieulun.hopto.org

Giả sử rằng khi người mua sẵn sàng trả giá cao hơn, những người bán sẽ thuê người bán hàng đang quảng cáo các hộp cam vắt đến bán nhiều hơn. Cho rằng với giá 1,50 USD họ sẽ muốn thuê đủ số người bán rong đến bán 2000 hộp mỗi ngày, với giá 2,00 USD họ sẽ thuê đủ người để bán 3000 hộp mỗi ngày. Cuối cùng với giá 2,50 USD mỗi hộp, họ sẽ thuê người bán rong bán đủ 4000 hộp mỗi ngày. Bảng 2.2 trình bày thông tin này trong **bảng cung** thể hiện bảng về giá cả và lượng cung một hàng hóa.

Bảng cung

Trình bày dang bảng về giá và lượng cung đối với một sản phẩm.

Thông tin này cũng có thể trình bày trên một đồ thị. Hình 2.2 thể hiện đường cung với các trục có cùng tên như Hình 2.1: giá và lượng cung trên một đơn vị thời gian. Ở đây các chấm đen thể hiện các điểm từ bảng cung. Khi nối các chấm này ta có đường cung.

Điểm cân bằng

Điểm cân bằng

Điểm có lượng người tiêu dùng muốn mua bằng lượng các doanh nghiệp muốn bán, xay ra khi đường cung và đường cầu cắt nhau.

Bảng 2.3 tổ hợp tình hình cung và tình hình cầu vào một bảng duy nhất và Hình 2.3 tổ hợp đường cung và đường cầu trên một biểu đồ. Chúng đều cho thấy tại mức giá dưới 1,50 USD người tiêu dùng sẽ muốn nhiều hộp cam vắt hơn số lượng người bán sẵn lòng bán. Khi đường cung và đường cầu giao nhau, số lượng người tiêu dùng muốn mua và số lượng các doanh nghiệp muốn bán bằng nhau. Đây gọi là **điểm cân bằng**.

Thiếu hụt và thặng dư

Thiếu hụt

Tình hình các doanh nghiệp không muốn bán nhiều sản phẩm như người tiêu dùng muốn mua.

Thặng dư

Tình hình các doanh nghiệp muốn bán nhiều sản phẩm hơn so với số lượng khách hàng muốn mua

Khi giá quá thấp có sự **thiếu hụt**. Các doanh nghiệp không muốn bán đủ số lượng người tiêu dùng muốn mua. Khi giá quá cao có sự **thặng dư**. Các doanh nghiệp muốn bán nhiều hơn số người tiêu dùng muốn mua.

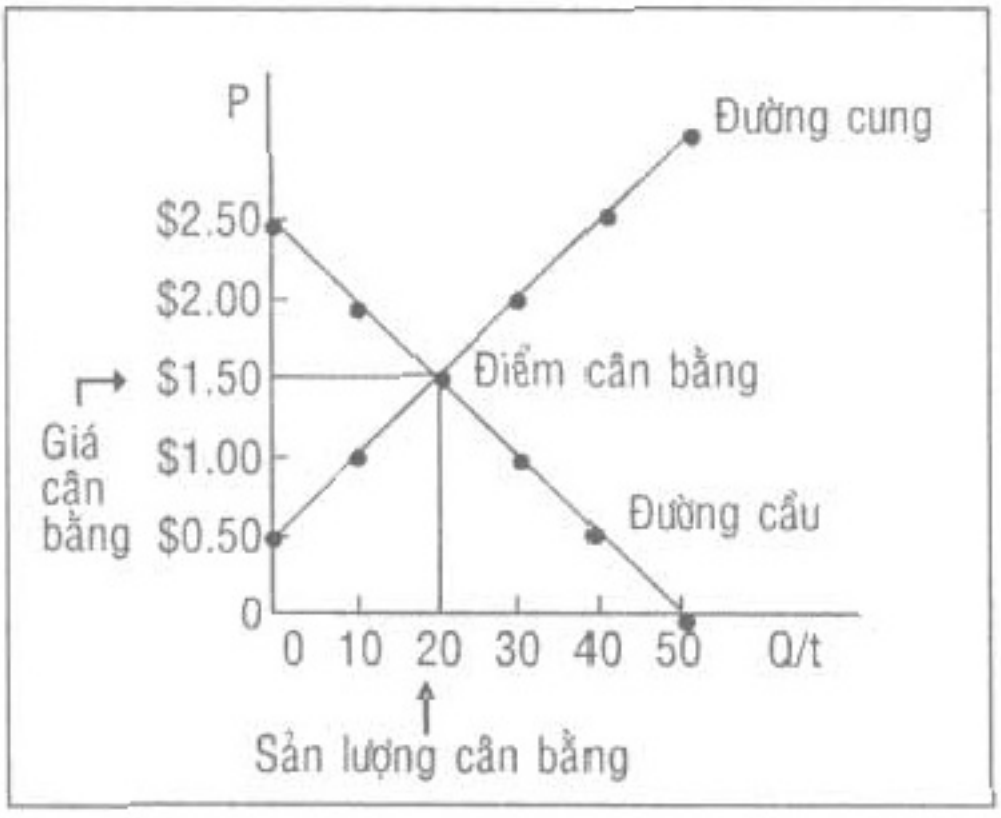
http://tieulun.hopto.org

Bảng 2.3: Bảng cung và cầu với sự thiếu hụt và thặng dư.

Giá $	Lượng cầu cá nhân	Lượng cầu thị trường	Lượng cung một người bán	Lượng cung thị trường	Thiếu hụt (cầu vượt cung)	Thặng dư (cung vượt cầu)
0	5	50.000	0	0	50.000	
0,50	4	40.000	0	0	40.000	
1,00	3	30.000	1.000	10.000	20.000	
1,50	2	20.000	2.000	20.000		
2.00	1	10.000	3.000	30.000		20.000
2,50	0	0	4.000	40.000		40.000

Hình 2.3

Mô hình cung và cầu, giá và sản lượng cân bằng.



Tưởng tượng rằng những người bán bắt đầu bán hết hộp cam vắt. Hiển nhiên có sự thiếu hụt. Theo mô hình cung và cầu, điều này sẽ xảy ra vì giá quá thấp. Với dòng người chờ mua hộp cam vắt, người bán sẽ thấy đang có sự thiếu hụt, hoặc: **cầu vượt cung**, họ có thể tăng giá mà vẫn bán được sản phẩm. Trường hợp ngược lại sẽ xảy ra thặng dư, hay **cung vượt cầu**. Nếu giá quá cao, người bán sẽ muốn bán nhiều hộp cam hơn số người tiêu dùng muốn mua. Thay vì dòng người chờ mua sẽ có tồn kho dư thừa và doanh nghiệp sẽ gặp sự thặng dư, họ sẽ giảm giá để tránh điều này.

Cầu vượt cung
Sự thiếu hụt.

Cung vượt cầu
Sự thặng dư.

Đối với người bán nhắm vào lợi nhuận, sự thiếu hụt và thặng dư sẽ xảy ra ngắn. Các doanh nghiệp phản ứng để thay đổi lượng tồn kho bằng việc thay đổi giá. Họ phản ứng với sự thiếu hụt bằng tăng giá và với thặng dư bằng giảm giá, kết quả là các trường hợp trên đều có tính tạm thời.

http://tieulun.hopto.org

Về cầu

Luật về đường cầu

Từ các định nghĩa trong chương trình này cho thấy, đường cầu là quan hệ giữa giá và lượng cầu, các yếu tố khác không thay đổi, và ta đã theo dõi một câu chuyện hợp lý tin cậy về thức uống tại một trận đá bóng. Câu chuyện này hàm ý rằng có một quan hệ nghịch giữa giá và lượng cầu. Vì quan hệ này mà đường cầu ta vẽ có hướng dốc xuống. Quan hệ nghịch giữa giá và lượng cầu gọi là **luật về cầu**. "Luật" này không thực sự là luật nhưng là kinh nghiệm áp dụng trong quan sát thường xảy ra là: khi giá cao hơn người ta có xu hướng mua ít hơn.

Luật về cầu
Quan hệ giữa giá và lượng cầu thì âm hoặc ngược nhau.

Tại sao luật đường cầu có ý nghĩa?

Tại sao chúng ta thường gặp quan hệ nghịch như vậy? Có ba lý do rõ rệt: thứ nhất, khi bạn đến cửa tiệm và thấy sản phẩm ban cần có giá quá cao, bạn sẽ tìm sản phẩm có thể thay thế giá thấp hơn. Nếu bạn mua sản phẩm khác, bạn đang thay thế một sản phẩm khác cho sản phẩm bạn muốn mua lúc đầu vì giá của nó quá cao. Nhà kinh tế nói rằng đây là **hiệu ứng thay thế**. Bạn mua sản phẩm cần thiết ban đầu ít đi khi giá nó cao, vì bạn dùng sản phẩm khác thay thế.

Hiệu ứng thay thế
Mua một sản phẩm ít hơn số muốn mua ban đầu do có sản phẩm khác giá hạ hơn.

Trường hợp này bạn phải mua ít đi vì bạn không thể mua như mong muốn. Điều xảy ra là vì sức mua thực của bạn đã giảm (tuy số tiền ban có trong ví vẫn như cũ) do giá tăng. Điều này không nhất thiết đúng với mọi hàng hóa (đặc biệt hàng hóa thiết yếu cơ bản như nước), nhưng thường nhà kinh tế gọi đây là **hiệu ứng cân bằng thực**, vì khi giá tăng nó làm giảm sức mua của bạn, làm bạn mua ít hơn.

Hiệu ứng cân bằng thực
Khi giá tăng, sức mua bị giảm, bạn sẽ mua ít đi

Lý do thứ ba bạn thấy có quan hệ nghịch giữa giá và lượng cầu có thể được giải thích hoặc rất chi tiết hoặc đơn giản nhưng hữu ích. Bạn đang dự khóa học này và giáo sư của bạn đã chọn cuốn sách này vì bạn không cần

http://tieulun.hopto.org

chi tiết quá, nên bạn sẽ dùng cách đơn giản hữu ích. Nó bắt đầu từ tiên đề rằng số tiền bạn sẵn lòng trả cho hàng hóa nào đó phụ thuộc vào việc bạn vừa tiêu dùng bao nhiêu sản phẩm đó, với ý tưởng này, hãy xét thí dụ minh họa sau đây. Giả sử tôi cho bạn 10 USD và muốn biết bạn sẽ trả bao nhiêu cho bánh pizza vào buổi trưa, giả sử thêm rằng trong phòng thí nghiệm này bạn được uống thuốc nói sự thực và bạn phải nói thực cho tôi 2 việc: (1) theo thang điểm từ 1 đến 10, bạn cảm thấy no bụng bao nhiêu, và (2) bạn cho rằng mỗi miếng pizza đáng giá bao nhiêu tiền. Bắt đầu đói bụng với chỉ số no bụng là 1, giả sử bạn ăn một miếng và nói rằng nó đáng giá 3 USD và cho chỉ số no bụng là 5. Bây giờ bạn ăn một miếng nữa và nói nó không đáng giá như trước vì bạn không còn đói như trước, nên bạn nói nó đáng giá 2 USD và chỉ số no bụng của bạn lên tới 8. Bạn ăn miếng thứ 3 và nói rằng, vì bạn khá no vào lúc ăn miếng thứ 3, chỉ số no bụng của bạn lên tới 9 và mỗi miếng chỉ đáng giá 1 USD.

Trong tình huống này mỗi lần bạn tiêu thụ 1 miếng bánh, giá trị của miếng bánh kế tiếp sẽ làm bạn giảm đói. Có nghĩa là giá trị bạn đánh giá cho hàng hóa phụ thuộc vào số lương bạn đã có. Nhà kinh tế gọi số lượng lợi ích tăng thêm khi ta dùng thêm 1 đơn vị sản phẩm là **lượng hữu ích biên tế**, lượng hữu ích này sẽ giảm dần khi bạn tiêu thụ nhiều hơn. **Luật lượng hữu ích biên tế giảm dần** này phát biểu rằng mức hữu ích tăng thêm bạn có khi bạn tiêu thụ thêm một đơn vị sản phẩm sẽ giảm dần khi dùng thêm mỗi đơn vị. Nói đơn giản hơn, vì mỗi miếng bánh dùng thêm làm tăng hữu ích cho bạn ít hơn miếng trước đó, số tiền tối đa bạn sẵn lòng trả cho mỗi miếng dùng thêm sẽ ít hơn trước đó. Vậy lý do thứ ba làm đường cầu dốc xuống vì với đa số sản phẩm đều có sự giảm độ hữu ích biên tế.

Lượng hữu ích biên tế
Lượng hữu ích do tiêu thụ thêm một đơn vị sản phẩm.

Luật lượng hữu ích giảm dần
Lượng hữu ích thêm vào do tiêu thụ một đơn vị sản phẩm sẽ giảm dần.

Thường có ích khi xem đường cầu không chỉ là cách thức tìm số lượng hàng hóa một người mong muốn tại một mức giá cụ thể. Vì ngoài ra bạn có thể dùng nó để

http://tieulun.hopto.org

tìm xem một người sẵn lòng trả bao nhiêu tiền cho một số lượng nhất định hàng hóa nào đó. Bất cứ khi nào bạn gặp câu này, hãy nghĩ "số tiền tối đa họ sẵn lòng trả". Dĩ nhiên bạn luôn muốn trả thấp hơn, nhưng theo cách thức này đường cầu cũng thể hiện số tiền tối đa bạn sẵn lòng trả ứng với các số lượng hàng hóa khác nhau.

Về cung

Luật về đường cung

Chúng ta cũng biết theo định nghĩa, đường cung là quan hệ giữa giá và lượng cung, khi các yếu tố khác không đổi, và chúng ta đã theo dõi một câu chuyện đáng tin cậy có lý về việc người bán sẽ muốn bán bao nhiêu hộp cam ép trong một thành phố. Câu chuyện này hàm ý rằng có một mối quan hệ thuận giữa giá và lượng cung. Vì lý do đó, đường cung có hướng dốc lên quan hệ thuận giữa giá và lượng cung được gọi là **luật về đường cung**. Giống như mọi quy luật khác trong kinh tế học, đây cũng không phải là một quy luật nhưng giống như một giả thuyết được hỗ trợ hầu hết bởi các tình huống thực tế. Phát biểu đơn giản hơn: khi giá cao hơn, các doanh nghiệp có xu hướng muốn bán nhiều hơn.

Luật về đường cung
Có một quan hệ dương giữa giá và lượng cung

Tại sao luật đường cung có ý nghĩa?

Dù đáng tin cậy về mặt trực giác, lý do kỹ thuật làm đường cung dốc lên chiếm phần lớn Chương 4 và 5... phần tiếp theo là giải thích đơn giản hóa (tuy có vẻ là không đơn giản) sẽ được nhắc lại và mở rộng ở Chương 4 và 5.

Giả sử khu phố mà những người đang bán hộp cam ép có các khu vực với mật độ dân cư khác nhau. Tương đối dễ bán ở nơi có nhiều người như ở cửa ra tàu điện ngầm, và khó hơn khi bán xa các trung tâm dân cư. Kết quả là, ngay cả khi người bán thuê người bán hàng rong đem các hộp cam vất đi bán, ngày càng khó bán

http://tieulun.hopto.org

hơn khi họ đi rải rác. Khi giá tăng, việc bán còn khó hơn, tuy vậy vẫn có lợi khi thuê những người bán hàng rong. Nên ngay cả khi người bán hàng rong cuối cùng bán hộp cam vắt ít hơn nhiều so với người bán hàng rong đầu tiên, người bán hàng vẫn thuê họ vì ho vẫn làm ra tiền. Cho nên khi giá thấp các phương pháp bán hàng tốn kém sẽ không đươc thực hiện, và khi giá bán cao mới nên thực hiện phương pháp này. Luôn có một mức giá cao để người bán sẵn lòng phân phối các hộp cam vắt đến từng văn phòng. Tuy phương pháp này rất kém hiệu suất so với đứng ở cửa ra tàu điện ngầm, nếu người bán hàng bán được tất cả theo phương pháp này (đưa đến văn phòng) khi giá bán đủ cao, họ vẫn có lời khi làm như vậy.

Điều này sẽ được chứng minh chi tiết trong Chương 4 và 5, rằng lý do đường cung dốc lên là chi phí mỗi đơn vị sản phẩm bán ra ngày càng tăng. Trong thí dụ này, các hộp cam vắt thì không mắc hơn, nhưng chi phí bán rong hay vận chuyển chúng thì cao hơn khi bán đến vùng xa.

Các yếu tố xác định đường cầu

Trong mục trước, chúng ta đã dề cập đến việc giữ cho các yếu tố không đổi. Bây giờ là lúc xem xét điều gì xảy ra khi các yếu tố thay đổi. Như đã dề cập trong mục các đinh nghĩa, có nhiều yếu tố ảnh hưởng quan hệ cầu đối với một sản phẩm. Bao gồm sản phẩm được ưa thích nhiều như thế nào, thu nhập dân cư như thế nào, giá các hàng hóa khác là bao nhiêu, số lương người mua tiềm năng, và kỳ vọng về giá cả trong tương lai. Các biến số này sẽ làm thay đổi số lượng hàng hóa được yêu cầu cũng như người ta sẵn lòng trả giá bao nhiêu cho nó. "Sự sẵn lòng trả", là cách nói tắt về số tiền tối đa mà người mua sẽ trả cho sản phẩm nếu người ta muốn có thêm sản phẩm đó, điều này cũng thể hiện sự sẵn lòng trả với giá họ chưa trả trước đây.

http://tieulun.hopto.org

CÁC YẾU TỐ XÁC ĐỊNH ĐƯỜNG CẦU

Thị hiếu

Yếu tố xác định sản phẩm có thịnh hành không hoặc có trong điều kiện phù hợp để nhiều người mong muốn có sản phẩm.

Thu nhập

Sản phẩm thứ cấp: Bạn mua ít sản phẩm này khi thu nhập bạn cao hơn.

Sản phẩm thông thường: Bạn mua sản phẩm này nhiều hơn khi thu nhập bạn cao hơn.

Giá các sản phẩm khác

Sản phẩm thay thế: Sản phẩm dùng thay cho sản phẩm khác

Sản phẩm bổ sung: Sản phẩm dùng chung với nhau

Số người mua tiềm năng

Số người quan tâm tiềm năng đối với một sản phẩm

Giá kỳ vọng

Giá bạn kỳ vọng sẽ xảy ra trong tương lai

Thị hiếu

Thị hiếu là từ các nhà kinh tế dùng để mô tả sản phẩm có thịnh hành hoặc ở trong các điều kiện phù hợp để nhiều người mong muốn sản phẩm. Mức thị hiếu cao có nghĩa là sản phẩm đang thịnh hành hoặc được mong muốn nhiều; mức thị hiếu thấp có nghĩa là ít người muốn nó. Thị hiếu tác động lên đường cầu một cách rõ ràng: người ta càng thích sản phẩm (thị hiếu đối với sản phẩm càng cao), họ càng sẵn lòng trả giá cao hơn cho mỗi mức sản lượng và họ càng muốn số lượng nhiều sản phẩm đó. Quay lại thí dụ về nước cam vắt, thị hiếu về nước cam sẽ tăng trong mùa lạnh, cảm cúm khi người ta cố gắng nâng cao hệ miễn dịch và tin rằng nước cam vắt sẽ giúp họ tránh nhiễm vi rút.

Thu nhập

Mức **thu nhập** cũng liên quan đến lượng sản phẩm mua, nhưng không phải luôn theo hướng thuận chiều. Hãy xem vài món ăn kiêng ở trường cao đẳng: mì ăn liền, mì ống và pho mát. Dù bạn ăn món nào bạn có thể no với dưới 50 cent. Bạn hãy tự hỏi bạn sẽ mua bao nhiêu túi, hộp, hay gói mì, pho mát nếu bạn thừa hưởng 25.000 USD từ bà ngoại bạn. Câu trả lời là: không nhiều, đặc biệt nếu bạn đã ăn chúng do bạn

http://tieulun.hopto.org

không đủ tiền mua thức ăn khác. Thí dụ này cho bạn thấy rằng không phải bạn càng có nhiều tiền, bạn sẽ mua nhiều sản phẩm đó. Trường hợp ban mua sản phẩm đó ít hơn khi bạn có thu nhập cao hơn, nhà kinh tế gọi sản phẩm là **cấp thấp**. Nếu sản phẩm cấp thấp và thu nhập ban tăng, bạn có khả năng mua nhiều hơn nhưng bạn muốn mua sản phẩm đó ít hơn, và bạn chỉ mua sản phẩm đó nếu giá thấp hơn.

Mặt khác, đối với đa số sản phẩm, việc tăng thu nhập sẽ làm tăng số lượng người tiêu dùng muốn mua. Trường hợp bạn muốn mua thêm sản phẩm khi thu nhập bạn tăng, nhà kinh tế gọi sản phẩm đó là **thông thường**. Nếu sản phẩm thông thường và thu nhập bạn tăng, bạn có thể mua nhiều hơn và ban muốn mua nhiều sản phẩm đó hơn, và bạn sẵn lòng trả nhiều hơn cho sản phẩm đó.

Trở lại với ví dụ về cam vắt, nếu người ta dùng nhiều hộp cam vắt khi thu nhập tăng, thì cam vắt là sản phẩm thông thường. Nếu họ dùng ít hộp cam vắt khi thu nhập tăng, đó là sản phẩm cấp thấp.

Giá các sản phẩm khác

Tương tự, không có câu trả lời ngay cho câu hỏi ban sẽ thay đổi ý muốn mua một sản phẩm thế nào khi giá của một sản phẩm khác thay đổi. Có thể giá của sản phẩm như Pepsi tăng, ban sẽ chuyển sang Coca – Cola. Trường hợp đó ban sẽ sẵn lòng trả nhiều hơn cho Coca – Cola và muốn mua nó nhiều hơn. Tương tự, nếu giá xúc xích tăng, bạn sẽ mua nó ít đi. Và vì bánh bao xúc xích chỉ dùng để bọc xúc xích, bạn cũng sẽ mua nó ít hơn. Nhà kinh tế nói rằng sản phẩm dùng thay thế nhau (như Coca – Cola và Pepsi) là các **sản phẩm thay thế** và các sản phẩm dùng chung với nhau (như xúc xích và bánh bao xúc xích) là các **sản phẩm bổ sung**.

Thí dụ về sản phẩm thay thế và bổ sung có rất nhiều. Bơ đậu phộng và mứt thường xem như bổ sung nhau vì chúng thường dùng chung để làm bánh

http://tieulun.hopto.org

Sandwiches. Xúc xích bò và xúc xích heo có thể xem như thay thế vì chúng là *các loại thịt* để thay thế làm bánh Pizza. Tuy vậy các sản phẩm có thể là thay thế trong vài trường hợp và là sản phẩm bổ sung trong vài trường hợp khác. Ba vợ tôi xem bơ dậu phộng và mứt phết vào bánh mì ngon như nhau nên chúng là thay thế đối với ông. Bánh Pizza hiệu Meat Lover gồm cả xúc xích heo và xúc xích bò, nên đối với người thích loại Pizza này hai loại xúc xích trên xem như bổ sung.

Một lần nữa quay lại các hộp cam vắt: nước cam vắt và nước nho ép có lẽ là sản phẩm thay thế, trong khi nước cam vắt và vodka có lẽ là sản phẩm bổ sung vì người uống (với độ tuổi được uống theo luật) có thể trộn chúng lai để thành món "cốc tai".

Số lượng người mua tiềm năng

Số lượng người quan tâm tiềm năng đối với một sản phẩm rõ ràng sẽ có tác động trên đường cầu của sản phẩm. Thí dụ trong những năm 1970, khi chỉ có một ít người biết vi tính, chỉ có ít người quan tâm việc mua máy vi tính. Rồi học sinh, và nhất là sinh viên đại học, bắt đầu dựa vào máy vi tính để làm bài ở trường, tạo thành một nhóm khách hàng quan tâm tiềm năng khi họ tốt nghiệp. Nhà kinh tế học tóm gọn khái niệm số người quan tâm tiềm năng đối với một sản phẩm và gọi là **tổng thể**.

Số người quan tâm tiềm năng đối với một sản phẩm có tác động rõ ràng trên đường cầu sản phẩm. Vì vậy khi dân cư khu phố gia tăng, càng có số người tiềm năng nhiều hơn muốn mua các hộp cam vắt. Rõ ràng thành phố càng lớn, càng có nhiều người đến khu trung tâm để làm việc và mua sắm, và nhiều người sẽ mua cam vắt. Nhà kinh tế *nói* ngắn gọn khái niệm về số người mua tiềm năng của một sản phẩm và gọi đó là tổng thể.

Giá kỳ vọng

Cuối cùng, khi **giá kỳ vọng của sản phẩm** tăng, sẽ

http://tieulun.hopto.org

phát sinh tác động tích trữ. Giả sử gió Đông lạnh giá phá hủy phần lớn cánh đồng cam. Người tiêu dùng dự kiến sự tăng giá cam vắt sẽ xảy ra và kích thích họ tích trữ trước khi xảy ra tăng giá. Tương tự, người hút thuốc tích trữ thuốc lá khi có thể xảy ra tăng thuế. Người lái xe tiết kiệm sẽ mua xăng vào ngày thứ tư, trước khi có sự gia tăng giá gần như phổ biến vào cuối tuần. Nếu kỳ vọng có sự tăng giá, người tiêu dùng sẽ sẵn lòng trả nhiều tiền hơn và sẽ mua bây giờ hơn sau này.

Tác động của các thay đổi lên các yếu tố của Đường cầu trên mô hình đường cung – cầu

Bảng 2.4 và 2.5 tóm tắt cách thức hoạt động của các yếu tố đường cầu trên biểu đồ đường cung – cầu. Bảng 2.4 thể hiện tác động của sự gia tăng các biến số liệt kê ở trên, trong khi Bảng 2.5 thể hiện tác động của sự giảm các biến số này. Cột cuối cùng của mỗi bảng là con số tương ứng với sự thay đổi. Hình 2.4 thể hiện tác động của một sự gia tăng về cầu, trong khi Hình 2.5 thể hiện tác động của sự giảm của đường cầu. Trong mỗi hình, các đường cung và cầu ban đầu được thể hiện bằng nét liền và đường cầu mới thể hiện nét rời rạc. Điểm cân bằng ban đầu thể hiện bằng chấm tròn và điểm cân bằng mới thể hiện bằng chấm mỏng.

Bảng 2.4: Di chuyển của đường cầu: gia tăng giá trị của các yếu tố.

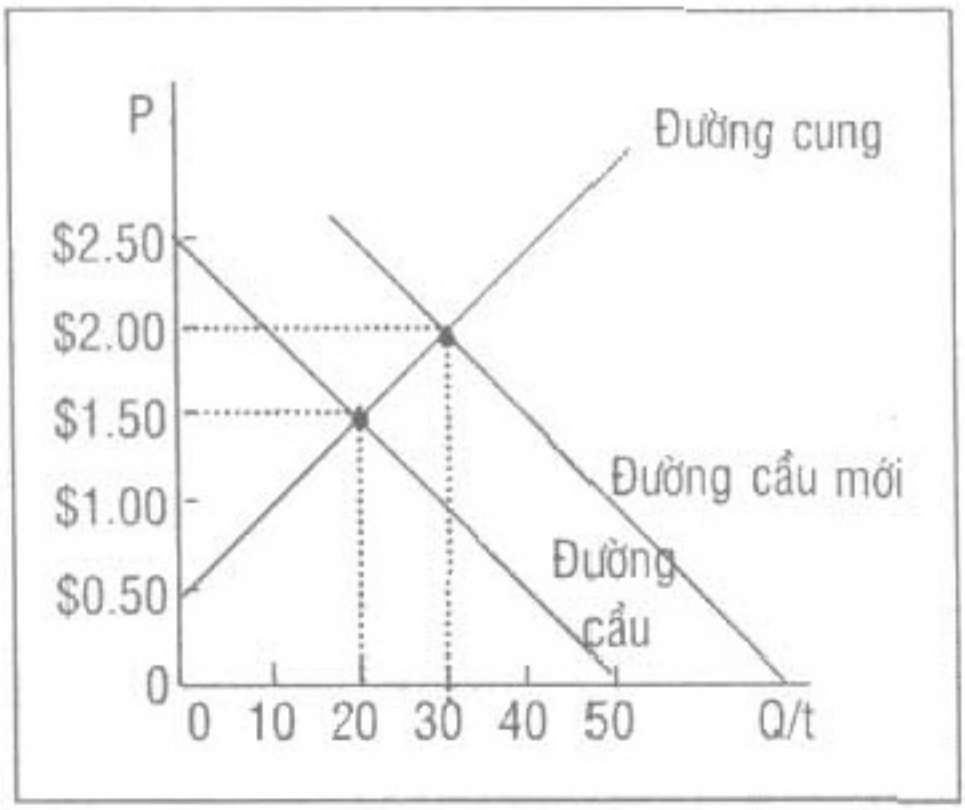
Sự tăng về	Tác động lượng cầu	Tác động đường cầu chuyển sang	Thể hiện trong hình
Thị hiếu	Tăng	Bên phải	2.4
Thu nhập, sản phẩm thông thường	Tăng	Bên phải	2.4
Thu nhập, sản phẩm cấp thấp	Giảm	Bên trái	2.5
Giá của sản phẩm khác, bổ sung	Giảm	Bên trái	2.5
Giá của sản phẩm khác, thay thế	Tăng	Bên phải	2.4
Dân số	Tăng	Bên phải	2.4
Giá tương lai kỳ vọng	Tăng	Bên phải	2.4

http://tieulun.hopto.org

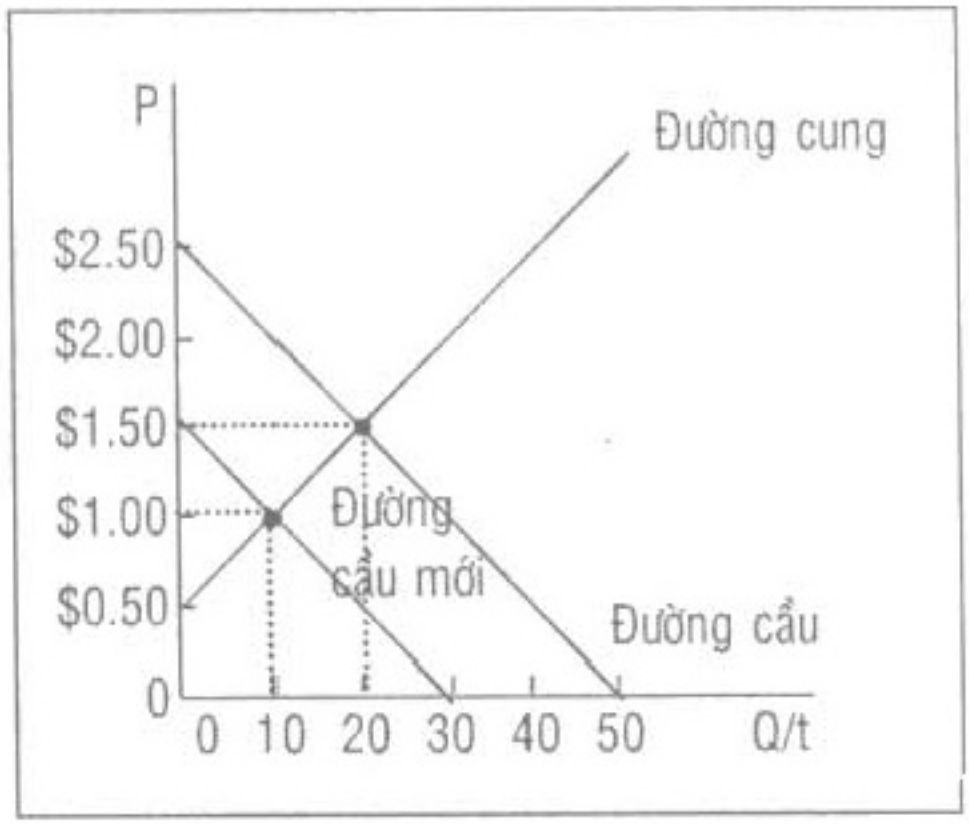
Bảng 2.5: Di chuyển của đường cầu: giảm giá trị của các yếu tố.

Sự giảm về	Tác động lượng cầu	Tác động đường cầu chuyển sang	Thể hiện trong hình
Thị hiếu	Giảm	Trái	2.5
Thu nhập, sản phẩm thông thường	Giảm	Trái	2.5
Thu nhập, sản phẩm cấp thấp	Tăng	Phải	2.4
Giá của sản phẩm khác, bổ sung	Tăng	Phải	2.4
Giá của sản phẩm khác, thay thế	Giảm	Trái	2.5
Dân số	Giảm	Trái	2.5
Giá tương lai kỳ vọng	Giảm	Trái	2.5

Hình 2.4: Tác động của sự tăng lượng cầu trên mô hình cung và cầu



Hình 2.5: Tác động của sự giảm lượng cầu trên mô hình cung và cầu



Các yếu tố của đường cung

Trong mục định nghĩa đã đề cập tới các loại yếu tố có thể thay đổi quan hệ cung. Chúng gồm các thay đổi về giá cả đầu vào, công nghệ, giá cả đầu ra tiềm năng khác, số lượng người bán, và giá tương lai kỳ vọng một lần nữa, chúng ta sẽ giả định các yếu tố khác không thay đổi.

http://tieulun.hopto.org

Các yếu tố của đường cung

Giá các nhập lượng: Chi phí của doanh nghiệp về mọi yếu tố cần thiết để sản suất đầu ra

Công nghệ: Khả năng chuyển đầu vào thành đầu ra

Giá các đầu ra tiềm năng khác: Khi các doanh nghiệp phải quyết định sản xuất sản phẩm nào, họ sẽ muốn sản xuất sản phẩm đem lại nhiều tiền nhất.

Số lượng người bán: Số lượng doanh nghiệp cạnh tranh trong cùng thị trường.

Giá trị tương lai kỳ vọng: Các doanh nghiệp muốn tồn trữ đợi giá cao để bán số tồn trữ trước khi giá hạ xuống.

Giá các đầu vào

Giá các đầu vào là chi phí doanh nghiệp bỏ ra cho mọi yếu tố cần để sản xuất sản phẩm đầu ra. Nếu một đầu vào được dùng để làm ra một sản phẩm, thì đầu vào tốn chi phí và vì vậy nó có giá mua dù tên gọi là gì. Các thí dụ dễ thấy về đầu vào như nguyên vật liệu, lao động và thiết bị. Giá của nguyên vật liệu đơn giản là giá của nó (dù điều này có vẻ vòng vo, nhưng hãy nghĩ về hộp cam vắt, cái hộp, nước cam vắt, và máy làm lạnh giữ hộp nước cam đều có giá). Giá của lao động là tiền lương + chi phí phúc lợi mà người sử dụng lao động trả khi thuê một người (bất kỳ khoản nào người sử dụng lao động trả gián tiếp cho công nhân – bảo hiểm sức khỏe, bảo hiểm thất nghiệp, tiền lương,... được định nghĩa như phúc lợi). Giá của thiết bị có thể ảnh hưởng lượng cầu thường bao gồm chi phí thuê thiết bị, hoặc tiền trả lãi + tỉ lệ khấu hao phải trả cho thiết bị đã mua bằng tiền vay mượn (tiền trả lãi là giá của tiền vay mượn, và khấu hao là tỉ lệ giảm giá trị do máy móc bị hao mòn)

Công nghệ

Trong kinh tế học, từ **công nghệ** đề cập năng lực chuyển đầu vào thành đầu ra. Trong thí dụ về bán hộp nước cam vắt ở trên trong thành phố, một công nghệ tiên tiến cho phép người bán giữ hộp nước cam được tươi, mà không cần đá hay tủ lạnh sẽ làm giảm chi phí. Công nghệ

http://tieulun.hopto.org

này sẽ làm tăng đầu ra và giảm chi phí. Như chúng ta đang sử dụng ở đây, biến số công nghệ có thể thay đổi bởi vì khả năng nhân viên làm việc siêng năng và thông minh hơn, hoặc do các thiết bị máy móc giúp nhân viên có năng suất hơn.

Một thí dụ khác về công nghệ phát triển đã làm thay đổi các thị trường thế nào, có thể thấy trong ngành kinh doanh tài liệu lưu trữ. Nếu bạn muốn mua tài liệu lưu trữ trong thập niên 1950, bạn sẽ phải trả tiền cho người đến thư viện xem danh sách (các thẻ sắp theo mẫu tự A, B, C...) trong các tập lưu trữ và số thứ tự các tạp chí để tìm tài liệu gốc. Vì việc dùng máy photocopy bị hạn chế, họ phải đọc tài liệu trong thư viện. Cuối cùng, họ phải đánh máy tài liệu bằng máy chữ, và chỉ có thể sửa các chỗ ghi sai bằng chất dính gọi là Wite-Out^{R}. Chi phí trả cho người làm việc này sẽ tốn kém.

Trong thập niên 1970, các bước công việc vẫn như trước, ngoại trừ máy photocopy cho phép người bạn thuê có thể đọc tài liệu gốc ở nhà của họ. Đến thập kỷ 80, các máy tính ban đầu sẽ cho phép họ thu thập một lượng tài liệu gốc nhất định trên máy tính, và viết bài nhờ sử dụng một máy tính xử lý văn bản không linh hoạt lắm và khó sử dụng. Đến thập kỷ 90, những người viết tài liệu có thể tìm tài liệu trên Internet, in ra và đọc, viết tài liệu, tất cả đều thoải mái trong phòng của họ. Trong mỗi thời kỳ như vậy, những người làm ra các tác phẩm lén lút như vậy phải tìm cách bán chúng. Thường họ thiết lập các mạng lưới giao dịch phi hình thức và thanh toán bằng tiền mặt. Hiện nay, bạn có thể đến bất kỳ địa chỉ tài liệu lưu trữ trên Internet, và tải tài liệu xuống đơn giản bằng việc nhập số thẻ tín dụng. Dĩ nhiên bạn sẽ không bao giờ làm như vậy khi trường đại học của bạn sẽ tóm bạn và loại ra khỏi trường. Nhưng vì sản xuất tài liệu hiện nay thì dễ dàng và tốn ít thời gian hơn bình thường, người bán tài liệu lưu trữ có thể tính giá thấp và sản xuất nhiều hơn.

Giá của các sản phẩm đầu ra tiềm năng khác

Giá của các sản phẩm khác là ý tưởng khi các doanh

http://tieulun.hopto.org

nghiệp quyết định họ sẽ sản xuất hàng hóa nào đem lại cho họ nhiều tiền nhất nếu giá của một loại hàng hóa giảm, họ sẽ ít muốn sản xuất sản phẩm rẻ tiền và dùng nguồn lực để sản xuất hàng hóa khác nhiều hơn.

Những người bán hàng chỉ có chỗ chứa nhất định trong các máy làm lạnh trong xe của họ. Trong ngày mùa hè nóng bức, họ sẽ bán được các chai nước lọc và còn lại rất nhiều chai cam vắt. Trường hợp này người bán không quan tâm họ bán nước cam hay nước lọc; họ chỉ muốn lợi nhuận. Nếu người tiêu dùng mua nhiều nước đóng chai, họ sẽ chất nước đóng chai đầy xe của họ. Người bán rong có nguồn hàng, xe sử dụng có hiệu quả. Họ sẽ chất đầy xe với nước đóng chai và nước cam vắt sao cho kiếm tiền nhiều nhất. Khi giá nước tăng, lượng bán nước cam sẽ giảm đi vì người bán muốn bán nhiều nước hơn.

Số lượng người bán

Số lượng người bán là số doanh nghiệp cạnh tranh trong cùng thị trường số lượng này thì quan trọng bởi vì càng có nhiều doanh nghiệp, tổng lượng sản xuất của thị trường càng lớn. Dùng thí dụ nước cam vắt, ta giả định rằng có 10 người bán khác nhau. Nếu những người bán này đều tạo được lợi nhuận đáng kể, dường như các doanh nghiệp mới sẽ muốn lập các quầy bán cạnh tranh. Điều này làm tăng tổng lượng cung thị trường. Tương tự, nếu có doanh nghiệp bị lỗ, một số người bán có thể rời ngành kinh doanh, làm giảm tổng lượng cung thị trường.

Giá bán kỳ vọng

Giá tương lai kỳ vọng nghe có vẻ quen thuộc vì nó là yếu tố làm thay đổi lượng cầu. Xét về phương diện cung, nó hàm ý doanh nghiệp muốn tồn trữ hàng hóa đợi giá cao hơn đồng thời sẽ muốn bán hàng hóa để giảm tồn trữ trước khi hạ giá. Doanh nghiệp muốn bán hàng hóa khi họ có thể kiếm nhiều tiền nhất bất kỳ lúc nào. Một cảnh báo về trận bão sắp tới sẽ nâng cao giá các máy phát điện chạy xăng vì các doanh nghiệp muốn dự trữ chúng để bán giá cao sau trận bão. Ngược lại, nếu doanh nghiệp cho rằng hàng hóa họ giữ sẽ sớm bị lỗi thời, họ sẽ muốn

http://tieulun.hopto.org

bán chúng ngay.

Hãy trở lại thí dụ về gió lạnh làm hư hại các vườn cam. Không chỉ những người mua cam vắt sẽ dự trữ để tránh giá tăng, mà người bán cũng biết rằng sắp có tăng giá và muốn dự trữ số lượng họ có. Kết quả là giá tương lai kỳ vọng không chỉ thay đổi lượng cầu sản phẩm, nó còn thay đổi cả lượng cung. Dĩ nhiên, nó cũng có thể xảy ra theo chiều hướng khác. Nếu kỳ vọng vụ cam trúng mùa, giá cam vắt kỳ vọng sẽ giảm và người dự trữ cam vắt sẽ muốn bán số lượng dự trữ của họ trước khi giá giảm nhiều.

Tác động của các thay đổi đến các nhân tố của đường cung trong mô hình cầu và cung

Bảng 2.6 và 2.7 tóm tắt cách thức các nhân tố cung hoạt động trên mô hình cung và cầu. Bảng 2.6 thể hiện tác động của sự gia tăng các biến số liệt kê ở trên, trong khi bảng 2.7 thể hiện tác động của sự giảm sút của các biến số này. Điều quan trọng cần hiểu là về phía cung, sự gia tăng về cung được thể hiện bởi sự di chuyển sang phải của đường cung, và sự giảm sút về cung được thể hiện bởi sự di chuyển sang trái của đường cung. Cũng như Bảng 2.4 và 2.5, các cột cuối của Bảng 2.6 và 2.7 là các con số tương ứng với các thay đổi này. Hình 2.6 thể hiện tác động của sự gia tăng cung trong khi Hình 2.7 thể hiện tác động của sự giảm cung. Cũng giống như Bảng 2.4 và 2.5, các đường cung và cầu ban đầu thể hiện bằng nét liền và điểm cân bằng ban đầu thể hiện bằng chấm đen. Đường cung mới thể hiện bằng nét đứt quãng và điểm cân bằng mới thể hiện bằng nét chấm vuông.

Bảng 2.6: Các di chuyển của đường cung: gia tăng giá trị các nhân tố

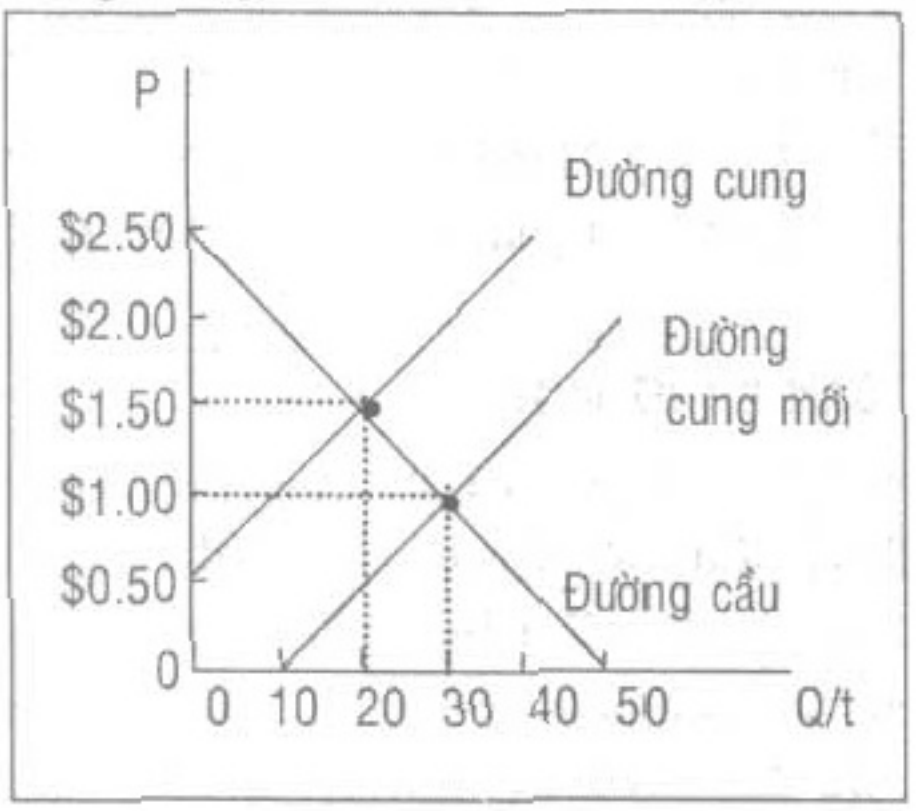
Sự gia tăng của	Làm cho lượng cung	Làm cho đường cung di chuyển sang	Thể hiện ở hình
Giá các đầu vào	Giảm	Trái	2.7
Công nghệ	Tăng	Phải	2.6
Giá các sản phẩm đầu ra tiềm năng khác	Giảm	Trái	2.7
Số lượng người bán	Tăng	Phải	2.6
Giá tương lai kỳ vọng	Giảm	Trái	2.7

http://tieulun.hopto.org

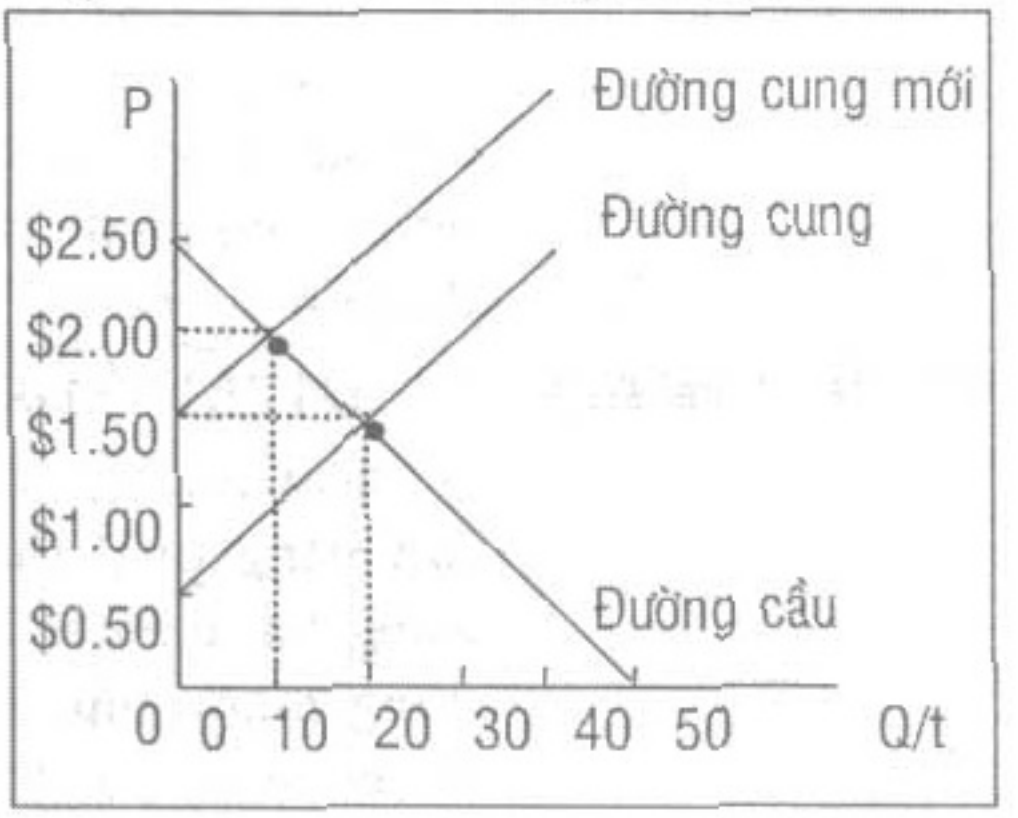
Bảng 2.7: Các di chuyển của đường cung: sự giảm giá trị các nhân tố

Sự giảm sút của	Làm cho lượng cung	Làm cho đường cung di chuyển sang	Thể hiện ở hình
Giá các đầu vào	Tăng	Phải	2.6
Công nghệ	Giảm	Trái	2.7
Giá các sản phẩm đầu ra tiềm năng khác	Tăng	Phải	2.6
Số lượng người bán	Giảm	Trái	2.7
Giá tương lai kỳ vọng	Tăng	Phải	2.6

Hình 2.6: Tác động của sự tăng lượng cung trên mô hình cung và cầu



Hình 2.7: Tác động của sự giảm lượng cung trên mô hình cung và cầu



Tác động của các thay đổi về giá kỳ vọng trên mô hình cung và cầu

Bạn chú ý rằng giá tương lai kỳ vọng thể hiện trong cả các nhân tố cầu và các nhân tố cung. Có nghĩa là nếu giá tương lai kỳ vọng thay đổi, cả đường cung và cầu đều thay đổi. Nếu giá tương lai kỳ vọng tăng, người tiêu dùng sẽ muốn dự trữ, vì vậy làm nhu cầu tăng. Mặt khác, các doanh nghiệp sẽ mua dự trữ tồn kho chờ giá tăng, vì vậy làm cung giảm. Trường hợp này ta không biết lượng cân bằng sẽ thế nào vì đường cầu di chuyển sẽ làm tăng sản lượng, trái lại đường cung di chuyển làm giảm sản lượng. Điểm cân bằng có lượng tăng hay giảm ròng là tùy thuộc vào sự di

http://tieulun.hopto.org

chuyển nào lớn hơn. Mặt khác, tác động lên giá cả thì chưa biết, và nó thành như sự tự tiên đoán, vì sự dự báo giá cả tăng trong tương lai đáng tin cậy sẽ dẫn đến giá hiện tại thực sự tăng.

Khi giá kỳ vọng tăng chúng ta biết rằng giá hiện tại sẽ tăng, nhưng chúng ta không biết sản lượng sẽ ra sao. Bởi vì chúng ta không biết ý muốn đợi giá cao của doanh nghiệp có mạnh hơn ý muốn dự trữ của người tiêu dùng hay không. Khi giá cả kỳ vọng giảm, doanh nghiệp sẽ muốn giải phóng tồn kho và người tiêu dùng sẽ muốn đợi cho giá xuống.

Khi giá kỳ vọng giảm chúng ta biết rằng giá hiện tại sẽ giảm, nhưng ta không biết sản lượng sẽ ra sao vì không biết ý muốn giải phóng hàng tồn kho của doanh nghiệp có mạnh hơn ý muốn chờ giá hạ của người tiêu dùng hay không.

Tìm hiểu chi tiết thêm

TẠI SAO CÓ LƯỢNG CÂN BẰNG MỚI

Khi đường cung hoặc đường cầu di chuyển, điểm cân bằng phải thay đổi, nếu nó không thay đổi, một trong hai điều sẽ xảy ra: sẽ có thiếu hụt nếu người tiêu dùng muốn mua nhiều hơn số doanh nghiệp muốn bán ra, hoặc sẽ có thặng dư khi doanh nghiệp muốn bán nhiều hơn số người tiêu dùng muốn mua.

Để chứng minh điều này, tưởng tượng có sự gia tăng lượng cầu một sản phẩm và doanh nghiệp không tăng giá. Như thể hiện ở Hình 2.8 giữ giá ở điểm cân bằng cũ sẽ tạo ra tình huống khách hàng muốn hơn (40) số lượng sản phẩm doanh nghiệp muốn bán (20). Sự thiếu hụt sẽ không bị loại trừ nếu không có sự tăng giá.

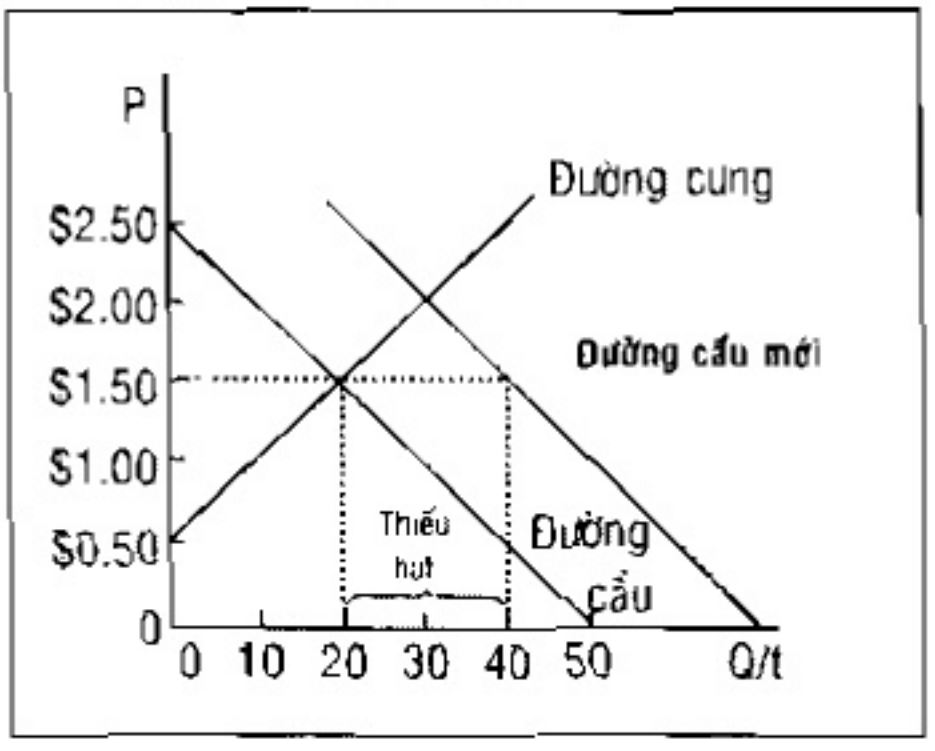
Một vấn đề hơi khác sẽ xảy ra nếu các doanh nghiệp không giảm giá khi nhu cầu giảm. Hình 2.9 thể hiện việc giữ giá tại điểm cân bằng cũ khi nhu cầu giảm, sẽ tạo ra tình huống khách hàng muốn ít hơn (0) so với số sản phẩm doanh nghiệp muốn bán (20). Sự thặng dư sẽ không bị loại trừ nếu không có sự giảm giá.

Cũng như ta cần điểm cân bằng mới khi có sự thay đổi nhu cầu, ta cũng cần như vậy khi lượng cung thay

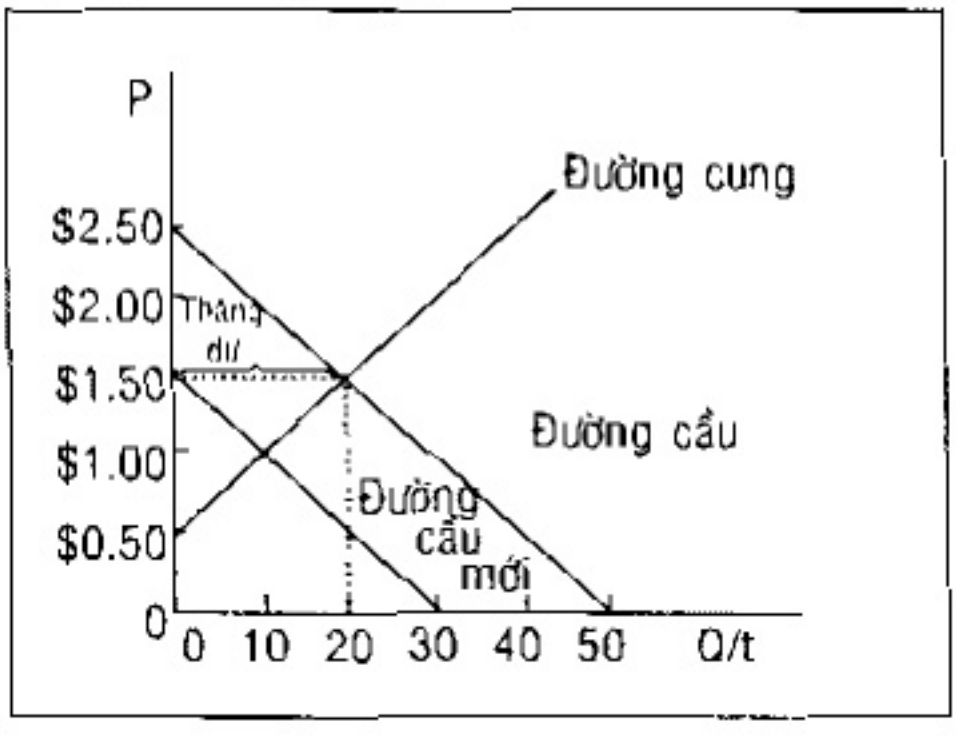
http://tieulun.hopto.org

đổi. Hình 2.10 thể hiện giữ giá tai điểm cân bằng cũ khi cung tăng sẽ tạo ra tình huống khách hàng muốn mua ít hơn (20) so với số sản phẩm doanh nghiệp muốn bán (40). Sự thặng dư sẽ không được giải quyết trừ khi giảm giá.

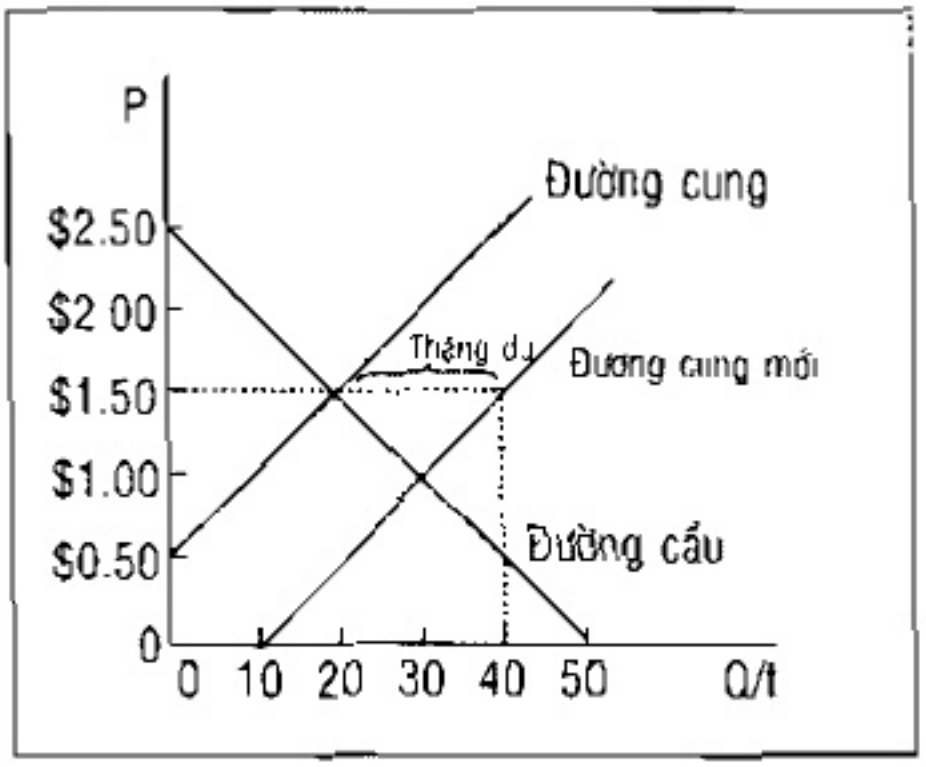
Hình 2.8: Sự thiếu hụt tạo ra khi nhu cầu tăng nhưng giá và sán lượng không thay đổi.



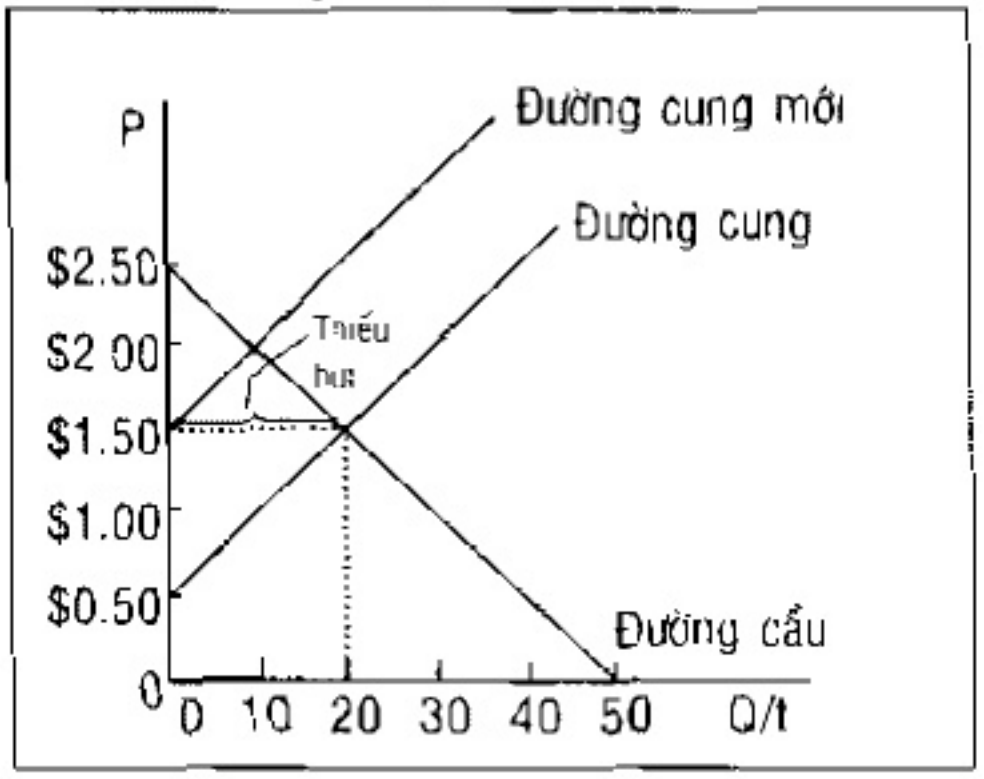
Hình 2.9: Sự thặng dư tao ra khi nhu cầu giảm nhưng giá và sản lượng không thay đổi.



Hình 2.10: Sự thặng dư tạo ra khi lượng cung tăng nhưng giá và sản lương không thay đổi.



Hình 2.11: Sự thiếu hụt xảy ra khi lượng cung giảm nhưng giá và sản lượng không thay đổi.



Cuối cùng, nếu các doanh nghiệp không tăng giá khi lượng cung giảm, sẽ có sự thiếu hụt. Hình 2.11 thể hiện rằng giữ giá tại vị trí cân bằng cũ khi lượng cung giảm, sẽ tạo ra tình huống khách hàng muốn mua (20) nhiều hơn số lượng doanh nghiệp muốn bán (0). Sự thiếu hụt sẽ không biến mất trừ khi có sự giảm giá.

Từ các vấn đề này có thể rút ra bài học gì? Sự thay

đổi trong đường cung và đường cầu sẽ thay đổi mức giá tương ứng với sản lượng mà khách hàng muốn mua bằng với sản lượng các doanh nghiệp muốn bán. Nếu giá không thay đổi, sẽ có sự thặng dư hay thiếu hut.

Sự tăng giá cơ hội
Thuật ngữ dùng trong tình huống các doanh nghiệp tăng giá đáng kể khi nhu cầu gia tăng bất ngờ.

Có các trường hợp không đạt được điểm cân bằng mới: thí dụ, **sự tăng giá cơ hội** là tình huống có sự gia tăng nhanh về lượng cầu theo sau bởi sự tăng giá nhanh. Khi nhu cầu tăng, các doanh nghiệp không tăng giá do phải trang trải chi phí mà họ có thể tăng giá. Luật pháp thường ngăn cấm tăng giá cơ hôi.

Giá trần
Mức giá sản phẩm không được bán trên mức này.

Nếu ban bán dá cục và bạn có một tủ đầy đá cục để bán, trong nhiều tiểu bang bạn không được phép tăng giá hơn một tỉ lệ % quy định khi khu vực của bạn bị mất diện. Nhà kinh tế gọi giá tối đa luật pháp cho phép là **giá trần**.

Giá sàn
Giá sản phẩm không được bán dưới giá này.

Khi giá đã dụng mức trần nó có thể tăng thêm và bạn sẽ gặp sự thiếu hụt hàng hóa. Các thí du về giá trần như kiểm soát tiền thuê và các luật ngăn ngừa việc mua đi bán lại vé xem dá bóng.

Tương tự, sẽ không được đạt điểm cân bằng khi có **giá sàn**. Điều này xảy ra khi giá không thể hạ thấp hơn một mức giá nào đó quy định bởi luật pháp. Trong trường hợp đó sẽ có thặng dư hàng hóa. Các thí dụ minh hoạ như sự hỗ trợ giá nông nghiệp và mức lương tối thiểu.

Tóm tắt

Mô hình cung và cầu là mô hình quan trọng nhất trong kinh tế hoc. Hơn một nửa số vấn dề bạn gặp trong phần sau của cuốn sách sẽ tùy thuộc vào khả năng đưa các vấn dề kinh tế học vào bối cảnh mô hình này. Trong chương này, chúng ta đã giải thích mô hình cung và cầu qua việc cung cấp mọi thuật ngữ chính xác. Chúng ta đã giải thích cả cung và cầu riêng rẽ rồ đặt chung chúng vào trong dạng một mô hình tích hợp rồi nói về các biến số nào có thể thay đổi đường cầu và đường cung, đã chứng minh rằng giá và lượng bán sẽ thay đổi để đạt trạng thái cân bằng.

http://tieulun.hopto.org

Thuật ngữ chủ yếu

Mọi yếu tố còn lại không thay đổi
Người tiêu dùng
Nhu cầu
Bảng nhu cầu
Điểm cân bằng
Giá cân bằng
Sản lượng cân bằng
Luật về cầu
Luật về độ hữu ích biên tế giảm dần
Luật về cung
Mức hữu ích biên tế
Thị trường
Đầu ra (xuất lượng)
Giá
Giá trần
Giá sàn
Nhà sản xuất
Lượng cầu
Lượng cung
Hiệu ứng cân bằng thực
Sự thiếu hụt
Hiệu ứng thay thế
Cung và cầu
Thặng dư

Các chương chủ đề bạn có thể đọc tiếp

NAFTA, GATT, WTO: Các thỏa thuận về thương mại có tốt cho chúng ta?

Kinh tế học về phân biệt chủng tộc và giới tính.

Các câu hỏi dành cho bạn

1. Mô hình cung và cầu khảo sát việc giá cả và sản lượng được xác định bởi... như thế nào.

a. Các thị trường

b. Các chính phủ

c. Nhà thờ

d. Các nhà độc quyền

2. Khi một sinh viên kinh tế vẽ một biểu đồ cung và cầu để mô hình hóa sự tăng thu nhập, sinh viên này sẽ giả định sự thay đổi này xảy ra khi:

a. Semper fidelis

b. Ceteris paribus Tiếng Latinh có nghĩa: các yếu tố còn lại không thay đổi)

c. Ipso facto

d. De facto

3. Nếu các đường cung và cầu cắt nhau tại mức giá 2USD, tại bất kỳ mức giá nào trên mức giá này sẽ có:

a. Sự cân bằng

b. Sự thặng dư

c. Sự thiếu hụt

http://tieulun.hopto.org

d. Sự khủng hoảng

4. Nếu các đường cong cung và cầu cắt nhau tại sản lượng 100, thì mức giá cần để doanh nghiệp bán nhiều hơn sản lượng trên phải ..... điểm cân bằng:

a. Ở trên

b. Tại điểm cân bằng

c. Ở dưới

d. Trên dưới 10%

5. Sự gia tăng các yếu tố nào của nhu cầu sẽ có tác động không rõ ràng (không chắc chắn) trên giá:

a. Thị hiếu

b. Giá của một sản phẩm bổ sung

c. Thu nhập

d. Giá của một sản phẩm thay thế

6. Yếu tố nào sau đây sẽ tác động cả cung và cầu?

a. Sự thay đổi về giá

b. Sự thay đổi về sản lượng

c. Sự thay đổi trong giá tương lai kỳ vọng

d. Sự thay đổi trong thu nhập

7. Sự gia tăng thu nhập của người tiêu dùng sẽ làm cho:

a. Cung mọi hàng hóa đều tăng

b. Cầu mọi hàng hóa đều tăng

c. Cung mọi hàng hóa đều giảm

d. Lượng cầu một số hàng hóa sẽ tăng và một số khác sẽ giảm

8. Nếu không tăng giá, sự tăng lượng cầu sẽ dẫn đến:

a. Thiếu hụt

b. Thặng dư

c. Tăng lượng cung

d. Sự cân bằng

9. Nguyên nhân cơ bản của tính chất dốc lên của đường cung là:

a. Việc sản xuất đa số hàng hóa tiến hành với lợi

http://tieulun.hopto.org

ích biên tế tăng dần

b. Việc sản xuất đa số hàng hóa tiến hành với chi phí biên tế tăng dần

c. Sự tiêu thụ đa số hàng hóa xảy ra với mức hữu ích biên tế giảm dần

d. Sự tiêu thụ đa số hàng hóa xảy ra với mức hữu ích biên tế tăng dần

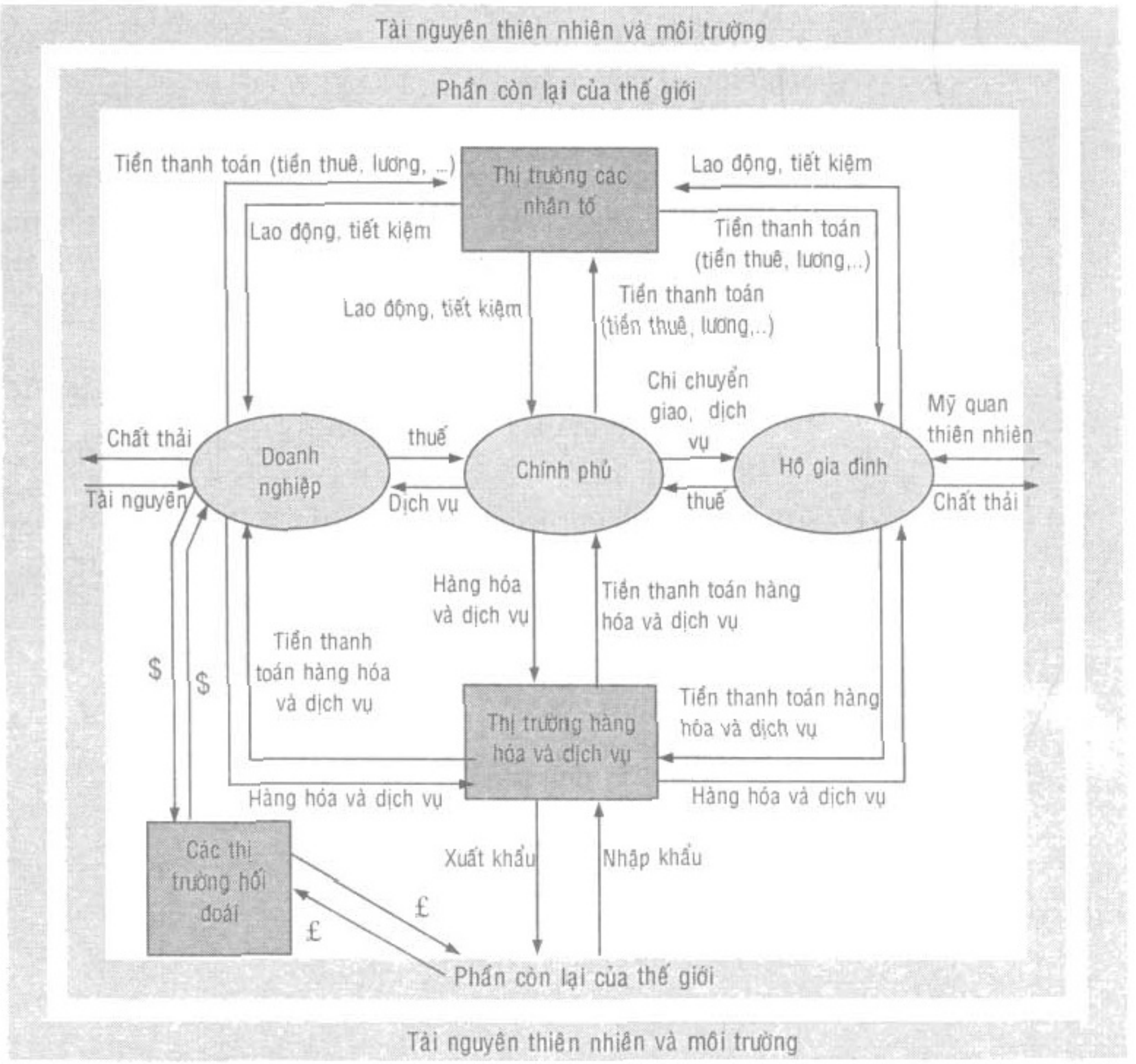
Hãy suy nghĩ

Dùng phân tích cung cầu đơn giản, suy nghĩ về hệ thống phân phối thận con người. Luật pháp cấm buôn bán các cơ quan của con người nhưng cho phép sự hiến tặng tự nguyện, có ý nghĩa là sự thiếu hụt lớn về thận. Sự kiện này có ảnh hưởng quan điểm của bạn về luật cấm mua bán các cơ quan của con người? Bạn nghĩ thế nào về vấn đề máu?

Hãy thảo luận

Có phải các thị trường luôn đúng? Liệt kê vài thị trường bạn nghĩ làm sai lệch sản lượng hay giá cả? Các hàng hóa này có điểm gì chung?

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo cung cấp cho bạn kiến thức hữu ích để phân tích các thị trường. Nó cho thấy các thị trường có thể đem lại các kết quả rất khác nhau như thế nào, tùy thuộc phản ứng của người mua và người bán với giá cả. Nó cũng cho thấy các thị trường hiệu quả ra sao và khi nào thị trường thất bại.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 3:

KHÁI NIỆM VỀ ĐỘ ĐÀN HỒI VÀ THẶNG DƯ NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ NHÀ SẢN XUẤT

Mục tiêu chương này

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu rằng "độ đàn hồi", là sự phản ứng của sản lượng đối với các thay đổi trong giá cả, là một khái niệm quan trọng trong kinh tế học.
- Nhận ra được quan hệ giữa khái niệm độ đàn hồi và dạng của đường cầu.
- Hiểu và chứng minh rằng sự cân bằng thị trường cung cấp lợi ích cho cả người mua và người bán. Người tiêu dùng sẽ trả ít hơn mức sẵn lòng trả và nhà sản xuất được hưởng lợi nhuận. Nhà kinh tế gọi lần lượt là "thặng dư người tiêu dùng" và "thặng dư nhà sản xuất".
- Hiểu được "tổn thất vô ích", là trường hợp xảy ra khi giá quá cao hay quá thấp tạo ra sự không hiệu quả.

Chủ đề của chương

- Độ đàn hồi của cầu
- Các phương pháp hiểu về độ đàn hồi
- Hiểu thêm về độ đàn hồi
- Thặng dư người tiêu dùng và người sản xuất
- Hiểu chi tiết thêm: Tổn thất vô ích
- Tóm tắt

http://tieulun.hopto.org

Bây giờ chúng ta thay đổi một chút và xem lại các đường cong cung và cầu riêng biệt, tập trung vào khả năng phản ứng của khách hàng và nhà sản xuất đối với sự thay đổi giá cả khi có sự thay đổi số lượng sản phẩm họ muốn mua hay bán. Khả năng phản ứng này gọi là **độ đàn hồi**, sẽ rất quan trọng khi chúng ta chuẩn bị sử dụng cung và cầu cho các vấn đề tiếp theo, sẽ thấy các dạng đường cầu khác nhau phản ánh mức độ sự thay đổi giá cả ảnh hưởng đến sản lượng như thế nào.

Phần ba của chương này tập trung phân tích một số vấn đề. Chúng ta sẽ thấy mô hình cung và cầu có thể được dùng như thế nào, trong việc giải thích tại sao các thị trường lại hiệu quả khi thỏa mãn cả người tiêu dùng và nhà sản xuất. Dù biết rằng người tiêu dùng mong đợi giá hạ và nhà sản xuất mong đợi giá cao, sẽ thấy rằng khi một khách hàng mua một sản phẩm từ một nhà sản xuất, cả hai đều hài lòng với kết quả. Chúng ta cũng sẽ thấy tại sao lợi ích ròng của xã hội lại thấp khi giá cao hơn *điểm* cân bằng so với khi ở điểm cân bằng.

Độ đàn hồi của cầu

Trực giác

Trong chương trước đã biết một thay đổi về cung hay cầu sẽ thay đổi tổ hợp cân bằng giá - sản lượng, nhưng chưa thảo luận yếu tố nào thay đổi nhiều hơn. Thí dụ, nếu chi phí của doanh nghiệp tăng lên, doanh nghiệp sẽ chuyển sự tăng giá sang người tiêu dùng hay sẵn sàng chấp nhuận lợi nhuận thấp hơn. Khảo sát câu hỏi này dẫn đến khái niệm độ đàn hồi.

Nếu bạn cần thiết hàng hóa đó để tồn tại và không có hàng hóa thay thế, hoặc là hàng hóa bạn chi rất ít tiền, doanh nghiệp có thể chuyển sự tăng chi phí cho bạn dưới giá cao hơn. Mặt khác, nếu đó là hàng xa xỉ, mà bạn có thể không cần thiết, hoặc nếu có nhiều sản phẩm khác cũng dùng thay được, hoặc nếu bạn đã chi phần lớn thu nhập cho nó và không thể đáp ứng sự tăng giá, bạn có thể mua nó rất ít. Trường hợp này lợi nhuận của doanh nghiệp bị suy giảm.

http://tieulun.hopto.org

Định nghĩa về độ đàn hồi và công thức

Độ đàn hồi
Sự phản ứng về sản lượng khi có sự thay đổi một biến số khác.

Đàn hồi về giá của cầu
Sự phản ứng của lượng cầu khi giá thay đổi.

Đàn hồi về giá của cung
Phản ứng của lượng cung khi giá thay đổi.

Đàn hồi về thu nhập của cầu
Phản ứng của lượng cầu khi thu nhập thay đổi.

Độ đàn hồi theo giá chéo của cầu
Phản ứng của lượng cầu đối với một hàng hóa khi có sự thay đổi về giá của sản phẩm khác.

Có nhiều loại đàn hồi nói chung, **độ đàn hồi** là sự phản ứng về sản lượng đối với sự thay đổi của một biến số khác. Hai độ đàn hồi thường được đề cập nhất là **độ đàn hồi về giá của cầu** và **độ đàn hồi về giá của cung**. Đây lần lượt là sự đáp ứng của lượng cầu khi giá thay đổi và sự đáp ứng của lượng cung khi giá thay đổi. Các độ đàn hồi khác gồm có **độ đàn hồi về thu nhập của cầu** và **độ đàn hồi theo giá chéo của cầu** lần lượt là sự đáp ứng của sản lượng đối với thay đổi trong thu nhập, và sự đáp ứng của sản lượng theo sự thay đổi về giá của một sản phẩm khác

Độ đàn hồi của cầu theo giá được đo bằng việc xem xét một sự thay đổi % về giá sẽ ảnh hưởng thay đổi % về lượng cầu như thế nào. Công thức về độ đàn hồi là:

$$\text{Độ đàn hồi} = \frac{\%\Delta Q}{\%\Delta P} = \frac{\Delta Q/Q^*}{\Delta P/P^*}$$

Với % = phần trăm

Δ = sự thay đổi

P^* = giá (đọc là P sao)

Q^* = sản lượng (Q sao)

Các độ đàn hồi khác đều tương tự ở điểm là % thay đổi trong lượng cầu hay lượng cung được đặt ở tử số, và % thay đổi của giá cả, thu nhập, hay các giá khác được đặt ở mẫu số. Vì có nhiều vấn đề liên quan đến độ đàn hồi của cung theo giá, chúng ta tập trung vào dạng khái niệm cụ thể này.

Từ đây có hai phương thức tiến hành: chúng ta có thể giải thích một cách chi tiết toán học hoặc giải thích đơn giản. Có lẽ nhiều người sẽ nói "không", chúng ta sẽ lướt qua toán học. Bạn sẽ cần theo dõi giải thích bằng "chữ" để hiểu và chấp nhận các kết luận về độ đàn hồi.

Khi dùng công thức độ đàn hồi nhu cầu, bạn luôn

luôn có một con số âm. Chúng ta sẽ đơn giản hóa vấn đề bằng việc bỏ qua dấu âm. Dấu âm xuất hiện vì đường cầu dốc xuống, và sự tăng giá vì vậy sẽ gây ra sự giảm sản lượng. Để minh họa, nếu tăng 5% dẫn đến giảm sản lượng 10%, phân số đàn hồi là -0,10/0,05. Vì vậy vấn đề quan trọng của độ đàn hồi là giá trị của phân số đó, có thể chấp nhận và để bớt phức tạp chúng ta bỏ qua dấu âm.

Đàn hồi

Tình huống khi phần trăm thay đổi về lượng lớn hơn phần trăm thay đổi về giá.

Không đàn hồi

Tình huống phần trăm thay đổi về sản lượng nhỏ hơn phần trăm thay đổi về giá.

Đàn hồi đơn vị

Tình huống phần trăm thay đổi về sản lượng bằng phần trăm thay đổi về giá

Các tính chất về đàn hồi

Có sự phân biệt quan trọng khi ta xem xét các vấn đề liên quan đến nhu cầu đàn hồi hay không đàn hồi – thí dụ, sự tăng thuế thuốc lá có dẫn đến việc giảm hút thuốc lá ở tuổi thiếu niên không. Nhà kinh tế nói rằng nhu cầu thì **đàn hồi** khi % thay đổi về sản lượng lớn hơn % thay đổi về giá, và **không đàn hồi** khi % thay đổi về sản lượng thì nhỏ hơn % thay đổi về giá. Theo công thức trên, nếu độ đàn hồi tính ra lớn hơn 1, thì nhu cầu đàn hồi, khi nó nhỏ hơn 1, nhu cầu thì không đàn hồi. Khi % thay đổi về sản lượng cũng bằng % thay đổi về giá (độ đàn hồi tính được đúng bằng 1), nhu cầu là **đàn hồi đơn vị.**

Các phương pháp hiểu về độ đàn hồi

Để hiểu khái niệm này rõ hơn hãy xem xét nó theo ba quá trình tư duy khác nhau. Đầu tiên xem xét độ đàn hồi qua việc dùng đồ thị đường cầu. Rồi xem xét nó chỉ bằng lý luận. Cuối cùng xem xét nó trên phương diện số tiền đã chi bao nhiêu cho sản phẩm.

Giải thích bằng đồ thị

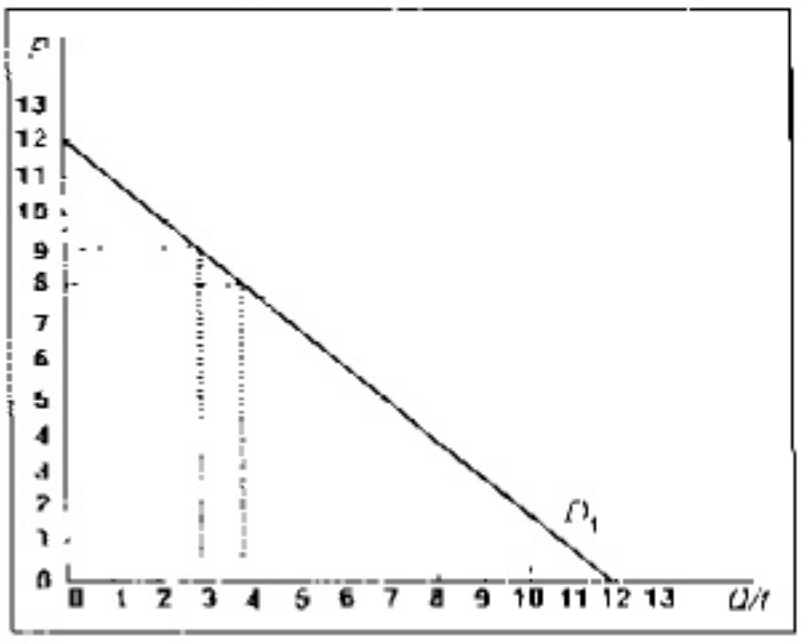
Trước tiên xem xét hiện tượng đàn hồi bằng việc dùng kỹ năng đồ thị. Hình 3.1 cho thấy đường cầu càng phẳng, độ đàn hồi càng lớn. Nhưng không phải độ dốc và độ đàn hồi là cùng một khái niệm; chỉ có nghĩa là độ dốc cũng có liên quan. Để hiểu độ dốc có ảnh hưởng hãy nhìn Hình 3.1 và 3.2. dù chúng là các biểu đồ riêng rẽ, đều đi qua điểm P= $8, Q= 4, giả sử bạn được hỏi

http://tieulun.hopto.org

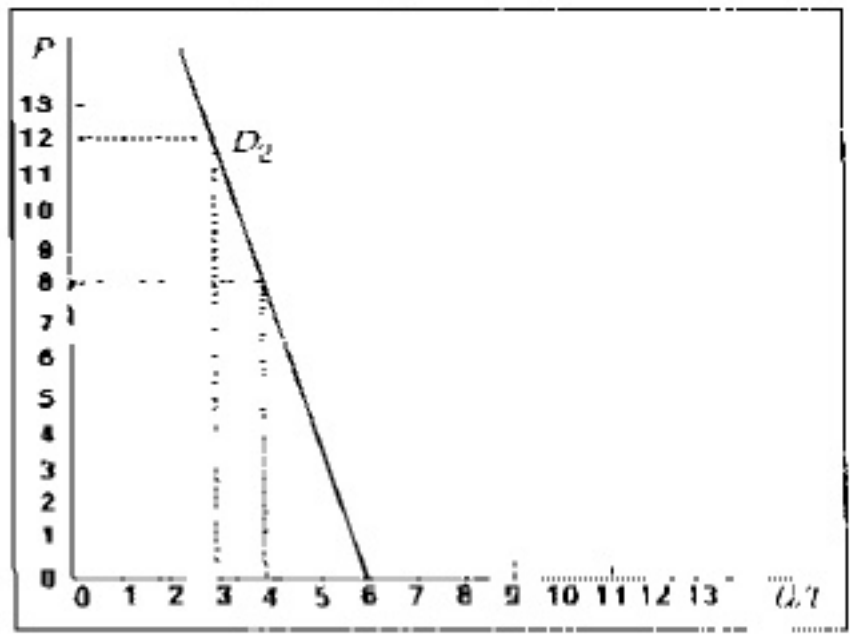
rằng giá cần phải tăng bao nhiêu để sản lượng giảm xuống Q= 3. Trong Hình 3.1 bạn có thể thấy rằng giá p sẽ có giá trị $9, trái lại trong Hình 3.2 sẽ cần tăng tới $12. Điều hàm ý ở đây là trên đường cầu dốc (Hình 3.2) lượng cầu thì kém đàn hồi và trên đường cầu phẳng (Hình 3.1) lượng cầu thì đàn hồi hơn. Trong Hình 3.1 giá tăng 12,5% dưa đến sự giảm sản lượng 25%. Trong Hình 3.2 giá cần tăng 50% giá để phát sinh giảm 25% sản lượng.

Hình 3.3 thể hiện giá càng cao, độ đàn hồi càng lớn. Sự tăng giá từ 2 đến 3 làm sản lượng giảm từ 11 xuống 10. Sự gia tăng tương tự từ 8 lên 9 làm sản lượng giảm tương tự từ 4 xuống 3. Vì độ dốc của đường cầu như nhau tại mọi điểm. Hãy xem lại công thức, ta thấy rằng chính % thay đổi thì quan trong chứ không chỉ quy mô của sự thay đổi. Dù sự tăng giá và tăng sản lượng là như nhau, các phần trăm thay đổi rất khác nhau.

Hình 3.1: Tại một mức giá cho trước, đường cầu phẳng sẽ đàn hồi hơn đường dốc.

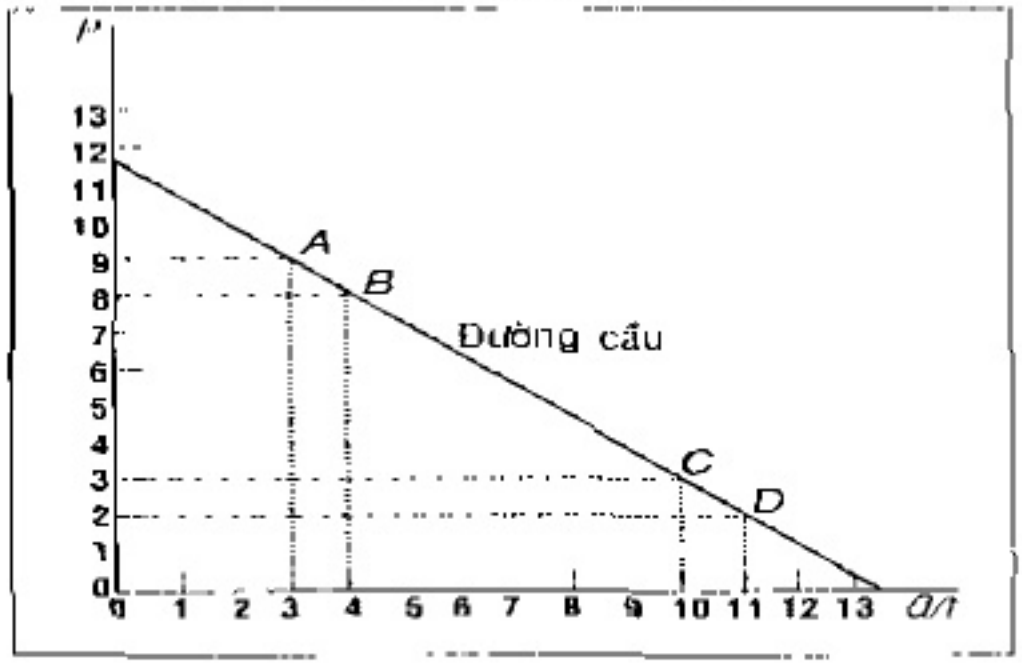


Hình 3.2: Tại một mức giá cho trước, đường cầu dốc sẽ đàn hồi ít hơn đường cầu phẳng.



http://tieulun.hopto.org

Hình 3.3: Giá càng cao độ đàn hồi càng lớn.



Từ điểm D tới C, phần trăm thay đổi về giá từ 2 đến 3 là 50% trong khi phần trăm thay đổi về sản lượng từ 11 xuống 10 thì không đáng kể, chỉ 9,1%. Vì phần trăm thay đổi theo giá lớn hơn phần trăm thay đổi về sản lượng, đường cầu tại đây không đàn hồi (độ đàn hồi thì thấp). Mặt khác, từ điểm B đến A % thay đổi giá từ 8 lên 9 là 12,5% trong khi % thay đổi về sản lượng từ 4 xuống 3 thì lớn (25%, thực ra là 33%). Kết quả là đường cầu tại điểm này đàn hồi (độ đàn hồi cao).

Giải thích bằng lời nói

Dù giải thích độ đàn hồi bằng đồ thị thì rất chính xác, nếu nó không có ý nghĩa đối với bạn cũng vô ích. Hãy nhớ lại định nghĩa ban đầu về độ đàn hồi (phản ứng của sản lượng đối với thay đổi về giá). Nếu bạn thực sự cần một sản phẩm vì không có sản phẩm thay thế tốt (như thuốc insulin trị tiểu đường) bạn sẽ rất ít thay đổi sản lượng bạn mua khi giá cả thay đổi. Vậy có rất ít hoặc không có phản ứng về sản lượng đối với thay đổi giá cả. Đường cầu về một sản phẩm bạn "cần" sẽ khá dốc. Nếu hàng hóa là món xa xỉ, bạn sẽ dễ loại bỏ nó khỏi chi tiêu nếu nó quá mắc. Trường hợp này có phản ứng mạnh của sản lượng đối với thay đổi về giá cả. Đường cầu cho sản phẩm xa xỉ sẽ phẳng hơn. Ngoài ra, sự thay đổi giá cả nếu tốn ít thu nhập của bạn (như nước uống) sẽ ít dẫn đến thay đổi nhiều về lượng cầu. Vì dù giá có tăng nhiều, bạn vẫn có thể đáp ứng sự tăng giá này. Sản phẩm chiếm phần lớn thu

http://tieulun.hopto.org

nhập của bạn sẽ có nhu cầu đàn hồi nhiều hơn, vì bạn ít có khả năng đáp ứng sự tăng giá lớn. Trường hợp này hàng hóa có giá thấp dễ có lượng cầu không đàn hồi và hàng hóa giá cao dễ có lượng cầu đàn hồi.

Xem xét độ đàn hồi qua tổng chi phí

Nếu muốn, chúng ta có thể dùng toán học để chứng minh: nếu giá và số tiền bạn chi tiêu chuyển động cùng hướng, thì nhu cầu sẽ không đàn hồi. Nếu chúng chuyển đông ngược chiều, nhu cầu thì đàn hồi. **Quy luật về tổng chi tiêu** này về độ đàn hồi cũng cho phép chúng ta phán đoán nhanh nhu cầu thì đàn hồi hay không đàn hồi. Thí dụ, khi giá thuốc lá tăng, người hút thuốc phải chi nhiều cho thuốc lá. Khi giá của sản phẩm xa xỉ tăng lên, nhiều người sẽ chi ít đi (vì không cần thiết nó lắm). Theo cách này chúng ta có thể tìm ra đối với chúng ta, lương cầu cho một sản phẩm thì đàn hồi hay không. Điều cần làm là tự hỏi khi giá tăng có làm chúng ta sử dụng sản phẩm đó nhiều hơn hay không.

Quy luật về tổng chi tiêu
Nếu giá và sản lượng bạn mua thay đổi cùng hướng thì đường cầu không đàn hồi, trái lại nếu nó thay đổi ngược hướng thì đàn hồi.

Hiểu thêm về đô đàn hồi

Các nhân tố của độ đàn hồi

Các yếu tố then chốt của ba phương cách giải thích độ đàn hồi rất quan trọng trong việc xác định một hàng hóa có đàn hồi hay không. Yếu tố đầu tiên là **số lượng và sự có sẵn của các sản phẩm thay thế**. Khi có nhiều sản phẩm thay thế đáp ứng gần như sản phẩm muốn mua, nhu cầu có lẽ đàn hồi nhiều hơn vì giá cả tăng dẫn đến sự thay đổi sang các sản phẩm khác. Sự tăng ngân sách có thể chấp nhân của khách hàng cũng là vấn đề. Nếu giá tăng không thể chấp nhận, thì sẽ xảy ra sự giảm lượng mua đáng kể. Và dù vấn đề thời gian không được đề cập ở trên, nhưng với **khoảng thời gian cho trước**, các sản phẩm thay thế gần gũi có thể được tìm thấy hay được chế tao, hoặc có thể phát triển các phương pháp để tránh tăng giá.

http://tieulun.hopto.org

Độ đàn hồi và Đường cầu

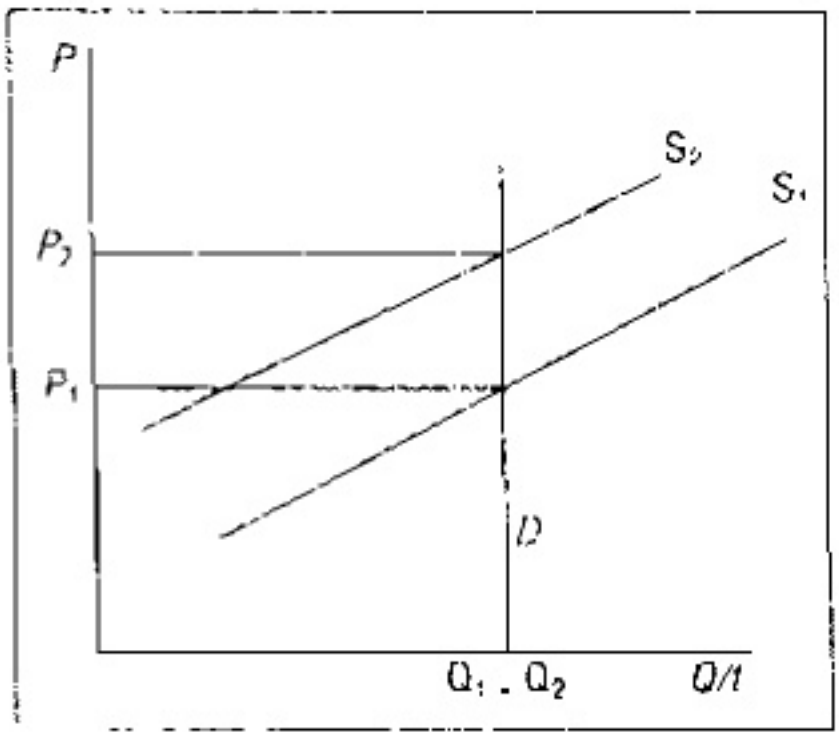
Độ đàn hồi rất quan trọng vì các thay đổi về cung sẽ có các kết quả rất khác nhau tùy thuộc vào độ đàn hồi của cầu. Như ban có thể thấy từ hình vẽ trong trang kế tiếp, một thay đổi về cung như nhau có thể chỉ ảnh hưởng lên giá (Hình 3.4), chỉ ảnh hưởng sản lượng (Hình 3.5), ảnh hưởng lên giá cả nhiều hơn lên sản lượng (Hình 3.6), ảnh hưởng lên sản lượng nhiều hơn lên giá (Hình 3.7)

Hoàn toàn không đàn hồi
Tình huống đường cầu khi giá thay đổi không tác động gì đến sản lượng.

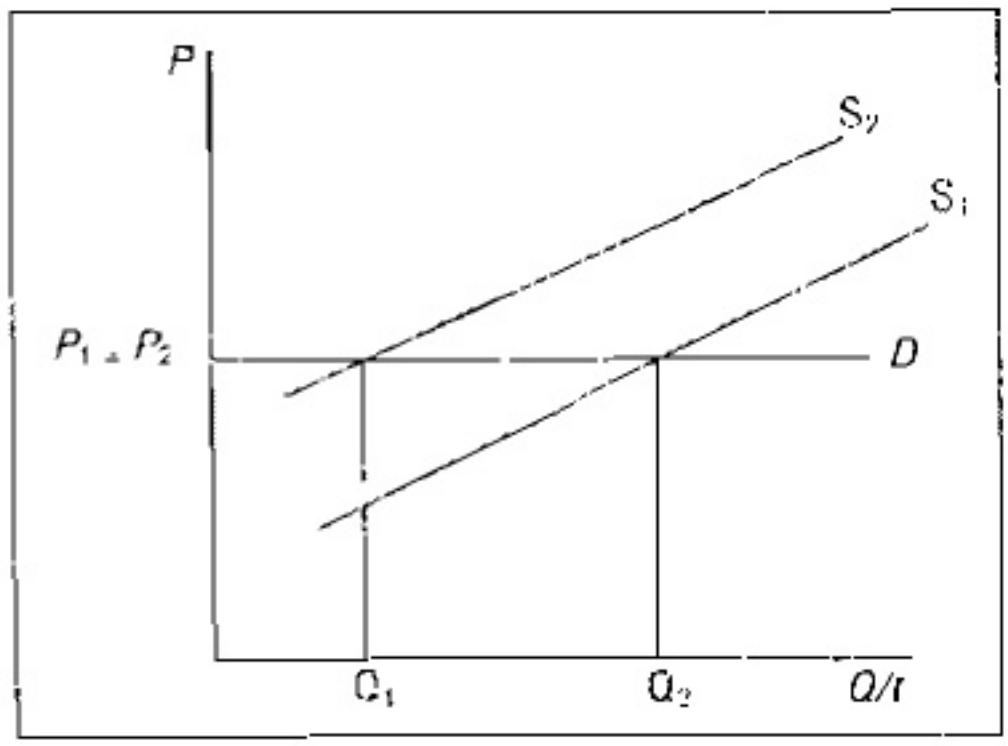
Hoàn toàn đàn hồi
Tình huống đường cầu có giá không thể thay đổi.

Ở Hình 3.4, đường cầu **hoàn toàn không đàn hồi** vì các thay đổi về giá không ảnh hưởng đến sản lượng. Trong Hình 3.5, đường cầu **hoàn toàn đàn hồi** vì giá cả không thể thay đổi. Như đã thấy ở Hình 3.2 và 3.3 một đường cầu tuyến tính dàn hồi khi giá cao và không đàn hồi khi giá thấp. Trong Hình 3.6 đường cầu không đàn hồi trên toàn bộ khoảng khảo sát bởi vì tại mỗi điểm, phần trăm thay đổi theo giá thì lớn hơn phần trăm thay đổi theo sản lượng. Điều này sẽ đúng khi đường cầu gần như thẳng đứng. Trong Hình 3.7, đường cầu dàn hồi trên toàn khoảng khảo sát, vì tại mỗi điểm phần trăm thay đổi theo giá thì nhỏ hơn phần trăm thay đổi theo sản lượng. Điều này sẽ đúng khi đường cầu gần như nằm ngang.

Hình 3.4: Đường cầu hoàn toàn không dàn hồi.

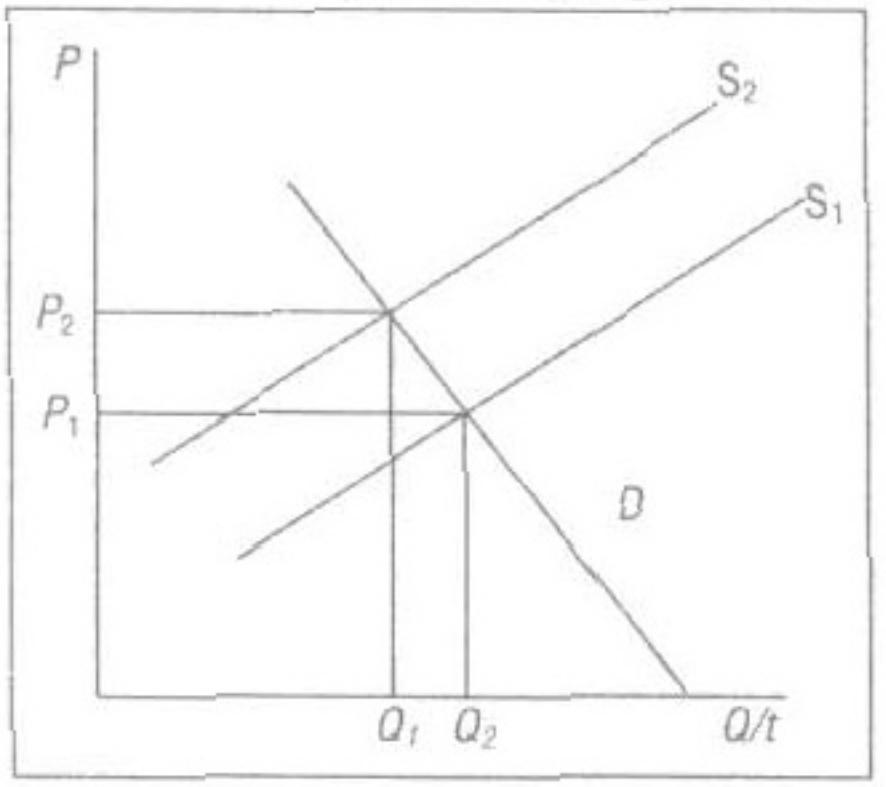


Hình 3.5: Đường cầu hoàn toàn đàn hồi.

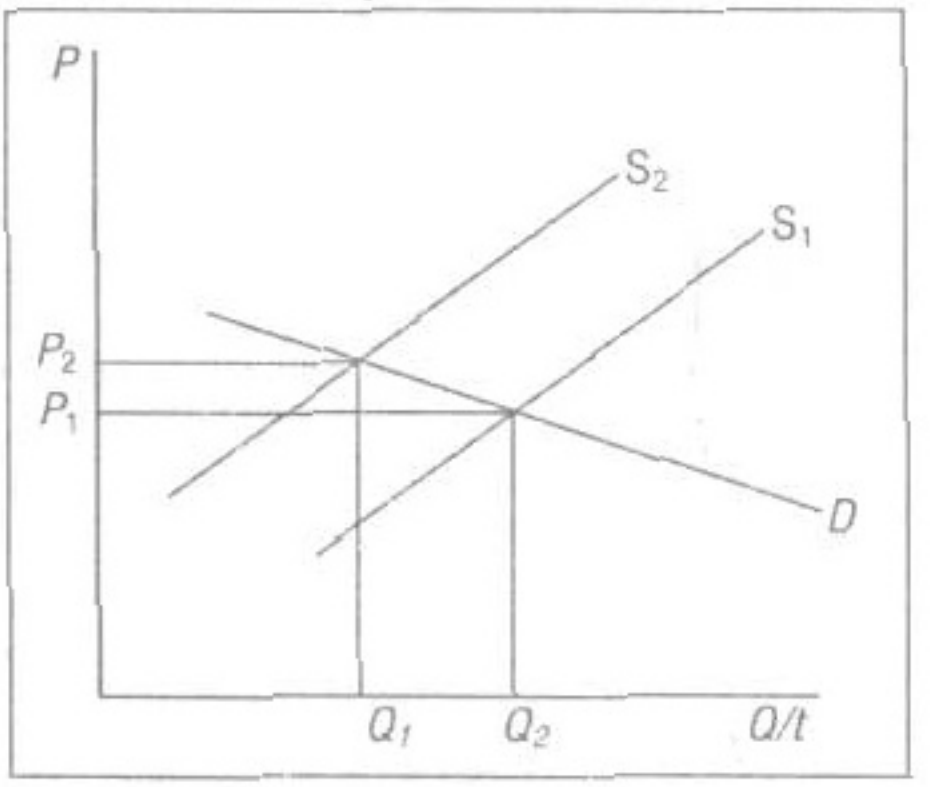


http://tieulun.hopto.org

Hình 3.6: Đường cầu không đàn hồi



Hình 3.7: Đường cầu đàn hồi.



Nếu ta nhìn lại công thức của đàn hồi, chúng ta có thể dùng sự giải thích này để tính các trị số độ đàn hồi phù hợp với mỗi tính chất đàn hồi. Với đường cầu hoàn toàn đàn hồi, độ đàn hồi bằng vô cực, còn đường cầu hoàn toàn không đàn hồi, độ đàn hồi bằng 0 (zero), đường cầu đàn hồi đơn vị có độ đàn hồi bằng 1. Như vậy, gọi đường cầu là đàn hồi nếu độ đàn hồi tính ra lớn hơn 1 nhưng nhỏ hơn ∞, và đường cầu không đàn hồi nếu độ đàn hồi nhỏ hơn 1 nhưng lớn hơn 0.

ĐỘ ĐÀN HỒI: VÀI VÍ DỤ MINH HỌA

Đôi khi hiểu được tầm quan trọng của độ đàn hồi với các sản phẩm cụ thể sẽ dễ hơn. Các nhà kinh tế tính độ đàn hồi của nhu cầu các sản phẩm đặc biệt. Vì độ đàn hồi của nhu cầu đối với một sản phẩm là thông tin quan trọng cần có, khi họ quan tâm đến tác động của sự tăng giá hay thuế lên sản phẩm đó. Thí dụ, nếu bạn đọc chương về thuốc lá, rượu, thuốc trị bệnh và mại dâm ở phần sau của cuốn sách, bạn sẽ thấy rằng câu hỏi một loại thuế trên thuốc lá sẽ có tác động ở mức độ nào đến việc giảm

Loại sản phẩm	Độ đàn hồi theo giá
Sản phẩm không đàn hồi	
Trứng	0,06
Thực phẩm	0,21
Dịch vụ chăm sóc sức khỏe	0,18
Xăng (ngắn hạn)	0,08
Xăng (dài hạn)	0,24
Lệ phí cầu đường	0,10
Sản phẩm đàn hồi đơn vị (hay gần như đơn vị)	
Sò biển	0,89
Xe hơi	1,14
Sản phẩm đàn hồi cao	
Xe hơi cao cấp	3,70
Du lịch nước ngoài bằng hàng không	1,77
Bữa tiệc ở khách sạn	2,27

Nguồn: Tổng hợp từ nhiều nguồn của tác giả

http://tieulun.hopto.org

hút thuốc lá, phụ thuộc rất lớn vào độ đàn hồi của nhu cầu đối với thuốc lá.

Hãy xem các sản phẩm liệt kê dưới đây và độ đàn hồi của chúng. Bạn có thể kể một câu chuyện về việc, tại sao nhu cầu xăng trong ngắn hạn thì kém đàn hồi hơn nhu cầu xăng trong dài hạn. Bạn sẽ có thể hình dung tại sao nhu cầu đi du lịch nước ngoài thì rất đàn hồi còn nhu cầu đối với muối thì không đàn hồi. Chìa khóa của câu trả lời một sản phẩm có đàn hồi hay không là có sản phẩm có thể thay thế hay không.

CÂU CHUYỆN SỐ 1

Có ít phương tiện thay thế dùng để đi làm và về nhà. Dù bạn có thể dùng phương tiện chuyên chở công cộng hay xe buýt không, dù bạn có thể đổi xe hơi SUV lớn lấy xe hơi tiết kiệm nhiên liệu hay không, sẽ cần sự thay đổi lớn lao trong giá xăng khiến bạn thực hiện sự thay thế ngay khi bạn thấy sự tăng giá xăng. Điều này đặc biệt đúng nếu bạn đã không dự kiến trước rằng giá xăng sẽ cao. Mặt khác, nếu bạn đã thấy rằng giá xăng sắp tăng cao. Trong năm tới, bạn sẽ đổi xe hơi hao xăng lấy xe tiết kiệm xăng hơn.

CÂU CHUYỆN SỐ 2

Giả sử bạn muốn đưa gia đình đi chuyến nghỉ mát thú vị. Giả sử thêm rằng gia đình bạn đã thu hẹp các phương án nghỉ mát, chỉ còn đi dã ngoại trong Grand Canyon (Hẻm núi lớn) hay đi tham quan Paris. Cho rằng hai phương án này có thể thay thế nhau, nên một thay đổi tương đối nhỏ về giá vé máy bay và tiện nghi trong chuyến du lịch Pháp sẽ có tác động đáng kể đến lựa chọn của bạn.

Độ đàn hồi của cung

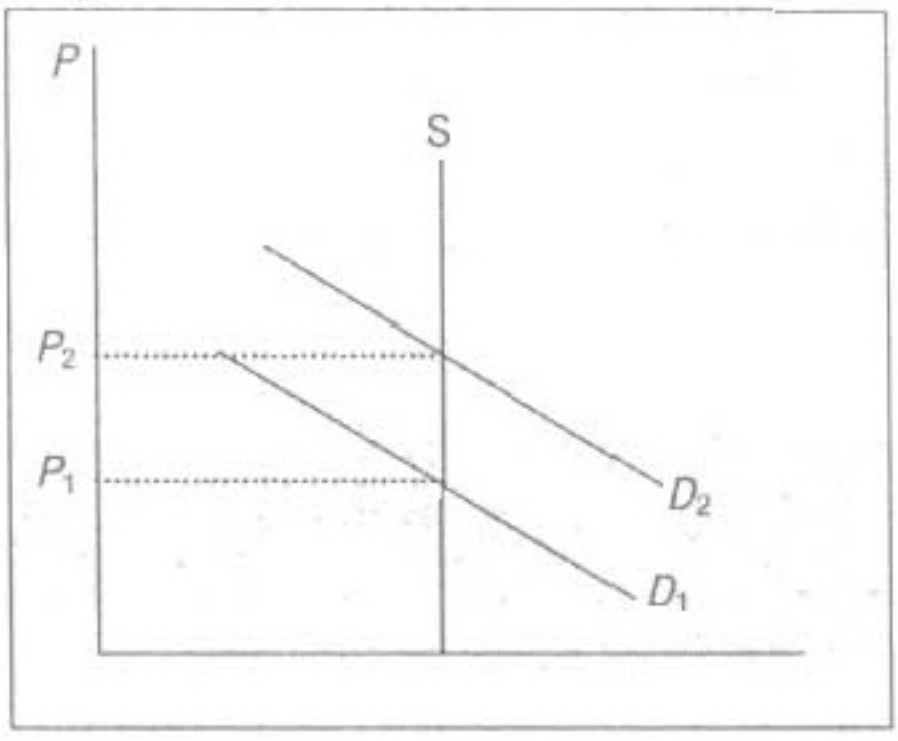
Trước khi đọc tiếp cần dừng một chút và nói rằng, gần như mọi điều chúng ta vừa nói về độ đàn hồi của cầu theo giá có thể áp dụng cho độ đàn hồi của cung theo giá. Các doanh nghiệp bán sản phẩm có thể gặp tình huống đã đem sản phẩm dễ hư hỏng đến thị trường, và vì vậy phải bán chúng bất kể giá nào. Có thể trong tình huống khác việc sản xuất thêm hàng hóa có thể thực hiện được nhưng với mức giá rất cao. Ta có thể hình dung tình huống thứ ba khi giá không được tăng nhiều để khuyến khích bán hàng nhiều hơn, và cuối cùng các doanh nghiệp có thể sẵn lòng sản xuất số sản phẩm nhiều như người mua muốn. Trong tình huống thứ nhất, đường cung sẽ thẳng đứng. Trong tình huống

http://tieulun.hopto.org

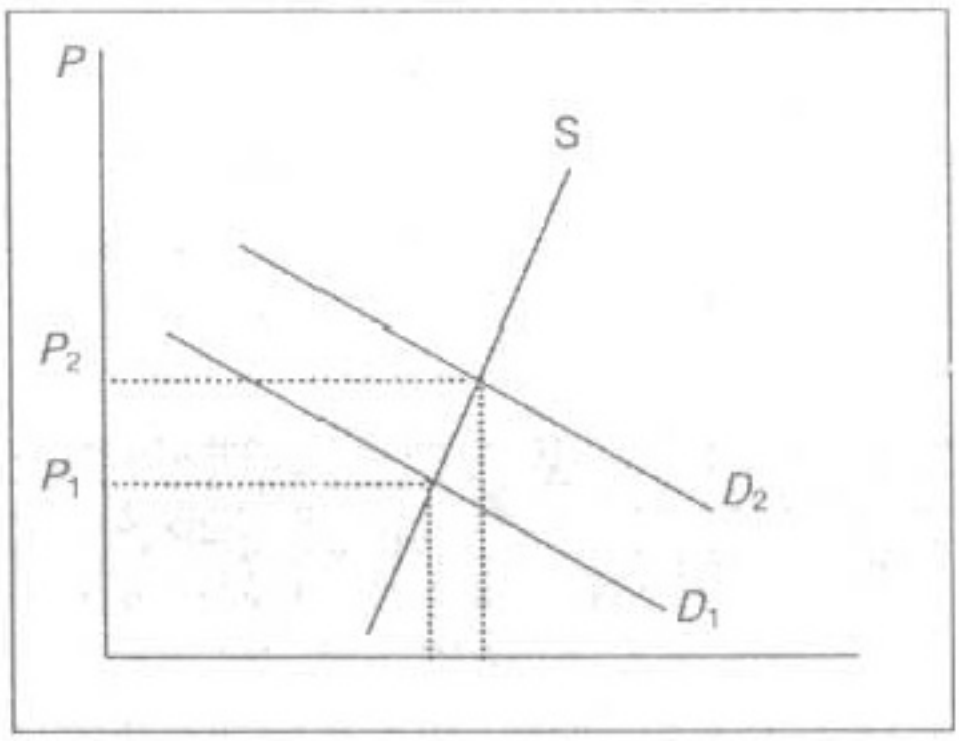
thứ hai và thứ ba, đường cung sẽ có hướng dốc lên, và trường hợp 2 sẽ có đường cung dốc nhiều, trường hợp 3 có đường cung khá phẳng. Trường hợp cuối cùng sẽ có đường cung nằm ngang.

Lập lại ý tưởng của các Hình từ 3.4 đến 3.7 khi đường cung dịch chuyển như nhau và xem điều xảy ra với các độ đàn hồi nhu cầu khác nhau. Các Hình từ 3.8 đến 3.11 thể hiện điều gì xảy ra khi nhu cầu dịch chuyển tương ứng với các độ đàn hồi cung khác nhau. Cầu tăng, giá sẽ tăng nhiều, nhưng lượng cung không thay đổi. Trong Hình 3.9 thì đường cung không đàn hồi và dốc lên nên khi cần thay đổi giá sẽ thay đổi rất ít và lượng cung thay đổi dù không nhiều. Nếu đường cung đàn hồi như trong Hình 3.10, chỉ cần làm giá tăng một ít thì lượng cung tăng đáng kể. Cuối cùng, trường hợp cung hoàn toàn đàn hồi, như trong Hình 3.11, sự tăng cầu chỉ làm tăng sản lượng, không có tác động gì trên giá cả.

Hình 3.8: Đường cung hoàn toàn không đàn hồi

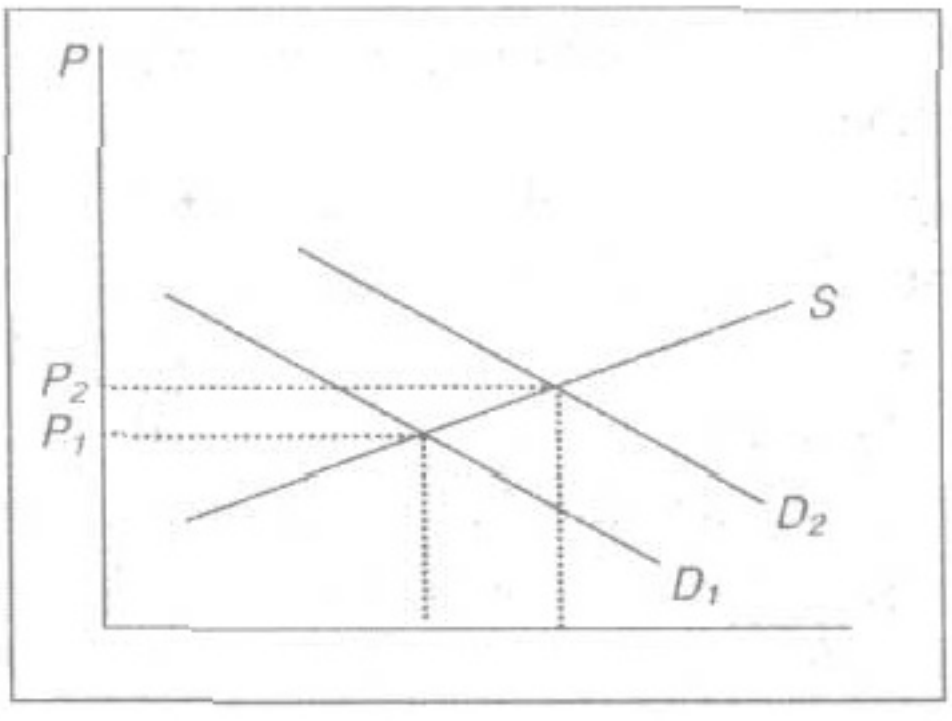


Hình 3.9: Đường cung không đàn hồi

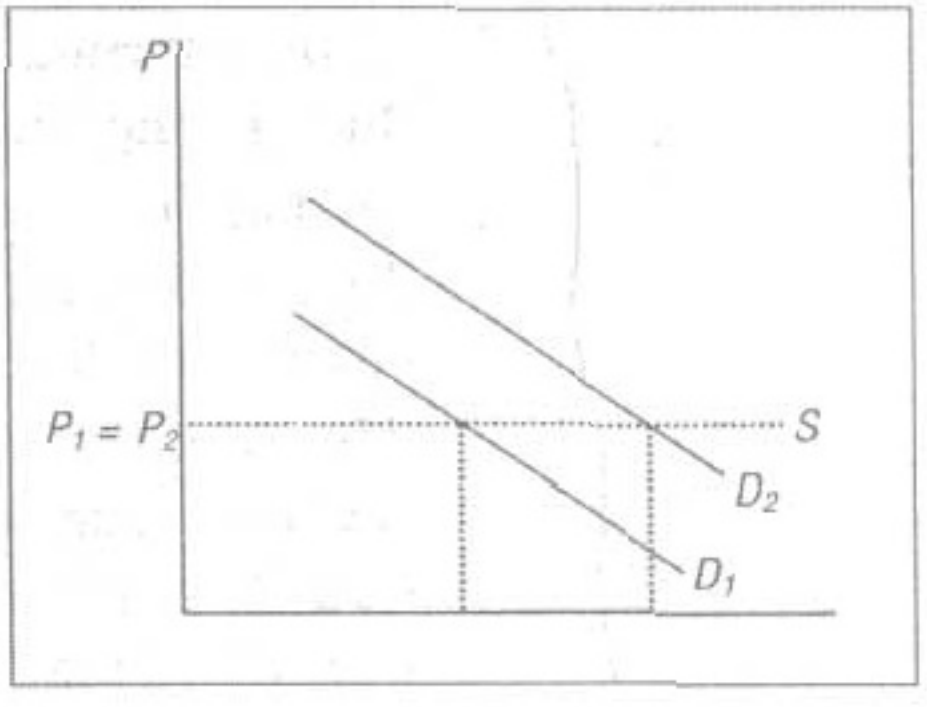


http://tieulun.hopto.org

Hình 3.10: Đường cung đàn hồi



Hình 3.11: Đường cung hoàn toàn đàn hồi



Thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất

Thặng dư người tiêu dùng

Đa số mọi người nghĩ rằng khi người tiêu dùng mua hàng hóa, chỉ có doanh nghiệp được lợi từ sự trao đổi. Họ không nhận ra rằng người tiêu dùng cũng được lợi. Thực ra người tiêu dùng thường được giá trị cao hơn ban đầu. Xem lại "điều cần biết về cầu" ở Chương 2 và nhớ lại rằng đường cầu *thể hiện* độ hữu ích biên tế của sản phẩm. Có nghĩa là số lượng giá trị đối với người tiêu dùng của mỗi hàng hóa dùng thêm có thể tính được từ đường cầu.

SO SÁNH PHẦN LỢI CỦA BÊN HƯỞNG LỢI VÀ PHẦN LỖ CỦA BÊN CHỊU LỖ

Khi có các tình huống thắng - thắng như trong tình huống phác họa, nhà kinh tế học thường thích sự trao đổi không hạn chế. Khi có người bị thua thiệt, nhà kinh tế sẽ dùng phân tích thặng dư tiêu *dùng* – thặng dư sản xuất để cân nhắc phần *lợi ích* của bên hưởng lợi so với phần thua thiệt của bên chịu lỗ. Đối với bạn, thương mại tự do tốt hay không tùy thuộc bạn đang sở hữu một xe hơi hiệu "kia" mà bạn đã chi khoản tiết kiệm vài ngàn USD cho nó, hay bạn là một hội viên thất nghiệp của nghiệp đoàn liên hiệp nhân viên xe hơi. Một siêu trung tâm mới của Walmart có lợi cho

http://tieulun.hopto.org

bạn hay không, tùy thuộc bạn là người sử dụng sản phẩm hạ giá hoặc là một nhân viên thất nghiệp của nghiệp đoàn, vì hãng Kroger nơi bạn làm việc đã đóng cửa. Thông thường nhưng không phổ biến, nhà kinh tế thích các lợi ích của thị trường khi họ tính được rằng lợi ích của bên hưởng lợi lớn hơn phần lỗ của bên chịu thua thiệt. Dù là thương mại giữa Hoa Kỳ và Hàn Quốc hoặc cạnh tranh giữa Walmart và Kroger, các nhà kinh tế ủng hộ tự do thương mại cho rằng việc hạ giá thường phát sinh lợi thặng dư người tiêu dùng lớn hơn khoản lãi ròng trong thặng dư sản xuất.

Hình 3.12 chứng minh cách thức người tiêu dùng hưởng lợi trong sự trao đổi, và cung cấp một số đo về mức lợi của họ. Giá trị người tiêu dùng đặt trên mỗi đơn vị sản phẩm là lợi ích biên tế của sản phẩm đó đối với họ. Đó chính là số tiền họ sẽ trả cho đơn vị sản phẩm đó. Kết quả là tổng giá trị đối với người tiêu dùng đơn giản là tổng các lợi ích biên tế của mỗi đơn vị sản phẩm, và chính là diện tích bên dưới đường cầu từ 0 đến Q*. Nó có dạng hình thang và được giới hạn bởi các chữ OACQ*, tổng lượng họ trả cho các sản phẩm này chính là giá P* nhân với số lượng họ mua Q*, có dạng hình chữ nhật và được giới hạn bởi các chữ OP*CQ*, hiệu số giữa các diện tích là tam giác thể hiện giá trị của người tiêu dùng trừ cho số lượng họ trả cho nhà sản xuất. Nhà kinh tế gọi là **thặng dư người tiêu dùng**; nó có dạng hình tam giác và được giới hạn bởi các chữ P*AC.

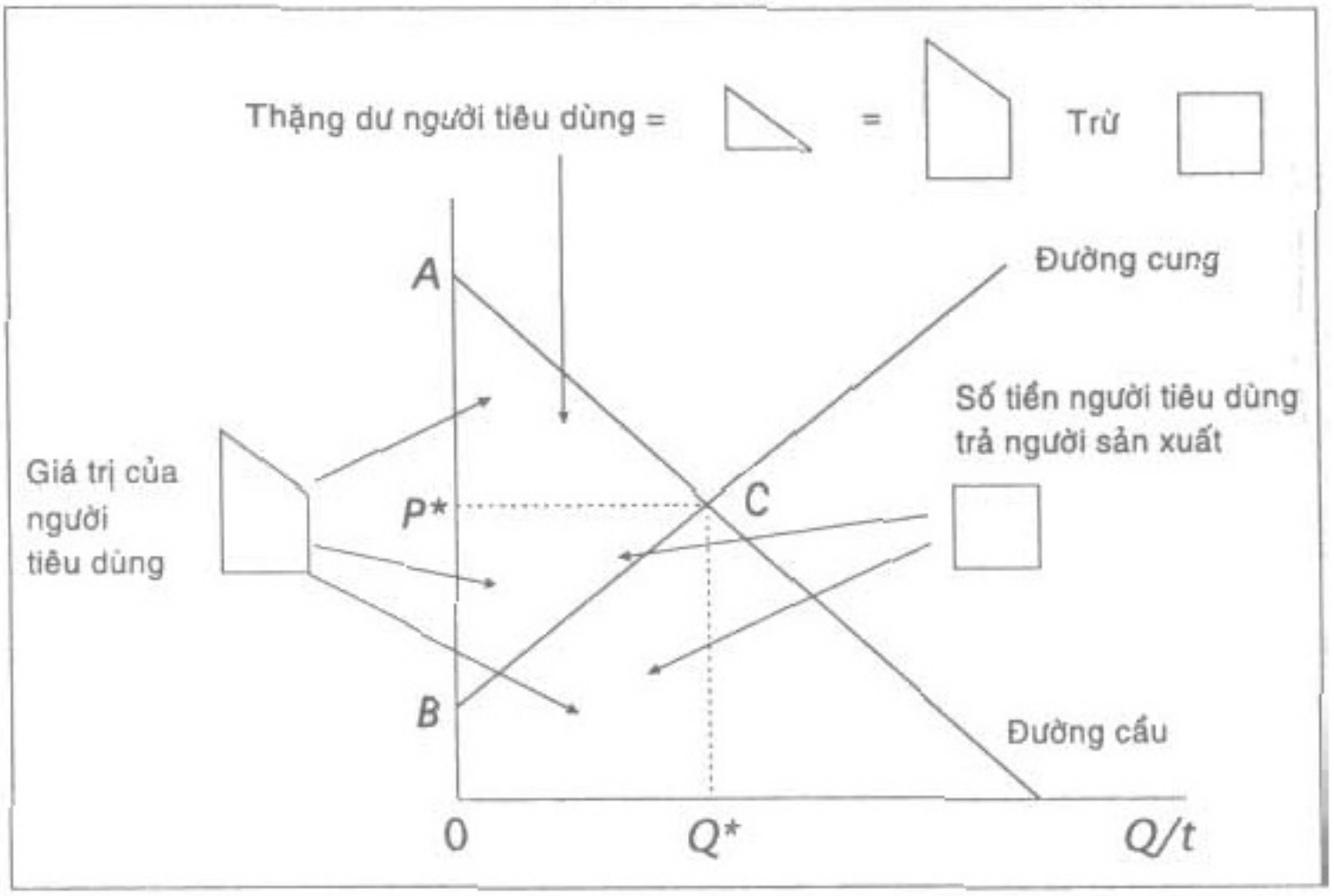
Thặng dư người tiêu dùng
Giá trị bạn nhận được từ sản phẩm lớn hơn số tiền bạn trả

Thặng dư nhà sản xuất

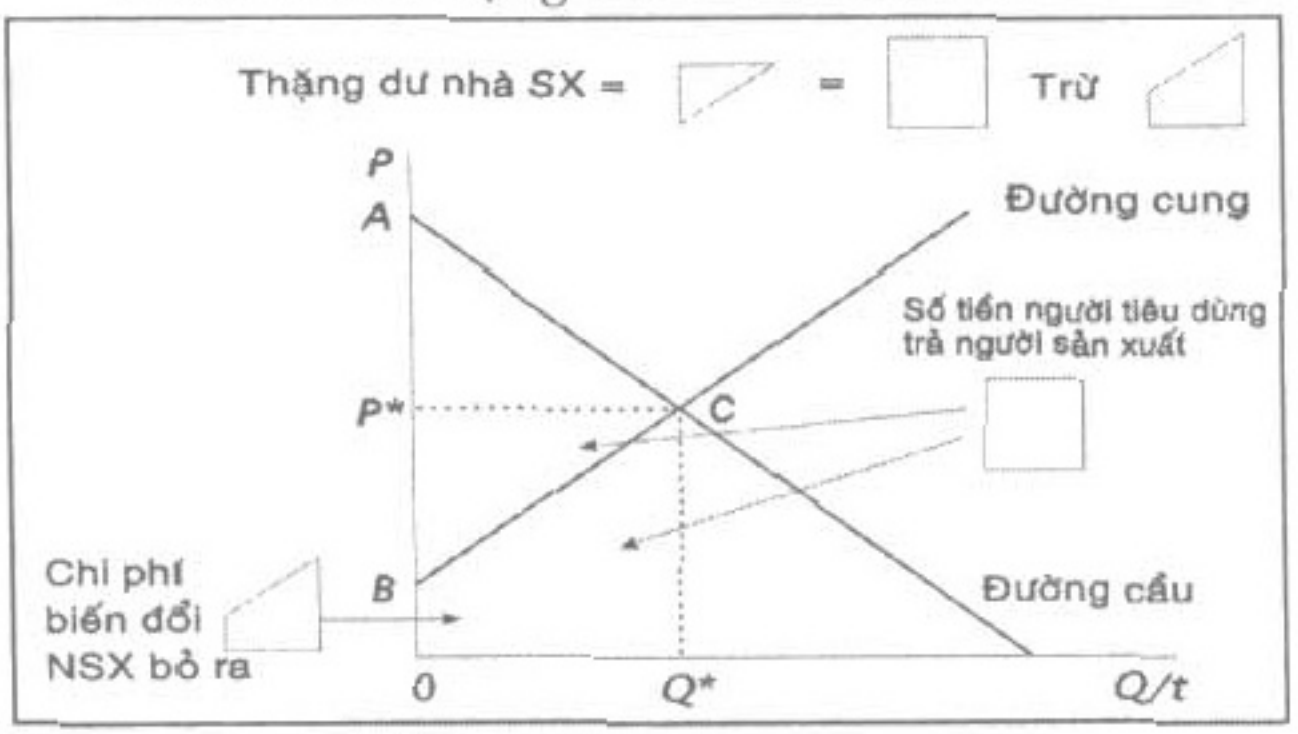
Các doanh nghiệp cũng hưởng lợi từ sự trao đổi. Trong mục "điều cần biết về cung" ở Chương 2 đường cung thì dốc lên vì nó là đường cong chi phí biên tế, và chi phí biên tế tăng dần. Cũng như khi ta cộng thêm các lợi ích biên tế vào để có giá trị người tiêu dùng ở Hình 3.12, bây giờ ta cộng thêm các chi phí biên tế cho mỗi đơn vị sản phẩm ở Hình 3.12 để có được chi phí biến đổi tổng cộng của nhà sản xuất (là hiệu số giữa tổng chi phí và chi phí cần để khởi sự doanh nghiệp)

http://tieulun.hopto.org

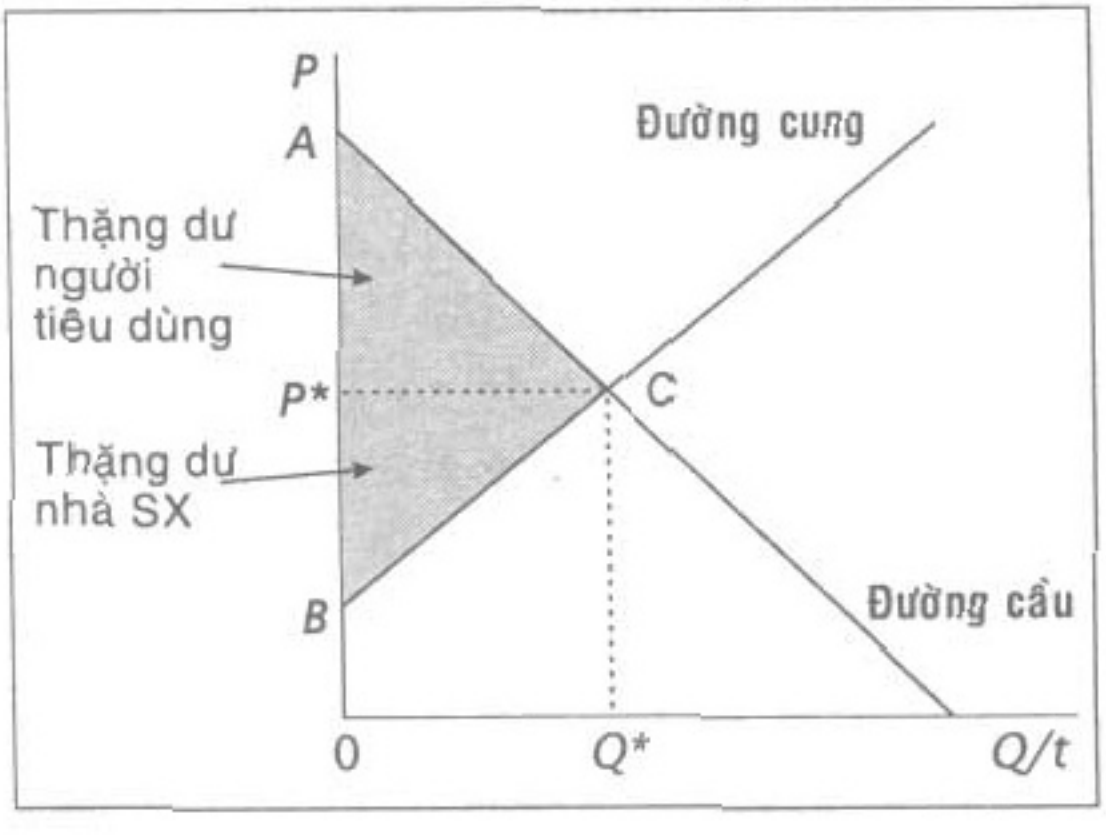
Hình 3.12: Thặng dư người tiêu dùng.



Hình 3.13: Thặng dư nhà sản xuất.



Hình 3.14: Lợi ích ròng xã hội



http://tieulun.hopto.org

Thặng dư nhà sản xuất
Số tiền doanh nghiệp nhận được vượt quá chi phí biên tế.

Kết quả là chúng ta có thể đo tổng biến phí là diện tích dưới đường cung từ 0 đến Q*, có dạng hình thang và giới hạn bởi các chữ OBCQ*. Số tiền người tiêu dùng trả cho nhà sản xuất cũng chính là hình chữ nhật OP*CQ* trong Hình 3.12, hiệu số này nhà kinh tế học gọi là **thặng dư nhà sản xuất**, nó có dạng hình tam giác và giới hạn bởi các chữ BP*C.

Lợi ích ròng xã hội được thể hiện trong Hình 3.14, là thặng dư người tiêu dùng công thặng dư nhà sản xuất. Có nghĩa là, nếu thị trường không hiện hữu, người tiêu dùng sẽ mất thặng dư của họ và nhà sản xuất sẽ mất thặng dư của họ. Vì thị trường hiện hữu, cả hai đều có lợi.

Thất bại của thị trường
Tình hình kết quả thị trường không phải là kết quả đạt hiệu quả về kinh tế.

Thất bại của thị trường

Hãy đọc lại câu cuối của đoạn trên. Dường như thị trường làm việc hoàn hảo và không bao giờ cần chính phủ can thiệp. Trực giác bạn biết rằng điều này không đúng. Một thị trường có thể thất bại vì nhiều nguyên nhân. Các hoạt động của người tiêu dùng hay nhà sản xuất có thể gây hại cho bên thứ ba, một sản phẩm có thể không đem lại lợi nhuận cho một công ty khi nó được bán dù xã hội được hưởng lợi từ sản phẩm này, người mua có thể không có sự lựa chọn đúng đắn do tính phức tạp của quyết định này, hoặc một người mua hay một người bán có sức mạnh kiểm soát quá lớn.

Sự ngăn cản sử dụng
Mức độ tiêu thụ hàng hóa do người bán chỉ dành cho người có thể trả tiền sử dụng.

Cạnh tranh
Mức độ tiêu dùng của một người làm giảm giá trị hàng hóa của người tiêu dùng kế tiếp

Sản phẩm tư nhân thuần túy
Hàng hóa có cả hai đặc tính ngăn cản sử dụng và cạnh tranh

Mỗi vấn đề như vậy dẫn đến **thất bại của thị trường** – là tình huống mà kết quả của thị trường không phải là kết quả đạt hiệu quả kinh tế. Trong các chương tới, chúng ta sẽ khám phá từng loại thất bại của thị trường.

Nói chung, sản phẩm có thể được phân chia thành 4 loại căn cứ vào mức độ tiêu thụ sản phẩm bị khống chế bởi người bán, chỉ bán cho ai có thể trả được giá – gọi là **sự độc quyền**, và phụ thuộc vào mức độ mà sự tiêu dùng của một người sẽ làm giảm giá trị của hàng hóa đối với người tiêu dùng tiếp theo – gọi là **tranh giành**. Các sản phẩm, như miếng Pizza, có mức độ cao của cả

Sản phẩm công thuần túy
Hàng hóa không có đặc tính ngăn cản hay cạnh tranh.

Hàng hóa công có thể loại bỏ khách hàng
Hàng hóa có tính ngăn cản sử dụng nhưng không cạnh tranh.

Hàng hóa công có thể tắc nghẽn
Hàng hóa có đặc tính cạnh tranh nhưng không ngăn cản sử dụng.

hai tính chất trên, bánh pizza có thể ngăn bạn tiêu dùng nếu bạn không trả tiền, và khi bạn đã dùng bánh pizza, cái bánh đã không còn cho người khác. Vì vậy, nhà kinh tế gọi pizza là **sản phẩm tư nhân thuần túy**. Mặt khác, quân đội bảo vệ mọi công dân khỏi sự xâm lấn của nước không kể việc họ đóng thuế bao nhiêu, và sự thành công của quân đội trong việc này không bị giảm sút bởi số người họ phải bảo vệ. Nhà kinh tế học gọi quốc phòng là một **sản phẩm công thuần túy** bởi vì nó không cạnh tranh cũng không có độc quyền.

Ngoài hai thái cực trên, có các hàng hóa có đặc tính tư nhân (công) nhiều và tính công cộng (tư nhân) thấp. Các công ty truyền hình cáp có thể dễ dàng loại khách hàng của họ trong việc xem phim HBO, nhưng việc xem phim HBO của một khách hàng sẽ không ảnh hưởng việc xem phim của người khác. HBO là sản phẩm có thể ngăn không cho xem nhưng không có tính cạnh tranh. Nhà kinh tế gọi các sản phẩm như vậy là **hàng hóa công có thể loại bỏ khách hàng**. Tương tự, một đường phố là thí dụ một sản phẩm hầu như không thể ngăn cấm các công dân sử dụng nhưng thường mang tính cạnh tranh (kẹt xe chẳng hạn). Các sản phẩm như vậy các nhà kinh tế gọi là **hàng hóa công có thể tắc nghẽn.**

HIỂU CHI TIẾT THÊM

TỔN THẤT VÔ ÍCH

Khi thị trường không cân bằng, thặng dư người tiêu dùng cộng với thặng dư nhà sản xuất sẽ không lớn so trạng thái cân bằng. Tam giác ABC này có thể lớn hơn. Nếu mức tiêu thụ lớn hơn Q*, thì người tiêu dùng sẽ trả nhiều hơn mức họ nghĩ sản phẩm đáng giá, hoặc các nhà sản xuất chưa đạt chi phí biên của họ, hoặc cả hai vấn đề trên. Nếu mức tiêu thụ nhỏ hơn Q*, người tiêu dùng mong muốn được mua nhiều hơn (và họ sẽ đạt thặng dư tiêu dùng nhiều hơn), hoặc các doanh nghiệp muốn bán nhiều hơn (và họ sẽ đạt thặng dư sản xuất nhiều hơn), hoặc cả hai. Nếu tam giác nhỏ hơn ABC, thì sẽ có **tổn thất vô ích**. Tổn thất vô ích này là số đo nhà kinh tế dùng để thảo luận sự không hiệu quả của thị

Tổn thất vô ích
Tổn thất phúc lợi xã hội do sản xuất quá ít hay quá nhiều

http://tieulun.hopto.org

trường, khi có vấn đề như ô nhiễm không khí hoặc khi chính quyền thiết lập một hàng rào đối với việc thả nổi giá tự do, như mức lương tối thiểu.

Để xem tổn thất vô ích sẽ phù hợp với mô hình cung cầu thế nào, giả định rằng vì lý do nào đó giá không thể là P* nhưng là P'. Hình 3.15 cho thấy tác động của điều này khi P' lớn hơn P* và Hình 3.16 cho thấy tác động của điều này khi P' nhỏ hơn P* . Trong cả hai trường hợp sản lượng mới sẽ nhỏ hơn sản lượng cân bằng, vì người tiêu dùng sẽ không muốn mua nhiều hơn Q' với giá P' cao hơn P* trong Hình 3.15, và nhà sản xuất sẽ không muốn bán nhiều hơn Q' trong hình 3.16 với giá P' thấp hơn P*.

Trong Hình 3.15 giá cao hơn P*, với giá này dù nhà sản xuất sẽ muốn bán nhiều hơn sản lượng cân bằng ban đầu, người tiêu dùng sẽ muốn mua ít hơn. Trừ khi người tiêu dùng bó buộc phải mua, họ sẽ chỉ mua Q'.

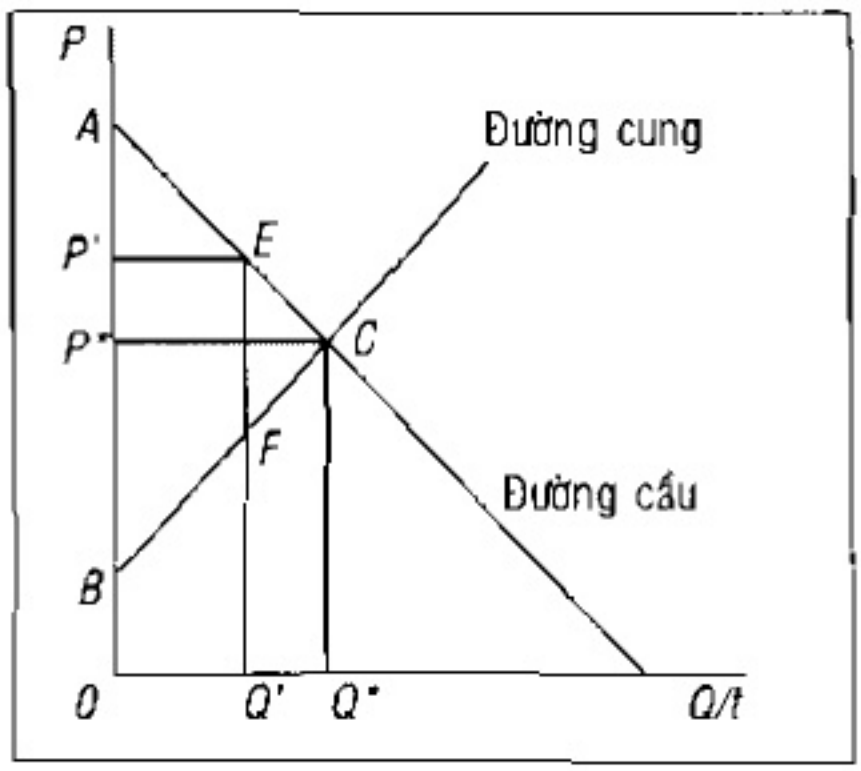
Cho rằng chúng ta có thể tìm ra thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất trong thị trường này và so sánh chúng với kết quả trong Hình 3.14. Diện tích ở dưới đường cầu thể hiện giá trị đối với người tiêu dùng Q' sản phẩm và là OAEQ'. Giá P' nhân với Q' là số tiền người tiêu dùng sẽ trả để có Q', và được thể hiện bởi diện tích OP'EQ'. Hiệu số giữa hai diện tích này, hình P'AE là thặng dư người tiêu dùng. Nó làm nhà sản xuất tốn chi phí OBFQ' về phương diện biến phí để tạo ra số sản phẩm này. Hiệu số giữa số tiền người tiêu dùng trả và chi phí nhà sản xuất là thặng dư nhà sản xuất hình BP'EF, tổng số thặng dư tiêu dùng và sản xuất trong trường hợp này là BAEF, nhưng nó nhỏ hơn ABC, là diện tích tương ứng trong Hình 3.14. Có nghĩa là diện tích FEC bị mất đi do bán tại P' thay vì P*, nhà kinh tế gọi điều này là tổn thất vô ích do bán giá P' thay vì P*.

Trong Hình 3.16 giá thấp hơn P*. Với giá thấp hơn này dù nhà sản xuất sẽ không muốn bán sản lương bằng với điểm cân bằng trước đây, và người tiêu dùng sẽ muốn mua nhiều hơn. Trừ khi nhà sản xuất buộc

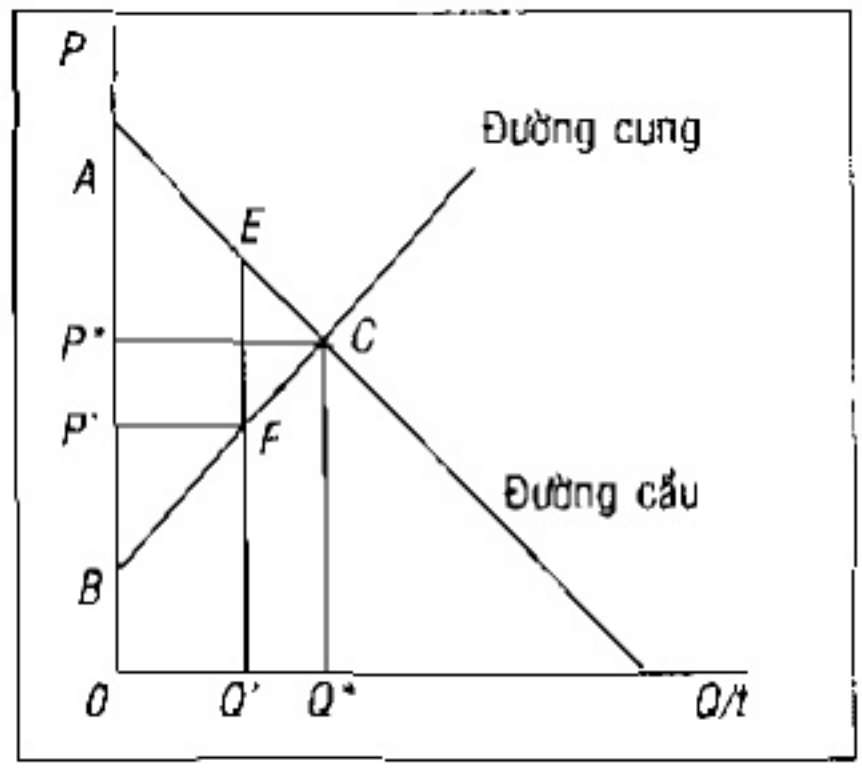
http://tieulun.hopto.org

phải bán sản phẩm họ không muốn bán, họ chỉ sản xuất ở Q'. Chúng ta lại có thể tính thặng dư tiêu dùng và sản xuất trong thị trường này và so sánh nó với trường hợp Hình 3.14. Diện tích dưới đường cầu vẫn thể hiện giá trị đối với người tiêu dùng Q' sản phẩm và vẫn là OAEQ'. Giá P' nhân với Q' vẫn là số tiền người tiêu dùng sẽ trả để có Q', nhưng số tiền bây giờ là diện tích OP'FQ'. Hiệu số giữa hai diện tích này là thăng dư người tiêu dùng, là P'AEF. Trong khi P'BEF chi phí nhà sản xuất là OBFQ' vẫn như cũ, doanh thu đã giảm nên thặng dư sản xuất đã giảm xuống BP'F. Tổng của thặng dư tiêu dùng và sản xuất trong trường hợp này vẫn là BAEF, và vẫn còn nhỏ hơn trường hợp Hình 3.14. Tổn thất vô ích lại được thể hiện bởi diện tích FEC.

Hình 3.15: Tổn thất vô ích khi giá cao hơn P*



Hình 3.16: Tổn thất vô ích khi giá thấp hơn P*



Tóm tắt

Chương này mở rộng mô hình cung và cầu, bằng việc chứng minh tầm quan trọng về phản ứng của sản lượng đối với các thay đổi về giá, và mô hình có thể được dùng như thế nào để chứng minh rằng, sự trao đổi thị trường đem lại kết quả có lợi cho cả người tiêu dùng và nhà sản xuất.

Khi thảo luận về độ đàn hồi chúng ta bắt đầu bằng việc giới thiệu các công thức, định nghĩa các từ đàn hồi và không đàn hồi, và khám phá tại sao đường cầu đối

http://tieulun.hopto.org

với các sản phẩm nào đó có thể đàn hồi, trong khi đối với các sản phẩm khác lại không đàn hồi. Rồi chúng ta đã xem độ đàn hồi của cầu được xác định bởi các sản phẩm thay thế gần gũi như thế nào, và thời gian cần để có sản phẩm thay thế này.

Để kết luận chương này, chúng ta đã thảo luận cách thức chúng ta có thể dùng mô hình cung và cầu để chứng minh rằng, cả người tiêu dùng và nhà sản xuất đều hưởng lợi từ thị trường, và chúng ta đã chứng minh cách thức đo lợi ích của mỗi bên bằng sự xác định thặng dư tiêu dùng và sản xuất. Cuối cùng, chúng ta đã chứng minh cách thức đo lường sự không hiệu quả do ra khỏi điểm cân bằng, qua việc xác định và minh họa khái niệm tổn thất vô ích.

Thuật ngữ then chốt

Hàng hóa có thể bị tắc nghẽn
Thặng dư người tiêu dùng
Độ đàn hồi của cầu theo giá chéo
Tổn thất vô ích
Đàn hồi
Độ đàn hồi
Hàng hóa có thể loại bỏ khách hàng
Sự độc quyền
Độ đàn hồi của cầu đối với thu nhập
Không đàn hồi
Thất bại thị trường
Đàn hồi hoàn toàn
Hoàn toàn không đàn hồi
Độ đàn hồi của cầu đối với giá
Độ đàn hồi của cung đối với giá
Thặng dư nhà sản xuất
Hàng hóa tư thuần túy
Hàng hóa công thuần túy
Tính cạnh tranh
Luật về tổng chi phí
Độ đàn hồi đơn vị

Các chương chủ đề bạn có thể đọc tiếp

Thuốc lá, rượu, thuốc trị bệnh và mại dâm
Được cung cấp bởi chính phủ
Bảo hiểm sức khỏe
Chính sách nông nghiệp
Thương mại quốc tế có đe dọa việc làm ở Hoa Kỳ không?
Mức lương tối thiểu
Kiểm soát tiền thuê

Câu hỏi dành cho bạn

1. Độ đàn hồi của cầu thì liên quan đến độ dốc của đường cầu
   a. Và chỉ độ dốc của đường cầu
   b. Nhưng cũng liên quan với vị trí (giá, sản lượng) trên đường cầu
   c. Nhưng cũng liên quan với độ dốc của đường cung

http://tieulun.hopto.org

d. Và liên quan với sản phẩm thông thường hay thứ cấp

2. Giả sử một doanh nghiệp không thể tính được nhu cầu sản phẩm mà nó bán có đàn hồi hay không, nhưng khám phá rằng mỗi lần tăng giá bán của sản phẩm, tổng doanh thu sẽ giảm. Như vậy sản phẩm có:
   a. Nhu cầu đàn hồi đơn vị
   b. Nhu cầu đàn hồi
   c. Nhu cầu không đàn hồi
   d. Nhu cầu hoàn toàn không đàn hồi
3. Giả sử bạn quan sát thấy các thay đổi nhỏ trong lượng cung dường như gây ra các thay đổi lớn trong giá cả. Bạn sẽ kết luận rằng:
   a. Nhu cầu đàn hồi đơn vị
   b. Nhu cầu đàn hồi
   c. Nhu cầu không đàn hồi
   d. Nhu cầu hoàn toàn không đàn hồi
4. Sự kiện cầu về trứng gà thì không đàn hồi sẽ không làm bạn ngạc nhiên vì:
   a. Chúng là sản phẩm rất rẻ
   b. Nhu cầu của hầu hết thực phẩm thì không đàn hồi
   c. Cung trứng gà thì không đàn hồi
   d. Chúng rất mắc tiền
5. Phối hợp thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất tại điểm cân bằng thì
   a. Thấp hơn trị số tương ứng với mức giá bên dưới điểm cân bằng
   b. Thấp hơn trị số tương ứng với mức giá bên trên điểm cân bằng
   c. Thường có trị số âm
   d. Có thể lớn tùy khả năng
6. Nếu đường cung và cầu là các đường thẳng, thì tại điểm cân bằng cả thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất thì:

http://tieulun.hopto.org

a. Bằng nhau
b. Thể hiện bằng các hình vuông
c. Thể hiện bằng các hình thang
d. Thể hiện bằng các hình tam giác

7. Khi quan sát tác động của một sự thay đổi trong chính sách thương mại, nhà kinh tế dùng thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất để tìm người thắng người thua. Nhà kinh tế thương mại tự do cho rằng:
   a. Không ai lỗ
   b. Mọi người đều lỗ
   c. Có người thắng người thua, nhưng phần lợi của người thắng thì lớn hơn phần lỗ của người thua
   d. Có người thắng và người thua, nhưng phần lỗ của người thua thì lớn hơn phần lợi của người thắng
8. Khi công ty truyền hình vệ tinh có thêm một người đăng ký sử dụng sẽ không thể tác động trên người sử dụng hiện tại. Nghĩa là, không có cạnh tranh trong việc tiêu thụ dịch vụ của họ. Đây là thí dụ về:
   a. Sản phẩm tư nhân thuần túy
   b. Sản phẩm công cộng thuần túy
   c. Sản phẩm công cộng có thể bị tắc nghẽn
   d. Sản phẩm công cộng có thể ngăn ngừa người tiêu dùng
9. Các nhà hoạch định chính sách xem xét việc đưa các chip vi tính vào xe hơi, cho phép người thu thuế tính thuế người lái xe trên cơ sở họ thường lái xe vào các giờ cao điểm như thế nào. Các nhà làm chính sách này đang quan tâm đến sự kiện rằng các xa lộ công cộng là:
   a. Sản phẩm tư nhân thuần túy
   b. Sản phẩm công cộng thuần túy
   c. Sản phẩm công cộng có thể bị tắc nghẽn
   d. Sản phẩm công cộng có thể ngăn ngừa người tiêu dùng

http://tieulun.hopto.org

Hãy suy nghĩ

Giả sử cả cung và cầu xăng đều rất không đàn hồi. Biết rằng sự thay đổi giá xăng kỳ vọng sẽ dịch chuyển cả cung và cầu, hãy giải thích các sự kiện phối hợp này có thể giúp bạn hiểu về việc giá xăng thay đổi nhiều

Hãy thảo luận

Hãy nói về các phương án chọn khi vào đại học. Bạn đã xem xét các trường nào. Bạn có xem xét vấn đề học phí? Nếu trường đại học của bạn ở gần các trường khác, điều này có hàm ý gì về khả năng tăng học phí của trường bạn?

Đằng sau các con số

- Hirschman, Ira, Claire McKnight, and Jonh Pucher
  "Độ đàn hồi của lệ phí cầu đường"
- Giao thông vận tải số 22 (tháng 5/1995)

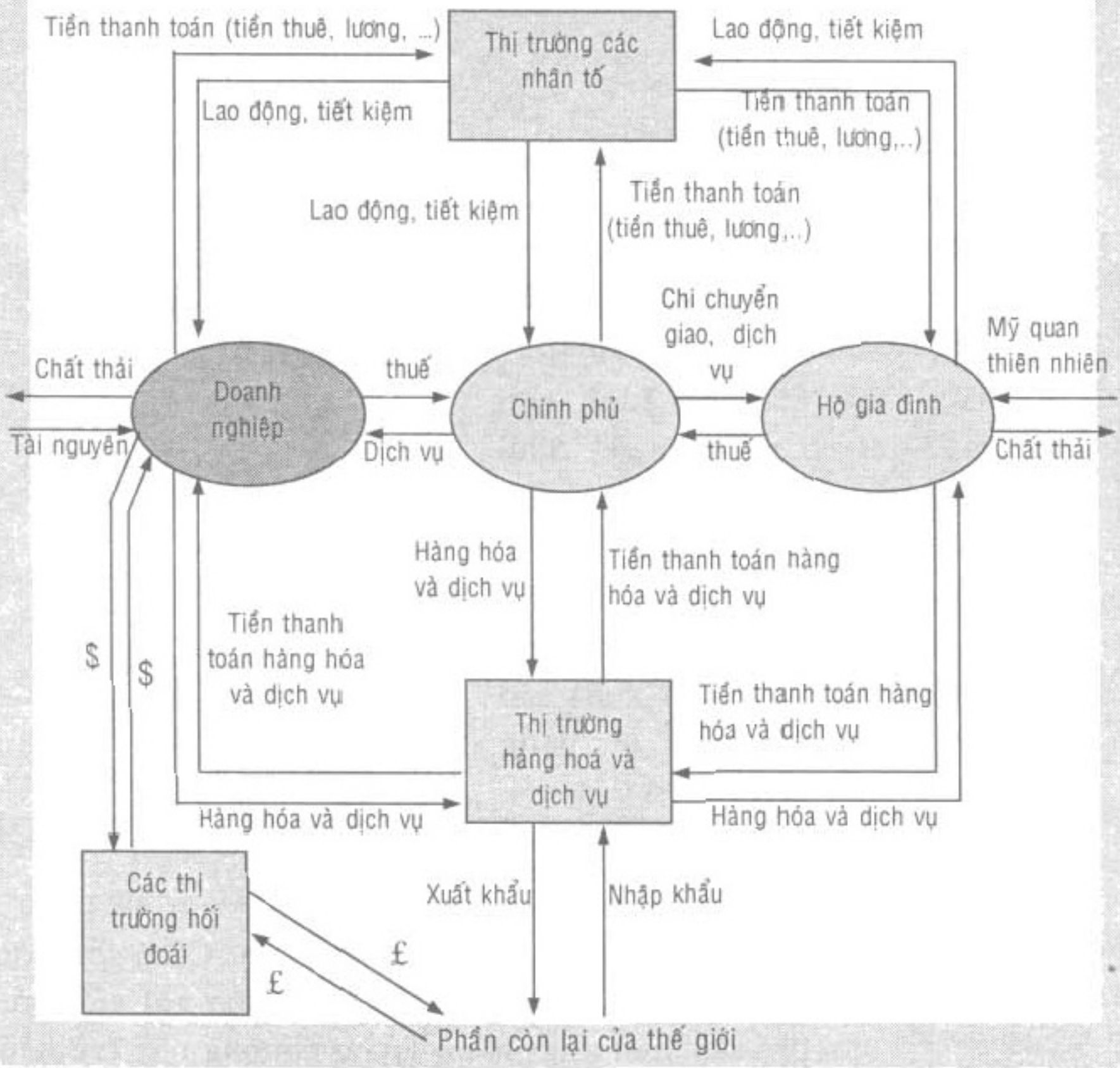
Độ đàn hồi của cầu thực phẩm và chất dinh dưỡng
www.globefish.org/publication/specialseries/vol109/SSEO 803.htm

- Schaller Bruce: "Độ đàn hồi giao thông vận tải"
- Giao thông vận tải số 26 (1999), trang 283-297

Độ đàn hồi của xăng: Độ đàn hồi của giá đối với độ đàn hồi của xăng.

Rolando F.Pelaez (khoa kinh tế, Đại học S.Thomas, Houston, Texas)

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào sản xuất, chi phí và thu nhập của các doanh nghiệp.

CHƯƠNG 4:

SẢN XUẤT, CHI PHÍ VÀ THU NHẬP CỦA DOANH NGHIỆP

Mục tiêu chương này

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu mối quan hệ giữa sản xuất và chi phí, và quan hệ giữa doanh thu và thu nhập
- Biết rằng các mô hình sản xuất đặt cơ sở trên giả định rằng các doanh nghiệp tìm cách cực đại lợi nhuận
- Hiểu được việc cực đại lợi nhuận có nghĩa là các doanh nghiệp tổ chức sản xuất sao cho chi phí biên tế bằng doanh thu biên tế

Chủ đề của chương

- Sản xuất
- Chi phí
- Thu nhập
- Cực đại lợi nhuận
- Tóm tắt

Lợi nhuận
Số tiền một doanh nghiệp tạo ra: doanh thu – chi phí

Công việc của doanh nghiệp là kiếm tiền, và tiền doanh nghiệp kiếm được là **lợi nhuận**. Cách thức doanh nghiệp kiếm lợi nhuận là bán hàng hóa với giá lớn hơn chi phí sản xuất sản phẩm. Trong chương này (và hầu hết trong cuốn sách này) chúng ta có giả định đơn giản hóa rằng không có điều gì ảnh hưởng đến doanh nghiệp hơn việc cực đại hóa lợi nhuận. Dù đây là sự phóng đại, nó gần với sự thật một cách hợp lý, và chấp nhận nó như sự thực sẽ đơn giản hóa đáng kể công việc của chúng ta. Trong chương này không có gì là đơn giản, nhưng bạn sẽ thoải mái vì thật ra nó có thể phức tạp hơn.

http://tieulun.hopto.org

Với giả định đơn giản hóa về cực đại hóa lợi nhuận thực dụng, chúng ta có thể phân tách các vấn đề thành hai phía: phía chi phí và phía doanh thu. **Chi phí** là số tiền phát sinh khi doanh nghiệp sản xuất hàng hóa để bán. **Doanh thu** là số tiền doanh nghiệp nhận được do bán hàng hóa.

Chi phí
Chi phí phải chịu để sản xuất hàng hóa và dịch vụ thương mại.

Doanh thu
Số tiền doanh nghiệp nhận được từ việc bán hàng hóa và dịch vụ.

Thật quan trọng để hiểu tại sao nhà kinh tế tập trung vào chi phí phát sinh thay vì vào chi phí phải trả. Các kế toán viên chỉ tập trung vào chi phí phải trả để doanh nghiệp sản xuất, nhưng nhà kinh tế còn chú ý chi phí cơ hội của các phương án chọn. Để hiểu các khái niệm về **chi phí kinh tế** và **chi phí kế toán**, hãy xem một chủ doanh nghiệp mới khỏi sự đã rời một công ty với mức lương 50000 $ một năm và đầu tư 100000 $ tiền mặt (lãi suất 6%) để khởi sự doanh nghiệp. Một kế toán viên sẽ không xem 50000 $ doanh thu liên quan đến nghề nghiệp đã bỏ, hay 6000 $ một năm tiền lãi mất đi như chi phí của doanh nghiệp nhưng nhà kinh tế thì sẽ đồng ý như vậy. Trong phần còn lại của chương này và toàn bộ phần kế tiếp, tất cả chi phí là chi phí kinh tế.

Chi phí kinh tế
Tất cả các chi phí của một doanh nghiệp, chi phí doanh nghiệp phải trả và các chi phí phát sinh dưới dạng chi phí cơ hội mất đi.

Vì lợi nhuận là hiệu số giữa doanh thu và chi phí, chúng ta sẽ có thể dùng điều chúng ta đã phát triển trong các lĩnh vực này, để tìm lượng sản xuất tối đa hóa lợi nhuận sẽ. Rồi chúng ta khảo sát quá trình sản xuất và chi phí phát sinh, tiếp tục thảo luận về khía cạnh doanh thu, sau đó phối hợp hai khía cạnh này để chứng minh các doanh nghiệp sẽ chọn các mức sản xuất trong các tình huống khác nhau như thế nào. Để nối kết tất cả các vấn đề, chúng ta sẽ dùng một thí dụ để giải thích từ đầu đến cuối. Hãy giả định rằng chúng ta đang nói về ngành công nghiệp bộ nhớ vi tính, ngành công nghiệp chế tạo các chip giúp các máy vi tính sử dụng và truy cập thông tin nhanh chóng. Hãy giả định rằng việc sản xuất bộ nhớ vi tính đòi hỏi ba việc: máy móc đắt tiền, nhân lực đào tạo trình độ cao, và chất plastic và kim loại rất đắt tiền để chế tạo chips. Để làm cho vấn đề dễ dàng hơn, hãy giả định rằng chất plastic và kim loại dùng để chế tạo

Chi phí kế toán
Chỉ tính các chi phí mà chủ doanh nghiệp thực sự phải trả.

chips thì miễn phí.

Chúng ta đã luôn có mục nhan đề "Hiểu chi tiết thêm" trong mỗi chương. Vấn đề trong chương này là nội dung trình bày đã được chi tiết hóa nhiều. Đối với các vấn đề phức tạp hơn, một số sinh viên cần giải thích bằng lời nói, một số cần "xem" nó dưới dạng một đồ thị, và một số khác chỉ có thể hiểu với thí du bằng số cu thể. Để tiếp cận vấn đề này, chúng ta xem xét từng vấn đề với một lần dùng chữ viết, một lần dùng diễn giải đồ thị, và rồi với một thí dụ bằng số.

Sản xuất

Diễn giải bằng chữ

Để tiếp cận vấn đề chi phí chúng ta cần biết phải chi bao nhiêu tiền để sản xuất hàng hóa. Rồi chúng ta có thể thiết lập một quan hệ đầu vào – đầu ra gọi là **hàm số sản xuất**, và chúng ta sẽ làm việc này dưới dạng một đồ thị. Đồ thị sẽ cho thấy chúng ta cần bao nhiêu nguồn lực để sản xuất các sản lượng đầu ra khác nhau. Từ hàm sản xuất đó chúng ta có thể tìm ra chi phí của các yếu tố sản xuất khác nhau. Từ **hàm chi phí** ta có thể hình dung ra mỗi yếu tố sản xuất chi phí trung bình là bao nhiêu, và mỗi số lượng thêm vào sẽ chi phí bao nhiêu.

Hàm số sản xuất
Đồ thị thể hiện số nguồn lực cần thiết để sản xuất các sản lượng khác nhau

Hàm chi phí
Đồ thị thể hiện chi phí của các sản lượng khác nhau

Dĩ nhiên đây là việc đặt lưỡi cày trước con trâu. Trước khi doanh nghiệp quyết định sản xuất bao nhiêu, họ phải quyết định sản xuất gì. Trong thí dụ của chúng ta, con chip bộ nhớ doanh nghiệp sản xuất không làm để chơi. Các nhà thiết kế vi tính đầu tiên quyết định rằng máy tính của họ sẽ hoạt động tốt hơn, nếu chúng ta có một vị trí tạm thời để lưu trữ và truy xuất thông tin nhanh. Các công ty chế tạo chip hoạt động cung cấp cho công nghiệp máy tính các linh kiện để có thể lưu trữ tạm thời dữ liệu. Phần còn lại của mục này và chương này chúng ta sẽ giả định rằng: Doanh nghiệp đang hoạt động, và đơn giản cố gắng tính dược sẽ sản xuất bao nhiêu chip tại mỗi thời điểm.

Để chế tạo bất kỳ sản phẩm nào ban cần có các yếu

http://tieulun.hopto.org

Đầu vào cố định
Các nguồn lực không thay đổi

Đầu vào biến đổi
Các nguồn lực có thể thay đổi dễ dàng

tố **đầu vào cố định** và **biến đổi**. Nghĩa là bạn cần có các nguồn lực bạn không thể thay đổi được và các nguồn lực có thể thay đổi. Trong thí dụ của chúng ta, nhà máy và thiết bị trong nhà máy được gọi là đầu vào cố định vì chúng không thay đổi dễ dàng được, không thêm vào hay bó bớt được. Mặt khác, nhân lực hoạt động các máy móc này dễ dàng thay đổi được. Bạn có thể thuê người và cho nghỉ việc dễ dàng và nhanh chóng hơn so với thay đổi một thiết bị. Con người và các nguồn lực dễ dàng thay đổi gọi là các đầu vào biến đổi.

Bước đầu tiên trong quá trình của chúng ta trong việc ước tính được sẽ sản xuất bao nhiêu chip, là tính toán được bao nhiêu nguồn lực cần thiết để sản xuất số lượng đa dạng các con chip này. Dĩ nhiên, nếu không có nhân lực sẽ không sản xuất được. Nếu chỉ có một ít nhân lực, như tại điểm B Hình 4.1 sản xuất sẽ không nhiều lắm, vì các công nhân này không thể chuyên môn hoá trong từng công đoạn đặc biệt của quá trình sản xuất. Thời gian lãng phí khi chuyển từ công đoạn này sang công đoạn khác, và cần thời gian để thuần thục công việc, chỉ làm việc ở mỗi công đoạn sản xuất và khi họ giỏi ở công đoạn này, là lúc ho chuyển sang công đoạn khác.

Việc thêm vào vài công nhân nữa sẽ giải quyết vấn đề đó và mức sản xuất sẽ tăng lớn hơn. Các công nhân sẽ chia các công việc theo cách thức mỗi công nhân có thể thuần thục và không phải chuyển công việc. Sự chuyên môn hoá này được gọi là sự **phân chia lao động**, và tác động của nó là với một sự gia tăng nhỏ về lao động, chúng ta có thể dat sự gia tăng đầu ra lớn lao.

Phân công lao động
Các công nhân chia các công việc theo cách mỗi công nhân có thể tạo dược động lực và không phải chuyển công việc.

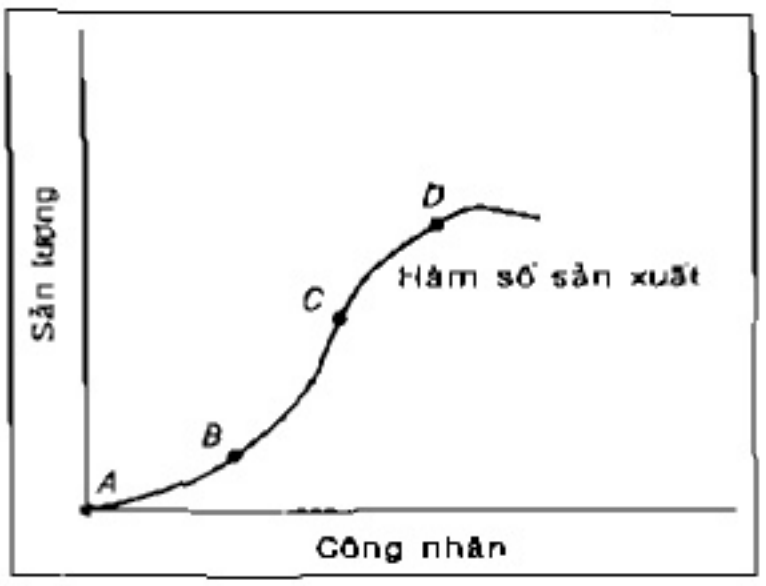
Dù ở điểm nào đó có đủ công nhân để thực hiện công việc như tại điểm D, và thêm công nhân sẽ không tăng sản lương nhiều. Có vài công việc cũng không dễ dàng phân chia được. Dù tình huống thường là nhiều công nhân hơn sẽ làm tăng đầu ra, các công nhân thấy rằng nhà máy và thiết bị hiện hữu có quy mô quá nhỏ để có thể đạt kết quả cao nhất khi tuyển thêm nhân viên

http://tieulun.hopto.org

Năng suất giảm dần Khái niệm có một điểm ở đó nguồn lực thêm vào làm tăng sản lượng nhưng với tốc độ giảm dần.

mới. Kết quả là đầu ra không tăng nhanh như trước đây. Hiện tượng này được các nhà kinh tế gọi là **năng suất giảm dần**, là một giả định trung tâm của chương này cũng như chương kế tiếp.

Hình 4.1: Hàm sản xuất



Bảng 4.1: Thí dụ bằng hàm số sản xuất

Lao động	Tổng sản lượng	Sản lượng tăng thêm của nhóm công nhân
0	0	
1	100	100
2	317	217
3	500	183
4	610	110
5	700	90
6	770	70
7	830	60
8	870	40
9	900	30
13	1,000	100

Diễn giải bằng đồ thị

Dùng cùng ý tưởng như vừa trình bày, hãy xem Hình 4.1, điểm A bắt đầu tại điểm gốc bởi vì như đã chỉ ra trong mục trước, nếu bạn không có công nhân nào bạn sẽ không có đầu ra. Khi có quá ít công nhân làm việc ở nhà máy, họ phải tốn thời gian di chuyển từ công đoạn sản xuất này đến công đoạn khác, nên sự gia tăng sản xuất đem lại bởi nhóm thứ nhất - thì tương đối thấp. Từ đó ta có điểm B, đường cong về bên phái khoảng giữa điểm A và C do sự phân chia lao động. Có nghĩa là khi bạn thêm cùng số lượng công nhân, bạn sẽ đạt lợi ích từ các công nhân chuyên môn hoá và sản xuất do năng suất có tốc độ tăng dần. Khi bạn đạt đến điểm C, sẽ không có đủ nhà máy và thiết bị để phân công thêm các công nhân một cách hiệu quả hơn. Đường cong sẽ cong về bên trái do năng suất giảm dần của nhà máy và thiết bị hiện hữu.

http://tieulun.hopto.org

Thí dụ bằng số

Bây giờ hãy xem xét cùng khái niệm trên bằng cách dùng các con số trong Bảng 4.1. Tiếp tục thí dụ con chip bộ nhớ ở trên, giả định cột đầu tiên thể hiện các nhóm công nhân, cột thứ hai thể hiện tổng đầu ra sản xuất, và cột thứ ba thể hiện sản lương đầu ra tăng thêm khi có thêm nhóm công nhân. Vì các con chip bộ nhớ không thể tự xuất hiện, không có nhóm lao động tương ứng với đầu ra bằng 0. Giả định rằng nhóm công nhân đầu tiên sản xuất 100 đơn vị, nhưng khi thêm nhóm công nhân thứ hai, sản xuất được tổng cộng 317 đơn vị. Nghĩa là nhóm thứ hai góp thêm 217 đơn vị sản xuất. Giả sử nhóm thứ ba đóng góp ít hơn, 183 đơn vị như vậy số tổng cộng là 500 đơn vị. Sẽ cần 5 nhóm công nhân để sản xuất 700, 9 nhóm để sản xuất 900, và 13 nhóm để sản xuất 1000 đơn vị, thì ta sẽ có sự việc tương tự như điều ta thấy trong diễn giải đồ thị. Nghĩa là khi thêm công nhân thì có thêm sản phẩm. Nhóm công nhân thứ nhất không có năng suất lắm, vì họ chưa thể chuyên môn hoá, trái lại nhóm thứ hai có năng suất vì họ có thể chuyên môn hoá. Trong mỗi trường hợp, càng thêm các nhóm công nhân vào, hiệu suất sẽ giảm vì các công nhân bị giới hạn bởi nhà máy và thiết bị hiện hữu.

Chúng ta đã diễn giải vấn đề sản xuất về phương diện cách thức phối hợp các số lượng công nhân khác nhau, với một số lượng nhà máy và thiết bị cố định để chế tạo các chip bộ nhớ vi tính. Chúng ta sẽ bàn tiếp về chi phí chi trả cho các công nhân và trả cho máy móc là bao nhiêu.

Chi phí

Diễn giải bằng chữ

Chi phí cố định
Chi phí sản xuất không thể thay đổi được

Khi chúng ta biết cần bao nhiêu công nhân để sản xuất các chip vi tính chúng ta có thể tìm ra chi phí chế tạo các con chip này là bao nhiêu. Việc đầu tiên xem xét là có các chi phí sản xuất không thể thay đổi. Trong thí

http://tieulun.hopto.org

Chi phí biến đổi
Chi phí sản xuất có thể thay đổi được.

dụ của chúng ta các **chi phí cố định** là các chi phí nhà máy và thiết bị mà sở hữu. Chi phí có thể thay đổi như số công nhân tuyển dụng cho nhà máy, được gọi là **chi phí biến đổi**. Công việc bây giờ là so sánh các con chip bộ nhớ với chi phí chế tạo các chip này.

Để thực hiện điều này cần bốn khái niệm: chi phí biên tế, tổng chi phí trung bình, biến phí trung bình, chi phí cố định trung bình.

Chi phí biên tế (MC)
Chi phí tăng thêm tương ứng với tăng thêm một đơn vị sản lượng.

Chi phí biên tế (MC) là sự gia tăng chi phí tương ứng với một đơn vị sản xuất. Vì tổng chi phí luôn tăng, chi phí biên tế luôn luôn dương. Vì tổng chi phí tăng nhanh ở mức đầu ra thấp, chi phí biên tế thì cao tại mức đầu ra (sản lượng) thấp, tuy nhiên tổng chi phí tăng chậm hơn nhiều ở các mức đầu ra trung bình, nên chi phí biên tế cũng thấp hơn nhiều ở mức này. Cuối cùng, tổng chi phí sẽ tăng nhanh ở các mức sản lượng đầu ra cao, chi phí biên tế cũng cao trong phạm vi này. Vậy chi phí biên tế ban đầu cao, giảm trong khoảng thời gian kế tiếp, sau đó tăng trở lại.

Tổng chi phí trung bình (ATC)
Tổng chi phí chia cho sản lượng, là chi phí sản xuất một đơn vị sản lượng

Tổng chi phí trung bình (ATC) là chi phí sản xuất đơn vị sản phẩm. Vì chi phí gồm có chi phí cố định có thể rất cao, tổng chi phí trung bình sẽ cao tại các mức sản lượng thấp. Nó sẽ giảm dần khi sản xuất có năng suất hơn và chi phí cố định được phân bổ trên các mức sản lượng lớn hơn. Khi sản xuất lên tới các mức cao hơn, chi phí biên tế tăng dần, hai tác động này sẽ tương tác với nhau và tổng chi phí trung bình sẽ giảm với tốc độ chậm hơn. Thực ra chi phí biên tế tăng sẽ làm giảm tỷ lệ phân bổ chi phí cố định cho các mức sản lượng cao dần, và tổng chi phí trung bình tăng trở lại.

Biến phí trung bình (AVC)
Tổng biến phí chia cho sản lượng là biến phí bình quân một đơn vị sản lượng.

Biến phí trung bình (AVC) cũng bị ảnh hưởng bởi các thay đổi tương tự về hiệu suất đối với đường cong chi phí biên tế. Vì nó là chi phí trung bình, các biến động sẽ giảm bớt, nên các mức cao và các mức thấp đều không biến động nhiều.

Chi phí cố định trung bình (AFC) giảm liên tục vì chi phí sản xuất cố định sẽ được phân bổ trên các mức

http://tieulun.hopto.org

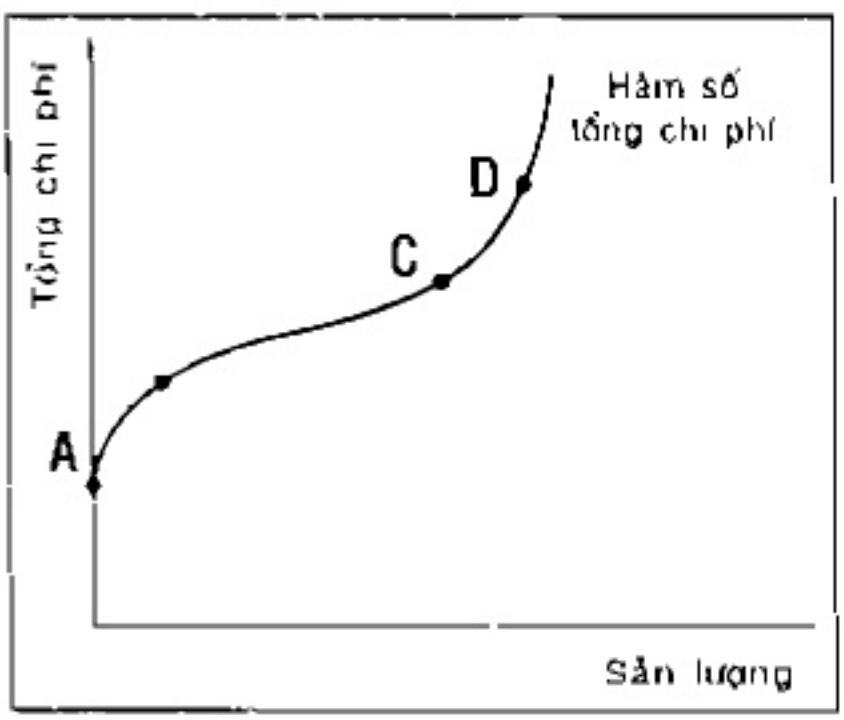
sản xuất ngày càng lớn. Ngoài ra chi phí cố định trung bình là khoảng cách thẳng đứng giữa tổng chi phí trung bình và biến phí trung bình.

Chi phí cố định trung bình (AFC) Tổng định phí chia cho sản lượng là định phí bình quân một đơn vị sản lượng

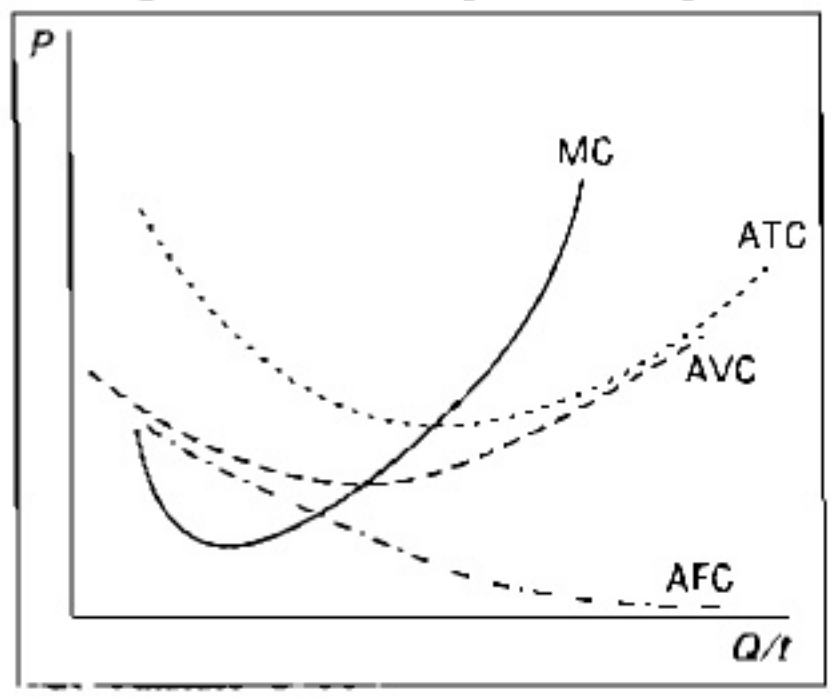
Các khái niệm chi phí này là cơ sở cho phần lớn các nội dung tiếp theo trong chương này và chương kế tiếp.

Xem lại Hình 4.1, bạn có thể thấy tại điểm A ta sẽ không phải trả lương cho các công nhân (vì chưa có công nhân nào), nhưng ta vẫn phải trả chi phí cố định. Kết quả là điểm A trong Hình 4.1 sẽ tương ứng với điểm A trong Hình 4.2. Chúng ta có các công nhân tại điểm B phải trả lương, và họ chưa có năng suất. Lưu ý rằng không phải lỗi của họ vì có quá ít công nhân để có thể chuyên môn hoá. Điểm B ở Hình 4.2 vì vậy cao hơn điểm A (vì phải trả lương công nhân) nhưng không nằm xa về bên phải (vì họ không sản xuất được nhiều chip).

Hình 4.2: Hàm chi phí tổng công.



Hình 4.3: Chi phí biên tế, tổng chi phí trung bình, biến phí trung bình



Điểm C ở Hình 4.1 cho thấy các công nhân làm việc rất có năng suất nên với cùng sự gia tăng về chi phí thì mức tăng sản xuất đáng kể. Vậy điểm C trong Hình 4.2 cũng cao hơn điểm B nhưng ở xa hơn đáng kể về bên phải. Điểm D ở Hình 4.1 cho thấy khi thêm số công nhân nữa, sản xuất không tăng thêm nhiều. Số công nhân này phát sinh thêm lương, vậy điểm D ở Hình 4.2 cao hơn điểm C nhưng không nằm xa hơn nhiều về bên phải. Nối các điểm này được đồ thị hàm số tổng chi phí. Đồ thị

http://tieulun.hopto.org

cho thấy hàm số sẽ giúp chúng ta hiểu và ra quyết định về chi phí sản xuất và số lượng sản xuất như thế nào.

Chúng ta đã tập trung vào việc tính tổng chi phí sản xuất ở các mức sản lượng khác nhau. Khi tính được tổng doanh thu, chúng ta có thể tính được lợi nhuận. Tuy nhiên trước khi đề cập đến điểm này, chúng ta cần bốn hàm số chi phí khác: chi phí biên tế, chi phí trung bình, chi phí cố định trung bình, tổng chi phí trung bình. Trong các khóa học kinh tế học cấp cao hơn, sinh viên được yêu cầu tìm ra các hàm số chi phí từ hàm tổng chi phí. Khi bạn suy một hàm số từ hàm số khác, bạn vận dụng hàm số gốc (trường hợp này là tổng chi phí) để vẽ các hàm số phái sinh (trường hợp này là chi phí biên tế, biến phí trung bình, tổng chi phí trung bình).

Thí dụ bằng số

Chúng ta sẽ gặp các khái niệm dễ hiểu hơn khi có kèm theo các con số. Theo dõi thí dụ bằng số ở bảng 4.1, xem Bảng 4.2. Cột thứ nhất thể hiên sản lượng đầu ra. Cột thứ hai, tổng biến phí, căn cứ trên chi phí 2.500$ cho một đơn vị lao động (từ Bảng 4.1) cần thiết để sản xuất đầu ra đó. Cột thứ ba, tổng chi phí cố định, là chi phí của nhà máy và thiết bị và không thay đổi. Cột thứ tư, tổng chi phí, là số cộng của tổng biến phí và tổng định phí. Cột thứ năm, chi phí biên tế, là sự gia tăng tổng chi phí ứng với mỗi mức sản xuất. Cột thứ sáu, tổng chi phí bình quân, là chi phí đơn vị. Cột thứ bảy là biến phí trung bình, là biến phí đơn vị. Cột thứ tám, chi phí cố định trung bình, là định phí đơn vị.

Các loại chi phí này cần vài khóa học về kinh tế học để hiểu rõ. Chúng ta sẽ lướt qua điều này nhưng giải thích ngắn tai sao Hình 4.3 có dạng như vậy. Bắt đầu với điều dễ nhất, định phí trung bình, liên tục giảm dần vì cùng một chi phí sẽ được trải trên sản lượng ngày càng tăng. Chi phí biên tế, tổng chi phí trung bình, biến phí trung bình đều bắt đầu có trị số cao, sau đó giảm dần, và rồi tăng dần. Tuy vậy dạng thức thay đổi của chúng khá phức tạp.

http://tieulun.hopto.org

Chi phí biên tế là sự gia tăng chi phí tương ứng với sự gia tăng một đơn vị sản xuất. Có nghĩa dó là "tốc độ tăng" của đường tổng chi phí, có nghĩa là độ dốc của đường cong tổng chi phí. Bạn có thể thấy trong Hình 4.2 rằng tổng chi phí tăng nhanh lúc ban đầu, tăng chậm dần, và rồi tăng nhanh trở lại.

Tổng chi phí trung bình và biến phí trung bình đều có dạng hình chữ U vì chúng bắt đầu ở điểm cao và giảm dần. Hiệu số giữa hai đường cong là định phí trung bình. Vì định phí trung bình giảm khi lượng sản xuất tăng, khoảng cách giữa hai đường cong giảm dần. Chúng đều bị cắt ở đoạn cuối bởi đường cong chi phí biên tế tai các diểm cực tiểu của chúng. Điều này xảy ra do hiệu suất giảm dần, chi phí biên tế tăng đến các diểm, mà ở đó biến phí trung bình rồi đến tổng chi phí trung bình lần lượt bắt đầu tăng.

Để xem cách tính mỗi cột trong Bảng 4.2, hãy nhìn vào sản lượng tăng từ 400 lên 500. Biến phí tương ứng với 400 đơn vị là 6.000$. Biến phí tăng lên 7.500$ khi sản lương tăng tới 500 đơn vị. Chi phí cố định trong cả hai trường hợp là 8.500$. Điều này có nghĩa là tổng chi phí là 14.500$ (6.000$ + 8.500$) đối với 400 sản phẩm và tăng lên 16.000$ (7.500$ + 8.500$) cho 500 sản phẩm. Chi phí cho 100 đơn vị tăng thêm là 1.500$, nên chi phí mỗi đơn vị tăng thêm 15$, vậy chi phí biên tế là 15$. Tổng chi phí trung bình cho 400 đơn vị là 36$ (14.500$/ 400) và $32 (16.000$/ 500) cho 500 đơn vị. Định phí trung bình là 21$ (8.500$/ 400) cho 400 đơn vị và 17$ (8.500$/ 500) cho 500 đơn vị. Nếu bạn vẽ 4 cột cuối cùng theo sản lương, bạn sẽ thấy rằng đường cong chi phí biên tế thực sự có hình chữ Y, và các đường cong tổng chi phí bình quân và biến phí bình quân đều có dạng chữ U, và định phí trung bình giảm đều. Bạn cũng có thể thấy rằng tại sản lương 300 đơn vi, chi phí trung bình giảm cực tiểu. Hơn nữa, bạn có thể thấy rằng đường cong chi phi biên tế cắt đường cong biến phí bình quân tại điểm cực tiểu của nó (với sản lượng 500 đơn vị), và đường cong chi phí biên tế

http://tieulun.hopto.org

cắt đường tổng chi phí bình quân tại điểm cực tiểu của nó (tại sản lượng 700 đơn vị).

Bảng 4.2: Thí dụ bằng số: các hàm số sản xuất

Sản lượng	Tổng biến phí	Tổng định phí	Tổng chi phí	Chi phí biên tế*	Tổng chi phí bình quân	Biến phí bình quân	Định phí bình quân
0	0	8,500	8,500				
100	2,500	8,500	11,000	25	110	25	85
200	3,800	8,500	12,300	13	62	19	43
300	4,800	8,500	13,300	10	44	16	28
400	6,000	8,500	14,500	12	36	15	21
500	7,500	8,500	16,000	15	32	15	17
600	9,500	8,500	18,000	20	30	16	14
700	12,500	8,500	21,000	30	30	18	12
800	17,000	8,500	25,500	45	32	21	10,6
900	22,500	8,500	31,000	55	34	25	9,4
1,000	32,500	8,500	41,000	100	41	32,5	8,5

*Sự thay đổi của tổng chi phí/Sự thay đổi của sản lượng

Thu nhập

Diễn giải bằng chữ

Khía cạnh khác của bất kỳ quyết định sản xuất nào là số lượng tiền thu được từ việc bán hàng hóa. *Để* hiểu về khía cạnh thu nhập, *chúng* ta sẽ cần biết doanh nghiệp có đối thủ không và nếu có thì ở mức độ nào. Thí dụ, nếu một doanh nghiệp có nhiều đối thủ cạnh tranh sản xuất hàng hóa tương tự, thì hành vi của doanh nghiệp sẽ khác với trường hợp chỉ có một mình doanh nghiệp trên thị trường.

Trong vài ngành công nghiệp như nông nghiệp, doanh nghiệp sẽ nhận mức giá không thay đổi không kể lượng họ bán bao nhiêu, hoặc như công ty cung cấp điện năng, khối lượng bán sẽ ảnh hưởng giá cả. Để tìm hiểu sự khác biệt này, đầu tiên hãy giả định nhà sản xuất chip bộ nhớ là một trong nhiều nhà sản xuất chip, rồi ta sẽ thấy điều gì xảy ra khi giả định chỉ có một nhà sản xuất chip.

http://tieulun.hopto.org

Nếu doanh nghiệp sản xuất chip có nhiều đối thủ cạnh tranh, giá cả được thiết lập trên thị trường và doanh nghiệp sẽ không thể kiểm soát. Cung và cầu chip sẽ xác định doanh nghiệp có thể hưởng giá bao nhiêu cho một chip. Để hiểu sự không hiệu quả khi cố gắng định giá hãy hình dung rằng doanh nghiệp cố gắng định giá cao hơn giá thị trường, khi làm như vậy, các nhà chế tạo vi tính có thể sẽ mua toàn bộ số chip từ các đối thủ của doanh nghiệp. Dĩ nhiên doanh nghiệp có thể định giá thấp hơn giá thị trường và sẽ bán được tất cả số lượng sản xuất ra. Mặt khác, doanh nghiệp có thể bán như vậy theo giá thị trường. Vì doanh nghiệp muốn cực đại hoá lợi nhuận và vì có thể luôn luôn bán số lượng mong muốn với giá bằng hay thấp hơn giá thị trường, doanh nghiệp sẽ luôn muốn bán theo giá thị trường.

Hình 4.4 cho thấy thị trường tư ấn định giá cho doanh nghiệp thế nào. Giá này cũng là doanh thu tăng thêm mà doanh nghiệp nhận được từ việc bán thêm một đơn vị sản phẩm. Để hiểu tại sao **doanh thu biên tế (MR)** này bằng với giá bán, hãy xem một tính toán như sau. Nếu giá thị trường là 5, doanh thu của doanh nghiệp là bao nhiêu khi bán một sản phẩm? Câu trả lời: 5. Doanh thu là bao nhiêu nếu bán hai sản phẩm? Trả lời: 10. Gia tăng doanh thu tương ứng với bán một đơn vị sản phẩm là 5, điều này dúng dù ban có giá bán 5, 10, hay 600; giá là doanh thu biên tế.

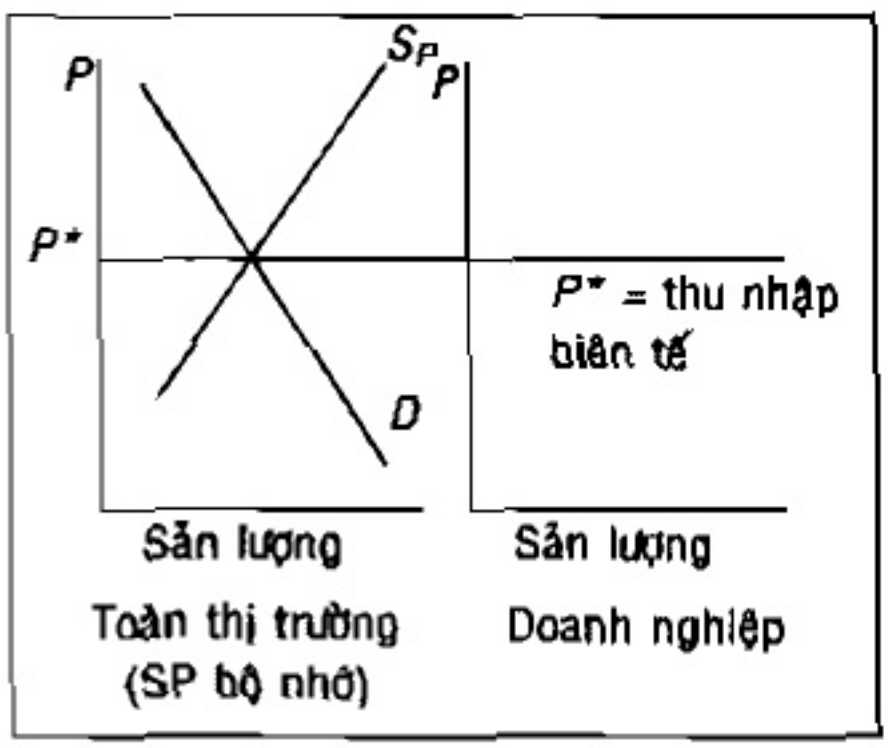
Doanh thu biên tế (MR)
Doanh thu doanh nghiệp có được từ việc bán thêm một đơn vị sản phẩm.

Nếu mặt khác bạn là doanh nghiệp duy nhất bán chip vi tính, nhà chế tạo máy tính phải mua chip bộ nhớ từ doanh nghiệp. Tình huống này thì rất khác khi có nhiều đối thủ cạnh tranh. Thay vì chấp nhân giá cho bởi thị trường, doanh nghiệp sẽ định giá. Thay vì chỉ là một phần nhỏ không đáng kể của thị trường, doanh nghiệp chính là thị trường. Không may là muốn bán nhiều hơn doanh nghiệp chỉ còn cách giảm giá bán. Thí dụ, nếu hiện doanh nghiệp đang bán 1 triệu chip một tuần và doanh nghiệp muốn nâng doanh số lên 2 triệu chip một tuần, doanh nghiệp phải hạ giá bán cho mọi người, ngay

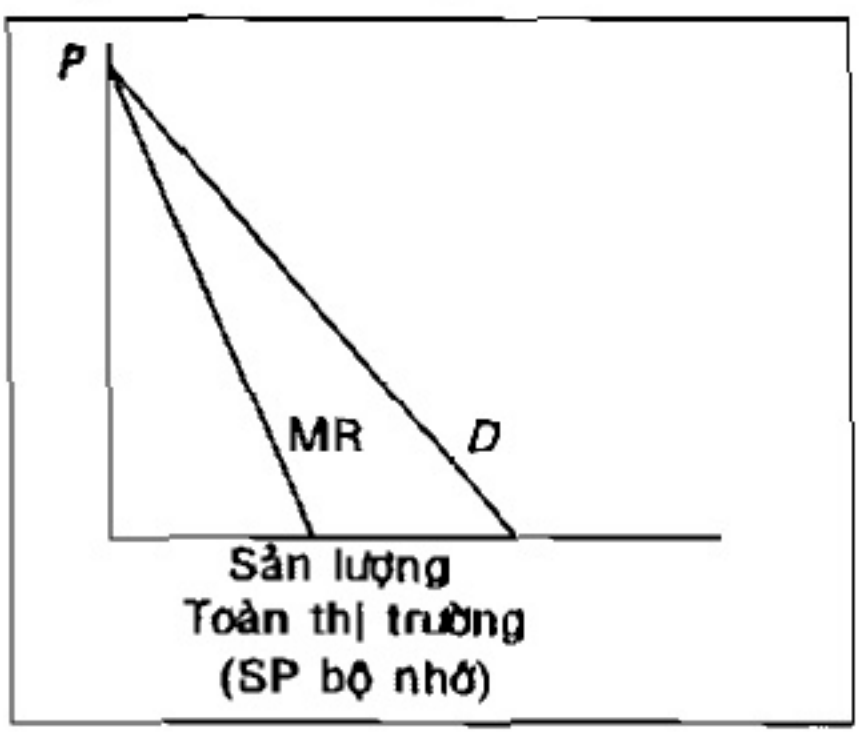
http://tieulun.hopto.org

cá người đã mua 1 triệu chip với giá cao. Có nghĩa là trong Hình 4.5 doanh thu biên tế không phải là đường thẳng nằm ngang mà sẽ giảm xuống khi tăng doanh số.

Hình 4.4: Định giá khi có nhiều đối thủ cạnh tranh



Hình 4.5: Doanh thu biên tế khi không có đối thủ cạnh tranh



Thí dụ bằng số

Với thí dụ bằng số như đã dùng ở trên, giả sử doanh nghiệp là một trong nhiều doanh nghiệp và không có quyền kiểm soát giá. Giả định thêm rằng giá thị trường của chip bộ nhớ là 45$ một đơn vị. Có nghĩa là tổng doanh thu sẽ tăng 45$ cho một đơn vị bán được, và như vậy doanh thu biên tế cho mỗi đơn vị bán được là 45$. Điều này được minh họa trong Bảng 4.3.

Nếu không có đối thủ, nhu cầu thị trường về sản phẩm bộ nhớ đơn giản là nhu cầu đối với doanh nghiệp, có nghĩa là doanh nghiệp phải hạ giá để khách hàng mua thêm bộ nhớ. Phương cách khác xem xét cùng một vấn đề như trên là lưu ý rằng một doanh nghiệp không có đối thủ cạnh tranh có thể ép giá lên cao bằng việc hạn chế sản lượng của nó. Theo cách tính trên đây, tổng doanh thu là giá nhân với sản lương, nhưng vì giá không còn như trước, doanh thu biên tế sẽ giảm. Điều này được minh hoạ ở Bảng 4.4.

http://tieulun.hopto.org

Bảng 4.3: Thí dụ bằng số: doanh thu khi có nhiều doanh nghiệp cạnh tranh

Q	Giá	TR	MR*
0	45	0	
100	45	4,500	45
200	45	9,000	45
300	45	13,500	45
400	45	18,000	45
500	45	22,500	45
600	45	27,000	45
700	45	31,500	45
800	45	36,000	45
900	45	40,500	45
1,000	45	45,000	45

* Thay đổi tổng doanh thu/ thay đổi sản lượng

Bảng 4.4: Thí dụ bằng số: doanh thu khi không có doanh nghiệp cạnh tranh

Q	Giá	TR	MR*
0	75	0	
100	70	7,000	70
200	65	13,000	60
300	60	18,000	50
400	55	22,000	40
500	50	25,000	30
600	45	27,000	20
700	40	28,000	10
800	35	28,000	0
900	30	27,000	-10
1,000	25	25,000	-20

* Thay đổi tổng doanh thu/ thay đổi sản lượng

Cực đại lợi nhuận

Diễn giải bằng đồ thị

Cạnh tranh hoàn hảo
Tình huống thị trường có nhiều doanh nghiệp sản xuất cùng loại sản phẩm

Độc quyền
Tình huống thị trường chỉ có một doanh nghiệp sản xuất sản phẩm

Như đã đề cập, mức sản lượng của doanh nghiệp cực đại hoá lợi nhuận tùy thuộc rất nhiều vào việc doanh nghiệp kinh doanh có **cạnh tranh hoàn hảo** không – có nghĩa doanh nghiệp là một trong nhiều doanh nghiệp sản xuất cùng một sản phẩm – hoặc **độc quyền** – nghĩa là không có đối thủ cạnh tranh. Không kể doanh nghiệp có nhiều đối thủ hay chiếm toàn thị trường, hãy giả định các doanh nghiệp sản xuất và bán sản lượng đem lại nhiều tiền nhất. Theo thuật ngữ kinh tế, điều này có nghĩa là mỗi doanh nghiệp sẽ sản xuất một sản lượng sao cho doanh thu biên tế bằng chi phí biên tế (MR=MC). Hãy nhớ lại khái niệm về phân tích biên tế ở Chương 1; đây là dịp đầu tiên để hiểu về khái niệm này.

Điều này không khó như ta nghĩ. Nhớ rằng doanh thu biên tế là số tiền doanh nghiệp thu được từ việc bán thêm một sản phẩm, và chi phí biên tế là số tiền chi

http://tieulun.hopto.org

thêm để sản xuất thêm một sản phẩm. Để minh hoạ, giả sử bạn bắt đầu bán với số sản phẩm cố định là 10. Nếu bạn bán sản phẩm thứ 11 và bạn có lời từ việc bán hàng (MR>MC), bạn sẽ tiếp tục bán ít nhất thêm một sản phẩm. Nếu bạn bán sản phẩm thứ 11 và bị lỗ (MR<MC), bạn sẽ giảm doanh số ít nhất một đơn vị sản phẩm. Vì doanh thu biên tế nhỏ hơn chi phí biên tế đối với con chip 11, bạn không nên sản xuất nó. Để cực đại hoá lợi nhuận bạn có thể lập lại quá trình sản xuất này đến khi bạn thấy rằng việc sản xuất đem lại doanh thu cao nhất. Mặt khác, bạn biết rằng chỉ khi chi phí biên tế bằng với doanh thu biên tế, bạn sẽ không còn tiềm năng sinh lợi về sản phẩm bạn đang muốn bán.

Dĩ nhiên có thể toàn bộ việc kinh doanh của doanh nghiệp bị thua lỗ. Trong thời kỳ các máy xử lý văn bản và các máy tính cá nhân giá rẻ hiện nay, việc kinh doanh máy đánh chữ thủ công sẽ thua lỗ dù doanh nghiệp là độc nhất trong ngành công nghiệp. Quy luật một doanh nghiệp sẽ sản xuất tới mức chi phí biên tế bằng doanh thu biên tế có ngoại lệ khi phương án tốt nhất là không làm gì, nghĩa là đôi khi quyết định tốt nhất là đóng cửa doanh nghiệp. Điều này xảy ra khi bán số lượng sản phẩm không đủ để trang trải chi phí biến đổi phát sinh khi sản xuất sản phẩm. Doanh nghiệp nên đóng cửa nếu giá bán nhỏ hơn chi phí biến đổi trung bình (P<AVC)

QUY LUẬT SẢN XUẤT

- Một doanh nghiệp nên sản xuất một sản lượng sao cho thu nhập biên tế bằng với chi phí biên tế (MR=MC)
- Một doanh nghiệp sẽ đóng cửa nếu giá nhỏ hơn chi phí biến đổi trung bình (P<AVC) tại sản lượng mà thu nhập biên tế bằng chi phí biên tế

Thí dụ bằng số

Để minh hoạ vấn đề tối đa hoá lợi nhuận khi có nhiều đối thủ cạnh tranh, cần phối hợp các thông tin ở BẢNG 4.1 và 4.3 khi không có đối thủ cạnh tranh và cần phối

http://tieulun.hopto.org

hợp các thông tin ở Bảng 4.3 và 4.4. Trong cả hai trường hợp cần chọn một sản lượng để tối đa hoá lợi nhuận, là sản lượng mà chi phí biên tế bằng doanh thu biên tế. Bảng 4.5 minh hoạ vấn đề này trong trường hợp có nhiều đối thủ cạnh tranh, và Bảng 4.6 minh hoạ trong trường hợp không có đối thủ cạnh tranh. Trong Bảng 4.5 ta thấy rằng doanh nghiệp có nhiều đối thủ cạnh tranh có lợi nhuận cực đại là 10500$ đạt được khi doanh nghiệp sản xuất 800* sản phẩm. Trong Bảng 4.6 doanh nghiệp không có đối thủ cạnh tranh có lợi nhuận cực đại là 9000$ đạt được khi sản xuất 600 sản phẩm.

Bảng 4.5: Thí dụ bằng số: cực đại lợi nhuận khi có nhiều đối thủ cạnh tranh.

Bảng	Giá	TR	TC	MR	MC	Lợi nhuận
0	45	0	8,500	0	0	-8,500
100	45	4,500	11,000	45	25	-6,500
200	45	9,000	12,300	45	13	-3,300
300	45	13,500	13,300	45	10	200
400	45	18,000	14,500	45	12	3,500
500	45	22,500	16,000	45	15	6,500
600	45	27,000	18,000	45	20	9,000
700	45	31,500	21,000	45	30	10,500
800	45	36,000	5,500	45	45	10,500
900	45	40,500	31,000	45	55	9,500
1,000	45	45,000	41,000	45	100	4,000

Bảng 4.6: Thí dụ bằng số: cực đại lợi nhuận khi không có nhiều đối thủ cạnh tranh.

Bảng	Giá	TR	TC	MR	MC	Lợi nhuận
0	75	0	8,500	0	-	-8,500
100	70	7,000	11,000	70	25	-4,000
200	65	13,000	12,300	60	13	700
300	60	18,000	13,300	50	10	4,700
400	55	22,000	14,500	40	12	7,500
500	50	25,000	16,000	30	15	9,000
600	45	27,000	18,000	20	20	9,000
700	40	28,000	21,000	10	30	7,000
800	35	28,000	25,500	0	45	2,500
900	30	27,000	31,000	-10	55	-4,000
1,000	25	25,000	41,000	-20	100	-16,000

* Trong chương tới sẽ thấy rằng doanh nghiệp có nhiều đối thủ cạnh tranh sẽ không còn lợi nhuận vì các doanh nghiệp mới gia

http://tieulun.hopto.org

nhập thị trường, nên tăng lượng cung thị trường và giá giảm đi.

Tóm tắt

Chương này đã minh hoạ sản xuất, chi phí, doanh thu, sự cực đại hoá lợi nhuận. Với từng khái niệm và quan hệ, xem xét cả diễn giải bằng đồ thị và các thí dụ bằng số, giả định rằng các doanh nghiệp chọn sản lượng để cực đại lợi nhuận, và kết quả là họ định sản lượng sao cho chi phí biên tế bằng doanh thu biên tế.

Thuật ngữ then chốt

Chi phí kế toán
Chi phí cố định bình quân (AFC)
Tổng chi phí bình quân (ATC)
Biến phí bình quân (AVC)
Chi phí
Hàm chi phí
Hiệu suất giảm dần
Phân công lao động
Chi phí kinh tế
Chi phí cố định
Đầu vào (nhập lượng) cố định
Chi phí biên tế (MC)
Doanh thu biên tế (MR)
Độc quyền
Cạnh tranh hoàn hảo
Hàm sản xuất
Lợi nhuận
Doanh thu
Chi phí biến đổi
Đầu vào biến đổi

Câu hỏi dành cho bạn

1. Khi tuyển thêm công nhân và doanh nghiệp đạt năng suất cao hơn là lợi ích của:
   a. Sự phân công lao động
   b. Hiệu suất giảm dần
   c. Luật số lớn
   d. Mức hữu ích biên tế giảm dần
2. Khi doanh nghiệp tăng thêm công nhân và thấy rằng các công nhân tăng thêm tạo lượng đầu ra thấp hơn các công nhân ban đầu, đây là:
   a. Sự phân công lao động
   b. Hiệu suất giảm dần
   c. Luật số lớn
   d. Mức hữu ích biên tế giảm dần
3. Giả sử một doanh nghiệp có 1.000.000$ chi phí cố định và biến phí là 100$ một đơn vị sản phẩm:
   a. Chi phí biên tế giảm dần

http://tieulun.hopto.org

b. Chi phí cố định giảm dần
c. Chi phí bình quân giảm dần
d. Chi phí biên tế tăng dần

4. Đường cong tổng chi phí bình quân bị cắt bởi đường chi phí biên tế từ bên dưới với điền kiện:
   a. Chi phí cố định tăng dần
   b. Chi phí bình quân giảm dần
   c. Chi phí biên tế đang tăng
   d. Chi phí biên tế giảm liên tục
5. Doanh thu biên tế không đổi hay giảm dần tuỳ thuộc vào:
   a. Doanh nghiệp có lợi ích từ sự phân công lao động hay không
   b. Doanh nghiệp có chi phối bởi hiệu suất giảm dần không
   c. Sản lượng doanh nghiệp bán
   d. Doanh nghiệp có gặp sự cạnh tranh không
6. Khi doanh nghiệp chọn phương án đóng cửa, đó là:
   a. Một quyết định kém vì doanh nghiệp luôn có thể sản xuất khi chi phí bình quân bằng doanh thu biên tế
   b. Một quyết định kém vì doanh nghiệp luôn có thể sản xuất khi chi phí biên tế lớn hơn doanh thu bình quân
   c. Một quyết định tốt miễn là giá bán nhỏ hơn chi phí bình quân
   d. Một quyết định tốt miễn là giá bán nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân
7. Kết quả một doanh nghiệp nên sản xuất tại MR=MC trừ khi gặp tình huống đóng cửa, dựa trên giả định doanh nghiệp muốn:
   a. Cực đại lợi nhuận
   b. Cực đại thị phần
   c. Cực tiểu chi phí biên tế
   d. Cực tiểu chi phí bình quân

http://tieulun.hopto.org

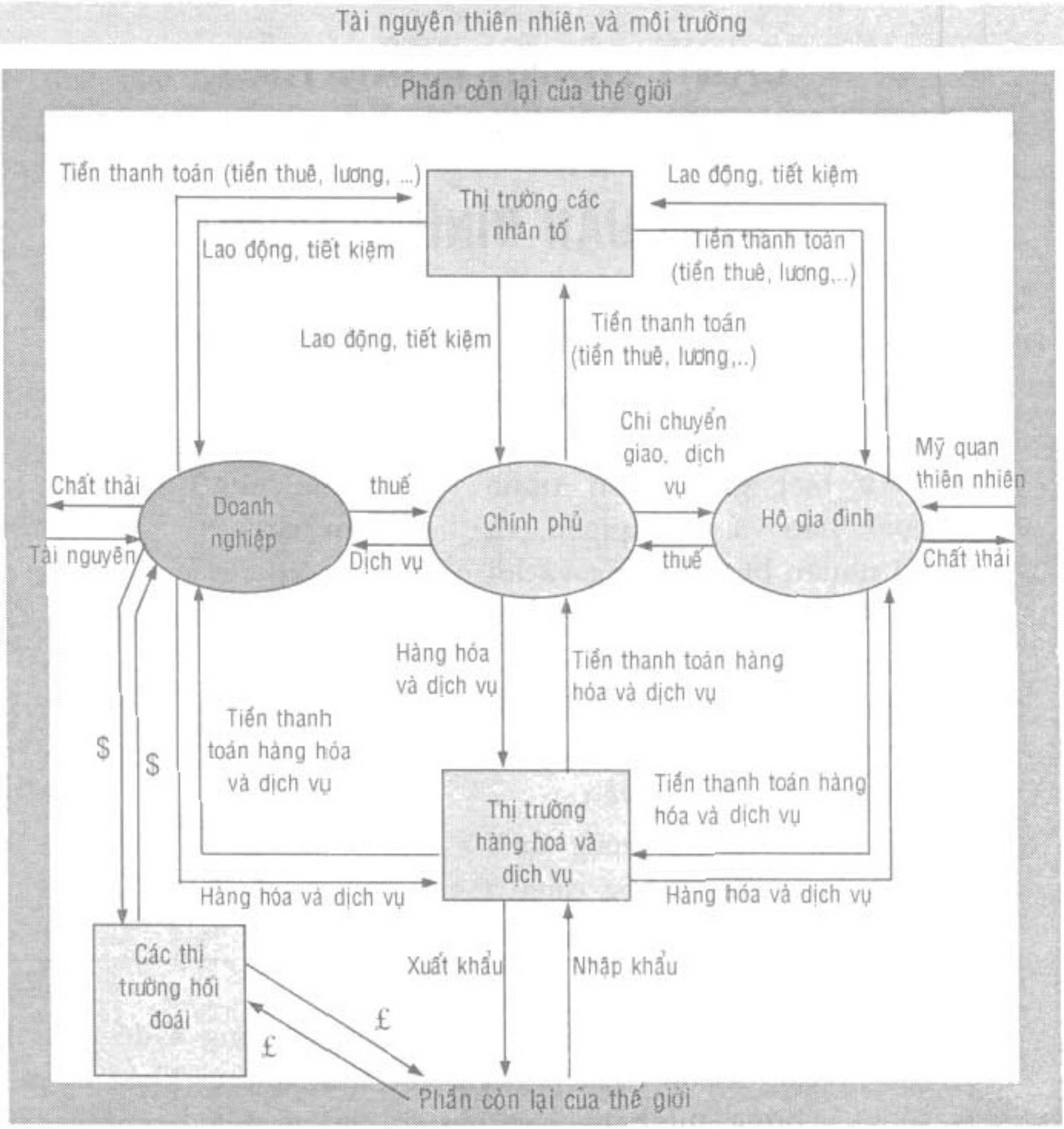
Hãy suy nghĩ

Tại sao khi doanh nghiệp không gặp cạnh tranh thường phải hạ giá sản phẩm cho mọi người tiêu dùng để bán được nhiều hơn. Điều gì sẽ xảy ra cho doanh nghiệp khi doanh nghiệp chỉ có thể hạ giá đối với người tiêu dùng mới?

Hãy thảo luận

Chúng ta giả định rằng giá bán cho mọi khách hàng là như nhau. Hãy kể ra các trường hợp giá bán cho người này khác giá bán cho người kia. Tại sao một doanh nghiệp làm như vậy?

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong các thị trường.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 5:

CẠNH TRANH HOÀN HẢO, ĐỘC QUYỀN, LỢI NHUẬN KINH TẾ VÀ LỢI NHUẬN BÌNH THƯỜNG

Mục tiêu chương này

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Phân biệt giữa cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền, và lợi nhuận bình thường và lợi nhuận kinh tế
- Hiểu được tại sao lợi nhuận kinh tế biến mất khi có cạnh tranh hoàn hảo nhưng không như vậy khi độc quyền
- Hiểu được tại sao trong cạnh tranh hoàn hảo, đường cung ở Chương 2 chính là chi phí biên tế

Chủ đề của chương

- Từ cạnh tranh hoàn hảo tới độc quyền
- Đường cung trong cạnh tranh hoàn hảo
- Tóm tắt

Chương này đặt cơ sở trên Chương 4 để phác hoạ các doanh nghiệp trong các tình huống khác nhau, và chứng minh tại sao khi có nhiều doanh nghiệp cạnh tranh lẫn nhau, phần lớn lợi nhuận không bền vững, và kết luận bằng việc chứng minh tại sao đường cung ở Chương 2 thì dốc lên.

Vài doanh nghiệp như các nông trại gia đình, là một trong hàng triệu doanh nghiệp trong cùng ngành công nghiệp đó, trái lại có một số doanh nghiệp hoàn toàn chế ngự ngành công nghiệp.

http://tieulun.hopto.org

Ở khoảng giữa hai loại trên là vô số các doanh nghiệp có các tập đối thủ cạnh tranh xác định. Vài ngành công nghiệp có nhiều đối thủ cạnh tranh trong khi có ngành công nghiệp chỉ có một vài đối thủ, chúng ta sẽ khảo sát các loại doanh nghiệp khác nhau này.

Ở Chương 4 đã giả định các doanh nghiệp thành lập để cực đại hoá lợi nhuận. Điều muốn làm bây giờ là xác định các doanh nghiệp quy mô khác nhau sẽ quản lý thế nào cho tốt. Thí dụ, tại sao các nông trại gia đình dường như không thể đạt lợi nhuận cao dài hạn, trong khi Microsoft lại có thể. Ta tiếp cận vấn đề này bằng cách phân tách lợi nhuận thành hai loại: lợi nhuận cần thiết để các doanh nghiệp duy trì kinh doanh và lợi nhuận vượt trên mức này.

Cuối cùng, ta thấy rằng đường cung thể hiện ở Chương 2 có hướng dốc lên thực ra có một nguyên nhân. Ta sẽ chứng minh rằng trong cạnh tranh hoàn hảo, một đường cung dốc lên bắt nguồn từ đường cong chi phí biên tế ở Chương 4.

Từ cạnh tranh hoàn hảo tới độc quyền

Như đã thảo luận ở Chương 4, dạng của đường cong thu nhập biên tế tùy thuộc vào việc có nhiều đối thú cạnh tranh hay không có đối thủ cạnh tranh. Hình 5.1 thể hiện tình huống cực đoan này. Về bên trái, đường cong chi phí Hình 4.3 được áp dụng vào đường thu nhập biên tế trong trường hợp có nhiều đối thủ. Về bên phải, ta thấy tương tự cho trường hợp không có đối thủ. Số lượng chọn trong mỗi tình huống là Q^*, giá bán là P^*.

Cạnh tranh hoàn hảo

Khác biệt chủ yếu giữa các trường hợp vừa phác hoa là số các đối thủ cạnh tranh. Khi số đối thủ nhiều, doanh nghiệp (như nông trại bò sữa) chỉ phải chấp nhận giá thị trường đã định nhưng có thể bán số lượng sản phẩm mong muốn với giá đó. Khi không có đối thủ (như Microsoft) có thể định giá bán bất kỳ nhưng chỉ có thể bán sản lượng mà khách hàng muốn mua với giá này. Dĩ nhiên không phải

http://tieulun.hopto.org

mỗi doanh nghiệp đều gặp phải các trường hợp độc quyền hay cạnh tranh hoàn hảo. Vài doanh nghiệp như (Exxon) chỉ có một ít đối thủ trong các thị trường với các sản phẩm tương tự hay đồng nhất, và các doanh nghiệp khác (như McDonald's) có nhiều đối thủ trong các thị trường với thương hiệu riêng trong mỗi thị trường.

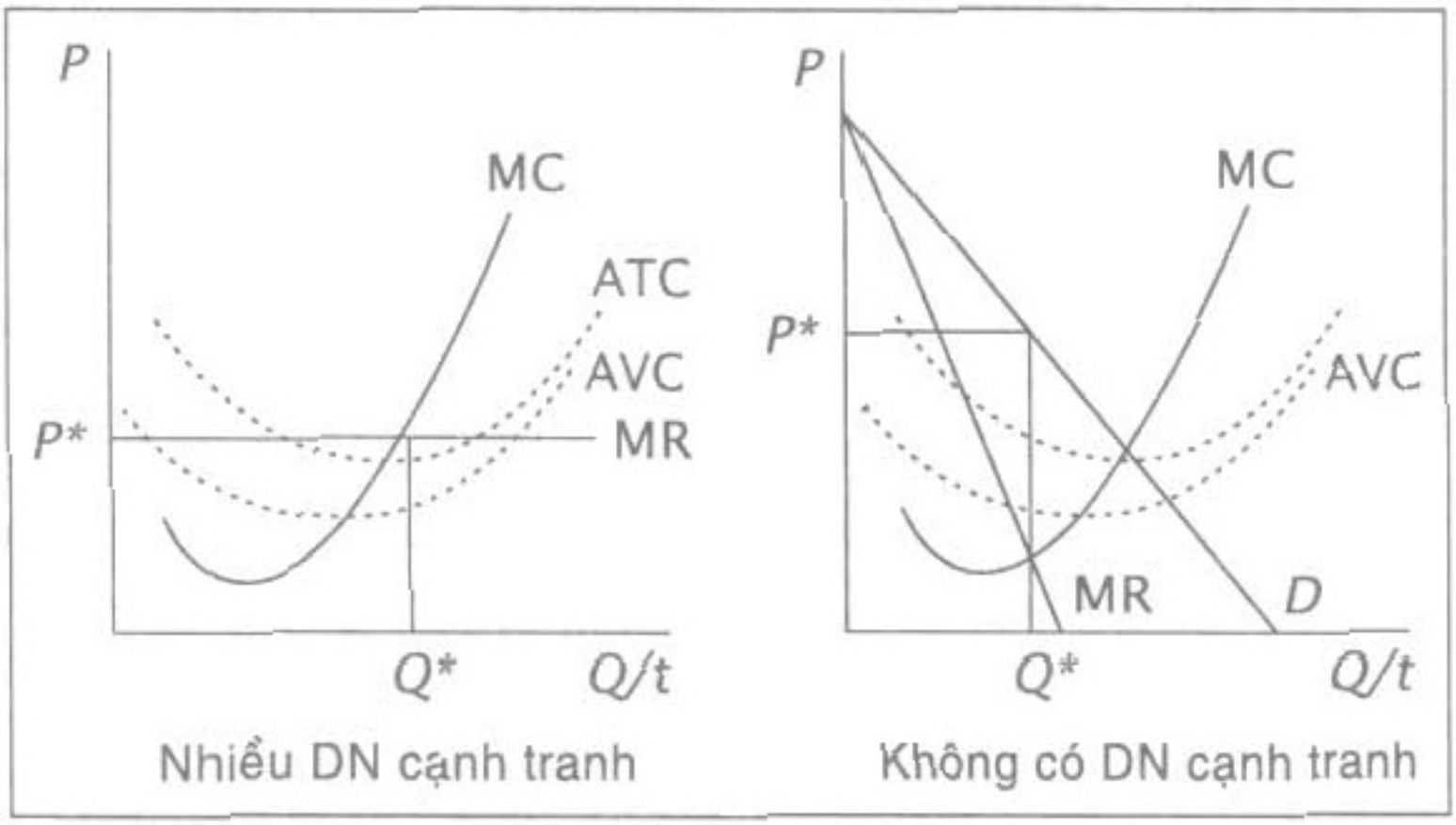
Khi một doanh nghiệp có số lượng lớn các đối thú, sao cho không có doanh nghiệp nào có thể ảnh hưởng đến giá cả, sản phẩm của doanh nghiệp này khó phân biệt với sản phẩm bán ra của các doanh nghiệp khác, khi các doanh nghiệp có dự báo tốt về doanh số và chi phí, và khi không có rào cản về pháp lý hay kinh tế trong việc gia nhập hay rút lui khỏi thị trường, thì đó là điều mà nhà kinh tế học gọi là **cạnh tranh hoàn hảo**

Độc quyền

Độc quyền xuất hiện tại đầu bên kia của cạnh tranh, khi các thị trường chỉ có một doanh nghiệp. Điều quan trọng cần biết về khái niệm độc quyền, là sự hiện diện của nhiều doanh nghiệp không nhất thiết có nghĩa là các doanh nghiệp đang cạnh tranh. Thí dụ, Consolidated Edison là nhà cung cấp độc quyền về điện năng cho dân cư thành phố NEWYORK và Commonwealth Edison vẫn là nhà cung cấp độc quyền về điện năng dân cư ở Chicago, có hàng trăm công ty điện lực ở Hoa Kỳ nhưng rất ít công ty cạnh tranh với nhau. Họ không là đối thủ cạnh tranh vì họ có thể bán ở khu vực của công ty khác. Cách nói khác là tuy có nhiều công ty điện lực, họ không cạnh tranh trong cùng thị trường. Nguyên nhân là các công ty sẽ tốn chi phí quá nhiều khi đưa điện đến khách hàng ở vùng xa. Tương tự như một nhà thầu xi măng ở Little Rock, Arkansas, thì không cạnh tranh với nhà thầu cung cấp xi măng ở Miami trong việc xây dựng đường xa lộ ở Nam Florida do chi phí vận chuyển, các công ty điện lực không cạnh tranh với nhau vì họ có thể tiếp cận với cùng người mua. Đối với độc quyền, điều cần thiết là một doanh nghiệp và chỉ một doanh nghiệp bán cho khách hàng trong một thị trường nào đó.

http://tieulun.hopto.org

Vài doanh nghiệp có sức mạnh độc quyền vì luật pháp ngăn cấm doanh nghiệp khác trong việc tham gia thị trường. Một thí dụ về rào cản pháp lý là bằng sáng chế. Thí dụ nhà sản xuất Clarinex là doanh nghiệp duy nhất có thể sản xuất và bán loại thuốc này. Mặt khác, vài doanh nghiệp có sức mạnh độc quyền bằng cách đạt quy mô lớn sao cho không cạnh tranh với chúng được. Một thí dụ trường hợp này là vị thế gần như độc quyền của Microsoft trong việc kinh doanh các hệ thống điều hành dùng cho máy tính cá nhân.



Hình 5.1: Chọn sản lượng để cực đại lợi nhuận

CÁC ĐẶC TÍNH CỦA CẠNH TRANH HOÀN HẢO

- Có số lượng lớn các doanh nghiệp cạnh tranh, sao cho không có doanh nghiệp nào có thể ảnh hưởng đến giá bán
- Hàng hóa do một doanh nghiệp bán không thể phân biệt với hàng hóa của các doanh nghiệp cạnh tranh
- Các doanh nghiệp có các dự báo tin cậy về doanh số và chi phí
- Không có rào cản pháp lý hay kinh tế trong việc gia nhập hoặc rút lui khỏi thị trường

Canh tranh độc quyền
Một tình huống trong thị trường có nhiều doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm tương tự nhưng không đồng nhất.

Cạnh tranh độc quyền

Một trong các tình huống trung gian là **cạnh tranh độc quyền**, gồm nhiều doanh nghiệp bán các sản phẩm hơi khác nhau. Trong thị trường thức ăn nhanh có rất ít doanh nghiệp (McDonald's, Wendy's, Burger King,... về hamburgers, KFC, Taco Bell... về các món ăn nhanh khác), nhưng họ không bán chính xác cùng một sản phẩm.

http://tieulun.hopto.org

McDonald's độc quyền về bánh Big Mac và Happy Meal, nhưng các đối thủ của họ đưa ra các sản phẩm thay thế gần giống, có nghĩa là mỗi doanh nghiệp có sự độc quyền thực đơn riêng của họ, nhưng đường cầu sản phẩm thì rất đàn hồi (nhớ lại Chương 3 rằng số các sản phẩm thay thế gần gũi sẽ xác định độ đàn hồi).

Thị trường độc quyền nhóm
Tình huống một thị trường có rất ít đối thủ cạnh tranh khác biệt

Độc quyền nhóm

Một tình huống trung gian khác giữa cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền là **thị trường độc quyền nhóm**, trong đó có rất ít các doanh nghiệp cạnh tranh. Thí dụ, trong ngành kinh doanh điện thoại, có các công ty lớn như Cingular/AT&T, Sprint/Nextel và Verizon Wireless. Trong kinh doanh nước giải khát có Coke và Pepsi. Trong vài thị trường các doanh nghiệp bán cùng một sản phẩm như nhau, trái lại trong các thị trường khác doanh nghiệp bán các sản phẩm thay thế gần giống. Trong các trường hợp trên các doanh nghiệp đang hoạt động theo dang độc quyền nhóm và được gọi là các doanh nghiệp **độc quyền nhóm**.

Mô hình nào phù hợp thực tiễn

Bảng 5.1 và 5.2 tóm tắt các dạng của thị trường bằng các thí dụ và các đặc tính phân biệt của mỗi dạng. Không có nghĩa chúng ta sẽ dùng nhiều thời gian để tìm hiểu về các dang thị trường. Nhớ lại ở Chương 2 ta ngầm giả định rằng mọi thị trường đều cạnh tranh hoàn hảo. Nên rất ít thị trường đáp ứng các tiêu chuẩn cần thiết để xem như cạnh tranh hoàn hảo. Đa số các sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn cạnh tranh hoàn hảo thuộc lĩnh vực nông nghiệp, ít có sản phẩm nào ngoài lĩnh vực này được xem như vậy. Bạn có thể ngạc nhiên và thắc mắc khi chúng ta sẽ giả định hầu hết các thị trường là cạnh tranh hoàn hảo khi bàn về các vấn đề tiếp theo. Giả định như vậy vì mô hình cung và cầu khá đơn giản, nên có thể dùng để giải thích và mô tả hầu hết các thị trường khi có một số doanh nghiệp cạnh tranh và các sản phẩm tương tự. Giả định đơn giản hoá này tuy miễn cưỡng nhưng hữu ích.

http://tieulun.hopto.org

Bảng 5.1: Thí dụ về các dạng thị trường khác nhau

Cạnh tranh hoàn hảo	Cạnh tranh độc quyền	Độc quyền nhóm	Độc quyền
Sản phẩm nông nghiệp	Thức ăn nhanh Dịch vụ đường dài	Xe hơi và xe tải Nước giải khát	Các hệ thống vận hành chế biến Điện năng dân cư địa phương

Bảng 5.2: Phân biệt các đặc tính của các dạng thị trường

Đặc tính	Cạnh tranh hoàn hảo	Cạnh tranh độc quyền	Độc quyền nhóm	Độc quyền
Số lượng doanh nghiệp	Nhiều (hàng ngàn hay hàng triệu)	Một vài *	Ít * (thường từ 2 đến 5)	Một
Rào cản gia nhập	Không	Ít	Quan trọng	Không vượt qua được ít nhất trong ngắn hạn
Tính đồng nhất của sản phẩm	Đồng nhất	Tương tự nhưng không đồng nhất	Tương tự nhưng không đồng nhất	Không xác định

** Có tranh cãi về ranh giới giữa cạnh tranh độc quyền và độc quyền nhóm.*

Cuối cùng, bạn sẽ gặp sự phức tạp lớn về vấn đề các thị trường cụ thể phù hợp với các dạng thị trường này như thế nào. Thí dụ, dịch vụ điện thoại đường dài thường xem là độc quyền, đã thành độc quyền nhóm vào thập niên 1980, và đã thấy sự phát triển đáng kể số công ty cung cấp dịch vụ này trong thập niên 1990, có lẽ hiện nay dịch vụ này phù hợp dạng cạnh tranh độc quyền. Họ đều bán chủ yếu một sản phẩm như nhau nhưng có độc quyền về thương hiệu. Tương tự, nếu bạn cần bay từ New York đến Los Angeles bạn có một số phương án. Có lẽ không có quá nhiều phương án để xem là cạnh tranh hoàn hảo nhưng chắc chắn có đủ phương án để phân loại dịch vụ bay như cạnh tranh độc quyền. Mặt khác, nếu bạn muốn bay trực tiếp từ Indianapolis đến Atlanta bạn có ba sự lựa chọn (Delta, Air Tran và Northwest). Nếu bạn muốn bay trực tiếp từ Syracuse đến Detroit bạn chỉ có một lựa chọn (Northwest). Hãng du lịch hàng không phù hợp với bạn

http://tieulun.hopto.org

Tỉ số tập trung
Số đo về sức mạnh thị trường của các doanh nghiệp dẫn đầu trong một ngành công nghiệp. Với số các doanh nghiệp cụ thể (n), đó là phần trăm của tổng doanh thu trong ngành công nghiệp chiếm giữ bởi n doanh nghiệp dẫn đầu này.

phụ thuộc nhiều vào bạn đang ở đâu và muốn du lịch đi đâu. Đặc biệt, nó phụ thuộc vào hãng hàng không nào có trụ sở ở các phi trường tương ứng.

Ngoài ra, không có đường ranh nào phân biệt độc quyền nhóm và cạnh tranh độc quyền. Nhà kinh tế khi nghiên cứu vấn đề này thường xem xét **tỉ số tập trung**, dùng để đo phần trăm tổng doanh thu thị trường của các doanh nghiệp đứng đầu (từ 4 đến 100 doanh nghiệp). Nên tuy có một số công ty bán thuốc lá, chỉ riêng công ty Phipllip Morris đã chiếm gần nửa thị trường, và bốn công ty đứng đầu chiếm 99% thị trường. Vài doanh nghiệp có cùng năng lực cạnh tranh có vẻ như cạnh tranh độc quyền, nhưng dữ liệu về "chỉ số tập trung" cho thấy độc quyền nhóm có lẽ phù hợp hơn. Bảng 5.3 trình bày tỉ số tập trung của 4, 8, và 50 doanh nghiệp trong các ngành đặc thù.

Đường cung trong cạnh tranh hoàn hảo

Lợi nhuận thông thường và lợi nhuận kinh tế

Lợi nhuận thông thường
Mức lợi nhuận mà các chủ doanh nghiệp có thể đạt được trong phương án đầu tư tốt nhất kế tiếp.

Hãy quay lại thí dụ đã dùng ở Chương 4: việc kinh doanh các chip bộ nhớ. Nếu là một trong nhiều doanh nghiệp cạnh tranh trong ngành này, bạn có lý khi cho rằng kiếm tiền sẽ khó khăn. Vì giả định gia nhập và rút lui khỏi thị trường đều tự do, bất cứ khi nào có lợi nhuận lớn bất thường, các doanh nghiệp khác sẽ muốn sản xuất chip bộ nhớ. Nhớ rằng Chương 2 đã trình bày sự kiện rằng sự gia tăng số lượng người bán sẽ dịch chuyển đường cung sang phải, vì vậy làm giảm giá thị trường. Nếu điều đó xảy ra, đường cong thu nhập biên tế sẽ đi xuống. Thực tế nó sẽ giảm xuống vị trí có lợi nhuận thông thường. **Lợi nhuận thông thường** là mức lợi nhuận mà các chủ doanh nghiệp có thể đạt trong mức đầu tư tốt nhất kế tiếp. Phương án tốt nhất tiếp theo sẽ là bất kỳ sự đầu tư nào doanh nghiệp sẽ chọn khi rời khỏi ngành kinh doanh hiện tại. Bất kỳ lợi nhuận trên lợi nhuận thông thường được gọi là **lợi nhuận kinh tế.**

Lợi nhuận kinh tế
Bất kỳ lợi nhuận nào trên lợi nhuận bình thường.

http://tieulun.hopto.org

Bảng 5.3: Các tỉ số tập trung cho các ngành công nghiệp chế tạo khác nhau (2002)

	Tỉ số tập trung		
Nhóm ngành công nghiệp	**4 doanh nghiệp lớn nhất**	**8 doanh nghiệp lớn nhất**	**50 doanh nghiệp lớn nhất**
Ngũ bốc bữa ăn sáng	78,4	91,1	100,0
Kem	48,0	64,4	93,1
Bia	90,8	93,8	98,1
Quần áo	17,3	21,3	38,7
Máy tính và thiết bị ngoại vi	40,5	65,2	88,3
Trang trí nội thất	11,0	18,0	30,6
Dịch vụ đường dài	59,7	80,9	92,5
Dịch vụ điện thoại di động	61,7	81,7	90,0

Nguồn: http://www.census.gov/epcd/www/concentration.html

Bảng 5.4: Suất thu lợi trên vốn cổ đông của các công ty trong các ngành công nghiệp, 2005

Ngành công nghiệp	Suất thu lợi
Nông nghiệp	3,1%
Chế tạo	21,8%
Phương tiện vận tải và công cộng	8,2%
Kinh doanh bán lẻ	16,0%

Suất thu lợi = Lợi nhuận ròng / (Tài sản - Nợ phải trả)

Nguồn: Niên giám thống kê của Hoa Kỳ

Bảng 5.4 tóm tắt các mức lợi nhuận của các ngành công nghiệp khác nhau. Điều quan trọng cần chú ý là các mức lợi nhuận này là lợi nhuận kế toán, không phải là lợi nhuận kinh tế, và tuy suất thu lợi chỉ thể hiện trong một năm 2005, chúng phản ánh thực tế lợi nhuận kế toán có giá trị thấp trong các thị trường như nông nghiệp, vì nó mang tính chất cạnh tranh hoàn hảo hơn các thị trường khác.

Nếu các chủ doanh nghiệp không đạt được lợi nhuận thông thường, họ sẽ rời ngành kinh doanh và di chuyển sang ngành khác. Có nghĩa là chúng ta có thể nghĩ lợi nhuận thông thường như lương chủ doanh nghiệp tự trả cho bản thân, và xem như một phần của "chi phí kinh

http://tieulun.hopto.org

doanh". Nếu họ đạt ít hơn lợi nhuận thông thường, thì lương họ tự trả cho bản thân quá thấp để duy trì kinh doanh trong ngành công nghiệp. Mặt khác, nếu lợi nhuận thường lớn hơn bình thường, các doanh nghiệp khác sẽ muốn gia nhập ngành, có nghĩa là lợi nhuận trong dài hạn sẽ giảm xuống lợi nhuận bình thường.

Tại sao và khi nào lợi nhuận kinh tế tiến đến zero

May mắn cho nhà chế tạo chip của chúng ta là dù doanh nghiệp không thể tạo lợi nhuận kinh tế dài hạn, doanh nghiệp sẽ không thua lỗ trong dài hạn. Khi doanh nghiệp thua lỗ nhiều hơn chi phí cố định, họ sẽ đóng cửa. Trong ngắn hạn doanh nghiệp sẽ tiếp tục sản xuất khi họ lỗ ít hơn chi phí cố định, nhưng dần dần các doanh nghiệp này cũng muốn đóng cửa. Vì vậy, tuy nhà chế tạo chip có thể tạo lợi nhuận kinh tế trong ngắn hạn và thua lỗ trong ngắn hạn, tác động của việc tự do gia nhập và rút lui khỏi thị trường sẽ làm cho đường cong thu nhập biên tế cắt tại điểm cực tiểu của đường tổng chi phí bình quân có dang chữ U. Điều này có nghĩa là bất kỳ lợi nhuận hay khoản lỗ trong ngắn hạn sẽ biến mất trong dài hạn, vì các doanh nghiệp cạnh tranh mới sẽ gia nhập hoặc các doanh nghiệp cũ sẽ rút lui. Điều này sẽ đưa giá cả về điểm cực tiểu của tổng chi phí bình quân với lợi nhuận thông thường.

Ngắn hạn
Khoảng thời gian mà một doanh nghiệp không thể thay đổi các yếu tố như nhà máy và thiết bị.

Dù lợi nhuận cũng giảm xuống mức thông thường trong canh tranh độc quyền, không có cơ chế để lợi nhuận giảm xuống mức thông thường trong độc quyền nhóm hay độc quyền. Vì cơ chế gia nhập làm giảm lợi nhuận, và sự gia nhập thị trường là rào cản khó vượt qua trong tình huống độc quyền và độc quyền nhóm, sẽ không có doanh nghiệp mới tham gia để tạo áp lực giảm giá.

Dài hạn
Khoảng thời gian mà một doanh nghiệp có thể thay đổi các yếu tố như nhà máy và thiết bị.

Lúc này ta cần định nghĩa rõ hơn về điều mà nhà kinh tế gọi là ngắn hạn và dài hạn. Đối với nhà kinh tế, sự phân biệt giữa hai khái niệm trên là ở khả năng một doanh nghiệp có thể thay đổi các yếu tố đầu vào cố định. Giả định rằng không thể thay đổi các yếu tố như nha máy và thiết bị và điều này đúng trong **ngắn hạn**. Trong **dài hạn** có đủ thời gian để thay đổi nhà máy và thiết bị. Ta có thể

http://tieulun.hopto.org

mua thêm nhà máy và thiết bị, hoặc ta có thể bán cái đang sử dụng. Sự phân biệt như vậy không phải về thời gian nhưng về sự linh hoạt, trong dài hạn chúng ta sẽ linh hoạt hơn trong ngắn hạn.

Tại sao đường cung là chi phí biên tế trong cạnh tranh hoàn hảo

Chứng minh rằng trong cạnh tranh hoàn hảo, đường cung và chi phí biên tế có thể hiểu như nhau thì quan trọng cho một số vấn đề tiếp theo, nhưng điều này cũng đặc biệt khó khăn. Đó là lý do tại sao chúng ta sẽ quay lại ba cách tiếp cận sử dụng trong Chương 4 chúng ta sẽ dùng phương pháp "diễn giải bằng từ ngữ", "thí dụ bằng số" và kết thúc bằng "diễn giải đồ thị"

Diễn giải bằng từ ngữ

Để có thể hiểu rằng trong cạnh tranh hoàn hảo, đường cung và chi phí biên tế có thể dùng thay thế nhau, bạn cần nhớ lại hai sự kiện then chốt ở Chương 4:

(1) Tất cả các doanh nghiệp cực đại hoá lợi nhuận sẽ chọn mức sản lượng tại đó chi phí biên tế bằng thu nhập biên tế (với điều kiện giá bán lớn hơn chi phí biến đổi bình quân) và (2) trong canh tranh hoàn hảo giá và chi phí biên tế là như nhau. Hãy tưởng tượng rằng một doanh nghiệp cố gắng quyết định sản xuất bao nhiêu. Doanh nghiệp sẽ chấp nhận giá cho bởi thị trường (cũng là thu nhập biên tế của doanh nghiệp) và chọn mức sản xuất tại đó giá bằng chi phí biên tế. Nếu giá tăng hay giảm, doanh nghiệp sẽ tính toán lại. Trong mỗi trường hợp, sản lương có thu nhập biên tế bằng chi phí biên tế thì giống như sản lượng tại đó giá bằng chi phí biên tế. Có nghĩa là trong mỗi trường hợp quan hệ giữa sản lượng và chi phí biên tế sản xuất (đường chi phí biên tế) cũng giống như quan hệ giữa sản lượng và giá bán sản phẩm (đường cung). Như vậy trong canh tranh hoàn hảo, đường cung và chi phí biên tế có thể dùng thay thế nhau.

Thí dụ bằng số

Dùng lại thí dụ về chip bộ nhớ, bạn có thể thấy ở Bảng 4.2 rằng biến phí bình quân đạt mức cực tiểu 15$ một đơn vị tại mức sản lượng 500 đơn vị. Điều này quan trọng vì ở bất kỳ mức giá nào dưới 15$ doanh nghiệp sẽ không sản

http://tieulun.hopto.org

xuất. Để hiểu điều này, giả sử giá bán đơn vị là 12$, chi phí biên tế bằng thu nhập biên tế ($12) tại sản lượng 400 đơn vị, tại sản lượng này tổng thu nhập của doanh nghiệp sẽ là 4.800$ (12$*400) trong khi tổng chi phí sẽ là 14500$ và doanh nghiệp sẽ bị lỗ nhiều hơn (9.700$= 14.500$-4.800$) so với khi nó đóng cửa (8.500$).

Với mức mỗi giá trên 15$, doanh nghiệp hoặc lời hoặc lỗ nhiều nhất là 8.500$, và vì vậy doanh nghiệp cần sản xuất với sản lượng mà chi phí biên tế bằng thu nhập biên tế. Nếu giá bán chính xác là 15$, doanh nghiệp sẽ sản xuất 500 đơn vị, có tổng thu nhập là: 7.500$ (15$*500), tổng chi phí là 16.000$, doanh nghiệp sẽ lỗ đúng bằng chi phí cố định của nó. Nếu giá bán là 20$, doanh nghiệp sẽ sản xuất 600 đơn vị đem lai thu nhập 12.000$ trong khi chi phí là 18.000$, và sẽ lỗ là 6.000$. Doanh nghiệp sẽ chịu lỗ 6.000$ thay vì 8.500$, nên ho sản xuất 600 đơn vị.

Khi giá lên tới 30$, doanh nghiệp sản xuất 700 đơn vị, có thu nhập và chi phí đều là 21.000$ và hòa vốn. Với giá 45$ doanh nghiệp sẽ sản xuất 800 đơn vi, có thu nhập 36.000$ và chi phí 25.500$ và có lời. Với giá 55$ doanh nghiệp sản xuất 900 đơn vị, có thu nhập 49.500$, chi phí 31.000$, và có lợi nhuận tăng lên. Cuối cùng, với giá 100$, doanh nghiệp sản xuất 1.000 đơn vị, có thu nhập 100.000$, chi phí 40.000$, và thu nhập của nó tăng thêm. Tổ hợp lai, đường cung của doanh nghiệp là đường chi phí biên tế của nó (tính từ điểm cực tiểu của đường biến phí bình quân), bởi vì doanh nghiệp hoạch định sản xuất bằng việc ghi nhận giá bán và dùng các số chi phí biên tế để hoạch định sản xuất. Vì vậy quan hệ giữa chi phí biên tế và đường cong sản xuất (đường cong chi phí biên tế) cũng chính là quan hệ giữa giá bán doanh nghiệp sẽ nhận được và sản lương doanh nghiệp (đường cung).

Diễn giải bằng đồ thị

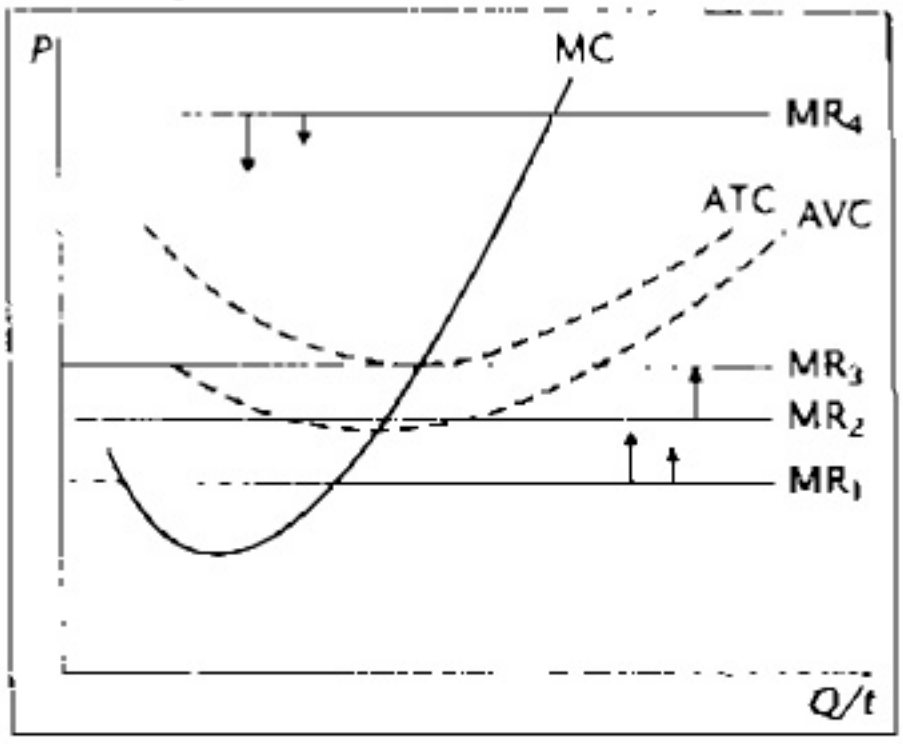
Hình 5.2 cho thấy biểu đồ đường cong chi phí ATC – AVC – MC với bốn đường thu nhập biên tế MRi tiềm năng. Với mỗi đường này, nếu có áp lực làm giá bán thay đổi trong ngắn hạn, được mô tả bằng mũi tên theo hướng áp

http://tieulun.hopto.org

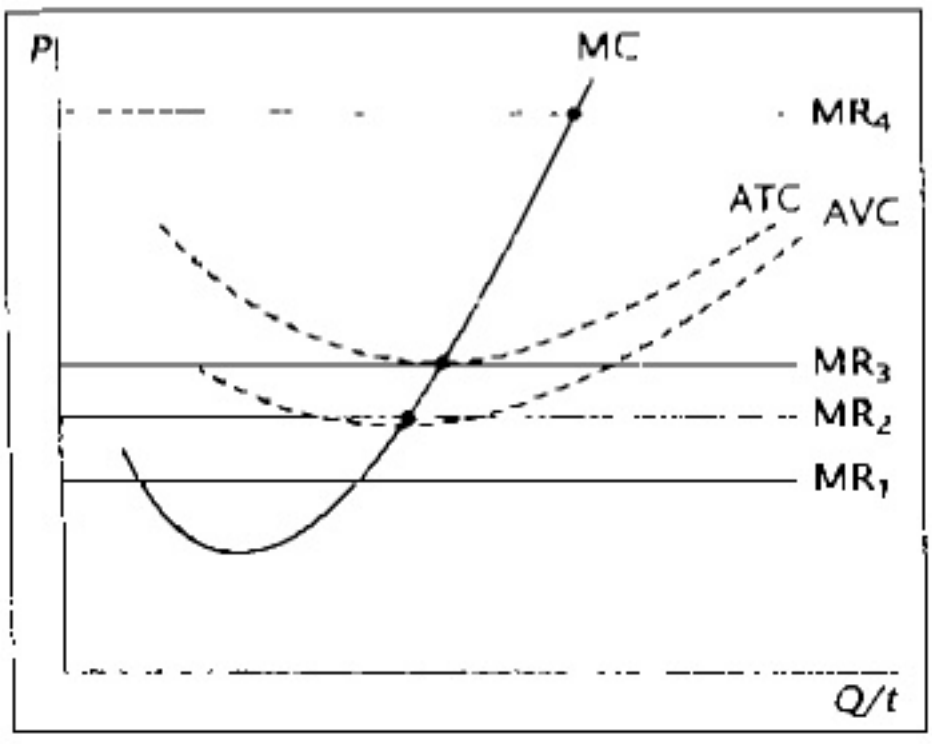
lực. Nếu có áp lực dài hạn sẽ thể hiện bằng mũi tên dài. Với quan hệ giá – thu nhập biên tế thứ nhất MR1, khoản lỗ quá lớn nên các doanh nghiệp muốn rút lui cả trong ngắn hạn và dài hạn. Điều này sẽ giảm số người bán và giá thị trường sẽ tăng trong ngắn hạn và dài hạn. Với MR2, nhà sản xuất chip sẽ bị lỗ nhưng chưa đến mức phải đóng cửa. Như vậy dù doanh nghiệp không muốn đóng cửa trong ngắn hạn, họ sẽ muốn đóng cửa thay vì đầu tư tiền thêm mua thiết bị mới khi thiết bị cũ bị hao mòn. Vì vậy, áp lực dài hạn làm giá bán tăng. Với MR4, nhà sản xuất chip đang có lợi nhuận kinh tế. Nếu điều này xảy ra, các doanh nghiệp khác sẽ muốn gia nhập ngành công nghiệp chế tạo chip, và sẽ có áp lực ngắn hạn và dài hạn làm giá bán giảm xuống. Chỉ khi giá tại MR3 mới không có áp lực trên giá.

Tại sao trong cạnh tranh hoàn hảo đường cung của một doanh nghiệp là đường chi phí biên tế tính từ điểm cực tiểu của đường biến phí trung bình? Trong Hình 5.3 các mũi tên trong Hình 5.2 đã được lấy đi và các điểm sản xuất của doanh nghiệp được thể hiện bởi các chấm tròn. Các điểm này xuất hiện khi đường chi phí biên tế cắt đường thu nhập biên tế, trường hợp này chỉ xảy ra nếu doanh nghiệp không đóng cửa.

Hình 5.2: Trong cạnh tranh hoàn hảo, giá thị trường chịu áp lực di chuyển đến điểm lợi nhuận kinh tế bằng Zero.

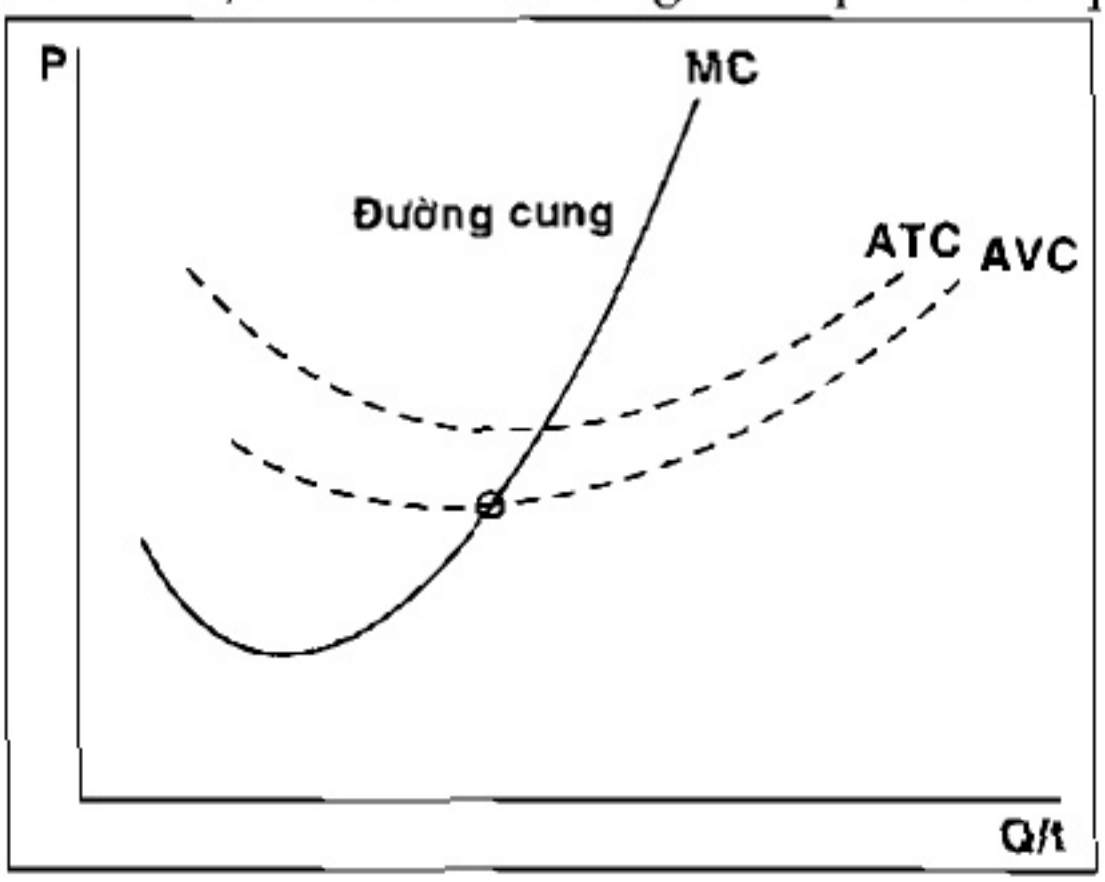


Hình 5.3: Các điểm có MC=MR trong cạnh tranh hoàn hảo.



http://tieulun.hopto.org

Hình 5.4: Nguồn gốc của đường cung: đường chi phí biên tế tính từ điểm cực tiểu của đường biến phí bình quân.



Khi tìm hiểu hình vẽ cuối cùng này chúng ta hiểu được một trong các hàm ý quan trọng của cạnh tranh hoàn hảo. Nối các chấm tròn trong Hình 5.3 sẽ làm rõ mối quan hệ giữa giá bán con chip của doanh nghiệp và số lượng chip mà doanh nghiệp muốn sản xuất. Điều này có vẻ hợp lý vì đó chính xác là định nghĩa về đường cung. Kết quả trong cạnh tranh hoàn hảo, đường cung chính là chi phí biên tế tính từ điểm cực tiểu của đường biến phí bình quân. Dĩ nhiên điều này cũng chứng minh tại sao đường cung lại có hướng dốc lên: chi phí biên tế thì tăng dần.

Dù khó chứng minh hơn nhưng điều quan trọng cần phát biểu rằng không có đường cung trong cạnh tranh độc quyền, độc quyền nhóm hay độc quyền. Để hiểu lý do, nhớ rằng Hình 5.4 thể hiện đường cung bằng việc tìm các mức sản xuất tương ứng với các mức giá khác nhau. Nhớ lại Hình 4.4 rằng các đường mức giá nằm ngang này cũng thể hiện các đường cầu hoàn toàn đàn hồi đối với sản lượng đầu ra của một doanh nghiệp cụ thể. Kết quả này không áp dụng cho các dạng thị trường khác, vì độ đàn hồi của cầu đối với sản lượng của một doanh nghiệp thì không hoàn toàn đàn hồi, và các đường cầu có các độ đàn hồi khác nhau đưa đến các sản lượng cực đại hoá lợi nhuận của doanh nghiệp khác nhau.

http://tieulun.hopto.org

Tóm tắt

Chương này căn cứ vào chương trước đã định nghĩa và minh họa chi phí và thu nhập. Hiểu sự phân biệt giữa cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền, và chúng là hai đầu của một khoảng gồm các mức trung gian, hầu hết doanh nghiệp đều hoạt động ở vị trí nào đó trong khoảng trung gian này. Tiếp theo, đã phân biệt giữa lợi nhuận bình thường và lợi nhuận kinh tế, và chứng minh tại sao trong cạnh tranh hoàn hảo lợi ích kinh tế biến mất còn trong độc quyền thì không. Cuối cùng, chúng ta đã hiểu trong cạnh tranh hoàn hảo đường cung ở Chương 2 là một phần của đường cong chi phí biên tế của Chương 4, ở bên trên chi phí biến đổi bình quân và vì vậy có hướng dốc lên.

Thuật ngữ:	Tỉ số tập trung Cạnh tranh độc quyền Thị trường độc quyền nhóm Lợi nhuận kinh tế Lợi nhuận bình thường Ngắn hạn Dài hạn
Các chương chủ đề bạn có thể đọc tiếp	Chống độc quyền Môi giới bán vé và đầu cơ Tác động kinh tế của sòng bạc casino Giá năng lượng Các nghiệp đoàn Tại sao sách học ở Đại học mắc như vậy? Kinh tế học Về thuốc kê toa Wal – mart
Câu hỏi dành cho bạn	1. Một ngành công nghiệp có nhiều doanh nghiệp cạnh tranh, với các thị trường nhỏ riêng biệt có thể là đặc trưng của: a. Độc quyền b. Độc quyền nhóm c. Cạnh tranh độc quyền d. Cạnh tranh hoàn hảo 2. Một ngành công nghiệp có một số rất giới hạn các doanh nghiệp lớn có thể là đặc trưng của: a. Độc quyền b. Độc quyền nhóm

http://tieulun.hopto.org

c. Cạnh tranh độc quyền

d. Cạnh tranh hoàn hảo

3. Do tính hữu ích và tương đối đơn giản, mô hình cung và cầu thường được dùng:

a. Bởi vì hầu như mọi ngành công nghiệp lớn ở Hoa Kỳ được quản lý trong thị trường hoàn hảo

b. Vì hầu như mọi ngành công nghiệp lớn ở Hoa Kỳ được điều hành trong thị trường độc quyền

c. Mặc dù nói chính xác chỉ có ít ngành công nghiệp ở Hoa Kỳ được điều hành bởi thị trường cạnh tranh hoàn hảo

d. Mặc dù mô hình này không có liên hệ với thực tiễn kinh tế

4. Một doanh nghiệp duy trì việc kinh doanh hay đóng cửa tùy thuộc mạnh mẽ vào khái niệm:

a. Lợi nhuận kinh tế

b. Lợi nhuận thực tế

c. Thị phần

d. Tỉ số tập trung

5. Lý thuyết kinh tế cho rằng suất thu lợi của một ngành công nghiệp sẽ:

a. Liên quan trực tiếp với số các doanh nghiệp cạnh tranh trong ngành công nghiệp

b. Liên hệ nghịch với số doanh nghiệp cạnh tranh trong ngành công nghiệp

c. Không liên quan với số doanh nghiệp cạnh tranh trong ngành công nghiệp

d. Là zero trong dài hạn, không tính đến cấu trúc thị trường

6. Trong cạnh tranh hoàn hảo, đường cung là:

a. Đường cong chi phí biên tế, với mọi phối hợp giá cả – sản lượng.

b. Đường cong chi phí biên tế, nhưng chỉ tính đoạn dốc xuống

c. Đường cong chi phí biên tế, nhưng chỉ tính đoạn

http://tieulun.hopto.org

dốc lên

d. Đường cong chi phí biên tế, nhưng chỉ tính đoạn ở trên điểm cực tiểu của đường biến phí bình quân

7. Một chỉ báo về mức độ cạnh tranh trong một ngành công nghiệp là **tỉ số tập trung**. Nó đo lường:

a. Phần trăm doanh số của các doanh nghiệp lớn nhất trong một ngành công nghiệp

b. Phần trăm lợi nhuận của các doanh nghiệp nhỏ nhất trong một ngành công nghiệp

c. Doanh thu trong ngành công nghiệp tính bằng phần trăm của tổng mức tiêu dùng ở Hoa kỳ

d. Suất sinh lợi của ngành công nghiệp

8. Dịch vụ điện thoại địa phương là một lĩnh vực mà khách hàng không có sự lựa chọn. Nhiều người trong giới trẻ không còn sử dụng "điện thoại cố định" mà thích sử dụng điện thoại di động. Điều này có nghĩa là thị trường đã chuyển theo hướng:

a. Độc quyền

b. Độc quyền nhóm

c. Cạnh tranh hoàn hảo

d. Độc quyền của người mua

9. Trong một biểu đồ về cạnh tranh hoàn hảo, đường thu nhập biên tế di chuyển lên và xuống khi có doanh nghiệp gia nhập hoặc rút lui bởi vì:

a. Nhu cầu thị trường đối với sản phẩm tăng và giảm tương ứng với sự rút lui và gia nhập

b. Nhu cầu thị trường đối với sản phẩm tăng và giảm tương ứng với sự gia nhập và rút lui

c. Lượng cung thị trường đối với sản phẩm tăng và giảm tương ứng với sự rút lui và gia nhập

d. Lượng cung thị trường đối với sản phẩm tăng và giảm tương ứng với sự gia nhập và rút lui

10. Nếu MR > MC, thì khi bán thêm một đơn vị sản phẩm:

a. Lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ dương

http://tieulun.hopto.org

b. Lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ tăng

c. Lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ âm

d. Lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ giảm

Hãy suy nghĩ

Một trong các quan tâm khi Walmart gia nhập thị trường trong ngành kinh doanh tạp hoá vào cuối thập niên 1990 là sự định giá thấp, đẩy các cửa tiệm nhỏ ra khỏi ngành kinh doanh, rồi sẽ nâng giá lên các mức độc quyền khi họ không còn đối thủ. Điều này đã không xảy ra nhưng không có ý nghĩa là không thể xảy ra. Dưới điều kiện nào và trong các ngành công nghiệp nào, một chiến lược như vậy có thể xuất hiện?

Hãy thảo luận

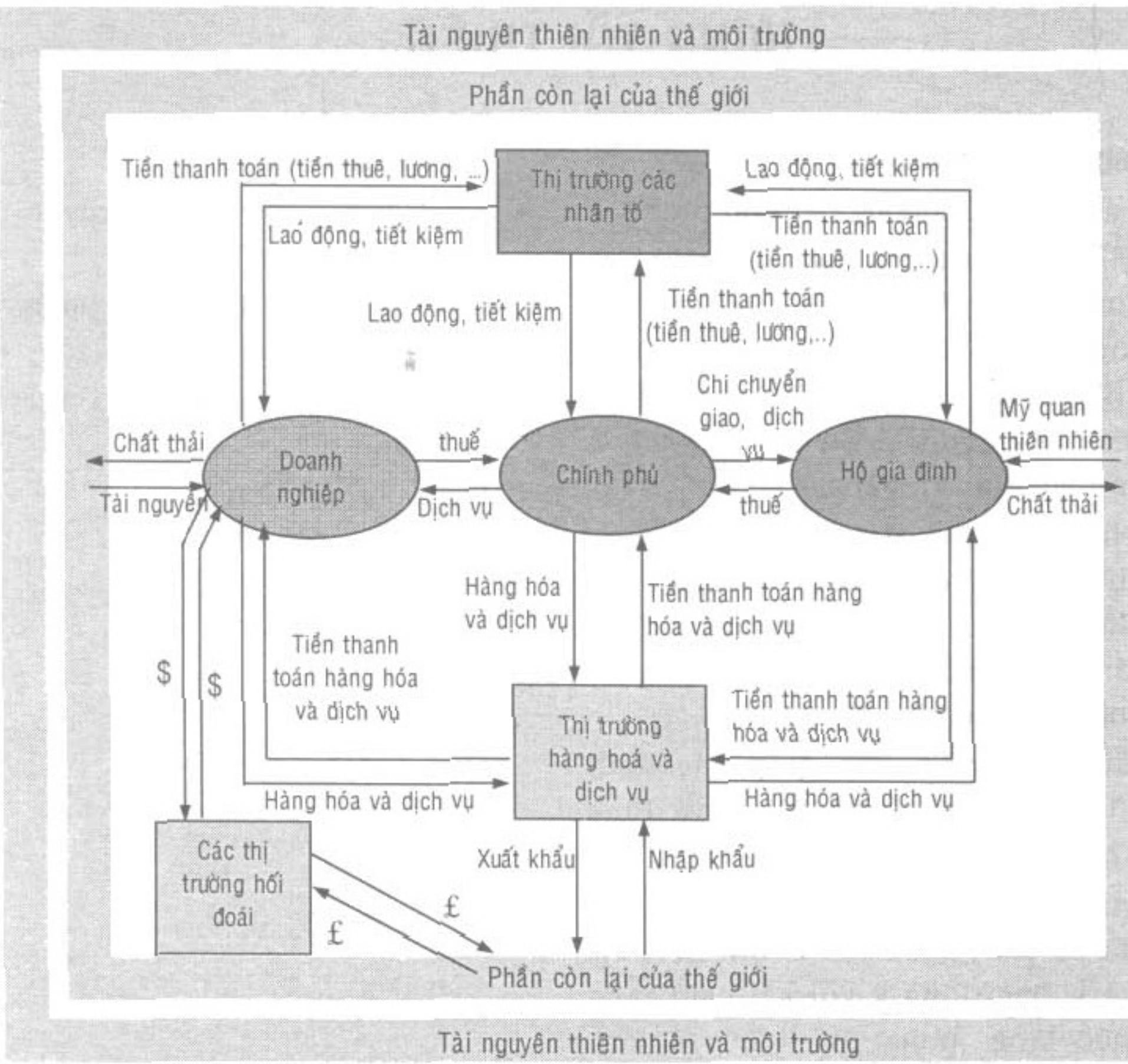
Hãy kể ra các ngành độc quyền đã từng hiện diện khi bạn còn trẻ và hiện nay đang gặp sự cạnh tranh ngày càng tăng. So sánh danh sách này với danh sách giảng viên của bạn đưa ra (người có lẽ lớn tuổi hơn bạn). Các ngành độc quyền nào hiện nay có lẽ sẽ bị đe doạ bởi sự gia nhập của các doanh nghiệp trong tương lai?

Đằng sau các con số

Các tỉ số tập trung của 4, 8, và 50 doanh nghiệp lớn nhất trong các ngành công nghiệp

http://www.census.gov/epcd/www/concentration.html

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào thị trường lao động và cách thức chính phủ điều tiết mức lương tối thiểu có thể trả cho một công nhân mỗi giờ.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 6:

LƯƠNG TỐI THIỂU

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu thị trường lao động là gì, lương tối thiểu là gì, tại sao nó xuất hiện và nó thay đổi kết quả thị trường lao động thế nào, và tại sao lương tối thiểu phải cao hơn mức lương cân bằng.
- Hiểu cách thức đa số các nhà kinh tế dùng lý luận về thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất, để chứng minh cho niềm tin của họ là mức lương tối thiểu làm gia tăng thất nghiệp.
- Dùng lý luận trên giúp xác định trong thực tế người thắng và thua khi tăng mức lương tối thiểu.
- Hiểu rằng một vài nhà kinh tế học đã có cái nhìn mới về vấn đề này, và không đồng ý với kết luận rằng việc tăng lương tối thiểu sẽ làm giảm việc làm.
- Hiểu rằng có một phương án thay thế mức lương tối thiểu, tập trung nhiều hơn vào tăng thu nhập cho người lao động nghèo.
- Hiểu rằng sự đồng thuận giữa các nhà kinh tế về vấn đề lương tối thiểu gặp trở ngại trong thời gian gần đây.

Chủ đề của chương

- Phân tích kinh tế học truyền thống về lương tối thiểu.
- Các xem xét đối với phân tích kinh tế học truyền thống.
- Quan điểm hiện nay của các nhà kinh tế?
- Hiểu chi tiết hơn
- Tóm tắt

http://tieulun.hopto.org

Lương tối thiểu
Mức lương thấp nhất về pháp lý có thể trả cho một giờ làm việc

Lương tối thiểu là mức lương thấp nhất về mặt pháp lý có thể trả cho một giờ làm việc theo các quy định của Chính phủ. Năm 1938 mức lương tối thiểu đầu tiên ấn định ở mức 25 cent một giờ, và số tiền này đã tăng định kỳ qua các năm. Vào tháng 6/2007, mức lương này là 5,85 USD dự trù sẽ tăng mỗi năm 70% trong 2 năm 2008 và 2009.

Lương đủ sống
Mức lương đủ để giữ gia đình bạn khỏi cảnh nghèo

Lương tối thiểu theo truyền thống được xem như một cơ chế đảm bảo mức **lương đủ sống**, nghĩa là mức lương không để một gia đình bị nghèo khổ. Như bạn có thể thấy trong Hình 6.1, mức lương tối thiểu luôn luôn đủ để giúp một người ở trên mức nghèo khổ. Mức lương này ít thành công đối với các gia đình.

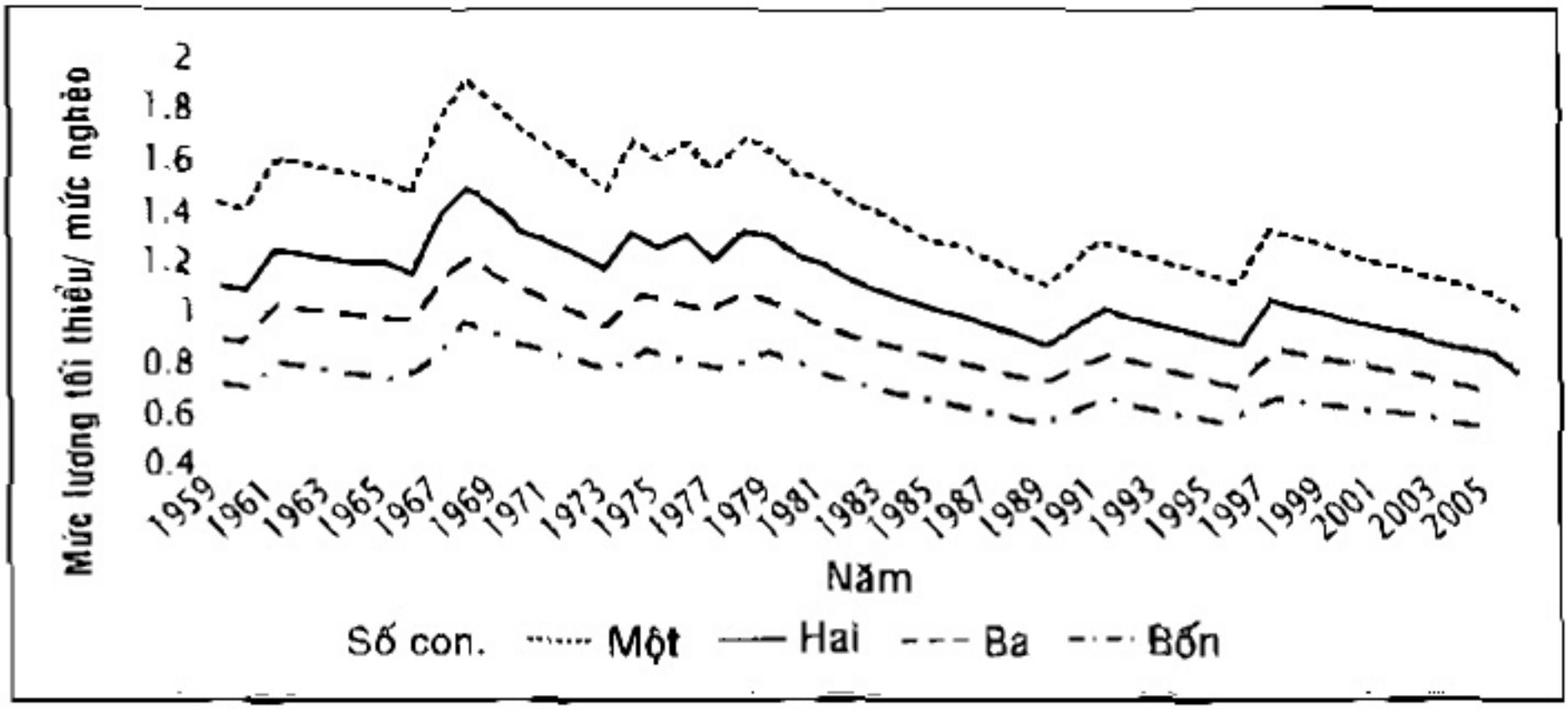
Từ năm 1985, lương tối thiểu đã không đủ để một gia đình có một người đi làm với mức lương tối thiểu (gia đình có hơn một người) ở trên mức nghèo. Thí dụ, để giữ cho gia đình 4 người ở trên mức nghèo, mức lương tối thiểu của một người làm việc toàn thời gian phải hơn 10,5 USD một giờ.

Hình 6.2 cho thấy tuy lương tối thiểu đã tăng một số lần trong 60 năm qua, giá trị thực, tức là giá trị đã điều chỉnh lạm phát của nó theo giá trị USD năm 1999, đã tăng trong 30 năm đầu và sau đó đã giảm dần. Từ năm 1950, giá trị thấp nhất tính theo USD đã điều chỉnh lạm phát là mức lương vào đầu năm 2007, và đạt giá trị đã điều chỉnh lạm phát cao nhất vào năm 1968 với 7.65 USD một giờ. Khi đảng Dân chủ nắm quyền kiểm soát Quốc hội họ đã thực hiện kế hoạch tăng lương tối thiểu đến 7,25 USD vào năm 2009. Ngay cả ở mức này, lương tối thiểu vẫn chỉ tương dương mức lương tối thiểu bình quân trong lịch sử.

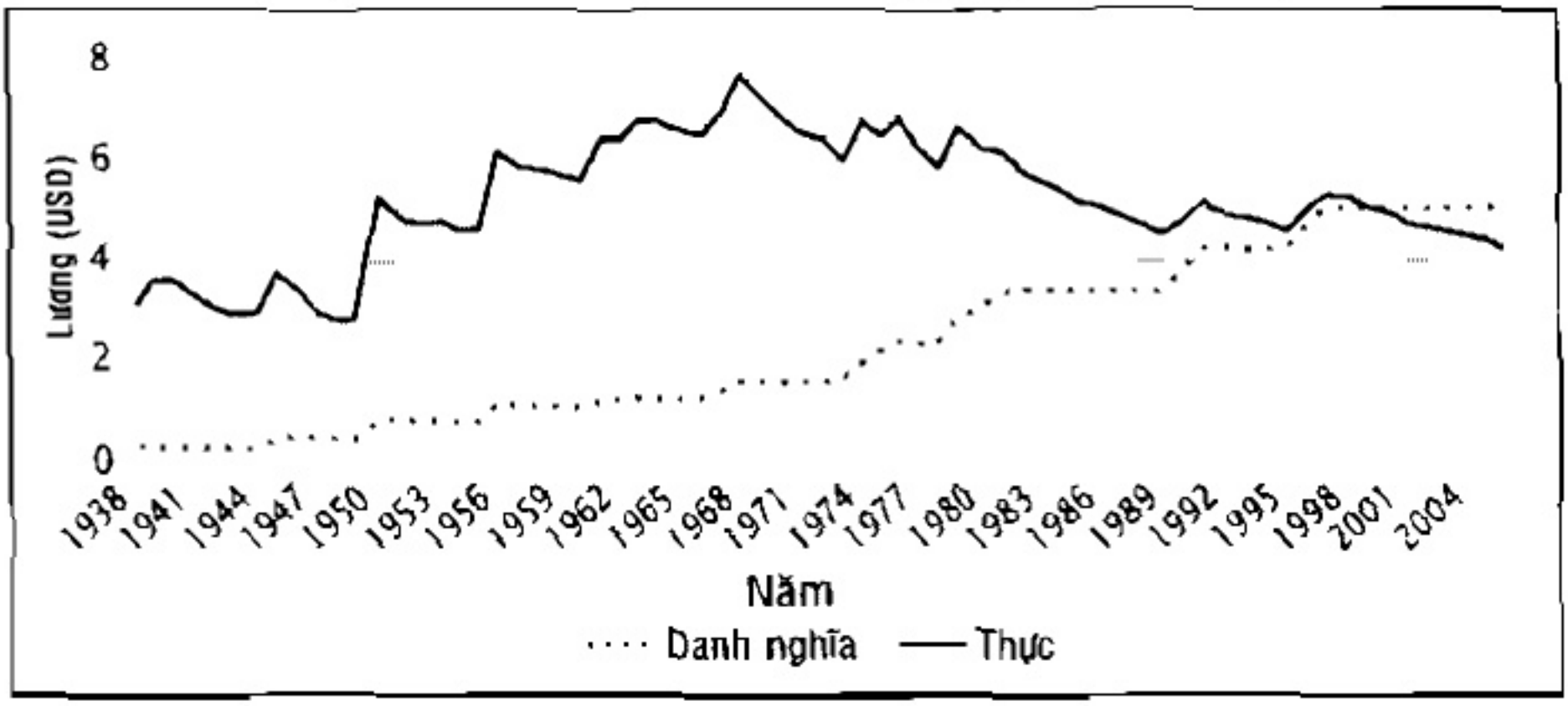
Theo thời gian, các nhà kinh tế có xu hướng tranh luận chống lại lương tối thiểu. Trong chương này chúng ta giải thích các lập luận đó cùng với các lý do tại sao, cho đến gần đây đa số các nhà kinh tế đã nghĩ rằng tăng lương tối thiểu không có tác dụng.

http://tieulun.hopto.org

Hình 6.1: Tỷ số thu nhập của nhân viên có lương tối thiểu làm việc toàn thời gian so với mức nghèo với các quy mô gia đình khác nhau.



Hình 6.2: Lương tối thiểu thực và danh nghĩa, 1938 – 2003, USD 1999.



Phân tích kinh tế học truyền thống về lương tối thiểu

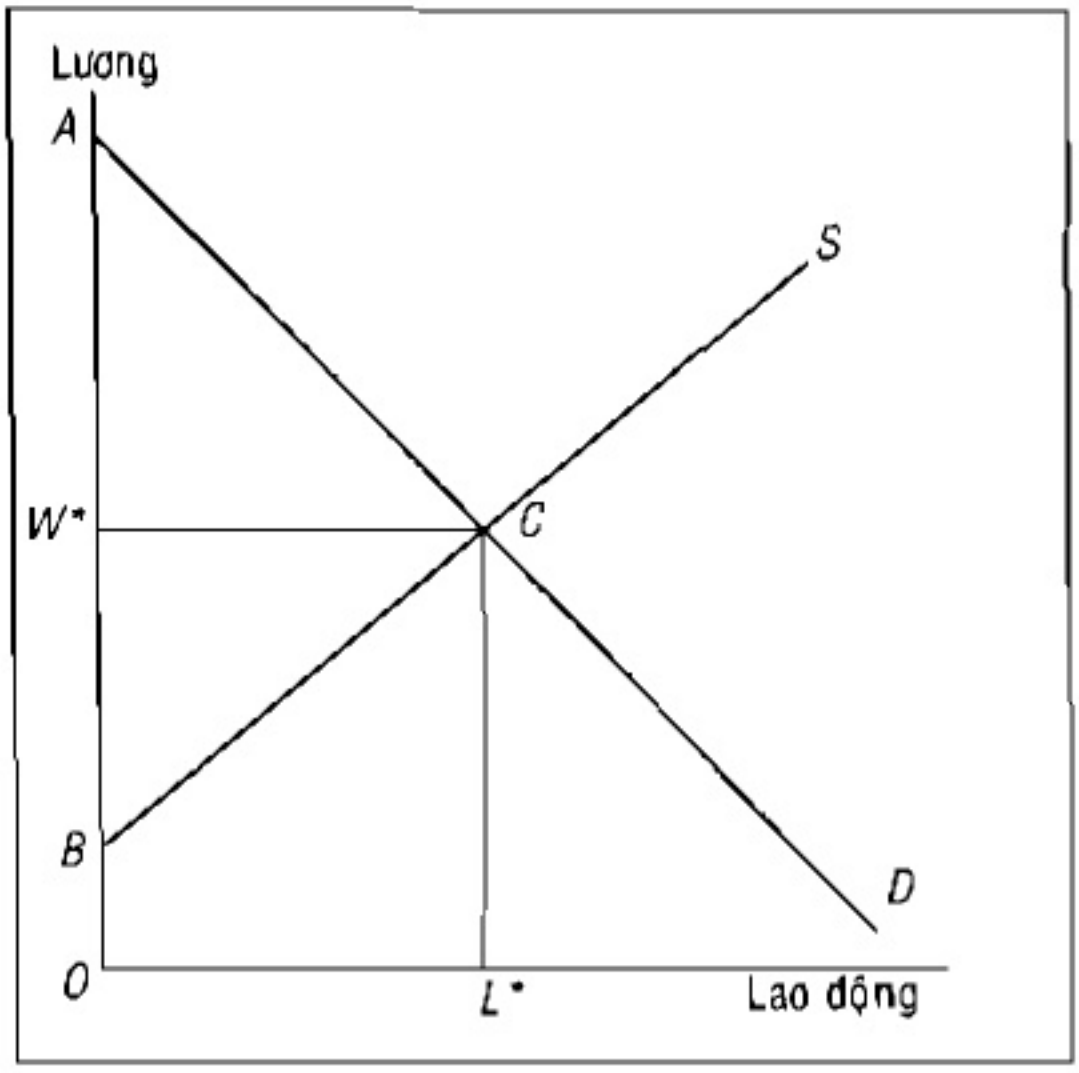
Thị trường lao động, thặng dư người tiêu dùng và thặng dư người sản xuất

Đa số các nhà kinh tế quan tâm khi nói về ý tưởng thiết lập mức lương tối thiểu, và họ căn cứ trên phân tích cung và cầu truyền thống về vấn đề này. Hình 6.3 thể hiện một thị trường lương tối thiểu cho lao động kỹ năng thấp. Hàng hóa được bán trong thị trường này là lao động, và giá bán là mức lương. Nguồn cung gồm các công nhân muốn đi làm nhiều hơn khi mức lương cao hơn, hàm ý một đường cung dốc lên, đường cầu gồm các chủ doanh nghiệp muốn thuê lao động. Người chủ được giả định sẽ cần ít lao

http://tieulun.hopto.org

động hơn khi mức lương cao hơn, hàm ý đường cầu dốc xuống. Nếu không có luật định mức lương cụ thể, thì lương sẽ được xác định trong thị trường ở điểm giao nhau của đường cung và đường cầu. Ở điểm này sẽ không có thiếu hụt hay thặng dư. Lương sẽ là W* và sẽ có L* lao động làm việc. Tại mức cân bằng thị trường, đây là mức lương mà không ai muốn có việc làm lại không có, và không có chủ doanh nghiệp nào cần công nhân với mức lương đó lại không thể tìm được.

Hình 6.3: Thị trường lao động



Trong trường hợp này, các công nhân được trả tổng cộng số USD OW*CL*. Khi đề cập khái niệm về thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất ở Chương 3, đã phát biểu rằng thặng dư tiêu dùng là diện tích dưới đường cầu nhưng ở trên mức giá, trong khi thặng dư nhà sản xuất là diện tích dưới mức giá và trên đường cung. Dĩ nhiên trường hợp này giá là mức lương.

Sự khác biệt chủ yếu ở đây là các doanh nghiệp sẽ có thặng dư người tiêu dùng W*AC, vì chính họ là người mua hàng hóa, nghĩa là thuê lao động. Chúng ta thể hiện thặng dư người tiêu dùng ở đây là số tiền các doanh nghiệp có được từ công việc của các công nhân lớn hơn số tiền họ phải trả công nhân.

Thặng dư nhà sản xuất BW*C cũng khác biệt vì nó là thặng dư các công nhân có được do họ bán sức lao đông. Nó thể hiện số tiền các công nhân có được lớn hơn giá trị công việc họ đã làm. Vì vậy như bất kỳ thị trường nào khác, người tiêu dùng và người sản xuất đều đạt lợi ích nào đó.

http://tieulun.hopto.org

Các tiểu bang và thành phố tăng mức lương tối thiểu của địa phương họ

Vì lương tối thiểu liên bang không thay đổi trong gần một thập kỷ, các tiểu bang và thành phố bắt đầu dùng sáng kiến đặt một mức lương tối thiểu cao hơn trong thẩm quyền của họ. Vào tháng 4/2007, 28 tiểu bang và một số thành phố có các luật lương tối thiểu cao hơn lương tối thiểu của liên bang. Hơn nữa, với nỗ lực ngăn ngừa lạm phát làm xói mòn mức lương tối thiểu của tiểu bang họ, chín tiểu bang đã điều chỉnh lương tối thiểu theo số đo nào đó về lạm phát.

Lương tối thiểu có tác dụng hoặc không có tác dụng

Nếu mức lương tối thiểu được định dưới mức W*, các doanh nghiệp sẽ trả mức lương tối thiểu hay mức cao W*? Điều ngạc nhiên câu trả lời là họ sẽ không trả mức tối thiểu. Để có số lượng công nhân đem lại lợi ích nhiều nhất cho doanh nghiệp, các chủ doanh nghiệp phải trả mức cao W*. Họ nên trả cao hơn mức tối thiểu bởi vì tuy chi phí lao động chiếm tỷ lệ cao hơn, sản lượng do số công nhân tăng thêm sẽ phát sinh thêm đủ doanh thu để trả lương công nhân đồng thời phát sinh khoản lợi nhuận tăng thêm. Ngoài ra, sẽ có lợi nhất khi trả mức W*, vì nếu không các đối thủ cạnh tranh sẽ trả lương cao hơn để có lao động. Vì vậy bất kỳ lương tối thiểu nào dưới W* sẽ không có tác dụng, vì các doanh nghiệp sẽ tạo lợi nhuận nhiều hơn khi trả lương W* thay vì trả mức thấp hơn .

Nếu bạn chưa được thuyết phục rằng việc lập mức lương tối thiểu có thể không có tác dụng, hãy xem điều gì xảy ra nếu giáo sư của bạn bảo rằng bạn sẽ thi rớt nếu cởi trần trong lớp. Trừ khi bạn đã hoạch định làm điều này, nó sẽ không xảy ra, vì bạn sẽ bị tống khứ khỏi trường, một quy định không ảnh hưởng đến hành vi của bạn chút nào, và vì vậy nó không có tác dụng. Để mức lương tối thiểu có tác dụng nó phải được định ở trên mức lương cân bằng.

Có vấn đề gì với lương tối thiểu?

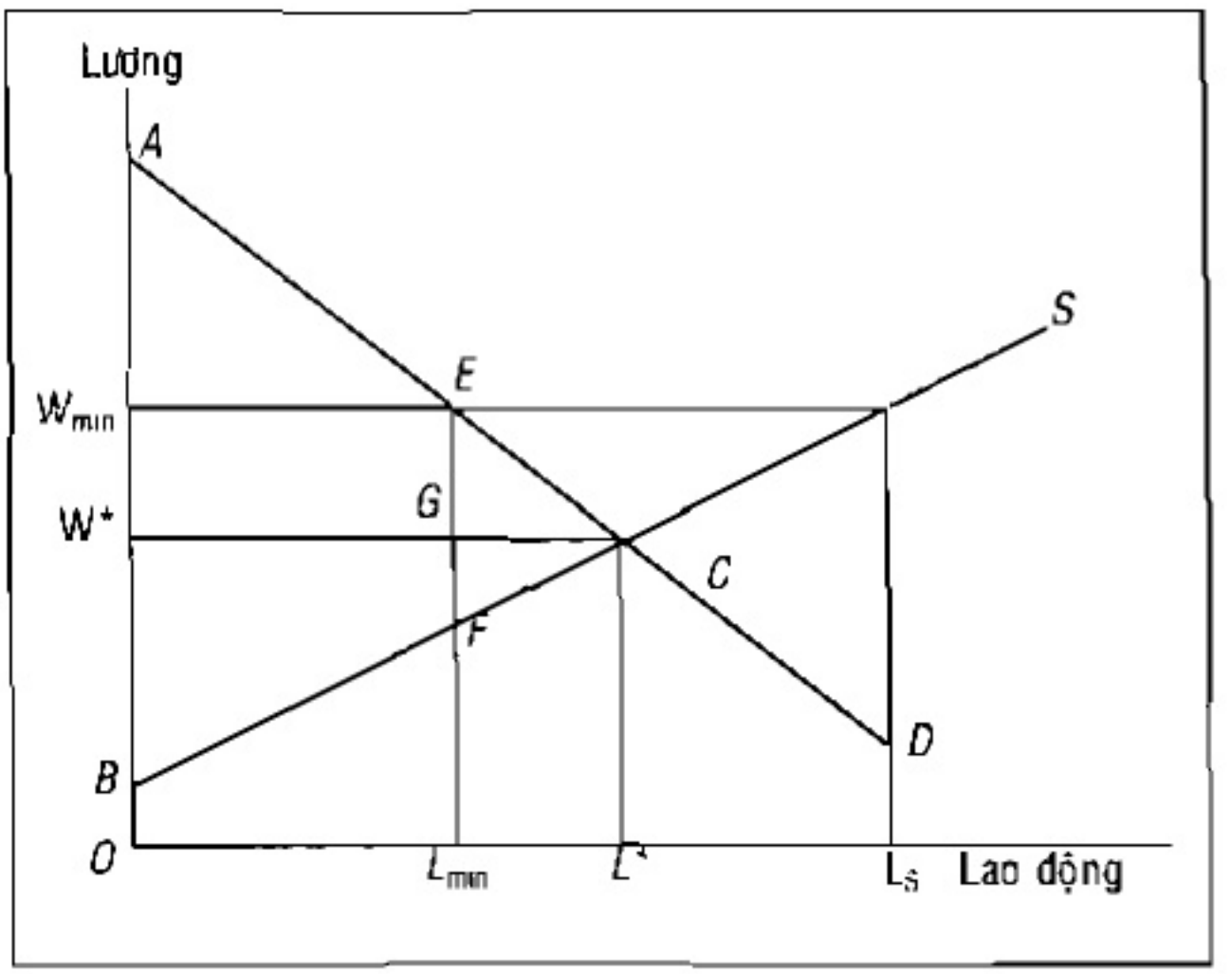
Như thấy trong Hình 6.4, mức lương tối thiểu được lập trên mức lương cân bằng có một số tác động. Thứ nhất, nó tăng mức lương từ W* lên W_{min}. Thứ hai, nó giảm số lao động từ L* xuống L_{min}. Thứ ba, miễn là số tiền có được từ tăng lương cho các công nhân lớn hơn số tiền mất đi do có ít người làm việc hơn, nói chung các công nhân có nhiều tiền hơn trước. Từ nghiên cứu trước đây về khái niệm độ đàn hồi, bạn sẽ nhớ rằng điều kiện để điều trên xảy ra là cầu về lao động phải không đàn hồi. Cuối cùng, quy định mức lương tối thiểu sẽ làm tăng tỉ lệ thất nghiệp công nhân trong thị trường này. Điều này sẽ xảy ra vì sẽ có nhiều công nhân muốn đi làm hơn, hoặc các công

http://tieulun.hopto.org

nhân hiện có sẽ muốn làm việc nhiều giờ hơn. Với lương tối thiểu đặt trên mức lương cân bằng, công nhân muốn cung ứng L_s lao động so với trước đây họ chỉ muốn làm việc L* lao động. Điều làm phức tạp hơn là bây giờ các chủ doanh nghiệp chỉ muốn thuê lao động đến mức L_{min}, thay vì mức L* như trước đây. Cuối cùng, thặng dư người tiêu dùng giảm xuống W_{min}AE và thặng dư người sản xuất tăng lên. Tổng của thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất nhỏ hơn trường hợp không có lương tối thiểu một lượng bằng tam giác FEC.

Tất cả các vấn đề trên dẫn đến sau khi phân tích kinh tế về mức lương tối thiểu, sẽ có người thắng, người thiệt. Người thắng là các công nhân có mức lương tăng lên và vẫn còn làm việc như mong muốn. Người thiệt là người trước đây đang làm việc hiện đang thất nghiệp ($L^* - L_{min}$). Điểm quan trọng cúa phân tích này là phần lợi của công nhân nhỏ hơn phần mất đi của chủ doanh nghiệp. Vì vậy chúng ta dối mặt với điều mà nhà kinh tế học gọi là tổn thất vô ích, tổn thất ròng của xã hội bằng diện tích FEC.

Hình 6.4: Lương tối thiểu



Các hàm ý thực tế của lương tối thiểu

Tuy phân tích thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất là một cơ chế khá hay khi phân tích tác động của lương tối thiểu, nhưng nó không dễ hiểu đối với người bình thường. Người được lợi là hơn 4 triệu người làm việc với mức lương tối thiểu và được tăng lương vì họ duy trì công việc của họ.

Người thua thiệt là người mất việc làm. Nghiên cứu về đề tài này đã đưa

http://tieulun.hopto.org

các nhà kinh tế sử dụng luật thực nghiệm, là cứ tăng 10% mức lương tối thiểu sẽ làm giảm từ 1% - 3% số công việc dành cho thanh niên. Điều này làm mất từ 360.000 tới 1.050.000 công việc dành cho thanh niên, do tăng thực sự lương tối thiểu từ 5,15 USD lên 7,75 USD một giờ. Các nhà kinh tế nghiên cứu về các thanh niên không may mắn khám phá rằng số lao dông này phần lớn là người da đen, người Mỹ gốc Tây Ban Nha và người không có trình độ. Nghĩa là họ thuộc nhóm người mà cơ chế tăng lương muốn giúp họ. Diều này không đươc bỏ qua, việc tăng lương tối thiểu rất có thể tổn hại đến người nghèo thay vì giúp họ.

Những người thua thiệt khác gồm các chủ doanh nghiệp nhỏ phải trả mức lương cao với lợi nhuận biên rất nhỏ. Các chủ nhà hàng nhỏ đơn lẻ đặc biệt bị thiệt hại, vì ngành này gồm những người mới khởi nghiệp thường xuyên mấp mé bờ vực phá sản, và chỉ có thể trả mức lương tối thiểu. Có nghĩa là việc tăng lương tối thiểu không chỉ gây thiệt hại các công việc mà các nhà khởi nghiệp đang tạo ra, mà còn gây thiệt hại cho bản thân nhà khởi nghiệp.

Cuối cùng, bên thua thiệt gồm bất kỳ ai mua hàng hóa hay dịch vu sản xuất bởi các công nhân nhận lương tối thiểu, vì một phần sự tăng chi phí lương dược chuyển sang họ dưới hình thức giá cao hơn.

Các phương án thay thế lương tối thiểu

Vì tất cả các lý do trên và một số lý do khác, mà mãi đến gần đây đa số các nhà kinh tế vẫn chưa thể chấp thuận phương án lương tối thiểu. Những người cho rằng lương tối thiểu là biện pháp không phù hợp nhấn manh sự kiện rằng đa số công nhân làm việc với lương tối thiểu thường dưới 24 tuổi. Gần 1/3 số công nhân này dưới 19 tuổi và vì vậy hầu như chưa phải nuôi gia đình. Kết hợp điều này với sự kiện rằng nhiều người có mức lương tối thiểu thì trên 24 tuổi là chồng hoặc vợ, đi làm chỉ để phụ thêm thu nhập của người đi làm chính của gia đình, và họ đều không ở gần mức nghèo.

Dưới con mắt của nhiều nhà kinh tế, một phương án tốt hơn là miễn giảm thuế thu nhập từ lương (EITC). Các gia đình lao đông (có tré em) với thu nhập thấp đến 4,536USD đủ điều kiện nhận khoản tiền với dạng hoàn thuế. Lợi ích của EITC tập trung vào người thực sự cần tiền để nuôi gia đình. Hơn 70% số tiền sẽ dành cho các gia đình nghèo hoặc sẽ nghèo. Điều này trái ngược với mức lương tối thiểu, có trên 70% lợi ích dành cho các hộ không nghèo.

EITC tuy xuất hiện vào thập niên 1970 đã phát triển mạnh mẽ trong nhiệm kỳ của Tổng thống Ronald Reagan. Chính trong nhiệm kỳ này, mức lương tối thiểu thể hiện sự giảm giá trị thực trong thời gian dài. Quan điểm

http://tieulun.hopto.org

của Tổng thống Ronald Reagan xem mức lương tối thiểu là một cơ chế yếu kém để giúp người nghèo, và EITC có thể giúp các gia đình lao động nghèo mà không gây tổn hại cho các doanh nghiệp. Tuy kế hoạch ngân sách đầu tiên của Tổng thống Clinton đã tăng thuế đối với nhiều người, nó cũng gia tăng lớn lao EITC. Hơn nữa, tuy ông cũng áp dụng việc tăng lương tối thiểu, nhưng mức tăng của EITC có tác động mạnh hơn lên người lao động nghèo.

Các xem xét đối với phân tích truyền thống

Trái với phần trên, các điểm xem xét quan trọng đối với phân tích truyền thống đã được chú ý trong những năm gần đây đối với các nhà kinh tế. Họ tập trung vào ba lý lẽ chính. Trước tiên, phân tích kinh tế vi mô gợi ý rằng tác động giảm thu nhập của các chủ doanh nghiệp phần nào được bù trừ bởi tác động tăng thu nhập của người có thu nhập thấp. Người có thu nhập thấp sẽ chi tiêu nhiều hơn và người có thu nhập cao sẽ tiết kiệm nhiều hơn. Lý lẽ thứ hai là hàng hóa lao động thì không thể xác định như đa số các hàng hóa khác và với mức lương khá hơn, công nhân được khuyến khích làm việc chăm chỉ hơn. Nếu công nhân làm như vậy, sự tăng lương bớt trở thành gánh nặng cho chủ doanh nghiệp. Lý lẽ thứ ba, là độ đàn hồi của cầu lao động có lẽ quá thấp nên phân tích truyền thống cần phản ánh sự kiện này. Nếu như vậy, các khía cạnh tiêu cực của lương tối thiểu sẽ nhỏ.

Lập luận của kinh tế vĩ mô

Lập luận đầu tiên xem xét lại phân tích truyền thống dựa trên một khía cạnh của kinh tế học vĩ mô, gợi ý rằng nếu bạn theo dõi mọi khoản chi tiền cụ thể, bạn có thể hình dung tác động tổng thể của khoản chi mới. Hoặc như trong trường hợp này, bạn có thể xem xét tác động ròng của việc chi tiền bởi các cá nhân khác nhau. Thí dụ, nếu chủ các doanh nghiệp tiết kiệm hầu hết lợi nhuận của họ thay vì chi tiêu hay đầu tư, thì không phải toàn bộ lợi nhuận đó sẽ được chi tiêu. Người được trả lương tối thiểu tiết kiệm rất ít, và họ chi tiêu hầu như toàn bộ phần thu nhập tăng thêm. Vì tiền được chi tiêu thay vì tiết kiệm, tổng chi tiêu trong nền kinh tế sẽ tăng. Từ quan điểm kinh tế vĩ mô, bất kỳ tác động tiêu cực nào của việc tăng lương tối thiểu nếu được bù trừ hoặc biến mất, sẽ được xem là tích cực.

Thí dụ, giả sử kết quả của việc tăng lương tối thiểu làm tăng thu nhập 75 USD cho công nhân đồng thời tạo khoản giảm 100 USD trong lợi nhuận của doanh nghiệp. Nhớ rằng sự chuyển thu nhập thì không trực tiếp, lợi ích của công nhân được bù trừ bởi phần lỗ lớn hơn của doanh nghiệp. Khoản chênh lệch 25 USD, tổn thất vô ích, là lượng tổn thất đối với số đo tổng thể hoạt động kinh tế như tổng sản phẩm quốc nội (GDP). Khoản chênh lệch này có

http://tieulun.hopto.org

thể được bù trừ nếu tác động chi tiêu của các công nhân kỹ năng thấp lớn hơn tác động chi tiêu của các chủ doanh nghiệp. Nếu các công nhân kỹ năng thấp chi tiêu toàn bộ phần thu nhập tăng thêm, và các chủ doanh nghiệp chỉ chi tiêu hay đầu tư 80% thu nhập tăng thêm, tác động ròng của việc tăng lương tối thiểu làm GDP giảm 5 USD thay vì 25 USD. Bởi vì 80% của 100 USD thì chỉ lớn hơn 100% của 75 USD là 5 USD. Dĩ nhiên điều này dựa trên giả định rằng, mức lương tối thiểu cao hơn có tác đông ròng là tăng thu nhập của công nhân có mức lương tối thiểu.

Lập luận về nỗ lực làm việc

Lập luận thứ hai có lẽ chính xác là khi giả định rằng con người điều chỉnh nỗ lực làm việc, tùy thuộc việc họ cảm thấy hạnh phúc thế nào đối với chủ doanh nghiệp của họ. Điều này có nghĩa là các đồ thị ở Hình 6.3 và 6.4 không ổn định như ta nghĩ lúc đầu. Hàng hóa "Lao động" tốt không có ý nghĩa cố định như đa số các hàng hóa khác đã dùng trong mô hình cung và cầu. Người ta có thể làm việc chăm chỉ hay lơ là, và chủ doanh nghiệp không làm gì nhiều để ép người lơ là làm việc chăm chỉ hơn. Nếu trả lương cao hơn làm cho công nhân hạnh phúc hơn và làm việc năng suất hơn, thì có lẽ đây là trường hợp giảm nhẹ một số tác động của việc buộc tăng lương. Theo cách này, việc tăng lương tối thiểu có thể tự sinh lợi, và nếu như vậy, chúng ta sẽ phải giả định rằng các chủ doanh nghiệp hoặc không biết đến sự kiện này hoặc không là doanh nghiệp cực đại hóa lợi nhuận. Không có giả định nào hợp lý với đa số nhà kinh tế, điều hợp lý là sự tăng lương như vậy chỉ đơn giản giảm nhẹ tác động tiêu cực.

Lập luận về sự đàn hồi

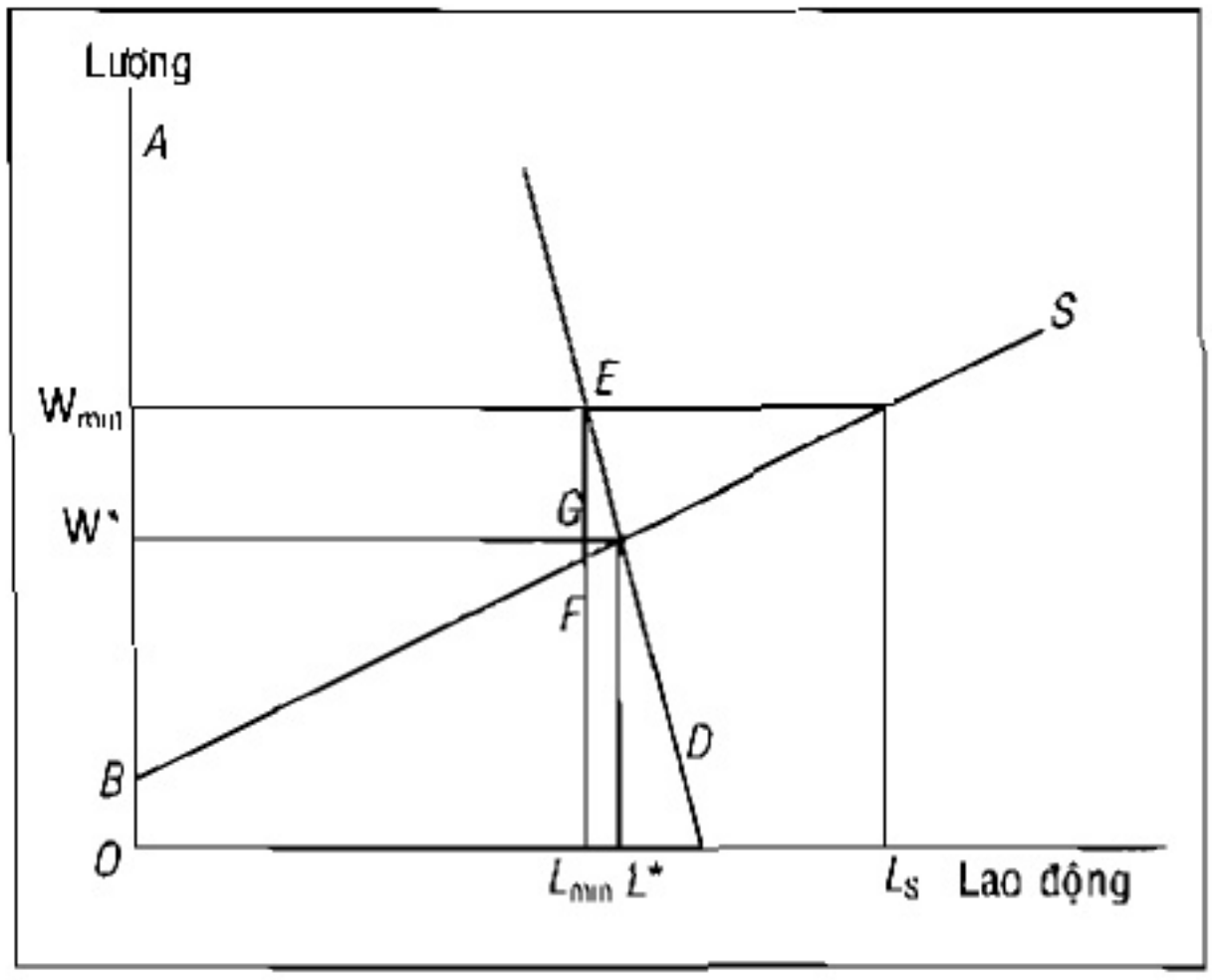
Lập luận cuối cùng dùng để xem xét lại phân tích truyền thống, chỉ đơn giản điều chỉnh phân tích truyền thống, và đề xuất rằng tác động tiêu cực của việc tăng lương tối thiểu thì rất nhỏ. Mọi sự gia tăng như vậy có thể được diễn dịch đơn giản như sự chuyển tiền từ chủ doanh nghiệp cho công nhân. So sánh Hình 6.5 với Hình 6.4, bạn sẽ thấy sự khác biệt thực sự duy nhất là đường cầu dốc hơn, nghĩa là ít đàn hồi hơn trong Hình 6.5. số tiền ròng công nhân nhận được thì rất lớn, và thất nghiệp xảy ra đối với người có việc làm trước đây là $L - L_{min}$ thì rất nhỏ. Như đã nói khi thảo luận về độ đàn hồi ở Chương 3, có hai điều ảnh hưởng đến độ đàn hồi: số các phương án thay thế gần gũi và thời gian tìm ra các phương án.

Cho rằng trong ngắn hạn có rất ít phương án thay thế về việc làm đối với công nhân, sự xem xét này là một trong ba xem xét đã đề cập, có vẻ thuyết phục nhất đối với các nhà kinh tế truyền thống. Đa số các nhà kinh tế vẫn tin

http://tieulun.hopto.org

rằng sư hiện diện của mức lương tối thiểu sẽ giảm việc làm trong dài hạn. Họ nghĩ rằng nguyên nhân duy nhất đem lại lợi ích lớn cho công nhân, và tổn thất ròng của xã hội thì nhỏ, vì sự phân tích trên chỉ có hiệu quả trong ngắn hạn.

Hình 6.5: Lương tối thiểu trong ngắn hạn.



Họ lập luận rằng trong dài hạn các chủ doanh nghiệp sẽ liên tục tìm kiếm các phương án thay thế cho lao động, như các máy móc dễ sử dụng hơn và các thiết bị tự phục vu. Nếu bạn quan sát ngành công nghiệp thức ăn nhanh và thiết bị mà nó sử dụng, bạn sẽ thấy rằng các công ty trong ngành luôn luôn tìm kiếm các phương thức mới để giảm nhu cầu nhân viên, và họ đã thành công lớn trong nỗ lực của họ. Đặt các máy cấp đồ uống ở hành lang và dùng một dãy lò nướng để nấu thực phẩm đúng thời gian mà không cần nhân viên giám sát, là một vài thí dụ về cách thức các chủ doanh nghiệp có công nhân nhận mức lương tối thiểu đã dùng vốn để thay thế cho lao động.

Quan điểm hiện nay của các nhà kinh tế?

Nếu phân tích phi truyền thống gần đây tỏ ra chính xác, có thể vì trong ngắn hạn tổn thất vô ích phát sinh không nhiều. Tác động tổng hợp của hiệu ứng kinh tế vĩ mô và hiệu ứng công nhân chăm chỉ hơn vì vậy đủ để loại trừ hoàn toàn vấn đề. Dữ liệu về sự tăng lương tối thiểu gần đây có tác động tiêu cực đối với vấn đề thất nghiệp vào năm 1990 và 1996 thì không rõ. Hai nhà kinh tế có ảnh hưởng là David Card và Andrew Krueger đã tiến hành một nghiên cứu về mức lương tối thiểu, sử dụng dữ liệu về việc làm trong

http://tieulun.hopto.org

ngành thức ăn nhanh. Họ khảo sát các cơ sở kinh doanh trong hai tiểu bang lân cận trong một thời kỳ, mà một cơ sở đã tăng mức lương tối thiểu còn cơ sở kia thì không. Họ khám phá rằng sự tăng lương tối thiểu đã không có tác động tiêu cực, và có thể lẽ tác động tích cực đến công việc ở tiểu bang đã tăng mức lương tối thiểu.

Vì nghiên cứu này đi ngược lại với kinh nghiệm của các nhà kinh tế lao động, nhiều nhà kinh tế nhanh chóng nhân rộng kết quả này. Các nỗ lực nhân rộng công trình của Card và Krueger đã phát hiện nhiều vấn đề nghiêm trọng về dữ liệu và phương pháp luận trong công trình của họ. Do kết quả của công trình *mới* này đem lại sự hoài nghi về kết luận của Card và Kruger, đa số các nhà kinh tế lao động đã không thay đổi nhiều khẳng định ban đầu của họ. Cụ thể, có nhiều nhà kinh tế vẫn dùng luật thực nghiệm về việc làm của thanh thiếu niên đã đề cập ở trên, nhưng sự tăng 10% lương tối thiểu sẽ làm giảm từ 1%- 2% việc làm của thanh niên. Trong bất kỳ trường hợp nào, các nhà kinh tế đã sử dụng thời giờ đáng kể để tư duy lại một vấn đề họ nghĩ đã giải quyết rất lâu trước đây.

Hiểu chi tiết hơn

Tham khảo lại Hình 6.4, chúng ta có thể xác định chắc chắn người thắng và thua, và bảo vệ mạnh mẽ hơn quan điểm rằng lợi ích của công nhân do mức lương tối thiểu, thì nhỏ hơn khoản lỗ của doanh nghiệp và các công nhân thất nghiệp. Nhớ rằng lợi ích của công nhân do tăng lương tối thiểu là sự tăng thặng dư người sản xuất của họ. Nếu không có lương tối thiểu thăng dư người sản xuất là BW*C, trong khi có lương tối thiểu, thặng dư sẽ là $BW_{min}EF$. Thặng dư người tiêu dùng là lợi ích của các doanh nghiệp khi thuê lao động. Họ có thặng dư người tiêu dùng là W*AC khi không có lương tối thiểu, trở thành $W_{min}AE$ khi có lương tối thiểu. Lợi ích đối với công nhân là $W^*W_{min}EG$ - GFC, trong khi khoản lỗ của doanh nghiệp là $W^*W_{min}EG$ + GEC. Tác động ròng là lợi ích của công nhân trừ khoản lỗ của các doanh nghiệp, là –FEC. Vì tác động ròng thì âm, đây là khoản lỗ mà các nhà kinh tế gọi là tổn thất vô ích.

http://tieulun.hopto.org

Tóm tắt

Sau khi khám phá về mức lương tối thiểu, bạn hiểu tại sao nó hiện diện và các hàm ý của nó đối với mô hình cung và cầu của chúng ta. Bạn biết cách thức dùng kỹ thuật về thặng dư người tiêu dùng và người sản xuất, để xác định người thắng và thua khi có sự tăng mức lương tối thiểu và áp dụng vào các quan sát thực tế.

Thuật ngữ

Mức lương đủ sống Mức lương tối thiểu

Câu hỏi dành cho bạn

1. Từ năm 1998 đến 2007, mức lương tối thiểu thực thì:
   a. Tăng nhanh.
   b. Tăng chậm.
   c. Giữ không đổi.
   d. Giảm nhanh.

2. Để mức lương tối thiểu đạt mức cao bằng năm 1968 về giá trị thực tế (USD năm 1999), nó phải xấp xỉ bằng _____ mỗi giờ:
   a. 6 USD
   b. 7 USD
   c. 8 USD
   d. 9 USD

3. Thời gian gần đây nhất mức lương tối thiểu sẽ đủ cho gia đình ba người ở trên mức nghèo là:
   a. 1979.
   b. 1985.
   c. 1990.
   d. 1998.

4. Lập luận lương tối thiểu thì kém hơn phương án miễn giảm thuế thu nhập từ lương thì căn cứ trên ý tưởng rằng:
   a. Người nhận lương tối thiểu thì thực sự nghèo.
   b. Lương tối thiểu áp dụng cho mọi công nhân, không chỉ dành cho công nhân nghèo.
   c. Miễn giảm thuế thu nhập từ lương dành cho mọi công nhân.
   d. Lương tối thiểu chỉ áp dụng cho thanh niên dưới 25 tuổi.

http://tieulun.hopto.org

5. Lập luận rằng mức lương tối thiểu không làm tăng đáng kể số người thất nghiệp căn cứ trên:

a. Thặng dư người sản xuất.

b. Thặng dư người tiêu dùng.

c. Độ đàn hồi.

d. Tổng cầu.

6. Lập luận rằng mức lương tối thiểu gây tổn hại cho xã hội hơn là trợ giúp xã hội dựa trên phân tích _____.

a. Thặng dư người tiêu dùng và người sản xuất.

b. Đường khả năng sản xuất.

c. Tổng cung – tổng cầu.

d. Biên tế.

7. Lập luận rằng các chủ doanh nghiệp sẽ không thực sự thua lỗ nếu mức lương tối thiểu tăng căn cứ trên:

a. Ý tưởng rằng các công nhân sẽ chi tiêu khoản tiền tăng thêm để mua hàng hóa từ doanh nghiệp.

b. Ý tưởng rằng các công nhân sẽ làm việc ngoài thời gian mà không phải trả thêm.

c. Ý tưởng rằng các công nhân có năng suất cao hơn nếu họ cảm thấy được đền bù tương xứng.

d. Độ đàn hồi của cầu lao động.

Hãy suy nghĩ

Vài tiểu bang đã định mức lương tối thiểu ở tiểu bang của họ cao hơn mức lương tối thiểu liên bang. Làm như vậy đặt họ ở vị trí bất lợi về cạnh tranh, vì điều này sẽ phản tác dụng đối với doanh nghiệp mới. Mặt khác, lương tối thiểu thường chỉ có tác động trong các nghề dịch vụ có mức lương thấp. Ai lập mức lương tối thiểu trong cộng đồng của bạn? Cộng đồng của bạn có tốt hơn khi mức lương tối thiểu cao hơn?

Hãy thảo luận

Một trong các đối thủ chính của việc tăng mức lương tối thiểu là tổ chức hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ. Nhiều tiểu bang có mức lương tối thiểu cao hơn mức của liên bang ngoại trừ các doanh nghiệp chỉ có vài nhân viên. Các doanh nghiệp nhỏ có nên (được) miễn trừ luật lương tối thiểu không?

Để tìm hiểu thêm xem

• Brown, Charles, "Các luật về lương tối thiểu: Chúng có được đánh giá quá cao?, *Tạp chí viễn cảnh kinh tế* 2, số 3 (Mùa hè 1988), trang 133-146.

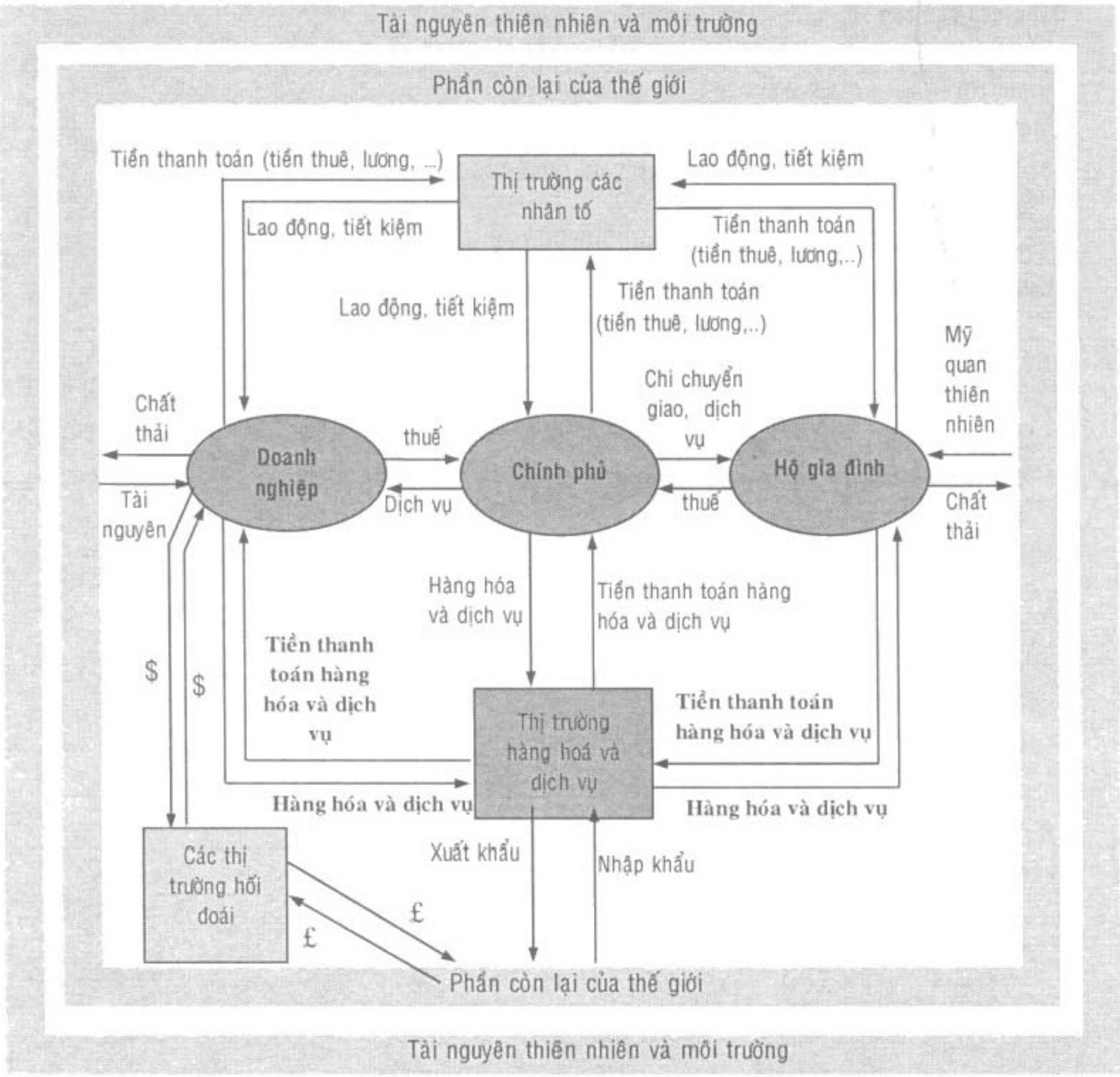
http://tieulun.hopto.org

• Brown, Charles, Curtis Gilroy, và Andrew Kohen,
"Tác động của lương tối thiểu trên việc làm và thất nghiệp"
Tạp chí Nghiên cứu Kinh Tế 20, số 2 (Tháng 6,1982) trang 487-528.
• Card, David, và Alan Krueger,
Tân kinh tế học về lương tối thiểu (Princeton, NJ: Nhà xuất bản Đại học Princeton, 1995)

Đằng sau các con số

• Dữ liệu lịch sử
Lương tối thiểu _ 1959-2006
• Bộ lao động Hoa Kỳ- Phòng điều hành các tiêu chuẩn việc làm.
http://www.dol.gov/esa/public/minwage/main.htm.
Mức nghèo, 1959-2006
• Phòng Điều tra dân số Hoa Kỳ; Bảng dữ liệu về nghèo lịch sử
http://www.census.gov/hhes/poverty/histpov/hst-pov1.htm.
• Số người được hưởng và số tiền của EITC
• Sở thu thuế nội địa- http://www.irs.gov/.

Adam, Scott, và David Neumark, "Một thập kỷ mức lương đủ sống, ta học được gì?"
Viện Chính sách công California-
http://www.ppic.org/content/pubsEP-605SAEP.pdf.



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào một thị trường dịch vụ cụ thể, thị trường nhà cho thuê và sự kiểm soát của Chính phủ đối với các nhà cho thuê.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 7:

KIỂM SOÁT TIỀN THUÊ

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Dùng các nguyên tắc về cung và cầu để lập mô hình tác động của việc kiểm soát tiền thuê.
- Hiểu rằng các nguyên nhân kiểm soát tiền thuê thường có tính chất ngắn hạn.
- Hiểu tại sao các nhà kinh tế thường phản đối việc kiểm soát tiền thuê.
- Hiểu rằng các hậu quả của việc kiểm soát tiền thuê thay đổi theo khung thời gian: các lợi ích ngắn hạn của người cho thuê thường bù trừ bởi tổn thất dài hạn của các chủ nhà và những người cho thuê khác.
- Dùng mô hình cung và cầu để giải thích tại sao loại bỏ sự kiểm soát tiền thuê có thể đem lại lợi ích chung của thành phố, nhưng không thuộc lợi ích của các cử tri của thành phố đó.

Chủ đề của chương

- Tiền thuê trong thị trường tự do.
- Các nguyên nhân kiểm soát tiền thuê.
- Các hậu quả của việc kiểm soát tiền thuê.
- Tại sao việc kiểm soát tiền thuê tồn tại?
- Tóm tắt.

Một số thành phố ở Hoa Kỳ đã thực thi các luật kiểm soát tiền thuê mà một chủ đất có thể tính cho người thuê. Vài thành phố như New York có các luật từ Thế chiến II và các kiểm soát giá quy định vào thời đó do có chiến tranh. Khi các kiểm soát giá nói chung hết hiệu lực, thành phố New York đã mở rộng chúng sang tiền thuê ở thành phố. Các thành phố khác, như hơn 100 thành phố ở New Jersey bắt đầu thực hiện việc kiểm soát tiền thuê, đơn giản

http://tieulun.hopto.org

bằng cách mở rộng việc kiểm soát giá ấn định bởi Tổng thống Nixon vào năm 1971. San Francisco, Los Angeles, và San Jose áp dụng sự kiểm soát khi giá đất tăng vọt, đã đẩy tiền thuê lên cao ở California vào cuối thập niên 1970 và đầu thập niên 1980.

Các luật kiểm soát tiền thuê thường ấn định mức thường xuyên của việc tăng tiền thuê và số tiền có thể tăng. Một số luật kiểm soát tiền thuê ngăn ngừa sự tăng tiền thuê, khi người thuê tiếp tục thuê lại căn hộ đó. Khi phân tích vấn đề kiểm soát tiền thuê nhà, việc đầu tiên cần xem xét là cách thức thiết lập tiền thuê nhà trong một thị trường tự do. Rồi xem xét điều gì đã thúc đẩy Chính Phủ kiểm soát tiền thuê, xem xét các hậu quả ngắn hạn và dài hạn khi ngăn ngừa tăng tiền thuê.

Tiền thuê trong thị trường tự do

Trong thị trường tự do, tiền thuê được xác định theo cùng cách thức như giá của bất kỳ hàng hóa hay dịch vụ nào. Lượng cung các căn hộ được xác định bởi số tiền chủ nhà đất đã chi ra để xây dựng chúng, và cách thức so sánh suất thu lợi của các căn hộ so với các đầu tư khác. Lượng cầu các căn hộ căn cứ trên số người đang tìm kiếm chúng, số tiền thuê nhà ở thành phố so với mua hay thuê ở khu vực lân cận, và thu nhập của người thuê nhà tiềm năng.

Khi chủ đất chọn phương án đầu tư tiền vào các căn hô, họ được động viên bởi các yếu tố giống hệt như các yếu tố thúc đẩy các nhà đầu tư khác. Họ mong đợi suất thu lợi cao nhất có thể trong khoản đầu tư của họ, chịu mức rủi ro giới han. Chi phí liên quan với chủ nhà đất thì biến động nhiều hơn so với chi phí đa số các đầu tư khác. Chi phí nổi trội nhất là chi phí của chính tòa nhà. Nếu nhà đầu tư vay tiền để xây dựng hay mua tòa nhà, chi phí của tòa nhà là phần tiền lãi của khoản thanh toán tiền vay mua bất động sản hàng tháng.

Nếu nhà đầu tư mua tòa nhà không vay nợ, chi phí của tòa nhà là tiền lãi mà nhà đầu tư có thể nhận được từ phương án đầu tư tốt nhất kế tiếp. Theo nghĩa này, chi phí liên quan đến sự đầu tư tài sản cho thuê thì không khác với chi phí của các đầu tư khác.

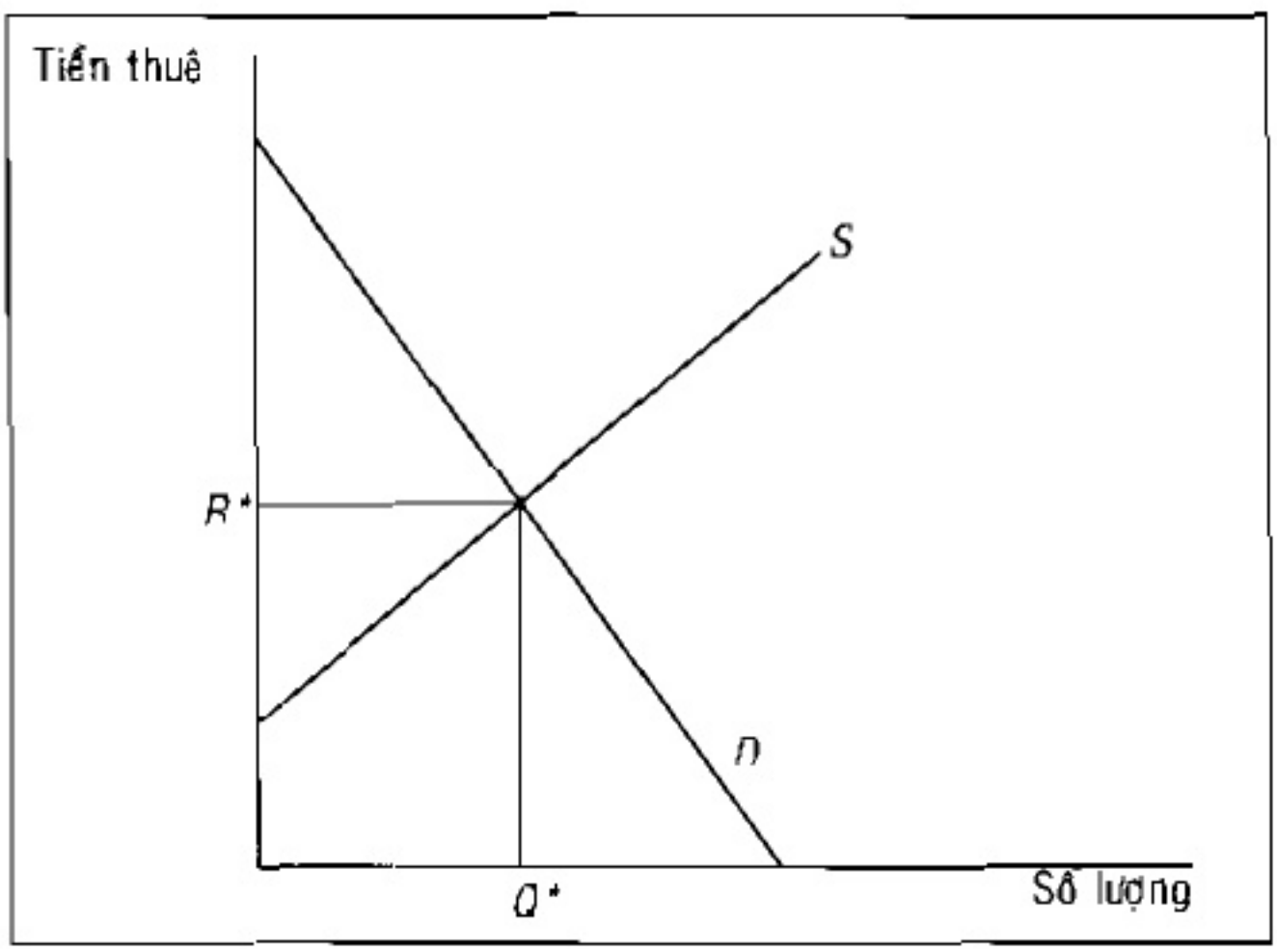
Tuy vậy các chi phí khác của việc sở hữu tài sản cho thuê biến động rất lớn so với chi phí của các đầu tư khác. Các chủ nhà đất phải xử trí mọi vấn đề trong một tòa nhà. Họ phải giải quyết vấn đề người thuê không trả tiền thuê đúng hạn, khi người thuê bỏ đi trước khi chấm dứt việc thuê, và những người thuê gây hư hại cho các căn hộ nhiều hơn số tiền ký quỹ của họ. Chính vì lý do này mà người khéo xoay xở thấy sự dầu tư vào việc xây các căn hộ sinh lợi cao. Họ dùng kỹ năng để tiết kiệm tiền dùng báo trì tòa nhà.

http://tieulun.hopto.org

Người đang tìm nơi sinh sống có một số các quan tâm tương tự. Họ phải quyết định nên mua hay thuê. Nếu họ mua, họ cần bắt đầu trả một khoản tiền mặt, và họ phải trả tiền sửa chữa căn hộ của họ. Nếu họ thuê, họ phải quyết định thuê ở đâu. Trong một thành phố lớn chi phí thuê nhà gần nơi làm việc thì cao hơn, nhưng tránh được thời gian và chi phí đi lại. Nếu tiền thuê nhà trong thành phố thấp, người ta sẽ thích sống trong thành phố hơn. Nếu tiền thuê cao, người ta thích sống xa thành phố.

Hình 7.1 cho thấy một thị trường các căn hộ cho thuê, hình thành một lượng cân bằng các căn hộ được thuê Q^* và một mức tiền thuê cân bằng R^*. Một thị trường như vậy có thể bị ảnh hưởng bởi một số yếu tố. Nếu lãi suất tăng chẳng hạn, chi phí của chủ nhà đất tăng và nhiều người muốn thuê nhà. Vì tiền chi trả khoản vay mua nhà thể hiện chi phí của các phương án thay thế đối với người thuê nhà tăng lên, chi phí của chủ nhà đất tăng và số lượng lớn người thuê tiềm năng dẫn đến chi phí thuê cao hơn.

Hình 7.1: Thị trường các căn hộ cho thuê khi không có sự kiểm soát tiền thuê.



Điều quan trọng cần thêm vào ở điểm này là có một số thị trường cho thuê các loại nhà cho thuê khác nhau. Thí dụ, các chủ nhà đất cho thanh niên học cao đẳng thuê sẽ đưa chi phí sửa chữa vào cuối thời gian thuê, còn chủ nhà cho người lớn tuổi hơn thuê sẽ không đưa chi phí này vào. Các chủ nhà có các căn hộ chất lượng thấp cho thuê, phải ứng phó với khả năng một số người thuê luôn luôn trả tiền thuê nhà trễ. Các chủ nhà cho thuê căn hộ với giá cao sẽ không gặp trường hợp này.

http://tieulun.hopto.org

Với sự phân đôi về tiền thuê và chất lượng như vậy, thường người thuê nhà tự tách biệt ra. Các căn hộ ở gần trường cao đẳng và đại học có giá cho thuê cao hơn các căn hộ ở nơi khác, vì các sinh viên cao đẳng thích chi phí đi lại thấp hơn, và sẵn sàng trả tiền thuê nhà cao hơn để thuận lợi đi lại. Người không phải sinh viên không coi trọng việc ở gần trường. Vì họ thuộc dân cư mang tính đồng nhất, một chủ nhà sẽ đòi hỏi tiền ký quỹ an sinh cao hơn cho các căn hộ như vậy. Điều này quan trọng vì sẽ bất hợp pháp khi dùng một khoản ký cược khác nhau cho các loại dân cư khác nhau. Thí dụ, các chủ nhà biết rằng họ sẽ phải trả chi phí sửa chữa nhiều hơn sau khi một nam sinh viên thuê nhà rời đi so với một nữ sinh viên. Họ không thể định tiền thuê trên giới tính, chủng tộc, tôn giáo, hoặc độ tuổi, (dù các yếu tố này có ảnh hưởng) chi phí sửa chữa.

Các nguyên nhân kiểm soát tiền thuê

Khi chi phí tăng, các chủ nhà cần tăng tiền thuê để làm cho suất thu lợi đầu tư tương tự các đầu tư khác. Vài người than phiền các chủ nhà về tiền thuê tăng như vậy. Trái lại, giống như các chủ doanh nghiệp khác, các chủ nhà muốn tăng giá để tăng lợi nhuận. Điều ngăn cản các chủ nhà tăng tiền thuê thì hoàn toàn giống như điều ngăn cản các doanh nghiệp khác tăng giá: các đối thủ sẽ lấy khách hàng của họ. Tuy vậy trong lĩnh vực này, các chủ nhà có lợi hơn các doanh nhân bán các hàng hóa khác.

Khi bạn thay đổi thương hiệu kem đánh răng, bia, hoặc bất kỳ sản phẩm nào, không có chi phí phát sinh. Khi bạn thay đổi căn hộ, chi phí có thể gây trở ngại. Đầu tiên bạn phải tìm một nơi mới, điều này có thể làm bạn tốn chi phí, nhưng vì nó là điều cấp thiết. Chi phí cơ hội của nó thì cao. Rồi bạn phải tháo dỡ mọi vật dụng và sắp xếp lại tại nơi ở mới, bạn phải báo cho mọi người địa chỉ mới của bạn, và bạn phải thu xếp toàn bộ đồ đạc của bạn và chuyển chúng đi. Ngay cả khi bạn biết người có xe tải và có bạn bè giúp bạn chuyển đi, bạn vẫn tốn nhiều thời gian và tiền chuyển đi. Vì đe dọa chuyển sang căn hộ khác là vị thế duy nhất bạn có đối với chủ nhà, nên chi phí di chuyển sẽ làm giảm vị thế này.

Các chủ nhà biết vị thế của bạn bị giảm đi vì chi phí di chuyển, và họ biết họ có thể tăng tiền thuê mỗi năm nhỏ hơn chi phí di chuyển một chút. Nếu họ tăng tiền thuê lớn hơn chi phí di chuyển, bạn sẽ di chuyển, nhưng nếu họ đảm bảo duy trì việc tăng tiền thuê mỗi năm nhỏ hơn chi phí di chuyển, bạn sẽ quyết định có lợi về mặt kinh tế để tiếp tục ở lại và trả tiền thuê thêm. Quá trình này không thể tiếp tục mãi, vì điều này hàm ý rằng tiền

http://tieulun.hopto.org

thuê luôn luôn tăng nhanh hơn các hàng hóa khác. Nếu như vậy, các nhà đầu tư sẽ xây các căn hộ mới hy vọng đạt suất thu lợi trên trung bình. Với các căn hộ mới sẽ có sự cạnh tranh cho thuê và người thuê nhà sẽ thắng lợi. Trái lại, có thể sự canh tranh tiền thuê không khởi phát trong vài năm. Đây lại là tất cả điều mà các nhà chính trị yêu cầu, và đã nhầm lẫn một tình huống tạm thời với tình hình lâu dài, và chỉ có thể được giải quyết thông qua việc thiết lập kiểm soát tiền thuê. Như đã thấy sau này, một khi áp dung việc kiểm soát tiền thuê ở môt thành phố, gần như không thể ngưng việc kiểm soát này.

Hậu quả của kiểm soát tiền thuê

Giá trần
Mức giá không thể tăng cao hơn

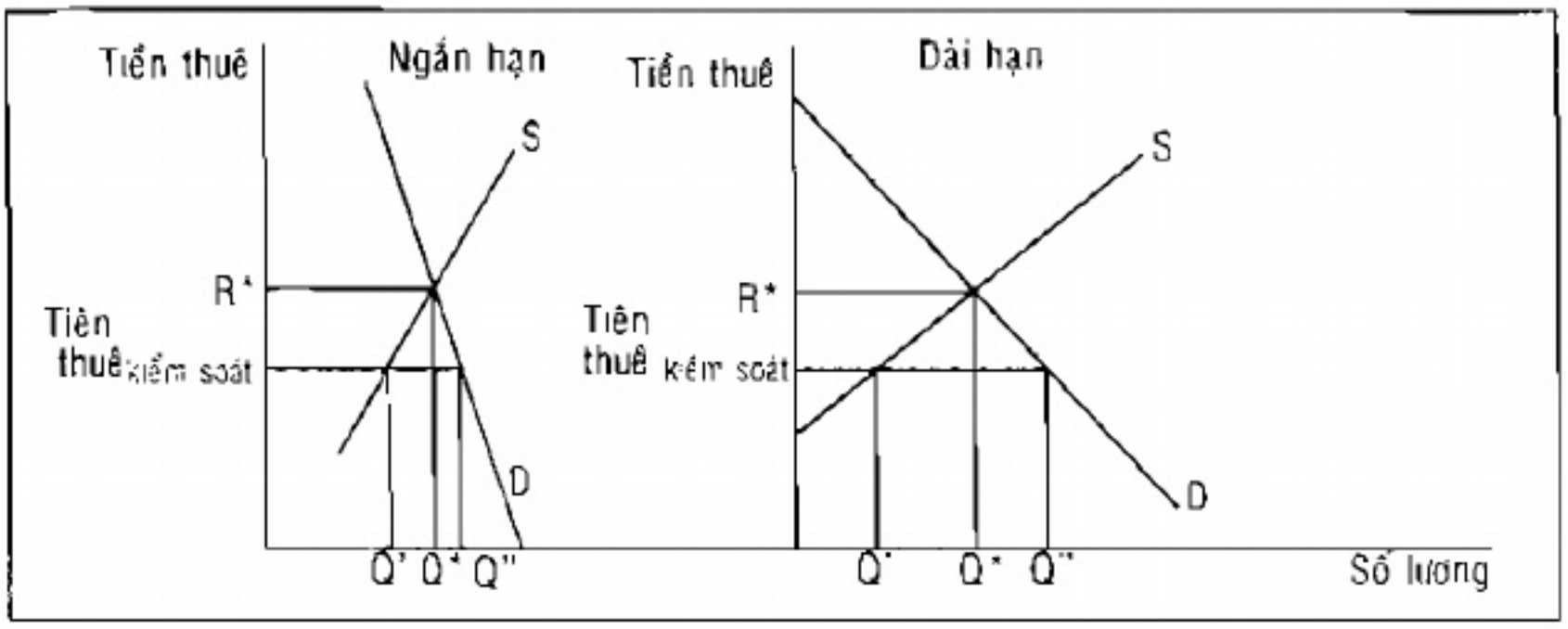
Kiểm soát tiền thuê là một dạng của **giá trần**, khi giá không được phép tăng quá một mức xác định. Một khi áp dung kiểm soát tiền thuê, thị trường các căn hộ cho thuê không còn được vận hành bởi cung và cầu, mà còn bởi các quy định không rõ ràng mà các nhà chính trị đã đưa vào luật pháp. Hậu quả của giá trần nói chung, và của luật kiểm soát giá thuê nói riêng, thì phu thuộc vào độ đàn hồi của đường cung và cầu. Các độ đàn hồi này phụ thuộc vào số các phương án thay thế đúng lúc. Vì các phương án thay thế gần gũi có thể phát triển tốt hơn theo thời gian, hai đặt tính trên (gần gũi và kịp thời) có liên hệ mật thiết với nhau. Chúng ta sẽ gộp chúng lại thành ý tưởng thời gian, và thảo luận các hậu quả ngắn hạn có sự khác biệt so với các hậu quả trong dài hạn như thế nào.

Nhớ rằng để giá trần có tác động, nó phải thấp hơn giá cân bằng. Tưởng tương điều gì sẽ xảy ra nếu giá trần ở trên giá cân bằng. Nếu các chủ nhà đinh giá tren mức cân bằng, người thuê căn hộ của họ sẽ chuyển sang căn hô của các chủ nhà khác. Vì các chủ nhà không có lợi lớn nhất khi làm việc này, việc định giá cho thuê theo luật ở mức thấp hơn giá cân bằng có tác dụng nói rằng, họ không nên làm điều không đem lại lợi ích tốt nhất cho họ.

Chúng ta có thể phân tích các hậu quả của việc kiểm soát tiền thuê một cách hệ thống hơn bằng việc xem xét Hình 7.2. Đầu tiên chú ý rằng Hình 7.2 có hai phần, phần ở bên trái thể hiện hâu quả của kiểm soát tiền thuê trong ngắn hạn, trong khi phần ở bên phải thể hiện hâu quả trong dài han. Có các khác biệt quan trong trong dài hạn và ngắn hạn, bởi vì như bạn nhớ lại ở Chương 3, một nhân tố quan trọng của độ đàn hồi cung và cầu là thời gian.

http://tieulun.hopto.org

Hình 7.2: Các hậu quả ngắn hạn và dài hạn của việc kiểm soát tiền thuê.



Sự không đàn hồi của đường cung và cầu trong ngắn hạn có ý nghĩa, vì người thuê và chủ nhà có ít thời gian hay khả năng để thay đổi điều họ làm. Các chủ căn hộ sẽ cho thuê hầu hết các căn hộ của họ không quan tâm đến tiền thuê. Chỉ các căn hộ đáng chú ý nào đó thì các chủ nhà mới quyết định cho thuê chúng căn cứ trên số tiền họ có thể nhận được. Trong ngắn hạn có thể chỉ có một tỉ lệ nhỏ các căn hộ nằm dưới sự kiểm soát của họ.

Tạm thời tập trung vào điểm chung của các chủ nhà, chúng ta thấy rằng tiền thuê cân bằng R* bị thay thế bởi giới hạn pháp lý $R_{control}$. Hậu quả đầu tiên của điều này chính là điều nhà lập pháp mong muốn: tiền thuê thấp hơn, các chủ nhà thu nhập ít hơn so với khi không có kiểm soát tiền thuê, và người thuê hoặc trả tiền thuê ít hơn, hoặc nhận được nhiều hơn từ tiền thuê của họ.

Việc giảm tiền thuê cũng làm cho lượng cầu Q" vượt quá lượng cung Q'. Số lượng căn hộ cho thuê sẽ giảm, bởi vì một số căn hộ (Q* - Q') đã được thuê trước khi có kiểm soát tiền thuê, sẽ không được cho thuê sau khi có kiểm soát tiền thuê. Để hiểu tại sao như vậy, hãy tưởng tượng bạn là một chủ đất có tòa nhà gồm các căn hộ có mức độ bảo dưỡng khó khăn khác nhau. Thí dụ, các căn hộ khó bảo dưỡng thuộc tầng hầm đòi hỏi sơn thường xuyên vì tình trạng ẩm ướt làm nó bị hư hỏng sớm, sẽ không được cho thuê trừ khi trả tiền thuê tối thiểu R*. Như vậy hậu quả thứ hai của việc kiểm soát tiền thuê là số căn hộ thường được cho thuê giảm đi.

Hậu quả rõ ràng cuối cùng của việc kiểm soát tiền thuê xảy ra không kể trong ngắn hạn hay dài hạn, là việc người ta sẽ tìm các căn hộ ở các khu vực tiền thuê được kiểm soát, mà trước đó họ chưa tìm đến. Cụ thể, sẽ có Q" – Q* căn hộ muốn được thuê ở mức giá $R_{control}$, đã không muốn được thuê ở mức R*.

http://tieulun.hopto.org

Tác động của hậu quả này, và phản ứng của dân cư với các hậu quả xác định họ sẽ thuê ngắn hạn hay dài hạn. Trong ngắn hạn, sự giảm tiền thuê chỉ gây ít biến động về chi phí. Chỉ có một ít người mất khả năng thuê căn hộ, vì trong ngắn hạn, cả đường cung và đường cầu có lẽ không đàn hồi.

Tương tự, cư dân sống trong khu vực không muốn di chuyển tới căn hộ tốt hơn ngay sau khi có sự kiện sốt giá. Trái lại, người thuê sống ở bên ngoài khu vực có lẽ không muốn di chuyển đến khu vực đó, trừ khi có sự khác biệt có thể giữa tiền thuê hiện tại và tiền thuê ở thành phố mà tiền thuê được kiểm soát.

Tuy nhiên, các thay đổi ngắn hạn thực sự chỉ duy trì trong thời gian ngắn, vì hầu hết các luật kiểm soát tiền thuê không hạ thấp tiền thuê nhưng chỉ ngăn nó không tăng. Nếu lạm phát chung ở mức 2% một năm và không cho phép tăng tiền thuê, sẽ cần vài năm để có sự khác biệt đáng kể giữa tiền thuê cân bằng và tiền thuê được kiểm soát. Chỉ khi sự khác biệt này đủ lớn để các chủ nhà không sửa chữa các căn hộ, và những người thuê bắt đầu chuyển đi, thì tác động của sự kiểm soát giá sẽ được thể hiện đầy đủ.

Trong khi kịch bản dài hạn này bắt đầu phát triển, các thiếu sót nghiêm trọng của việc kiểm soát bắt đầu lấn át lợi ích. Sự khác biệt giữa Q′ và Q* ở Hình 7.2 bắt đầu mở rộng đáng kể, khi các chủ nhà lẽ ra đã tân trang lại các căn hộ trong khu vực lại quyết định không xây nữa. Khoảng cách giữa Q″ và Q* cũng tăng lên, khi người thuê nhà sống ở bên ngoài khu vực tiền thuê nhà trong thành phố, do bị hấp dẫn bởi tiền thuê thấp hơn.

Chương trình kiểm soát tác động ở đây như thế nào tùy thuộc quy định của nó. Thí dụ, một loạt vấn đề phát sinh nếu tiền thuê chỉ có thể tăng một tỷ lệ cố định hàng năm, bất kể người thuê là ai. Nếu trái lại, tiền thuê không thể tăng trong thời gian cư trú của người thuê, sẽ tạo ra các vấn đề khác. Quy định liên quan đến việc thuê lại và không cho thuê nữa có xu hướng làm xấu thêm các vấn đề.

Một số luật kiểm soát tiền thuê cho phép mức tăng tiền thuê hàng năm khiêm tốn nhất. Tuy thường sự gia tăng này không theo kịp lạm phát hoặc mức tiền thuê cân bằng. Ở thành phố New York, sự khác biệt (giữa Q′ và Q*) chỉ nhận thấy sau hơn 60 năm, nên các căn hộ có kiểm soát tiền thuê là nơi ở rất rẻ, có thể thuê chúng với giá chỉ bằng 1/3 tiền thuê ở thị trường tự do. Điều này làm những người tìm thuê căn hộ thường không xem mục bất động sản ở báo chí nữa.

http://tieulun.hopto.org

Khi các thị trường dược kiểm soát, đôi khi chúng sẽ hoạt động ngầm. Các thị trường ngầm như cách gọi của một số nhà kinh tế phát sinh vì những người có quyền sở hữu hợp pháp tài sản nhà ở có giá trị với tiền thuê ở dưới giá cân bằng và có người muốn thuê chúng. Điều này được minh họa khi ở New York có các giao dịch thuê nhà ở với tiền thuê được kiểm soát diễn ra ở thị trường ngầm nhiều hơn ở thị trường mở. Chứng cứ là việc giảm các quảng cáo căn hộ với tiền thuê được kiểm soát trên báo chí. Tuy có hơn 60% nhà cho thuê ở New York có quy định tiền thuê, chỉ có 3% quảng cáo trên các tờ báo của các thành phố lớn có đăng nhà cho thuê với giá được kiểm soát.

Để minh họa cách thức vận hành của thị trường ngầm, giả sử bạn biết người đã chết có một căn hộ ưa thích, và không có thân nhân ở địa phương có nhu cầu thuê căn hộ này. Bạn có thể đến đám tang giả vờ buồn rầu và xem bạn có thể có được căn hộ của người đã mất hay không. Dĩ nhiên mọi người biết điều này, vì vậy người có trách nhiệm về người thuê nhà đã mất sẽ lén lút bán quyền thuê căn nhà cho ai ra giá cao nhất, điều thường xảy ra trong các thành phố với các luật như vậy, là có người sẽ trả số tiền xem như hối lộ để thuê dược căn hộ khi tiền thuê bị kiểm soát.

Luật ở các khu vực khác còn nghiêm ngặt hơn: tiền thuê không được tăng cho đến khi hợp đồng thuê đã hết hạn, và vì người thuê có thể tiếp tục thuê lại, việc tăng tiền thuê chỉ xay ra khi người chủ nhà mất đột xuất. Nếu người thừa kế của người cho thuê quá cố có thể xoay xở khéo, họ cho thuê lại với tên của người cho thuê ban đầu còn ghi trong hợp đồng thuê thêm một thập kỷ nữa. Một lần nữa quyền cho thuê lại một căn hộ dành cho người đưa giá cao nhất, đôi khi qua nhiều thế hệ.

Thường chủ các tòa nhà mà tiền thuê không bao giờ tăng được chỉ có cách làm cho tòa nhà thành nơi ở mất tiện nghi. Đây là cách thức quen thuộc vì tiền thuê quá thấp, có ít tiền để sửa chữa, nên đã không tiến hành sửa chữa. Ngoài ra, nếu các chủ hộ có thể làm cho mọi người thuê nhà bỏ đi, họ có thể sửa chữa tòa nhà và bắt đầu lại. Tòa nhà được sửa chữa lại được xem như mới và các chủ hộ có thể ấn định chi phí theo thị trường. Chủ tòa nhà còn phương án khác khi tòa nhà hết người thuê là sửa chữa lại và bán các căn hộ này như các căn hộ riêng biệt trong chung cư. Người thuê biết điều này và sẽ chống lại việc di chuyển càng lâu càng tốt. Họ không làm việc này vì ác ý với chủ nhà; mà vì họ biết rằng kiếm một căn hộ có tiền thuê được kiểm soát thì khó khăn. Nếu không thuê được, họ sẽ là một trong người muốn thuê ở (số lượng Q''), sẽ muốn thuê khi có ít căn hộ để cho thuê (Q'). Đây là lý do tại sao những người thuê nhà ở các khu vực có kiểm soát tiền

http://tieulun.hopto.org

thuê thường tự sửa chữa, hoặc tự trả tiền sửa chữa. Họ biết họ đang có được sự thuận lợi và không muốn mất đi. Cách duy nhất mà người thuê nhà dựa vào để ứng phó lại các chủ đất không chi sửa chữa cần thiết, là báo cáo điều này với Sở Sức khỏe thành phố. Đôi khi Sở Sức khỏe có thể đưa lệnh của tòa án gởi đến chủ đất yêu cầu sửa chữa nhà ở, nhưng đôi khi họ không làm được. Nhưng loại áp lực này hiếm khi có tác dụng, các chủ nhà chỉ cần để mặc tòa nhà, làm cho người thuê bất lợi hơn so với khi chưa báo cáo sự việc.

Như vậy phản ứng của chủ nhà có thể là giảm chất lượng căn hộ họ đang cho thuê, tính cùng tiền thuê cho một căn hộ chất lượng kém hơn thì giống như tăng tiền thuê.

Kết quả theo như các nhà kinh tế đề xuất, là trong dài hạn sự kiểm soát tiền thuê thì không hiệu quả, vì các chủ nhà sẽ tăng tiền thuê lén lút, không tăng tiền thuê rõ ràng, nhưng bằng việc giảm chất lượng. Cuối cùng sự kiểm soát tiền thuê dễ làm xuất hiện các phân biệt nhà ở về chủng tộc, dân tộc, tuổi tác và các dạng phân biệt khác. Nếu có nhiều người muốn thuê căn hộ hơn số căn hộ có sẵn, chủ nhà có thể chọn một cách bất hợp pháp người họ cho thuê kế tiếp tùy ý muốn của họ. Với giá xác định bởi thị trường tự do, sự chủ quan của chủ nhà ảnh hưởng thu nhập của họ, khi có kiểm soát tiền thuê, sự chủ quan không có lực đối kháng nào để cân bằng.

Tại sao kiểm soát tiền thuê tồn tại?

Với tất cả các hậu quả dài hạn như vậy, sẽ hợp lý khi hỏi tại sao các thành phố tiếp tục kiểm soát tiền thuê. Câu trả lời thì đơn giản, và nó có thể liên quan đến thùng phiếu bầu. Hãy bắt đầu với sự hiển nhiên: Bạn sẽ không bỏ phiếu trong một cộng đồng nếu bạn không sống ở đó. Người sống ở một ngoại ô không thể bỏ phiếu cho cuộc bầu cử ở thành phố, dù kết quả bầu cử ảnh hưởng trực tiếp đến họ. Vì vậy sự việc nhiều người sống ở thành phố có tiền thuê nhà kiểm soát sẽ được hưởng lợi ích từ sự kiểm soát này.

Hình 7.2 giúp làm sáng tỏ điều này. Người bị tác động bởi việc kiểm soát tiền thuê là: (1) Chủ nhà đất và (2) Người không thể kiếm một căn hộ ở thành phố (Q* - Q′). Nhóm thứ nhất là một thiểu số mà sự bất lợi không được các ứng cử viên xem là nghiêm trọng. Nhóm thứ hai phải đi khỏi thành phố để tìm một nơi sinh sống. Dù sao đa số người còn lại trong công đồng (Q′) sẽ thuận lợi hơn nếu sự kiểm soát tiền thuê được duy trì.

Ở Boston, việc hủy bỏ kiểm soát tiền thuê không gây ra vấn đề gì như những người ủng hộ kiểm soát tiền thuê dự đoán. Tiền thuê ở các căn hộ kiểm soát trước đây đã tăng, nhưng xây dựng mới phát sinh thêm. Điều này có tác động kềm bớt sự tăng giá thuê nhà.

http://tieulun.hopto.org

Tóm tắt

Bây giờ bạn có thể dùng mô hình cung và cầu giới thiệu ở Chương 2 để thể hiện tác động của kiểm soát tiền thuê. Bạn hiểu rằng dù có các lý do để kiểm soát tiền thuê, chúng thường có tính chất ngắn hạn, và các nhà kinh tế thường chống lại việc kiểm soát tiền thuê. Bạn hiểu rằng hậu quả của sự kiểm soát tiền thuê sẽ khác nhau tùy khung thời gian, và các lợi ích ngắn hạn của người thuê thường bị bù trừ bởi các tổn thất dài hạn của các chủ nhà đất, và những người thuê nhà không tìm được nhà trong cộng đồng. Cuối cùng, bây giờ bạn có thể dùng mô hình cung và cầu, để giải thích tại sao việc loại bỏ tiền thuê có thể đem lại lợi ích chung cho thành phố, nhưng không phải là lợi ích của các cử tri có thành phố đó.

Thuật ngữ

Giá trần

Câu hỏi dành cho bạn

1. Lý lẽ chính chống lại việc kiểm soát tiền thuê là:

   a. Các chủ nhà đất và mọi người thuê nhà đều bất lợi hơn.

   b. Các chủ nhà đất và một ít người thuê nhà bị bất lợi nhỏ hơn đa số người thuê nhà được lợi.

   c. Các chủ nhà đất và một ít người thuê nhà bị bất lợi lớn hơn đa số người thuê nhà được lợi.

   d. Mọi người thuê nhà đều có lợi.

2. Trong dài hạn, việc kiểm soát tiền thuê có tác động _____ bởi vì theo thời gian cung và cầu trở nên đàn hồi _____ hơn

   a. Tăng dần, nhiều

   b. Giảm dần, nhiều

   c. Tăng dần, ít

   d. Giảm dần, ít

3. Sự kiểm soát tiền thuê là một ví dụ về _____

   a. Giá trần

   b. Giá sàn

   c. Sự không quan trọng của giá

   d. Giá cân bằng

http://tieulun.hopto.org

4. Nếu tiền thuê cân bằng _____ mức kiểm soát, luật kiểm soát tiền thuê thì _____

a. Ở trên, cần thiết

b. Ở trên, không tác dụng

c. Ở dưới, cần thiết

d. Ở dưới, không tác dụng

5. Điều nào sau đây có lẽ sẽ xảy ra sau một số năm kiểm soát tiền thuê có tác dụng?

a. Tiền thuê vượt mức cân bằng.

b. Sự tăng số nhà cho thuê.

c. Sự giảm số nhà cho thuê.

d. Tiền thuê bằng mức cân bằng.

6. Lịch sử gợi ý rằng luật kiểm soát tiền thuê

a. Có xu hướng công bố ngoài hiến pháp

b. Có xu hướng thay đổi ngay sau khi được chấp nhận.

c. Có xu hướng trở nên một yếu tố không thay đổi của một cộng đồng

d. Có tính không phổ biến

Hãy suy nghĩ

Các luật kiểm soát tiền thuê, giống các luật về tiền lương tối thiểu, áp dụng cho mọi người, không chỉ dành cho người nghèo. Vậy có nên có các điều khoản chỉ áp dụng việc kiểm soát tiền thuê cho người cần tiền thuê thấp?

Hãy thảo luận

Ở các thành phố nhỏ, trở thành chủ nhà đất là phương thức để những người nhạy bén đầu tư vào bất động sản, sửa chữa và cho thuê nhà. Nó cho phép họ tiết kiệm và đầu tư từ chính công sức của họ. Các luật kiểm soát tiền thuê có miễn trừ cho các dạng chủ nhà đất này?

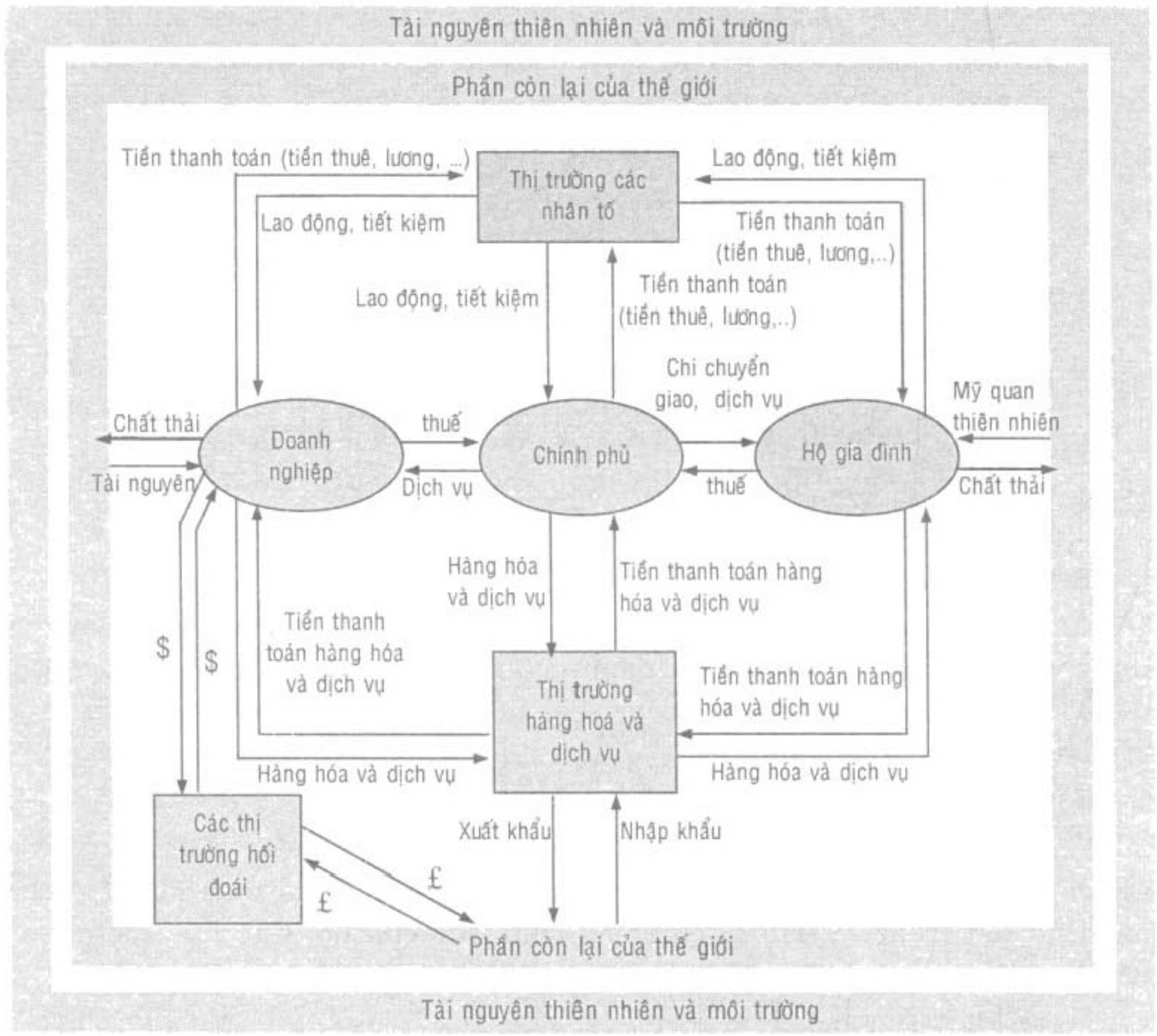
Để tìm hiểu thêm xem

Keating, W.Dennis, Michael Teitz và Andrejs Skaburskis,

Kiểm soát tiền thuê: Các quy định và Thị trường nhà cho thuê

(New Brunswick, NJ: Trung tâm Nghiên cứu Chính sách đô thị, 1998)

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào một thị trường nhân tố cụ thể là thị trường lao động, và khả năng của các nghiệp đoàn trong việc thay đổi lương và phúc lợi lao động

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 8:

CÁC NGHIỆP ĐOÀN

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu tại sao nghiệp đoàn lao động tồn tại, và nó thay đổi quan hệ thương lượng giữa nhà tuyển dụng và nhân viên như thế nào.
- Phân biệt giữa một thị trường lao động cạnh tranh, và một thị trường khi chỉ có nhà tuyển dụng hoặc nhân viên có sức mạnh thị trường, và khi cả hai có sức mạnh thị trường.
- Hiểu sự khác biệt giữa các nghiệp đoàn lao động tìm cách tăng lương bằng cách giảm cung, và các nghiệp đoàn tìm cách tăng lương bằng thương lượng tập thể như một nhà độc quyền.
- Có thể lấy kiến thức của bạn về lịch sử các nghiệp đoàn ở Hoa Kỳ để dự báo tương lai của việc nghiệp đoàn hóa ở Hoa Kỳ.

Chủ đề của chương

- Tại sao nghiệp đoàn tồn tại
- Nghiệp đoàn như nhà độc quyền.
- Lịch sử của các nghiệp đoàn lao động
- Tương lai nghiệp đoàn như thế nào
- Tìm hiểu chi tiết hơn
- Tóm tắt

Vai trò của các nghiệp đoàn lao động ở Hoa Kỳ là chủ đề của một số tranh luận trong hơn 100 năm qua. Khi nền kinh tế phát triển từ nông nghiệp sang công nghiệp chế tạo, các vấn đề về lao động xuất hiện. Mặc dù sự đấu tranh đòi hỏi các tổ chức lao động đối xử tốt hơn đã bắt đầu sớm hơn nhiều, nhưng mãi đến thập niên 1930 luật pháp mới được vận dụng để cho các công nhân quyền thương lượng tập thể và gia nhập nghiệp đoàn. Các nghiệp đoàn

http://tieulun.hopto.org

phát triển về ảnh hưởng và số hội viên, với đại diện của họ trong lực lượng lao động lên đỉnh cao gần 30% vào năm 1975. Năm đó chứng kiến sự suy thoái kéo dài phát sinh nhanh chóng, và các nghiệp đoàn hiện tại đại diện ít hơn 15% tổng lực lượng lao động, và ít hơn 10% lực lượng lao động tư nhân.

Về cấp độ lý thuyết, chúng ta thảo luận tại sao các nghiệp đoàn thường được ưa thích trong nền kinh tế chế tạo, và chứng tỏ chúng có thể phục vụ tốt nhất cho lợi ích của người lao động và tổng thể nền kinh tế như thế nào. Sau đó khảo sát các cuộc đấu tranh ban đầu, các luật có liên quan, và các thành công và thất bại của các nghiệp đoàn. Chúng ta dùng hai số đo về sức mạnh nghiệp đoàn để minh hoa sức khỏe của lao động ở Hoa Kỳ, và kết luận bằng một số hiểu biết về cách thức các nghiệp đoàn thực hiện sự chuyển đổi trong thế kỷ 21.

Tại sao nghiệp đoàn tồn tại

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo

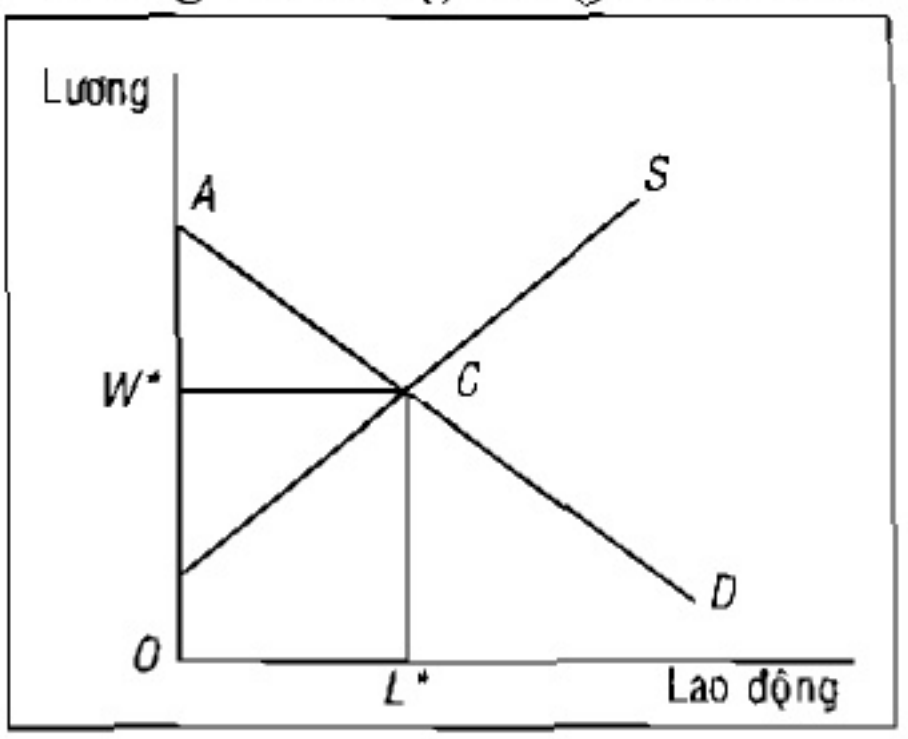
Khi Hoa Kỳ còn bản chất hầu như thuần túy nông nghiệp, ngoài người bị làm nô lệ, hợp đồng hoặc chịu ơn đối với người chủ theo cách nào đó, con người chủ yếu làm việc cho chính mình. Hiển nhiên, nếu bạn làm việc cho chính bạn, không có các ảnh hưởng bên ngoài ở nơi làm việc, lương của bạn và điều kiện làm việc không thể bất công vì năng suất của chính bạn quyết định sự giàu có của bạn. Khi Hoa Kỳ tăng trưởng suốt thế kỷ 19 và biến thành nền kinh tế ngày càng có ít người tự làm việc cho bản thân mình hơn. Cuộc cách mạng công nghiệp xuất hiện, và ngày càng nhiều người bắt đầu làm việc cho các công ty sản xuất hàng hóa. Mô hình cung và cầu của nền kinh tế hỗ trợ chúng ta kết luận rằng bất kỳ lúc nào có người mua vật gì từ người khác, sẽ có lợi cho hai bên. Điều này cũng áp dung vào lao động.

Hình 8.1 cho thấy rằng nếu hàng hóa được bán là lao động và giá ban là lương, thì giống như bất kỳ thị trường cạnh tranh hoàn hảo nào, có một mức lương cân bằng và số lao động cân bằng, làm cho cả hai bên có lợi hơn trước khi diễn ra sư giao dịch. Ở Hình 8.1, tại điểm cân bằng mức lương được trả là W* với L* lao động. Doanh nghiệp thuê lao động trả số tiền OW*CL* và nhận được OACL* (như thu nhập phát sinh từ doanh thu sản lượng của số lao động thuê), và vì vậy hưởng sự chênh lệch là thặng dư người tiêu dùng hay lợi nhuận của doanh nghiệp W*AC. Các công nhân nhận tiền lương OW*CL*, và chỉ tốn chi phí cơ hội OBCL* khi cung ứng công sức của họ. Kết quả họ có thặng dư người sản xuất BW*C, không có tổ hợp lương lao động nào khác cung cấp thặng dư tổng hợp của cả người lao động và doanh nghiệp nhiều như tổ hợp này.

http://tieulun.hopto.org

Theo cách thức khá tinh tế, chúng ta quy định tất cả điều này trên giả định rằng có cạnh tranh hoàn hảo trong thị trường lao động. Điều này có nghĩa là có nhiều doanh nghiệp độc lập và nhiều công nhân độc lập - nghĩa là chưa thuộc nghiệp đoàn, để cho không có người mua hay người bán lao động nào kiểm soát tiền lương. Cạnh tranh hoàn hảo cũng đòi hỏi rằng các bên liên quan có thông tin đầy đủ về các phương án của họ.

Hình 8.1: Một thị trường lao động trong canh tranh hoàn hảo.



Một phản ứng với độc quyền mua

Chúng ta có thể giả định một cách an toàn rằng có cạnh tranh hoàn hảo nếu chúng ta đề cập đến một thành phố rất lớn và một lĩnh vực không chuyên biệt. Thí dụ, có nhiều thợ mộc trong các thành phố lớn, và có nhiều nhà thầu sẽ thuê họ. Trái lại, cạnh tranh có thể kém xa hoàn hảo vì hai lý do, tóm gọn là số doanh nghiệp mua lao động có giới hạn không. Thí dụ cực đoan nhất về điều này sẽ là một đô thị công ty, chỉ có một doanh nghiệp mua lao động trong một khu vực cụ thể. Tuy các đô thị công ty hiếm có trong hiện tại, các thành phố như Redmond, Washington, với Microsoft và State College, Pennsylvania, với Đại học Penn State thì gần với dạng này. Mặt khác lịch sử có đầy các công ty về danh nghĩa sở hữu toàn bộ thành phố. Các thành phố mỏ đặc biệt giống như đô thị công ty, với toàn bộ các vấn đề về sự kiểm soát gia trưởng, và sự khuất phục của các công nhân với tổ chức họ liên quan.

Trường hợp khi sự chuyên môn hóa quá hẹp đến nỗi chỉ có vài người mua tiềm năng về kỹ năng ấy, dó là trường hợp hơi khác về nguyên nhân nhưng tương tự về kết quả. Việc này khá quen thuộc trong nghề chuyên biệt cần kỹ năng cao, chỉ có một nhà tuyển dụng trong một khu vực rộng lớn. Bạn có thể đang làm việc trong một địa phương như vậy. Trong khi các giảng viên, phụ tá giáo sư và giáo sư ở các trường cao đẳng có lương khá cao, các giáo sư phụ tá ở các trường cao đẳng và đại học có mức lương rất thấp.

http://tieulun.hopto.org

Giảng viên ở trường đại học cấp trung thường nhận khoảng 60.000 USD ,và dạy từ 4 đến 6 khóa học mỗi năm. Tuy có nghĩa vụ nghiên cứu và giảng dạy, lương của họ tính ra từ 10.000 USD đến 12.000 USD mỗi khóa học. Giáo sư phụ tá thường được trả ít hơn 3000 USD cho một môn học dài một học kỳ. Nhiều trường cao đẳng thuộc các thành phố chỉ có nhà tuyển dụng người có trình độ thạc sĩ và tiến sĩ (đặc biệt trong ngành nghệ thuật và nhân văn). Vì lý do đó, đối với người ở đô thi đại học để thuận lợi cho công việc của chồng hay vợ của họ, một trường cao đẳng có thể trả lương họ rất thấp, mà vẫn có được sự giảng dạy chất lương tương đối cao.

Không kể vì lý do gì, nếu trường hợp chỉ có một nhà tuyển dụng trong một khu vực, nhà tuyển dụng đó có sức mạnh rất giống với sức mạnh độc quyền của các công ty tiện ích. Nhớ lại dưới độc quyền chỉ có một người bán một loại hàng hóa và có thể định giá rất cao. Khi thị trường chỉ có một người mua, **thị trường độc quyền mua** sẽ xuất hiện. Trong độc quyền này, người bán sẽ bị bóc lột thay vì người mua.

Thị trường độc quyền mua
Một thị trường chỉ có một người mua

Hình 8.2 cho thấy cách thức độc quyền mua thay đổi các thị trường cạnh tranh hoàn hảo thế nào. Trước khi đi vào chi tiết của đồ thị chúng ta cần làm quen với một vài thuật ngữ về lao động. Như đã đề cập ngắn gọn trong giải thích của Hình 8.1, đường cầu lao động thể hiện số tiền một công nhân thêm vào có thể tạo bao nhiêu tiền cho doanh nghiệp, khi công nhân đó tăng sản lượng và do đó tăng doanh thu cho doanh nghiệp. Điều này gọi là **sản phẩm doanh thu biên tế của lao động**. và nó bằng với đường cầu, vì doanh nghiệp sẽ muốn trả lương tới mức mà nó có thể kiếm được từ công sức của các công nhân, để tận dụng mọi lợi nhuận có thể có từ lực lượng lao động của doanh nghiệp.

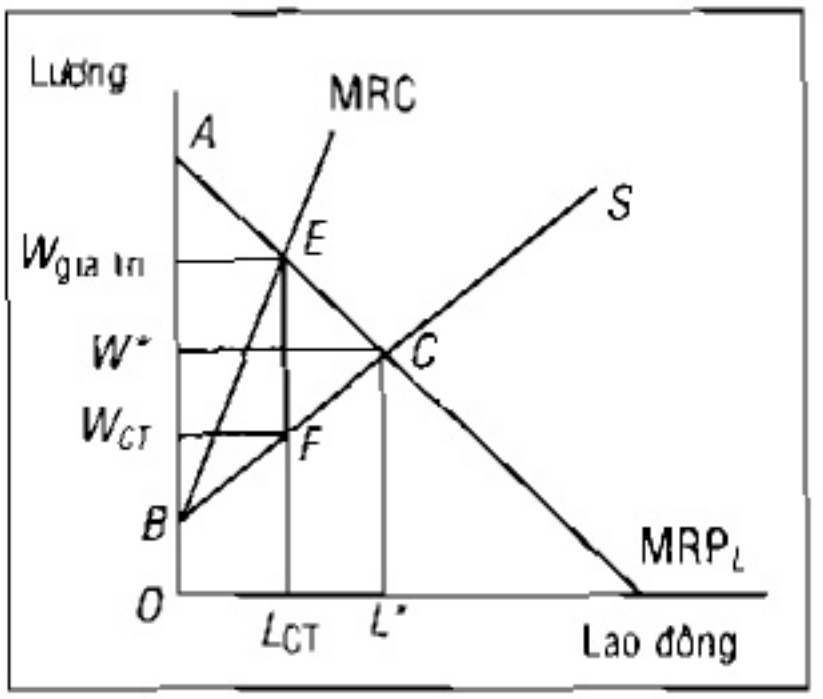
Sản phẩm doanh thu biên tế của lao động
Doanh thu tăng thêm do thuê thêm một công nhân

Ngoài ra, vì chỉ có một người mua lao động, doanh nghiệp không tìm mức lương cân bằng phải trả cho nhân viên. Doanh nghiệp quyết định số lao động cần, và trả mức tối thiểu cần để dùng được lao động đó. Để có thêm công nhân, doanh nghiệp không chỉ phải trả các công nhân mới thêm tiền, mà còn phải trả thêm cho tất cả các công nhân. Vì vậy nếu doanh nghiệp muốn thuê thêm công nhân, chi phí sẽ không tăng dọc theo đường cung; mà nó tăng nhanh hơn. Nên chi phí thuê thêm công nhân không phải là đường cung, nhưng là đường cong gọi là **chi phí nguồn lực biên tế (MRC)** trong Hình 8.2. Hình này cho thấy sự gia tăng tổng chi phí của doanh nghiệp khi mua thêm một số lượng lao động.

Chi phí nguồn lực biên tế (MRC)
Doanh thu tăng thêm doanh nghiệp nhận được khi bán thêm một đơn vị sản phẩm

http://tieulun.hopto.org

Hình 8.2: Một đồ thị công ty và thị trường lao động độc quyền mua.



Bảng 8.1: Quan hệ giữa lượng cung và chi phí nguồn lực biên tế.

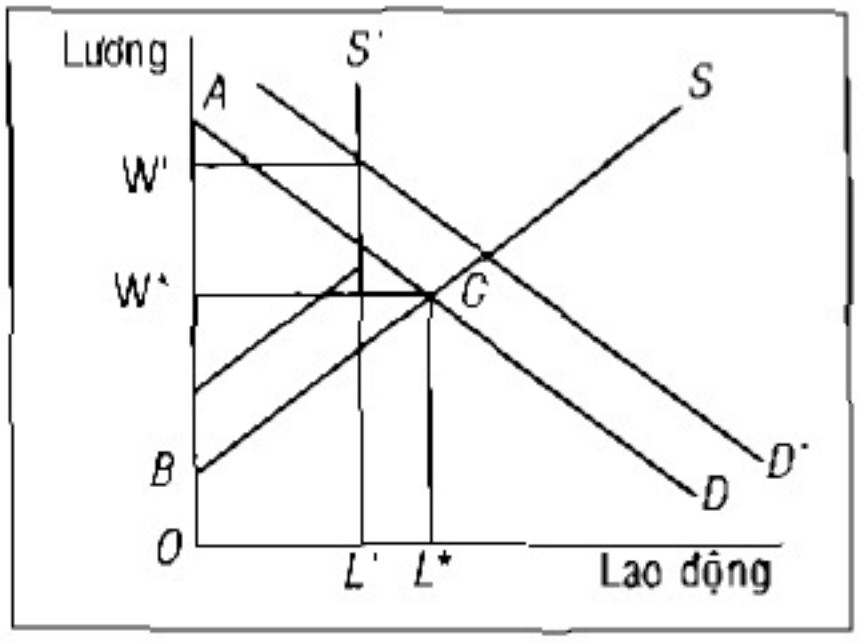
Lương	Lượng cung	Tổng chi phí nhân viên	Chi phí nguồn lực biên tế
5	1	5	
6	2	12	7
7	3	21	9
8	4	32	11
9	5	45	13

Để củng cố điều này trong tâm trí bạn, hãy xem Bảng 8.1. Cột thứ nhất thể hiện tiền lương được trả, cột thứ hai là lượng cung, cột thứ ba là tổng chi phí của nhà tuyển dụng, là tích số của cột thứ nhất và cột thứ hai. Cột cuối cùng là hiệu số tổng chi phí giữa một công nhân và công nhân tiếp theo chú ý rằng nó tăng nhanh hơn cột thứ nhất.

Doanh nghiệp độc quyền mua cực đại hóa lợi nhuận khi doanh nghiệp thuê công nhân đến điểm mà sản phẩm doanh thu biên tế của lao động bằng chi phí nguồn lực. Trong Hình 8.2 đây là L_{CT} (nên trong một đồ thị công ty) thay vì L^* công nhân. Để tìm số công nhân này được trả lương thế nào, từ điểm L_{CT} vẽ thẳng đứng gặp đường cung để có W_{CT}. Nếu muốn biết các công nhân này kiếm được cho công ty bao nhiêu tiền, tiếp tục nối đường thẳng đứng gặp đường cầu, để tìm số tiền họ làm cho công ty là W_{value}. Sẽ rõ rằng trong độc quyền mua, các công nhân không kiếm được số mà họ xứng đáng được hưởng. Để kiểm tra, nhớ rằng trong cạnh tranh hoàn hảo, ở L^* các công nhân sẽ được hưởng sản phẩm doanh thu biên tế của họ, có nghĩa là họ hưởng chính xác điều mà họ xứng đáng.

http://tieulun.hopto.org

Hình 8.3: Tác động của việc cấp giấy phép



Một cách để giới hạn cạnh tranh và cải thiện chất lượng

Một số nghiệp đoàn và tổ chức nghề nghiệp nâng cao mức lương các thành viên của họ bằng sự giới hạn lượng cung công nhân và bằng cách tăng giá trị các thành viên của họ. Như vậy Hình 8.3 thay thế Hình 8.1 bằng phản ánh sự giảm công nhân tiềm năng như sự thay đổi dang của đường cung. Thứ nhất, đường cung di chuyển *về bên trái* vì có chi phí đối với nhân viên khi học cách để trở nên có kỹ năng trong lĩnh vực này. Chi phí của các nhân viên mới dược cấp phép sẽ phản ánh bởi sự di chuyển chung của đường cung về bên trái. Vì số người được huấn luyện trong nghề (ký hiêu là L') thì có giới hạn, đường cung thì hoàn toàn không co giãn ở điểm này. Vì có sự cải thiện kỹ năng của các công nhân và chất lượng công việc của họ, có sự di chuyển của đường cầu về bên phải. Điều này làm tăng mức lương cho người làm việc trong lĩnh vực này. Hiệp hội Y Khoa Hoa Kỳ, Hiệp hội Luật Sư Hoa Kỳ, Hội Ái hữu công nhân Điện lực, Hiệp hội Thợ hàn và Lắp ráp động cơ Hơi nước dều theo dạng thức này.

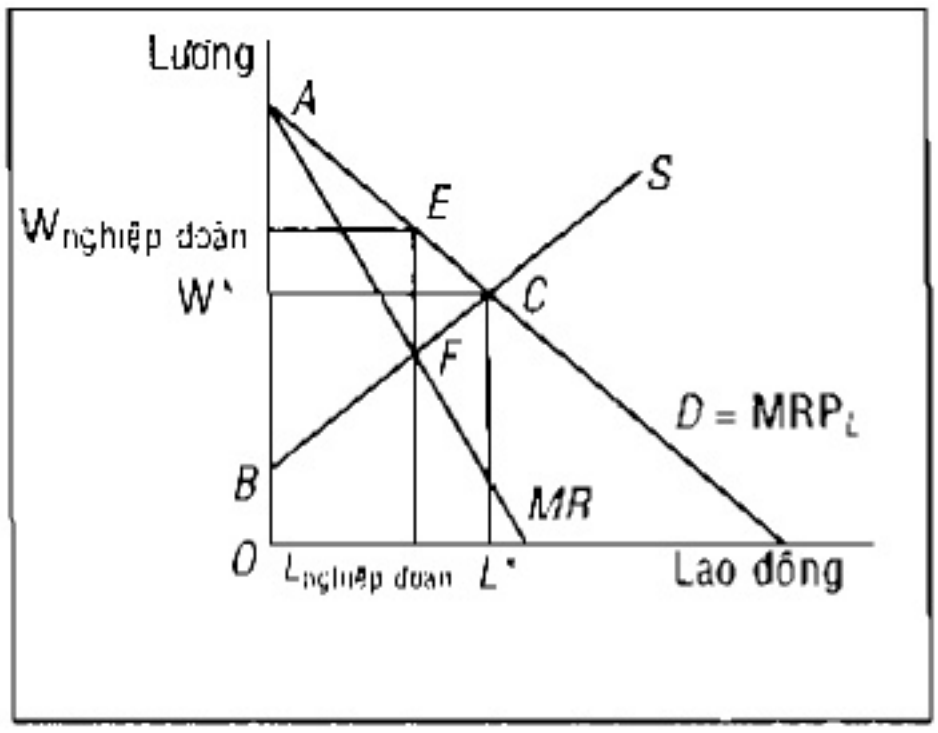
Bằng sự giới hạn khả năng của con người *trở thành công nhân* trong một lĩnh vực cụ thể, các loại nghiệp đoàn này duy trì lượng cung công nhân ở mức thấp. Ban không thể làm nghề y khoa hay luật sư mà không có giấy phép, và giấy phép đó dùng như một cơ chế để giới hạn cạnh tranh. Tuy ban có thể lắp đường dây điện trong căn nhà của ban hay tự làm đường ống nước, trong nhiều công đồng bạn không thể bán các dịch vụ này *cho người* khác nếu không có giấy phép.

Khía canh khác của Hình 8.3 là sự tăng cầu, sự đào tạo mà các thợ hàn và công nhân ngành điện của nghiệp đoàn nhận dược, chúng ta có thể mô hình hóa sư tăng năng suất và tăng chất lương này như sư tăng cầu đối với dịch vu của họ. Như ban có thể thấy, kết quả ròng là sự tăng giá *các dịch vu* này và tác đông không rõ trên số các dịch vụ đươc cung cấp.

http://tieulun.hopto.org

Nếu trái lại, tác động ròng của nghiệp đoàn hóa theo dạng này làm giảm số lao động muốn bán, thì loại nghiệp đoàn hóa này sẽ đi lệch với hiệu quả kinh tế. Nếu không, nghiệp đoàn hóa thì trung tính hoặc tốt về hiệu quả kinh tế. Tuy có sự tranh cãi đáng kể giữa các nhà kinh tế lao động về điểm này, họ thường có xu hướng đề xuất rằng tác động ròng của việc cấp giấy phép thì tiêu cực.

Hình 8.4: Tác động của nghiệp đoàn đối với lương trong một thị trường lao động cạnh tranh hoàn hảo.



Một phản ứng đối với các vấn đề về thông tin

Một lý do khác mà thị trường lao động thực tế có thể không cạnh tranh hoàn hảo, là do các công nhân có thể không đủ thông tin về các vị trí khác họ có thể làm. Các công nhân khám phá các cơ hội khác sẽ được xem như không trung thành với chủ và các đồng nghiệp của họ. Để tránh cảm nhận này, và vì không nỗ lực tìm một công việc mới, nên người ta có thể không biết họ có giá trị thế nào ở nơi làm việc khác. Tuy không được đề cập ở trên, một trong các yếu tố làm cho thị trường lao động cạnh tranh hoàn hảo, nghĩa là khi công nhân hưởng lương tương xứng với họ, là nếu công nhân được trả thấp hơn mức lương thị trường, họ sẽ biết và sẽ chuyển sang việc khác có mức lương khá hơn. Nếu họ không biết về các công việc khác, họ có lẽ sẽ không di chuyển khi họ bị trả lương kém hoặc đối xử kém.

Điều này gây tổn thương cho các công nhân theo và cách thức. Thứ nhất, như đã nói ở trên, các nhà tuyển dụng và các công nhân có xu hướng không tin cậy người đang tìm công việc tốt hơn đặc biệt khi các công việc có tính tốt hơn này có tính canh tranh. Vì vậy có một "sức ép của đồng nghiệp" về xã hội cản trở công nhân tìm công việc xứng đáng với họ. Thứ hai, các nhà tuyển dụng đôi khi có thể thông đồng với nhau để gây lo ngại cho công

http://tieulun.hopto.org

nhân. Điều này sẽ tác động khi có một số giới hạn các doanh nghiệp, và các doanh nghiệp này có thể cấu kết không cạnh tranh tuyển công nhân. Khi điều này có tác động, mỗi doanh nghiệp có thể đe dọa các công nhân "không trung thành" với các phát biểu như "anh sẽ không bao giờ làm việc trong thành phố này lần nữa" .

Nghiệp đoàn như nhà độc quyền

Các nghiệp đoàn tồn tại để đảm bảo các công nhân ít ra cũng được hưởng điều họ xứng đáng trong một thị trường cạnh tranh hoàn hảo, và có thể nhận hơn nữa. Nói theo ngôn ngữ kinh tế, những người lao động kết hợp lại thành các nghiệp đoàn để họ có thể ép các nhà tuyển dụng cung cấp cho họ lương bằng với sản phẩm doanh thu biên tế của họ. Họ làm điều này bằng cách đối ứng sức mạnh thị trường mà các doanh nghiệp có được bằng sức mạnh thị trường của chính họ. Các nghiệp đoàn hiệu quả nhất khi họ là người bán duy nhất cho một người mua duy nhất của doanh nghiệp. Đôi khi các nghiệp đoàn như Tổ chức hợp nhất công nhân xe hơi, Tổ chức hợp nhất công nhân mỏ, và Tổ chức hợp nhất đa ngành cung cấp lao động cho nhiều người mua lao động khác nhau. Trong các trường hợp như vậy, chính nghiệp đoàn có sức mạnh thị trường duy nhất.

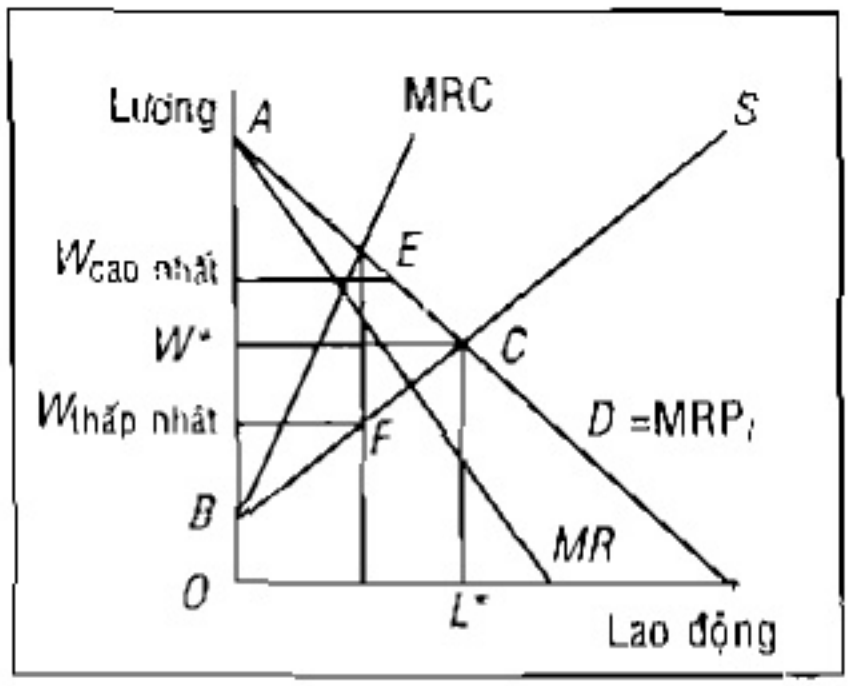
Mô hình hình thức về các nghiệp đoàn thì tương tự mô hình của các doanh nghiệp độc quyền. Trong Hình 8.4 bạn thấy sự tác động của sự hiện diện một nghiệp đoàn kiểm soát tất cả lao động. Doanh thu biên tế của nghiệp đoàn được xác định bằng với dường cung để tìm số lượng lao động mà nghiệp đoàn muốn cung cấp, điều này xảy ra tại L_{union}. Có nghĩa là với lương W_{union} lớn hơn W*. Nếu ta xem các nghiệp đoàn như chúng tồn tại trong chân không, dường như chúng sẽ không có lợi đối với nền kinh tế, vì thăng dư người tiêu dùng giảm thấp hơn mức tăng của thăng dư người sản xuất, nên các nghiệp đoàn có vẻ gây hại cho nền kinh tế.

Nghiệp đoàn đã không xuất hiện và không tồn tai trong chân không. Trong một số trường hợp, sự đối xử kém, lương thấp, hay cả hai việc trên khuyến khích các công nhân tổ chức lại. Đối với các trường hợp khác, Hình 8.4 mô tả phần kết của câu chuyện. Khi các nghiệp đoàn đơn giản chỉ dùng sức mạnh độc quyền của họ để bán sức lao động cho các doanh nghiệp cạnh tranh khác nhau, thì sự hiện diện của nghiệp đoàn sẽ làm lệch hiệu quả kinh tế. Chúng ta có thể thấy rằng một số các công nhân mất các cơ hôi làm việc, vì L_{union} nhỏ hơn L*. Chúng ta cũng thấy rằng lợi ích của người giữ được việc làm thì lớn hơn khoản lỗ của người mất việc làm, vì thặng dư người sản xuất tăng lên. Rõ ràng các doanh nghiệp dang thuê mướn thì bất lợi vì thặng dư

http://tieulun.hopto.org

người tiêu dùng của họ bị giảm đi. Tác động ròng là các nghiệp đoàn làm giảm tổng lượng thặng dư.

Hình 8.5: Nghiệp đoàn tranh đấu với đô thị công ty, hay độc quyền so với độc quyền mua.



Để so sánh các nghiệp đoàn tồn tại như một phản ứng chống lại sức mạnh độc quyền mua với trường hợp không có nghiệp đoàn, cần phối hợp Hình 8.2 và 8.4. Trong Hình 8.5 có thể tìm ra cách vẽ các đường tranh chấp ở đâu. Với dạng cạnh tranh độc quyền, nghiệp đoàn sẽ muốn định mức lương ở mức $W_{highest}$, đây chính là điều mà nghiệp đoàn cần thương lượng với nhiều nhà tuyển dụng khác nhau: "Công ty" đang điều khiển đô thị công ty sẽ muốn trả số nó sẽ phải trả, khi nó thương lượng với nhiều công nhân độc lập với W_{lowest}. Có một số mô hình kinh tế phức tạp được thiết kế để dự báo kết quả của việc thương lượng giữa các nghiệp đoàn và các doanh nghiệp, nhưng ở điểm này ta gặp khó khăn khi thực hiện các dự báo tốt về phạm vi mức lương dàn xếp cuối cùng.

Một khi mức lương đã được thỏa thuận trong phạm vi này, số công nhân mà nhà tuyển dụng sẽ thuê phụ thuộc vào đường cung và đường cầu. Để tìm ra chính xác có bao nhiêu công nhân được thuê, nhớ rằng vì ta sẽ không ở điểm cân bằng, điểm này sẽ thấp hơn lượng cầu và lượng cung với mức lương đó. Để tìm lượng cầu ở mức lương đó, đưa mức lương lên đường cầu. Tương tự để tìm lượng cung, đưa mức lương đó lên đường cung. Miễn là quá trình thương lượng trung hòa được sự khác biệt giữa mức lương các nghiệp đoàn muốn, và mức lương các doanh nghiệp sẵn lòng trả, nền kinh tế sẽ tốt hơn khi có nghiệp đoàn ở trong một đô thị công ty so với khi không có nghiệp đoàn. Kết quả của sự thương lượng khoản lỗ của thặng dư người tiêu dùng cộng với thặng dư người sản xuất được hạn chế.

http://tieulun.hopto.org

Lịch sử của các nghiệp đoàn lao động

Các tổ chức lao động đã tồn tại ở Hoa Kỳ từ khi các nhà sản xuất giày kết hợp lại với nhau, ở gần cuối cuộc chiến giành độc lập của Hoa Kỳ. Cuộc đấu tranh của nghiệp đoàn lao động phần lớn không thành công cho đến đầu thế kỷ thứ 20, vì các tòa án xem các hoạt động của họ như hạn chế kinh doanh, hay như sự cấu kết. Vì vậy bất kỳ nghiệp đoàn nào tổ chức và kêu gọi đình công với giới chủ để công nhân có điều kiện làm việc hay lương tốt hơn, đã bị tòa án ngăn chặn. Trước khi có các luật ủng hộ ý định thành lập nghiệp đoàn của người lao động, và trước khi các nghiệp đoàn có quyền lợi quy định bởi luật, đã có các quy định của tòa án chống lại nghiệp đoàn. Có thời điểm trong một tranh cãi giữa các công nhân và một công ty chế tao toa xe lửa, các công nhân từ chối vận hành các toa xe chế tạo bởi công ty đó. Công ty trả đũa bằng cách nối các toa xe đưa thư vào toa xe của công ty "xúc phạm". Khi các công nhân đường sắt tháo các toa xe đưa thư ra khỏi toa xe của công ty, họ bị đưa vào tù vì đã cấu kết xen vào công việc bưu điện Hoa Kỳ. Từ cuối cuộc nội chiến đến năm 1914, toà án, Quốc hội và hầu hết các tổng thống đều chiều theo lợi ích của các công ty lớn, làm cho các thành viên nghiệp đoàn bị sa thải, ở tù, bị đánh đập hoặc bị giết. Ít khi họ thành công trong việc tăng lương.

Mọi việc bắt đầu thay đổi vào năm 1914 khi Tổng thống Woodrow Wilson, một nghị sĩ Dân chủ, đã có thể làm việc với Quốc hội do đảng Dân chủ kiểm soát. Trong năm đó, có các luật được thực thi đảm bảo quyền về lao động. Tuy một trong các luật này, là bộ luật Clayton bị bác bỏ bởi toà án tối cao, đánh dấu sự chia rẽ rõ ràng giữa các đảng chính trị. Đảng Cộng hòa về phe giới quản lý và đảng Dân chủ về phe tổ chức lao động.

Suốt thập niên 1920, đảng Cộng Hoà kiểm soát cả tổng thống và Quốc hội và gần như không có tiến bộ nào dành cho các nghiệp đoàn lao động. Cuộc Đại suy thoái khởi phát vào năm 1929, làm thay đổi bối cảnh kinh tế và chính trị. Khi hàng triệu công nhân mất việc làm đảng Dân chủ nắm quyền kiểm soát, và dưới thời Tổng thống Franklin Roosevelt, Quốc hội đã thông qua Bộ Luật Norris – La Guardia, Bộ luật phục hồi công nghiệp quốc gia, Bộ luật Wagner và các luật khác. Các luật này đã tái thiết lập các quyền của người lao động được công nhận theo Bộ luật Clayton, và họ đã xây dựng các luật mới. Theo các luật này, các công nhân được giao quyền tổ chức và thương lượng tập thể. Ngoài ra các luật này còn quy định rằng sự thực thi các quyền này không còn được xem như mưu đồ hạn chế thương mại. Hiện tại Bộ luật này qui định rằng bất kỳ khi nào có một đa số các công nhân bầu nghiệp đoàn đại diện, thì

http://tieulun.hopto.org

nghiệp đoàn được xem như đại diện cho mọi công nhân, dù các công nhân không tham gia nghiệp đoàn có muốn nghiệp đoàn đại diên hay không. Trong thực tế thường xảy ra trường hợp các công nhân của một doanh nghiệp được đại diện bởi một nghiệp đoàn, là thành viên của nghiệp đoàn được xem như điều kiện để được tuyển dụng đối với mọi công nhân.

Các quyền lợi này không áp dụng cho mọi người, đáng chú ý nhất là các nhân viên Chính phủ vẫn bị cấm đình công, nhưng các luật mới dã cho người lao động nhiều sức mạnh. Khi nền kinh tế trỗi dậy từ cuộc suy thoái và sang Thế chiến thứ II, đình công trở nên quen thuộc hơn. Các cuộc đình công được xem là khá nghiêm trọng đến mức trong thế chiến II, Quốc hội tạm thời cho tổng thống nắm quyền kiểm soát các ngành công nghiệp, mà các cuộc đình công được xem như đe dọa sản xuất khí cụ chiến tranh.

Trong năm sau sự đầu hàng của Nhật Bản trong thế chiến II, gần 120 triệu ngày công; tức là 1,9 % của tổng số thời gian làm việc tiềm năng bị mất đi do đình công. Một phần do có sự chênh lệch lớn giữa mức lương trước chiến tranh và mức lương bị tê liệt trong chiến tranh. Vì tiền lương bị đóng băng phần lớn trong chiến tranh, các công nhân mong muốn được trả lương như trước khi xảy ra tình hình đóng băng. Giới quản lý thích mức lương thấp trong hiện tại, và lập luận rằng phúc lợi bảo hiểm sức khỏe được đưa vào để cân bằng với sự đóng băng lương.

Do các luật trong thời kỳ suy thoái, lao động vẫn còn chiếm hầu hết các ưu thế và khá thành công trong việc đạt các mục tiêu. Tổ chức lao đông rất thành công đến mức để kiểm soát sức mạnh của nó, môt Quốc hội Cộng Hòa đã thông qua Bộ luật Taft-Hartley tuy có sự phủ quyết của Tổng thống Harry Truman.

Bộ luật Taft-Hartley điều chỉnh Bộ luật Wagner theo cách thức trao lại cho giới quản lý một số quyền mà họ đã nắm giữ trong các năm trước. Bộ luật cho phép các tiểu bang xác định có nên để các công nhân không tham gia nghiệp đoàn, được làm việc cho một công ty mà đa số công nhân muốn có nghiệp đoàn. Bộ luật cũng cho phép tổng thống ban hành một thời kỳ hòa giải tạm thời chấm dứt bất kỳ cuộc đình công nào đe dọa sức khỏe nền kinh tế quốc gia.

Vào năm 1962, Tổng thống J.F.Kennedy ban hành môt sắc lệnh giao cho các nhân viên liên bang quyền tổ chức nghiệp đoàn và thương lượng tập thể, theo cách thức không được làm theo Bộ luật Wagner. Tuy vẫn chưa thể đình công, họ đươc quyền có các thủ tục khiếu nại. Các quyền được bảo vệ khác được thiết lập, cho phép số lương lớn các nhân viên khu vực công được thành

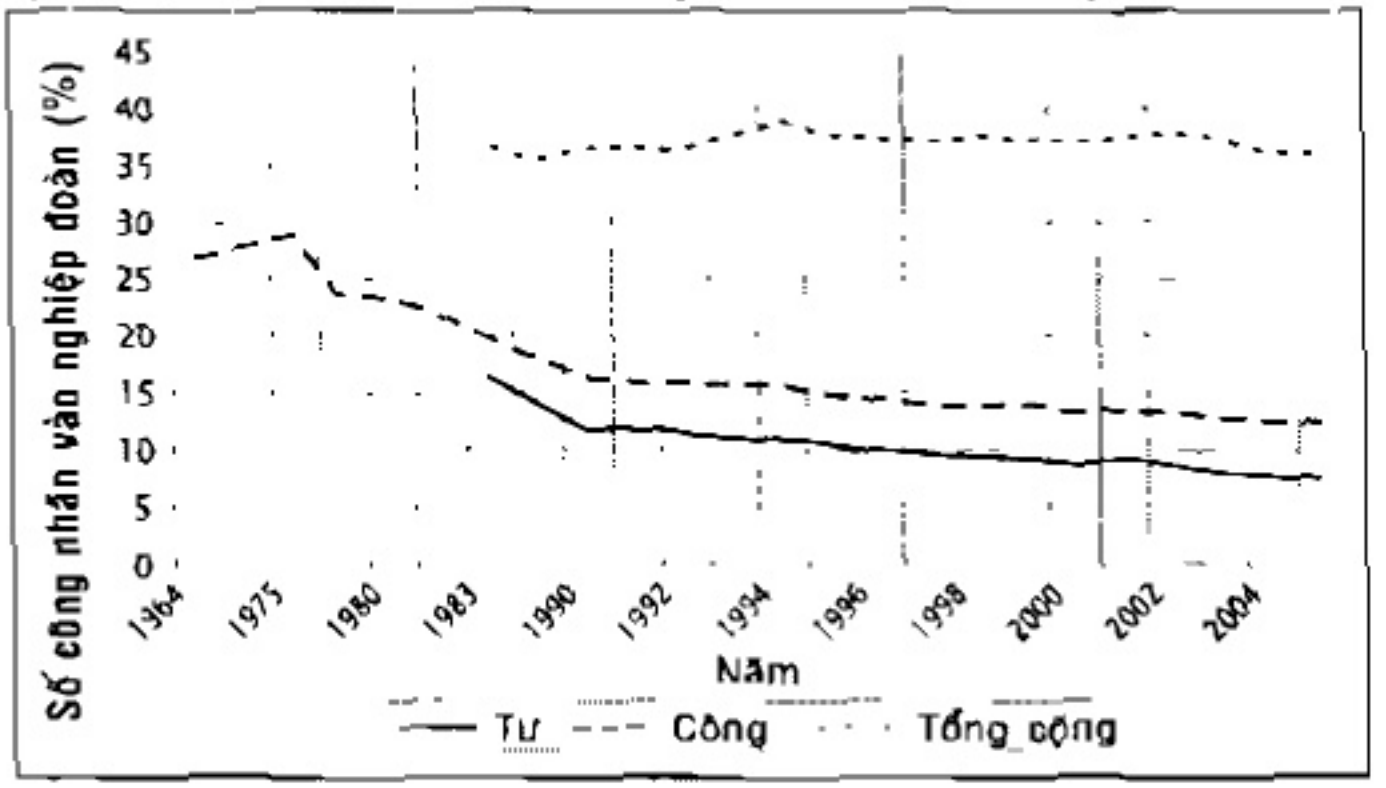
http://tieulun.hopto.org

lập và tham gia các nghiệp đoàn.

Hình 8.6 và 8.7 cho thấy từ thời Tổng thống Kennedy có sự suy giảm chung số các công nhân tham gia các nghiệp đoàn. Tuy sức mạnh của nghiệp đoàn đạt đỉnh cao vào giữa thập niên 1970, sự suy thoái đã kéo dài dai dẳng. Ngoại trừ sức mạnh của các nghiệp đoàn nhân viên công đã tăng lên tương đối, Hình 8.6 cho thấy tỉ lệ các công nhân tham gia nghiệp đoàn, và tỉ lệ nhân viên khu vực tư nhân tham gia nghiệp đoàn đã giảm mạnh từ thập niên 1980. Nó cũng cho thấy tỉ lệ của nhân viên khu vực công tham gia nghiệp đoàn duy trì ở mức khá ổn định từ 35% đến 40%.

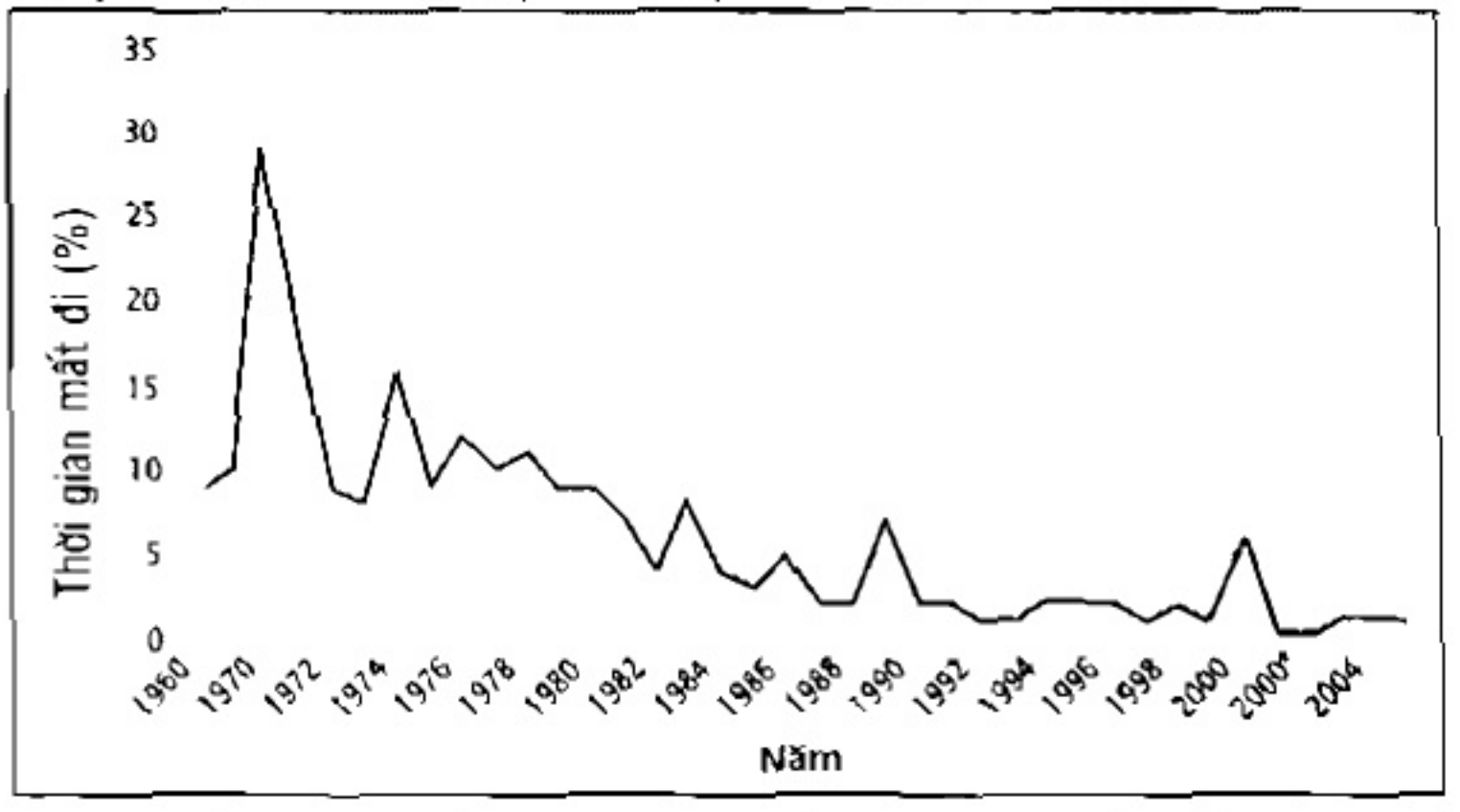
Hình 8.6: Thành viên nghiệp đoàn tính theo phần trăm lực lượng lao động

Nguồn http://www.census.gov/prod/2007pubs/06statab/labor.pdf



Hình 8.7: Thời gian mất đi do đình công và sa thải

Nguồn http://www.census.gov/prod/2007pubs/06statab/labor.pdf



Sự khác biệt về sức mạnh giữa các nghiệp đoàn của nhân viên khu vực tư nhân và khu vực công được thấy rõ nhất trong vài nghiệp đoàn. Nghiệp đoàn

http://tieulun.hopto.org

Công nhân Xe hơi đã mất gần một nửa trong tổng số 1,5 triệu thành viên trong khoảng từ 1978 đến 1995. Nghiệp đoàn Công nhân Thép Hoa Kỳ đã có lúc gồm 1,3 triệu thành viên, hiện nay chỉ còn 400.000. Trái lại, Liên đoàn các nghiệp đoàn nhân viên tiểu bang, Tỉnh và thành phố Hoa Kỳ đã có số thành viên tăng gấp ba lần kể từ năm 1968.

Tương tự, nếu ban xem các cuộc bãi công như số đo về niềm tin đối với nghiệp đoàn lao động (rằng họ có thể thắng trong một tình huống mà các công nhân hoặc đình công hoặc bị giới quản lý cho nghỉ việc), bạn thấy rằng các nghiệp đoàn ngày càng ít dần từ đầu thập niên 1980. Sự sụt giảm số các cuộc đình công thường quy cho việc Tổng thống Reagan sa thải các kiểm soát viên không lưu do đình công năm 1981.

Một trong những biến cố khôi hài trong lịch sử lao động, là khi tổng thống duy nhất của Hoa Kỳ đã từng thuộc về nghiệp đoàn, hoặc đã là chủ tịch một nghiệp đoàn, lại trở thành tổng thống gần nhiều nhất với sự sụp đổ của giới lao động. Tổng thống Reagan đã là một thành viên và còn là chủ tịch của Hội Diễn viên màn bạc. Khi Tổ chức Kiểm soát Không lưu chuyên nghiệp (PATCO), là nghiệp đoàn đại diện cho các Kiểm soát viên Không lưu đình công vào năm 1981. Tổng thống Reagan căn cứ theo luật phát biểu rõ rằng nhân viên khu vực công tham gia đình công sẽ bị nghỉ việc. Vào thời điểm đó, khó có ai nghĩ ông sẽ làm theo luật này, và sa thải kiểm soát viên không lưu, và mọi người nghĩ rằng ông sẽ tuyển họ trở lại khi cuộc đình công đã được dàn xếp. Khi xảy ra đình công ông sa thải họ, rồi ông ra lệnh cho Bộ trưởng giao thông vận tải không thương lượng với họ, vì họ bị sa thải và không còn tư cách nhân viên. Thay vào đó, ông ra lệnh các kiểm soát viên không lưu có trong quân đội thay thế các vị trí này, cho đến khi tuyển dụng và đào tạo các kiểm soát viên mới.

Các sự kiện trong tuần lễ này của năm 1981 được nhiều người xem là bất thường, nhưng nó được xem như một thời điểm đáng nhớ. Tuy PATCO là một nghiệp đoàn nhỏ và tuy các nghiệp đoàn bắt đầu mất các cuộc đấu tranh vào cuối thập niên 1970, kết quả của cuộc đình công này được nhiều người trong phong trào lao động xem như đặc biệt quan trọng. Lần đầu tiên từ thập niên 1930 chính phủ được xem như kẻ thù của nghiệp đoàn lao động, gần như giới quản lý. Còn khôi hài hơn khi Tổng thống Reagan thu được nhiều phiếu bầu của nghiệp đoàn hơn bất kỳ Tổng thống Cộng hòa nào trong thế kỷ thứ 20.

Mãi đến 17 năm sau, khi Nghiệp đoàn Xe tải tổ chức đình công với Sở Bưu điện hợp nhất (UPS) vào năm 1998, thì mới có một nghiệp đoàn lớn đạt được các nhượng bộ lớn từ giới chủ. Cuộc đình công này có được xem như

http://tieulun.hopto.org

một bước ngoặc khác, hay chỉ đơn giản khuyếch đại các khó khăn của người lao động, khi cuộc đình công chỉ là một ngoại lệ thể hiện bộ luật? Điều này chưa được nhận biết sau nhiều năm. Trong hơn 15 năm, hầu như mọi cuộc đình công lớn đã làm cho công nhân bất lợi hơn so khi chưa có cuộc đình công. Ngoại lệ duy nhất là các cuộc đình công của các vận động viên chuyên nghiệp có mức lương cao, đã thành công khi làm cho bản thân họ được trả lương cao hơn. Có dưới 0,1 phần trăm thời gian làm việc bị mất đi bởi các cuộc đình công vào cuối thập niên 1990, một hậu quả có thể do sự nhận thức về phía người lao động rằng, họ sẽ thua trong bất kỳ sự đối đầu nào.

Các lý do cốt yếu mà tổ chức lao động thắng trong cuộc đình công với UPS, tương tự như các lý do thành công của các nghiệp đoàn. Các công nhân không dễ bị thay thế và công ty tuyển dụng họ có các đối thủ cạnh tranh sẽ dành thị phần của nó. Thị trường lao động vào cuối thập niên 1990 có đặc điểm là rất khó tìm kiếm công nhân. Điều này tương phản với các cuộc đình công của các công nhân Caterpillar ở Peoria, Illinois vào đầu thập niên 1990. Trong thời gian đó việc tìm các công nhân sẵn sàng làm việc với 15 USD đến 25 USD một giờ thì không khó. Vào năm 1998, các công nhân như vậy khó tìm hơn nhiều. Vì vậy Nghiệp đoàn Xe tải có thể đòi hỏi mức lương cao hơn. Một điểm khác biệt nữa là UPS chứng kiến thị phần ngành kinh doanh phân phối bưu kiện chỉ trong một đêm đã biến mất. Mối lo sợ khách hàng sẽ không quay trở lại sau khi xảy ra đình công làm cho công ty phải dàn xếp. Trái lại, Caterpillar ít lo ngại rằng các đối thủ cạnh tranh sẽ hoặc có thể chiếm thị phần lâu dài, vì sự thống trị của Caterpillar trong ngành công nghiệp thiết bị xây dựng nặng.

Vào tháng 7/2005, AFL – CIO đã gặp phải các khó khăn lớn nhất trong hàng thập kỷ, khi Tổ chức Hợp nhất Đa ngành và các nghiệp đoàn khác đã từ bỏ tổ chức bảo trợ này. Sự tranh cãi tập trung vào việc liệu các nguồn tài chính của các nghiệp đoàn có nên dành cho việc bầu cử các chính trị gia có thiện cảm với các quan tâm của nghiệp đoàn, hay nên dành các nguồn tài chính này để tăng số thành viên nghiệp đoàn, bằng việc nghiệp đoàn hóa các ngành công nghiệp trước đây chưa có tổ chức này.

Tương lai nghiệp đoàn như thế nào

Các nghiệp đoàn gồm đàn ông và phụ nữ làm việc trong khu vực công có lẽ sẽ tồn tại lâu trong tương lai, vì chịu rất ít áp lực so với các áp lực đối với các nghiệp đoàn trong khu vực tư nhân. Thí dụ, nếu một công ty xe hơi quyết định không thể đáp ứng yêu cầu tăng lương của nghiệp đoàn, họ có thể chuyển các cơ sở sản xuất đến một địa điểm, mà các công nhân sẽ rất

http://tieulun.hopto.org

hạnh phúc khi được nhận công việc từ công ty với bất kỳ mức lương nào. Trái lại, nếu một thành phố không thể đáp ứng yêu cầu lương của các lính cứu hỏa, thành phố phải thương lương vì không thể di chuyển đến nơi có thể thuê lính cứu hỏa khác với mức lương thấp hơn.

Các nghiệp đoàn trong khu vực tư nhân có khả năng tiếp tục gặp khó khăn vì ba nguyên nhân cơ bản. Thứ nhất, vì sự tăng trưởng việc làm rất hiển nhiên trong các ngành công nghiệp dịch vụ và bán lẻ, có nhiều nhà tuyển dụng chỉ tuyển được một ít nhân viên, các nghiệp đoàn thấy rất khó khăn khi tập hợp các nhân viên này. Thứ hai, vì ngành sản xuất theo dây chuyền cũ trong các lĩnh vực như xe hơi và thép gặp sức ép thương mại quốc tế phải giữ mức chi phí thấp, các nghiệp đoàn gặp khó khăn để đạt được sự nhượng bộ ngay cả trong các ngành công nghiệp mà nghiệp đoàn có thế mạnh. Thứ ba, tác động của Wal – Mart và các nhà bán lẻ khác của các nhà sản xuất sản phẩm tiêu dùng thì rất lớn. Khi các doanh nghiệp đối mặt với một nhà bán lẻ đặc biệt chiếm gần một nửa doanh thu của doanh nghiệp, và nhà bán lẻ đó yêu cầu sự giảm giá đáng kể, các nghiệp đoàn đại diện cho nhân viên của các doanh nghiệp sản xuất trên đối mặt với sự lựa chọn gai góc. Hoặc họ đồng ý giảm lương nếu không họ sẽ gặp rủi ro khi phải nhường công việc này cho các doanh nghiệp nước ngoài có chi phí thấp. Vì các lý do này, bức tranh của các nghiệp đoàn khu vực tư nhân khá ảm đạm.

Nói chung, sức khỏe của các nghiệp đoàn khu vực tư nhân tùy thuộc lớn vào việc liệu chúng ta có trở về ngày chỉ có vài doanh nghiệp lớn thuê hầu hết công nhân hay không. Kỷ nguyên thông tin đã chứng kiến nhiều công ty khởi nghiệp lôi cuốn các công nhân từ các công ty lớn. Lương của các kỹ sư vi tính, nhà lập trình, và các nhân viên thực tế chế tạo máy tính, thì gần sát với giá trị các nhân viên này được hưởng. Nếu trái lai, ngành công nghiệp vi tính bắt đầu tập trung xung quanh chỉ vài doanh nghiệp lớn và ít có doanh nghiệp khởi nghiệp, thì các nghiệp đoàn cuối cùng có thể tham gia vào các ngành công nghiệp của kỷ nguyên thông tin. Trừ khi điều này xảy ra, các nghiệp đoàn khu vực công có thể thống trị phong trào lao động vào thế kỷ 21.

http://tieulun.hopto.org

Tìm hiểu chi tiết hơn

Tham khảo lại Hình 8.2 và dùng khái niệm về thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất giới thiệu ở Chương 3, chúng ta có thể thấy rằng độc quyền mua thì tệ hơn cạnh tranh hoàn hảo. Các doanh nghiệp sẽ có lợi vì họ trả lương thấp hơn, và công nhân làm việc kém hơn vì họ kiếm được ít tiền hơn. Lợi ích ròng đối với xã hội bị giảm EFC, bởi vì thặng dư người tiêu dùng đối với các doanh nghiệp là $W_{CT}AEF$, trong khi thặng dư nhà sản xuất đối với các công nhân giảm xuống $BW_{CT}F$. Diện tích tổng hợp thì thấp hơn mức tối ưu diện tích EFC. Từ đó dẫn đến kết luận là nếu vấn đề tranh đấu của các nghiệp doàn là sự độc quyền mua, thì các nghiệp doàn có thể được lợi hơn khi dịch chuyển thị trường về điểm cân bằng ban đầu của nó.

Trong Hình 8.4 cho thấy việc giảm thặng dư người tiêu dùng là $W_{union}AE$ và sự tăng thặng dư nhà sản xuất là $BW_{union}EF$. Kết quả tổng hợp là có sự giảm ròng, và các nghiệp đoàn có vẻ gây hại cho nền kinh tế. Nhớ lại nội dung của Chương này, các nghiệp đoàn không tồn tại độc lập, và thường phản ứng lại các hoạt động chống lại công nhân.

http://tieulun.hopto.org

Tóm tắt

Bây giờ bạn hiểu tại sao các nghiệp đoàn lao động tồn tại, và cách thức chúng thay đổi quan hệ thương lượng giữa các chủ doanh nghiệp và các nhân viên. Bạn hiểu một thị trường lao động cạnh tranh hoàn hảo khác biệt với một thị trường có sức mạnh thị trường của doanh nghiệp duy nhất, với chủ một nhóm nhân viên duy nhất, và khi cả hai đều có sức mạnh. Bạn hiểu rằng các nghiệp đoàn lao động khác nhau ở điểm, có một số nghiệp đoàn tìm cách tăng lương qua việc giảm cung lao động, trái lại một số nghiệp đoàn khác tìm cách tăng lương qua thương lượng tập thể như một nhà độc quyền. Cuối cùng bây giờ bạn hiểu các nghiệp đoàn xuất hiện ở Hoa Kỳ như thế nào, và bạn có đủ kiến thức về quá trình gần đây của nghiệp đoàn, để có thể dự báo nghiệp đoàn sẽ thế nào ở Hoa Kỳ.

Thuật ngữ

Chi phí nguồn lực biên tế (MRC)

Sản phẩm doanh thu biên tế của lao động

Độc quyền mua

Câu hỏi dành cho bạn

1. Khi chỉ có một doanh nghiệp trong một thành phố, mô hình các nhà kinh tế sử dụng là:

a. Độc quyền

b. Độc quyền mua

c. Cạnh tranh hoàn hảo

d. Cạnh tranh độc quyền

2. Khi có nhiều doanh nghiệp trong một thành phố và một nghiệp đoàn, mô hình các nhà kinh tế dùng là:

a. Độc quyền

b. Độc quyền mua

c. Cạnh tranh hoàn hảo

d. Cạnh tranh độc quyền

http://tieulun.hopto.org

3. Trong cạnh tranh hoàn hảo chi phí nguồn lực biên tế _____đường cung, trong độc quyền mua, chi phí nguồn lực biên tế _____ đường cung.

a. Bằng; bằng

b. Bằng; lớn hơn

c. Bằng; nhỏ hơn

d. Lớn hơn; nhỏ hơn

4. Một nghiệp đoàn đào tạo và giới hạn lượng cung lao động sẽ có tác động trên đường cung, làm dịch chuyển nó sang _____ và, ở điểm này, đường cung thì_____

a. Bên trái; thẳng đứng

b. Bên trái; nằm ngang

c. Bên phải; thẳng đứng

d. Bên phải; nằm ngang

5. Các nghiệp đoàn lao động có quyền đại diện lớn hơn nhân viên _____

a. Khu vực công

b. Khu vực dịch vụ

c. Khu vực sản xuất

d. Khu vực bán lẻ

6. Trong 30 năm qua, các vụ bãi công đã:

a. Giảm nhanh

b. Không thay đổi

c. Tăng chậm

d. Tăng nhanh

Hãy suy nghĩ

Khả năng các nghiệp đoàn có yêu cầu được đáp ứng đã tăng rõ rệt từ cuộc đình công của PATCO năm 1981. Các cuộc bãi công cũng đã giảm từ thời kỳ đó. Có phải các nghiệp đoàn không nỗ lực tạo ảnh hưởng hay họ không đình công vì biết rằng họ có ít cơ hội thắng ?

http://tieulun.hopto.org

Để tìm hiểu thêm xem

McConnell, Campbell R., Stanley L.Brue, và David A. MacPherson. *Kinh tế học Lao động hiện đại*. Ấn bản lần 6 (New York:Irwin/McGrawHill, 2003 Đặc biệt Chương 10,11,13)

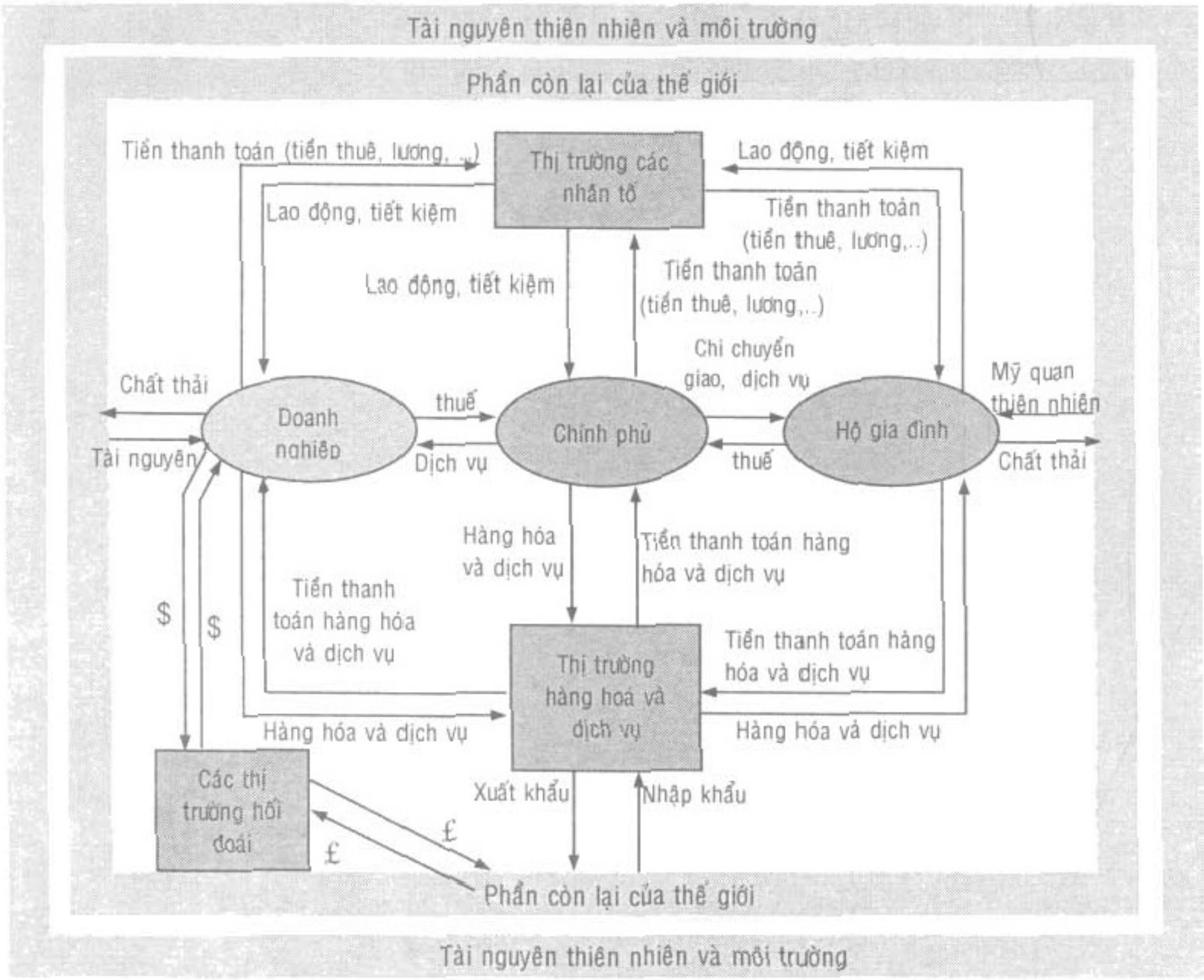
Đằng sau các con số

Thông tin về nghiệp doàn và lao động khu vực tư nhân.

Bảng số liệu thống kê Hoa Kỳ; lao động

http://www.census.gov/prod/2007pubs/06statab/labor.pdf

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào tác động của một nhà bán lẻ đặc biệt: Wal-Mart.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 9:

WAL-MART: LUÔN LUÔN CÓ GIÁ THẤP (VÀ LƯƠNG THẤP) – LUÔN LUÔN

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu tầm quan trọng của Wal-Mart trong nền kinh tế Hoa Kỳ.
- Hiểu khu vực hàng tạp phẩm tiếp tục có nhiều đối thủ cạnh tranh, mà mô hình thích hợp để giải thích là cạnh tranh độc quyền.
- Hiểu rằng người tiêu dùng có xu hướng hưởng lợi khi Wal-Mart gia nhập một cộng đồng, nhưng người lao động thắng hay thua, các doanh nghiệp khác có thể thắng hay thua, và tác động ròng này không dễ tính toán.

Chủ đề của chương

- Dạng thị trường.
- Ai bị ảnh hưởng?
- Tóm tắt.

Tùy thuộc người bạn đang thảo luậb là ai mà Wal-Mart có thể là một trong các câu chuyện thành công nhất của ở Hoa Kỳ, là lực thúc đẩy sự tăng vọt năng suất Hoa Kỳ, hay là biểu tượng về lương thấp, không lợi nhuận, các công việc bế tắc, và là tác nhân hủy hoại các doanh nghiệp nhỏ. Thực tế sẽ gồm tất cả các điều trên. Được bắt đầu bởi Sam Walton với một cửa tiệm giảm giá nhỏ ở Bentonville Arkansas, Wal-Mart đã tăng trưởng trong 30 năm qua để trở thành doanh nghiệp lớn nhất không thuộc chính phủ ở Hoa Kỳ, chiếm hơn 2% GDP của Hoa Kỳ. Hầu như với mỗi cửa tiệm mới đều có tranh luận rằng cửa tiệm mới này tốt hay xấu đối với cộng đồng. Một số cộng đồng và một tiểu bang, Vermont, đã cấm các cửa tiệm giảm giá, với lập luận rằng điều Wal-Mart đem tới là hàng hóa giá thấp và công việc có lương thấp,

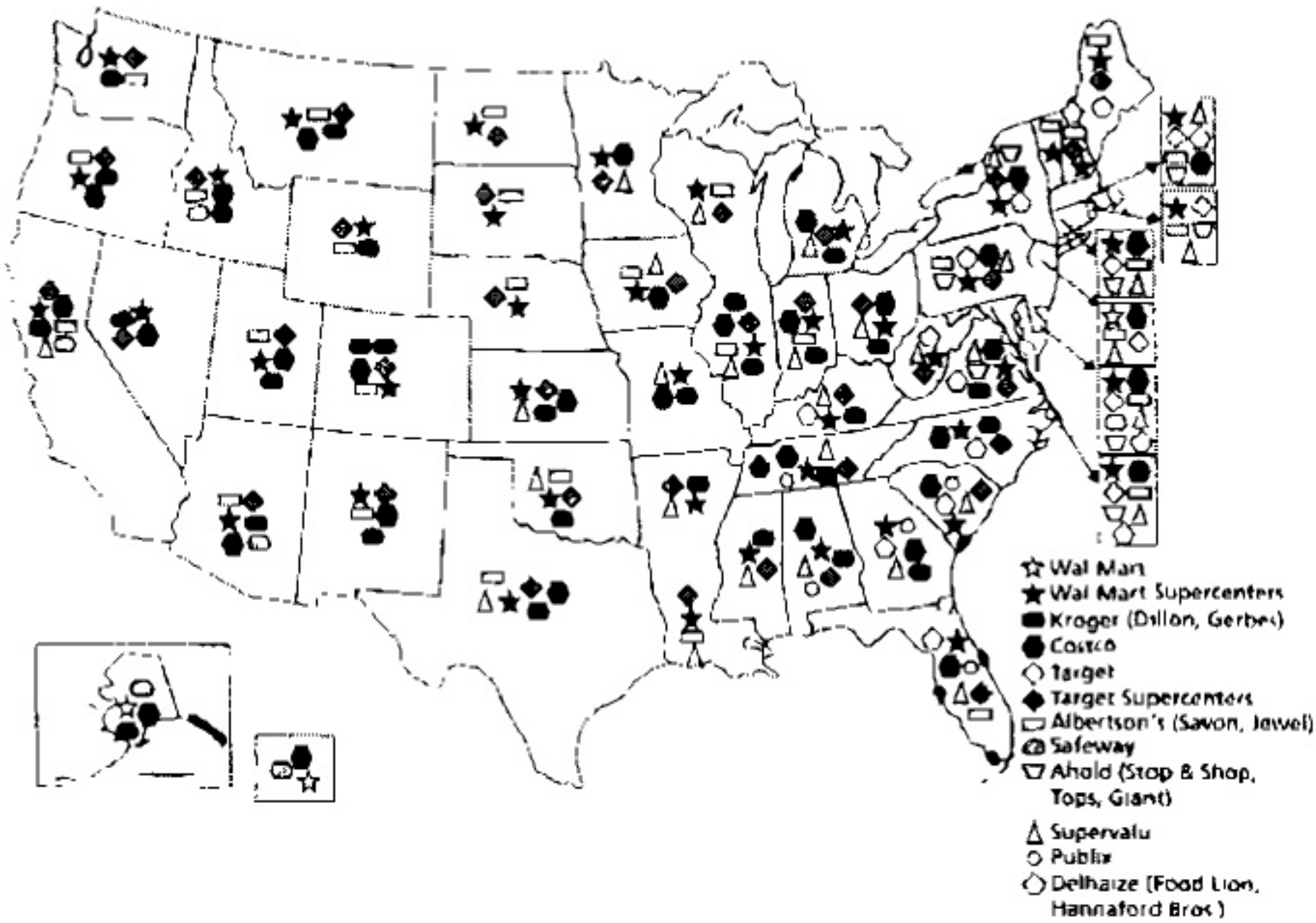
http://tieulun.hopto.org

sẽ không tương xứng khi làm mất đi việc làm và đặc trưng của địa phương. Chương này khám phá các điểm lợi và hại của các "cửa tiệm hình hộp" nói chung và Wal-Mart nói riêng.

Dạng thị trường

Hầu hết các công đồng có các Siêu trung tâm của Wal-Mart cũng có các cửa tiệm lớn liên kết thành chuỗi bán tạp phẩm khác. Trong số này cũng có các cửa tiệm sở hữu cá nhân, một số cửa tiệm là chi nhánh của Hiệp hội các nhà bán tạp phẩm quốc tế nay được biết với tên IGA quen thuộc. Cộng đồng kiểu mẫu ban đầu sẽ có tất cả các loại cửa tiệm. Từ các cửa tiệm kho hàng như Sam's và Costco tới các "siêu cửa tiệm" (Kmart, Wal-Mart và Target), tới các chuỗi cửa tiệm quốc gia (Kroger, Safeway,...), cho đến công ty mẹ cấp quốc gia (thí dụ, Ahold là một công ty mẹ với các cửa tiệm khu vực như Stop & Shop và Giant), tới các chuỗi khu vực (Wegmans, Winn-Dixie, và Publix,...), tới các cửa tiệm thuộc IGA, ngành kinh doanh tạp phẩm này lớn và đa dạng. Dạng thị trường diễn tả tốt nhất các điều kiện này là cạnh tranh độc quyền. Tuy các tỉnh nhỏ có lẽ chỉ có một cửa tiệm (độc quyền) và các thành phố nhỏ có thể có hai hay ba cửa tiệm (độc quyền nhóm), đại đa số người Mỹ sống trong cộng đồng có ba hay bốn loại cửa tiệm.

Hình 9.1: Địa điểm các cửa tiệm của 10 hệ thống cửa tiệm bán tạp phẩm đứng đầu ở Hoa Kỳ



http://tieulun.hopto.org

Mỗi tiệm tạp phẩm có một dạng độc quyền căn cứ vào vị trí của nó, nhưng phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các cửa tiệm khác, khi người tiêu dùng sẵn sàng đi quãng đường ngắn từ cửa tiệm này sang cửa tiệm khác. Nhiều người ưa thích các cửa tiệm có hay không có mặt hàng nào đó. Trong khi một số khách hàng ngập ngừng bước vào một cửa tiệm "siêu", các khách hàng khác bị cuốn hút vào cửa tiệm này, vì họ có thể mua hàng tạp phẩm, có bán dược phẩm bạn cần, và có thể chọn mua một dụng cụ điện và một đĩa DVD mới phát hành ở một địa điểm. Một số khách hàng muốn cảm giác "hành diện tỉnh nhà" khi có một cửa tiệm thuộc chuỗi IGA, vì họ muốn máy cắt thịt của họ có một cái tên và đánh giá cao sự kiện chủ cửa tiệm bảo trợ cho một đội của Liên đoàn thể thao ở địa phương. Cạnh tranh độc quyền cũng rất phù hợp với thị trường này.

Nhìn vào Hình 9.1 thể hiện rõ rằng 10 công ty cửa tiệm tạp phẩm và các công ty mẹ đứng đầu được phân bố rộng rãi trên toàn bộ Hoa Kỳ với ít sự tương đồng nên không doanh nghiệp nào có thể độc quyền, trừ trong cộng đồng nhỏ nhất. Bảng 9.1 thể hiện tỉ lệ tổng doanh thu tạp phẩm của 10 doanh nghiệp dẫn đầu này. Mười chuỗi cửa hiệu tạp phẩm (và công ty mẹ) đứng đầu chiếm ¾ tổng doanh thu trong ngành này.

Một quan tâm tương tự là mức độ ảnh hưởng của Wal-Mart đối với các nhà cung cấp. Đối với nhiều doanh nghiệp lớn hay nhỏ, Wal-Mart là người mua lớn nhất. Nếu Wal-Mart trở thành người mua tiềm năng duy nhất thì sẽ xuất hiện vấn đề độc quyền mua. Trong trường hợp đó, các công ty bắt buộc phải giảm giá cho Wal-Mart vì sợ rằng Wal-Mart sẽ làm họ đóng cửa. Wal-Mart có thể "tạo ra" một công ty bằng cách mở rộng thị trường cho các sản phẩm của công ty đó, thì nó cũng dễ dàng đẩy công ty ra khỏi thị trường bằng cách ép buộc công ty này phải sản xuất hàng hóa rẻ hơn. Điều này có thể và đã dẫn đến việc công ty này chuyển sản xuất sang một quốc gia khác, giảm lương và lợi nhuận tại các cơ sở sản xuất ở Hoa Kỳ, hoặc chế tạo sản phẩm từ các vật liệu kém đắt tiền và kém bền hơn.

Ai bị ảnh hưởng?

Có nhiều người tham gia khi có một "siêu cửa tiệm" xuất hiện ở thành phố, và đặc biệt ở Đông Bắc và phía Tây, giới thẩm quyền thành phố và địa phương đã phát triển các luật khu vực rõ ràng nhằm ngăn các cửa hiệu "super" không vào địa phương. Khảo sát tại sao một số người phản đối việc đưa một Siêu trung tâm của Wal-Mart vào cộng đồng sẽ giúp xem ai thắng và ai thua. Thứ nhất nhóm khách hàng rõ ràng thắng vì Wal-Mart có xu hướng tính giá thấp hơn nhiều với các hàng hóa đồng nhất, khi so sánh giá

http://tieulun.hopto.org

của nó với giá của các cửa tiệm lớn quốc gia hay khu vực, như Kroger, Safeway, Food Lion, hay Albertson. Thường Wal-Mart có thể bán các sản phẩm thiết yếu (như sữa và bánh mì), với giá thấp hơn giá các chi nhánh của IGA trả các nhà cung cấp của nó. Thứ hai, công nhân có thể thắng hay thua phụ thuộc vào hai việc sau:

(1) Liệu có sự gia tăng việc làm hay việc làm do Wal – Mart đưa lại có bị bù trừ bởi công việc mất đi ở các đối thủ cạnh tranh không?

(2) Wal-Mart trả lương nhân viên như thế nào.

(3) Thứ ba, người nộp thuế có thể thắng hay thua, tùy thuộc vào việc có sự gia tăng ròng trong doanh thu ở cộng đồng, dẫn đến sự gia tăng thuế doanh thu ròng hay không.

Cuối cùng, một số chủ doanh nghiệp nhỏ và các doanh nghiệp khác, các cửa tiệm bán lẻ của công ty hiên hữu có thể bị ảnh hưởng tiêu cực, trong khi các cửa tiệm khác có thể được lợi từ nỗ lực như vậy. Hãy xem xét vài dữ liệu.

Đa số người tiêu dùng chắc chắn có lợi –Một số mất lựa chọn

Chúng ta sẽ lần lượt xem xét các bên tham gia, bắt đầu với công chúng mua sản phẩm. Lợi ích đối với khách hàng do trả tiền ít hơn cho hàng tạp phẩm thì rất lớn. Bình quân mỗi siêu trung tâm Wal-Mart bán từ 75 triệu USD đến 125 triệu USD giá trị hàng hóa mỗi năm. Các số ước lượng biến dông đáng kể, nhưng hiệp hội Thương mại của các nhà tiếp thị đai chúng đề nghi rằng giá của Wal-Mart thì thấp hơn từ 15% đến 22% so với giá bình quân toàn quốc. Giả sử bình quân một khách hàng tiết kiệm được 15%. Lợi nhuận của người tiêu dùng khi tự nguyện chuyển từ môt cửa tiêm trung bình đến Super Wal-Mart từ 11,25 triêu đến 27,5 triêu USD mỗi năm.

Dù người tiêu dùng làm gì với số tiền tiết kiệm được, rõ ràng rằng họ có lợi về phương diên này. Nền kinh tế địa phương có lợi hay không phu thuộc vào người tiêu dùng sử dụng tiền tiết kiệm để làm gì. Nếu họ tiêu dùng nhiều hàng hóa và dịch vụ sản xuất ở địa phương hơn thì cộng đồng địa phương có lợi. Nếu ho đưa tiền vào các tài khoản đầu tư quản lý bởi Wall Street, cộng đồng địa phương sẽ không được lợi nhiều như trước.

Có thể môt số "Siêu cửa tiệm" đưa các cửa tiệm loại IGA ra khỏi ngành kinh doanh, và khi làm như vậy đã gây bất lợi cho một số khách hàng vì họ không còn lựa chon hàng tạp phẩm tối ưu từ tập lựa chọn của ho. Giả sử một gia đình thường chi hơn 1000 USD một năm cho hàng tap phẩm ở một cửa tiêm IGA so với ở một cửa tiêm Wal-Mart, và làm như vậy vì họ thích dịch vụ được cá nhân hóa ở cửa tiệm IGA. Họ đã chứng tó qua "Sự ưa thích rõ rệt" rằng sự lựa chọn này đáng giá ít nhất 1000 USD. Với mỗi 1000 người tiêu

http://tieulun.hopto.org

dùng bị ảnh hưởng như vậy, tổn thất sẽ là 1.000.000 USD. Dường như xét về tổng thể người tiêu dùng có lợi hơn tuy một số người tiêu dùng bất lợi hơn.

Bảng 9.1: Doanh thu của 10 chuỗi cửa tiệm tạp phẩm đứng đầu Hoa Kỳ.

Xếp hạng	Công ty	Doanh thu hàng năm (tỉ USD)	So % tổng doanh thu tạp phẩm (796 tỉ USD)	So % doanh thu tạp phẩm của 10 chuỗi cửa hàng đứng đầu (545 tỉ USD)
1	Wal-Mart Stores	233	29 71	42.75
2	Kroger Company	67	8 42	12.30
3	Costco Wholesale Corp	59	7 41	10.83
4	Albertsons	41	5.16	7.52
5	Safeway	39	4.90	7.16
6	Ahold USA Retail	23	2.89	4 22
7	Publix Super Markets	20	2.51	3.67
8	Supervalu	20	2.51	3.67
9	Delhaize America	17	2.14	3.12
10	C&S Wholesale	15	1.89	2 75

Nhân viên có thể lỗ

Khó nói về công nhân bị tác động thế nào, bởi vì không rõ liệu lực lượng nhân viên có được khoản lợi ích ròng (hay lỗ ròng) nào không. Xét tổng thể quốc gia nếu có khoản lời ròng, cũng không đủ bù trừ khoản lỗ liên quan với, Wal-Mart trả lương thấp từ 5 USD đến 10 USD mỗi giờ (gồm cả phúc lợi) so với cửa tiệm tạp phẩm điển hình của nghiệp đoàn cạnh tranh. Gần như mỗi siêu trung tâm Wal-Mart mở cửa trong hai năm vừa qua đã tuyển dụng gần 450 người. Tuy nhiên, có các vấn đề với con số này: Thứ nhất, khoảng 1/3 các công việc là bán thời gian, và thứ hai, nghiên cứu về sự thay đổi chỗ làm cho thấy rằng, từ 75% đến 133% số nghề nghiệp này sẽ được thay đổi chỗ trong cộng đồng. Nếu ta giả định rằng một năm làm việc gồm 2080 giờ, và hơn nữa, nếu ta giả định Wal-Mart trả nhân viên 8 USD một giờ và các đối thủ cạnh tranh trả 18 USD một giờ, sẽ có khoản lỗ đối với cộng đồng nhân viên khoảng từ 4 triệu USD đến 10 triệu USD mỗi cửa tiệm.

Thu nhập thuế doanh thu sẽ không bị ảnh hưởng nhiều

Câu hỏi người nộp thuế sẽ lời hay lỗ phụ thuộc vào doanh thu ròng ở tiểu bang có tăng không. Nghiên cứu về mức độ tăng tổng doanh thu ở các siêu trung tâm mới trong một cộng đồng, cho thấy rằng từ 70% đến 80% doanh thu của nó là thay thế doanh thu vẫn có trong cộng đồng này. Vậy khi nói thuế doanh thu sẽ tăng là do:

http://tieulun.hopto.org

(1) Một phần doanh thu đáng kể là các hàng hóa miễn thuế như thực phẩm

(2)Rất ít doanh thu chịu thuế là của dân cư đã chi tiền ở bên ngoài tiểu bang.

Điểm (2) thì quan trọng bởi vì thuế doanh thu ở nhiều tiểu bang được dành trực tiếp cho tiểu bang. Vì vậy, dù doanh thu thuộc một cộng đồng hay thuộc thành phố lân cận, thuế doanh thu nhận được thì như nhau. Vì vậy tuy sẽ thu được nhiều thuế doanh thu hơn ở công đồng, sẽ có ít tác động trên tổng thu thuế doanh thu.

Một số doanh nghiệp sẽ bị tổn thương, các doanh nghiệp khác sẽ được trợ giúp

Tác động của Wal-Mart và các "siêu cửa tiệm" khác đối với các cửa hiệu trong khu vực thì không rõ ràng. Các cửa tiệm thuộc chuỗi IGA sẽ theo một chiến lược không cố gắng vượt trên Wal-Mart. Họ "tin rằng một cửa tiệm tạp phẩm tốt không phải là sự mở rộng kinh doanh máy cắt bánh đơn thuần, nhưng là một trung tâm công đồng sở hữu và điều hành bởi chính người hiểu biết tốt nhất về khu vực – là các công dân". Vì vậy họ hỗ trợ công tác từ thiện địa phương, bảo trợ nhiều đội vận động viên trẻ em địa phương, thực phẩm thường không được dự trữ ở một "siêu cửa tiệm", vui vẻ đặt các đơn hàng mua thịt đặc biệt thường không có ở "siêu cửa tiệm" cắt thịt tại chỗ thay vì được phân phối đóng gói sẵn, và các chủ cửa tiệm cũng có mặt tại chỗ và là một phần của công đồng. Ít ra một phần tăng trưởng của Wal-Mart là chi phí phải trả của các cửa tiệm này.

Điều quan trọng nữa là các cửa tiệm Wal-Marts có xu hướng dẫn đến tạo ra các ngành kinh doanh bổ sung. "Yếu tố kéo" này đã ước lượng làm tăng sự hình thành ngành kinh doanh bán lẻ và hoạt động kinh tế khác. Một cửa tiệm Wal-Mart mới có lẽ sẽ "kéo" doanh thu bán lẻ từ các tỉnh lân cận. Điều này cũng dẫn đến nhà hàng thức ăn nhanh khác và các tiệm bán lẻ "đang hộp" khác, như Home Depot, Circuit City, và Staples, đi theo sau các "siêu cửa tiệm". Wal-Mart có thể là một lĩnh vực quan trọng kịp thời giúp một khu vực kém phát triển hay ảm đạm trở nên khu vực sôi đông về kinh tế.

Tác động trong cộng đồng

Các nhà xã hội học đã tham gia thảo luận về Wal-Mart. Họ chỉ ra rằng việc xuất hiện các "siêu cửa tiệm Wal-Mart" có tác động thay thế các cửa tiệm sở hữu bởi các người lãnh đạo công đồng. Điều này gợi ý rằng cũng có một chi phí ngoại hiện đối với các cửa tiệm Wal-Mart, vì chúng phá hủy cấu trúc phi kinh tế của công đồng. Họ cũng lập luận rằng sau khi kiểm soát một số các biến số khác, một thời gian ngắn sau khi Wal-Mart tham gia thi trường. tỉ lệ nghèo ở địa phương tăng.

http://tieulun.hopto.org

Tóm tắt

Kết quả ròng của bất kỳ cửa hiệu Wal-Mart mới nào là kết quả bạn kỳ vọng. Người tiêu dùng hầu hết thắng và hầu hết nhân viên thua, một số doanh nghiệp thắng, các doanh nghiệp khác thua, với con số ròng hơi dương tùy thuộc vào các đặc điểm của cộng đồng. Nếu cửa tiệm mới chỉ đơn giản thay thế doanh thu vẫn phát sinh ở thành phố, và lợi ích của nhân viên bị bù trừ hoàn toàn bởi sự đóng cửa các doanh nghiệp khác, và lợi nhuận của người tiêu dùng thì xấp xỉ bằng với khoản lỗ của nhân viên. Nếu có khoản lợi nhuận ròng đối với nhân viên, và các ngành kinh doanh bổ sung tăng trưởng theo Wal-Mart, thì sẽ có khoản lợi nhuận ròng cho cộng đồng. Các nhà lãnh đạo doanh nghiệp địa phương sẽ lời hay lỗ tùy thuộc họ cố gắng đối đầu với Wal-Mart (việc mạo hiểm lớn lao), hoặc họ muốn bổ sung Wal-Mart bằng việc bán các dịch vụ mà Wal-Mart không bán.

Câu hỏi dành cho bạn

1. Tác động của một cửa tiệm Wal-Mart mới đối với khách hàng một cộng đồng thì:

a. Dương đáng kể đối với khách hàng mua giá thấp.

b. Hơi âm, đối với khách hàng ưa thích tiếp xúc cá nhân (nếu các cửa tiệm cung ứng sự tiếp xúc cá nhân đóng cửa).

c. Âm đáng kể về mọi phương diện.

d. Một tổ hợp của a và b.

2. Tác động của một cửa tiệm Wal-Mart mới đối với nhân viên của một cộng đồng thì:

a. Chỉ tích cực trong việc tạo ra các công việc mới.

b. Chỉ tiêu cực vì mất đi các công việc có lương khá hơn của các đối thủ cạnh tranh.

c. Tích cực và tiêu cực bởi vì tạo ra các công việc mới, nhưng chúng thường làm mất các công việc lương khá hơn.

d. Chỉ tích cực bởi vì Wal-Mart trả lương khá hơn các đối thủ cạnh tranh.

3. Chúng ta có thể đo lường giá trị cảm nhận của người nào đó về sự tiếp xúc cá nhân trong một cửa tiệm tạp hóa nhỏ, bằng việc sử dụng khoản tiền phụ trội họ trả thêm tại cửa tiệm đó, ngay cả khi có một cửa tiệm Wal-Mart trong thành phố. Các nhà kinh tế gọi điều đó là:

a. Nhu cầu được bộc lộ ra.

b. Sự ưa thích được bộc lộ ra.

http://tieulun.hopto.org

c. Phân tích sự ưa thích.

d. Nhấn mạnh nhu cầu.

4. Tác động của Wal-Mart mới đối với các nhà cung cấp của nó là:

a. Tích cực rõ ràng.

b. Tiêu cực rõ ràng.

c. Tích cực và tiêu cực vì Wal-Mart mở rộng thị trường cho sản phẩm của nó, nhưng với một giá thấp hơn nhiều so với giá thông thường.

d. Không đáng kể.

5. Dạng thị trường nổi trội đối với ngành kinh doanh tạp phẩm ở đa số các thành phố Hoa Kỳ là một dạng của:

a. Độc quyền.

b. Độc quyền nhóm.

c. Cạnh tranh độc quyền.

d. Cạnh tranh hoàn hảo.

6. Sự gia nhập ngành kinh doanh tạp phẩm của Wal-Mart trong thập niên 1990:

a. Chuyển ngành kinh doanh này thành độc quyền.

b. Không có tác động trên dạng thị trường, vẫn là cạnh tranh hoàn hảo.

c. Không có tác động trên dạng thị trường, vẫn là cạnh tranh độc quyền.

d. Không có tác động trên dạng thị trường, vẫn là cạnh tranh độc quyền nhóm.

Hãy suy nghĩ

Việc gia nhập của Wal-Mart vào ngành kinh doanh tạp phẩm trong thập niên 1990, có tác động quan trọng trong việc hạ giá hàng tạp phẩm cho người nghèo? Có nên xem xét điều này khi thiết lập mức nghèo?

Hãy thảo luận

Các công ty lớn của Hoa Kỳ thường sản xuất hàng hóa của họ ở Hoa Kỳ, bây giờ đang sản xuất hàng hóa của họ ở Trung Quốc, bởi vì Wal-Mart tạo áp lực giảm giá lớn trên công ty. Vì hành vi của nó sẽ ấn định giá mà nhà sản xuất sẽ trả tiền cho một hàng hóa. Nếu công ty muốn bán hàng hóa ở một cửa hiệu Wal-Mart Công ty sẽ hạ giá. Điều này sẽ tốt cho bạn vì bạn nhận hàng hóa với giá thấp hơn. Sẽ bất lợi cho nhân viên của Hoa Kỳ trong ngành kinh doanh này vì họ mất việc làm. Lợi ích, bất lợi ròng theo suy nghĩ của bạn là gì?

http://tieulun.hopto.org

Để tìm hiểu thêm xem

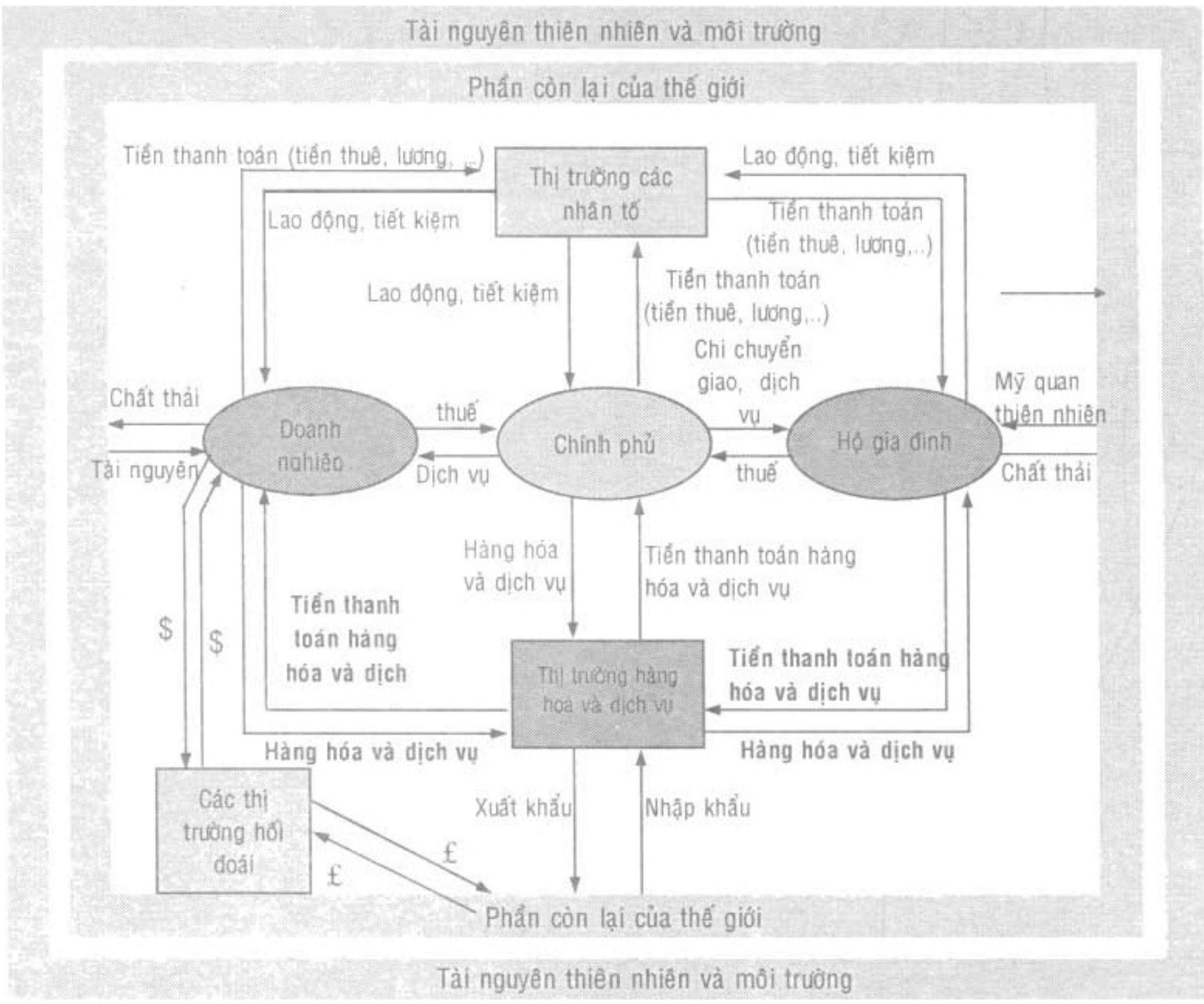
• Boyina Manjiula, "Khảo sát sự thay đổi yếu tố kéo ở các thành phố không có Đại siêu thị ở Kansas: Một nghiên cứu về tác động kinh tế của Siêu cửa tiệm Wal-Mart", *Nghiên cứu chính sách Kansas* 26, số 2.

• Franklin, Andrew W., "Tác động của doanh thu thực phẩm cửa hàng siêu thị Wal-Mart đến sự tập trung siêu thị ở khu vực đô thị Hoa Kỳ". Tài liệu trình bày ở Hội nghị USDA. "Người tiêu dùng Hoa Kỳ và cấu trúc biến động của Hệ thống lương thực", Arlington,Virgina, 3-5, tháng 5, 2000

• Stone, Kenneth E., Georgeanne Artz, và Albert Myles, Tác *động kinh tế của các siêu trung tâm Wal-Mart trên các doanh nghiệp hiện hữu ở Mississippi:*

http://www.seta.iasate.edu/retail/publications/ms_supercenterstudy.pdf

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào một thị trường cụ thể, là thị trường sách giáo khoa đại học.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 10:

TẠI SAO SÁCH GIÁO KHOA ĐẠI HỌC QUÁ ĐẮT

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu được quá trình sách giáo khoa đưa vào thị trường.
- Hiểu rằng tùy thuộc vào chủ đề, sự cạnh tranh giữa các nhà xuất bản, sẽ phù hợp với mô hình độc quyền, độc quyền nhóm hoặc cạnh tranh độc quyền.
- Hiểu tác động của Internet đến thị trường sách đã qua sử dụng, và thị trường sách đã qua sử dụng tác động đến thị trường sách mới như thế nào.
- Hiểu rằng quá trình chọn lựa sách thường không liên quan đến giá.

Chủ đề của chương

- Quá trình.
- Sách giáo khoa và các dạng thị trường.
- Công nghệ và tác động của sách đã sử dụng.
- Khi nào giá cả ảnh hưởng và khi nào không.
- Vậy tại sao sách quá đắt và ai chịu trách nhiệm.
- Tóm tắt.

Thị trường sách giáo khoa đại học là một thí dụ hay của một số lớn các khái niệm kinh tế: chi phí cố định và biến đổi, tác động của bằng sáng chế và bản quyền trên thị trường một sản phẩm, sự mờ nhạt về ranh giới giữa độc quyền nhóm và cạnh tranh độc quyền, và mức độ công nghệ gia tăng sẽ tăng cung sách như thế nào.

Quá trình

Trước khi đi sâu vào phân tích, bạn nên hiểu cách thức một cuốn sách giáo khoa đưa vào thị trường như thế nào. Lúc đầu sẽ có một khoảng trống hay một khoảng trống cảm nhận. Có nghĩa là một nhà xuất bản hay một giáo sư đại học quyết định rằng có một thị trường nhỏ nào đó chưa được đáp ứng thích hợp, một thị phần nào đó để tạo lợi nhuận với một phương án lựa chọn,

http://tieulun.hopto.org

hoặc tất cả sách trong lĩnh vực đó thì được viết quá nghèo nàn nên sự cải tiến sẽ đạt lợi ích lớn. Dù được mời hay không, một giảng viên sẽ viết một hay hai chương để chứng tỏ cho nhà xuất bản tại sao cuốn sách mới này sẽ hay hơn các sách đã có. Các chương làm mẫu này cần vài tháng để viết, hiệu đính và biên tập. Khi hoàn thành chúng được gởi cho nhà xuất bản. Rất ít trường hợp bỏ qua bước này.

Các chương mẫu đáp ứng kỳ vọng của các nhà xuất bản được gởi tới giảng viên khoa để khi cuốn sách được xuất bản, sẽ xem xét dùng cuốn sách trong khóa học. Thường nhà xuất bản sẽ trả cho từ bốn đến tám giảng viên chọn lọc số tiền từ 200 USD đến 600 USD để đọc và bình luận về các chương của cuốn sách. Nếu các bình luận có tính tích cực, thì cuốn sách sẵn sàng được viết. Một hợp đồng được soạn thảo xác định tác giả được chi trả như thế nào. Thường tác giả sẽ hưởng tỷ lệ phần trăm của doanh thu (khoảng 15%) của các hiệu sách (căn cứ trên doanh thu ròng bán sỉ). Một **khoản tiền ứng trước** thường gởi cho tác giả về **tiền bản quyền** trong tương lai. Cuốn sách cần ít nhất một năm để viết, hiệu đính, biên tập, và xuất bản. Thường ấn bản đầu tiên cần nhiều thời gian hơn các lần tái bản sau, vì sách thường được đánh giá bởi một tập thể các giảng viên trong toàn quốc.

Tiền ứng trước
Tiền trả cho các tác giả trước khi xuất bản cuốn sách. Số tiền này thường được tính vào tiền bản quyền trong tương lai

Tiền bản quyền
Số tiền trả cho các tác giả. Thường trả trên cơ sở phần trăm

Khi sẵn sàng để bán, cuốn sách được gởi bưu điện miễn phí đến các phân khoa đại học toàn quốc có dạy môn học có thể dùng cuốn sách. Có thể hàng ngàn cuốn sách như trường hợp sách mới về các nguyên lý kinh tế học (thích hợp cho các môn kinh doanh và kinh tế) hoặc vài trăm (khi sách có số độc giả hạn chế hơn). Phân khoa sẽ đặt hàng với hiệu sách liên quan và các hiệu sách sẽ cung cấp sách vào tháng trước khi bắt đầu học kỳ.

Để hiểu tiền doanh thu một quyển sách mới phân bổ thế nào, hãy xem cuốn sách bạn đang đọc. Như thấy trong Hình 10.1, ấn bản trước đây của cuốn sách này bán giá 100 USD như một sách mới trong tiệm sách ở trường đại học của tôi. Cuốn sách được bán cho tiệm sách với giá 75 USD, nên chi phí và lợi nhuận của tiệm sách là khoản 25 USD cộng thêm. Tôi hưởng 15% của số tiền nhà xuất bản hưởng, là 11,25 USD. Nhà xuất bản hưởng từ 55 USD đến 60 USD. Chi phí của nhà xuất bản gồm chi phí cố định như chi trả phụ phí (ngân hàng đề thi, cẩm nang của giảng viên, tài liệu nội dung Website, phần hướng dẫn sinh viên, chiếu Powerpoints...), phần thời gian ban biên tập giúp cuốn sách của tôi ở dạng hoàn tất và thời gian của nhóm tiếp

http://tieulun.hopto.org

thị dành cho việc bán cuốn sách. Chi phí biến đổi bao gồm chi phí giấy, mực, và việc in cuốn sách. Giấy sách giáo khoa thì không rẻ và tùy thuộc vào cuốn sách đen trắng, hai màu (có nghĩa là màu đen và trắng cộng thêm nhiều mực đậm lợt của một màu khác), hay nhiều mầu, mực in có thể cũng đắt nữa. Tính chung chi phí sản xuất biên tế của một cuốn sách giáo khoa dưới 10 USD, đôi khi chỉ 5 USD ... Khi tính hết các chi phí này và phần cộng thêm từ 55 USD đến 60 USD mà nhà xuất bản phải tính để trang trải mọi chi phí sản xuất cố định.

Ở đây có sự khôn khéo, vì nhà xuất bản và nói rộng ra là tác giả, chỉ có thu nhập khi bán một cuốn sách mới. Bạn chưa ở thời gian đủ dài trong trường đại học, để biết rằng bạn có thể mua sách giáo khoa đã sử dụng với giá thấp hơn nhiều so với sách mới, và bạn có thể bán lại sách của bạn cho tiệm sách vào cuối học kỳ. Thường cuốn sách mới bán giá 100 USD sau khi đã dùng bán 75 USD. Hiệu sách sẽ mua sách đã sử dụng từ các sinh viên khóa trước với khoảng 50 USD. Rồi hiệu sách sẽ lưu giữ cả sách mới và sách cũ và kiếm lợi nhuận cả hai loại sách. Có ít rủi ro khi hiệu sách trữ quá nhiều một cuốn sách mới vì hiệu sách phải trả một lệ phí để trả sách mới lại cho nhà xuất bản, nhưng sẽ rủi ro lớn khi trữ quá nhiều sách cũ. Vì nếu có ấn bản mới của cuốn sách, ấn bản cũ sẽ hết giá trị.

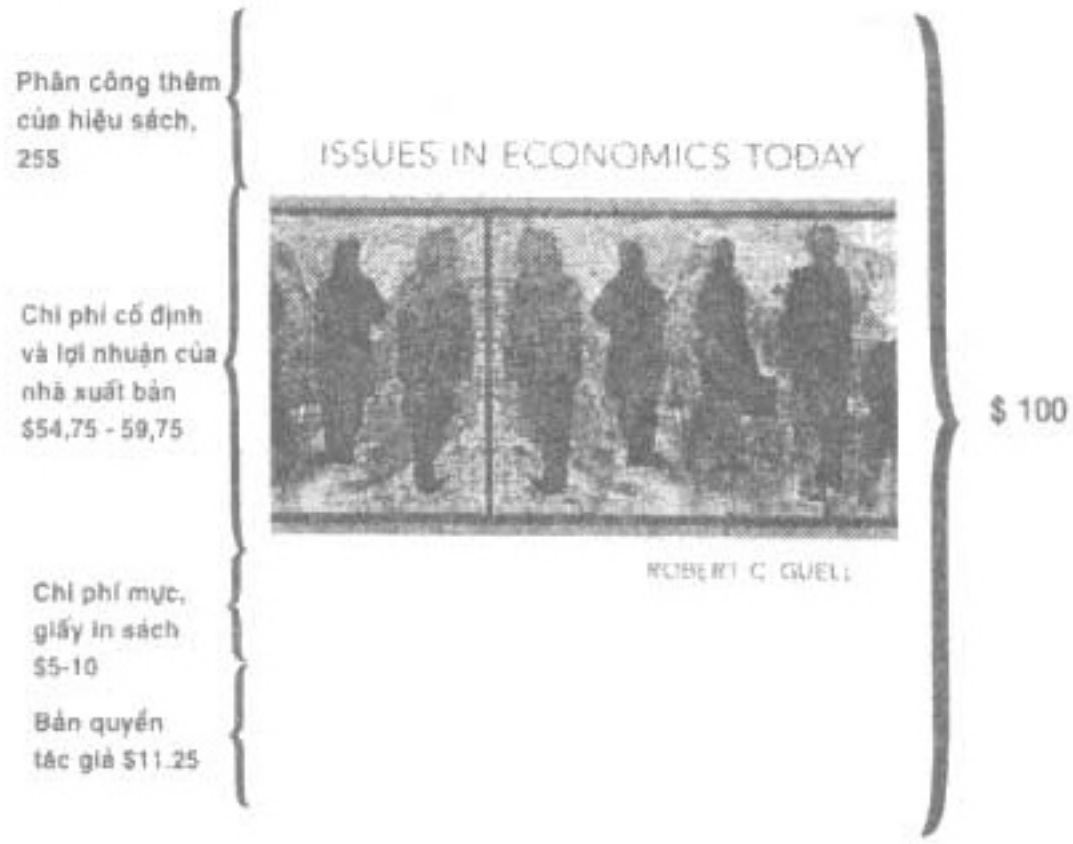
Điều này dẫn đến việc in ấn bản mới, phép toán số học đã không thay đổi từ khi Newton phát minh, vậy tại sao cần viết ấn bản mới? Vì nhà xuất bản và tác giả chỉ có tiền khi in ấn bản mới thường từ hai đến bốn năm giữa các lần xuất bản.

Ai chịu trách nhiệm về mọi việc này? Mọi người ... kể cả giáo sư của bạn. Giảng viên ở khoa, đặc biệt người dạy các lớp đông, muốn có một ngân hàng đề thi (là tập các câu hỏi tạo bằng máy tính để có thể hỏi trong các đề thi trắc nghiệm). Họ muốn các đề thi này gồm tổ hợp các câu hỏi dễ và khó và họ muốn các câu hỏi chỉ có một câu trả lời đúng. Điều này tốn chi phí. Cũng nhớ rằng giảng viên nhận sách miễn phí. Văn phòng của giảng viên hoặc đầy sách giáo khoa (một số vẫn còn ở trong giấy gói) hoặc giảng viên có thể đem tặng hoặc bán các cuốn sách này. Giả sử giáo sư X viết một cuốn sách mới và giáo sư Y dùng cuốn sách, còn giáo sư Z không dùng. Giáo sư X có tiền bản quyền nhưng giáo sư Z cũng có tiền bằng cách bán bản sao nhận được miễn phí. Đây là một trong những việc bạn thấy thường xuyên nhưng bạn không để ý. Người mua sách giáo khoa sẽ đi dọc theo các hội trường của tòa nhà Văn phòng Khoa tìm mua các bản sao từ giảng viên. Họ sẽ bán lại sách theo trực tuyến hoặc tại các hiệu sách giáo khoa đại học thông thường.

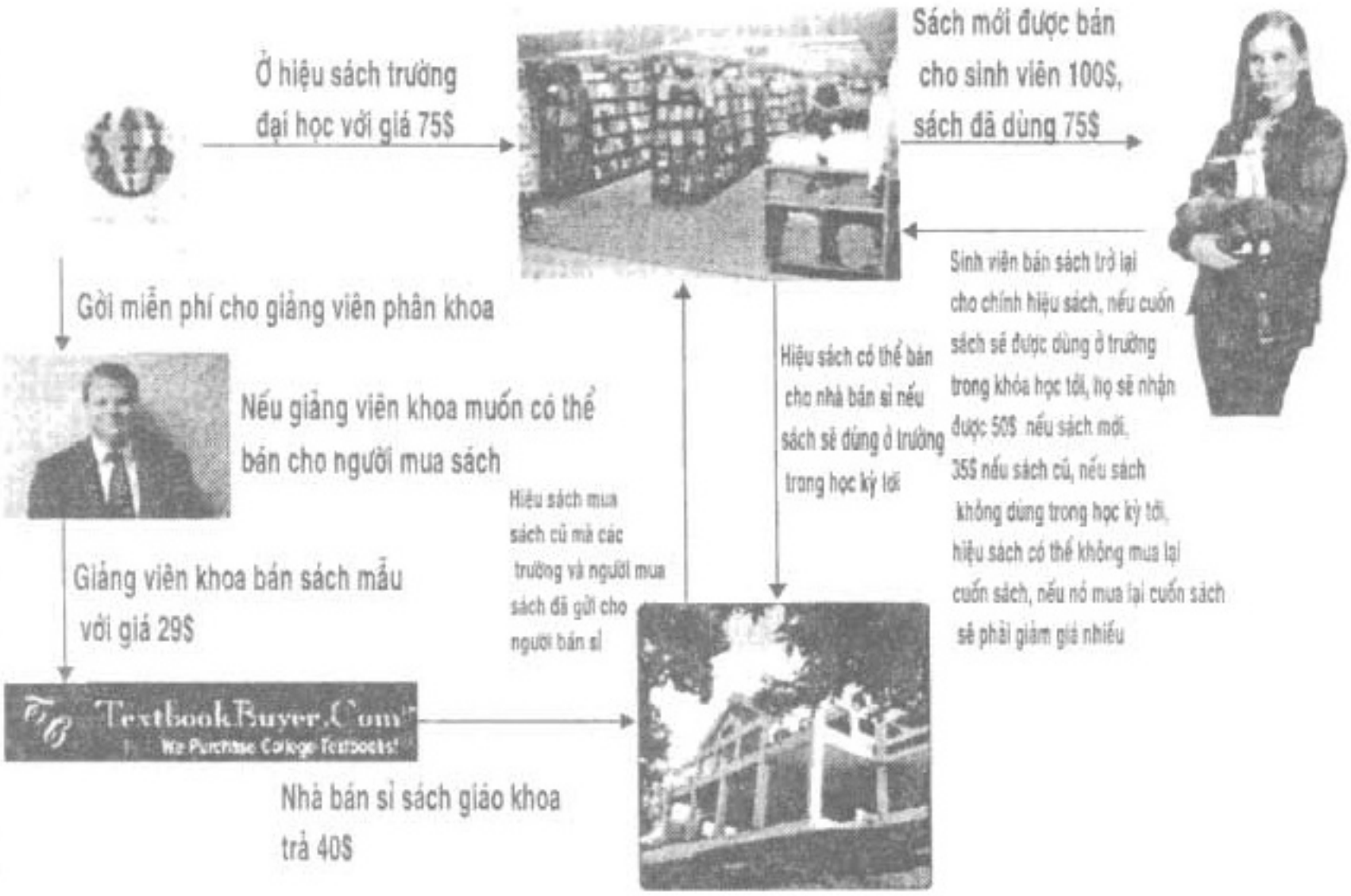
http://tieulun.hopto.org

Cuốn sách 100 USD của bạn có thể được mua bởi người mua sách từ một thành viên của Khoa với giá 29 USD, bán cho một tiệm sách giáo khoa bán sỉ với giá 40 USD, và rồi bán cho hiệu sách với giá 55 USD. Cuối cùng bạn mua sách với giá 75 USD. Khi sách được bán theo cách này, tác giả không nhận được gì.

Hình 10.1: Tiền phân bổ như thế nào?



Hình 10.2: Quá trình tái lưu chuyển sách giáo khoa



Nhà bán sỉ sách giáo khoa (MBS) thu thập và lựa chọn sách để bán lại cho hiệu sách

Hình 10.2 minh họa sự tái lưu chuyển của các sách giáo khoa. Chú ý rằng lần duy nhất nhà xuất bản hay tác giả kiếm tiền được thể hiện ở góc trên bên

http://tieulun.hopto.org

trái: Khi hiệu sách mua cuốn sách từ nhà xuất bản. Trong mỗi giao dịch ghi trong 1 lĩnh trên, đều có ai đó nhận được tiền.

Nhưng bạn cũng liên quan, bạn muốn giáo sư của bạn giảng từ các sách có địa chỉ Web rõ ràng, sách có hướng dẫn học, sách có Power Points. Các phần bổ sung này tốn nhiều chi phí để tạo ra. Ngân sách bổ sung của một sách mới phụ thuộc đáng kể vào số cuốn sách nhà xuất bản tin rằng có thể bán được. Cuốn sách như bạn đang đọc có ngân sách từ 15.000 USD đến 20.000 USD tùy thuộc công việc cần làm. Phương pháp tiên tiến nhất trong lĩnh vực này gồm các bài học ghi trong iPods. Tùy thuộc vào chất lương sản xuất, chi phi của phương tiện này có thể tăng thêm từ 5.000 USD đến 10.000 USD vào các chi phí bổ sung.

Mục tiêu chủ yếu nhà xuất bản là họ thuộc ngành kinh doanh kiếm lời. Điểm hòa vốn của cuốn sách như vậy khoảng 5000 cuốn. Chúng ta có thể tính toán lợi nhuận nhà xuất bán bị ảnh hưởng bởi doanh thu như thế nào, điều này được cho trong Bảng 10.1. Doanh thu tăng sẽ tăng nhanh chóng lơi nhuận vì mỗi cuốn sách bán được, chi phí chỉ có 16 USD và doanh thu là 80 USD.

Cuốn sách bạn đọc là tài sản trí tuệ của tác giả. Tôi giao tài sản trí tuệ đó cho nhà xuất bản để nhận tiền bản quyền trả tôi về doanh thu cuốn sách. Bản quyền này giao cho McGraw Hill độc quyền bán tài liệu này. Nó cũng cấm bạn đi đến tiệm KinKo và photo sách cho những người ban. Bản quyền thì cần thiết để đưa quyền sở hữu trí tuệ vào thị trường, vì thiếu quyền này các nhà sản xuất sách, tác phẩm nhạc và phát minh sẽ không có đông cơ tài chính để thực hiện công việc.

Bảng 10.1: Một phân tích đơn giản về tỉ suất sinh lợi của sách giáo khoa.

Đơn vị: USD

Khái niệm kinh tế	Chi tiết	Giả định Doanh thu hòa vốn là 5000 đơn vị, giá 75 USD	Giả định doanh thu là 10.000 đơn vị, giá 75 USD
▪ Doanh thu	Giá của hiệu sách X số sách được bán	375 000	750,000
▪ Chi phí cố định	Chi trả phụ phí(Powerpoint, web, ngân hàng đề thi, cẩm nang giáo viên, hướng dẫn sinh viên)	25,000	25,000
	Biên tập, đánh máy, đề thi, chi phí hiệu đính, tiếp thị	268,750	268,750
▪ Chi phí biến đổi	Tiền bản quyền	56,250	112,500
	Vật liệu	25,000	50,000
▪ Lợi nhuận	Doanh thu – Chi phí cố định – Chi phí biến đổi	0	293,750

http://tieulun.hopto.org

Sách giáo khoa và các dạng thị trường

Trong một số ngành học chỉ có một cuốn sách giáo khoa cơ bản mọi người đều dùng, trong khi có các ngành có nhiều sách giáo khoa hầu như giống nhau. Trong mục này chúng ta sẽ dùng thị trường sách giáo khoa kinh tế để minh họa một số khái niệm của dạng thị trường này, và hiểu tại sao sách giáo khoa đại học đã tăng giá rất lớn.

Khi bạn hiểu cơ cấu thị trường sách giáo khoa, sẽ dễ hiểu tại sao sách giáo khoa đắt như vậy. Có hàng trăm sách giáo khoa trên thị trường nhưng hầu hết đều không thay thế hoàn toàn cho nhau, sẽ ít lợi ích khi đem sách kinh tế vào lớp học thơ văn của bạn. Cuối cùng, giáo sư của bạn có thể có khá ít sách để chọn lựa. Nếu bạn đang dùng cuốn sách để tham gia khóa học về kinh tế cơ bản bổ sung, giáo sư của bạn phải quyết định chọn đưa một khối lý thuyết vào cuốn sách hay chọn tiếp cận theo chủ đề. Có bốn cuốn sách thực sự hay trong thị trường chuyên biệt này. McGraw-Hill có độc quyền bán sách này, nhưng nó là đối thủ cạnh tranh trong lĩnh vực này. Dạng thị trường thích hợp nhất trong lĩnh vực này là cạnh tranh độc quyền.

Thị trường các sách về nguyên lý kinh tế thì lớn hơn nhiều và có nhiều lựa chọn. Có bốn người bán thực sự lớn và một số người bán rải rác. Đây cũng là một thí dụ về cạnh tranh độc quyền. Sự khác biệt giữa các cuốn sách thì rất ít (hầu hết ở sự trình bày và các điểm nhấn mạnh) nhưng các nhà xuất bản vẫn giữ độc quyền của họ.

Lấy thí dụ về một lĩnh vực có ít người bán là thị trường các sách giáo khoa toán kinh tế trình độ tốt nghiệp đại học. Với mọi dự định và mục đích, chỉ có hai người bán. Một nhà xuất bản có từ xa xưa và một thì mới có vài năm gần đây. Đây là một thí dụ về độc quyền nhóm. Một vài lĩnh vực kinh tế học thì rất hẹp với thị trường nhỏ đến mức chỉ có một cuốn sách.

Công nghệ và tác động của sách cũ

Xét trường hợp một sinh viên đại học không có thị trường bán sỉ ổn định sách cũ. Một sinh viên ở Đại học Florida có thể đã mua sách này vào tháng 8, và khám phá vào tháng 12, rằng giảng viên dùng cuốn sách này đã chuyển đến trường khác, cuốn sách sẽ không được dùng lại cho trường Đại học đó nữa. Hiệu sách của sinh viên sẽ miễn cưỡng mua lại cuốn sách vì không đảm bảo cuốn sách đó sẽ được dùng lại ở Đại học Florida. Bây giờ giả sử cũng giảng viên đó sẽ dùng quyển sách vào mùa xuân ở Đại học Washington. Các sinh viên gặp trở ngại khi mua phiên bản mới của cuốn sách, vì sinh viên có cuốn sách cũ hoàn toàn phù hợp muốn bán nhưng không biết có sinh viên đang tìm mua cuốn sách.

http://tieulun.hopto.org

Công nghệ bắc cầu cho khoảng cách thông tin này. Các máy tính, hệ thống vi tính, và gần đây là Internet đã cho phép hai sinh viên ngẫu nhiên gặp nhau như người mua và người bán sách giáo khoa đã sử dụng. Ngày nay sách giáo khoa dễ dàng lưu chuyển lại trong toàn hệ thống sử dụng, và suốt chu kỳ xuất bản của cuốn sách. Thời gian chuyển tiếp từ tháng 12 đến tháng 1 bây giờ chỉ là một điểm gián đoạn. Người có sách để bán có thể tìm người mua nhanh và dễ dàng khi dùng địa chỉ Web định vị trực tiếp (như eBay), hay qua người mua và người bán trên Internet (như textbookbuyer.com).

Dù Internet đã giúp có được các sách cũ, nó cũng góp phần tăng chi phí các sách mới. Nhớ rằng nhà xuất bản và tác giả sẽ xuất bản cuốn sách chỉ khi họ được đền bù đúng mức.

Thị trường sách cũ được hỗ trợ bởi công nghệ đã giảm doanh số sách mới do tăng tỉ lệ sử dụng lại. Kết quả là các nhà xuất bản phải tăng giá sách mới và rút ngắn (đôi khi giả tạo) chu kỳ xuất bản các ấn bản mới, để tạo doanh thu cho chính họ và trả bản quyền cho các tác giả.

Khi nào giá quan trọng và khi nào không

Khi bạn mua một xe hơi, đi nhà hàng, đi mua sắm hay đi du lịch bạn xem xét giá vì bạn là người duy nhất quyết định. Các sách giáo khoa được chọn cho bạn và chọn bởi một giảng viên phân khoa thường hoàn toàn không biết về giá bán quyển sách. Phân khoa nhận sách miễn phí và ít khi thắc mắc về giá sẽ bán. Khi các sinh viên đến hiệu sách và mua sách họ không thể chọn sách nào để mua (trừ chọn sách mới hay sách cũ). Họ phải quyết định có mua cuốn sách hay không. Như vậy giá cuốn sách thì không quan trọng khi chọn quyết định. Trong trường hợp tốt thì quyết định mua thường thực hiện sau khi giáo sư đã xem xét các cuốn sách trong lĩnh vực này, và chọn một cuốn phù hợp nhất với môn học và phương pháp giảng dạy của giáo sư. Cuối cùng, phân khoa thường chọn các sách có các phần bổ sung mong muốn, có các hình minh hoa đơn giản hóa chủ đề và dễ học. Tất cả các yếu tố này công thêm giá vào cuốn sách, nhưng giá không ảnh hưởng quyết định mua sách.

Sinh viên lúc đó sẽ chọn mua cuốn sách hay không. Khoa sẽ xem việc mua sách là trắc nghiệm thực tế ban đầu xem sinh viên có nghiêm túc về môn học hay không. Khi các sinh viên đặt câu hỏi và giáo sư nói câu trả lời có thể tìm thấy trong sách, nếu sinh viên nói rằng họ đã không mua sách, giáo sư thường không có thiện cảm.

Vậy tại sao sách đắt như vậy và ai chịu trách nhiệm?

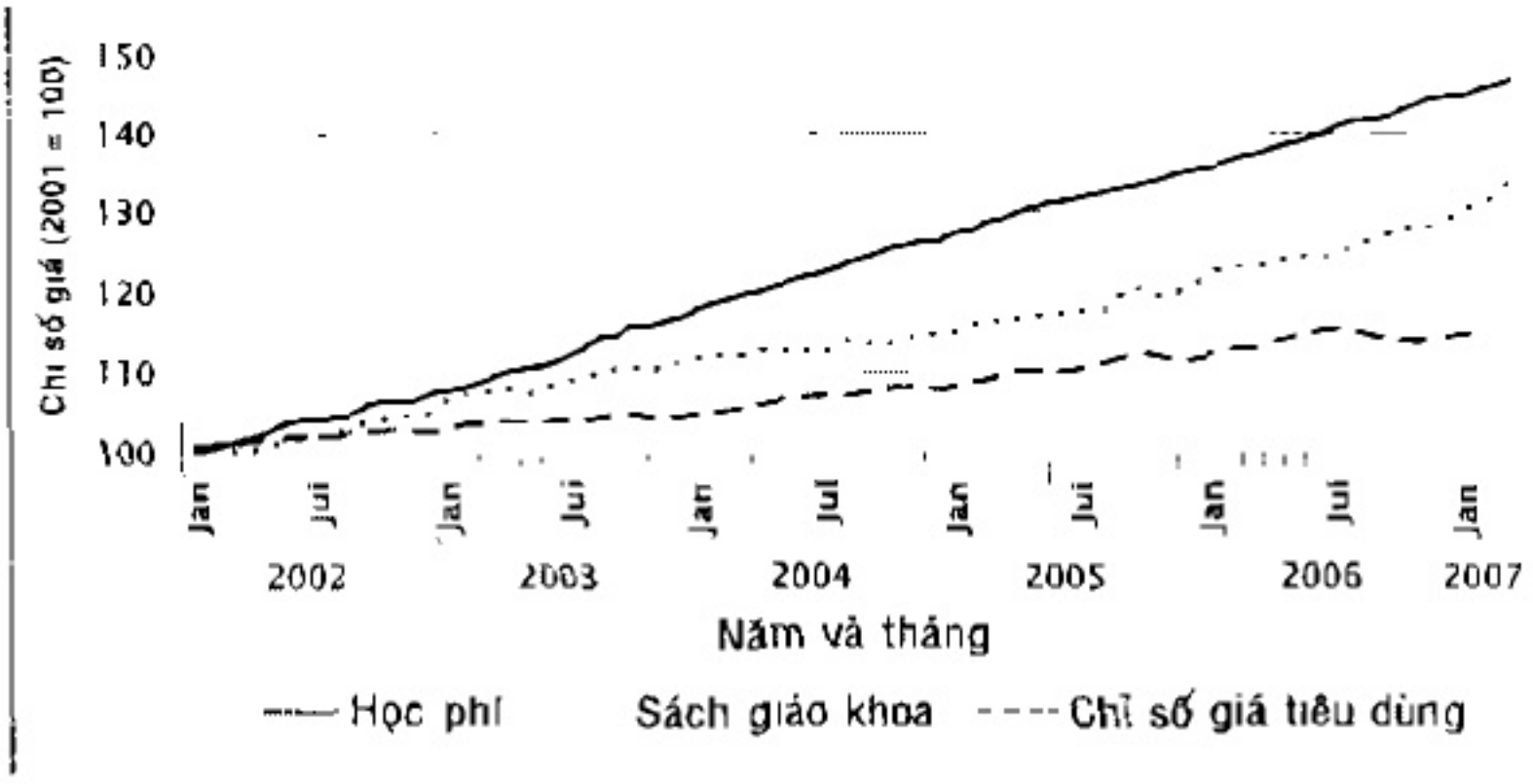
Tổng hợp lại, các nguyên nhân liệt kê ở trên làm sách rất đắt. Giảng viên

http://tieulun.hopto.org

dành thời gian viết sách mới niềm tin rằng họ sẽ dược đền đáp. Họ dùng một khoảng thời gian lớn và khoản tiền lớn để viết, biên tập và xuất bản. Các phần bổ sung cần thiết trong cuốn sách thì rất tốn kém. Thực tế rằng chỉ cần bán sách đầu tiên mới phát sinh thu nhập cho nhà xuất bản và tác quyền cho tác giả, có nghĩa là phải xuất bản đều đặn các ấn bản mới. Trong một số lĩnh vực, sách thì đắt vì có ít hoặc không có cạnh tranh. Cuối cùng, các giáo sư chọn các sách giáo khoa và ít khi nghĩ về giá sách giáo khoa. Còn sinh viên hoặc chấp nhận mua hay không tùy lựa chọn.

Trong mỗi trường hợp dường như mỗi người chỉ đơn giản tính toán về kinh tế và hành động theo lợi ích riêng. Một tác giả quyết định dùng thời gian để viết cuốn sách hay không căn cứ trên quan điểm về kỳ vọng tiền bản quyền hợp lý của tác giả. Giảng viên khoa chọn các sách họ nghĩ sẽ hiệu quả nhất cho môn học và cho sinh viên. Các nhà xuất bản làm việc với tác giả để có cuốn sách tốt nhất trên kệ sách ("tốt nhất" ở đây có nghĩa là bán được nhiều nhất). Các hiệu sách dự trữ các sách mà giảng viên nói rằng họ yêu cầu dùng sách đó cho môn học. Các sinh viên cố gắng mua sách càng rẻ càng tốt. Thêm những người mua sách và người bán sách với nhận thức rằng, sẽ có tiền khi mua hết sách ở nơi không có người muốn mua đưa đến nơi có người muốn mua, và bạn đã có kết luận rằng "thị trường tự do chịu trách nhiệm".

Hình 10.3: Giá sách giáo khoa so với mức giá chung



Như Hình 10.3 minh họa, giá sách giáo khoa thực sự tăng khá nhanh khi so sánh với mức giá chung. Từ tháng 1/2002 mọi giá đều tăng trung bình 16%, trong khi sách giáo khoa tăng 34%. Tuy nhiên cũng cần nhớ lại rằng học phí đã tăng nhanh hơn với 47%.

Cuối cùng, vấn đề giá sách giáo khoa tương tự như vấn đề các Công ty dược: chi phí cố định rất cao và chi phí biến đổi rất thấp. Kết hợp điều trên

http://tieulun.hopto.org

với sự tương đồng trong ngành công nghệ âm nhạc, và hình dung một thế giới sách giáo khoa không phải mua có thể được tải xuống dạng PDF miễn phí. Thị trường sách giáo khoa đang trải qua thay đổi lớn, và đến lúc bạn gởi con bạn vào trường Đại học, sách giáo khoa có thể có được dưới dạng kỳ lạ như đĩa nhựa Vinyl và băng 8 rãnh. Nội dung sẽ vẫn còn quan trọng nhưng có lẽ không đến với bạn bằng giấy.

Tóm tắt

Bây giờ bạn hiểu tại sao sách giáo khoa làm bạn tốn kém như vậy. Bạn hiểu quá trình đưa một cuốn sách đi vào thị trường, và chi phí cố định cao – chi phí biên tế thấp của ngành kinh doanh sách: Bạn hiểu rằng dạng thị trường chi phối một cuốn sách giáo khoa cụ thể biến thiên từ cạnh tranh độc quyền, đến độc quyền nhóm, đến độc quyền. Cuối cùng, bạn hiểu tầm quan trọng của thị trường sách giáo khoa đã qua sử dụng, và nó ảnh hưởng thế nào đến các chu kỳ xuất bản sách mới và chi phí sách mới.

Thuật ngữ

Tiền ứng trước

Tiền bản quyền

Câu hỏi dành cho bạn

1. Trong môn học như các nguyên lý về kinh tế học (vi mô, vĩ mô hoặc tổng hợp) dạng thị trường của sách giáo khoa là:
   a. Độc quyền
   b. Độc quyền nhóm
   c. Cạnh tranh độc quyền
   d. Cạnh tranh hoàn hảo
2. Ngành xuất bản sách giáo khoa có sự tương đồng lớn với thị trường dược phẩm ở điểm có chi phí cố định _____ và chi phí biên tế _____
   a. Cao; cao
   b. Cao; thấp
   c. Thấp; cao
   d. Thấp; thấp
3. Các tác giả thường được chi trả cho công việc của họ.
   a. Căn cứ trên phần trăm doanh thu tại hiệu sách ở trường đại học.
   b. Căn cứ trên phần trăm doanh thu nhà xuất bản bán cho hiệu sách.
   c. Theo một tỉ lệ cố định
   d. Căn cứ trên số trang.

http://tieulun.hopto.org

4. Yếu tố nào sau đây không làm ra tiền trong hệ thống mua và bán sách cũ:

a. Nhà xuất bản
b. Người mua sách giáo khoa
c. Người bán sách giáo khoa
d. Các hiệu sách

5. Việc mua và bán sách giáo khoa đã sử dụng (cũ) đã có từ thập niên 1920. Thị trường này nhờ vào:

a. Điện thoại di động.
b. Các hiệu sách.
c. Các nhà xuất bản.
d. Internet.

6. Sách giáo khoa đại học giá 100 USD thường đem lại cho tác giả tiền tác quyền ròng khoảng:

a. 5 USD.
b. 11 USD.
c. 25 USD.
d. 50 USD.

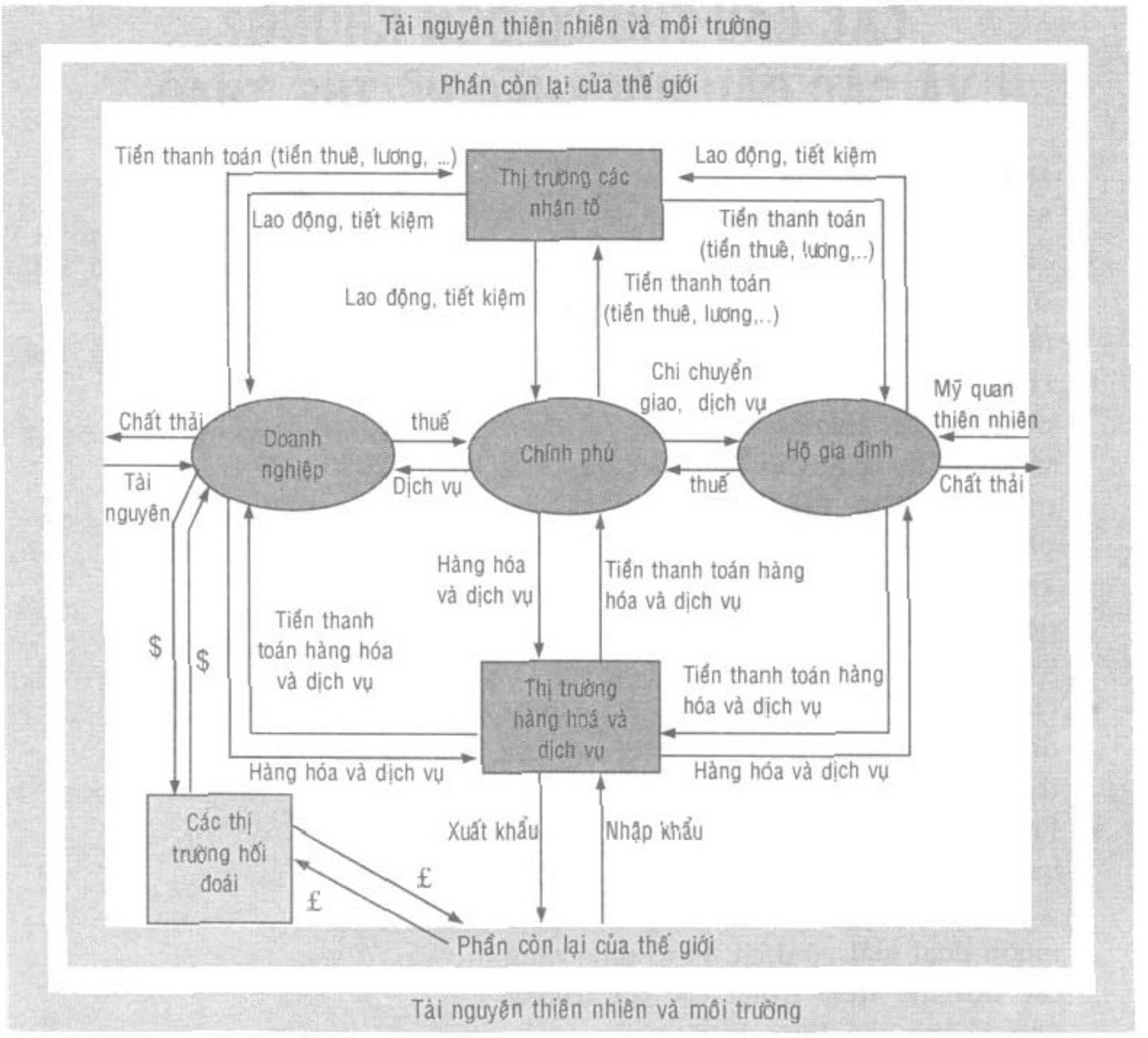
Hãy suy nghĩ

Hãy tưởng tượng bạn ở vị trí của một chuyên gia thường được gởi hàng hóa đến cho bạn miễn phí. Tưởng tượng thêm rằng lý do họ làm điều này để bạn giới thiệu người bạn quen biết mua sản phẩm này. Cũng tưởng tượng rằng bạn được quyền bán sản phẩm này. Bạn có bán chúng không?

Hãy thảo luận

Một số giảng viên được các trưởng bộ môn (hay trưởng ủy ban) nói phải dùng sách nào. Hãy hỏi giảng viên của bạn về việc có được lựa chọn sách không? Và hỏi giảng viên có biết số tiền bạn trả cho quyển sách không. Hỏi xem quá trình lựa chọn sách giáo khoa cho môn học có xét đến giá không?

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào một ngành công nghiệp đặc biệt, thể thao, và thị trường đầu ra của nó cũng như thị trường các cầu thủ.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 11:

NẾU XÂY DỰNG SÂN VẬN ĐỘNG, CÁC CẦU THỦ CÓ ĐẾN KHÔNG? VÀ CÁC CÂU HỎI KHÁC VỀ THỂ THAO

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu các nguyên tắc kinh tế học có thể được áp dụng vào vấn đề thể thao như thế nào.
- Hiểu rằng mặc dù có mong muốn rõ ràng của các thành phố nhằm đạt được vị thế nhượng quyền thể thao, qua việc mở rộng liên đoàn thể thao và các phương thế khác, không có bằng chứng kinh tế nào cho thấy rằng, được nhượng quyền sẽ gia tăng vị thế kinh tế của một thành phố.
- Hiểu rằng các chủ đội bóng ở về phía đối nghịch trong thương lượng với các thành phố.
- Phân tích cách thức các chủ đội bóng quyết định khi thương lượng với các cầu thủ, hoặc họ muốn kiếm thêm tiền hoặc muốn đoạt giải vô địch, vì rõ ràng rằng các đội thể thao trong các thị trường nhỏ không thể thực hiện cả hai điều trên.
- Hiểu các vấn đề cơ bản của lịch sử kinh tế lao động thể thao và thuật ngữ then chốt của nó.
- Hiểu cách thức độc quyền vận hành trong thể thao.

Chủ đề của chương

- Vấn đề về các thành phố.
- Vấn đề của các chủ đội bóng.
- Thị trường lao động thể thao.
- Thuật ngữ kinh tế học thể thao.
- Tóm tắt.

http://tieulun.hopto.org

Thể thao cung cấp một phương thức đáng chú ý để đưa ra các câu hỏi về kinh tế. Thí dụ, nếu bạn là thị trưởng một thành phố mà các công dân muốn được nhượng quyền một sự kiên thế thao, bạn sẽ có lơi nếu bạn có được sư nhượng quyền từ một thành phố khác, hoặc bạn lên môt chiến dịch để dạt được một nhượng quyền kéo dài? Để tăng cơ hội đạt được sự nhượng quyền, bạn có xây một vận động trường nhiều triệu USD và hy vọng bạn có được một đội thể thao hoạt động ở đó? Bây giờ giả sử bạn là một thị trưởng thành phố đã có một sự nhượng quyền làm chủ một vận động trường, cho dù vận động trường của đội thể thao chỉ mới có lịch sử 25 năm? Câu hỏi cơ sở của các quyết định này là, một sư kiện thể thao nhượng quyền có là hấp dẫn kinh tế quan trọng đối với một thành phố không? Các thị trưởng luôn thương lương để thu hút các dạng nghề nghiệp quan trọng. Tại sao không thương lượng về một nhượng quyền thể thao?

Để thay đổi tầm nhìn, giả định bây giờ bạn là chủ một nhượng quyền. Điều gì sẽ làm bạn muốn di chuyển đội của bạn đến môt thành phố khác hay duy trì vị trí trong thành phố của bạn, để thiết lập cho bạn môt vận động trường? Bạn quyết định thế nào khi đấu giá cầu thủ tài năng cao giá? Bạn có thể cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính nếu bạn có khả năng? Bạn có thể cạnh tranh trên sân cỏ, trên sân trượt băng, hay sân bóng rổ nếu bạn không có khả năng tài chính?

Đây là tất cả các câu hỏi phát sinh trong tất cả các môn thể thao, và chúng đều có bản chất kinh tế. Chúng ta trả lời từng câu hỏi bằng cách xem xét chúng từ hai khía cạnh: từ quan điểm của thành phố và quan điểm chủ đội bóng. Vì không có thảo luận nào về kinh tế hoc thể thao hiện đại sẽ đầy đủ nếu không có sự thảo luận về lao động. Ta cũng đưa vấn đề này vào. Ta cố gắng hình dung các dạng thể thao thi đấu đến thể thao kinh doanh.

Vấn đề về các thành phố

Sự mở rộng và lôi kéo một đội bóng

Một trong các xu hướng nổi lên trong thập niên 1990, giống như trong thập niên 1950, là sự tăng đột biến mong muốn của chủ nhân các nhượng quyền thể thao, di chuyển đội của ho từ thành phố này đến thành phố khác. So sánh với các môn thể thao khác, bóng chày thì tương đối ổn định. Nó đã gia tăng số đội bóng, nhưng các đội hiện hữu không có ý định chuyển đi. Các môn thể thao khác đã chứng kiến các đội di chuyển khắp nơi. Một số đội bóng chày di chuyển về phía tây của như Dodgers và Giants, khi thay đổi vị trí từ New York tới California trong thập niên 1950, điều này mang ý nghĩa

http://tieulun.hopto.org

kinh tế tốt cho thể thao ở thời điểm đó. Sự di chuyển của Rams và Raidors ra khỏi Los Angeles, trái lại chỉ có ít ý nghĩa kinh tế đối với Liên đoàn Bóng đá Quốc gia. Trong hầu hết các di chuyển nhượng quyền gần đây, sự di chuyển đã bắt nguồn từ sự lôi kéo của thành phố với chủ các đội bóng. Trong mỗi trường hợp, chủ của nhượng quyền đã kiếm hàng triệu USD.

Một thành phố phải quyết định về chiến lược khi tìm cách thu hút một đội. Trong khi mỗi môn thể thao đã tăng cường nhiều đội mới trong một vài năm qua, sự mở rộng như vậy không phải luôn là cách chắc chắn nhất đối với một thành phố để có một đôi bóng. Một phần vì không có gì đảm bảo một đội nào đó sẽ mở rộng hay chọn thành phố đó. Bóng đá và bóng chày chỉ thêm hai đội trong các năm từ 1970 đến 1990. Suốt thập niên 1990 đã chứng kiến sư mở rộng gia tăng ở cả hai ngành thể thao này, nhiều thành phố đã chờ từ lâu để mở rông sư nhượng quyền nhưng chỉ bị từ chối. Khi các thành phố mất kiên nhẫn, các thành phố có thể chuyển sự chú ý tìm các đội đang gặp khó khăn về tài chính, và đề nghị trả chủ nhân các đội bóng hàng triệu USD, cũng như sự đảm bảo về lợi nhuận.

Các thành phố bị bỏ rơi trong quá trình mở rộng nhượng quyền, và sau đó tìm kiếm các đội gặp khó khăn về tài chính, đã thành công trong việc này nhưng với chi phí cao. Sau khi thành phố St. Louis mất đội bóng Cardinals về Arizona đã tìm cách có một đội bóng mở rông hơn nhưng bị từ chối, thay vì đó môt đội bóng mở rộng nhượng quyền được chuyển cho Jacksonville và Charlotte. St.Louis chuyển sang lôi cuốn một đội bóng hiện có. Đội Rams của Los Angeles muốn có một sân vận động được xây ở Los Angeles chứa các phòng nhỏ sang trọng đem lại doanh thu, và chủ đội bóng đe dọa sẽ chuyển đi nếu các yêu cầu không được đáp ứng. Là một phần trong nỗ lực mở rộng. St.Louis đang ở trong quá trình xây dựng một sân vận đông như vậy. Khi Los Angeles từ chối xây dựng sân vận động, đội Rams chuyển về St Louis. Trước năm tổ chức Super Bowl, đội bóng đã có ít người hâm mộ hơn so với ở Los Angeles. Tuy nhiên, chủ đội bóng đã kiếm nhiều tiền hơn vì các công ty đã trả hàng trăm ngàn USD để có các phòng nhỏ sang trọng. Nashville gặp cùng vấn đề như vậy khi đội Oilers chuyển từ Houston đến. Trong mỗi trường hợp, đều có một thành phố chờ đợi và bị từ chối yêu cầu, nên đã sắp xếp để mua đội bóng mong muốn.

Khi theo đuổi môt đội bóng, một thành phố phải quyết định có nên xây một sân vận động hy vọng một đội bóng được nhượng quyền sẽ đến. Chiến lược "Nếu ban xây dựng sân vận động, đội bóng sẽ đến" chứa đầy các kết

http://tieulun.hopto.org

quả không chắc chắn. St.Louis đã xây và đội Rams đã đến, St Peterburg đã xây và không đội nào đến. Với hi vọng đội White Sox của Chicago sẽ chuyển đến, khu vực Tampa ở St Peterburg đã xây một sân vận động mới nhưng vào phút chót, thành phố Chicago và tiểu bang Illinois đồng ý xây dựng cho đội White Sox một sân vận động mới là Comisky Park. Đội White Sox vẫn ở Chicago. Tuy thành phố Tampa Bay cuối cùng cũng có được một đội mở rộng nhượng quyền, sự chờ đợi kéo dài 10 năm, và có lẽ thành phố phải xây dựng một sân vận động mới, bởi vì sân vận động của đội bóng được xem như một trong những nơi tồi tệ nhất để xem buổi đấu bóng chày thuộc Liên đoàn lớn. Xây dựng với hi vọng được nhượng quyền đôi khi có hiệu quả và đôi khi không. Vì ít khi xảy ra việc một thành phố được nhượng quyền mà không có một sân vận động tốt hay đang xây dựng, việc xây dựng một cơ sở mới có thể là cơ hội duy nhất của một thành phố, tuy đó có thể không phải một lựa chọn tốt nhất.

Một đội bóng có thúc đẩy nền kinh tế địa phương?

Về phương diện hợp lý, một thành phố cần nhiều lý do để đạt một sự nhượng quyền. Với mục đích này, lý lẽ mà hầu hết các đối thủ đưa ra để có một đội bóng, là việc làm này sẽ là sự đầu tư cho tương lai của thành phố. Nếu điều này đúng, có được công việc phát sinh thuế thu nhập, và đặc quyền do có một đội bóng sẽ sinh lợi đủ để chi cho việc xây dựng vận động trường. Vì hầu hết các thị trưởng xem sự phát triển kinh tế như một trách nhiệm quan trọng trong nhiệm kỳ làm việc của họ, có lẽ bạn nghĩ rằng việc lôi kéo một đội bóng vào thành phố cũng tương tự như sự lôi kéo bất kỳ một doanh nghiệp nào vào thành phố. Không có ý nghĩa khi một thị trưởng tìm cách lôi kéo một doanh nghiệp lớn tới một khu vực, cũng nên tìm sự nhượng quyền về thể thao để tạo việc làm cho nhiều người sao?

Tuy nguyên nhân có vẻ hợp lý, chỉ riêng nhượng quyền thể thao không phát sinh nghề nghiệp tốt lắm cho người không phải là vận động viên. Dù công việc được tạo ra trong cơ sở sân vận động hay ở các nhà hàng xung quanh, mức lương của họ thì tương đối thấp, và các nghề nghiệp này chỉ đem lại một ít phúc lợi. Hơn nữa, tuy mỗi đội bóng chày có 81 trận đấu mỗi năm, trong bóng rổ con số này là 41, và trong bóng đá con số này chỉ là 8. Bạn không thể xây dựng nền kinh tế địa phương với một số ít ngày làm việc trong năm.

Liệu việc nhượng quyền thể thao có là một đòn bẩy về kinh tế hay không là một câu hỏi đã được nghiên cứu kỹ. Bạn sẽ ngạc nhiên khi biết rằng hầu

http://tieulun.hopto.org

như trong mỗi nghiên cứu về chủ đề này, các nhà kinh tế đã kết luận rằng các đội thể thao hầu như không làm gì đáng kể để cải thiện hoạt động kinh tế trong một thành phố. Nghiên cứu đã tập trung vào vấn đề liệu các thành phố đã mất đội bóng nhượng quyền có yếu kém về kinh tế so với khi không mất đội nhượng quyền hay không? Nghiên cứu cũng đặt câu hỏi liệu các thành phố đạt sư nhượng quyền có làm tốt hơn khi chưa có không? Kết luận nhất quán là hoạt đông kinh tế của thành phố hầu như không liên quan gì đến việc có đội bóng nhượng quyền hay không.

Nguyên nhân các đội bóng không đóng góp nhiều vào nền kinh tế địa phương là vì tiền chi mua vé, đậu xe, mua vật lưu niệm hầu hết là từ địa phương. Điều này được gọi là **sự thay thế trong địa phương**, và có nghĩa là dân địa phương đi xem các trận đấu thay vì đi ăn hay đi xem phim, hoặc làm việc khác trong địa phương bằng tiền của họ. Trong bức tranh toàn cảnh, thể thao chỉ là một ngành thuộc công nghệ giải trí. Có một đội bóng sẽ làm thay đổi cách thức chi tiền cho giải trí nhưng không thay đổi số tiền được chi. Theo nghĩa này, lập luận liệu thành phố có nên thu hút một đội thể thao, thì cũng giống như lập luận một thành phố có nên tranh đấu nhằm thu hút một siêu thị Wal-Mart không? Cả hai đối tương này đều sản xuất cùng doanh thu gộp, và tuyển dụng số lượng lớn người làm việc với lương thấp. Điều khác biệt là đối với Wal-Mart, phần lớn tiền dành cho địa phương trong việc chi trả hàng hóa của cửa hiệu, và đối với một đội bóng những khoản tiền khổng lồ thì dành cho một ít ngôi sao giàu có.

Sự thay thế trong địa phương
Tác động thay thế một hoạt động kinh tế này bằng một hoạt động kinh tế khác trong một cộng đồng, vì vậy tác động ròng bằng không

Tuy một số thành phố có thể không cảm thấy đã "đạt mục tiêu" hay là "liên đoàn thể thao lớn" cho đến khi họ có ít nhất một đội bóng chày, bóng rổ, khúc côn cầu hay bóng đá, họ vẫn trả một giá rất cao cho vinh dư đó. Một số thành phố tăng dân số đến điểm cần có một đội bóng, nhưng đã không có đội nào. Vùng Norfolk – Virginia Beach của Virginia hiện là khu vực có dân số thống kê đông nhất theo tiêu chuẩn đô thị, mà không có một đội bóng đá, bóng rổ, khúc côn cầu hay bóng chày nhượng quyền nào. Khi cư dân ở Norfolk – Virginia Beach thấy sự chú ý mà một thành phố ít hơn 100.000 dân có được mỗi năm, nhờ có đội Packers ở Green Bay, ho có thể kết luận rằng họ sẽ không sống ở trong một khu vực quan trọng cho đến khi họ có một đội bóng. Nếu hình ảnh biểu tượng là tất cả, thì có lẽ xứng đáng

http://tieulun.hopto.org

dùng hàng triệu USD tiền thu của các công dân để đạt được sự nhượng quyền, nếu không các chi phí như vậy sẽ gây lãng phí lớn.

Tại sao các sân vận động được tài trợ công?

Chi phí cho vận động trường như vậy đặt ra tranh luận về phương diện tạo ra sự tăng trưởng kinh tế, nhưng cũng không ngăn sự xuất hiện của vấn đề tài trợ công. Chi tiêu công cho các sân vận động có thể được giải thích về phương diện **tác động ngoại hiện tích cực** và sức mạnh thương lượng.

Tác động ngoại hiện tích cực
Lợi ích mà một người ngoài người mua hay người bán nhận được từ kết quả của một giao dịch

Tác động ngoại hiện tích cực ở đây là lợi ích của người hâm mộ có được một đội bóng trong thành phố, vượt quá lợi ích họ có khi đi xem đấu bóng. Có hàng triệu người hâm mộ thể thao thích có một đội bóng ở thành phố của họ, tuy họ không bao giờ đến một trận đấu hay xem trên truyền hình. Họ thích theo dõi đội bóng trên báo và nói về đội bóng với bạn bè. Vì họ đánh giá cao cảm giác này và quyết định họ muốn giữ một đội bóng, và sẵn sàng nộp thuế để giữ đội bóng. Điều này tương tự như sự sẵn sàng nộp thuế để bảo trợ nghệ thuật, tuy họ không dự các buổi hòa nhạc hay xem viện bảo tàng.

Hiểu tại sao các cử tri sẵn sàng nộp thuế để duy trì một đội bóng, chúng ta cần xem tại sao họ lại chấm dứt việc chi tiền để giữ một đội bóng. Vì các đội bóng đã thể hiện mong muốn chuyển đi, và các thành phố thể hiện mong muốn lôi kéo các đội bóng của các thành phố khác, tất cả sức mạnh thương lượng thuộc về chủ nhân của đội bóng. Một trong các yếu tố đã giả định ở Chương 5 khi thảo luận về cạnh tranh hoàn hảo, là có nhiều người mua và nhiều người bán, và không ai có sức mạnh thị trường. Ở đây sức mạnh thị trường tập trung vào người chủ, người có thể di chuyển đội bóng nếu các cử tri không đóng tiền xây sân vận động.

Vấn đề của các chủ đội bóng

Di chuyển hay ở lại

Các chủ nhân là những người thắng lớn trong thể thao khi các đội bóng chơi bản nhạc tại địa điểm của đội. Các chủ nhân hiểu rằng giá trị một đội bóng căn cứ trên số tiền kiếm được từ bán đồ lưu niệm, các phòng ngồi sang trọng, và trong trường hợp bóng chày là doanh thu TV địa phương. Họ cũng biết rằng sẽ có lợi thế khi có nhiều người theo đuổi các đội của họ, và chỉ cần ít công việc để ngăn cản thảo luận di chuyển đội bóng.

http://tieulun.hopto.org

Không may các chủ nhân thường có mục đích khác với liên đoàn của họ, vì có lẽ liên đoàn sẽ có lợi cao nhất khi có các đội bóng ổn định. Chủ đội bóng biết rằng thể thao sẽ bị ảnh hưởng khi di chuyển. Chủ đôi bóng biết rằng là chủ của đội bóng sắp chuyển đi sẽ kiếm nhiều tiền. Kết quả là sẽ có lợi tốt nhất cho cộng đồng nếu các đội bóng không di chuyển quá nhiều. Tuy nhiên, mỗi chủ đội bóng sẽ đạt lợi ích cá nhân tốt nhất, khi xem xét và đe dọa sẽ chuyển đi và đôi khi thật sự chuyển đi. Đó là lý do tại sao bóng chày và bóng đá có luật quy định về quyền sở hữu, đòi hỏi sư đồng ý của 2/3 hay 3/4 các chủ đôi bóng khác, nếu muốn đội bóng được chuyển đi hay được bán. Tuy các đôi bóng Twins ở Minesota, Pirates của Pitts burg và White Sox ở Chicago đe dọa chuyển đội bóng chày của họ đi, nhưng không đội nào chuyển. Trong bóng đá các chủ đội bóng đã nhận thấy số tiền mà các chủ đội bóng khác đã kiếm được khi chuyển đi. Để giữ quyền được chọn dành cho chính ho, họ thường chấp thuận sự chuyển đi của các đội bóng khác.

Khi các đội bóng đến nơi khác vì các chủ nhân muốn kiếm thêm tiền. Một số vụ chuyển đến địa điểm khác dẫn tới cần biểu tượng mới của nhóm, biểu tượng mới sẽ làm tăng mạnh doanh thu áo sơ-mi, mũ nón, và các vật lưu niệm khác. Đội The Browns đã đạt được các lợi ích như vậy khi họ chuyển tới Baltimore và trở thành đội Ravens, và đội Oilers cũng đã làm như vậy khi họ chuyển tới Nashville và trở thành đội Titans. Tuy nhiên có đội đã đổi biểu tượng nhưng vẫn không đạt được doanh thu từ các đồ lưu niêm. Thí dụ, Jazz chuyển từ New Orleans tới Utah và Lakers chuyển từ Minneapolis tới Angeles. Mỗi lần di chuyển có nghĩa sẽ tạo doanh thu nhờ một tổng thể những người hâm mộ mới ở thành phố mới.

Các đội bóng đá thường chuyển đi để được các sân vận động có các phòng ngồi sang trọng. Các phòng như vậy cung cấp một nguồn doanh thu tăng thêm cho một đội bóng. Tuy các hợp đồng truyền hình của các trận bóng đá thì lớn. Đội NFL phân bố doanh thu đều giữa các đội. Vì vậy các đội có cùng số tiền, dù họ ở New York hay Green Bay. Vì hợp đồng của liên đoàn với các cầu thủ có ghi chi phí lương cho mọi thành viên của đội, các chủ đôi bóng chỉ hưởng phần chênh lệch lợi nhuận và khuyến khích tìm các nguồn thu nhập khác. Các phòng ngồi sang trọng tạo nên sự khác biệt, vì doanh thu các phòng sang trọng không được chia sẻ giữa các đội bóng theo cách thức phân phối doanh thu bán vé, doanh thu tiềm năng từ các phòng này đủ khuyến khích đội Rams chuyển từ Los Angeles đến St.Louis, đội Oilers chuyển từ Houston đến Nashville, đủ cho Browns chuyển từ Cleveland

http://tieulun.hopto.org

đến Baltimore, và đủ để đội Patriots của New England gần muốn chuyển từ khu vực Boston đến Hartford, Connecticut. Khá kỳ lạ là trong mỗi trường hợp, các phòng sang trọng đã cải thiện tài chính của đội, đủ để đảm bảo sự di chuyển từ một vùng đô thị lớn đến khu vực nhỏ hơn.

Thắng hay lợi nhuận

Một số đội có giá trị rất nhỏ ở nơi đang thi đấu nhưng sẽ đáng giá nhiều hơn nếu họ di chuyển. Đội Royals của thành phố Kansas và đội Twins của Minnesota là hai đội bóng chày không thể cùng lúc thi đấu bền vững cho các câu lạc bộ cạnh tranh và tạo lợi nhuận. Trong môn bóng chày, doanh thu của đội bị ảnh hưởng lớn bởi các hợp đồng truyền hình địa phương. Hợp đồng TV của đội Yankees đã vượt trội hơn quy mô tổng hợp của các đội Royals, Twins, Mariners và một số đội "thị trường nhỏ" khác. Đội Royals được bán 96 triệu USD vào năm 1996, với điều kiện đội này không được rời thành phố Kansas trong ít nhất 10 năm. Nếu chủ các đội bóng có thể đe dọa chuyển đến thành phố khác, sẽ có các cơ hội tốt để các đội này có thể bán nhiều lần 96 triệu USD. Sự di chuyển đến nơi như Charlotte, Orlando hay một thành phố lớn đang phát triển, sẽ phát sinh một hợp đồng truyền hình địa phương. Có lẽ chủ đội bóng duy nhất nhạy cảm với thành phố của mình và người hâm mộ của đội bóng là Ewing Kaufman đã quá cố, người sẽ yêu cầu bất kỳ ai mua đội bóng sẽ phải giữ nó ở thành phố Kansas trong một thập kỷ. Đối với một chủ đội bóng tương lai không điều gì có thể tốt hơn việc mua một đội bóng mạnh dưới 100 triệu, và bán nó 10 năm sau với nửa tỉ USD. Điều này có lẽ là điều hấp dẫn mà một chủ đội bóng sẽ không bỏ qua, trừ khi sự việc thay đổi, đội Royals của thành phố Kansas sẽ đi vào lịch sử cùng với đội Senators Washington, đã chuyển đi và trở thành đội Rangers của Texas, và đội Pilots của Seattle, đã chuyển đi và trở thành đội Brewers của Milwaukee.

Điều này không có nghĩa là đội bóng trong thị trường nhỏ thì không thể thắng. Một số đội như vậy sẽ thắng nếu họ thiết lập một hệ thống thuê lại ưu việt, và đủ may mắn để chứng kiến cầu thủ của họ cùng trưởng thành đúng lúc. Điều này đã xảy ra với đội Royals vào cuối thập niên 1970, với đội Twins vào giữa thập niên 1980 và với đội Mariners vào giữa thập niên 1990. Không may là nếu một đội được may mắn như vậy, tư cách đại diện tự do sẽ giới hạn số lần đội đó có thể thắng và duy trì lợi nhuận. Đội Braves, Yankees và Dodgers sẽ luôn sẵn sàng mua lại cầu thủ tài năng ngay khi các cầu thủ này đủ điều kiện là đại diện tự do. Để làm bằng chứng thêm cho vấn đề này, một ủy ban đặc biệt được chỉ định bởi ủy viên bóng chày ghi nhận rằng, từ năm

http://tieulun.hopto.org

1994 đến 1999, không đội nào có lương ở mức thấp trong các đội bóng chày thuộc liên đoàn đã thắng trong trận đấu ở hiệp phụ.

Họ có bị thua thiệt không?

Tuy cảm thấy tội nghiệp cho các chủ dội bóng "nghèo" thua lỗ tiền. Ở mỗi trận đấu và mỗi năm trong việc nhượng quyền của họ, bạn có thể để khăn lau Kleenex trong túi của ban. Như Bảng 11.1 và 11.2 cho thấy, dù sự nhương quyền bóng chày và bóng đá có thể gây thua lỗ từng năm, suất thu lợi đầu tư của họ vẫn đáng kể. Họ thu lợi như thế nào? Bởi vì lịch sử cho thấy rằng đội bóng sẽ bán với giá lớn hơn so với giá chủ nhân đã mua nó. Nhà kinh tế Rodney D.Fort chuyên về kinh tế học thể thao, còn viết một cuốn sách giáo khoa dành cho vấn đề này. Ông đã thu thập dữ liệu tài chính về nhượng quyền đội NFL và MLB qua các năm, và đi đến kết luận rằng chính lợi nhuận vốn đã làm các khoản dầu tư này thực sự đáng giá.

Có lẽ bạn kỳ vọng sẽ có suất thu lợi thực tế hơn khi sở hữu các đội nhượng quyền mạnh mẽ như Yankees, Cardinals, và Dodgers trong môn bóng chày, và đội Cowboys, Haiders, và Steelers trong môn bóng đá. Trái lai, ngay cả các đội Royals và Expos châm chạp về bóng chày, và các nhà vô địch kém cỏi của môn bóng đá như Cardinals của Arizona đã kiếm lợi nhuận đáng kể cho các chủ nhân của nó. Để so sánh cần để ý rằng các suất thu lợi thực này thì khá hơn các phương án điển hình khác. Cụ thể như suất thu lợi thực của thi trường chứng khoán là từ 5% đến 8% .

Bảng 11.1: Giá mua, giá trị hiện tại và suất thu lợi của một số nhượng quyền liên đoàn bóng chày lớn.

Đơn vị: USD

Đội	Giá mua (năm)	Tạp chí Forbes 2003 Giá trị ước tính	Suất thu lợi thực hàng năm
New York Yankees	10 triệu (1973)	849 triệu	10%
St. Louis Cardinals	3,75 triệu (1953)	308 triệu	5
Los Angeles Dodgers	347,000 (1944)	449 triệu	9
Kansas City Royals	96 triệu (1996)	153 triệu	5
Montreal Expos	50 triệu (1999)*	113 triệu	20

http://tieulun.hopto.org

Bảng 11.2: Giá mua, giá trị hiện tại và suất thu lợi của một số nhượng quyền liên đoàn bóng đá quốc gia.

Đơn vị: USD

Đội	Giá mua bán Gần đây nhất	Tạp chí Forbes 2003 Giá trị ước tính	Suất thu lợi thực hàng năm
Pittsburgh Steelers	2,500 (1933)	555 triệu	15%
Dallas Cowboys	150 triệu (1989)	784 triệu	10
Oakland Raiders	180,000 (1972)	421 triệu	23
Phoenix Cardinals	50,000 (1932)	374 triệu	9
New Orleans Saints	71 triệu (1985)	481 triệu	8

Thị trường lao động thể thao

Các chủ đội bóng sẽ trả thế nào

Khi ta nghĩ về thị trường cầu thủ tài năng trong bất kỳ môn thể thao nào, ta phải nhận thức rằng nó không khác biệt cơ bản với bất kỳ thi trường lao động nào. Các doanh nghiệp sẽ thuê các lao động biên tế, miễn là sự đóng góp vào doanh thu của lao động đó bằng hay vượt quá số tiền phải trả cho nhân viên đó. Khái niệm này gọi là **sản phẩm doanh thu biên của lao động**, thì quan trọng đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Trong thể thao, sản phẩm doanh thu biên của lao động là số tiền mà đội bóng phát sinh từ một cầu thủ cụ thể trong đội bóng, nó sẽ bao gồm sự tăng doanh thu bắt nguồn trực tiếp từ thành quả của họ, cũng như doanh thu gián tiếp dưới dạng doanh thu bán vật lưu niệm, từ sự có mặt của cầu thủ đó trong đội bóng. Như vậy một ngôi sao có thể làm một đội bóng thắng, làm cho đội bóng có nhiều người hâm mộ hơn, nhưng sự hiện diện của một ngôi sao cũng có thể làm cho doanh thu của logo bằng vải dệt kim của đội tăng lên. Khi quyết định ký một hợp đồng lớn với một cầu thủ, một chủ đội bóng phải quyết định cầu thủ này có xứng đáng với số tiền đó không. Nếu cầu thủ đem về doanh thu cho đội ít nhất bằng với tiền lương cầu thủ đó yêu cầu thì cầu thủ đó xứng đáng.

Sản phẩm doanh thu biên của lao động
Doanh thu tăng thêm do thuê thêm một công nhân

http://tieulun.hopto.org

Các cầu thủ sẽ chấp nhận thế nào

Vấn đề đối với các cầu thủ là, mức lương họ được trả để chơi cho một đội có vượt hơn mức lương tốt nhất kế tiếp không. Mức lương kế tiếp tốt nhất là **tiền lương hạn định**. Đó là mức tối thiểu mà cầu thủ sẽ ký hợp đồng, vì mức lương thấp hơn nữa sẽ làm cho lời mời từ một đội khác hoặc một công việc khác sẽ hấp dẫn hơn. Trước ngày ký các hợp đồng thể thao hấp dẫn, các cầu thủ rời bỏ môn thể thao mà họ vẫn tham gia, nếu các lời mời bên ngoài hậu hĩnh hơn. Tùy thuộc vào cơ cấu tổ chức của môn thể thao đó, mức lương hạn định của cầu thủ có thể rất cao, vì cầu thủ này sẽ có các lời mời từ các đội khác, hoặc có thể rất thấp vì cầu thủ chỉ có thể phục vụ cho một đội. Trong trường hợp này, lương hạn định là công việc tốt nhất kế tiếp, nhưng ở ngoài môn thể thao này.

Tiền lương hạn định
Số tiền tối thiểu một cầu thủ sẽ chấp nhận vì nó là mức lương tốt nhất kế tiếp

Vì vậy mức lương một cầu thủ cuối cùng nhận được sẽ ở giữa mức lớn nhất có thể, là sản phẩm doanh thu biên, và mức thấp nhất có thể, mức lương hạn định. Khoảng cách này có thể lớn.

Thuật ngữ kinh tế học thể thao

Dĩ nhiên chủ đội bóng nhượng quyền dùng thời gian nhằm tăng doanh thu và chống lại sự gia tăng chi phí. Chúng ta đã đề cập về mặt doanh thu và giải pháp phòng ngồi sang trọng, nhưng về mặt chi phí thì khó khăn hơn. Vấn đề các chủ đội bóng đối mặt khi các cầu thủ là các **người đại diện tự do**. Ngày càng khó khăn khi cạnh tranh trong các môn thể thao lớn mà không có khả năng mua cầu thủ tài năng. Tổng doanh thu cho đội bóng chày của liên đoàn "thị trường nhỏ" thì từ 30 triệu USD đến 40 triệu USD. Tuy nhiên không có đội nào với tiền lương dưới 48 triệu USD lọt được vào hiệp phụ trong năm 1998. Đội Marlins ở Florida vào năm 1997 đã lỗ hàng triệu USD để thắng các giải đấu thế giới, và chủ đội bóng đã tiến hành bán tất cả các cầu thủ có mức lương cao của đội trong năm tiếp theo. Tuy hành vi này rất thường xảy ra trong môn bóng chày, nó cũng được thực hiện trong các môn thể thao khác. Thí dụ trong môn bóng rổ, một khi Michael rời đội Bulls, chủ của đội bóng hiện không còn Jordan đã trao đổi, bán, hay quyết định không ký lại hợp đồng với Pippen, Rodman và một số cầu thủ khác. Kết quả đội Bulls là đội đầu tiên thắng giải vô địch môn bóng rổ, và theo sau đó với mùa giải mà họ đủ điều kiện để tham gia **quá trình chọn cầu thủ tài năng mới**.

Người đại diện tự do
Cầu thủ có thể chơi cho đội trả giá cao nhất

Quá trình chọn cầu thủ tài năng mới
Quá trình bổ nhiệm các tài năng mới vào các nhóm

http://tieulun.hopto.org

Quá trình chon cầu thủ là một cơ chế thiết kế để cung ứng sự cân bằng trong cạnh tranh. Bằng việc cho phép các đội bóng trình độ kém được tham gia quá trình trước tiên, liên doàn thể thao đã đưa vào các đội bóng kém các tài năng trẻ giỏi nhất. Quá trình chọn như vậy sẽ khuyến khich các đôi cố ý chơi kém để được tham gia quá trình chon dầu tiên. Đây là sự cáo buộc xảy ra ở NBA, khi hy vọng có được Ralph Sampson nhờ được lựa chọn dầu tiên trong quá trình chọn vào năm 1983, đội Rockets của Houston chơi rất tệ. Tuy chưa từng được chứng minh là có chủ ý, mối quan tâm là họ chơi xấu có chủ ý. Vào năm 1985, NBA đã thiếp lập một hệ thống mà các đội bóng không phải đấu hiệp phu được tham gia quá trình lựa chọn. Vào năm 1990, hệ thống dược thay đổi để cơ hội thắng đối với các đội kém sẽ cao hơn.

Thật khó khăn nếu không phải bất khả thi khi một đội có thể thắng mà không có cầu thú tài năng lớn, và trừ khi nó tìm cách có tài năng đó qua quá trình chọn, nó phải đấu giá các cầu thủ tài năng là các đại diện tự do. Với ngoại lệ duy nhất là việc cấm thi đấu của NBA vào năm 1998, người thắng cuộc cuối cùng trong các thương lượng về lao động trong các năm vừa qua là các cầu thủ. Các vận động viên đã thương lượng thành công để tiếp cận nhiều hơn với thị trường tự do để tìm tài năng. Sư đại diện tự do đã làm tăng mức lương bình quân nhanh hơn doanh thu từ truyền hình hay bán vé, đến mức hiện nay một cầu thủ có thể thu nhập trong một năm (dù về mặt danh nghĩa) lớn hơn chi phí xây vận đông trường Yankee vào năm 1923.

Các ông chủ đội bóng thời nay rất thường phải quyết định sẽ kiếm tiền hay thắng giải trận đấu. Không may là đối với một số đội trong vài môn thể thao dây là các mục tiêu mâu thuẫn nhau. Các chủ đội bóng trong các môn thể thao lớn đã than phiền về việc không có khả năng kiếm lời hay ít ra là hòa vốn. Vì mỗi năm chỉ có một ít cầu thủ trên thị trường người đai diện tự do, và vì nhiều đội bóng tự đánh giá thắng được một vài trận đấu chỉ để tranh dua trong hiệp phụ, hoặc khá hơn thì thắng một giải vô địch, giá các cầu thủ có thể yêu cầu thì rất cao.

Lương tối đa
Tổng số tiền lớn nhất một đội bóng có thể trả cho cầu thủ

Các chủ đội thể thao nhượng quyền có ý định thiết lập mức **lương tối đa** để tự bảo vệ mình. Có nghĩa là họ muốn tự bảo vệ họ khỏi dấu giá lẫn nhau. Khác với bóng chày, mỗi đội thể thao chuyên nghiệp lớn đều có một dạng lương tối đa nào đó. Các chủ đội bóng hy vọng giảm bớt chi phí của họ cho các cầu thú, bằng cách giới hạn số tiền ho có thể đấu giá để có cầu thủ tài năng. Đôi lúc chủ đội bóng không đạt lợi ích tốt

http://tieulun.hopto.org

nhất khi áp dụng mức lương tối đa cứng nhắc. Trong thập niên 1980, NBA cho phép các đội bóng có một cầu thủ hưởng mức lương không tính theo nguyên tắc tối đa, miễn là các cầu thủ ký kết tiếp theo hướng mức lương tối thiểu. Quy tắc này gọi là miễn trừ Larry Bird, được thiết lập để các đội có thể duy trì một cầu thủ lớn.

Chia sẻ thu nhập
Quá trình phân phối thu nhập cho tất cả các đội nhóm, thay vì chỉ phân phối cho đội phát sinh thu nhập

Một phương thức khác cho phép các đội thuộc thị trường nhỏ có thể thành công, là áp dụng sự chia sẻ doanh thu chung hay ít ra chia sẻ doanh thu truyền hình. Vì bóng đá đã thực hiện tốt sự **chia sẻ thu nhập** còn bóng chày thì không, bạn kỳ vọng có một hỗn hợp linh hoạt hơn với những người thắng và thua trong bóng đá so với bóng chày. Thực tế đó là điều chúng ta đã thấy trong thập niên 1990. Hai đội bóng chày thống trị thập niên này là đội Braves của Atlanta và đội Yankees của New York, cả hai đội đều có môt thị trường truyền hình "địa phương" bằng cáp quang trong thực tế phát trên toàn quốc. Dĩ nhiên không có đội nào chia sẻ doanh thu với các đội bóng chày khác, và điều này đem đến cho họ một lợi thế không hợp lý trong việc đấu giá cầu thủ tài năng giá cao.

Trong thời kỳ đơn giản trước đây, thể thao là các cuộc thi đấu do nam giới tham gia vui vẻ không cần trả tiền. Các chủ đội thể thao vui vẻ khi ép buộc họ chơi mà không cần trả tiền. Không có liên đoàn thể thao chuyên nghiệp cho phụ nữ, và không có luật yêu cầu các trường trung học và cao đẳng tài trợ cho các vận động viên nữ. Không nghi ngờ đang có sự than phiền của các cầu thủ về lương của họ. Trong năm đó bóng chày đã có sự biến đổi đặc biệt. Một trọng tài đã tuyên bố có hai cầu thủ tự do và môn thể thao này được thay đổi mãi mãi. Trong vòng vài năm, các môn thể thao khác cũng có dạng cầu thủ tự do, và các cầu thủ thực sự không có quyền đối với lợi ích kinh tế của thị trường canh tranh tự do đã bắt đầu giàu có.

Trước năm 1977, tất cả các cầu thủ trong tất cả các đội thể thao bị giới hạn trong đội họ chơi trong năm đầu. **Điều khoản hạn định** trong các hợp đồng có nghĩa là, các cầu thủ được tuyển chọn hoặc sẽ chơi theo bố trí của chủ đội bóng hoặc sẽ về hưu. Trái lại các cầu thủ ngôi sao trong các năm sau này tạo tầm ảnh hưởng bởi sự hổ trợ ý kiến công chúng, các cầu thủ kém hơn không có điều này. Ngay cả khi Joe DiMaggio, được nhiều người công nhận là có cú đánh bằng

Điều khoản hạn định
Một điều khoản hợp đồng đòi hỏi các cầu thủ ký lại hợp đồng với đội họ đã chơi trong năm trước

http://tieulun.hopto.org

tay phải tốt nhất mọi thời đại, tiếp tục yêu cầu một hợp đồng khá hơn bằng cách quay về nhà ở San Francisco để mở một nhà hàng, cuối cùng anh ta đã quay trở lại Yankee với tiền lương thấp hơn nhiều. Trở lại thảo luận của chúng ta về mức lương hạn định, với nhiều khoản han định đã có, lương hạn định cho các cầu thủ bị ràng buộc thì rất thấp.

Từ năm 1977 trở về sau, mỗi môn thể thao đã tham gia các thỏa thuận về thương lượng tập thể dành cho các cầu thủ ngày càng nhiều tự do di chuyển, và các hợp đồng có lợi hơn về phương diện lương và các khuyến khích. Các thỏa thuận này thường yêu cầu các đội bóng trả một mức lương tối thiểu. Lương tối thiểu của môn bóng chày được định ở mức 300.000 USD năm 2004, và sau đó được điều chỉnh lạm phát. Lương tối thiểu của môn khúc côn cầu đã từng thấp nhất trong các môn thể thao chủ yếu thì nay cao nhất, với 450.000 USD. NBA có biểu đồ lương tối thiểu căn cứ trên số năm phục vụ. Với cầu thủ mới, lương tối thiểu trong mùa giải 2006 – 2007 là 412.718 USD, trong khi một vận động viên thâm niên 10 năm là 1.138.500 USD. Vấn đề đáng chú ý trong hệ thống NBA, là nó chống lại các vận đông viên kỳ cựu khi họ muốn hòan tất sư nghiệp của mình như các cầu thủ tiêu biểu. Nếu bạn xem Chương 25 với thảo luận về lương tối thiểu, thì đây là một thí dụ về cách thức dạng lương tối thiểu này có thể làm tổn thương người mà nó muốn giúp.

Trong mỗi môn thể thao các cầu thủ gắn với đội họ đã chơi trong năm trước, trong thời gian từ 4 đến 6 năm tùy môn thể thao. Các thỏa thuận thương lượng tập thể này đã quyết định tăng mức lương hạn định cho các cầu thủ có kinh nghiệm cần thiết để có quyền đại diện tự do. Đối với các đại diện tự do, lương hạn định là lời mời tốt nhất kế tiếp từ đội khác. Mức lương này rất gần với sản phẩm doanh thu biên của họ.

Vì vậy đại diện tự do và các khía cạnh khác của thỏa thuận thương lượng tập thể đã làm tăng mức lương bình quân trong mọi môn thể thao với tốc độ nhanh hơn lạm phát nhiều. Tuy có sự tranh cãi giữa các nhà kinh tế về mức độ đóng góp của cầu thủ tự do trong sự thay đổi này, trong một số môn thể thao, mức lương trung bình đã tăng hơn 10 lần trong 20 năm. Điều này có thể được gán cho sự gia tăng sản phẩm doanh thu biên của các cầu thủ, đã xuất hiện một phần vì các môn thể thao trở nên phổ biến hơn, chúng thu hút tiền vé của khán giả vào xem truyền hình nhiều hơn, và doanh thu vật lưu niệm cũng tăng. Dù vì lý do gì, hãy xét vấn đề này: Trong thập niên 1920 Babe Ruth trở thành cầu thủ đầu tiên hưởng lương nhiều hơn tổng thống. Trước

http://tieulun.hopto.org

khi mức lương chính phủ tăng vào năm 2001, mức lương tối thiểu môn bóng chày của liên đoàn đã vượt mức lương tổng thống.

Dĩ nhiên khi bạn thay đổi một hệ thống, sẽ kèm theo các kết quả tốt và xấu. Cùng với mức lương và phúc lợi cao hơn cho các cầu thủ qua các thảo luận thương lượng tập thể, các môn thể thao chuyên nghiệp đã xảy ra các cuộc **đình công** và **sa thải**. Mỗi môn thể thao đã mất ít nhất một phần của mùa giải do dạng đình trệ công việc này. Cuộc đình công, là sự từ chối làm việc của cầu thủ thường xảy ra, khi các cầu thủ muốn điều khoản trong hợp đồng mới hoàn toàn khác với hiện tại. Sự sa thải xảy ra khi các chủ đội bóng từ chối cho phép các cầu thủ làm việc, khi các chủ đội bóng muốn thực hiện các thay đổi toàn diện trong các hợp đồng hiện tại.

Đình công
Một hành động của người lao động từ chối không làm việc

Sa thải
Hành động của chủ doanh nghiệp không cho nhân viên làm việc tại doanh nghiệp

Các chủ đội bóng chày cố gắng thử các phương cách khác nhau để tiếp cận bản chất cạnh tranh trong việc đấu giá các cầu thủ tự do. Sau năm 1986, các cầu thủ bóng chày tự do thấy rằng các chủ đội bóng không còn muốn trả giá cho nghề nghiệp của họ. Sự thay đổi quá bất ngờ đến mức làm cho nhiều cầu thủ mất cảnh giác. Kết quả là, các cầu thủ bắt đầu nghi ngờ rằng điều này chỉ có thể bắt nguồn từ sự cấu kết của các chủ đội bóng không đấu giá cầu thủ của nhau. Vào năm 1987, vụ kiện đầu tiên đã đến trọng tài. Các chủ đội bóng đưa ra một sự phân bua rằng "Làm thế nào chúng tôi có thể cấu kết được?" lập luận rằng một sự dàn xếp như vậy không thể có được giữa các chủ đội bóng. Không phải khoản lỗ hàng triệu USD của người hâm mộ bóng chày hay của trọng tài, mà trong một lĩnh vực khác, một nhóm các chủ đội bóng khác đã dàn xếp để cấu kết ngăn người da đen và người Mỹ gốc Tây Ban Nha đến xem trận đấu cho đến năm 1946. Nhiều trọng tài thấy rằng các chủ đội bóng chày đã thực sự cấu kết và ra lệnh trả 280 triệu USD bồi thường thiệt hại.

Điều phân biệt các đội thể thao như bóng chày, bóng đá, khúc côn cầu và bóng rổ với các môn thể thao cá nhân như chơi gôn và tennis, là vì các môn thể thao cá nhân không có "chủ" để thương lượng. Các cầu thủ nếu kiếm tiền nhiều như mong muốn họ chỉ cần thắng.

Một vấn đề với thể thao đội nhóm là nó dưới quyền kiểm soát của một nhóm nhỏ các chủ đội bóng tự chủ. Họ trả lương các cầu thủ tài năng; không may là trong thời điểm nào cũng chỉ có một ít ông chủ trả giá cao tài năng, các ông chủ thường được thoả mãn, và các cầu thủ tài năng thường than

http://tieulun.hopto.org

phiền. Trong môn đánh gôn và tennis không có ông chủ, nên người chơi gôn và tennis không bao giờ phải than phiền. Họ chấp nhận quan hệ trực tiếp hiện diện giữa các bàn thắng và thu nhập. Khi tôi là người hâm mộ của nhiều môn thể thao như đua xe hơi, và cụ thể cuộc đua xe NASCAR thì thú vị với một nhà kinh tế như tôi, cuộc đua xe này có yếu tố như thành tựu cá nhân trong môn chơi gôn và tennis. Nó cũng có yếu tố giống như thể thao nhóm, trong đó nỗ lực cá nhân phải tùy thuộc vào nhiều người khác cùng làm việc với họ. Trong môn đua xe hơi có quá nhiều ông chủ khác nhau và quá nhiều tay đua khác nhau giống như cạnh tranh hòan hảo. Hơn nữa, có sự dễ dàng gia nhập và rời bỏ thị trường, vì bất kỳ ai có đủ nguồn vốn có thể bắt đầu một đội mới, và nỗ lực để xứng đáng dự các sự kiện quan trọng như Daytona 500 hay Indianapolis 500. Ngoài ra còn có đủ người mua và người bán xe tài năng, nên giá dành cho các tài năng dường như khá hợp lý. Vấn đề duy nhất có thể đảo lộn sự thăng bằng này có lẽ là các cuộc đua xe hơi NASCAR, cuộc đua xe hơi CART, cuộc đua IRL hay FORMULA 1 (Thể thức 1). Quá buông lỏng vấn đề an toàn, đến mức các tay đua được bắt buộc phải tập hợp lại để giải quyết vấn đề. Vì vậy có thể họ sẽ trở thành các đối thủ, thay vì là các đối tác của các ông chủ và các nhà tài trợ. Trừ khi xảy ra điều giống như vậy, đua xe hoi có lẽ vẫn là một thí dụ về cách thức mọi bên đều có được điều họ xứng đáng, và xứng đáng với điều họ đạt được trong cạnh tranh hòan hảo .

LIÊN ĐOÀN KHÚC CÔN CẦU QUỐC GIA CHO CẦU THỦ NGHỈ VIỆC NĂM 2004 – 2005

Trong năm 2004 – 2005, Liên đoàn Khúc côn cầu quốc gia (NHL) là liên đoàn thể thao đầu tiên mất nguyên một mùa giải do bãi công. Các chủ nhân của NHL chọn phương án cho các cầu thủ nghỉ việc sau khi các thương lượng trả mức lương thấp hơn đã thất bại. Các cầu thủ từ chối yêu cầu của giới chủ rằng liên đoàn sẽ chấp nhận một mức lương tối đa giảm 30% so yêu cầu của cầu thủ. Cuối cùng sau khi mất một mùa giải, giới chủ hầu như đã đạt được điều họ muốn. Việc này cùng với việc đình công bóng đá trong thập niên 1980 và cuộc đình công bóng rổ thập niên 1990 là những trường hợp duy nhất trong lịch sử thể thao, mà giới chủ thắng đã không khó khăn trong một cuộc tranh cãi lao động.

Độc quyền sẽ làm gì cho bạn

Thể thao đua xe cung cấp một bài học thú vị về sức mạnh độc quyền. Ba

http://tieulun.hopto.org

sự kiện lớn (NASCAR, IRL và FORMULA 1) được sở hữu bởi một người hay một gia đình duy nhất. Gia đình France, gia đình Hulman-George, và Bernie Ecclestone lần lượt kiểm soát các sự kiện trên với nắm tay sắt. Hơn nữa, nhiều cách thức hoạt động của các sự kiện cũng được sở hữu bởi những người này. Với sự khao khát bền bỉ của các chủ nhân muốn sở hữu các cuộc đua tài mọi địa điểm, các chủ nhân chuỗi sự kiện này kiểm soát số phận môn thể thao của họ, đến mức độ không có chủ đội bóng chày hay bóng đá nào có thể tưởng tượng được .

Cuộc đua IRL không muốn điều gì khác ngoài việc loại đối thủ cạnh tranh chính (CART) ra khỏi ngành kinh doanh, được sở hữu bởi gia đình kiểm soát cuộc đua xe môtô tốc độ ở Indianapolis. Vào năm 2002 ngoại trừ một cuộc đua ở DENVER, tổng số khán giả của CART thấp hơn của Indy 500. Từ thời điểm khi hai sự kiện này được tách ra vào năm 1996, IRL đã có thể dùng cuộc đua Indy 500 sở hữu bởi gia đình để thắng thế CART và mang lưới truyền hình.

Gia đình France sở hữu một quyền kiểm soát trong ISC (Công ty Tốc độ Quốc tế, là một công ty mẹ nắm nhiều đường đua của NASCAR) và đường đua Daytona bị kiện tụng ở tòa án bởi chủ nhân của giải đua xe Môtô tốc độ Texas, cho đến khi gia đình này đồng ý nhường đường đua này cho cuộc đua thứ hai. Vào năm 2007, chủ nhân giải đua xe Môtô tốc độ Kentucky kiện NASCAR do muốn tổ chức một cuộc đua xe trên đường đua của họ gần Cincinnati. Lập luận pháp lý căn cứ trên sự kiện rằng vì gia đình France sở hữu NASCAR và ISC, họ vi phạm bộ luật chống độc quyền Sherman. Họ bảo vệ lập luận này với sự kiện rằng một đường đua của ISC, là đường đua môtô tốc độ California, đã nhận một cuộc đua thứ hai vào năm 2004 mặc dù nó đã tổ chức xong một cuộc đua rồi.

Cuộc đua Thể thức 1 hiếm khi có thể duy trì lịch đua xe giống nhau trong hai năm liên tiếp. Vấn đề ở đây là ông chủ Bernie Ecclestone đòi hỏi một khoản tiền ứng trước rất cao để duy trì cuộc đua ở một địa điểm cụ thể, từ đó các nhà tổ chức không thể thiết lập địa điểm cố định cho người hâm mộ dạng đua xe phổ biến khắp thế giới này.

Cũng như mọi vấn đề trong ngành kinh tế học, sức mạnh thị trường, và đặc biệt sức mạnh độc quyền, sẽ xác định người thắng và người thua là ai.

http://tieulun.hopto.org

Tóm tắt

Bây giờ bạn hiểu các nguyên tắc kinh tế học có thể áp dụng vào vấn đề thể thao như thế nào. Cụ thể bạn hiểu rằng dù các thành phố có các nỗ lực rõ ràng, nhằm đạt sự nhượng quyền qua việc mở rộng và lôi kéo các cầu thủ khác, nhưng không có chứng cứ kinh tế cho rằng sự nhượng quyền sẽ thúc đẩy vị thế kinh tế của một thành phố. Bạn hiểu rằng các chủ nhân không chỉ ở thế đối nghịch trong dạng thương lượng cụ thể này, họ cũng đối mặt với vấn đề của chính họ. Họ phải thương lượng với các cầu thủ; nếu họ làm như vậy trong một thị trường nhỏ, họ thường phải quyết định muốn kiếm tiền hay chiến thắng. Cuối cùng, bây giờ bạn hiểu các điểm cơ bản của lịch sử kinh tế học lao động thể thao và các thuật ngữ then chốt của nó.

Thuật ngữ

Quá trình tuyển cầu thủ tài năng mới
Đại diện tự do
Sự thay thế địa phương
Sa thải
Mức lương cực đại
Đình công
Sản phẩm doanh thu biên của lao động
Tác động ngoại hiện tích cực
Mức lương hạn định
Điều khoản hạn định
Sự chia sẻ doanh thu

Câu hỏi dành cho bạn

1. Giá trị của một nhượng quyền thể thao đối với nền kinh thế của thành phố phụ thuộc lớn vào:

a. Doanh thu vật lưu niệm từ các công dân.

b. Mức độ gia tăng doanh thu không phải bán vé.

c. Mức độ doanh thu nhà hàng tăng lên.

d. Mức độ những người không phải công dân thành phố chi tiêu trong thành phố.

2. Hầu hết các nhượng quyền về môn bóng chày đều _____ trong các năm qua, trong khi giá bán của một đội bóng điển hình _____

a. Tạo lợi nhuận, giảm.

b. Thua lỗ, giảm.

c. Tạo lợi nhuận, tăng.

d. Thua lỗ, tăng.

http://tieulun.hopto.org

3. Khó khăn điển hình để tạo sự tương xứng trong liên đoàn thể thao là:

a. Không có cơ chế đưa tài năng mới vào theo cách có thể trợ giúp các đội bóng kém.

b. Không có phương thức để các cầu thủ ở đội này có thể chuyển sang đội khác.

c. Không có mức lương cực đại và số cầu thủ tự do không giới hạn, nên ở thành phố lớn, các đội có thu nhập cao sẽ có lợi thế.

d. Không ai muốn sự tương xứng này.

4. Công nghiệp thể thao môtô bị chế ngự bởi các nhóm độc lập đua theo các đường đua, sẽ hoạt động như trong trường hợp:

a. Độc quyền.

b. Độc quyền nhóm.

c. Cạnh tranh độc quyền.

d. Cạnh tranh hòan hảo.

5. Các nhà kinh tế nhấn mạnh rằng một nguyên nhân để các nhà hoạch định chính sách trợ cấp cho các sân vận động thể thao là vì:

a. Chúng đem lại hàng tỉ đô la cho cộng đồng.

b. Chúng đem lại các khoản tăng lớn về tiền lương cho thành phố.

c. Chúng đem đến sự tăng thuế lớn lao.

d. Các đội thể thao làm dân cư vui vẻ, ngay cả người không đến xem các trận đấu.

6. Khi liên đoàn khúc côn cầu quốc gia gặp sự đình công vào năm 2004 – 2005, đây là:

a. Cuộc đình công của cầu thủ do lương quá thấp

b. Cuộc đình công của cầu thủ do khả năng chuyển sang đội khác

c. Sự sa thải của chủ đội bóng qua việc giảm lương

d. Sự sa thải của chủ đội bóng qua các quy định về việc làm của nghiệp đoàn.

Hãy suy nghĩ

Cuộc đua thể thức 1 không bao giờ đua ở Hoa Kỳ, do vấn đề về lốp xe xảy ra ở Cuộc đua tốc độ Môtô Indianapolis. Vỏ xe của Michelin quá nguy hiểm cho các đội để đua xe an toàn trong giải Grand prix của Hoa Kỳ năm 2005. Vì có hai công ty cạnh tranh cung cấp lốp xe cho các đội cạnh tranh, không công ty nào đồng ý với giải pháp đề ra bởi công ty kia. Điều này sẽ

http://tieulun.hopto.org

không bao giờ xảy ra ở cuộc đua NASCAR hay IRL, vì họ chỉ dùng một nhà sản xuất vỏ xe. Một khi vấn đề được xác định, sẽ được mọi người quan tâm tìm một giải pháp. Điều này nói gì với bạn về lợi ích và chi phí của độc quyền nhóm so với độc quyền?

Hãy thảo luận

Đội Indiana Colts đã đe dọa ngầm là sẽ chuyển đi, như phương cách để lôi kéo tiểu bang Indiana và thành phố Indianapolis xây cho họ một sân vận động mới. Điều này có vẻ khôi hài vì cũng chính đội này đã dùng sự kiện thành phố Indianapolis xây cho họ một sân vận động vào thập niên 1980 để rời Baltimore. Tổ hợp đe doạ sẽ lần lượt rời bỏ các thành phố của các chủ đội bóng, là một cấu kết ở mức độ nào?

Để tìm hiểu thêm xem

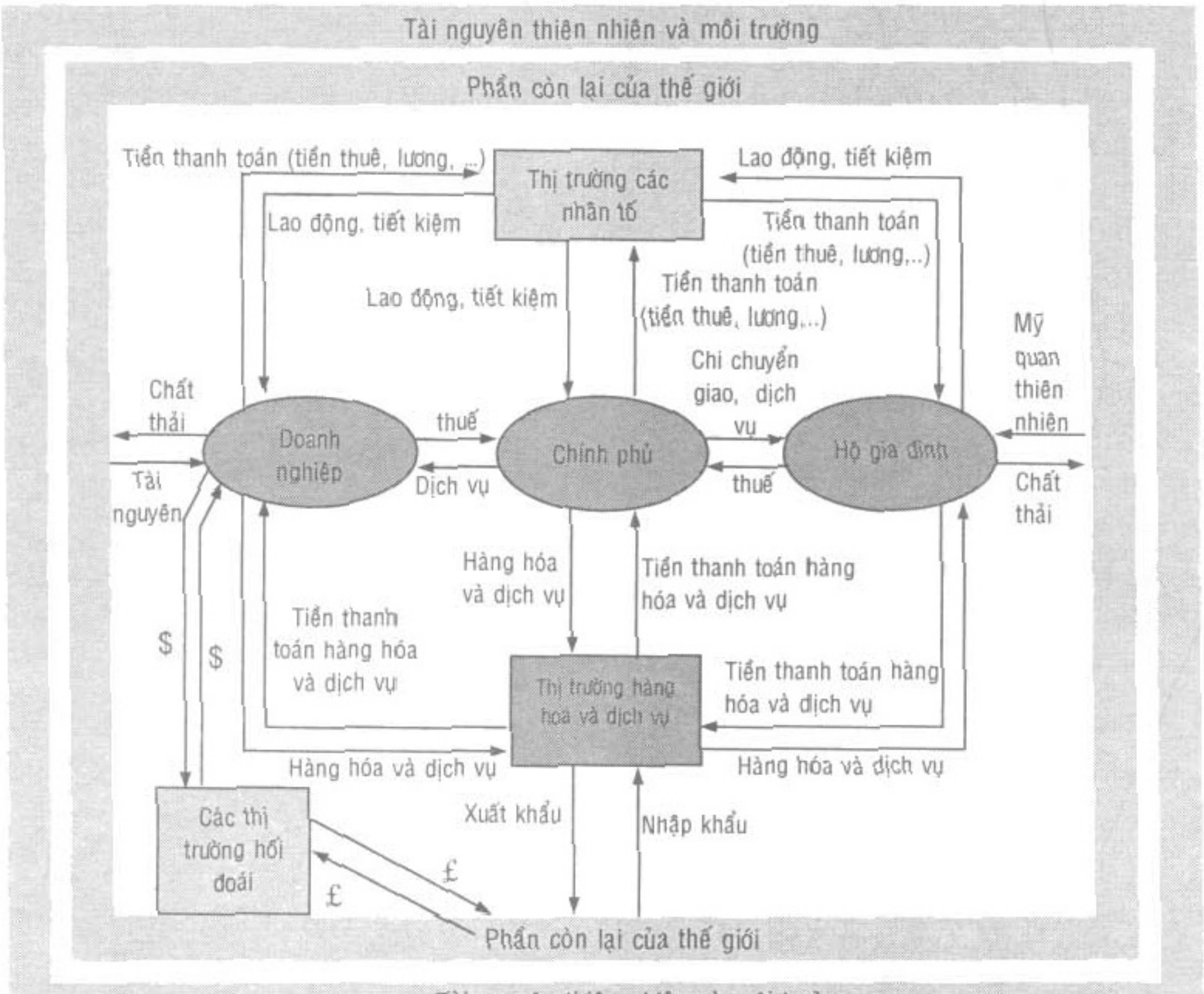
• Kahn, Lawrence M, "Kinh doanh thể thao như Phòng thí nghiệm thị trường lao động", *Tạp chí Viễn cảnh kinh tế 14*, số 3 (mùa Hè 2000)

• Sheehan, Richard - *Duy trì điểm số: Kinh tế học về thể thao* (South Bend IN: Diamond Communication, 1996)

• Siegfried, John và Andrew Zimbalist,

"Kinh tế học về các cơ sở thể thao và các cộng đồng của nó" - *Tạp chí Viễn cảnh kinh tế 14*, số 3 (mùa Hè 2000)

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào một thị trường cụ thể, là thị trường thứ cấp các vé xem sự kiện, và sự điều tiết của Chính phủ đối với thị trường đó.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 12:

MÔI GIỚI VÀ ĐẦU CƠ VÉ

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu đầu cơ vé là gì và tại sao nó tồn tại.
- Định vị thị trường vé trong mô hình độc quyền.
- Hiểu tại sao đường chi phí biên tế trình bày trong Chương 4 không phù hợp đối với kinh doanh vé.
- Hiểu tại sao các nhà tổ chức có thể định giá thấp chủ ý vé một sự kiện, và dẫn đến kết quả sự thiếu hụt vé.
- Hiểu tại sao tình hình thiếu hụt vé thường tạo ra một thị trường đầu cơ, nơi người ta mua vé với giá thấp, bằng, hay cao hơn mệnh giá và bán chúng kiếm lời.
- Hiểu rằng các nhà kinh tế thường xem trọng thị trường đầu cơ, thấy rất ít lý do để thiết lập luật điều tiết nó, và thấy sự phân biệt chức năng rất nhỏ giữa các dạng hợp pháp và bất hợp pháp về đầu cơ xuất hiện trong toàn quốc

Chủ đề của chương

- Định nghĩa môi giới và đầu cơ.
- Một mô hình kinh tế về kinh doanh vé.
- Tại sao các nhà tổ chức định giá thấp hơn mức có thể.
- Một mô hình kinh tế về đầu cơ.
- Nhà đầu cơ hợp pháp.
- Tóm tắt.

Nếu bạn muốn xem một buổi hoà nhạc, một trận đấu thể thao, một cuộc đua xe hay bất kỳ sự kiện nào có bán vé, bạn biết rằng bạn luôn luôn có thể có một vé với giá nào đó. Một số vé đưa ra giá gấp nhiều lần mệnh

http://tieulun.hopto.org

giá. Vào thập niên 1990 những người đầu cơ kiếm được hơn 1000 USD một vé xem trận đấu cuối cùng của Michael Jordan khi đội Chicago Bull và Mark McGwire mong muốn phá kỷ lục giải duy nhất của đôi nhà. Một số sự kiện tổ chức một lần trong đời trong khi các sự kiện lặp lại như Super Bowl, các giải thế giới, và cuộc đua đêm NASCAR Bristol là các sự kiện khá quan trọng đối với một số người, nên họ sẵn sàng trả nhiều hơn mệnh giá của vé.

Luy sẽ bất hợp pháp trong nhiều thành phố khi bán vé trên mệnh giá. trong mỗi thành phố lớn có một cách để có các vé duy nhất còn lại. Các nhà kinh tế luôn chống lại các luật ngăn cấm người ta bán vật họ sở hữu. Họ lý luận rằng nếu có người muốn 500 USD hơn là cái vé và có người muốn có vé xem trận đấu thay vì 500 USD, thì cả hai đều có lợi khi trao đổi.

Chương này định nghĩa sự đầu cơ vé và đưa ra cách giải thích kinh tế. Chúng ta bắt đầu việc giải thích bằng cách dùng mô hình định giá độc quyền ở Chương 5 để hiểu kế hoạch định giá của nhà tổ chức. Chúng ta chỉ ra rằng để việc đầu cơ tồn tại, các nhà tổ chức phải định giá thấp các vé, và chúng ta xem xét lại tại sao họ làm như vậy. Dùng mô hình cung cầu và ngôn ngữ thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất, để hiểu cách thức sự đầu cơ giúp người tiêu dùng và nhà đầu cơ như nhau. Chúng ta bàn về cơ chế người đầu cơ trở nên "hợp pháp" bằng việc tự gọi họ là "nhà môi giới", hoặc bằng việc cung ứng trọn gói gồm vé và các tiện nghi khác.

Định nghĩa môi giới và đầu cơ

Môi giới vé là hoạt động mua vé và bán nó với giá cao hơn mệnh giá khi giao dịch hợp pháp.

Đầu cơ vé là hoạt động mua vé và bán nó với giá cao hơn mệnh giá khi giao dịch là bất hợp pháp.

Như vậy hành vi là đầu cơ chỉ khi nó được thực hiện bất hợp pháp. Không tính đến sự khác biệt về ngữ nghĩa đối với nhiều người hâm mộ và người tình diễn, những người đầu cơ và môi giới là dang xấu nhất của người làm ăn; họ có được lương vé lớn trước khi người khác có và rồi bán các vé này với giá đem lại lợi nhuận ròng cho họ. Họ không sản xuất được gì. Người tham gia hoạt động này xem họ như chỉ cung ứng dịch vụ để kiếm sống. Đối với người khác, họ chỉ đơn giản được lợi theo tài năng của người khác.

Đối với các nhà kinh tế, những người đầu cơ thực hiện chức năng "định" giá mà các nhà tổ chức chưa định đúng. Như sẽ thấy, sự đầu cơ chỉ có thể tồn tại khi có đủ người hâm mộ sẵn lòng trả tiền nhiều hơn mệnh giá của vé, và có số người muốn mua vé với mệnh giá nhiều hơn số ghế ngồi.

http://tieulun.hopto.org

Không nhất thiết buổi biểu diễn đã bán hết vé. Nếu một số ghế ngồi được thật sự ưa thích và các ghế ngồi khác người ta chán, thì các ghế ngồi ưa thích như ở canh sân khấu có lẽ sẽ bị đầu cơ, trong khi các ghế ngồi khác vẫn chưa bán được. *Điều không thể có là các chỗ ngồi chưa bán được lại ở ngay cạnh các chỗ ngồi mà người đầu cơ muốn bán cao hơn mệnh giá.* Khi các phòng bán vé truyền thống theo mệnh giá mở cửa, các ghế ngồi ưa thích sẽ được bán hết trước khi người đầu cơ có thể bán.

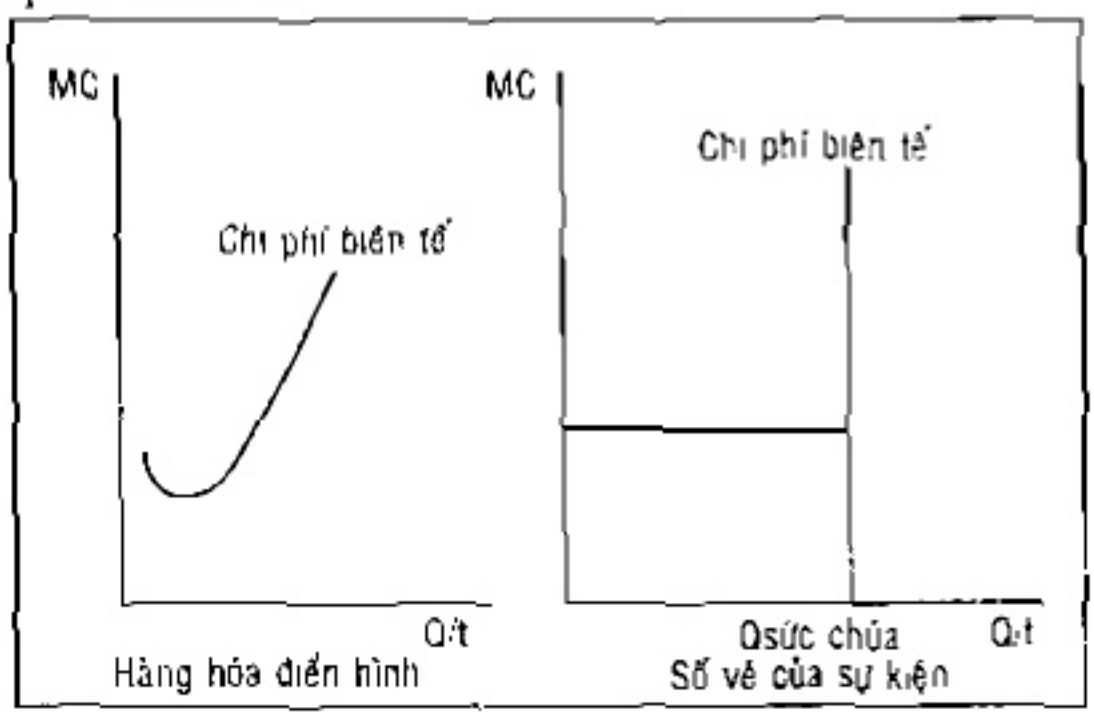
Một mô hình kinh tế về kinh doanh vé

Câu hỏi có thể đặt ra ở đây là: "Tại sao một nhà tổ chức lại tính giá vé thấp hơn so với giá trị của nó". Để trả lời câu hỏi chúng ta cần xem điều gì *xác định giá mà nhà tổ chức sẽ đưa ra. Để mô hình hóa điều này,* cần trở lại Chương 5 để xem mô hình thị trường nào thích hợp cho kinh doanh vé, cạnh tranh hoàn hảo hay độc quyền. Vì chỉ có duy nhất một người bán vé (là nhà tổ chức) rõ ràng mô hình độc quyền thì thích hợp hơn mô hình canh tranh hoàn hảo có nhiều người bán.

Chi phí biên tế

Để làm phong phú thêm vấn đề, nhớ lại dạng đường cong chi phí biên tế giới thiệu ở Chương 4. *Nó có dạng hình cong đường dấu tay như ta thấy ở* bên trái Hình 12.1. Đối với kinh doanh vé một sự kiện thể thao hay buổi hòa nhạc, chi phí biên tế có hơi khác. Phía bên phải của Hình 12.1 cho thấy rằng trong phạm vi sức chứa của vận động trường, chi phí biên tế có thể là một hằng số. Chi phí in và bán vé cũng như chi phí dọn dẹp sau khi có thêm một người hâm mộ *tương đối không đổi. Các chi phí thêm vào này có lẽ như* nhau đối với người hâm mộ thứ một ngàn và thứ một trăm ngàn. Tại điểm bằng với sức chứa, chi phí tăng thêm khi bán thêm cho một người tăng vọt, vì sẽ phải có khu xây mới và thêm chỗ ngồi.

Hình 12.1: Chi phí biên tế

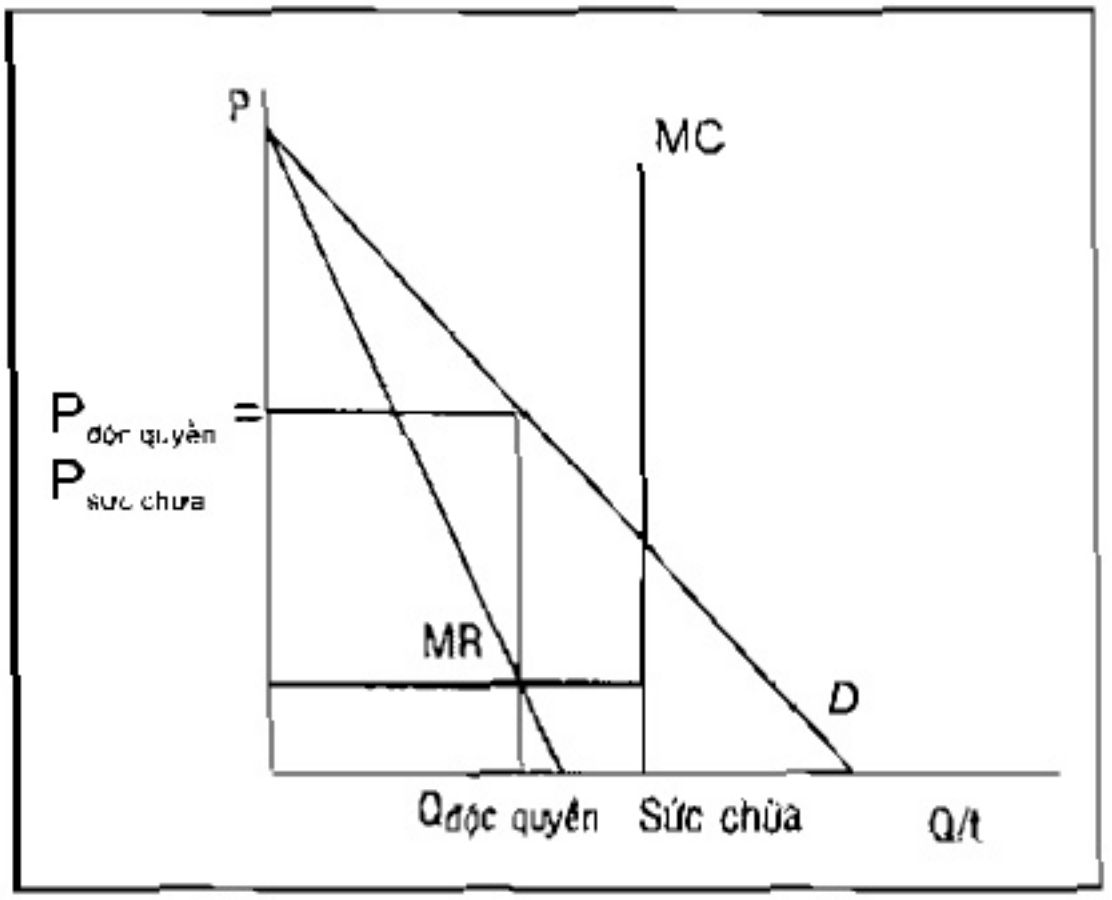


http://tieulun.hopto.org

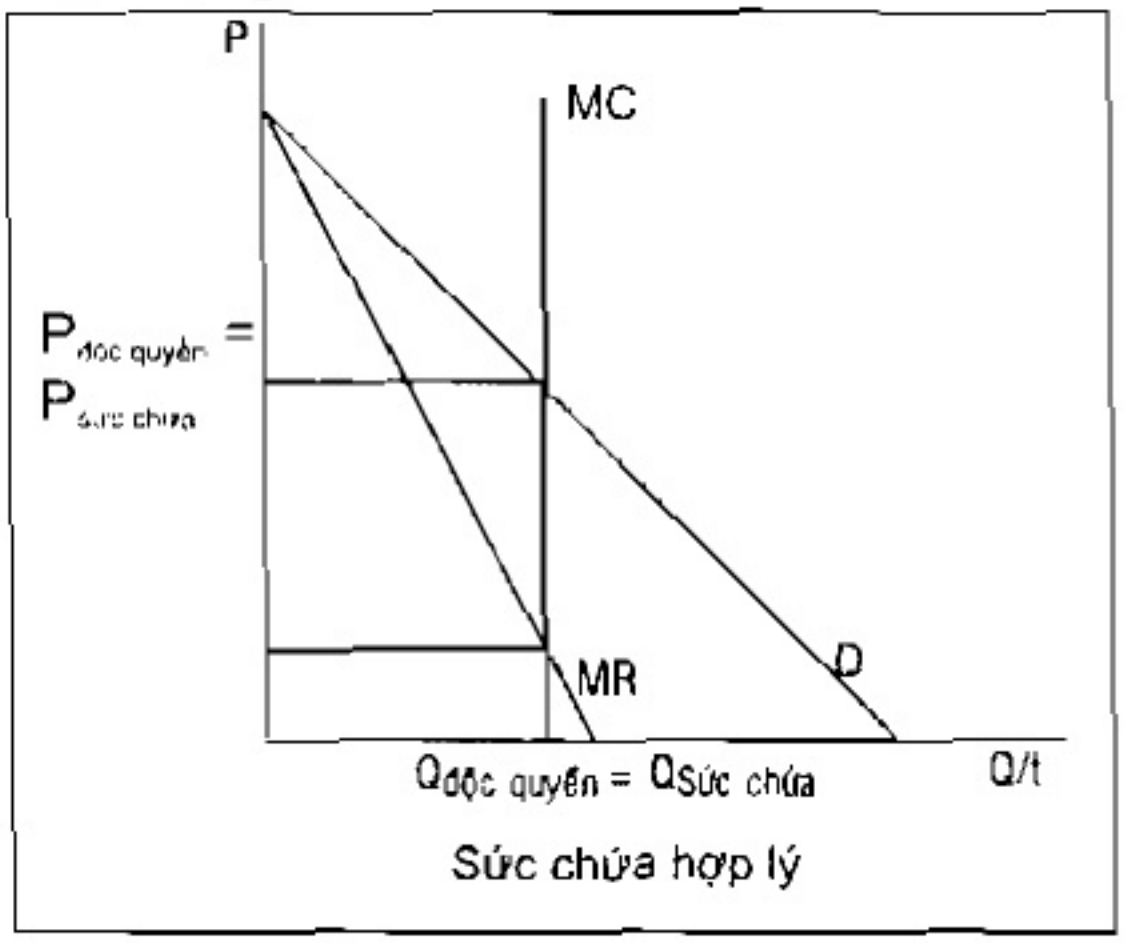
Nhà tổ chức như nhà độc quyền

Khi các nhà tổ chức muốn cực đại hóa lợi nhuận và cố gắng tính ra giá của sự kiện, họ phải tính nhu cầu cho sự kiện sẽ là thế nào, khi họ làm việc này, họ có thể xem như một nhà độc quyền. Nhớ lại rằng chúng ta luôn giả định các doanh nghiệp sẽ tối đa hóa lợi nhuận. Tuy thu nhập sẽ cực đại tại điểm thu nhập biên tế cắt trục hoành, đây không là điểm hoạt động tối đa hóa lợi nhuận của nhà tổ chức. Như mô tả ở Hình 12.2, họ dự báo doanh số và định giá sao cho thu nhập biên tế bằng chi phí biên tế. Có nghĩa là họ sẽ bán Q_{monop} vé và với giá mỗi vé là P_{monop}.

Hình 12.2: Sự lựa chọn giá và doanh số bán vé của nhà tổ chức cực đại lợi nhuận.



Hình 12.3: Sân vận động hoàn hảo



http://tieulun.hopto.org

Một khía cạnh đáng chú ý của vấn đề có thể có ý nghĩa đối với các nhà tổ chức là khi thấy rằng sân vận động chỉ lấp đầy một phần. Các nhà tổ chức đã giữ lại một số vé khi họ phải giảm giá quá nhiều để bán hết vé cho vận động trường. Bạn sẽ không ngạc nhiên về kết luận này, đặc biệt nếu bạn học ở trường không có sân vận động. Hãy xem một trường có đội bóng rổ nam thu hút từ 4000 đến 6000 người hâm mộ mỗi trận đấu; trong khi đội bóng nữ thu hút ít hơn 1000 người hâm mộ mỗi trận đấu. Nếu bộ phận thể thao định giá vé để bán hết cho sân vận động, vé sẽ gần như cho không đối với trận đấu nam và phải trả tiền cho người đến xem trận đấu nữ. Đây không phải sự xem thường phụ nữ, đó chỉ là thực tế ở trường không có uy tín thể thao của quốc gia. Rõ ràng, sẽ có ý nghĩa đối với trường đại học khi tính giá cao hơn cho trận đấu đội nam và tính giá nào đó cho trận đấu đội nữ. Trường đại học có thể tạo ra tiền nhiều nhất theo cách đó, cho dù mỗi thập niên chỉ có một trận đấu có bán vé.

Sân vận động hoàn hảo

Đối với nhà tổ chức, quy mô của nơi trình diễn thì có ý nghĩa. Trong tầm nhìn của nhà tổ chức, nơi trình diễn hoàn hảo sẽ được trình bày như Hình 12.3, có sức chứa bằng đúng với số chỗ ngồi mà nhà tổ chức muốn bán. Nghĩa là nơi trình diễn có sức chứa hoàn hảo sẽ có đường chi phí biên tế cắt đường thu nhập biên tế, tại sản lượng bằng đúng với sức chứa của nó.

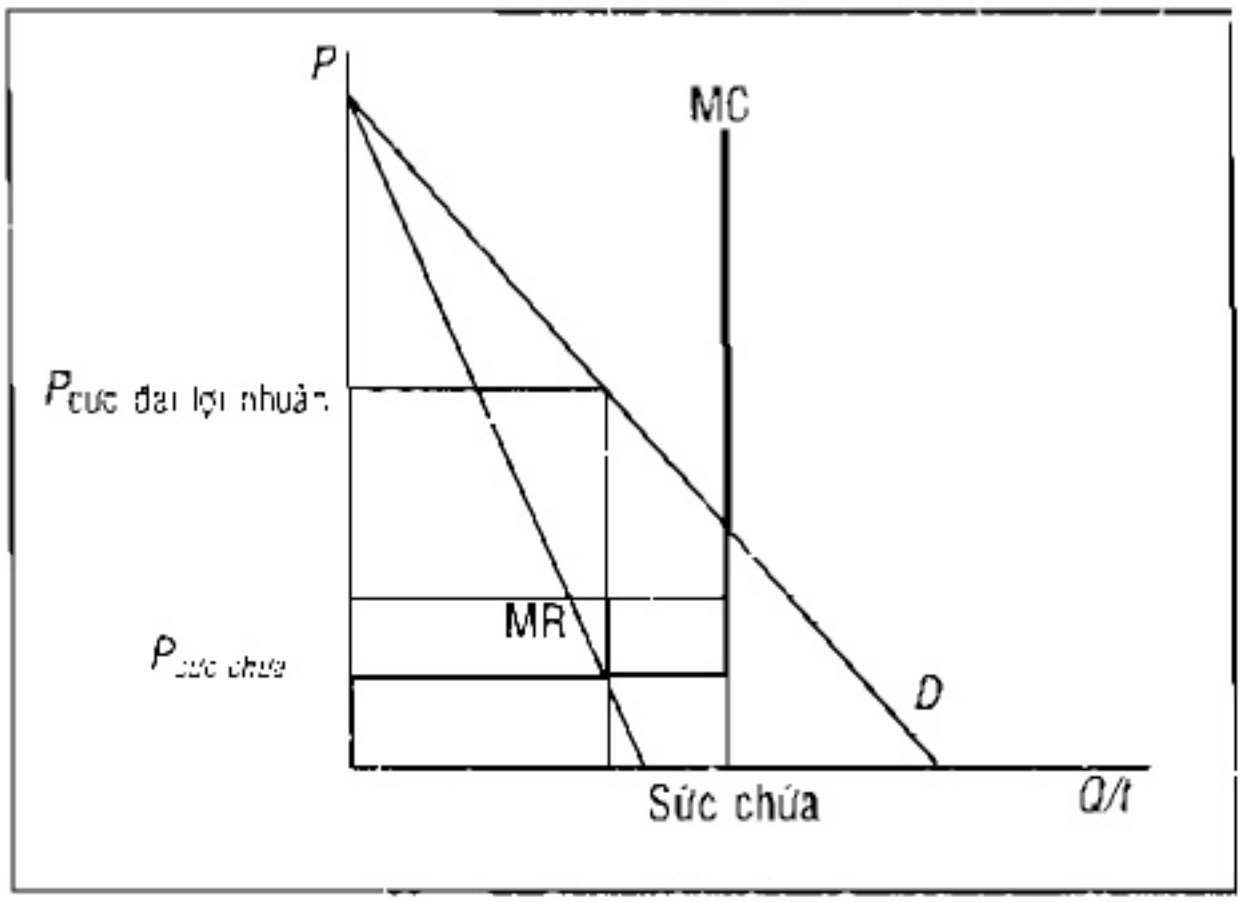
Dĩ nhiên, các nhà tài trợ không thể luôn luôn tìm được nơi trình diễn có sức chứa hoàn hảo. Đa số các thành phố trung bình và nhỏ chỉ có một hay hai địa điểm để tổ chức sự kiện như buổi hòa nhạc, và ngay cả ở các nơi khác, sẽ không có các nơi trình diễn hay phòng hòa nhạc có sức chứa hoàn hảo.

Trong một thành phố lớn có nhiều điểm trình diễn với quy mô khác nhau một nhà tổ chức sẽ tìm nơi trình diễn có quy mô đảm bảo chi phí biên tế sẽ cắt thu nhập biên tế ở ngay tại sức chứa. Với giả định rằng các nơi trình diễn không lớn quá mức cần thiết tốn thêm chi phí thuê của nhà tổ chức, việc đăng ký nơi trình diễn "hoàn hảo" này sẽ cực đại hóa lợi nhuận.

Trong mỗi trường hợp đã đề cập đến đây, không có thị trường cho các người đầu cơ vì mệnh giá của vé là giá bán của nó. Sự đầu cơ chỉ xảy ra nếu giá thị trường lớn hơn mệnh giá của vé. Cách duy nhất để điều đó xảy ra là khi nhà tổ chức định giá thấp hơn giá cực đại lợi nhuận. Như thấy trong Hình 12.4, giá vé được định giá bằng hay thấp hơn mức giá giúp bán hết vé của điểm trình diễn, thay vì giá cực đại hóa lợi nhuận cho nhà tổ chức.

http://tieulun.hopto.org

Hình 12.4: Sức chứa và giá cước đại lợi nhuận



Tại sao các nhà tổ chức tính giá thấp hơn mức có thể

Tại sao các nhà tổ chức muốn bán hết vé cho buổi biểu diễn thay vì cực đại lợi nhuận? Đầu tiên, có thể họ không có thông tin để định giá đúng. Sự không chắc chắn này động viên họ nghiêng về phía an toàn và tính giá thấp hơn. Thứ hai là yếu tố "hào hứng" nào đó khi sân vận động đầy người, hấp dẫn những người thi đấu bù trừ xứng đáng sự tổn thất lợi nhuận. Thứ ba, những người thi đấu muốn có uy tín trong việc tính "giá vừa phải" cho các sự kiện của họ, và sẵn lòng bỏ qua lợi nhuận cực đại để tăng thêm uy tín này. Thứ tư, những người thi đấu muốn cơ chế nào đó khác với giá, để phân biệt "người hâm mộ thực sự" với người đi xem chỉ vì họ có tiền. Thứ năm, doanh số bán áo sơ mi và các vật kỉ niệm khác là nguồn thu nhập quan trọng của những người thi đấu và các nhà tổ chức. Vì lợi nhuận từ các thu nhập này vượt quá phần lỗ do bán giá vé thấp, giá vé thấp có thể làm tăng quy mô khán giả, và vì vậy cuối cùng sẽ cực đại lợi nhuận. Cuối cùng, sẽ có lợi dài hạn tốt nhất cho những người thi đấu khi giá vé thấp, để khán giả có thể cung cấp quảng cáo truyền miệng cho họ, và tạo sự quan tâm đến tài năng của họ. Đôi khi các nhà tổ chức không có ý tưởng chính xác về giá tính cho một sự kiện. Thường các nhà tổ chức một sự kiện mới phải ước tính thị trường chịu giá vé như thế nào. Nếu họ ước đoán quá thấp, có thể phát sinh sự đầu cơ. Ngoài ra, các nhà tổ chức có thể muốn giữ an toàn và không gặp phải rủi ro định giá quá cao, nên chủ ý định giá thấp hơn mức ước đoán tốt nhất. Điều này cũng có thể dẫn đến đầu cơ.

Có một sự hào hứng khi tham gia một sự kiện được bán hết vé trong sân trình diễn lớn với âm thanh và cảm xúc so với sự kiện chỉ bạn được một nửa

http://tieulun.hopto.org

khán phòng. Người biểu diễn sẽ hào hứng hơn và người hâm mộ cũng vậy. Dù điều này không phải là chức năng quan trọng của một nhà tổ chức, hãy coi các nhà tổ chức được mời bởi các vận động viên hay người biểu diễn để quảng bá sự kiện càng có ý nghĩa càng tốt. Mối quan tâm lớn nhất của các nhà tổ chức là chiều theo người biểu diễn, không quan tâm đến cực đại lợi nhuận.

Một số người biểu diễn cố gắng thiết lập sự gần gũi với người hâm mộ của họ. Một số cố gắng thể hiện tình cảm của họ bằng việc đảm bảo giá vé đủ thấp, để người hâm mộ "bình thường" có thể mua vé đến xem. Có nghĩa là những người biểu diễn và các nhà tổ chức sẵn sàng chấp nhận ít tiền hơn để đổi lấy cảm nhận tốt do tính giá vé "vừa phải".

Các nhà biểu diễn ưa thích những người hâm mộ sẵn lòng bằng mọi cách tìm vé xem so với người chỉ có nhiều tiền để mua vé. Bạn sẽ hào hứng hơn nhiều khi một nhóm tìm mua vé xem hơn là chỉ mua vé. Người sẵn sàng tìm cách kiếm vé để có được hàng ghế đầu, sẽ có khả năng truyền nhiệt tình cho người biểu diễn hơn người chỉ có nhiều tiền.

Khi bạn đi đến buổi hòa nhạc, bạn thường chi số tiền cho áo sơ mi và các món hàng cổ động khác như chi mua vé. Nếu các nhà tài trợ giữ bạn ở bên ngoài bằng việc tính giá quá cao, họ cũng bỏ qua các thu nhập quan trọng khác. Trong bức tranh tổng thể, giá vé thấp có thể cực đại hóa lợi nhuận nói chung.

Các nhà tổ chức ban nhạc mới quyết định rằng sẽ có lợi dài hạn khi giữ giá vé thấp, để ban nhạc được nhiều người xem càng nhiều càng tốt. Bằng việc định giá vé thấp lúc khởi đầu sự nghiệp của một nhà biểu diễn, họ có khả năng chuyển một sự kiện nổi bật thành một ngôi sao.

Dù vì lý do gì vừa phác hoa mà nhà tổ chức có thể chọn để bán vé với giá thấp hơn giá đảm bảo bán hết vé. Trong trường hợp nào giá thấp hơn giá thấy ở thị trường, làm cho những người đầu cơ mua vé với giá thấp để bán chúng với giá cao hơn.

Mô hình kinh tế về đầu cơ

Một thị trường đặc trưng đầu cơ vé sẽ có một đường cầu điển hình. Nó sẽ phản ánh lượng cầu của người không có được vé bằng cách thông thường. Trong nhiều sự kiện, như bất kỳ buổi thi đấu trong nước nào của Green Bay Packers, hay cuộc đua ban đêm NASCAR ở Bristol, Tennessee, vé chỉ dành cho người đăng ký hoặc đã có vé trong nhiều năm. "Quyền từ chối đầu tiên" về vé này rất đáng giá đến mức nhiều thỏa thuận ly dị của các cặp đã kết

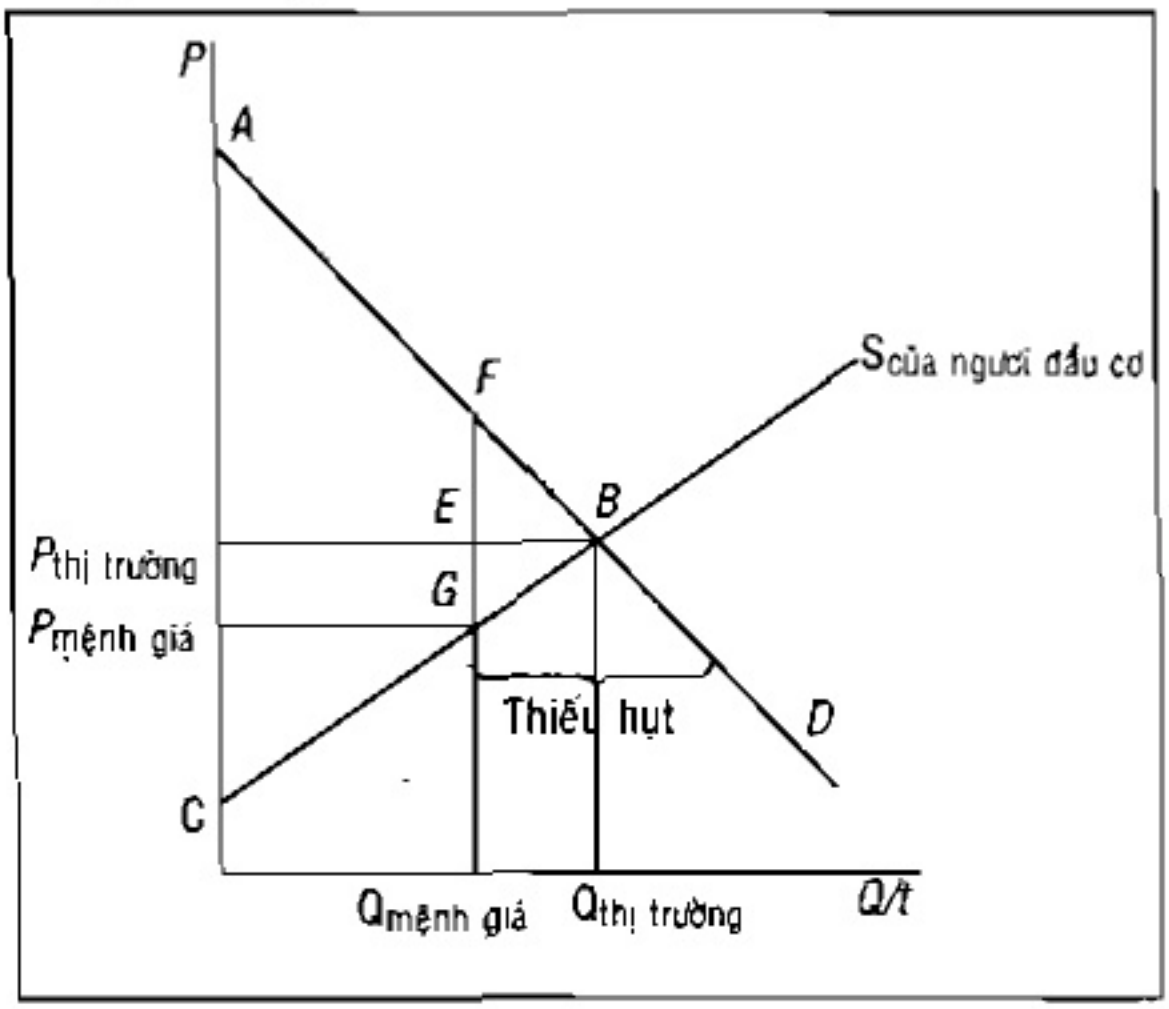
http://tieulun.hopto.org

hôn đã đề cập đến quyền này. Nếu bạn muốn dự cuộc thi Packers một mình, hoặc đến cuộc đua Bristol một mình, bạn phải đến thị trường dầu cơ.

Đường cầu vé có độ dốc hướng xuống như bất kỳ hàng hóa nào. Nếu sự kiện là "nhất thiết xem" bạn sẽ thấy một đường cầu đi xa về bên phải hoặc có lẽ ít đàn hồi hơn, hoặc dốc hơn, vì vé của "sự kiện xảy ra một lần trong đời" có ít phương án thay thế so với vé của các sự kiện được lặp lại, độ đàn hồi kỳ vọng sẽ thấp hơn.

Đường cung của thị trường có hướng dốc lên (và không thẳng đứng), không phải do số vé không bị giới hạn mà vì để có vé từ người đã có chúng, bạn phải tốn nhiều tiền hơn, và phải thuyết phục các người hâm mộ cuồng nhiệt nhiều hơn để họ nhường vé lại. Hình 12.5 phản ánh thị trường vé dầu cơ.

Hình 12.5: Thị trường của người đầu cơ.



Nếu giá buộc phải giữ ở mệnh giá của vé, sẽ có số vé ít hơn so với số người mua tiềm năng. Đối với nhà kinh tế thì đây chính là sự thiếu hụt. Nhớ rằng đường cung có thể bắt đầu ở dưới hoặc trên mức giá $P_{mệnh\ giá}$. Hình 12.5 bắt đầu ở bên dưới. Để hiểu tại sao, hãy xét những người có vé xem sự kiện nhưng muốn bán chúng với giá thấp hơn giá họ mua, vì họ không muốn dự sự kiện đó. Tại sao bạn đã mua vé cho sự kiện bạn không muốn đi? Giả sử ban đã có các vé mùa giải Lakers ở Los Angeles, và một vé dự cuộc đua xe 500 NASCAR ở California. Giả sử LA.Clippers sẽ biểu diễn Lakers vào ngày có cuộc đua, bạn đã trả tiền vé theo mệnh giá và bạn muốn bán vé đã mua xem Lakers với bất cứ giá nào vì bạn quyết định đến xem cuộc đua.

Nếu sự đầu cơ bất hợp pháp, chỉ có $Q_{mệnh\ giá}$, lượng vé mà người ta muốn

http://tieulun.hopto.org

mua theo mệnh giá, được bán, và người sẵn lòng trả cao hơn mệnh giá sẽ không tìm được vé để mua. Một số sẽ ở nhà khi đúng ra họ có thể trả $P_{thị\ trường}$ và đến dự cuộc thi đấu. Nếu không có sự đầu cơ, sẽ có sự thiếu hụt và tổn thất phúc lợi xã hội. Tổn thất này được đo bằng tổn thất trong thặng dư người tiêu dùng và nhà sản xuất có thể thấy trong Hình 12.5. Tổn thất phúc lợi của người muốn xem sự kiện với giá của người đầu cơ là EFB, trong khi tổn thất của người muốn bán vé của họ là GEB. Tổng tổn thất xã hội khi cấm đầu cơ là GFB.

Trong trường hợp này, sự cho phép đầu cơ vé sẽ tạo ra vấn đề hay giải quyết nó? Các nhà kinh tế cho rằng những người đầu cơ sẽ giải quyết thiếu hụt từ người thiếu vé và ít thích nó nhất, chuyển cho người không có vé và thích có vé nhất. Với việc này người đầu cơ làm giảm sự thiếu hụt, các người biểu diễn bi quan về điều này. Họ xem nó như hành vi mà người ta kiếm lợi nhuận từ việc họ không tham gia sáng tạo gì.

Các nhà đầu cơ hợp pháp

Trong một số tiểu bang, mọi dạng đầu cơ đều hợp pháp, ở một số tiểu bang khác, không có dạng đầu cơ nào hợp pháp. Ngày càng nhiều tiểu bang vẫn xem đầu cơ là bất hợp pháp nhưng cho phép "người môi giới" được phép bán vé cao hơn số tiền họ mua. Sự khác biệt duy nhất giữa người đầu cơ và người môi giới, là người đầu cơ thì đi vòng quanh nơi tổ chức sự kiện cố gắng bán vé, còn người môi giới làm điều này từ một cái bàn và điện thoại. Người đầu cơ yêu cầu tiền mặt còn người môi giới nhận thẻ tín dụng.

Cách khác mà người đầu cơ trở thành hợp pháp là kết hợp dịch vụ của họ với một đại lý du lịch. Hầu như được xem là hợp pháp ở mọi tiểu bang khi các hãng du lịch cung ứng trọn gói gồm phòng ở khách sạn, di chuyển bằng taxi,... và cung cấp kèm theo vé xem sự kiện. Giả sử bạn muốn vé để xem sự kiện mới nhất của "Cuộc chiến thế kỷ". Nếu ở tiểu bang không có đầu cơ và bạn không thể có vé theo cách thông thường, ban vẫn có thể có vé vì các hãng du lịch hiện tại có thể kết hợp vé 100 USD với phòng khách sạn 100 USD, tiền taxi 10 USD và gọi là "cuộc du ngoạn 500 USD". Điều này hợp pháp ở mọi nơi, ngay cả khi "đầu cơ" thì không hợp pháp. Đây cũng là điều mà các nhà kinh tế gọi là sự phân biệt không tạo sự khác biệt.

Vì vậy phải nhấn mạnh rằng các nhà kinh tế thường không đồng ý các quy định chống đầu cơ. Dù là người môi giới hợp pháp hay người đầu cơ bất hợp pháp, họ đều cung ứng dịch vụ. Họ không chỉ giải quyết sự thiếu hụt trên thị trường do nhà tài trợ để lại, họ cũng đem lại sự thuận tiện. Giờ của các phòng bán vé ở các điểm trình diễn lớn không phải luôn luôn đáp ứng

http://tieulun.hopto.org

mong muốn khách hàng. Dòng người tại phòng bán vé hoặc tại các cửa "chờ gọi lại" thường rất dài vào ngày tổ chức sự kiện. Vì các nhà đầu cơ và nhà môi giới đem lại cho chúng ta sự thuận tiện và không gây hại cho ai trong quá trình hoạt động, có ít lý do kinh tế để cấm hoạt động của họ.

Tóm tắt

Bây giờ bạn hiểu đầu cơ vé là gì và tại sao nó tồn tại. Bạn hiểu rằng thị trường vé thuộc lĩnh vực mô hình độc quyền và đường cong chi phí biên tế trình bày ở Chương 4 thì không thích hợp trong kinh doanh vé. Bạn hiểu tại sao các nhà tài trợ có lẽ đã chủ ý tính giá thấp hơn khả năng cho một sự kiện và dẫn đến sự thiếu hụt vé. Bạn hiểu rằng trong tình hình thiếu hụt thường có nơi dành cho thị trường đầu cơ mà người mua vé ở dưới, hoặc bằng, hoặc cao hơn mệnh giá vé và bán chúng kiếm lời. Cuối cùng, bạn hiểu rằng các nhà kinh tế thường xem trọng các dịch vụ như vậy, và thấy có ít lý do để đưa ra luật điều chỉnh chung và thấy có ít sự phân biệt chức năng giữa các dạng hợp pháp và bất hợp pháp của môi giới và đầu cơ xuất hiện trên toàn quốc.

Thuật ngữ

Môi giới Đầu cơ

Câu hỏi dành cho bạn

1. Đầu cơ vé là triệu chứng của:
   a. Các nhà tài trợ thiếu khôn ngoan.
   b. Giá thị trường lớn hơn mệnh giá vé.
   c. Giá thị trường nhỏ hơn mệnh giá vé.
   d. Người tiêu dùng thiếu khôn ngoan.
2. Các nhà kinh tế _____ các hoạt động môi giới và đầu cơ vé.
   a. Không có sự phân biệt nào giữa
   b. Mô hình hóa riêng biệt
   c. Thấy có sự tương phản nổi bật giữa
   d. Bỏ qua
3. Điểm trình diễn tối ưu cho một sự kiện sẽ có:

a. Số ghế ngồi vượt quá số lượng tại đó chi phí biên tế bằng doanh thu biên tế.

b. Số ghế ngồi nhỏ hơn số lượng tại đó chi phí biên tế bằng doanh thu biên tế.

http://tieulun.hopto.org

c. Số ghế ngồi bằng đúng số lượng tại đó chi phí biên tế bằng doanh thu biên tế.

d. Doanh thu biên tế vượt chi phí biên tế khi bán vé tất cả chỗ ngồi.

4. Đặc điểm phân biệt của đường cong chi phí biên tế trong phân tích về điểm trình diễn là chúng có dạng:

a. Đường thẳng đứng.

b. Đường nằm ngang.

c. Đường cong hình dấu tay.

d. Hình chữ L ngược ra sau.

5. Mô hình của một nhà tổ chức là _____, trái lại mô hình của người đầu cơ _____

a. Độc quyền, cạnh tranh độc quyền.

b. Cạnh tranh độc quyền, cạnh tranh hoàn hảo.

c. Độc quyền, độc quyền nhóm.

d. Độc quyền, cạnh tranh hoàn hảo.

6. Nếu luật chống đầu cơ được thực thi dầy đủ, nó sẽ tạo ra:

a. Tổn thất vô ích.

b. Sự tăng đáng kể thặng dư người tiêu dùng.

c. Sự tăng đáng kể thặng dư người sản xuất.

d. Tổn thất đáng kể cho người đến dự sự kiện.

Hãy suy nghĩ

Có các luật ở tiểu bang và cộng đồng chống sự đầu cơ. Nhiều nhà tổ chức chỉ cho người ta mua một số vé giới hạn, vì sợ người mua sẽ bán lại vé sau này. Tại sao một nhà tổ chức lại quan tâm ai mua vé? Nếu bạn là người biểu diễn, bạn có quan tâm?

Hãy thảo luận

Một số người đầu cơ sẽ trả sinh viên cao đẳng tiền kiếm mua thêm vé buổi hòa nhạc cho họ để họ, có thể bán lại sau này. Vì điều này chống lại luật ở một số nơi, có một số rủi ro cho nhà đầu cơ khi sinh viên tự bán vé lại sau đó. Nếu bạn đang xếp hàng mua vé, bạn sẽ làm gì?

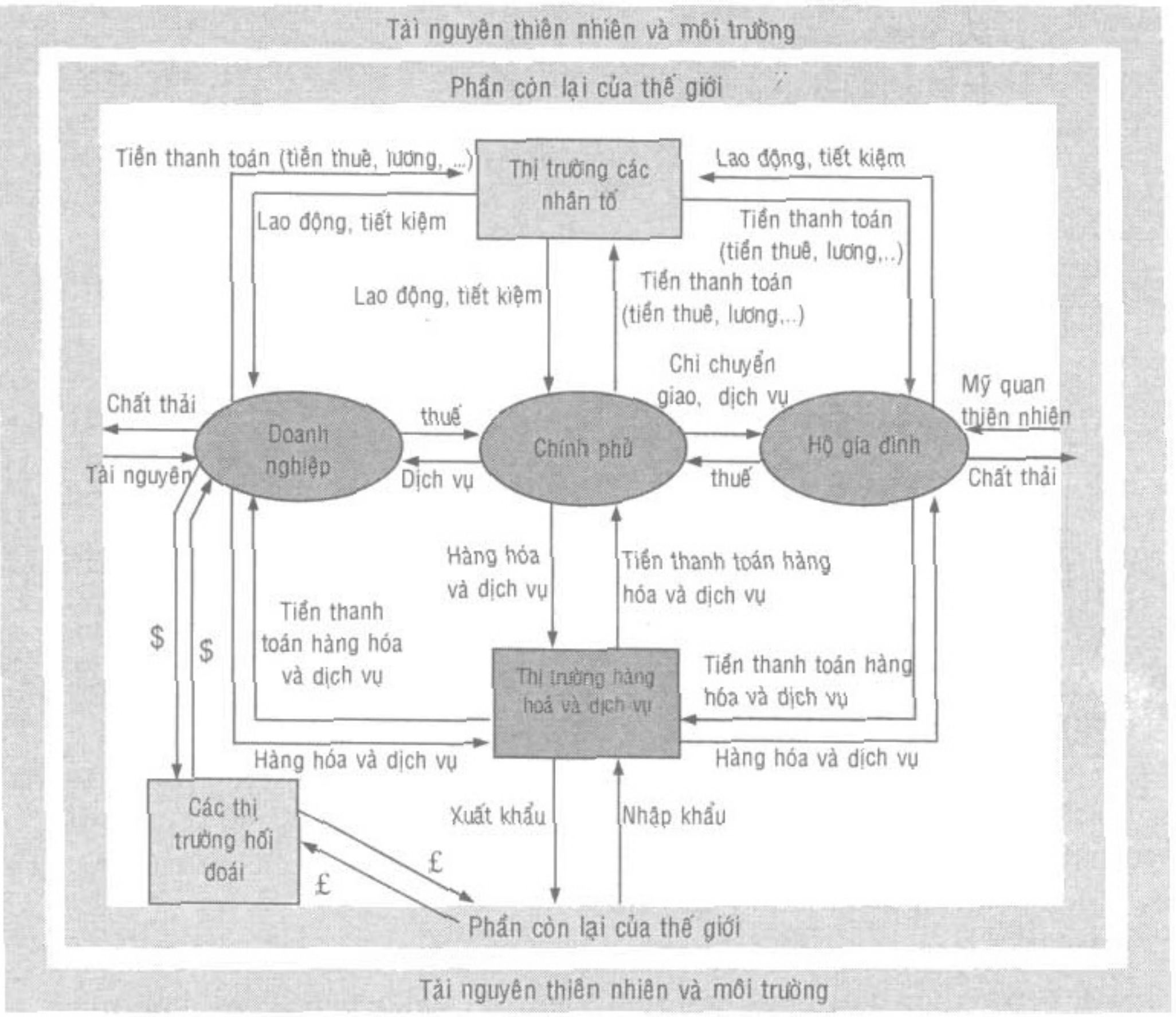
Để tìm hiểu thêm xem

Happel, Stephen, và Marianne Jennings

"Sự sai lầm của các luật chống đầu cơ"

Tạp chí Cato 15, số 1 (Mùa xuân/Hè 1995) trang 65-76

http://tieulun.hopto.org



Nội dung chương tiếp theo

Chương tiếp theo tập trung vào một thị trường dịch vụ cụ thể là thị trường đánh bạc ở sòng bài. Tìm hiểu các khái niệm kinh tế sai về nó và các lý lẽ đúng đắn để hạn chế nó.

http://tieulun.hopto.org

CHƯƠNG 13:

TÁC ĐỘNG KINH TẾ CỦA VIỆC ĐÁNH BẠC Ở SÒNG BÀI

Mục tiêu của chương

Sau khi đọc chương này bạn có thể:

- Hiểu tác động kinh tế tiềm năng của việc đánh bạc ở sòng bài trong bối cảnh vấn đề thay thế địa phương.
- Hiểu các vấn đề tác động ngoại hiện liên quan đến đánh bạc.
- Hiểu rằng bức tranh toàn cảnh của tác động kinh tế địa phương gây ra bởi việc đánh bạc phụ thuộc nhiều vào vị trí của sòng bài.

Chủ đề của chương

- Tác động cảm nhận của đánh bạc ở sòng bài.
- Sự thay thế ở địa phương.
- Tác động kinh tế "vừa phải" của các sòng bạc Casino.
- Các lý do kinh tế phản đối đánh bạc ở sòng bài.
- Tóm tắt.

Khi chính quyền tiểu bang và địa phương gặp các khó khăn về tài chính, một trong các giải pháp đầu tiên đưa ra xem xét là chuyện đánh bạc ở sòng bài. Dù việc đánh bạc mới xuất hiện ở tiểu bang hoặc do mở rộng thêm một chi nhánh nữa ở tiểu bang, đều có lập luận như sau: "Nếu chúng ta mở một sòng bài mới, các công ty đánh bạc sẽ thuê người để xây nó, thêm người để điều hành nó, và cuối cùng tất cả sẽ nộp thuế nhiều hơn. Kịch bản "mọi người đều thắng" này gặp trở ngại với sai sót logic, giống như lập luận "Nếu chúng ta xây dựng, họ sẽ đến" khi dùng nguồn tài trợ công để xây dựng một sân vận động thể thao mới. Điều này tạo thêm tác động ngoại hiện tiêu cực ở các cộng đồng sòng bài.

Tác động cảm nhận của đánh bạc ở sòng bài

Cảm nhận việc đánh bạc có tác động kinh tế lớn đến một cộng đồng thì dễ hiểu. Hơn 50 triệu người Mỹ đặt chân đến sòng bài mỗi năm, với số tiền

http://tieulun.hopto.org

chơi bạc gần 30 tỉ USD. Chính các sòng bài sử dụng 340.000 người và trả hơn 5 tỉ USD tiền thuế. Đó là lý do tại sao đánh bạc trở thành một trong các câu "trả lời" cho khủng hoảng ngân sách tiểu bang, bắt nguồn từ cuộc suy thoái 2001.

Sự thay thế ở địa phương

Lập luận cho rằng một sòng bài đem lại mối lợi kinh tế đối với cộng đồng nào đó, gặp vấn đề là tiền đưa vào sòng bài lấy từ túi tiền của các doanh nghiệp khác, và vì vậy không làm tăng hoạt động kinh tế tổng thể trong cộng đồng. Để giải thích tại sao, tôi sẽ dùng thành phố của tôi làm thí dụ.

Terre Haute, Indiana được biết đến vì hai việc: đó là thành phố có Đại học Larry Bird, và nó là nơi có nhà tù giam giữ và hành quyết Timothy McVeigh. Nó cũng là nơi xảy ra suy thoái kinh tế và giảm dân số. Đã từng được xem là một thành phố lớn của tiểu bang, nó hiện đang tranh đấu để được sự chú ý của các nhà lãnh đạo tiểu bang. Một số nhà lãnh đạo địa phương đề xuất rằng giải pháp kinh tế của Terre Haute sẽ gồm có một tàu lớn trên sông Wabash, xác định khía cạnh phương Tây của thành phố.

Sự thực dễ hiểu: khi một cơ sở như vậy cần chi phí khoáng 100 triệu USD để xây dựng, và phần lớn công việc này dành cho công dân của thành phố. Cũng đúng là một khi đi vào hoạt động, một sòng bài ở Terre Haute sẽ tuyển dụng hàng trăm ngàn công nhân với mọi kỹ năng và trách nhiệm. Vấn đề là phần lớn số tiền đến từ người sẽ chi tiêu để giải trí trong thành phố.

Sự không rõ về việc các sòng bài có phải là câu trả lời cho vấn đề kinh tế của một cộng đồng hay không, bắt nguồn từ sự kiện rằng vấn đề ngay phía trước ban thường che dấu các tác động tiêu cực cùng cường độ tuy phân tán hơn. Điều này đúng ngay cả khi không có các hậu quả xã hội liên quan đến việc đánh bài.

Khi xem xét một cách đúng đắn, phần lớn số tiền chi cho đánh bài trong một cộng đồng là tiền thường đến từ trong cộng đồng. Tác động quan trọng duy nhất xuất hiện khi một sòng bài đặt ở một khu vực gần với nông thôn có thị trường lớn chưa có sòng bài nào. Vì vậy các cư dân ở Cincinnati sẽ lái xe đến Aurora giáp với Indiana để chơi bài, khi họ không muốn đi ngang qua sông Ohio để chi tiêu giải trí. Chicago, Illinois thuộc ranh giới của Illinois và Indiana. Ba thành phố thuộc ranh giới của Indiana là Gary, Michigan City và Hammond đều có các sòng bài, nhưng hầu hết phục vụ cho khu vực đô thị Chicago.

http://tieulun.hopto.org

Một sòng bài ở Terre Haute có thể lôi kéo cư dân ở Indianapolis nhưng không đủ gần để đạt thành công rộng lớn. Một vấn đề khác phụ thuộc thị trường Indianapolis, là nếu vấn đề sòng bài được mở trở lại theo Luật pháp Indiana, các thành phố khác gần Indianapolis hơn chắc chắn sẽ muốn tham gia mở sòng bài. Cuối cùng, người rất có lẽ sẽ quản lý sòng bài ở Terre Haute là người đã chi tiền giải trí ở Terre Haute.

Thí dụ về Indiana này được thực hiện ở nhiều tiểu bang, dù là đánh bạc ở Wisconsin, Missouri hay bất kỳ nơi nào, các tên thành phố thay đổi nhưng ý tưởng thì như nhau.

Tác động kinh tế "vừa phải" của đánh bạc ở Casino

Nhà kinh tế kỳ cựu Thomas A. Garrett của Cục Dự Trữ St. Louis nhấn mạnh rằng: "Tuy phát triển kinh tế được sử dụng bởi ngành công nghiệp sòng bài và chính quyền địa phương để đưa ý tưởng đánh bạc Casino vào các công dân, mức độ thực hiện và phát triển các sòng bài thương mại ở một khu vực có dẫn đến sự phát triển kinh tế không thì vẫn chưa rõ ràng". Tiến sĩ Garrett cho rằng thực tế ủng hộ một "tác động khiêm tốn". Cụ thể thì tác động này phụ thuộc vào vị trí của Casino (nông thôn hay thành thị), và hiện có một thị trường lớn kế cận chưa có Casino hay không.

Nếu không có tác động ngoại hiện liên quan với đánh bạc Casino, dữ liệu của Garrett đề xuất rằng việc đánh bạc không khác với bất kỳ hoạt động giải trí nào khác. Dù nó không phải là liều thuốc hay cho nền kinh tế, sẽ không loại trừ nó là một phần của giải pháp lớn hơn về tăng trưởng kinh tế. Xem lại kinh nghiệm ở tiểu bang cho thấy tác động của đánh bạc Casino thì rất khiêm tốn. Từ 1991 đến 2001, thời kỳ tăng trưởng sòng bài đáng kể ở tiểu bang Indiana, tỉ lệ tăng trưởng thu nhập cá nhân hàng năm ở các tỉnh có một Casino là 5,3%, trong khi ở các tỉnh không có Casino tỉ lệ tăng trưởng hàng năm là 5,2%.

Hơn nữa nhận định Casinos là một mối lợi thu thuế trong cộng đồng thì có phần sai lầm và lừa dối. Phần lớn doanh thu Casino nhận được đúng ra đã được trả cho các điểm giải trí khác nếu không có Casino. Tập trung tiền chi vào một nguồn không làm số tiền này lớn hơn. Sự gia tăng thực tế của doanh thu thuế từ Casino thì đúng vì thuế suất hiệu quả (thực) trên số tiền 1 USD chơi bạc (và thua), thì lớn hơn nhiều thuế suất hiệu quả của 1 USD chi tiêu ở một nhà hàng hay chơi bowling. Đó là sự tăng tiền thuế dựa vào doanh thu của chính quyền địa phương, không phải sự gia tăng hoạt động kinh tế. Không ngạc nhiên khi các nhà chính trị bị lừa về sự hứa hẹn tiền sẽ có từ công nghiệp đánh bạc, họ đưa ra khả năng tăng thuế mà không gặp hậu quả chính trị tiêu cực.

http://tieulun.hopto.org

Các lý do kinh tế phản đối đánh bạc Casino

Các lý do kinh tế phản đối cơ hội tăng trưởng kinh tế khiêm tốn này cũng giống như các nguyên nhân kinh tế phản đối hay giới hạn kinh doanh thuốc lá, rượu, thuốc gây nghiện, và mãi dâm. Đánh bạc thì rõ ràng phạm luật. Người nghiện thuốc bất cứ loại nào sẽ làm bất kỳ điều gì để thỏa mãn ý muốn của họ. Nghiện đánh bạc sẽ làm tăng nợ thẻ tín dụng, thế chấp nhà cửa, và đưa gia đình họ vào tình trạng kinh tế tệ hại trước khi cầu cứu. Điều này dẫn đến một vấn đề khác: đánh bạc có liên quan đến chi phí của người khác ngoài người đánh bạc hay Casino. Khi có **tác động ngoại hiện**, thị trường tự do sẽ sản xuất nhiều hàng hóa và dịch vụ hơn (gồm cả giải trí đánh bạc), thay vì nhất quán với hiệu quả kinh tế.

Tác động ngoại hiện
Tác động tạo ra bởi một thị trường không được điều tiết, lên người không phải là người bán hay người mua

Các nhà tâm lý học nghiên cứu về người đánh bạc đồng ý rằng, hầu hết người đánh bạc lâu năm bị lôi cuốn vào nó, vì họ đã thắng nhiều số tiền lớn trong lần đầu. Điều này tạo một trang thái cảm xúc mê hoặc trong trung tâm não bộ, giống như trường hợp người nghiện hút bị ảnh hưởng, và giống như người nghiện hút, người đánh bạc tiếp tục muốn lập lai cảm xúc mê hoặc này. Dĩ nhiên họ không thể thắng trong dài hạn. Casino làm ra tiền, tiền thuộc những người đánh bac. Đối với nhà thống kê, việc đánh bạc có một "giá trị kỳ vọng" âm. Điều này có nghĩa là bình quân mỗi người dem 100 USD vào Casino sẽ trở ra với số tiền nhỏ hơn 100 USD. Vì bản thân các cuộc đánh bạc không bao giờ "công bằng".

Tiền xâu
Phần trăm kỳ vọng về số tiên mà một sòng bài sẽ giữ bất kỳ từ ván bạc này

Dù đánh bài loại nào, "nhà cái" đều có "**tiền xâu**", hay phần trăm bình quân số tiền có từ một ván bài. "Tiền xâu" để trả cho nhân viên, cơ sở vật chất và lợi nhuận của công ty Casino. Đây là lý do tại sao lại có ít người đánh bạc kiếm tiền bằng việc đánh bạc.

Dĩ nhiên điều này không khác với các dạng giải trí khác. Bạn không bao giờ rời một rạp chiếu phim với tiền trong túi nhiều hơn lúc bước vào. Giả định việc xem phim thì tốt, bạn sẽ không than phiền vì bạn đi xem chiếu phim. Sự cám dỗ của đánh bạc là khả năng thắng. Khi cảm nghiệm đầu tiên của ban về đánh bạc giống tôi (tôi chi 40 USD các đồng 25 cent trong máy nhét tiền trong 20 phút và không thắng đồng nào), nên đánh bài ở Casino không hấp dẫn. Trái lại, các nhà tâm lý học cho rằng khi bạn thắng lớn lần đầu tiên, có sự "mê hoặc". Sự mê hoặc có thể dẫn đến nghiện ngập. Kết quả là bạn có thể đưa ra lập luận chống lại đánh bạc trên cùng cơ sở lập luận rằng cocaine hay methamphetamine là phạm pháp.

http://tieulun.hopto.org

Sự nghiện ngập này cũng tạo ra các hành vi tiêu cực của một người đánh bạc, và các hành vi này có thể ảnh hưởng các bên thứ ba không liên quan. Khi người đánh bạc vay tiền nhiều để dùng đánh bạc, kết quả có thể rất dễ bị phá sản. Tỷ lệ phá sản cao dẫn đến lãi suất vay cao vì các công ty không biết người dùng thẻ tín dụng để mua thực phẩm, quần áo, hoặc các hàng hóa khác cho gia đình hay dùng thẻ tín dụng để đánh bạc. Khi người đánh bạc bỏ vợ chồng hay con của họ nhận trợ cấp công, các hậu quả này là chi phí ngoại hiện của việc đánh bạc. Nếu không điều chỉnh hay không đánh thuế, bất kỳ thị trường nào phát sinh chi phí ngoại hiện như vậy sẽ sản xuất quá nhiều không đúng lượng sản xuất hiệu quả.

Tóm tắt

Bây giờ bạn hiểu rằng rất dễ phóng đại tác động của một sòng bạc mới đến nền kinh tế của một cộng đồng. Tác động này thì "khiêm tốn" vì mức độ thay thế ở địa phương. Không có giải pháp về công việc tốt hơn, thu nhập cao hơn, hay doanh thu thuế nhiều hơn. Bạn cũng hiểu rằng đánh bạc thì gây ra nghiện và các nhà kinh tế xem các hàng hóa gây nghiện thì đáng được điều tiết. Cuối cùng bạn hiểu rằng một Casino sẽ tạo ra chi phí ngoại hiện, và giống như bất kỳ hàng hóa nào tạo ra chi phí ngoại hiện, một thị trường không được điều tiết và đánh thuế sẽ tạo ra sự đánh bạc quá nhiều.

Thuật ngữ

Tác động ngoại hiện. Tiền xâu

Câu hỏi dành cho bạn

1. Lập luận rằng Casino có ít tác động kinh tế đến cộng đồng căn cứ trên khái niệm:
   a. Cung.
   b. Cầu.
   c. Chi phí cơ hội.
   d. Sự thay thế ở địa phương.
2. Các nhà kinh tế thường tin rằng một sòng bạc mới ở một thành phố đã có sòng bạc có thể tạo ra tác động kinh tế:
   a. Tiêu cực lớn.
   b. Tiêu cực vừa phải.
   c. Tích cực lớn.
   d. Tích cực vừa phải.

http://tieulun.hopto.org

3. Cộng đồng nào sau đây lẽ chứng kiến tác động kinh tế lớn nhất do một Casino mới:

a. Plainfield , IN (ngay vùng bên ngoài Indianapolis).

b. Gary, IN (bên ngoài Chicago và đã có một Casino).

c. Terre Haute, IN (cách Indianapolis 70 dặm, không có trung tâm dân cư nào cách đó dưới 180 dặm).

d. Las Vegas ,NV.

4. Phần trăm số tiền Casino kiếm được bình quân mỗi ván bài được gọi là:

a. Tiền xâu.

b. Đường cắt.

c. Số tiền nhận được.

d. Sự ăn cắp.

5. Lập luận rằng tăng số Casino trong một tiểu bang sẽ tăng tổng doanh thu thuế ở tiểu bang thì:

a. Chính xác, vì chúng đóng thuế lớn.

b. Bị phóng đại nhưng đúng một phần vì có sự thay thế về tiền thuế, nhưng lợi nhuận từ đánh bạc phải nộp thuế nặng hơn các lợi nhuận khác.

c. Bị đánh giá thấp, vì họ nộp tiền thuế nhiều hơn số được biết.

d. Sai vì lợi nhuận của Casino không bị đánh thuế.

6. Sự lo ngại rằng đánh bạc không chỉ ảnh hưởng người đánh bạc và Casino, mà còn ảnh hưởng người khác được gọi là _____, và đề nghị rằng sẽ có sự sản xuất quá _____ trong một thị trường không được điều tiết hay đánh thuế.

a. Tác động ngoại hiện dương, nhiều.

b. Tác động ngoại hiện âm, nhiều.

c. Tác động ngoại hiện dương, ít.

d. Tác động ngoại hiện âm, ít.

Hãy suy nghĩ

Các công ty đánh bạc, Wal-Mart và các đội thể thao đều là các tình huống tương tự về phương diện phát triển kinh tế, và hầu hết đều sai vì cùng lý do: sự thay thế ở địa phương. Tại sao chúng vẫn thành công trong sự phóng đại tác động kinh tế cúa chúng?

Hãy thảo luận

http://tieulun.hopto.org

Tác động của sự nghiện đánh bạc thì tương tự như các sự nghiện ngập khác tuy nó ít rõ ràng hơn. Nghiện rượu, nghiện thuốc phiện thì dễ phát hiện. Một phần của vấn đề là những người đánh bạc lâu năm có thể thành công khi mê đánh bạc (thắng một giải vô địch bài Pôker trên TV) hoặc không thành công (mất tất cả), tuy không ai trở thành người nghiện thành công. Có phải đánh bạc chỉ là vấn đề đối với người thua bạc? Các sòng bạc có nên chỉ cho phép người đánh bạc mất một khoản tiền nào đó thôi không?

Để tìm hiểu thêm xem

• Evans, W. N và I. Topoleski, "Tác động xã hội và kinh tế của các Casino ở Hoa Kỳ" Tài liệu nghiên cứu của NBER Số 9198: http://papers. nber. org/paper/w9198

• Garrett, Thomas A., *Đánh bạc Casino ở Hoa Kỳ và tác động kinh tế của nó* Ngân hàng Dự trữ liên bang của St. Louis:
http://research. Stlouisfed. org/regecon/CasinoGambling. pdf

• Garrett, Thomas A., và Mark W. Nichols., *Casino có tạo ra phá sản?* Ngân hàng dự trữ Liên bang của St. Louis:
http://research. stlouisfed. org/wp/2005/2005-019. pdf

http://tieulun.hopto.org



Những Chủ đề Kinh Tế học Hiện đại

- *Kinh Tế Vi Mô*

Tác giả: Robert C. Guell

Biên dịch: Th.S. Nguyễn Văn Dung

Chịu trách nhiệm xuất bản:
BÙI QUANG HUY

Biên tập : Mai Thu Thảo

Sửa bản in : Hoàng Mai

Bìa : Võ Thị Kim Thoa

In 1000 bản, khổ 16 x 24 cm tại Công ty in Khánh Hội

Số ĐKKHXB 63-2008/CXB/29-74/ĐoN. Cục xuất bản xác nhận ngày. 11/01/2008

Quyết định xuất bản số 619/QĐ-ĐoN do NXB TH Đồng Nai cấp ngày 04/12/2008

In xong và nộp lưu chiểu Quý III năm 2009

Nhà Xuất bản Tổng hợp Đồng Nai, 210 Nguyễn Ái Quốc, TP.Biên Hòa, Đồng Nai

Ban Giám đốc 0613 822613 – Fax: 0613 946530

Ban Biên tập 0613 825.292 - Phòng Tị Sự 0613.946.521 – 3.946 519

Phòng kế toán 0613.946.520 – Email: nxbdongnai@hcm.vnn.vn

http://tieulun.hopto.org

Kinh tế vi mô

Lý thuyết cơ bản Các vấn đề của thời đại Phong cách đối thoại

Các chủ đề cơ bản về kinh tế vi mô: chi phí cơ hội, mô hình cung và cầu thị trường, độ dàn hồi, sản xuất - chi phí - thu nhập của doanh nghiệp.

- Các dạng thị trường từ cạnh tranh hoàn hảo tới độc quyền.
- Ngoài ra còn các chủ đề đặc biệt như mô hình kinh doanh bán lẻ Walmart,.. Tiền lương, tiền thuê
- Được tác giả trình bày dưới dạng sinh động trong thực tiễn kinh tế và đời sống.

Kinh tế vĩ mô



Kinh tế phát triển





Nghiêm cấm in ấn, sao chép dưới mọi hình thức

Kinh tế Hương Huy

The McGraw-Hill Companies

McGraw-Hill Higher E

566 9 7

ISBN 203-0-03-001235-1
MHID 0-00-000000-0

2 030010 003522

Giá: 43.000 đ

Tổng phát hành tại:

Nhà Sách KINH TẾ

Trụ sở chính: 490B Nguyễn. T. M. Khai, P.2, Q.3 TP.HCM - ĐT: 08.38337462
Chi nhánh: Số 41 Đào Duy Từ, P.5, Q.10, TP.HCM, ĐT: 08.38570424
Fax: 08. 38337462 - Email: nhasachkinhte@hcm.fpt.vn
Hãy truy cập vào địa chỉ website của chúng tôi
www.nhasachkinhte.vn
Sách kinh tế: Sức mạnh của tri thức thành công!

http://tieulun.hopto.org