

Bài 8

CẦU CÁ NHÂN VÀ CẦU THỊ TRƯỜNG

Lê Thị Quỳnh Trâm

23/10/1013

Nội dung

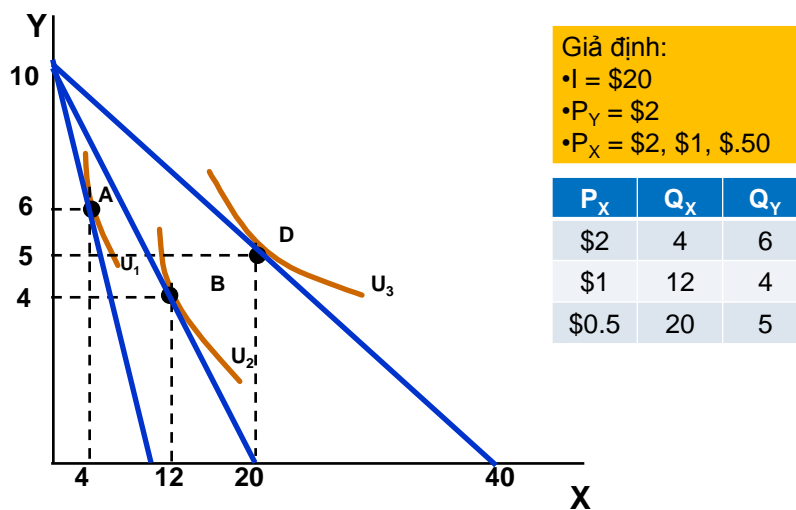
- Cầu cá nhân
- Hiệu ứng thu nhập, hiệu ứng thay thế
- Cầu thị trường
- Thặng dư người tiêu dùng
- Ngoại tác mạng lưới

Các hình vẽ được lấy từ slide của Pindyck

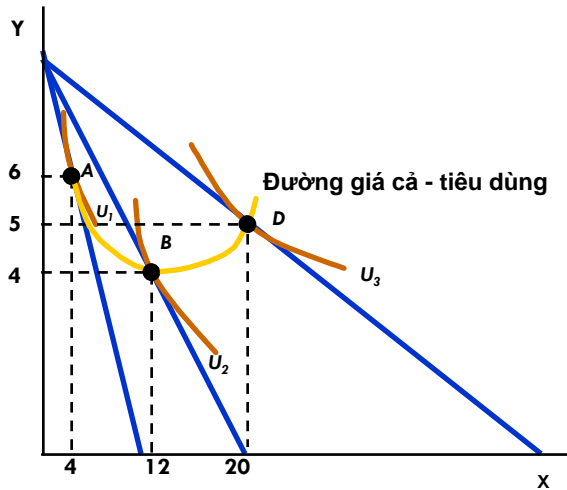
Cầu cá nhân

- Giá thay đổi ảnh hưởng đến tiêu dùng như thế nào?
- Chứng minh đường cầu dốc xuống
- Thu nhập thay đổi ảnh hưởng đến tiêu dùng như thế nào?

Tác động của thay đổi giá



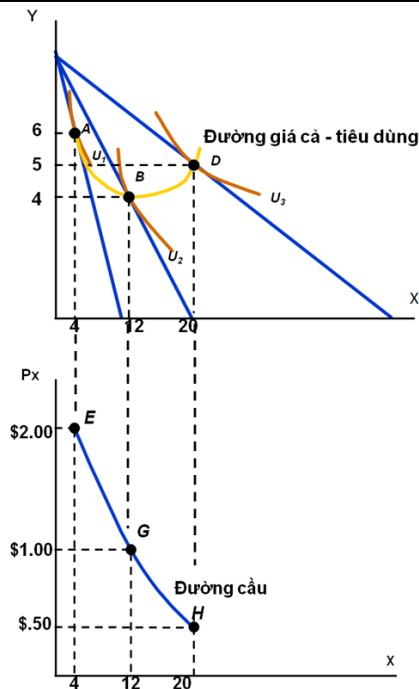
Tác động của thay đổi giá



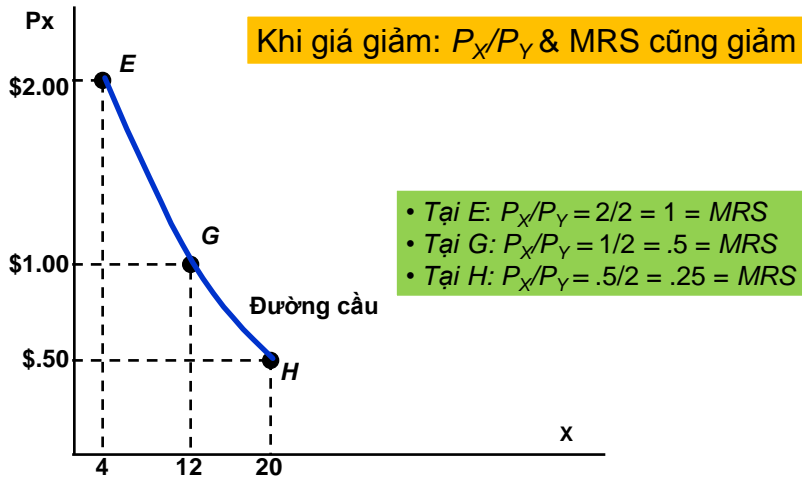
Đường giá cả - tiêu dùng là tập hợp các rổ hàng với độ thỏa dụng tối ưu khi giá của một mặt hàng thay đổi, các yếu tố khác không đổi.

Tác động của thay đổi giá

- Tăng tiêu dùng hàng hóa X khi giá của X giảm.
- Tiêu dùng hàng hóa Y có thể tăng hoặc giảm



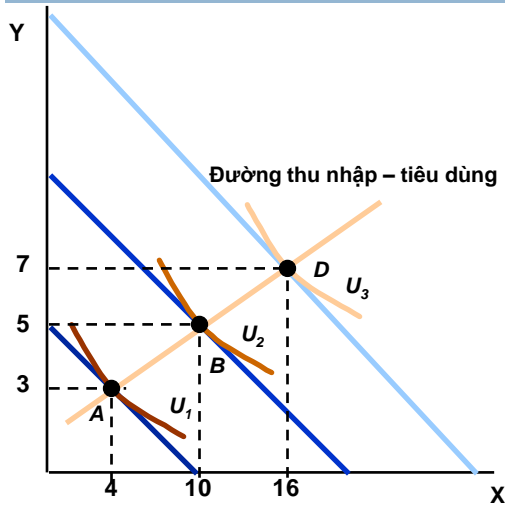
Tác động của thay đổi giá



Đường cầu cá nhân

- Đường cầu cá nhân thể hiện mối liên hệ giữa số lượng hàng hóa mà một người tiêu dùng đơn lẻ sẽ mua tại mỗi mức giá của hàng hóa đó.
- Hai tính chất của đường cầu cá nhân:
 1. Độ thỏa dụng thay đổi dọc theo đường cầu
 2. Tại mỗi điểm trên đường cầu, người tiêu dùng tối đa hóa độ thỏa dụng bằng cách thỏa mãn điều kiện MRS bằng với tỷ số giá của hai mặt hàng.

Tác động của thay đổi thu nhập



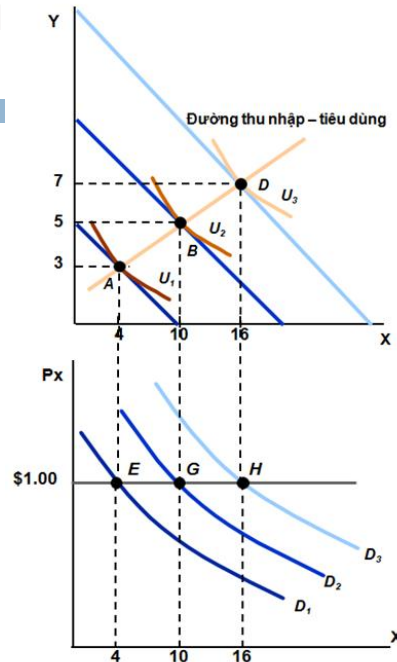
Giá định: $P_X = \$1$
 $P_Y = \$2$
 $I = \$10, \$20, \$30$

I	Q_X	Q_Y
\$10	4	3
\$20	10	5
\$30	16	7

Với mức giá không đổi, khi thu nhập tăng người tiêu dùng thay đổi sự lựa chọn của họ về các rổ hàng hóa

Tác động của thay đổi thu nhập

- Đường thu nhập – tiêu dùng là tập hợp những phối hợp tiêu dùng có độ thỏa dụng cực đại khi thu nhập thay đổi, các yếu tố khác không đổi.
- Khi thu nhập tăng, đường ngân sách dịch sang phải, tiêu dùng tăng tại các điểm dọc theo đường thu nhập – tiêu dùng.
- Khi thu nhập tăng, với mức giá không đổi, đường cầu cá nhân dịch sang phải



Tác động của thay đổi thu nhập

Hàng thông thường – Hàng cấp thấp

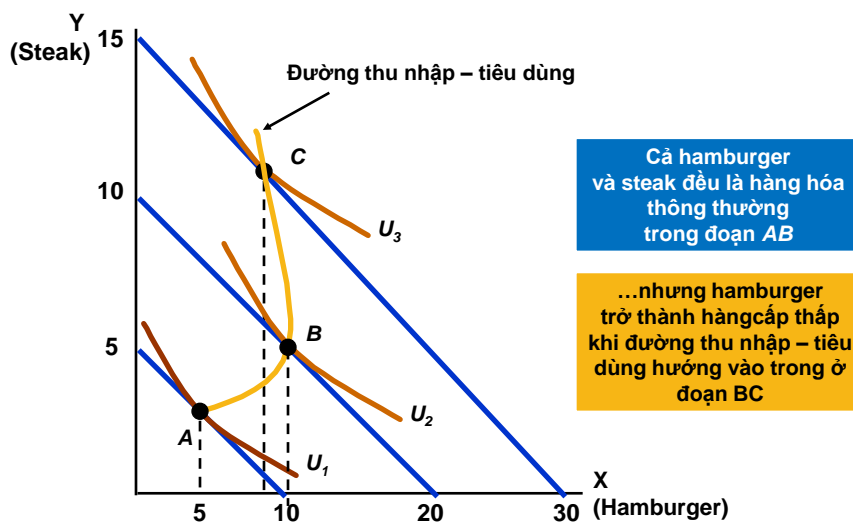
Nếu đường thu nhập – tiêu dùng dốc lên

- Lượng cầu tăng khi thu nhập tăng
- Độ co giãn của cầu theo thu nhập là số dương
- Đây là hàng hóa thông thường

Nếu đường thu nhập – tiêu dùng dốc xuống

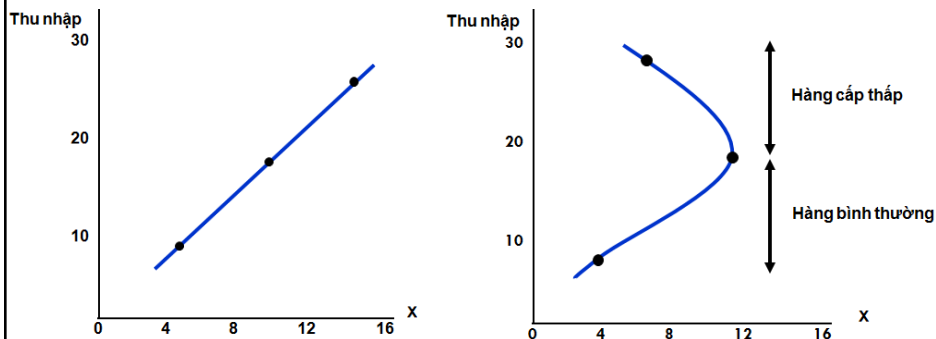
- Lượng cầu giảm khi thu nhập tăng
- Độ co giãn của cầu theo thu nhập là số âm
- Đây là hàng hóa cấp thấp

Hàng thông thường – hàng cấp thấp



Đường Engel

- Đường Engel biểu diễn mối quan hệ giữa lượng hàng tiêu dùng và thu nhập.
- Đối với hàng bình thường, đường Engel sẽ dốc lên
- Đối với hàng cấp thấp, đường Engel sẽ dốc xuống



Hiệu ứng thay thế - Hiệu ứng thu nhập

Sự thay đổi về giá của một hàng hóa sẽ đưa đến hai hiệu ứng

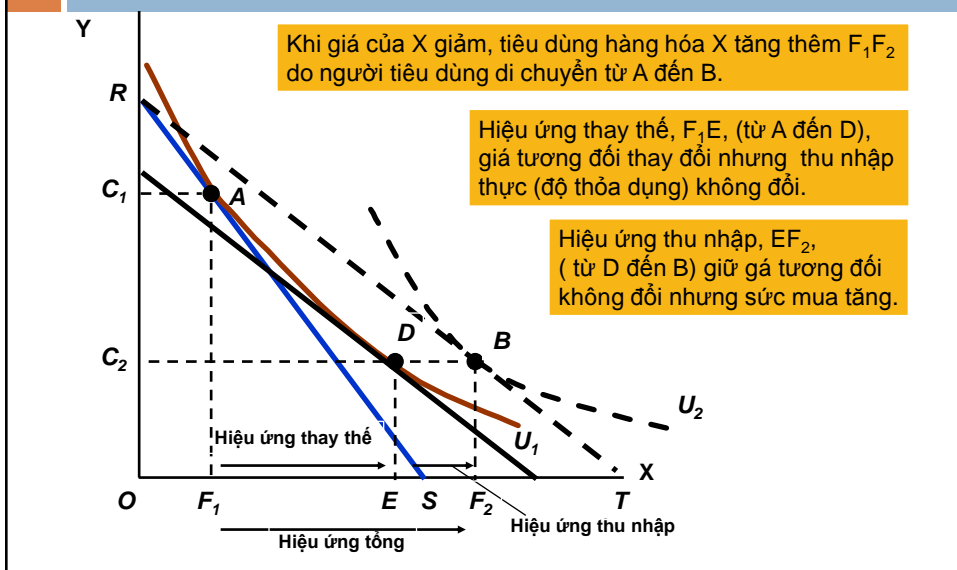
Hiệu ứng thay thế

- Hiệu ứng thay thế là sự thay đổi về số lượng tiêu dùng ứng với sự thay đổi giá của hàng hóa đó, với mức thỏa dụng không đổi
- Khi giá của hàng hóa giảm, hiệu ứng thay thế sẽ làm tăng lượng cầu của hàng hóa đó và ngược lại.

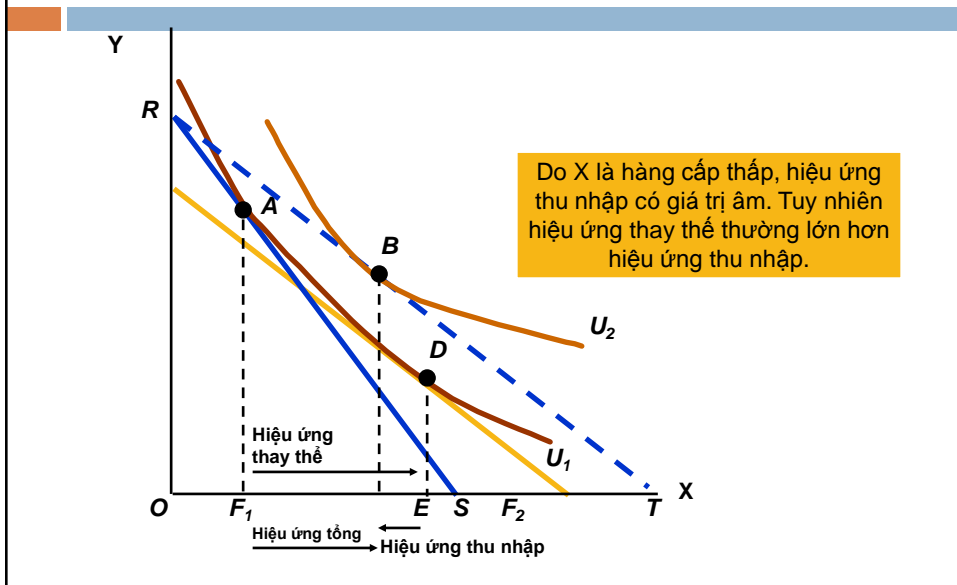
Hiệu ứng thu nhập

- Hiệu ứng thu nhập là sự thay đổi về số lượng tiêu dùng nhờ sức mua thay đổi, với mức giá không đổi
- Khi thu nhập tăng, lượng cầu hàng hóa có thể tăng hoặc giảm

Hiệu ứng thay thế - Hiệu ứng thu nhập Hàng thông thường

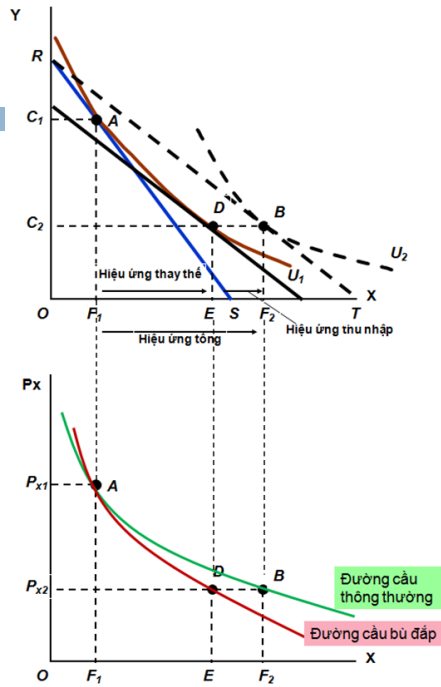


Hiệu ứng thay thế - Hiệu ứng thu nhập Hàng cấp thấp

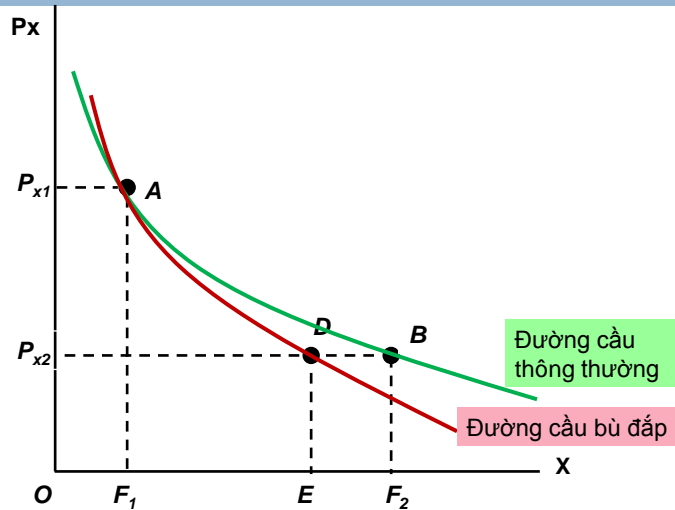


Đường cầu bù đắp

- Đường cầu bù đắp là đường cầu bỏ qua hiệu ứng thu nhập khi giá thay đổi, mà chỉ xem xét hiệu ứng thay thế.
- Đối với hàng hóa thông thường, đường cầu bù đắp dốc hơn đường cầu thông thường.



Đường cầu thông thường Đường cầu bù đắp



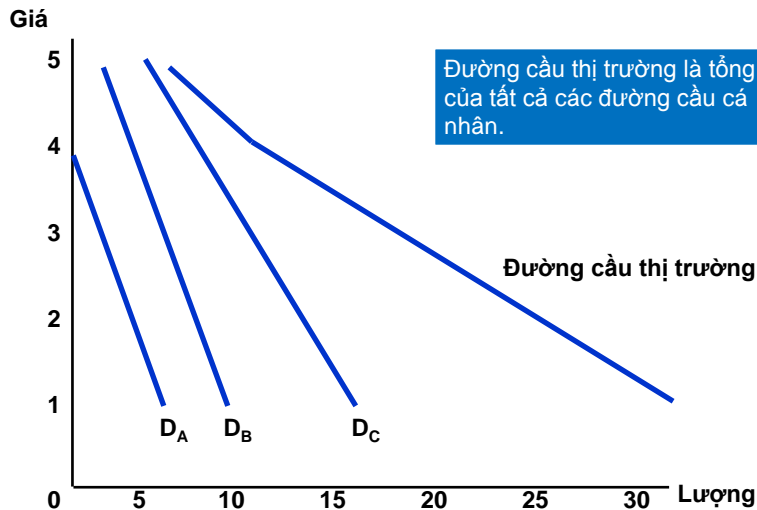
Cầu thị trường

- Đường cầu thị trường là đường biểu diễn mối quan hệ giữa lượng hàng hóa mà tất cả những người tiêu dùng trên thị trường tiêu thụ tại mỗi mức giá của hàng hóa đó.
- Đường cầu thị trường là tổng của tất cả các đường cầu cá nhân.

Xác định đường cầu thị trường

Giá (\$)	Người mua A (đơn vị)	Người mua B (đơn vị)	Người mua 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

Lấy tổng để có đường cầu thị trường



Cầu thị trường

Hai đặc điểm của cầu thị trường

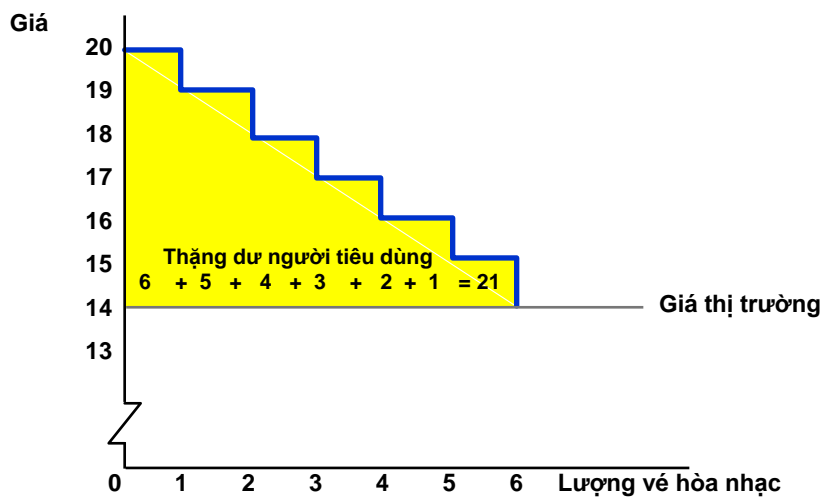
- Đường cầu thị trường dịch sang phải khi có nhiều người tiêu dùng tham gia vào thị trường.
- Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu của nhiều người tiêu dùng sẽ ảnh hưởng đến cầu thị trường.

Thặng dư người tiêu dùng

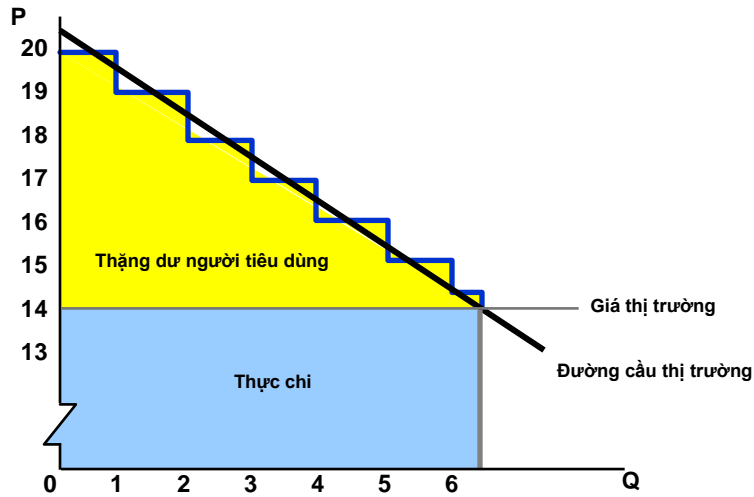
Ví dụ: Cầu cá nhân đối với vé xem hòa nhạc

Giá (\$)	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	...	Thị trường
20	1								1
19	1	1							2
18	1	1	1						3
17	1	1	1	1					4
16	1	1	1	1	1				5
15	1	1	1	1	1	1			6
14	1	1	1	1	1	1	1		7
...

Thặng dư người tiêu dùng



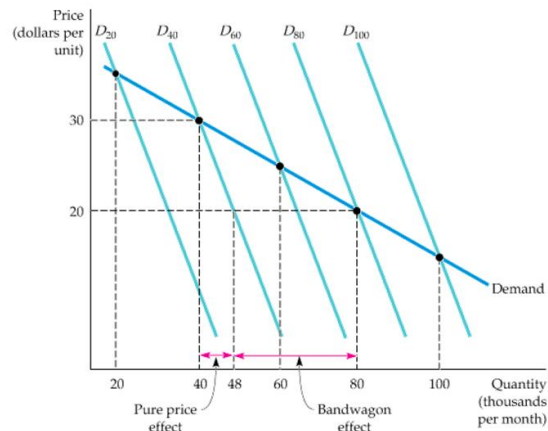
Thặng dư người tiêu dùng



Ngoại tác mạng lưới

Ngoại tác mạng lưới xảy ra khi cầu của các cá nhân phụ thuộc vào sự tiêu dùng của những cá nhân khác.

- Ngoại tác mạng lưới thuận (hiệu ứng trào lưu): xảy ra khi người tiêu dùng muốn sở hữu một hàng hóa bởi vì nhiều người có nó.



Ngoại tác mạng lưới

Ngoại tác mạng lưới xảy ra khi cầu của các cá nhân phụ thuộc vào sự tiêu dùng của những cá nhân khác.

- Ngoại tác mạng lưới nghịch (hiệu ứng thích chơi trội): xảy ra khi người tiêu dùng muốn sở hữu một hàng hóa riêng biệt hoặc duy nhất.

