

# Cầu cá nhân và cầu thị trường

---



## Các chủ đề chính

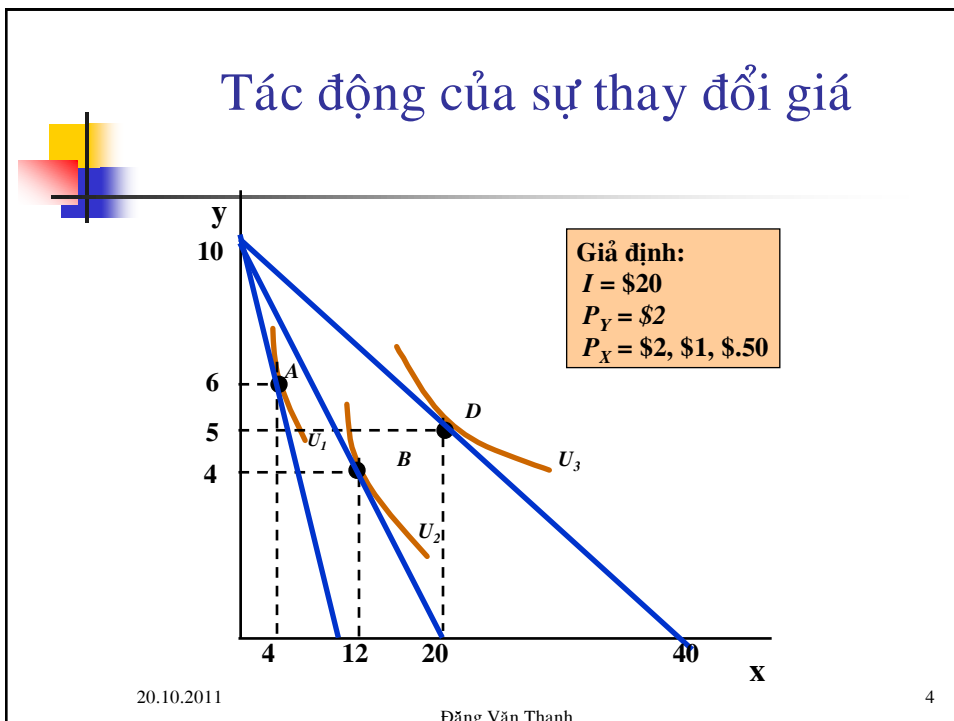
---

- Cầu cá nhân
- Tác động thu nhập và tác động thay thế
- Cầu thị trường
- Các ngoại tác mạng lưới

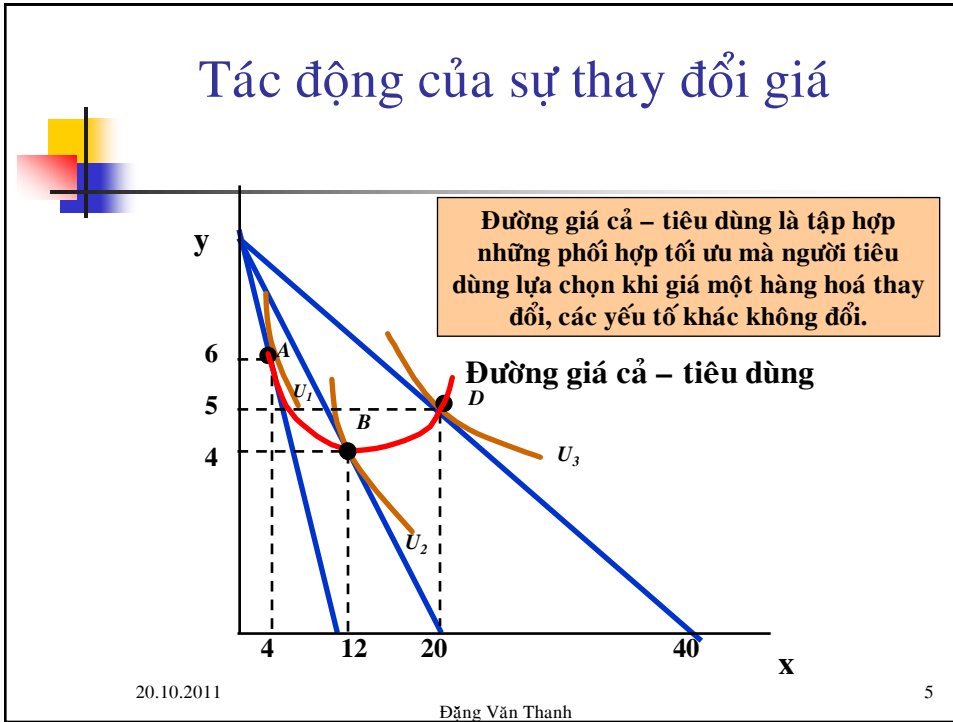
## Cầu cá nhân

- **Đường cầu** của một cá nhân về một hàng hóa, dịch vụ thể hiện mối quan hệ giữa số lượng hàng hóa, dịch vụ người này sẽ mua tương ứng với các mức giá khác nhau của hàng hóa, dịch vụ đó (các yếu tố khác không đổi)
- Liệu giữa chúng có mối quan hệ nghịch biến như tiên nghiệm?

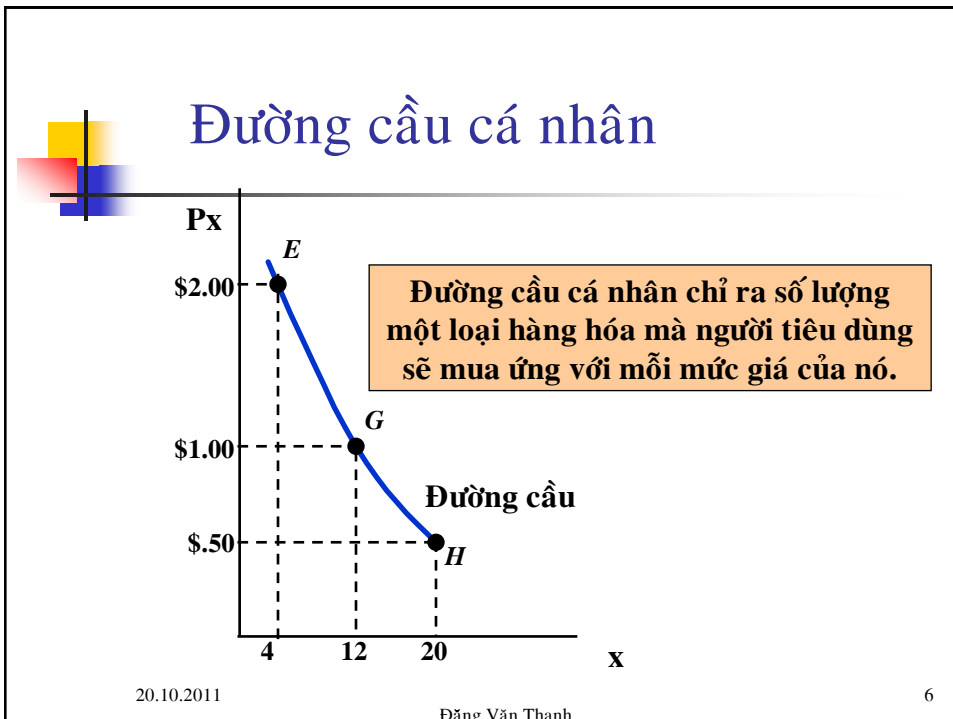
20.10.2011
Đặng Văn Thanh
3



## Tác động của sự thay đổi giá



## Đường cầu cá nhân

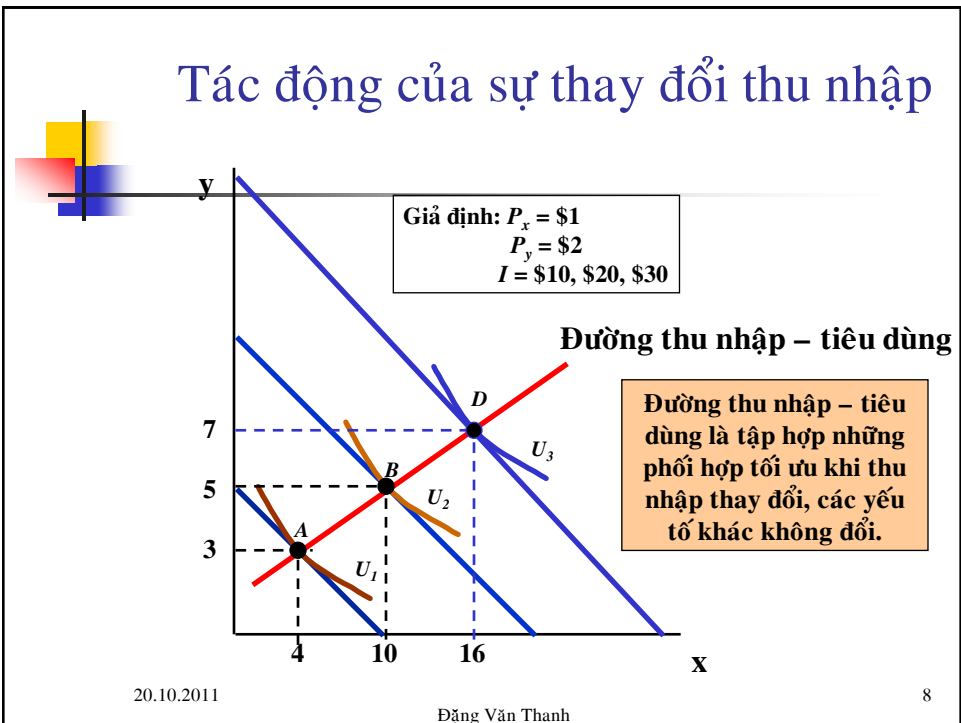


## Đường cầu cá nhân

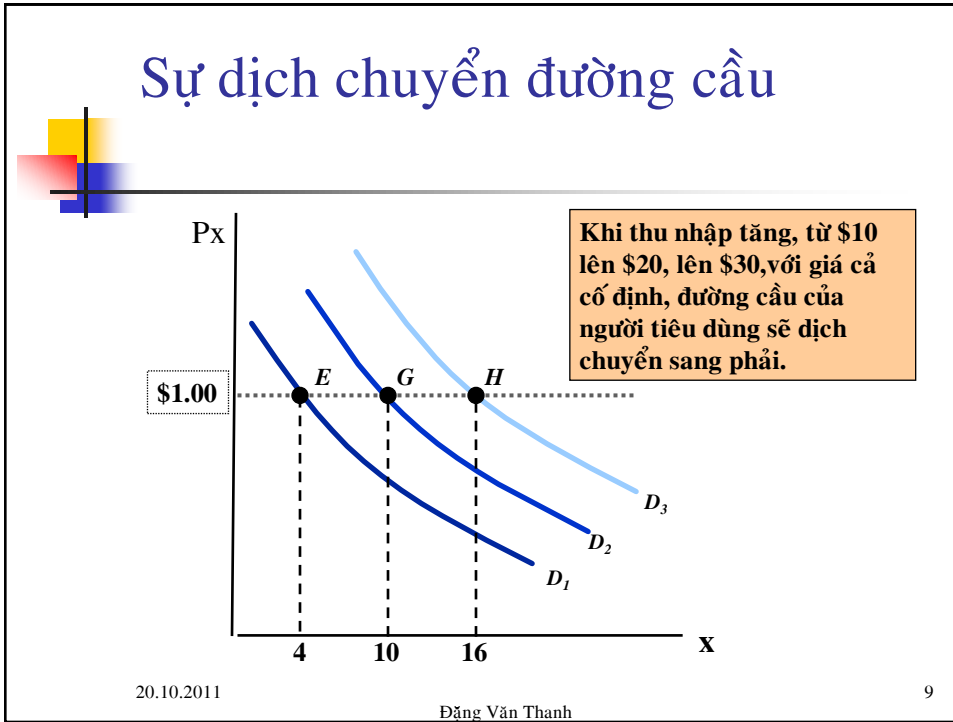
Hai đặc tính quan trọng của đường cầu

- 1) Độ thoả dụng thay đổi khi di chuyển dọc theo đường cầu.
- 2) Ở mỗi điểm trên đường cầu, người tiêu dùng đều đạt thoả dụng tối đa bằng cách thoả mãn điều kiện là *MRS* bằng với tỷ giá của hai mặt hàng.

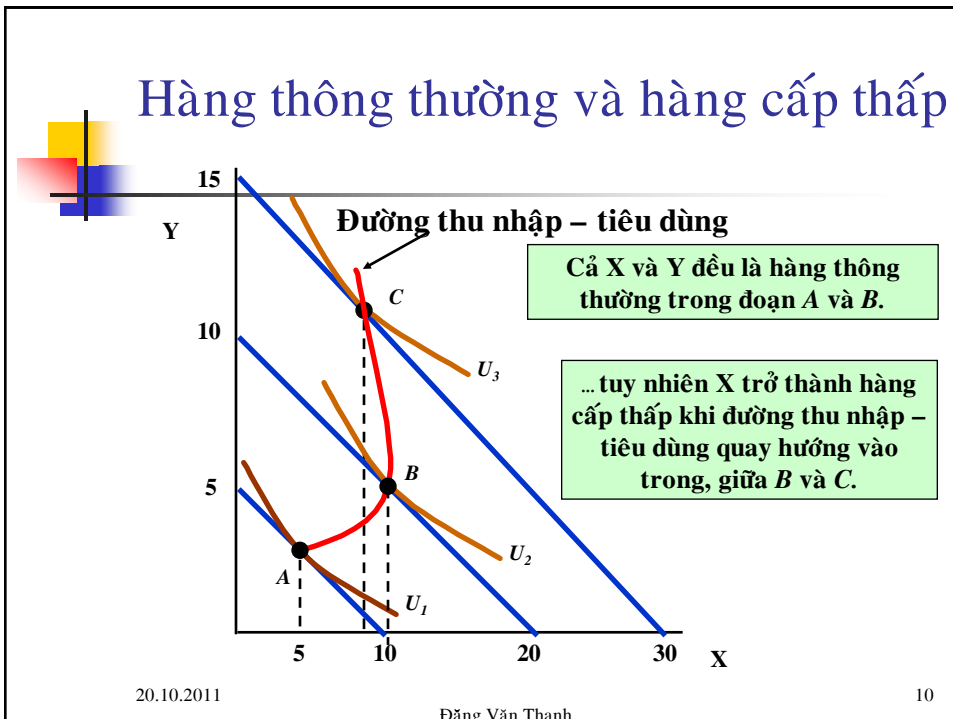
20.10.2011
Đặng Văn Thanh
7



## Sự dịch chuyển đường cầu



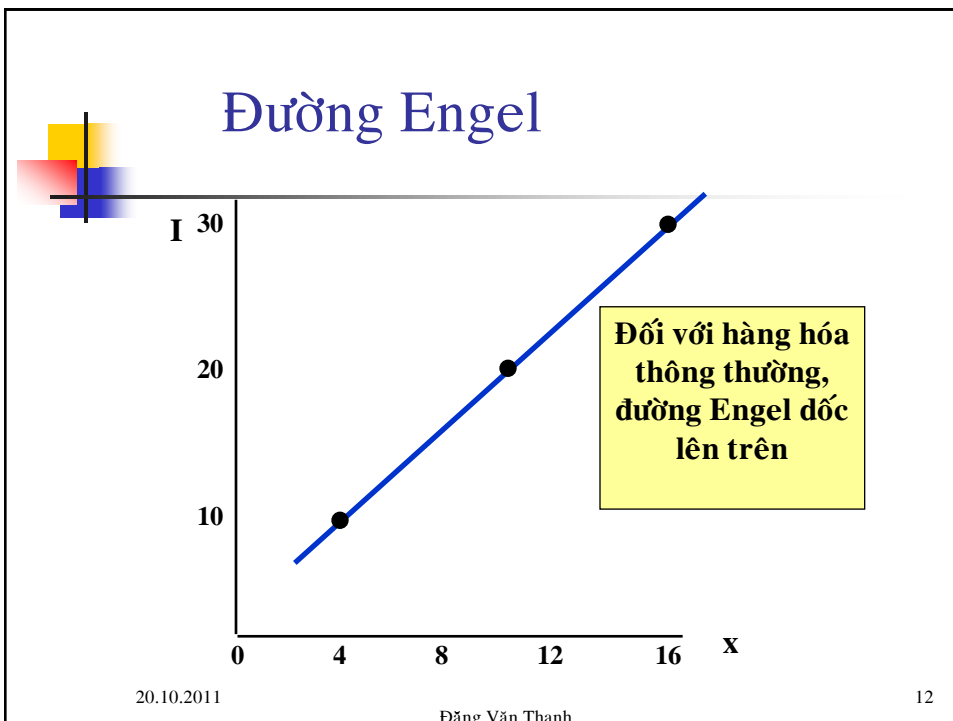
## Hàng thông thường và hàng cấp thấp

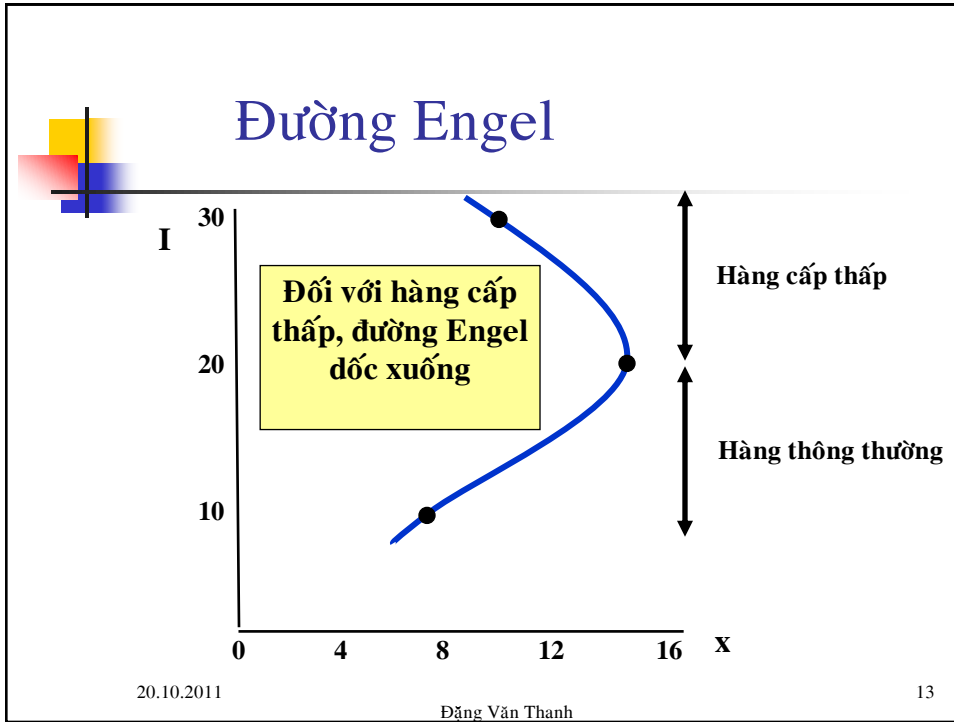


## Cầu cá nhân

- Đường Engel
  - Đường Engel phản ánh mối quan hệ giữa lượng hàng hóa tiêu dùng với thu nhập.
  - Nếu là hàng hóa thông thường, đường Engel có độ dốc dương (dốc lên).
  - Nếu là hàng hóa cấp thấp, đường Engel có độ âm (dốc xuống).

20.10.2011
Đặng Văn Thanh
11





## Tác động thu nhập và tác động thay thế

Việc thay đổi giá của một hàng hóa sẽ có hai tác động: *tác động thay thế* & *tác động thu nhập*

- **Tác động thay thế**  
 Người tiêu dùng có khuynh hướng mua nhiều hàng hóa có giá rẻ hơn, và mua ít hàng hóa có giá tương đối đắt hơn.
- **Tác động thu nhập**  
 Sức mua thực của người tiêu dùng thay đổi khi giá của hàng hóa thay đổi.

20.10.2011 Đặng Văn Thanh 14



## Tác động thu nhập và tác động thay thế

- Tác động thay thế
  - **Tác động thay thế** là sự thay đổi số lượng tiêu dùng của một hàng hóa gắn liền với thay đổi giá của hàng hóa đó *với mức thỏa dụng không đổi*.
  - Khi giá của một hàng hóa giảm, tác động thay thế luôn làm tăng lượng cầu hàng hóa đó và ngược lại.

20.10.2011

Đặng Văn Thanh

15



## Tác động thu nhập và tác động thay thế

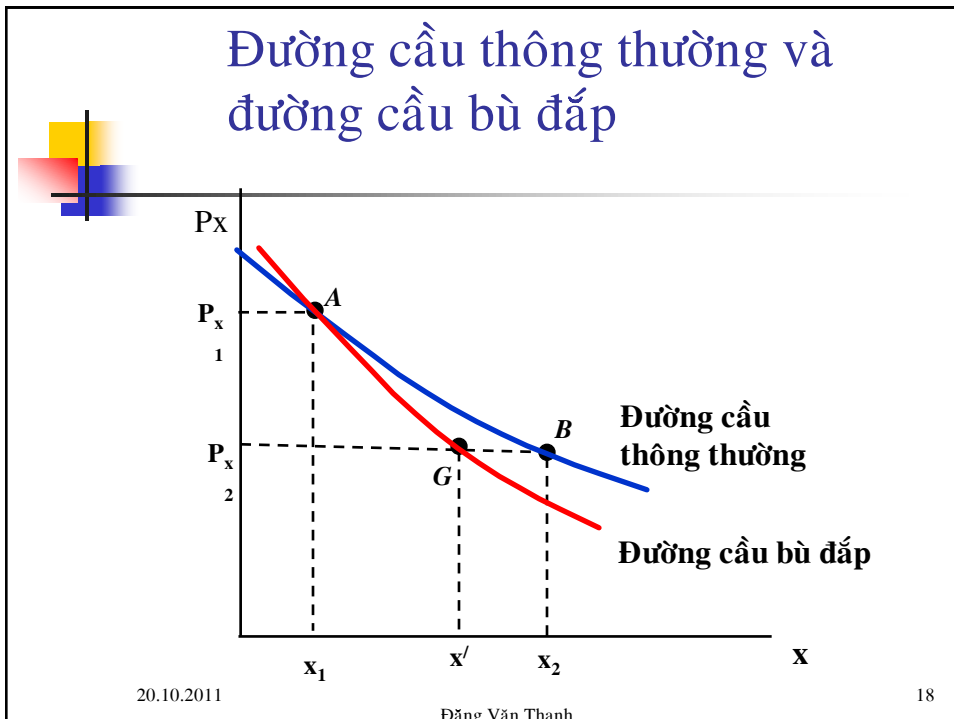
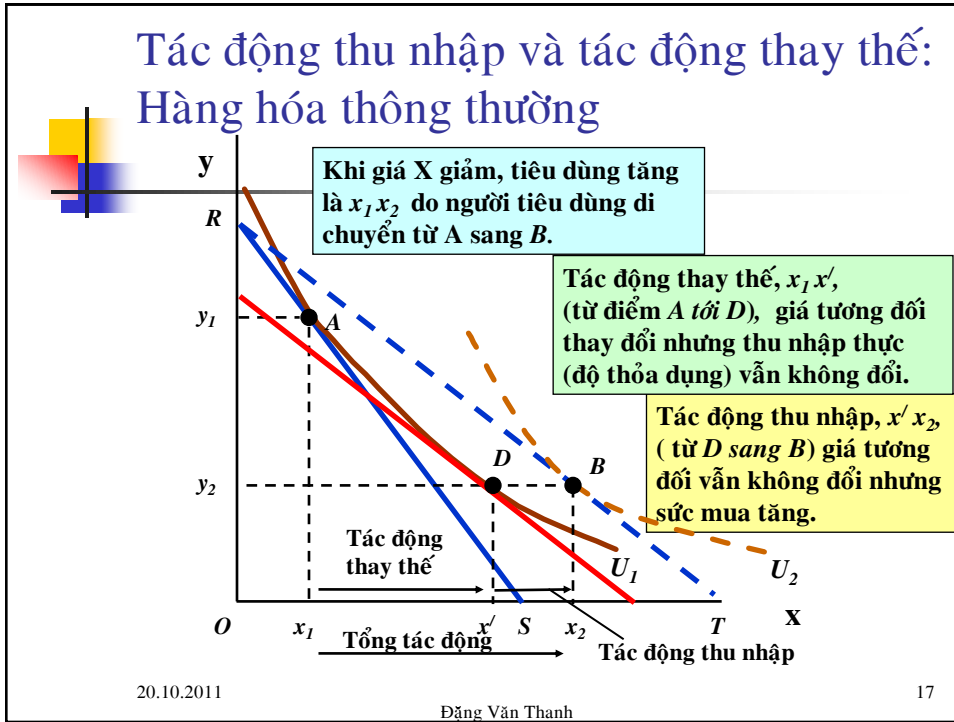
- Tác động thu nhập
  - **Tác động thu nhập** là sự thay đổi số lượng tiêu dùng của một hàng hóa do sức mua thay đổi, *với mức giá không đổi*.
  - Khi thu nhập thực tăng, lượng cầu hàng hóa có thể tăng hoặc giảm.

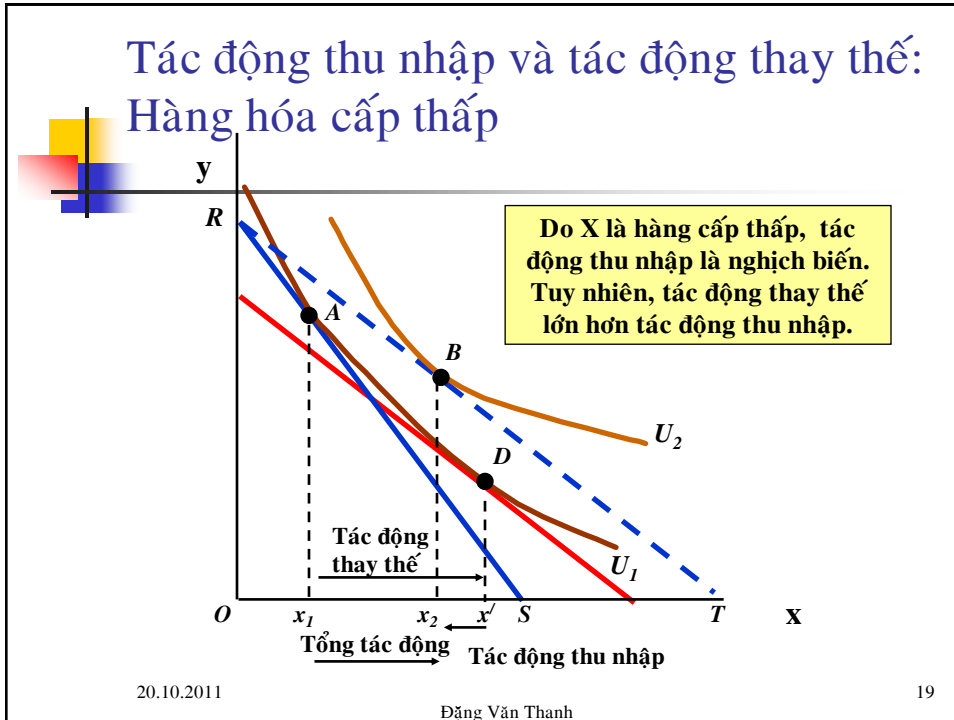
20.10.2011

Đặng Văn Thanh

16







## Cầu thị trường

**Từ cầu cá nhân tới cầu thị trường**

### Đường cầu thị trường

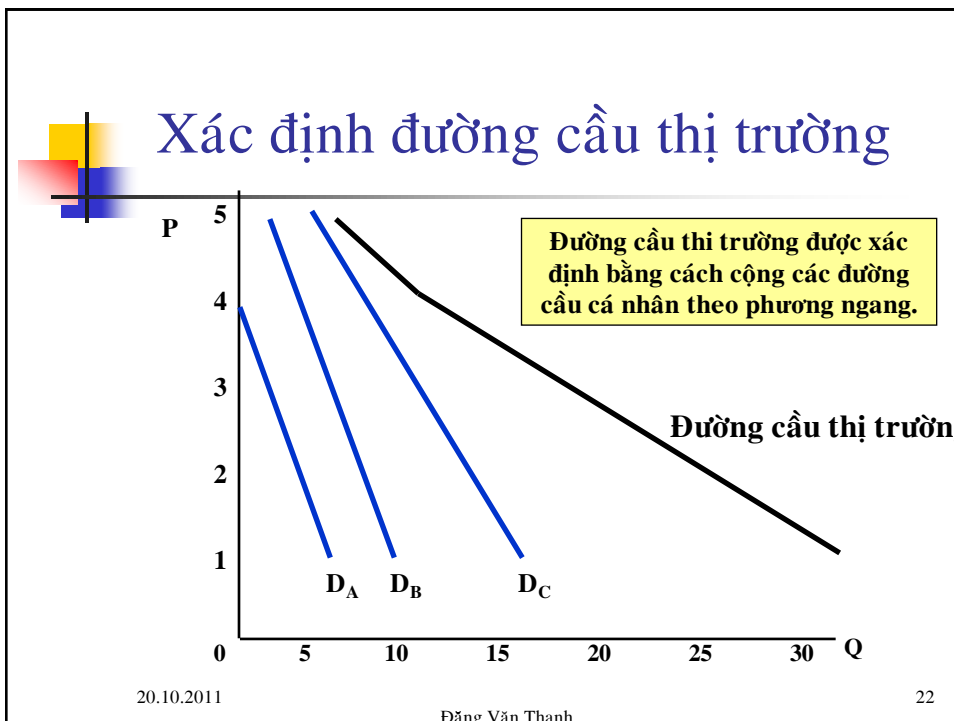
- Thể hiện mối quan hệ giữa số lượng của một hàng hoá mà tất cả những người tiêu dùng trên thị trường sẽ mua tương ứng với các mức giá khác nhau của hàng hoá đó.
- Là tổng cộng của các đường cầu cá nhân


20.10.2011 Đặng Văn Thanh 20

### Xác định đường cầu thị trường

Giá (\$)	Cá nhân A (Đơn vị)	Cá nhân B (Đơn vị)	Cá nhân C (Đơn vị)	Thị trường (Đơn vị)
1	6	10	16	32
2	4	8	13	25
3	2	6	10	18
4	0	4	7	11
5	0	2	4	6

20.10.2011
Đặng Văn Thanh
21






## Cầu thị trường

- Hai đặc điểm quan trọng
  - 1) Đường cầu thị trường sẽ dịch chuyển sang phải khi có nhiều người tiêu dùng tham gia thị trường.
  - 2) Các nhân tố tác động đến các đường cầu cá nhân sẽ cũng tác động đến đường cầu thị trường.

20.10.2011 Đặng Văn Thanh 23



## Các ngoại tác mạng lưới

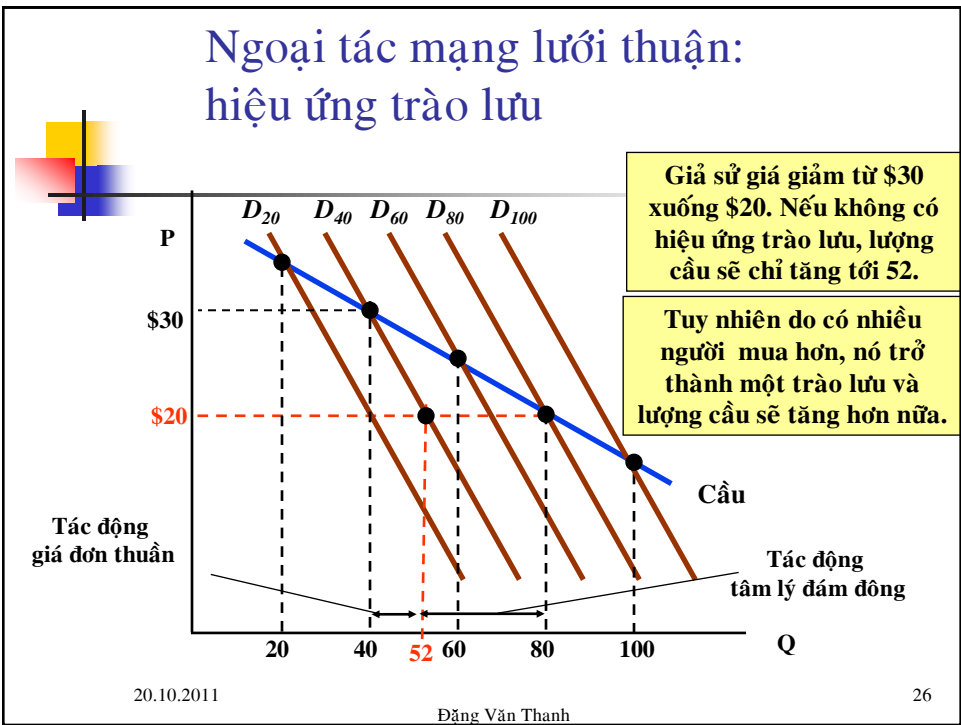
- *Ngoại tác mạng lưới thuận* xảy ra nếu có nhiều người mua hơn hoặc lượng cầu của một cá nhân tăng lên khi lượng mua của những người tiêu dùng khác tăng.
- *Ngoại tác mạng lưới nghịch* là trường hợp ngược lại.

20.10.2011 Đặng Văn Thanh 24

## Ngoại tác mạng lưới thuận: hiệu ứng trào lưu

- Điều này ám chỉ đến lòng khao khát theo mốt, là mong muốn có một hàng hóa do phần lớn những người khác đều có nó.
- Đây là mục tiêu chính của các chiến dịch tiếp thị và quảng cáo (đối với các sản phẩm đồ chơi, quần áo ...).

20.10.2011
Đặng Văn Thanh
25



## Ngoại tác mạng lưới nghịch: hiệu ứng thích chơi trội

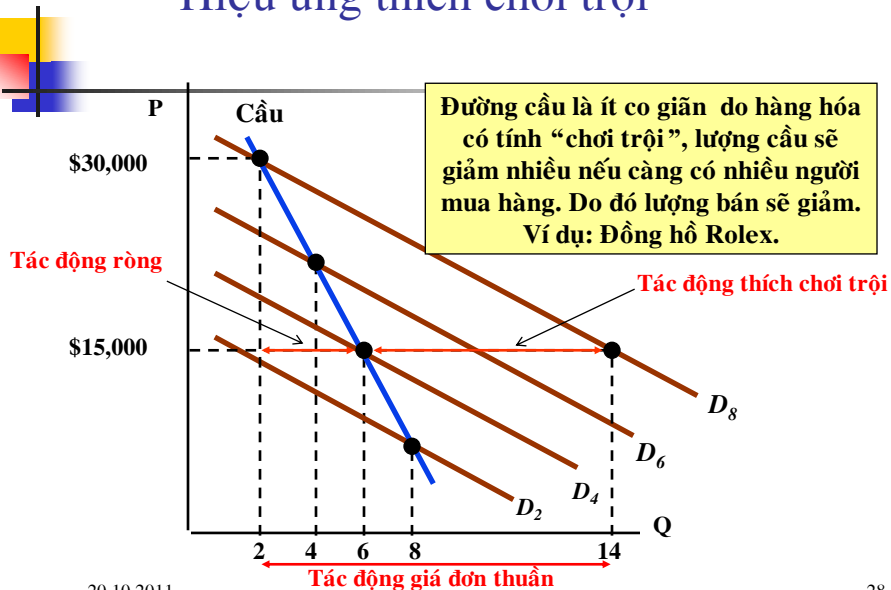
- Hiệu ứng thích chơi trội nói lên mong muốn được sở hữu những loại hàng hóa riêng biệt, duy nhất.
- Lượng cầu của một loại hàng “chơi trội” càng nhiều hơn thì số người có nó càng ít hơn.

20.10.2011

Đặng Văn Thanh

27

## Ngoại tác mạng lưới nghịch: Hiệu ứng thích chơi trội



20.10.2011

Đặng Văn Thanh

28