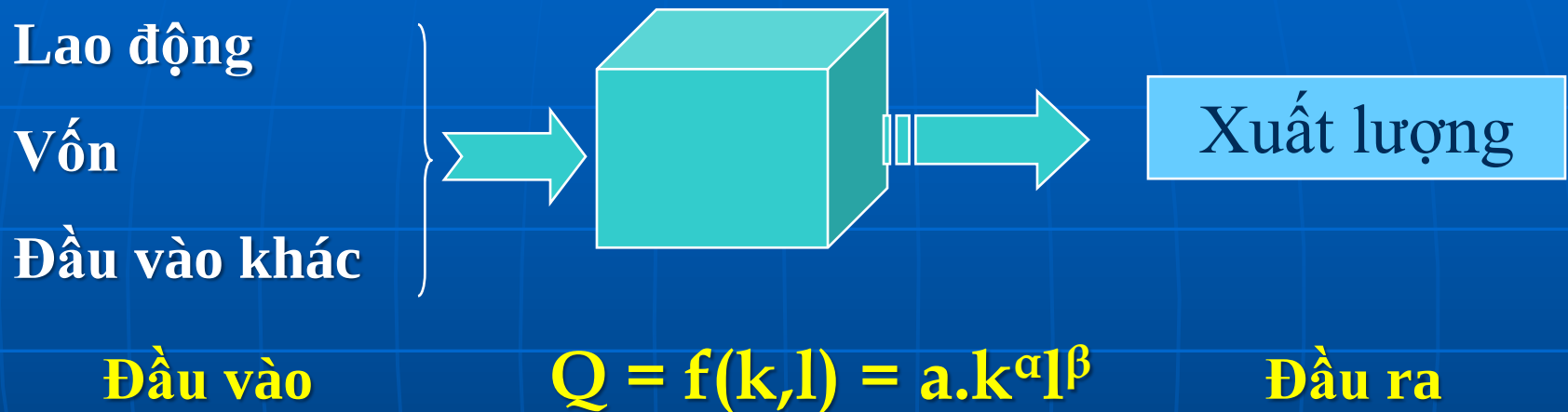


Bài 4

LÝ THUYẾT SẢN XUẤT

(Bài trình bày có sử dụng slides của các năm trước)

Hãng từ góc nhìn tân cổ điển



Bài toán cơ bản: Lựa chọn công nghệ và số lượng đầu vào để **tối đa hóa lợi nhuận** với các **ràng buộc** trên thị trường đầu vào và đầu ra

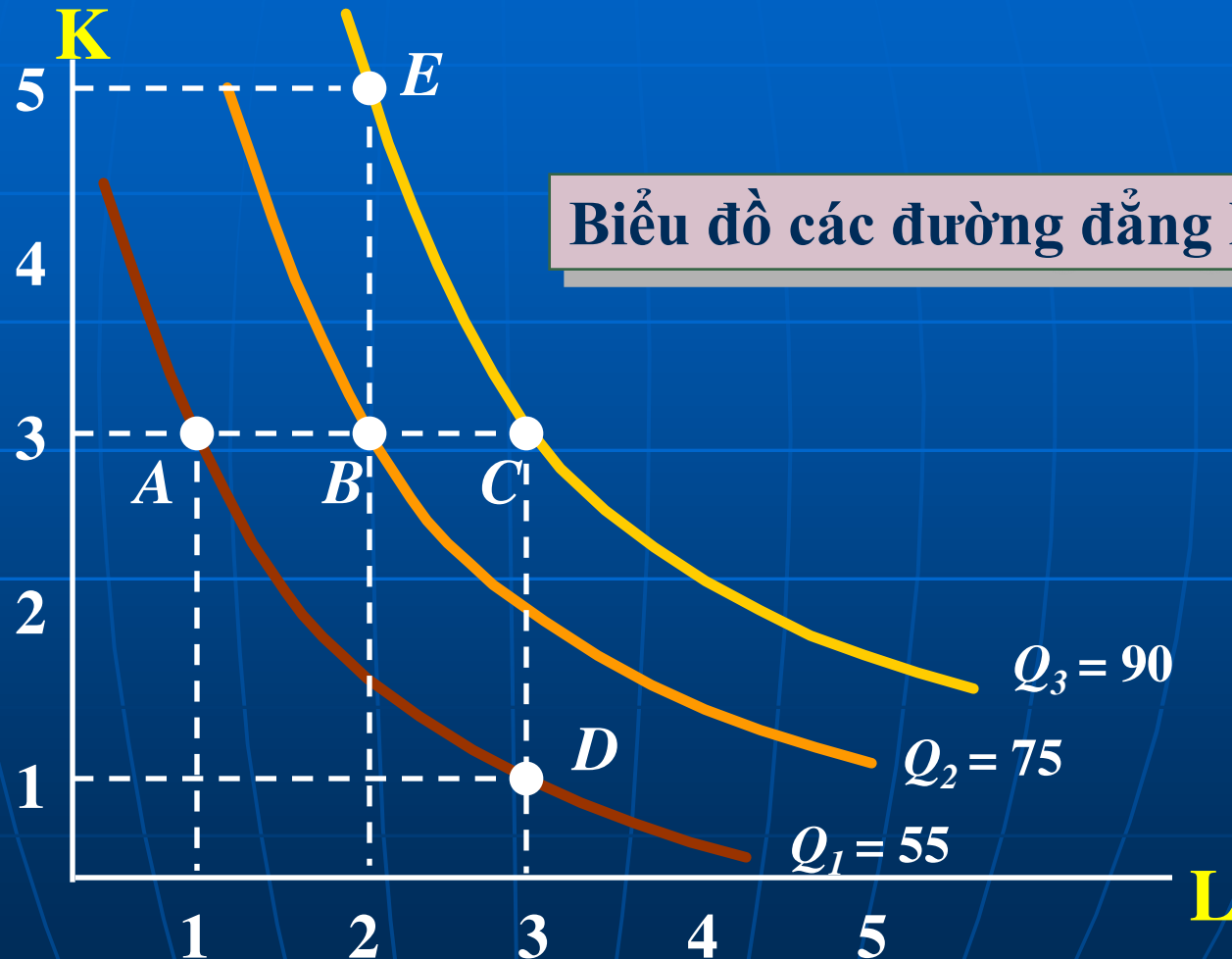
$$\max_{k,l} \pi = P * f(k,l) - (r.k + w.l)$$

Đường đẳng lượng

- Đường đẳng lượng là tập hợp những kết hợp khác nhau của các yếu tố đầu vào nhưng cùng tạo ra một mức sản lượng như nhau.
- Độ dốc của đường đẳng lượng là tỷ lệ thay thế kỹ thuật biên giữa hai yếu tố đầu vào.

$$MRTS_{LK} = - \Delta k / \Delta l$$

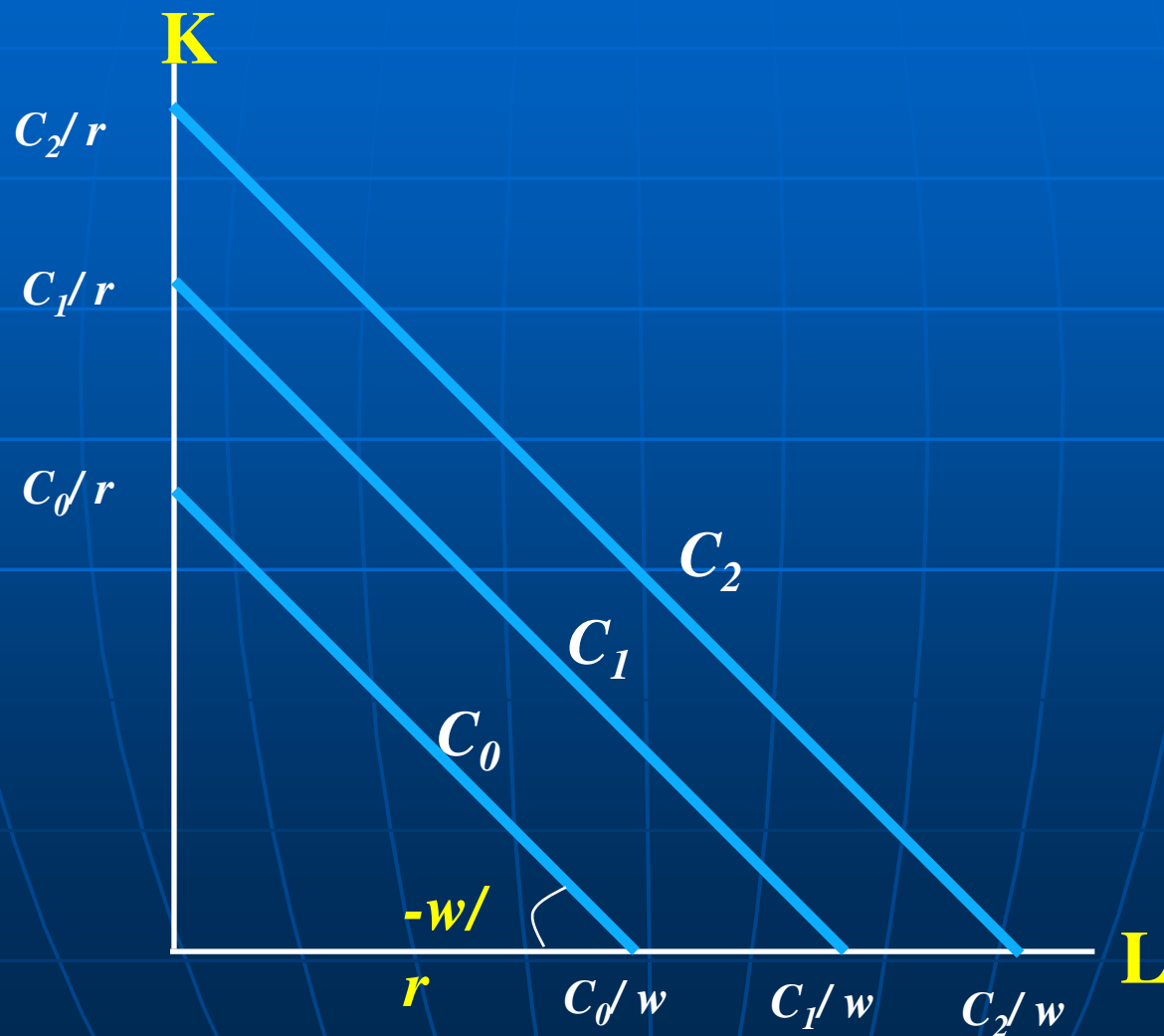
Đường đẳng lượng



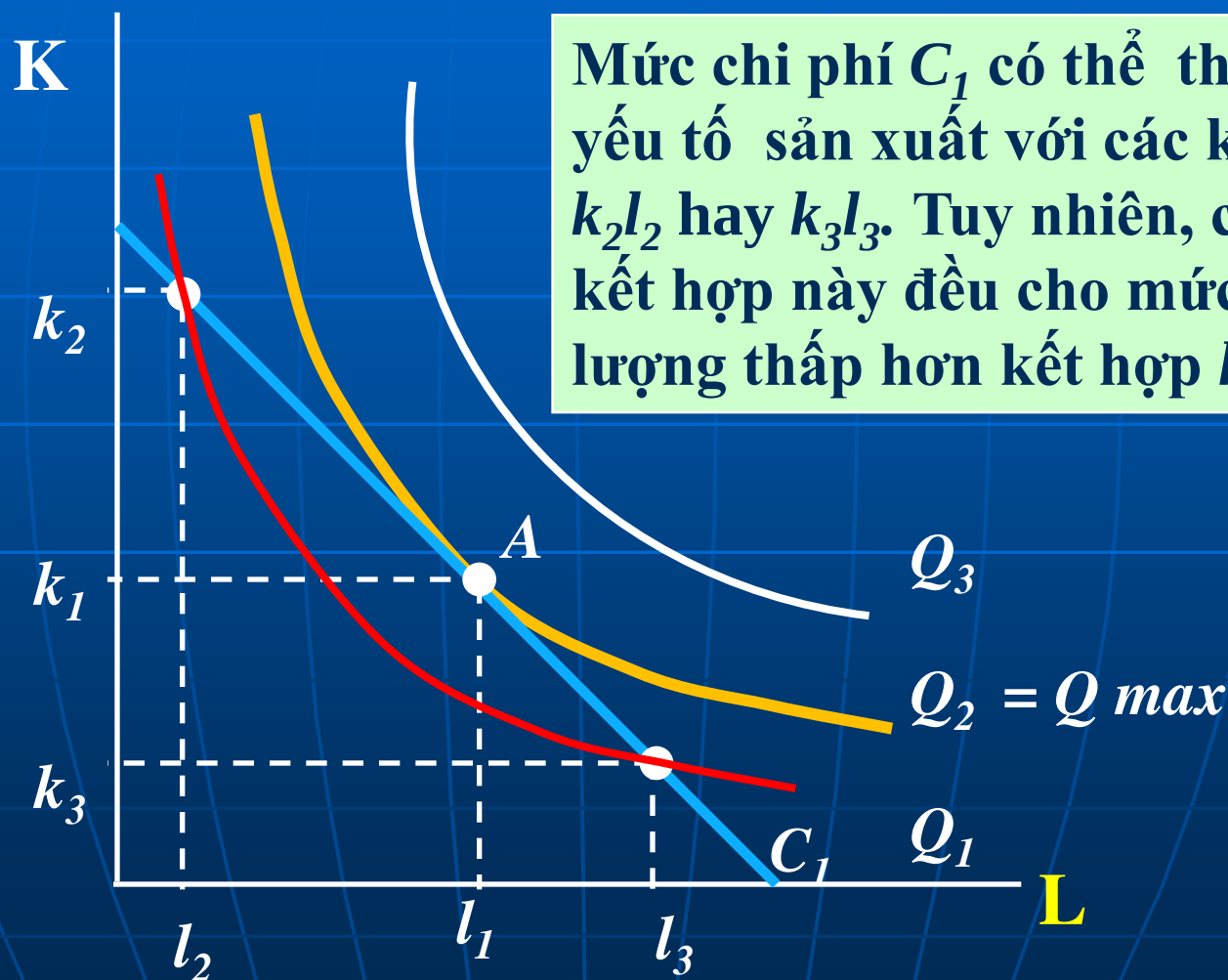
Đường đẳng phí

- **Đường đẳng phí** là tập hợp những kết hợp khác nhau của hai yếu tố sản xuất với cùng một mức chi phí sản xuất.
- **Độ dốc** của đường đồng phí là số âm của tỷ giá hai yếu tố sản xuất = $-w/r$

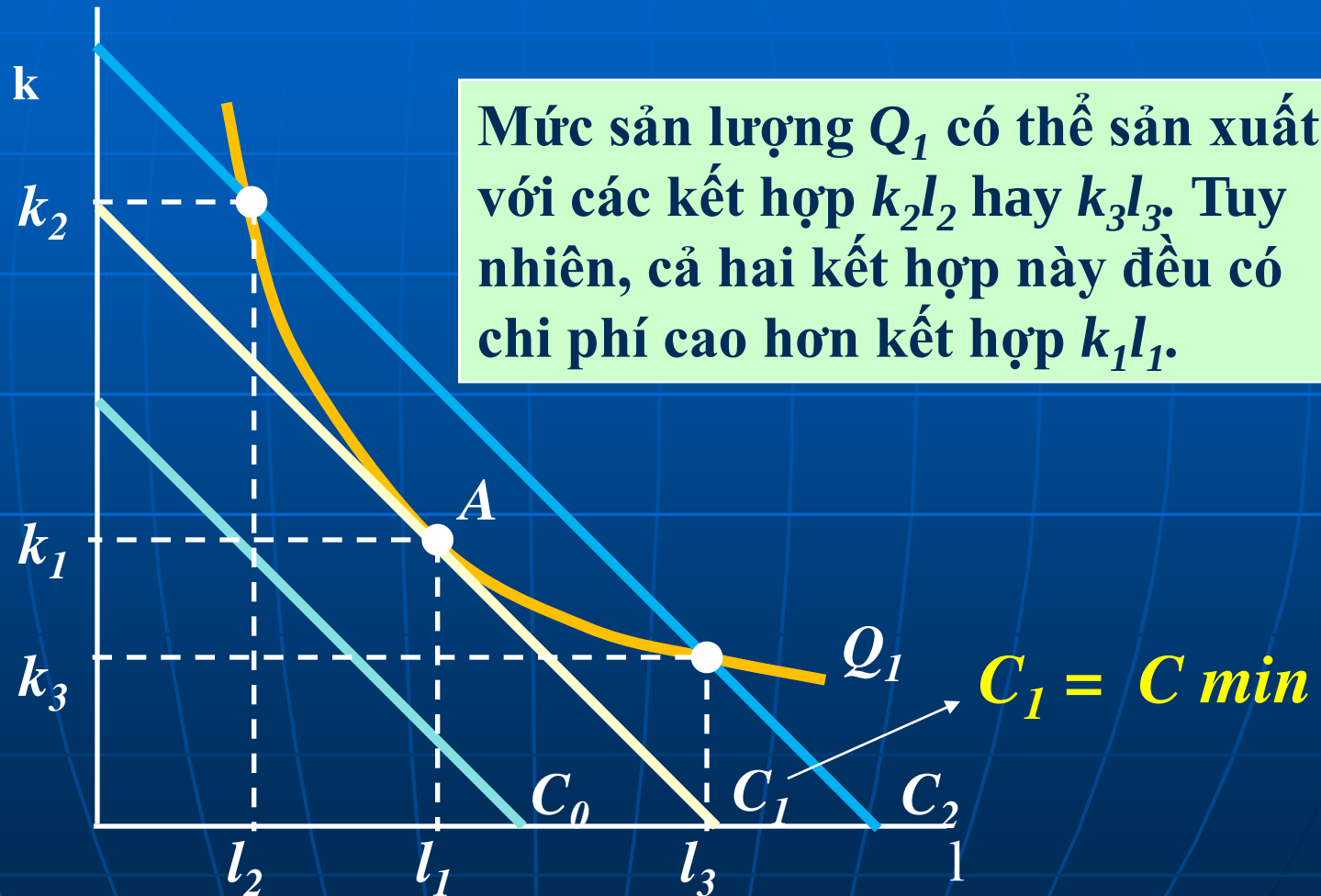
Đường đẳng phí



Phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất: Chi phí cho trước, sản lượng cao nhất



Phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất: Sản lượng cho trước, chi phí thấp nhất



Phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất

- Phối hợp tối ưu:

Độ dốc đường đẳng lượng = Độ dốc đường đẳng phí

$$\Delta k / \Delta l = -w / r$$

$$\text{Mà: } MRTS_{LK} = -\Delta k / \Delta l$$

Do đó, tại điểm phối hợp các yếu tố sản xuất tối ưu:

$$MRTS_{LK} = w / r$$

Năng suất biên và phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất

- Mặt khác: $MP_L(\Delta l) + MP_K(\Delta k) = 0$

- Sắp xếp lại : $MP_L/MP_K = - \Delta k/ \Delta l$

Do: $MRTS_{LK} = - \Delta k/ \Delta l$

- Nên có thể viết: $MRTS_{LK} = MP_L/MP_K$

Năng suất biên và phối hợp tối ưu các yếu tố sản xuất

- Khi các yếu tố sản xuất được kết hợp tối ưu :

$$MRTS_{LK} = w/r \quad (1)$$

Mà: $MRTS_{LK} = MP_L / MP_K$

- Nên điều kiện tối ưu có thể viết:

$$MP_L / MP_K = w / r \quad (2)$$

- Hoặc viết: $MP_L / w = MP_K / r \quad (3)$

Mối quan hệ giữa sản lượng và quy mô

- **Sản lượng tăng dần theo quy mô** (increasing returns to scale): sản lượng tăng với tỷ lệ cao hơn mức tăng của các nhập lượng.
- **Sản lượng không đổi theo quy mô** (constant returns to scale): sản lượng tăng với tỷ lệ bằng với mức tăng của các nhập lượng.
- **Sản lượng giảm dần theo quy mô** (decreasing returns to scale): sản lượng tăng với tỷ lệ thấp hơn mức tăng của các nhập lượng.

Sự tương đồng giữa lý thuyết hành vi người tiêu dùng và lý thuyết sản xuất

NGƯỜI TIÊU DÙNG

Tối đa hóa mức thỏa dụng

- Đường đẳng ích
- Đường ngân sách

Hàm thỏa dụng $U(x,y)$

P_X, P_Y

$I = I_0$ hoặc $U = U_0$

**MỤC TIÊU
TỔNG QUÁT**

**CÔNG CỤ
PHÂN TÍCH**

**THÔNG TIN
BÀI TOÁN**

NHÀ SẢN XUẤT

Tối đa hóa lợi nhuận

- Đường đẳng lượng
- Đường đẳng phí

Hàm sản xuất $Q(k,l)$

w, r

$C = C_0$ hoặc $Q = Q_0$

Sự tương đồng giữa lý thuyết hành vi người tiêu dùng và lý thuyết sản xuất

NGƯỜI TIÊU DÙNG

NHÀ SẢN XUẤT

BÀI TOÁN CHÍNH TẮC

$$\text{MAX } U = U(x, y)$$

MỤC TIÊU

$$\text{MAX } Q = Q(k, l)$$

$$xP_x + yP_y = I_0$$

RÀNG BUỘC

$$wl + rk = C_0$$

BÀI TOÁN ĐỐI NGÃU

$$\text{MIN } E = xP_x + yP_y$$

MỤC TIÊU

$$\text{MIN } C = wl + rk$$

$$U(x, y) = U_0$$

RÀNG BUỘC

$$Q(k, l) = Q_0$$

Sự tương đồng giữa lý thuyết hành vi người tiêu dùng và lý thuyết sản xuất

NGƯỜI TIÊU DÙNG

Đường ngân sách tiếp xúc với đường đẳng ích

Độ dốc đường ngân sách = Độ dốc đường đẳng ích

$$Dy/Dx = - P_x / P_y$$

$$MRS_{XY} = P_x / P_y$$

$$MU_X / MU_Y = P_x / P_y$$

$$MU_X / P_X = MU_Y / P_Y$$

ĐIỀU
KIỆN
TỐI
ƯU

NHÀ SẢN XUẤT

Đường đẳng phí tiếp xúc với đường đẳng lượng

Độ dốc đường đẳng phí = Độ dốc đường đẳng lượng

$$Dk/Dl = - w / r$$

$$MRTS_{LK} = w/r$$

$$MP_L / MP_K = w/r$$

$$MP_L / w = MP_K / r$$

Bài 5

LÝ THUYẾT CHI PHÍ

(Bài trình bày có sử dụng slides của các năm trước)

Chi phí cơ hội

- Chi phí trong kinh tế học là **chi phí cơ hội** (opportunity cost) hay **chi phí kinh tế** (economic cost).
 - Chi phí cơ hội của việc sản xuất một hàng hoá là **giá trị thay thế cao nhất** của các nguồn lực được sử dụng để sản xuất ra hàng hoá đó.
 - Chi phí cơ hội bao gồm
 - Chi phí biểu hiện (explicit costs)
 - Chi phí ngầm ẩn (implicit costs)

Chi phí cơ hội và lợi nhuận kinh tế

■ Lợi nhuận kinh tế

- Lợi nhuận kinh tế bằng doanh thu trừ **chi phí kinh tế** (chi phí cơ hội) của sản xuất.
- Lợi nhuận kinh tế và lợi nhuận kế toán khác nhau như thế nào?

Chi phí chìm (sunk cost)

- **Chi phí chìm** (sunk cost) là chi phí đã xảy ra trong **quá khứ** và **không thể thu hồi**.
- Chi phí chìm có phải là chi phí cơ hội?
- **Không!** Vì vậy, trong các quyết định thuần túy duy lý, chi phí chìm không được sử dụng khi ra quyết định.

Các loại chi phí của doanh nghiệp

$$TC = TFC + TVC$$

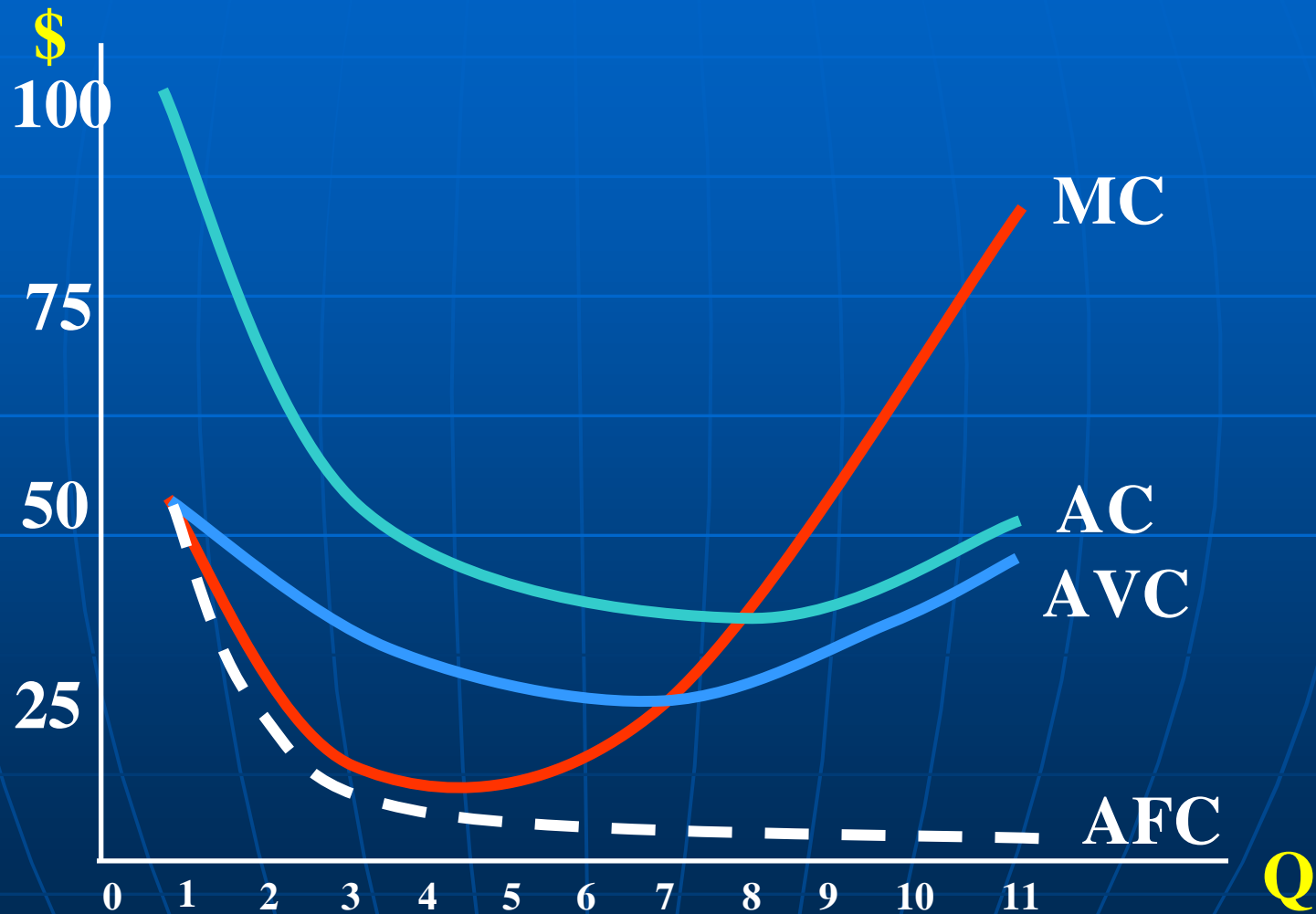
$$AC = \frac{TC}{Q} = \frac{TFC}{Q} + \frac{TVC}{Q} = AFC + AVC$$

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$

Chi phí ngắn hạn của doanh nghiệp (\$)

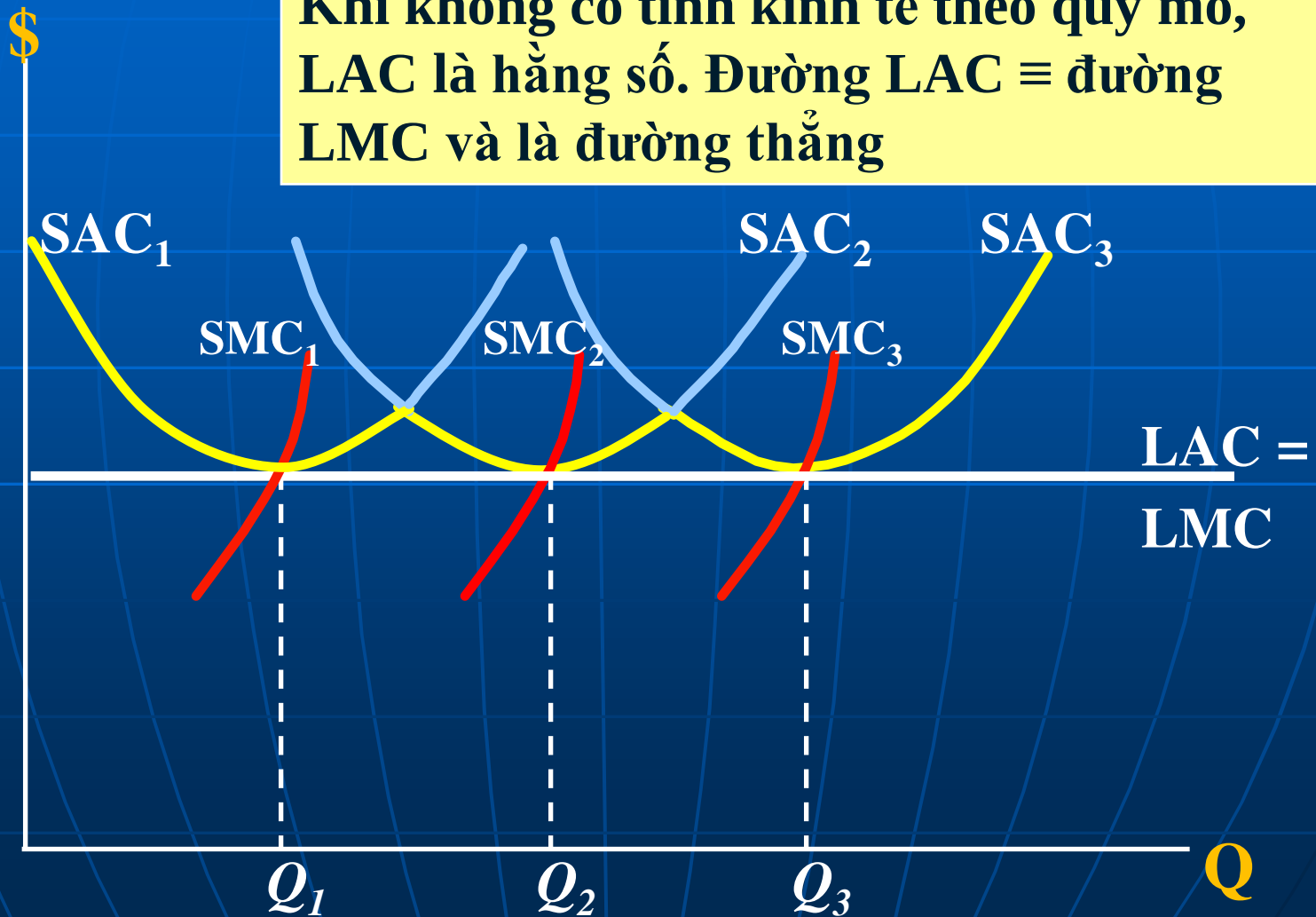
Sản lượng	Chi phí cố định (TFC)	Chi phí biến đổi (TVC)	Tổng chi phí (TC)	Chi phí biên (MC)	Chi phí cố định trung bình (AFC)	Chi phí biến đổi trung bình (AVC)	Chi phí trung bình (AC)
0	50	0	50	---	---	---	---
1	50	50	100	50	50	50	100
2	50	78	128	28	25	39	64
3	50	98	148	20	16.7	32.7	49.3
4	50	112	162	14	12.5	28	40.5
5	50	130	180	18	10	26	36
6	50	150	200	20	8.3	25	33.3
7	50	175	225	25	7.1	25	32.1
8	50	204	254	29	6.3	25.5	31.8
9	50	242	292	38	5.6	26.9	32.4
10	50	300	350	58	5	30	35
11	50	385	435	85	4.5	35	39.5

Các đường chi phí của doanh nghiệp

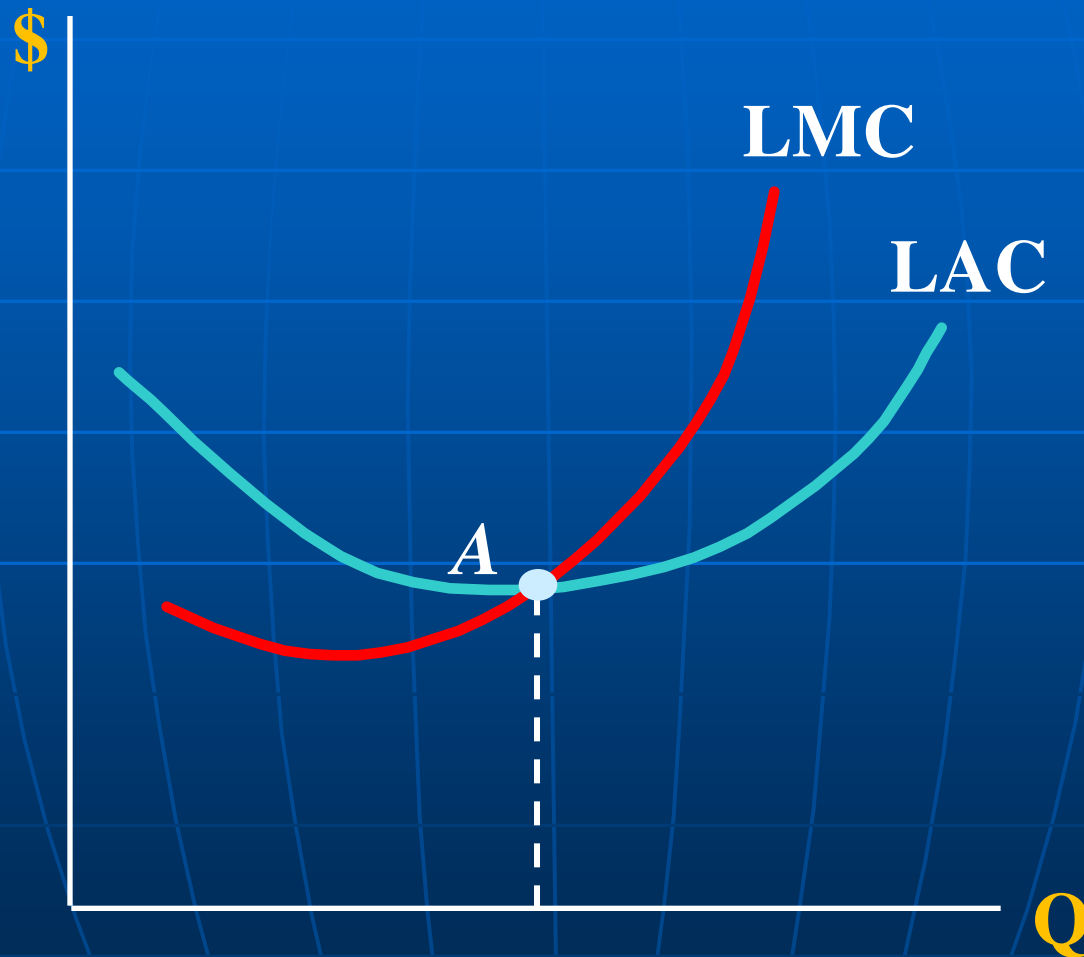


Chi phí trung bình dài hạn khi không có tính kinh tế hay trung tính theo quy mô

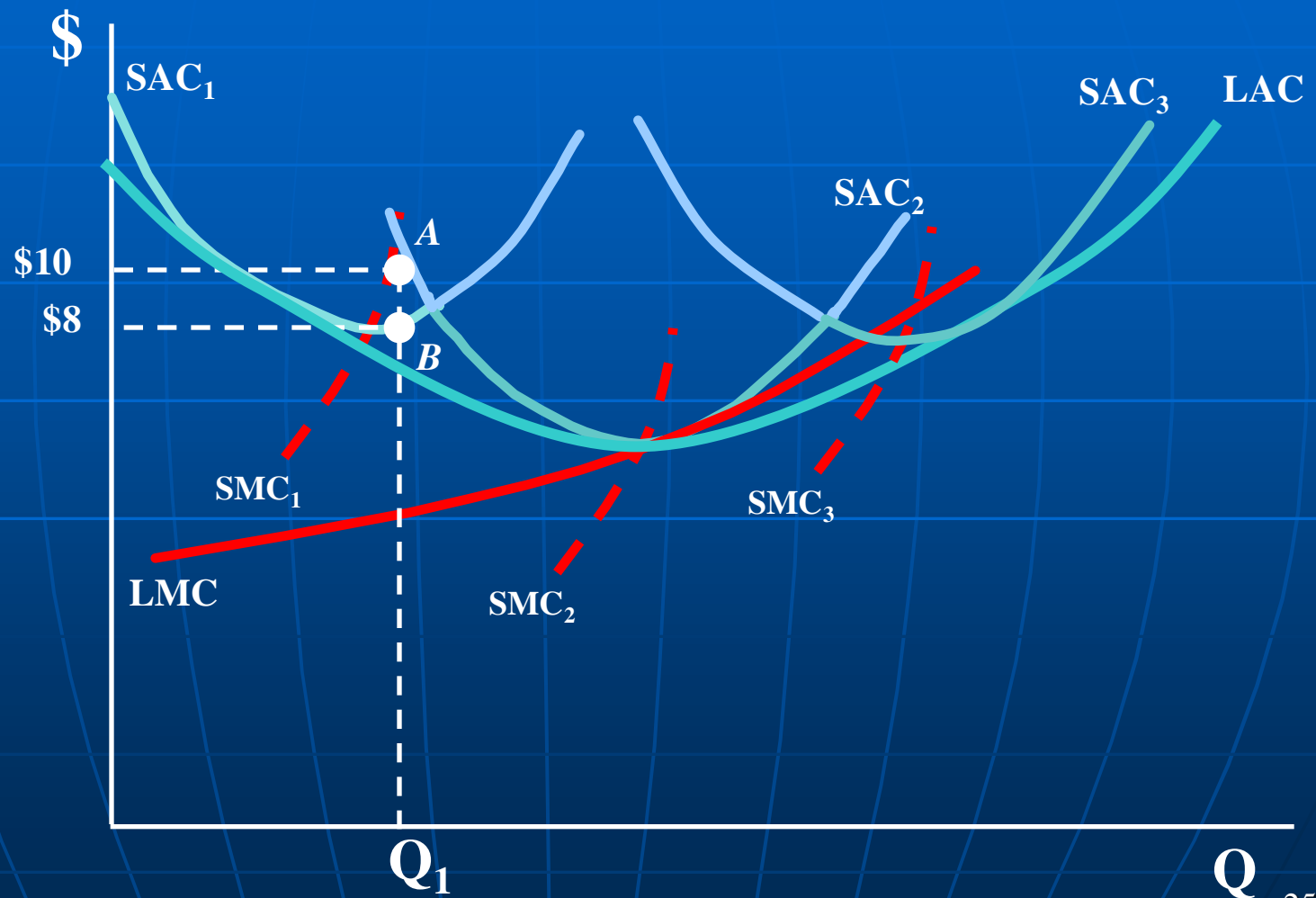
Khi không có tính kinh tế theo quy mô, LAC là hằng số. Đường LAC $\equiv$ đường LMC và là đường thẳng



Chi phí trung bình và chi phí biên dài hạn với tính kinh tế và phi kinh tế theo quy mô



Chi phí trung bình và chi phí biên dài hạn với tính kinh tế và phi kinh tế theo quy mô



Sản xuất với hai đầu ra – Tính kinh tế theo phạm vi

- **Tính kinh tế theo phạm vi** (economies of scope) khi sản lượng đầu ra của một công ty sản xuất đồng thời 2 sản phẩm lớn hơn tổng sản lượng đầu ra của 2 công ty sản xuất riêng lẻ mỗi một loại sản phẩm.
- Lợi ích của việc sản xuất đồng thời 2 sản phẩm là gì?

Bài 6

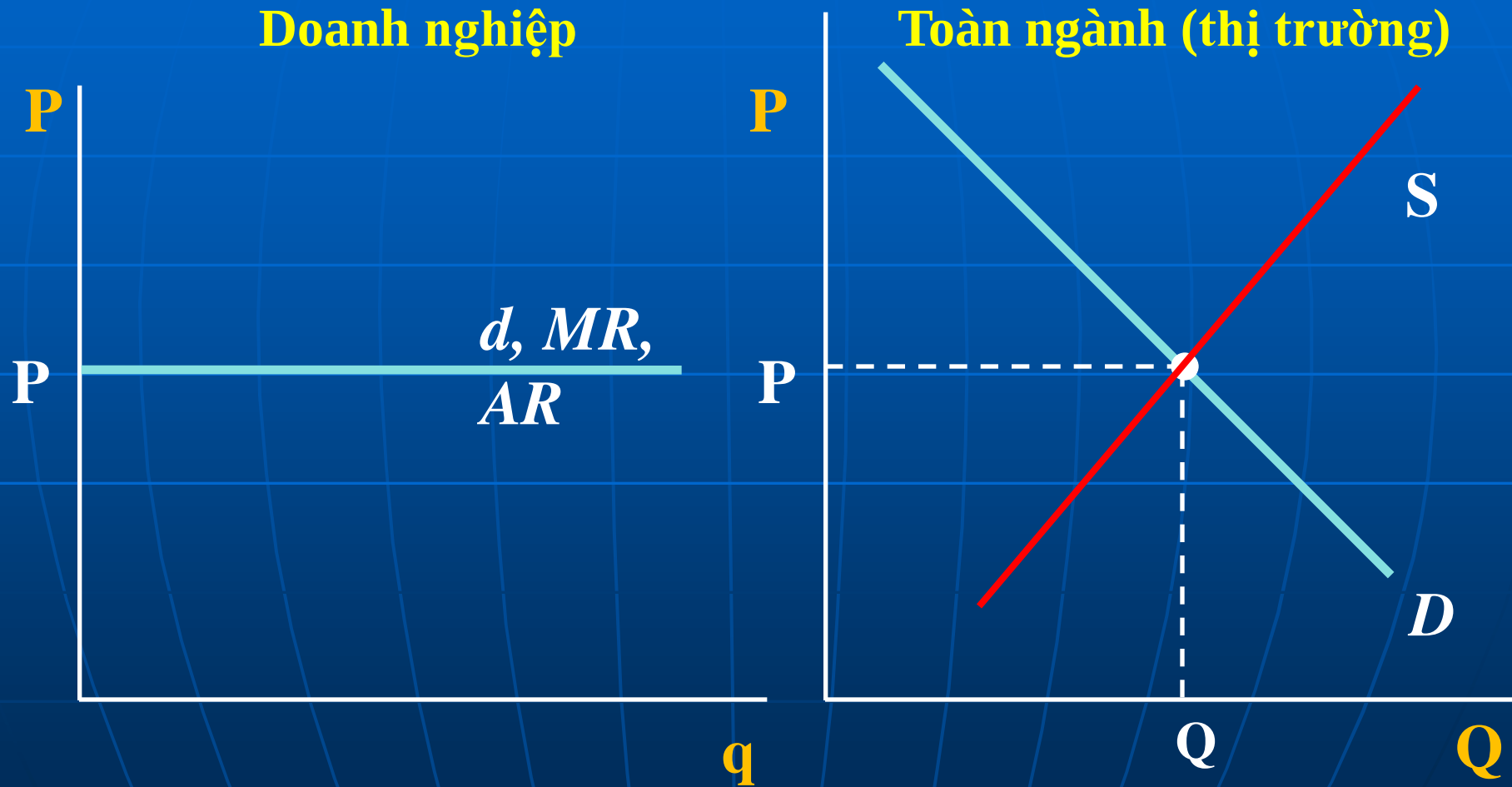
Tối đa hóa lợi nhuận và cạnh tranh

(Bài trình bày có sử dụng slides của các năm trước)

Các đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo

1. Sản phẩm đồng nhất
2. Rất nhiều người mua và người bán
3. Thông tin hoàn hảo
4. Tự do gia nhập và rời khỏi ngành

Đường cầu trước doanh nghiệp



Doanh thu của doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo

- $TR = P \times q$
- $MR = \Delta TR / \Delta q = dTR / dq = P$
- Đường MR, d và AR trùng nhau

Tối đa hóa lợi nhuận

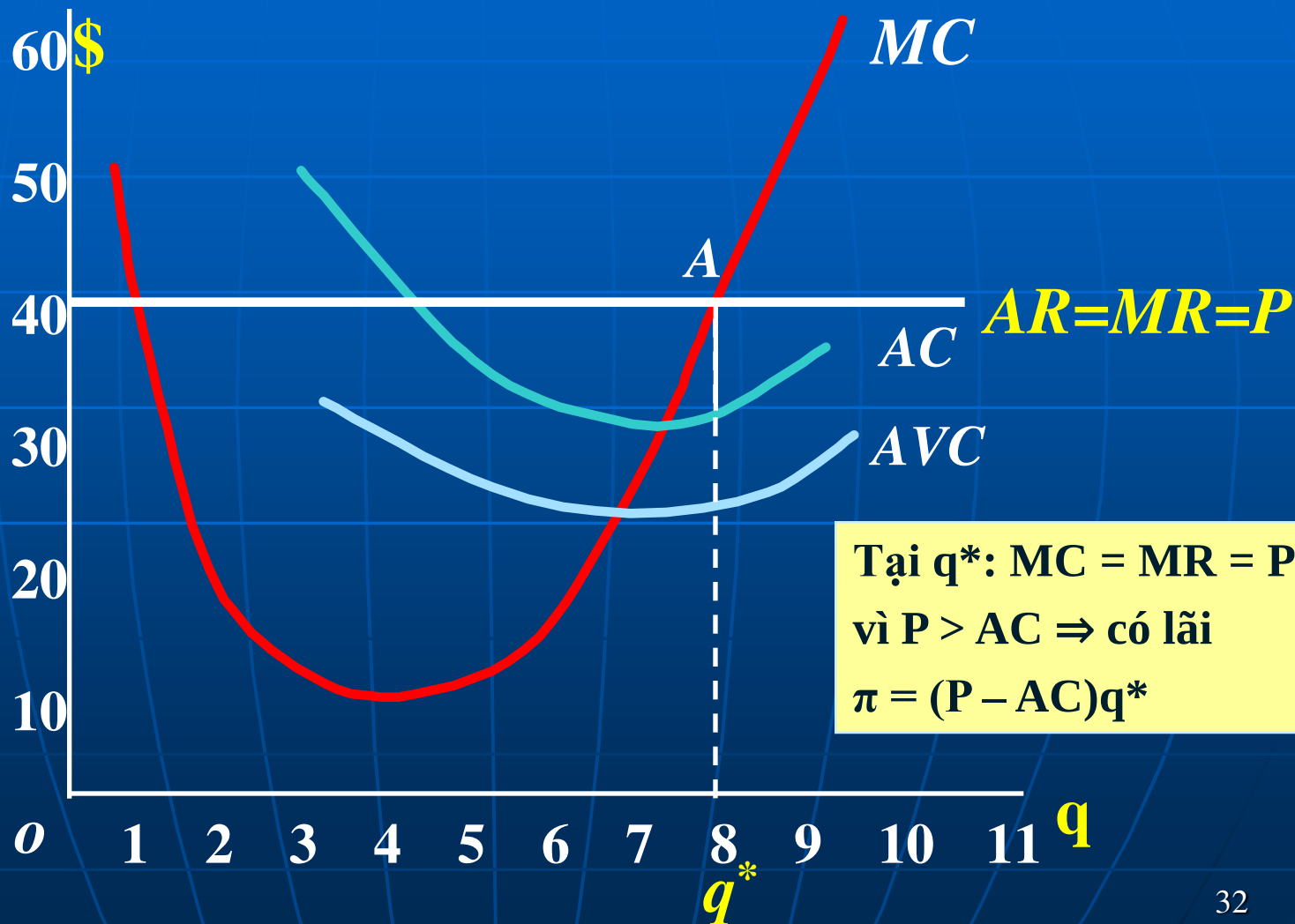
- Bài toán tối ưu tổng quát: $\max_q \pi = TR - TC$
- Điều kiện tối ưu:

$$\frac{d\pi}{dq} = 0 \Leftrightarrow \frac{dTR}{dq} - \frac{dTC}{dq} = 0 \Leftrightarrow MR = MC$$

- Trên thị trường **cạnh tranh hoàn hảo** $MR = P$

Điều kiện tối ưu: **$MC = MR = P$**

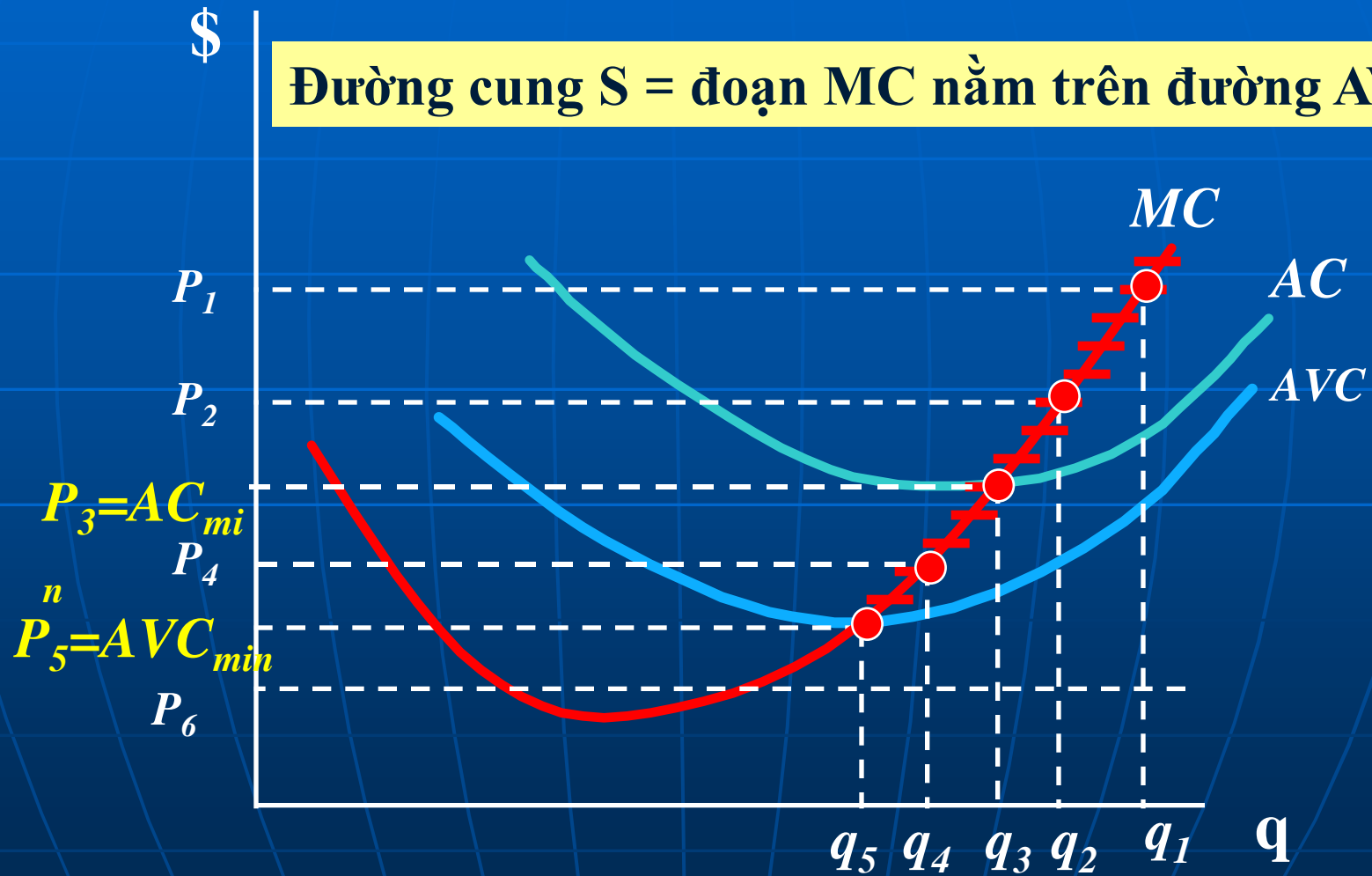
Tối đa hóa lợi nhuận



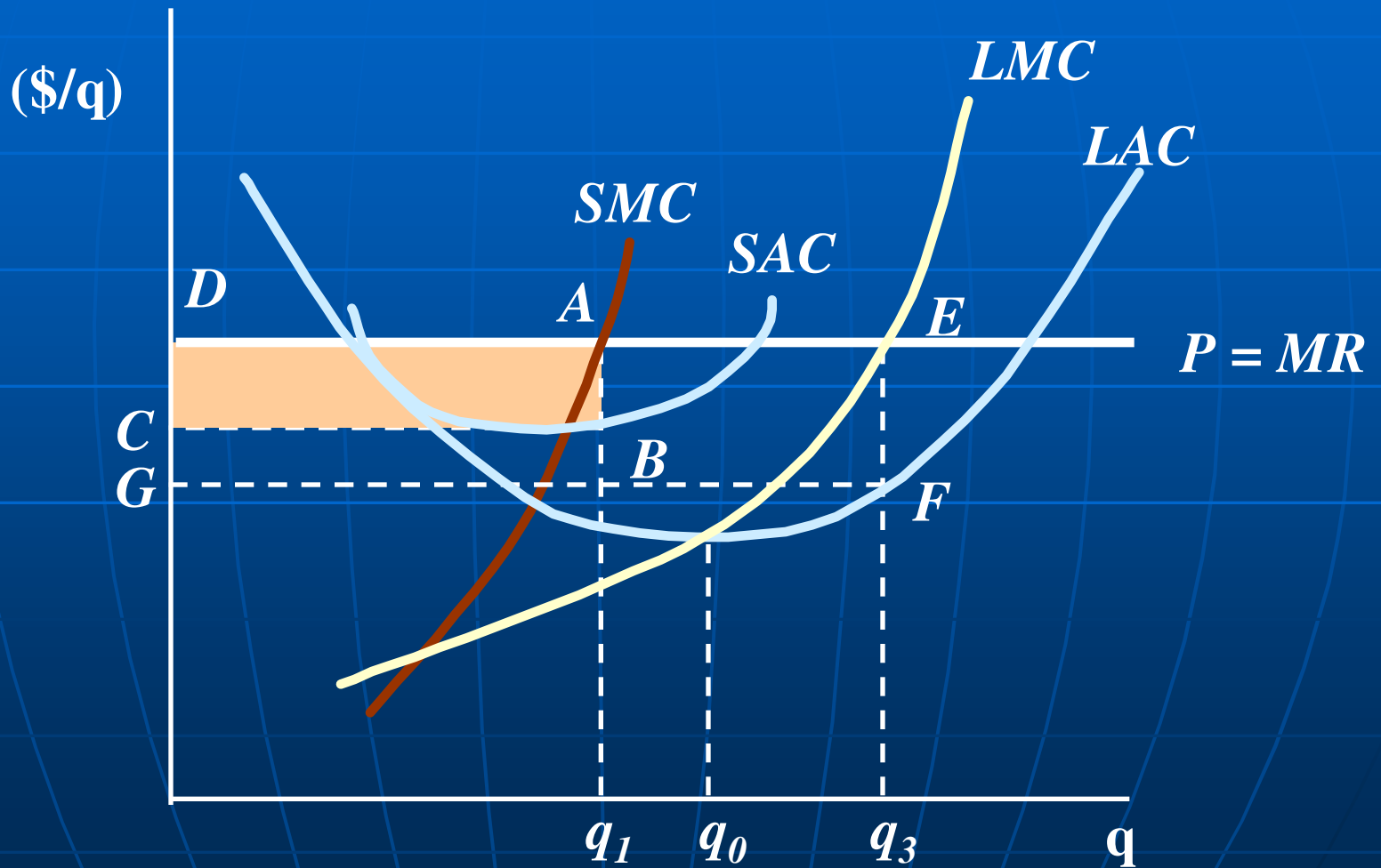
Lựa chọn sản lượng trong ngắn hạn

- Tóm tắt các quyết định sản xuất
- Nếu $MC = MR = P$: Lợi nhuận tối đa (lỗ tối thiểu)
- Nếu $P > AC_{min}$: doanh nghiệp có lời.
- Nếu $P = AC_{min}$: doanh nghiệp hoà vốn.
- Nếu $AVC_{min} < P < AC_{min}$: doanh nghiệp tiếp tục hoạt động dù bị lỗ.
- Nếu $P < AVC_{min} < AC$: doanh nghiệp đóng cửa.

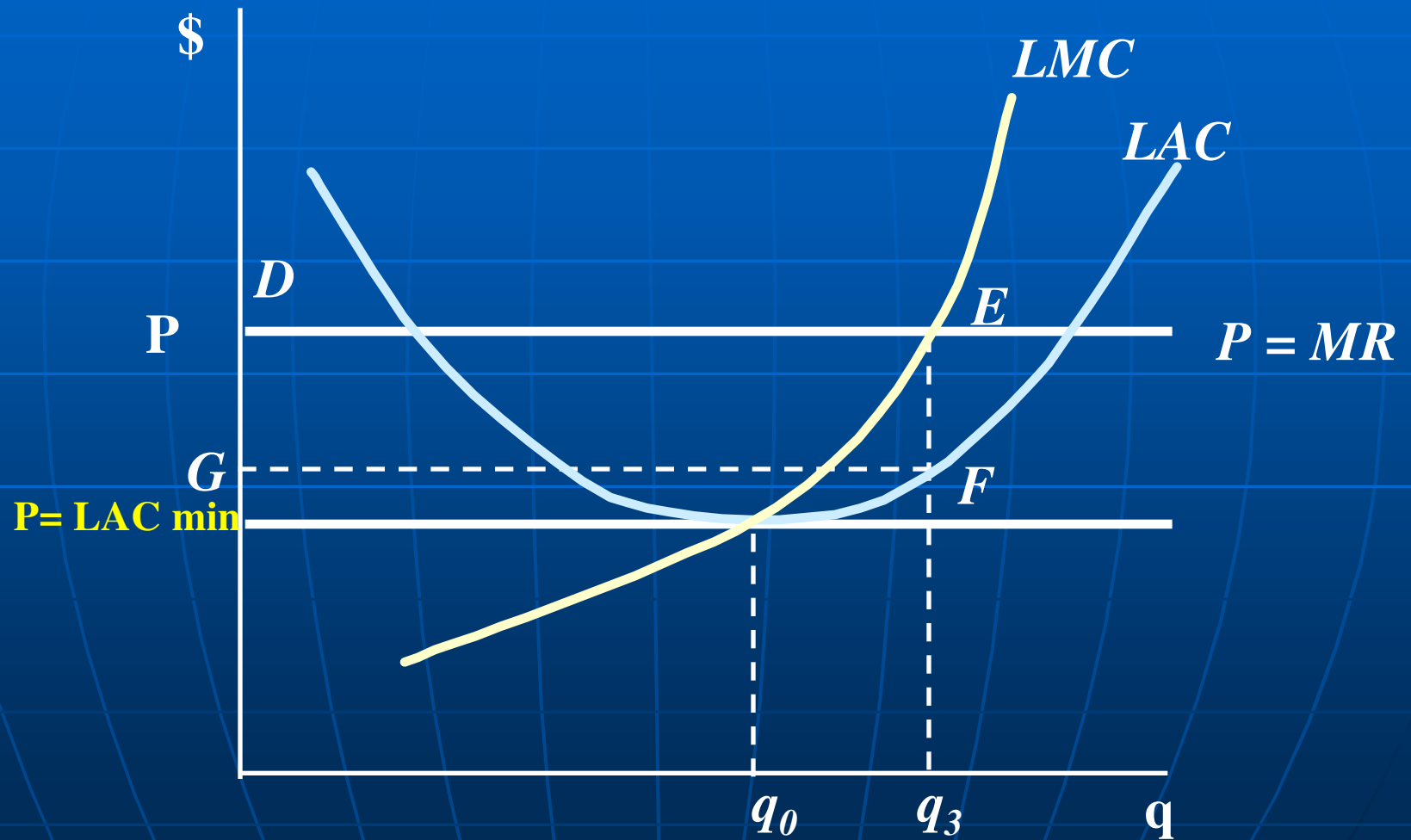
Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp



Tối đa hóa lợi nhuận trong dài hạn

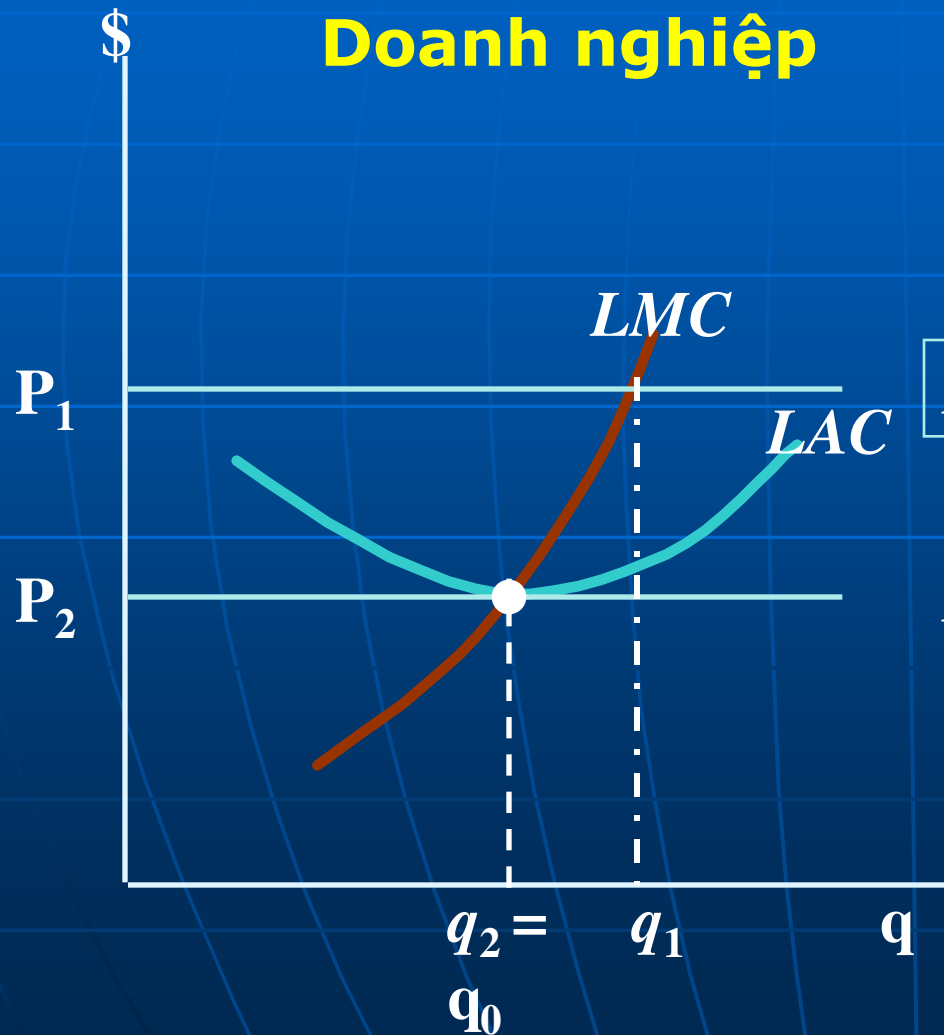


Tối đa hóa lợi nhuận trong dài hạn

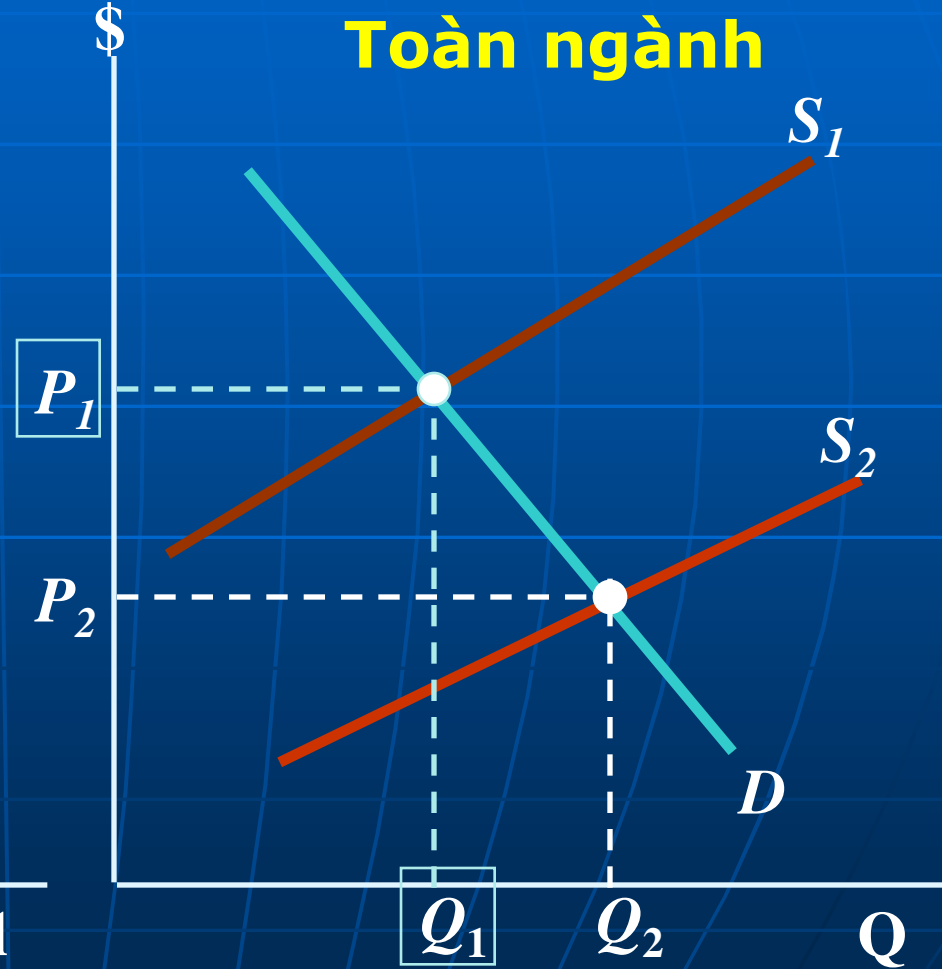


Cân bằng dài hạn

Doanh nghiệp



Toàn ngành



Cân bằng dài hạn trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo

1) $SMC = LMC = MR = P$

2) $P = SAC = LAC$

- Không có động lực rời bỏ hoặc gia nhập ngành
- Lợi nhuận kinh tế = 0

Bài 7

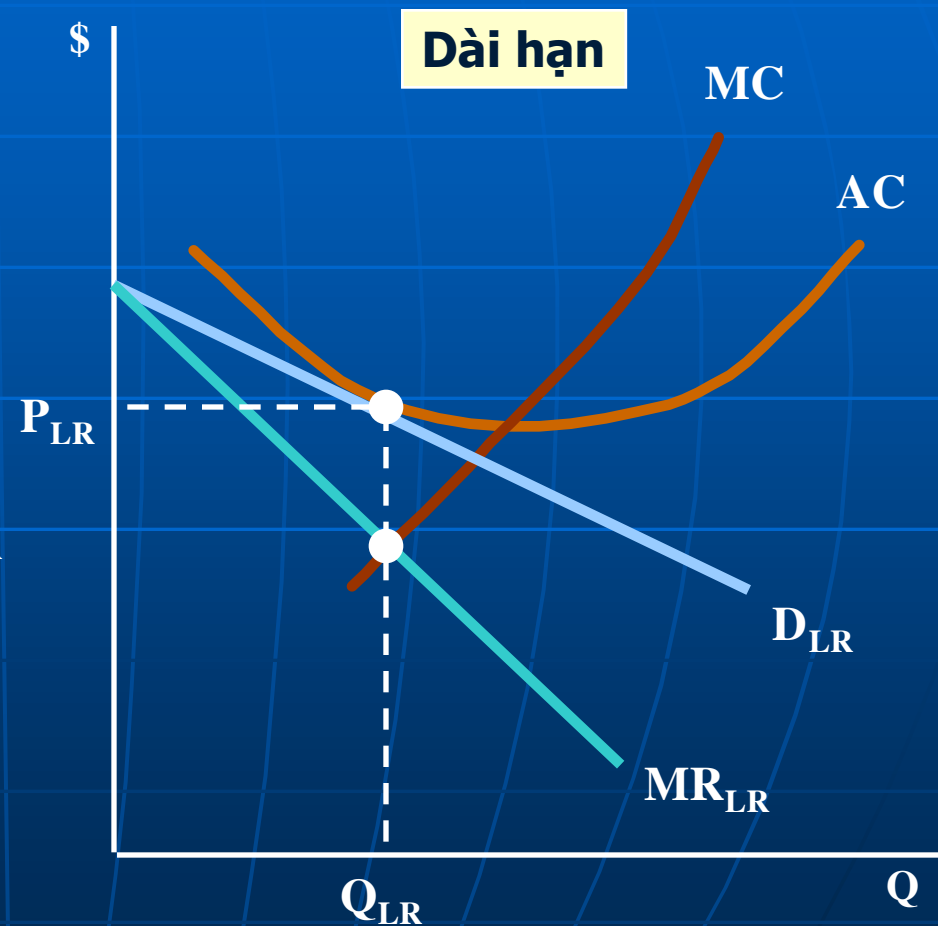
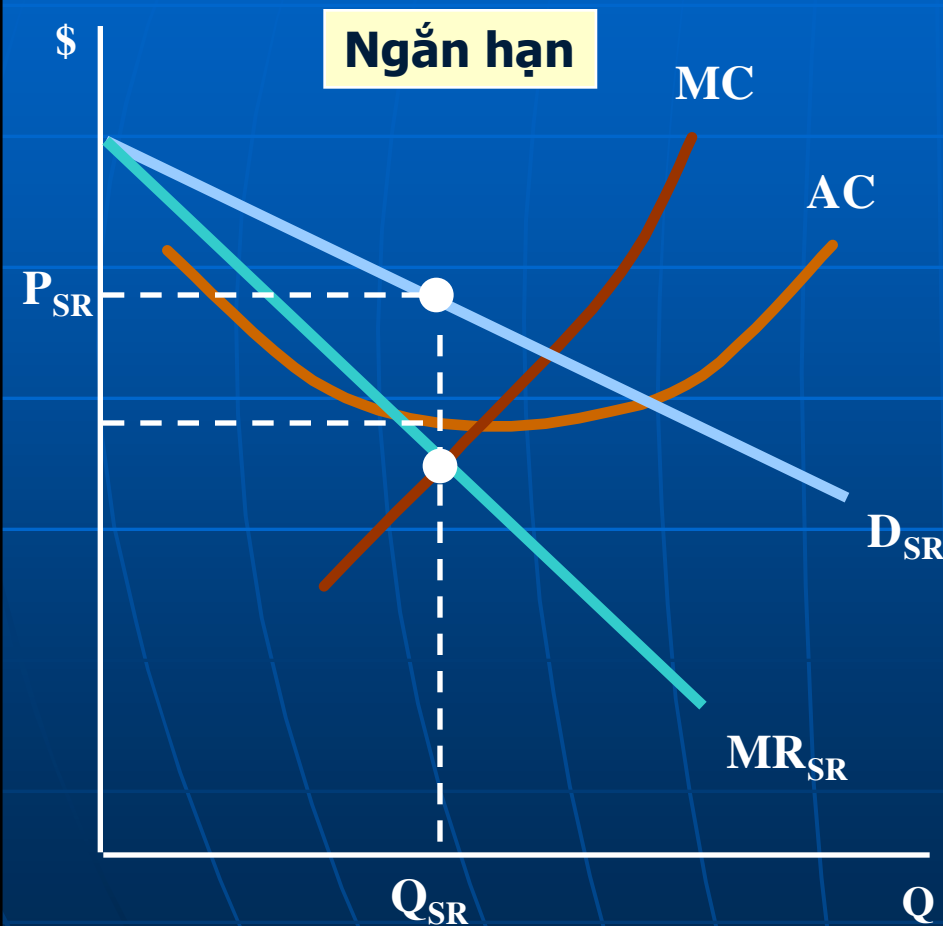
Thất bại thị trường và vai trò của nhà nước

(Bài trình bày có sử dụng slides của các năm trước)

Cạnh tranh độc quyền

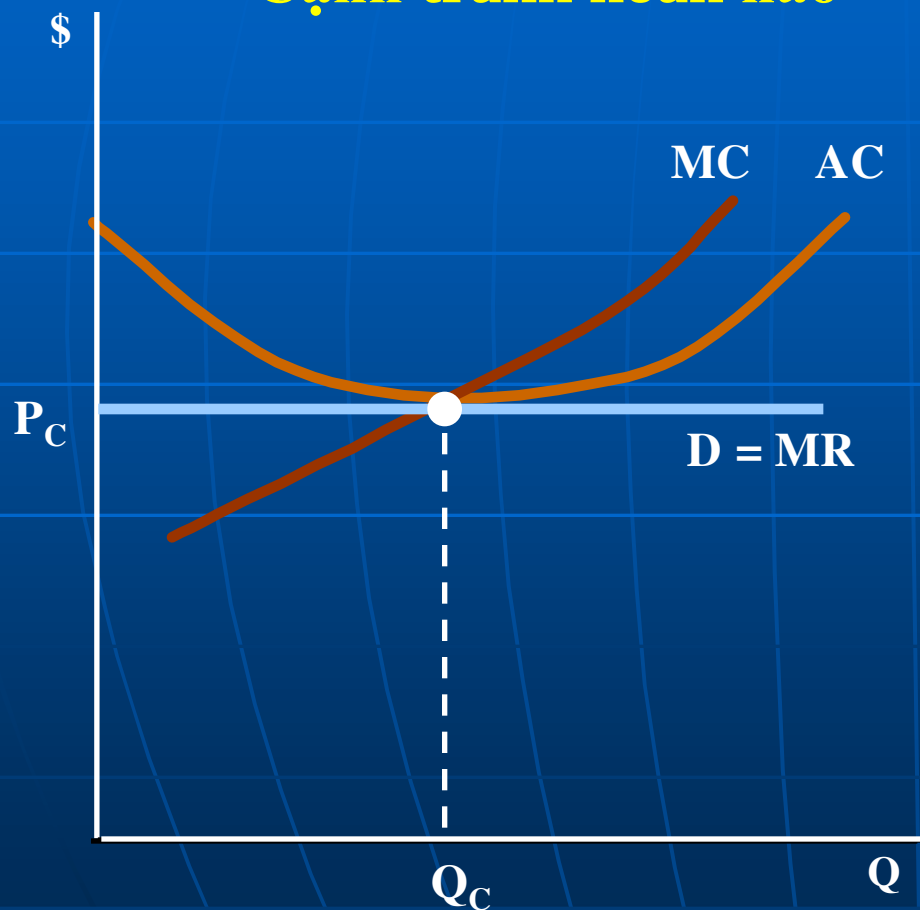
- Các đặc điểm của thị trường cạnh tranh độc quyền
 1. Có **nhiều doanh nghiệp** trong ngành
 2. **Tự do** gia nhập và ra khỏi ngành
 3. Sản phẩm có sự **khác biệt** nhưng **thay thế tốt** cho nhau.

Trạng thái cân bằng của DN cạnh tranh độc quyền

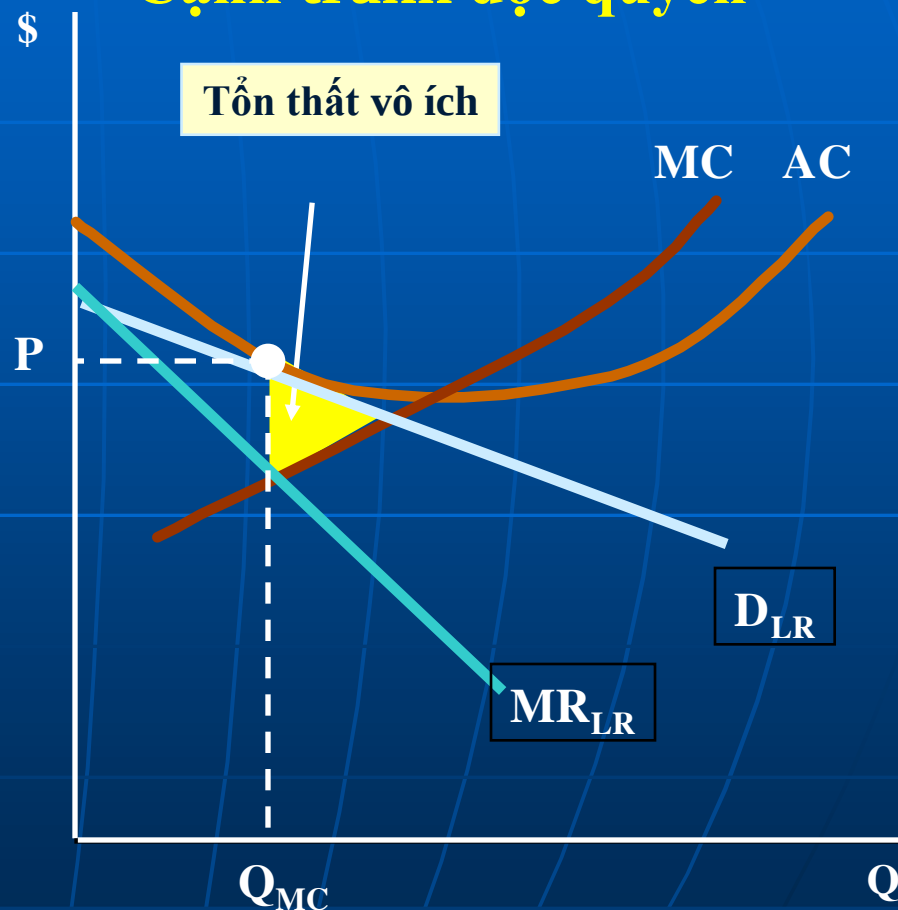


So sánh cân bằng dài hạn của thị trường cạnh tranh **hoàn hảo** và cạnh tranh **độc quyền**

Cạnh tranh hoàn hảo



Cạnh tranh độc quyền



Thông tin bất cân xứng

Các trạng thái thông tin

■ Không có thông tin:

- Thông tin không tồn tại
- Thông tin tồn tại nhưng không được thu thập

■ Có thông tin nhưng:

- Thông tin không đầy đủ
- Thông tin không chính xác
- Thông tin không kịp thời
- Không tiếp cận được (chi phí lớn, bị che giấu)

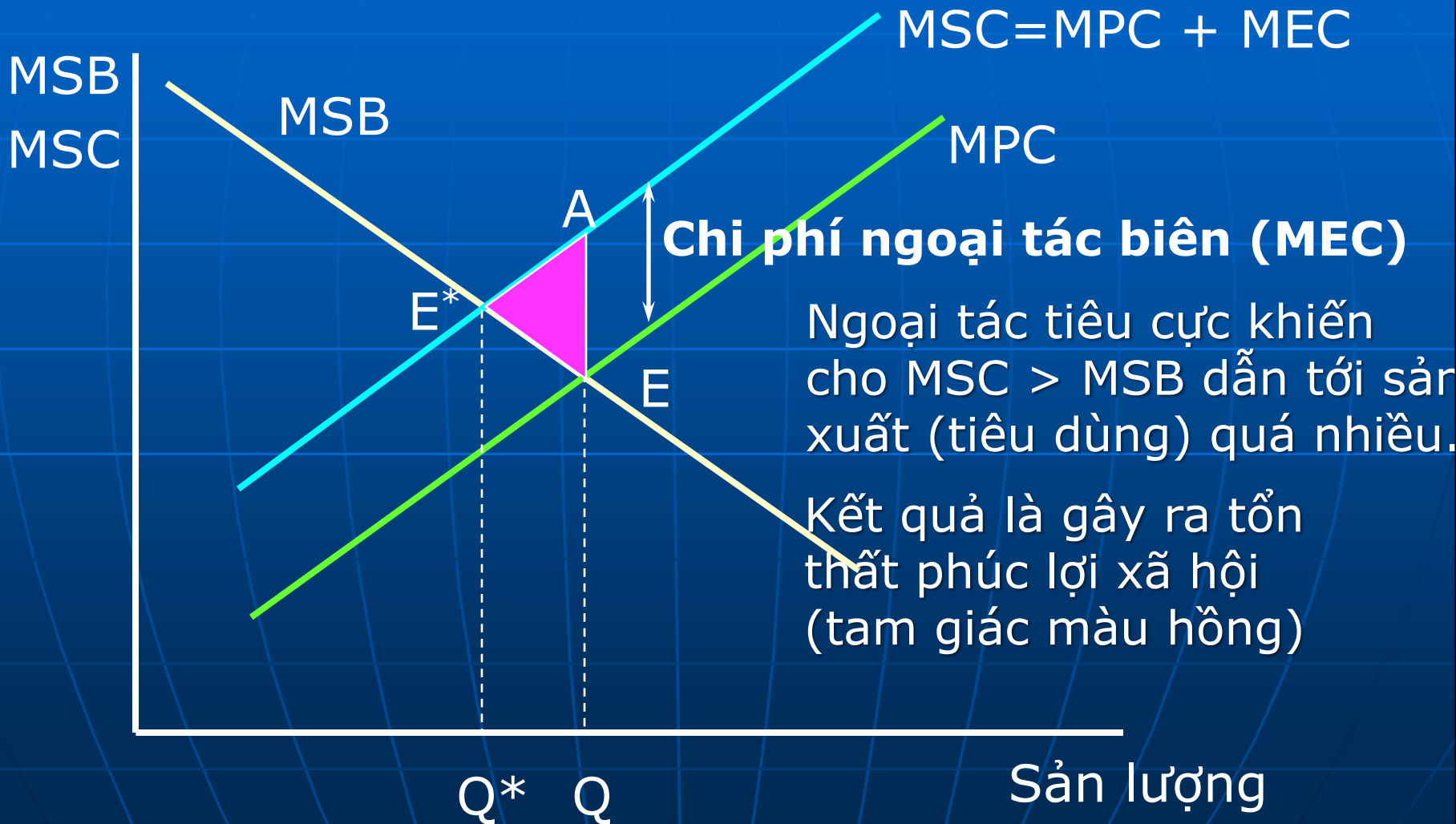
Thông tin bất cân xứng (Asymmetric Information - AI)

- Thông tin bất cân xứng xảy ra khi trong giao dịch, một bên có thông tin đầy đủ hơn và tốt hơn so với (các) bên còn lại.
- Thông tin bất cân xứng là một thất bại thị trường
- Ba lớp bài toán thông tin bất cân xứng (AI):
 - Lựa chọn ngược hay lựa chọn bất lợi (adverse selection-AS)
 - Rủi ro đạo đức hay tâm lý ỷ lại (moral hazard – MH)
 - Vấn đề người ủy quyền-người thừa hành (principal-agent – PA)
- Tại sao bất cân xứng thông tin gây ra thất bại thị trường?

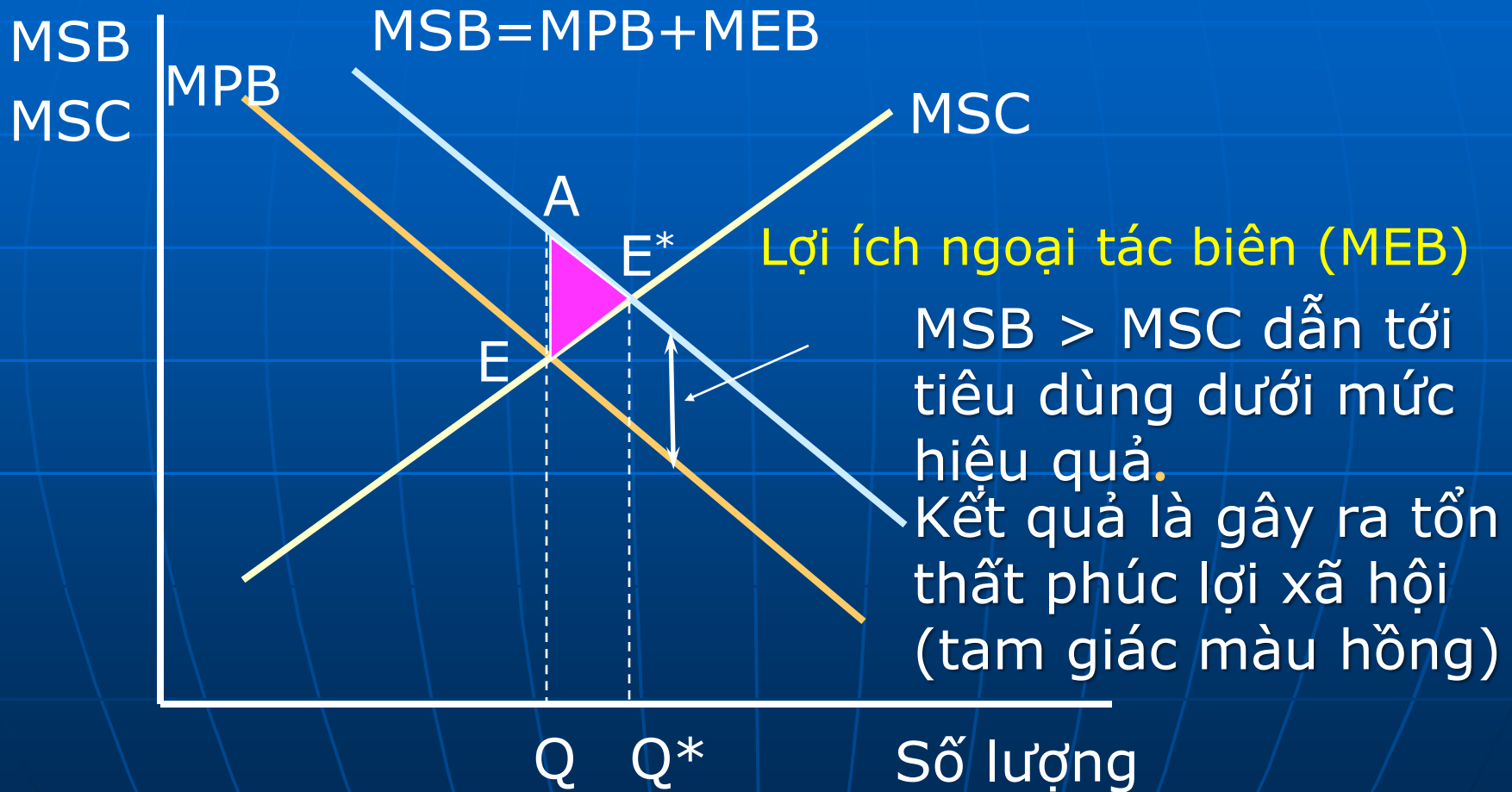
Ngoại tác là gì?

- **Ngoại tác** (externalities) là sự **tác động ra bên ngoài** của đối tượng này đến lợi ích hay chi phí của đối tượng khác mà **không thông qua giao dịch** và không được phản ánh qua giá cả.
- **Ngoại tác tiêu cực**: Làm giảm lợi ích hay tăng chi phí
- **Ngoại tác tích cực**: Làm tăng lợi ích hay giảm chi phí
- Tại sao ngoại tác là thất bại thị trường?

Ngoại tác tiêu cực và tính phi hiệu quả



Ngoại tác tích cực và tính phi hiệu quả



Hàng hóa công cộng là gì?

Hàng hóa công có hai thuộc tính:

- **Không tranh giành** (non-rival)

- Một cá nhân có thể tiêu dùng hàng hóa mà không làm giảm đi sự hiện diện hay lợi ích của hàng hóa đó đối với những người khác.
- Cách giải thích khác: chi phí biên phục vụ cho người tiêu dùng cuối cùng là bằng không.

- **Không loại trừ** (non-exclusive)

- Không thể cản trở người khác tiêu dùng hay tiếp nhận lợi ích của hàng hóa

Phân loại hàng hóa

Tính tranh giành

Có

Không

Tính

có

loại

Hàng hóa tư nhân

- Nhà cửa, thức ăn, quần áo, xe cộ
- Con đường đông người có thu phí

Độc quyền tự nhiên

- Phòng cháy chữa cháy
- Truyền hình cáp
- Con đường thưa người có thu phí

không

trừ

Nguồn lực cộng đồng

- Cá ở đại dương
- Bãi biển công cộng, công viên đông người
- Con đường đông người không thu phí

Hàng hóa công cộng

- Quốc phòng
- Hải đăng, pháo hoa
- Đường phố sạch sẽ
- Con đường thưa người không thu phí

Tại sao hàng hóa công là một thất bại của thị trường?

- Hàng hóa công thường có lợi ích lớn hơn chi phí tạo ra. Do vậy về mặt xã hội đó là hàng hóa cần thiết được cung cấp.
- Nhưng hai thuộc tính của hàng hóa công sẽ dẫn đến tình trạng **người ăn theo** (free rider)
- Kết cục là tư nhân không đầu tư, hàng hóa công không tồn tại, do vậy giải pháp **thị trường bị thất bại** đối với loại hàng hóa này
- Hàng hóa công có nhất thiết phải được tạo ra bởi khu vực công và hàng hóa tư chỉ được sản xuất bởi khu vực tư?