

ĐOÀN THỊ MỸ HẠNH

Kinh tế học

KINH DOANH

Lời tác giả

Với mong muốn góp phần làm phong phú nguồn tài liệu tham khảo cho các môn Kinh tế học quản lý, Kinh tế học kinh doanh, Lý thuyết giá cả... chúng tôi biên soạn quyển sách này.

Nội dung quyển sách được trình bày thành 6 chương. Trong mỗi chương ngoài phần lý thuyết còn có các câu hỏi, bài tập và tình huống giúp sinh viên nắm vững lý thuyết. Riêng phần “Từ lý thuyết đến thực tiễn” giới thiệu những ứng dụng của lý thuyết trong thực tế cuộc sống giúp cho sinh viên biết lý thuyết được vận dụng vào thực tiễn như thế nào.

Hy vọng quyển sách sẽ nhận được sự quan tâm của quý đồng nghiệp và các bạn sinh viên.

TS Đoàn Thị Mỹ Hạnh

Chương 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN TRONG LÝ THUYẾT GIÁ CẢ

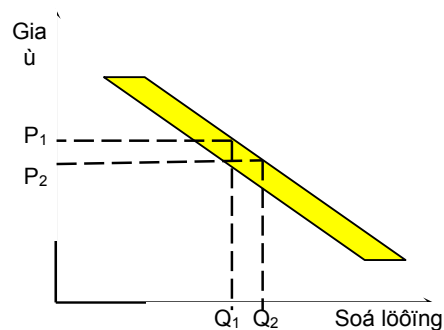
Trước khi tìm hiểu những khái niệm trong Kinh tế học vi mô được ứng dụng vào thực tiễn như thế nào, chúng ta cần nhớ lại những điều căn bản đã học trong Kinh tế vi mô phần đại cương. Chương này nhắc lại một số vấn đề căn bản làm nền tảng để tiến đến những nghiên cứu ứng dụng lý thuyết vào thực tiễn.

CẦU VÀ CUNG THỊ TRƯỜNG: HẠN CHẾ CỦA LÝ THUYẾT KHI ỨNG DỤNG VÀO THỰC TIỄN

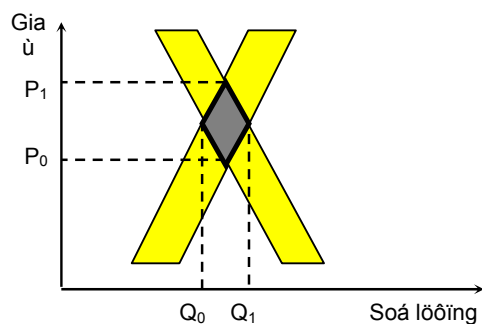
Đường cầu của một hàng hoá biểu thị mối quan hệ giữa số lượng mà người tiêu dùng dự định mua với giá của hàng hoá đó trong một khoảng thời gian nhất định (những điều kiện khác được giữ nguyên). Các điều kiện khác là các nhân tố phi giá hợp thành một tình huống thị trường có tác động làm cho đường cầu dịch chuyển khi ta nghiên cứu qua nhiều kỳ liên tiếp.

Đường cầu trong lý thuyết giá cả là một đường nét mảnh với mỗi điểm trên đường cầu cho ta biết số lượng mua tương ứng với một mức giá nhất định. Tuy nhiên trong thực tế khó mà xác định được số lượng cầu ở mỗi giá một cách chính xác vì trên thị trường cạnh tranh có rất nhiều người mua. Hơn nữa do thị trường có rất nhiều người bán, giá bán của người này và người khác, ở nơi này và nơi khác, lúc này và

lúc khác cũng có chênh lệch nhất định. Vì thế để mô tả cầu sát với thực tế thị trường hơn, các nhà kinh tế học ứng dụng tán thành cách dùng đường cầu có bản rộng. Với đường cầu dạng này tương ứng với mỗi khoảng giá gồm nhiều mức giá là một khoảng cầu gồm nhiều mức cầu, chẳng hạn như trên đồ thị 1.1 tương ứng với khoảng giá P_1P_2 là khoảng cầu Q_1Q_2 .



Đồ thị 1.1: Đường cầu bản rộng



Đồ thị 1.2: Cân bằng của thị trường với đường cầu và cung bản rộng

Tương tự như vậy, đường cung biểu thị mối quan hệ giữa số lượng mà các doanh nghiệp dự định bán và giá của hàng hoá đó trong một khoảng thời gian nhất định tương ứng với một tình huống thị trường cụ thể. Để khắc phục hạn chế của đường cung nét mảnh khi mô tả một thị trường thực tế ta nên dùng đường cung bản rộng.

Với đường cầu và đường cung bản rộng giá cân bằng của thị trường không là một mức giá duy nhất mà sẽ là một khoảng giá. Tương ứng với khoảng giá là khoảng số lượng như trên đồ thị 1.2.

CẦU THỊ TRƯỜNG VÀ CẦU VỀ SẢN PHẨM CỦA HÃNG

Cầu thị trường của một loại sản phẩm nào đó cho biết cầu của những người tiêu dùng về sản phẩm đó. Nếu thị trường là độc quyền hoàn toàn thì hàm cầu thị trường cũng chính là hàm cầu về sản phẩm của hãng độc quyền đó. Trong những trường hợp khác thị trường gồm có một số hãng hoặc rất nhiều hãng thì hàm cầu về sản phẩm của hãng chỉ cho biết phần nhu cầu của người tiêu dùng đối với sản phẩm của riêng hãng. Nếu đã biết được hàm cầu thị trường và thị phần của hãng ta có thể suy ra được hàm cầu về sản phẩm của hãng. Trong thực tế, sản phẩm của các hãng có thể lực độc quyền hiếm khi hoàn toàn giống nhau nên các hãng thường ước lượng hàm cầu về sản phẩm của hãng từ những số liệu về số lượng bán được qua các thời kỳ.

NHẬN DẠNG VÀ ƯỚC LƯỢNG CẦU

Các phương pháp định tính dựa trên những phân tích suy luận mà không dùng mô hình toán chỉ cho phép nhận dạng được cầu chứ không xác định được hàm cầu. Chúng được dùng trong trường hợp không có được những số liệu quá khứ, chẳng hạn như, khi một hãng chuẩn bị đưa sản phẩm mới ra thị trường. Những phương pháp này cũng có thể cho những kết quả tốt trong những trường hợp sau:

(Những số liệu quá khứ ngay cả khi thu thập được cũng không đủ tin cậy để làm dự báo.

(Khi cần so sánh những kết quả dự báo với các kết quả tính được bằng phương pháp định lượng.

(Trong trường hợp sự phát triển của ngành khoa học trọng yếu có ảnh hưởng mạnh đến chi phí của sản phẩm và từ đó có ảnh hưởng đến sự thay đổi của cầu sản phẩm.

(Khi có sự thay đổi lớn về hành vi mua sắm của người tiêu dùng.

Những phương pháp định tính được các nhà kinh tế ưa dùng như: thử nghiệm, điều tra lấy ý kiến người tiêu dùng, phương pháp Delphi hay lấy ý kiến các chuyên gia, dự báo cảm tính hay trực giác, phương pháp phân tích lịch sử...

Các phương pháp định lượng cho phép ước lượng được hàm cầu vì dựa trên những phân tích một cách hệ thống các số liệu quá khứ, nghiên cứu phát hiện mô hình biểu thị tốt nhất diễn biến và sau đó dùng mô hình này để dự báo. Các phương pháp định lượng có thể được chia thành 2 nhóm là: các phương pháp nhân quả và các phương pháp phân tích chuỗi số liên hoàn. Các phương pháp nhân quả như hồi quy đơn, hồi quy đa biến và mô hình kinh tế lượng, phương pháp bảng biểu... cho phép phát hiện các yếu tố thực có thể định lượng được có

ảnh hưởng đến diễn biến xảy ra trong quá khứ của một biến dự báo, đánh giá mức độ tác động của từng yếu tố này đến diễn biến trong quá khứ và đưa các biến này vào trong mô hình dự báo. Các phương pháp chuỗi số liên hoàn như mô hình mức trung bình, mô hình xu hướng, mô hình theo chu kỳ... không quan tâm đến các yếu tố giải thích mà chỉ quan tâm đến xu hướng hay diễn biến theo thời gian. Mục tiêu mà các phương pháp này nhằm đến là xác định được mô hình toán từ diễn biến của các biến trong quá khứ.

CO GIÃN CỦA CẦU VÀ CUNG

Độ co giãn của cầu hoặc cung đối với một yếu tố tác động nào đó, là % biến đổi của cầu hoặc của cung khi yếu tố tác động biến đổi 1%. Công thức chung để tính độ co giãn như sau:

$$\text{Độ co giãn} = \frac{\% \text{ biến đổi của cầu hoặc cung}}{\% \text{ biến đổi của yếu tố tác động}}$$

Từ công thức trên ta có thể tính được độ co giãn theo giá của cầu nếu đưa số liệu về phần trăm biến đổi của cầu vào tử số và đưa số liệu về phần trăm biến đổi giá của chính hàng hoá đó vào mẫu số. Tương tự như vậy nếu muốn tính độ co giãn theo thu nhập của cầu thì đưa số liệu về phần trăm biến đổi của thu nhập vào mẫu số...

Các kết quả tính được về độ co giãn có ý nghĩa quan trọng trong thực tiễn quản lý doanh nghiệp. Độ co giãn theo giá của cầu là một thông tin quan trọng để các doanh nghiệp lựa chọn chính sách giá,

hoạch định kế hoạch về doanh thu, định giá bán, xác định chi phí quảng cáo tối ưu... Cùng với độ co giãn theo giá của cung, nó là một chỉ tiêu được dùng để dự đoán xu hướng thay đổi của giá khi nhà nước điều chỉnh thuế suất. Độ co giãn theo thu nhập là một trong những căn cứ để nhà nước lựa chọn ngành ưu tiên phát triển, để các doanh nghiệp hoạch định chính sách phát triển sản phẩm. Độ co giãn chéo là căn cứ để các hãng đa sản phẩm lựa chọn chính sách giá sao cho tổng doanh thu của toàn hãng tăng lên. Độ co giãn theo chi phí quảng cáo cho phép các hãng đánh giá được hiệu quả của chi phí quảng cáo tăng thêm... Nói chung khái niệm về độ co giãn có nhiều ứng dụng rất hữu ích, chúng ta sẽ lần lượt nghiên cứu chi tiết ở các chương sau.

LỰA CHỌN PHỐI HỢP SẢN PHẨM TIÊU DÙNG HOẶC YẾU TỐ SẢN XUẤT TỐI ƯU

Nếu mục tiêu mà người tiêu dùng nhằm tới khi lựa chọn mua sắm hàng hoá là tối đa hoá lợi ích thì họ sẽ tìm cách để chọn phương án tiêu dùng tối ưu trong giới hạn của ngân sách. Đó là phối hợp sản phẩm thỏa điều kiện cân bằng lợi ích biên tính cho 1 đơn vị tiền của các loại sản phẩm khác nhau được mua. Tương tự như vậy nếu mục tiêu mà nhà sản xuất nhằm tới khi lựa chọn mua các yếu tố sản xuất dùng vào sản xuất là tối đa hoá sản lượng thì họ sẽ chọn phối hợp tối ưu trong giới hạn của một mức chi phí nhất định. Đó là phối hợp các yếu tố thỏa điều kiện cân bằng năng suất biên tính cho 1 đơn vị tiền của các loại yếu tố khác nhau được mua

Để tìm phối hợp sản phẩm tiêu dùng tối ưu hay phối hợp yếu tố sản xuất tối ưu nói trên, ta cũng có thể dùng phương pháp phân tích bằng hình học với đồ thị gồm những đường biểu thị cho ước muốn và ràng buộc. Phối hợp tối ưu được xác định tại tiếp điểm của đường

đẳng ích và đường ngân sách hay tại tiếp điểm giữa đường đẳng lượng và đường đẳng phí.

LỢI NHUẬN KINH TẾ VÀ LỢI NHUẬN KẾ TOÁN

Trong thực tế tất cả số liệu về lợi nhuận do các hãng công bố đều là lợi nhuận kế toán. Đó là số tiền chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng giá thành. Từ số liệu về lợi nhuận kế toán, nhà quản lý doanh nghiệp có thể đánh giá được công việc đang làm tốt đến đâu nhưng không thể so sánh được hoạt động hiện tại của doanh nghiệp với sự lựa chọn tốt nhất khác có thể.

Do các nhà kinh tế quan tâm đến các quyết định phải ra và các lựa chọn hợp lý phải làm nên theo quan niệm của họ, lợi nhuận chỉ là phần chênh lệch giữa số thu được từ đầu tư vốn và lao động vào công cuộc kinh doanh đang tiến hành với số thu được nếu chúng được đầu tư vào một công cuộc kinh doanh khác. Vì thế từ lợi nhuận kinh tế họ có thể đi đến quyết định tiếp tục công cuộc kinh doanh đang tiến hành hay chuyển hướng đầu tư sang nơi khác.

MỤC TIÊU CỦA HÃNG

Nếu như người tiêu dùng tìm cách tối đa hoá lợi ích khi tiêu dùng sản phẩm thì các nhà doanh nghiệp tìm cách để tối đa hoá lợi nhuận. Để đạt được mục tiêu này họ cần phải lựa chọn mức sản lượng theo nguyên tắc cân bằng doanh thu biên và chi phí biên dù cho doanh nghiệp hoạt động trên thị trường có cơ cấu như thế nào.

Tuy nhiên, ngày nay một số nhà kinh tế không thừa nhận hoạt động của hãng đương nhiên là nhằm đạt được lợi nhuận kinh tế tối đa. Đó là vì trong nhiều công ty hiện đại có sự tách rời giữa quyền sở hữu

và sự quản lý khiến cho các công ty này theo đuổi những mục tiêu khác với lợi nhuận tối đa. Ở những hãng rất lớn, người quản lý có thể thoát khỏi sự kiểm soát của những người chủ để tìm kiếm những lợi ích cho riêng mình.