

Chương III

LÝ THUYẾT VỀ HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Lý thuyết về cung - cầu và quan hệ cung - cầu giúp ta hiểu được quá trình mua bán, trao đổi hàng hóa cũng như sự hình thành giá cả trên thị trường. Tuy nhiên, nó lại không giải thích được vì sao một người tiêu dùng nào đó lại lựa chọn tiêu dùng một hàng hóa hay dịch vụ này mà không tiêu dùng hàng hóa hay dịch vụ khác. Lý thuyết về hành vi của người tiêu dùng sẽ giúp trả lời câu hỏi này.

I. LÝ THUYẾT VỀ ĐỘ THỎA DỤNG

1. Khái niệm về độ thỏa dụng

1.1 Độ thỏa dụng (U)

Có thể nói động cơ đầu tiên đưa người ta đến tiêu dùng một hàng hóa hoặc dịch vụ nào đó chính là sở thích về hàng hóa hay dịch vụ đó và khi tiêu dùng chúng sẽ mang lại cho người tiêu dùng một cảm giác bằng lòng hoặc thỏa mãn nào đó. Các nhà kinh tế đã khái quát và “đo lường” mức độ bằng lòng hoặc thỏa mãn này bằng một khái niệm gọi là độ thỏa dụng.

Độ thỏa dụng biểu thị mức độ thích thú, thỏa mãn hoặc bằng lòng mà một người tiêu dùng có được từ việc tiêu dùng một hàng hóa hay dịch vụ nào đó.

Dĩ nhiên, chúng ta không đo lường được độ thỏa dụng bằng các đơn vị đo lường vật lý như trọng lượng, chiều dài,... và bản thân người tiêu dùng cũng không đo lường được độ thỏa dụng của họ khi tiêu dùng một hàng hóa hay dịch vụ. Tuy nhiên, người tiêu dùng có thể biết được mình thích hàng hóa nào hơn, nghĩa là họ có thể xếp hạng độ thỏa dụng đối với những hàng hóa khác nhau. Với cơ sở đó, độ thỏa dụng khi tiêu dùng một hàng hóa hay dịch vụ được các nhà kinh tế biểu thị bằng những con số. Nếu mức độ thỏa mãn hay bằng lòng càng cao thì độ thỏa dụng được biểu thị bằng những con số càng lớn.

Ví dụ: Khi ăn 1 trái cam người tiêu dùng cảm thấy ngon thì chúng ta có thể biểu diễn cảm giác ngon miệng này bằng một con số như 20 và như vậy độ thỏa dụng của trái cam trong trường hợp này là 20, đồng thời nếu trái cam này được người tiêu dùng cho là ngon hơn một trái chuối thì độ thỏa dụng của trái chuối có thể là 15.

Sự bằng lòng hay thỏa mãn của người tiêu dùng khi tiêu dùng một loại hàng hóa hay dịch vụ thay đổi thường xuyên, vì vậy độ thỏa dụng cũng là một đại lượng liên tục thay đổi và độ thỏa dụng có những đặc điểm như sau:

– *Độ thỏa dụng phụ thuộc vào đánh giá chủ quan của người tiêu dùng:* Rõ ràng với cùng một loại hàng hóa hay dịch vụ nhưng đối với người này có thể có cảm giác hài lòng khi

tiêu dùng nó nhiều hơn đối với người khác, điều này hoàn toàn lệ thuộc vào sở thích của người tiêu dùng đối với hàng hóa hay dịch vụ đó.

– *Độ thỏa dụng phụ thuộc vào số lượng hàng hóa và dịch vụ được tiêu dùng:* Khi tiêu dùng nhiều hơn một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó người tiêu dùng luôn cảm thấy hài lòng nhiều hơn nghĩa là độ thỏa dụng khi tiêu dùng nhiều lớn hơn khi tiêu dùng ít.

– *Độ thỏa dụng phụ thuộc vào từng điều kiện tiêu dùng cụ thể:* trong những hoàn cảnh khác nhau mức độ hài lòng có được khi tiêu dùng cùng một loại hàng hóa cũng khác nhau. Người tiêu dùng sẽ hài lòng hơn nếu uống một ly trà đá vào buổi trưa chứ không phải lúc sáng sớm.

1.2 Tổng độ thỏa dụng (TU)

Tổng độ thỏa dụng (TU) là toàn bộ mức độ thỏa mãn hoặc bằng lòng mà một người tiêu dùng có được khi tiêu dùng một số các hàng hóa hoặc dịch vụ nào đó trong một thời gian nhất định.

Với khái niệm như trên, tổng độ thỏa dụng cũng có thể được biểu diễn dưới dạng một hàm số của một tập hợp những hàng hóa, dịch vụ nào đó.

$$TU = f(X, Y, Z, \dots)$$

Khi tiêu dùng càng nhiều hàng hóa, dịch vụ thì tổng độ thỏa dụng mang lại cho người tiêu dùng càng lớn. Nhưng ở một mức độ nào đó, tổng độ thỏa dụng sẽ đạt đến mức tối đa cho dù có tiêu dùng nhiều hơn nữa. Đó là điểm bão hòa của người tiêu dùng đối với sản phẩm đó. Vượt qua điểm đó, tổng độ thỏa dụng sẽ giảm.

Tuy nhiên trên thực tế rất hiếm khi người tiêu dùng lại tiêu dùng quá mức một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó, bởi lẽ khi không còn cảm giác hài lòng hay thỏa mãn nữa nghĩa là không còn sở thích đối với hàng hóa hay dịch vụ đó thì người tiêu dùng sẽ không tiếp tục tiêu dùng, mặt khác do sự hạn chế về tiền bạc nên người tiêu dùng luôn có xu hướng dành sự chi tiêu cho hàng hóa hay dịch vụ khác khi không còn sở thích về hàng hóa hay dịch vụ đó.

Do vậy, khi nghiên cứu về tổng độ thỏa dụng chúng ta chỉ nghiên cứu trong số lượng hàng hóa còn mang lại cảm giác thích thú cho người tiêu dùng, tức là chỉ xem xét tổng độ thỏa dụng luôn tăng khi tăng số lượng hàng hóa được tiêu dùng.

1.3 Độ thỏa dụng biên (MU):

Độ thỏa dụng biên (MU) là mức tăng thêm của tổng độ thỏa dụng (TU) khi tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa hay dịch vụ nào đó.

Như vậy, với khái niệm về độ thỏa dụng biên MU ở trên, ta có thể tính được độ thỏa dụng biên MU theo công thức sau:

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = TU'$$

Độ thỏa dụng biên như công thức tính ở trên chính là độ dốc của đường tổng độ thỏa dụng ngay tại điểm mà chúng ta đang xem xét.

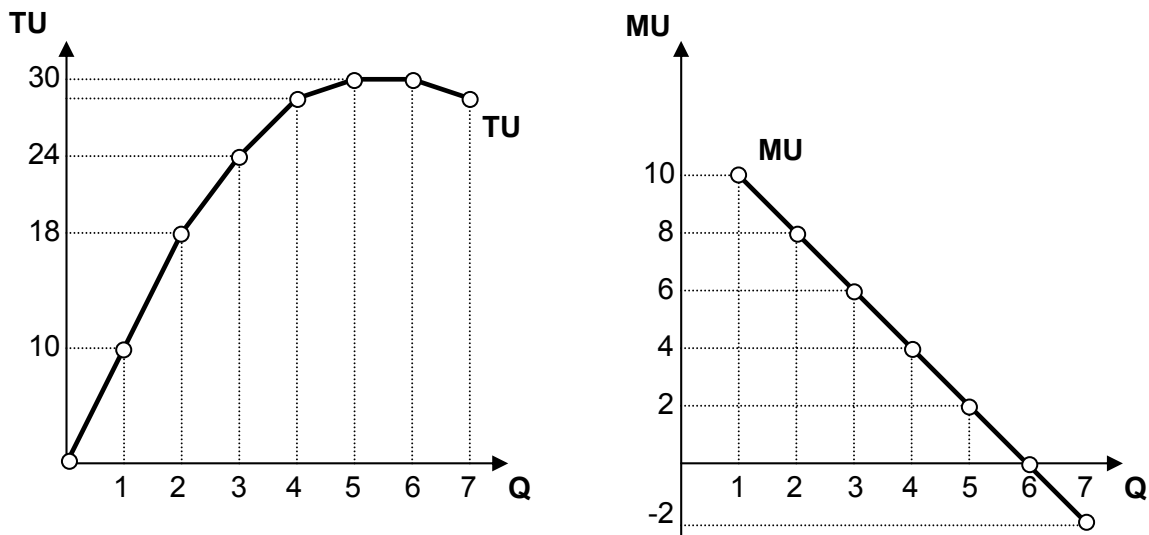
Giả sử một người tiêu dùng một số quả cam và tổng độ thỏa dụng TU mà anh ta có được cho trong bảng sau:

Số trái cam tiêu dùng Q	Tổng độ thỏa dụng TU	Độ thỏa dụng biên MU
0	0	
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	-2

Với tổng độ thỏa dụng TU như trên ta có thể tính được độ thỏa dụng biên MU và như vậy ta có thêm được cột thứ 3 là MU.

Nếu biểu diễn tổng độ thỏa dụng TU và độ thỏa dụng biên MU trên đồ thị thì ta được 2 đồ thị như hình 3.1:

Hình 3.1: Đường tổng độ thỏa dụng TU và đường độ thỏa dụng biên MU



2. Quy luật độ thỏa dụng biên (MU) giảm dần

Khái niệm tổng độ thỏa dụng và độ thỏa dụng biên giải thích vì sao chúng ta lại tiêu dùng một loại hàng hóa hay dịch vụ, cũng như vì sao chúng ta lại thôi tiêu dùng chúng vào một thời điểm nào đó. Trái cam thứ nhất có thể gây cảm giác ngon miệng, nhưng đến trái cam thứ hai ta cảm thấy không ngon bằng trái cam thứ nhất và tương tự đến trái cam thứ sáu, thứ bảy có thể gây cảm giác buồn nôn. Điều này có nghĩa là tiêu dùng với số lượng càng lớn thì độ thỏa dụng biên càng nhỏ. Hiện tượng này được các nhà kinh tế khái quát thành qui

luật gọi là qui luật độ thỏa dụng biên giảm dần.

Qui luật độ thỏa dụng biên giảm dần phát biểu như sau: *độ thỏa dụng biên của một hàng hóa có xu hướng giảm đi khi lượng hàng hóa đó được tiêu dùng nhiều hơn trong một thời kỳ nhất định.*

Sở dĩ độ thỏa dụng biên ngày càng giảm đi là do sự thỏa mãn hay bằng lòng đối với một hàng hóa ngày càng giảm đi khi tiêu dùng tăng thêm mặt hàng đó. Qui luật độ thỏa dụng biên giảm dần nói lên khi ta tiêu dùng với số lượng ngày càng nhiều hơn một mặt hàng nào đó thì tổng độ thỏa dụng tăng lên nhưng với tốc độ chậm dần.

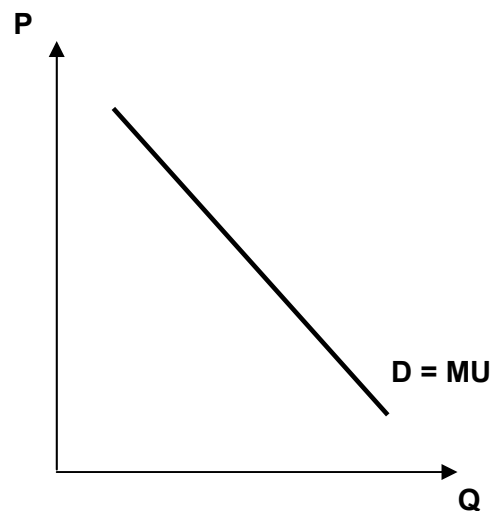
Qui luật độ thỏa dụng biên giảm dần chỉ đúng khi tiêu dùng những một số lượng nào đó của cùng một loại hàng hóa hay dịch vụ trong cùng một thời điểm. Nếu tiêu dùng đồng thời nhiều loại hàng hóa khác nhau thì chúng ta không có qui luật này.

3. Độ thỏa dụng biên (MU) và đường cầu (D)

Giữa độ thỏa dụng biên và giá cả có một mối liên hệ mật thiết. Độ thỏa dụng biên của việc tiêu dùng hàng hóa càng lớn, nghĩa là mức độ thỏa mãn đem lại cho người tiêu dùng khi tiêu dùng hàng hóa càng lớn, thì người tiêu dùng sẵn sàng trả giá càng cao hơn và khi độ thỏa dụng biên giảm thì sự sẵn sàng chi trả cũng giảm đi. Như vậy có thể dùng giá để đo độ thỏa dụng biên của việc tiêu dùng hàng hóa.

Nếu so sánh, ta thấy có sự tương tự về dạng của đường cầu và dạng của đường độ thỏa dụng biên. Nó thể hiện một điều là đằng sau đường cầu của người tiêu dùng chứa đựng độ thỏa dụng biên giảm dần của người đó, hay do qui luật độ thỏa dụng biên giảm dần mà đường cầu dốc xuống. Nói cách khác, đường biểu diễn về độ thỏa dụng biên MU của người tiêu dùng chính là đường cầu cá nhân của người đó.

Hình 3.2: Đường cầu cá nhân



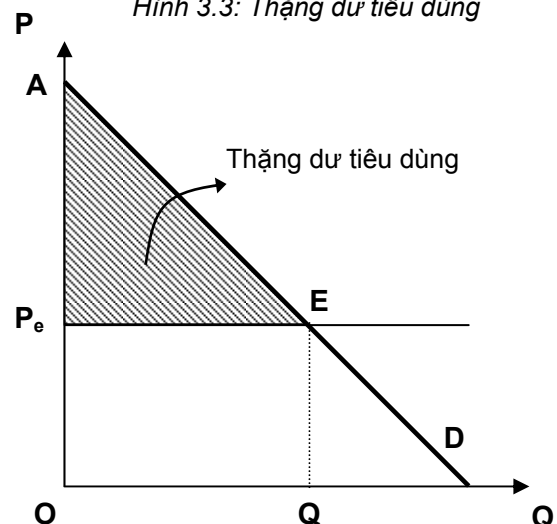
4. Thặng dư tiêu dùng (Consumer Surplus – CS)

Thặng dư tiêu dùng là tổng số lợi ích hay giá trị mà người tiêu dùng nhận được ngoài số tiền họ thực sự chi ra để mua hàng.

Thặng dư tiêu dùng được xác định là phần diện tích gạch chéo như trong hình 3.3. Nó chính là toàn bộ chênh lệch giữa mức giá cao nhất mà người tiêu dùng chấp nhận trả cho hàng hóa hay dịch vụ với mức giá thị trường của nó.

Trên thị trường luôn tồn tại một số người tiêu dùng chấp nhận trả giá cao cho một số lượng ít của

Hình 3.3: Thặng dư tiêu dùng



một loại hàng hóa. Tuy nhiên, thực tế họ chỉ trả tiền theo mức giá P_e của thị trường và như vậy họ cảm thấy mình được lợi khi tiêu dùng hàng hóa này. Tổng lợi ích mà những người tiêu dùng này cảm thấy có được chính là phần diện tích được gạch chéo trên đồ thị hay chính là thặng dư tiêu dùng.

Cũng có thể lý giải phần thặng dư tiêu dùng theo cách như sau: tổng độ thỏa dụng (tổng lợi ích) mà người tiêu dùng có được khi tiêu dùng Q đơn vị sản phẩm là diện tích tứ giác OAEQ, nhưng số tiền thực sự mà những người tiêu dùng trên thị trường chi ra là diện tích OP_eEQ (vì những người tiêu dùng sử dụng Q đơn vị sản phẩm và mỗi sản phẩm trả với mức giá P_e). Diện tích của phần gạch chéo thể hiện cho độ thỏa dụng (lợi ích) dôi ra mà toàn bộ những người tiêu dùng trên thị trường có được.

II. LỰA CHỌN TỐI ƯU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Các phân tích về cầu đã giải thích về quyết định tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ của người tiêu dùng dựa trên giả định mua một hàng hóa riêng lẻ với những số lượng khác nhau. Tuy nhiên, trên thực tế khi quyết định tiêu dùng người tiêu dùng phải giải quyết vấn đề lựa chọn và sẽ mua hàng hóa nào trong nhiều hàng hóa với một số tiền chi tiêu hạn chế mà vẫn cho phép họ có được sự thỏa mãn tối đa. Vấn đề này được xem xét thông qua mô hình đường giới hạn ngân sách và đường bàng quan.

1. Đường bàng quan (Indifference Curve: IC)

Đường bàng quan (hay còn gọi là đường đẳng ích) minh họa cho sở thích của người tiêu dùng về hàng hóa hay dịch vụ và được xây dựng dựa trên các giả định về bản chất của sở thích và khẩu vị:

- + Đối với một loại hàng hóa, bao giờ người tiêu dùng cũng thích tiêu dùng nhiều hơn là tiêu dùng ít.
- + Một người tiêu dùng có thể biết mình thích một tập hợp hàng hóa này hơn một tập hợp hàng hóa khác hoặc không xác định được mình thích tập hợp hàng hóa nào hơn trong hai tập hợp hàng hóa được cho trước.
- + Sở thích của người tiêu dùng có tính chất bắc cầu.

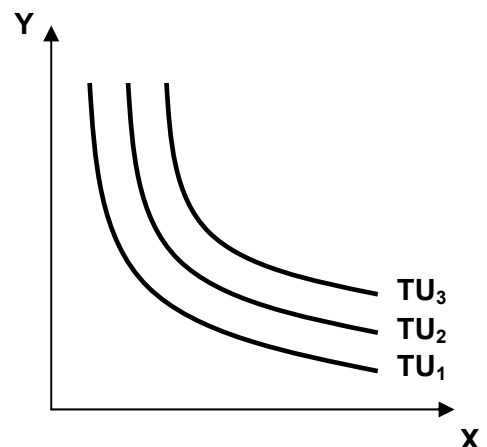
Với những giả định trên, đường bàng quan được khái quát như sau:

Đường bàng quan thể hiện những kết hợp khác nhau trong việc lựa chọn hai loại hàng hóa và tất cả những kết hợp đó đều mang lại tổng độ thỏa dụng như nhau cho người tiêu dùng.

Các đường bàng quan có những đặc điểm như sau:

- + Các đường bàng quan dốc xuống và thường thì lồi về phía gốc tọa độ.

Hình 3.4: Đường bàng quan



+ Các đường bàng quan không cắt nhau.

+ Có vô số đường bàng quan, các đường bàng quan càng xa gốc tọa độ phản ánh độ thỏa dụng càng cao so các đường bàng quan nằm gần gốc tọa độ.

Tất nhiên, với những sở thích khác nhau về các loại hàng hóa hay dịch vụ thì hình dáng của các đường bàng quan cũng khác nhau. Hình dáng của đường bàng quan chỉ ra mức độ khác nhau của sự mong muốn thay thế hàng hóa này bằng hàng hóa khác.

Chúng ta hãy xem xét hình dáng đường bàng quan của người tiêu dùng A và B trong trường hợp sau.

Giả định rằng:

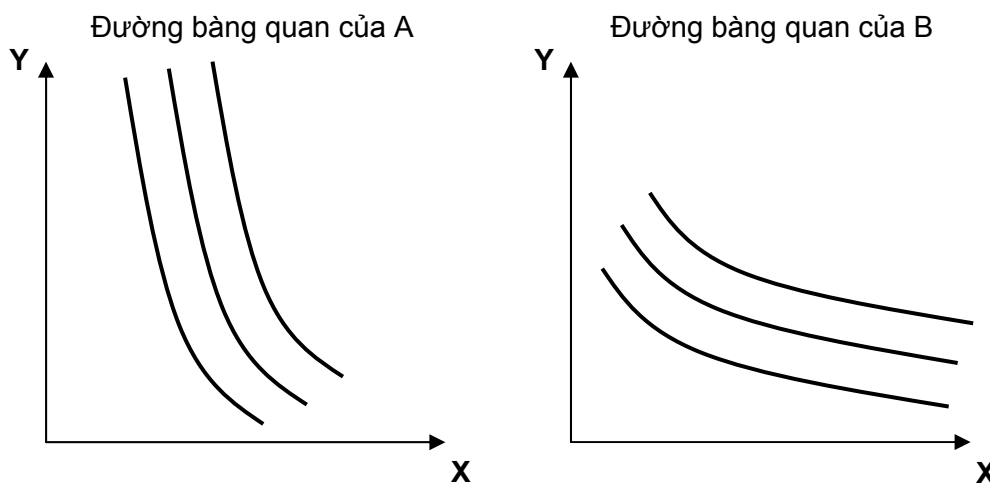
+ Người tiêu dùng A và B chỉ có sự lựa chọn hai hàng hóa là X và Y.

+ Người tiêu dùng A thích hàng hóa X hơn hàng hóa Y và ngược lại người tiêu dùng B thích hàng hóa Y hơn hàng hóa X.

Người tiêu dùng A thích hàng hóa X hơn nên nếu có sự đánh đổi giữa 2 hàng hóa X và Y thì anh ta chỉ chấp nhận đổi một đơn vị hàng hóa X lấy nhiều đơn vị hàng hóa Y, do đó đường bàng quan của anh ta sẽ dốc về phía X hơn như trong hình 3.5. Nếu người tiêu dùng A chỉ quan tâm đến hàng hóa X mà hoàn toàn không thích hàng hóa Y thì đường bàng quan của anh ta sẽ là một đường thẳng đứng.

Ngược lại, người tiêu dùng B thích hàng hóa Y hơn nên anh ta chỉ chấp nhận đổi 1 đơn vị hàng hóa Y lấy nhiều đơn vị hàng hóa X và vì vậy đường bàng quan của anh ta sẽ dốc về phía Y hơn. Nếu anh ta chỉ quan tâm đến hàng hóa Y mà hoàn toàn không thích hàng hóa X thì đường bàng quan của anh ta sẽ là đường nằm ngang.

Hình 3.5: Đường bàng quan của những người tiêu dùng có sở thích khác nhau



Với hai tập hợp nào đó giữa hai hàng hóa X và Y cùng nằm trên một đường bàng quan sẽ mang lại cho người tiêu dùng cùng một mức tổng độ thỏa dụng. Tuy nhiên, khi lựa chọn giữa hai tập hợp hàng hóa người tiêu dùng phải hy sinh bớt một loại hàng hóa này để có thêm một hàng hóa khác. Và chúng ta thấy, số lượng hàng hóa Y mà người tiêu dùng phải từ bỏ để có thêm một đơn vị hàng hóa X giữa hai điểm 1 và 2 như trong đồ thị là khác nhau. Ở điểm 1, người tiêu dùng có ít hàng hóa X và nhiều hàng hóa Y nên mỗi đơn vị hàng hóa X

chỉ chấp nhận đánh đổi nếu được nhiều đơn vị hàng hóa Y. Tuy nhiên ở điểm 2, người tiêu dùng có nhiều hàng hóa X và ít hàng hóa Y nên mỗi đơn vị hàng hóa X người tiêu dùng chỉ chấp nhận đánh đổi ít hơn một đơn vị hàng hóa Y (nhiều đơn vị hàng hóa X đổi lấy 1 đơn vị hàng hóa Y). Tỷ lệ đánh đổi giữa hàng hóa X và hàng hóa Y tại một điểm bất kỳ trên đường bàng quan có thể tính theo tỷ số $\Delta Y/\Delta X$. Tỷ số này cho biết mỗi đơn vị hàng hóa X sẽ đánh đổi bởi bao nhiêu đơn vị hàng hóa Y.

Tỷ số $\Delta Y/\Delta X$ cũng chính là độ dốc của đường bàng quan (tỷ số này luôn luôn âm do đường bàng quan dốc xuống) tại tập hợp hàng hóa đang xem xét. Các nhà kinh tế sử dụng tỷ số này để đo lường mức độ thay thế giữa hai hàng hóa trong lựa chọn của người tiêu dùng và được đặt tên là tỷ lệ thay thế biên và ký hiệu là MRS.

Tỷ lệ thay thế biên được định nghĩa như sau:

Tỷ lệ thay thế biên (MRS) tại điểm bất kỳ trên đường bàng quan là giá trị tuyệt đối của độ dốc đường bàng quan tại điểm đó.

Như vậy: $MRS = -\Delta Y/\Delta X = -\text{Độ dốc đường bàng quan}$

Dấu âm (-) được đưa vào nhằm mục đích làm cho tỷ lệ thay thế biên trở thành một con số dương.

Ngoài ra, như trên đồ thị ở hình 3.6, điểm 1 và điểm 2 nằm trên cùng một đường bàng quan nên có tổng độ thỏa dụng TU như nhau, do đó ta có:

$$\begin{aligned} TU = TU_X + TU_Y &\Leftrightarrow \Delta TU = \Delta TU_X + \Delta TU_Y = 0 \\ &\Leftrightarrow (\Delta TU_X/\Delta X).\Delta X + (\Delta TU_Y/\Delta Y).\Delta Y = 0 \\ &\Leftrightarrow MU_X.\Delta X + MU_Y.\Delta Y = 0 \\ &\Leftrightarrow MU_X/MU_Y = -\Delta X/\Delta Y \end{aligned}$$

Do đó tỷ lệ thay thế biên còn có thể viết như sau: $MRS = -\frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_X}{MU_Y}$

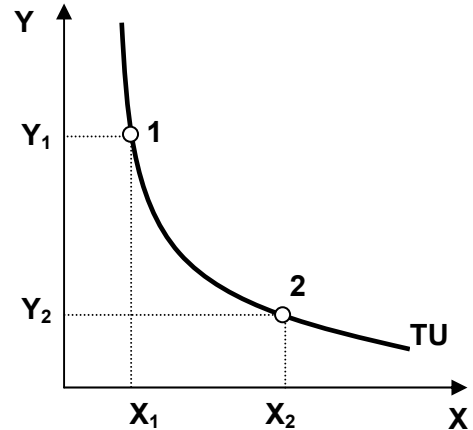
Khi di chuyển từ trên xuống dưới trên cùng một đường bàng quan thì độ dốc đường bàng quan giảm dần và do vậy tỷ lệ thay thế biên MRS cũng giảm dần. Đây chính là một đặc điểm quan trọng về sự ưa thích của người tiêu dùng.

2. Đường giới hạn ngân sách (Budget Line: BL)

Người tiêu dùng lựa chọn một hàng hóa hay dịch vụ nào đó dựa trên sở thích về hàng hóa hay dịch vụ đó và số tiền mà họ có. Đường giới hạn ngân sách minh họa cho số tiền hạn chế mà người tiêu dùng dành để mua hàng hóa hay dịch vụ.

Đường giới hạn ngân sách được xây dựng dựa trên các giả định:

Hình 3.6: Sự thay thế giữa các loại hàng hóa trong tiêu dùng



- Người tiêu dùng chỉ mua hai loại hàng hóa.
- Giá cả hàng hóa được cho trước.
- Người tiêu dùng sử dụng toàn bộ thu nhập hay ngân sách của mình.

Với những giả định trên, đường giới hạn ngân sách được khái quát như sau:

Đường giới hạn ngân sách cho biết tất cả các kết hợp tối đa của hai hàng hóa mà người tiêu dùng có thể mua được với cùng một mức ngân sách.

1.1 Phương trình và đường biểu diễn đường giới hạn ngân sách:

Nếu gọi:

- I : thu nhập hay ngân sách tại mỗi thời kỳ.
- P_x, P_y : tương ứng là giá cả của hàng hóa X và hàng hóa Y.
- X, Y : tương ứng là số lượng của hàng hóa X và Y được tiêu dùng.

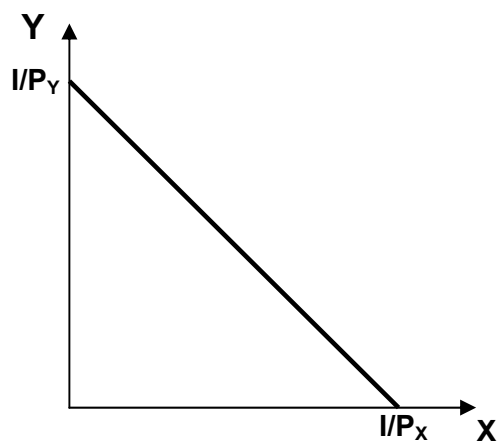
Như vậy, phương trình đường giới hạn ngân sách có dạng:

$$I = P_x \cdot X + P_y \cdot Y$$

Hoặc nếu biến đổi thì phương trình đường giới hạn ngân sách còn có dạng:

$$Y = I/P_y - (P_x/P_y) \cdot X$$

Hình 3.7: Đường giới hạn ngân sách



Đồ thị biểu diễn đường giới hạn ngân sách như trong hình 3.7.

Độ dốc đường giới hạn ngân sách: chính là tỷ số $-P_x/P_y$

1.2 Thay đổi của đường giới hạn ngân sách:

- *Thu nhập (I) thay đổi (P_x, P_y không đổi):*

Khi thu nhập tăng lên, người tiêu dùng mua được nhiều hàng hóa X và Y hơn nên đường giới hạn ngân sách dịch chuyển ra phía ngoài và ngược lại khi thu nhập giảm họ mua được ít hàng hóa X và Y hơn nên đường giới hạn ngân sách dịch chuyển vào trong.

Khi thu nhập thay đổi độ dốc của đường giới hạn ngân sách ($= -P_x/P_y$) không thay đổi do đó nó bị dịch chuyển nhưng luôn song song với đường giới hạn ngân sách cũ. Những đường giới hạn ngân sách càng xa gốc tọa độ phản ánh những mức thu nhập càng lớn.

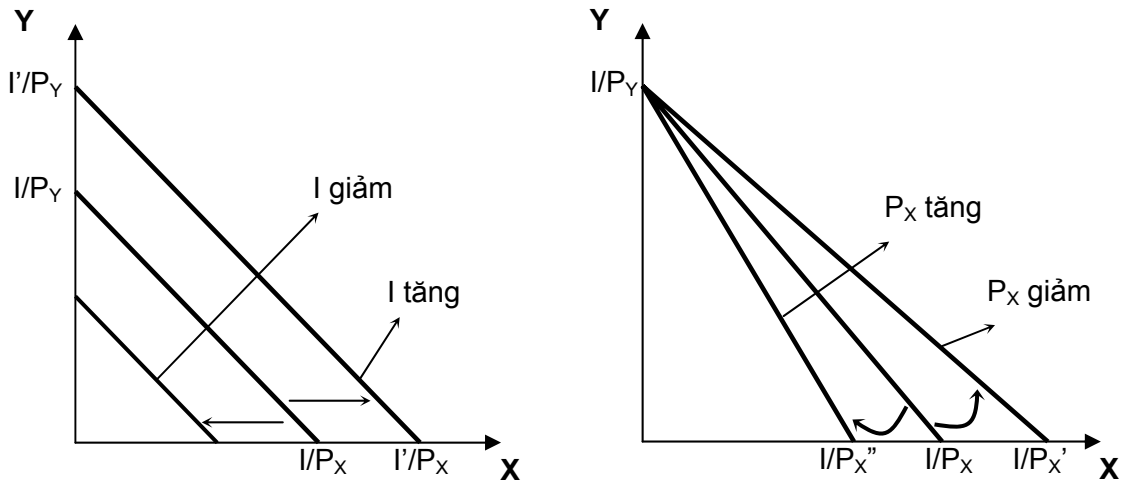
- *Giá cả (P_x) thay đổi (I, P_y không đổi):*

Khi giá cả của hàng hóa X tăng thì người tiêu dùng mua được ít hàng hóa X hơn, nhưng số lượng hàng hóa Y tối đa mua được không đổi nên đường giới hạn ngân sách bị quay vào phía trong và ngược lại nếu P_x giảm thì đường giới hạn ngân sách bị quay ra phía ngoài. Sự thay đổi của đường giới hạn ngân sách như trong hình 3.8.

– Giá cả (P_Y) thay đổi (I, P_X không đổi):

Sự thay đổi của đường giới hạn ngân sách do giá hàng hóa Y thay đổi cũng tương tự như trong trường hợp giá của hàng hóa X thay đổi. Tuy nhiên, đường giới hạn ngân sách ở đây không quay ra phía ngoài hay quay vào trong mà quay lên trên khi giá hàng hóa Y giảm và quay xuống dưới khi giá hàng hóa Y tăng lên.

Hình 3.8: Thay đổi của đường giới hạn ngân sách khi thu nhập I thay đổi và khi giá của hàng hóa X thay đổi



3. Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng (Cân bằng tiêu dùng)

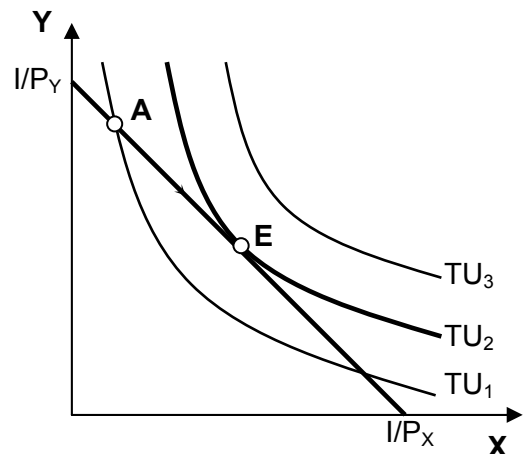
Mục đích của người tiêu dùng là đạt được sự thỏa mãn tối đa bằng nguồn thu nhập hạn chế của mình và như vậy sự lựa chọn của người tiêu dùng bị ràng buộc bởi nhân tố chủ quan là sở thích của họ và nhân tố khách quan là sự giới hạn trong ngân sách tiêu dùng.

Việc chi mua của người tiêu dùng phải chấp nhận một chi phí cơ hội vì việc mua hàng hóa này đồng thời sẽ làm giảm cơ hội mua nhiều hàng hóa khác. Vì vậy, cần phải quyết định như thế nào để được sự thỏa mãn tối đa?

Để trả lời câu hỏi này, chúng ta hãy xem xét mô hình về đường bàng quan và đường giới hạn ngân sách trên cùng một đồ thị.

Giả sử người tiêu dùng đang ở tại điểm A trên đường giới hạn ngân sách như trong hình 3.9. Tại đây, tập hợp giữa hai hàng hóa X và Y của người tiêu dùng cũng nằm trên đường bàng quan TU_1 nên tổng độ thỏa dụng mang lại cho anh ta khi tiêu dùng tập hợp hàng hóa này là TU_1 . Tuy nhiên, nếu người tiêu dùng này di chuyển xuống dưới theo chiều mũi tên trên đường giới hạn ngân sách thì, cũng với một ngân sách tiêu dùng I như cũ, giờ đây một tập hợp hàng hóa X và Y khác sẽ nằm trên một đường bàng quan cao hơn nên anh ta đạt

Hình 3.9: Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng



được sự thỏa mãn cao hơn. Quyết định của anh ta là sẽ thay đổi tập hợp hàng hóa X và Y ở điểm A bằng một tập hợp hàng hóa X và Y khác cũng nằm trên đường giới hạn ngân sách nhưng ở dưới điểm A. Một tập hợp của X và Y ở điểm E sẽ mang lại cho anh ta tổng độ thỏa dụng cao nhất TU_2 . Anh ta sẽ không di chuyển xuống một tập hợp hàng hóa nào khác nằm bên dưới điểm E vì tại đó anh ta không đạt được tổng độ thỏa dụng cao như ở tại E và anh ta cũng không thể chọn một tập hợp X và Y tại một điểm trên đường bàng quan TU_3 được vì ngân sách không cho phép.

Như vậy, điểm E là điểm phối hợp của hai hàng hóa X và Y mang lại cho người tiêu dùng tổng độ thỏa dụng cao nhất hay nói cách khác, người tiêu dùng sẽ tối đa hóa độ thỏa dụng của mình tại điểm mà đường bàng quan và đường ngân sách tiếp xúc nhau.

Tại điểm E ta có: Độ dốc đường giới hạn ngân sách = Độ dốc đường bàng quan

Suy ra: $-P_X/P_Y = \Delta X/\Delta Y$

Hay: $P_X/P_Y = -\Delta X/\Delta Y = MRS = MU_X/MU_Y$

Như vậy, điều kiện để tối đa hóa độ thỏa dụng (hay còn gọi là Cân bằng tiêu dùng) là:

$$\begin{cases} \frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} \\ I = P_X \cdot X + P_Y \cdot Y \end{cases}$$

Cần chú ý: điểm phối hợp hai hàng hóa X và Y tối đa hóa độ thỏa dụng cho người tiêu dùng cũng là một điểm nằm trên đường giới hạn ngân sách nên cũng thỏa mãn phương trình đường ngân sách.

Điều kiện tối đa hóa độ thỏa dụng hay cân bằng tiêu dùng được phát biểu như sau: *độ thỏa dụng biên mang lại từ việc chi tiêu một đồng cho hàng hóa này bằng với độ thỏa dụng biên mang lại từ việc chi tiêu một đồng cho hàng hóa khác.*

– Nếu $MU_X/P_X > MU_Y/P_Y$ thì người tiêu dùng sẽ tiêu dùng nhiều hàng hóa X hơn và giảm tiêu dùng hàng hóa Y để tối đa hóa độ thỏa dụng hay đạt được cân bằng tiêu dùng.

– Và ngược lại nếu $MU_X/P_X < MU_Y/P_Y$ thì người tiêu dùng sẽ tiêu dùng ít đi hàng hóa X hơn và tăng tiêu dùng hàng hóa Y.

Mở rộng hơn, điều kiện tối đa hóa độ thỏa dụng như trên cũng có thể áp dụng cho một tập hợp gồm n hàng hóa: X, Y, Z, ... và điều kiện đó chính là:

$$\frac{MU_X}{P_X} = \frac{MU_Y}{P_Y} = \frac{MU_Z}{P_Z} = \dots$$

Và tập hợp n hàng hóa trên cũng phải là một tập hợp thỏa mãn phương trình đường giới hạn ngân sách:

$$I = P_X \cdot X + P_Y \cdot Y + P_Z \cdot Z + \dots$$

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG III

A. Trắc nghiệm:

1. Khi tăng tiêu dùng một hàng hóa thì:
 - a. Tổng độ thỏa dụng giảm xuống.
 - b. Độ thỏa dụng biên tăng lên.
 - c. a và b đúng.
 - d. a và b sai.
2. Đường bàng quan có đặc điểm là:
 - a. Dốc xuống.
 - b. Cong về phía gốc tọa độ.
 - c. Không cắt nhau.
 - d. Tất cả đều đúng.
3. Một người tiêu dùng đang ở một điểm mà tại đó đường bàng quan cắt đường giới hạn ngân sách, người tiêu dùng này:
 - a. Chưa tối đa hóa độ thỏa dụng.
 - b. Chi tiêu hết ngân sách của mình.
 - c. Nên di chuyển lên một đường bàng quan cao hơn nhằm tối đa hóa độ thỏa dụng.
 - d. Tất cả đều đúng.
4. Tại điểm tiêu dùng tối ưu (hay cân bằng tiêu dùng):
 - a. Tổng độ thỏa dụng của mỗi hàng hóa là như nhau.
 - b. Độ thỏa dụng biên của mỗi hàng hóa là như nhau.
 - c. Độ thỏa dụng biên mang lại từ một đơn vị tiền tệ chi cho mỗi hàng hóa là như nhau.
 - d. Tất cả đều sai.
5. Tại điểm tiêu dùng tối ưu (hay cân bằng tiêu dùng):
 - a. Độ dốc của đường giới hạn ngân sách bằng độ dốc của đường bàng quan.
 - b. Tỷ lệ thay thế biên (MRS) bằng tỷ lệ giá cả.
 - c. Người tiêu dùng đạt được tổng độ thỏa dụng tối đa.
 - d. a, b, c đều đúng.
6. Đường bàng quan (đường đẳng ích) biểu thị tất cả những phối hợp tiêu dùng về 2 sản phẩm X và Y mà người tiêu dùng:
 - a. Đạt được độ thỏa dụng tăng dần.
 - b. Đạt được cùng một độ thỏa dụng.
 - c. Đạt được độ thỏa dụng giảm dần.
 - d. Đạt được độ thỏa dụng tối đa.
7. Tỷ lệ thay thế biên (MRS) là:
 - a. Độ dốc của đường ngân sách.
 - b. Độ dốc của đường bàng quan.
 - c. Tỷ lệ giá cả của X và Y.
 - d. Tất cả đều sai.
8. Đường ngân sách dịch chuyển lên trên song song với đường cũ khi:
 - a. Thu nhập tăng.
 - b. Thu nhập giảm.
 - c. Giá hàng X tăng.
 - d. Giá hàng X giảm.
9. Câu nào sau đây là không đúng:
 - a. Đường bàng quan thể hiện tất cả các phối hợp về hai loại hàng hóa cho người tiêu dùng cùng một mức độ thỏa mãn.
 - b. Các đường bàng quan không cắt nhau.
 - c. Đường bàng quan luôn có độ dốc bằng tỷ lệ giá cả của hai loại hàng hóa.
 - d. Tỷ lệ thay thế biên thể hiện sự đánh đổi giữa hai loại hàng hóa sao cho tổng độ thỏa dụng (TU) không đổi.
10. Nếu giá hàng hóa X thay đổi trong khi ngân sách và giá hàng hóa Y không đổi thì:
 - a. Đường bàng quan dịch chuyển lên phía trên.
 - b. Đường giới hạn ngân sách dịch chuyển sang trái và song song với đường cũ.
 - c. Đường giới hạn ngân sách dịch chuyển sang phải và song song với đường cũ.
 - d. a, b, c đều sai.

B. Các câu phát biểu sau đây là đúng hay sai? Giải thích.

1. Theo qui luật độ thỏa dụng biên giảm dần thì tổng độ thỏa dụng sẽ giảm khi tăng tiêu dùng.
2. Cân bằng tiêu dùng đạt được khi người tiêu dùng sử dụng hết ngân sách cho tổ hợp hàng hóa mang lại tổng độ thỏa dụng cực đại.

3. Khi độ thỏa dụng biên do một đồng chi tiêu cho hàng hóa X mang lại lớn hơn độ thỏa dụng biên do một đồng chi tiêu cho hàng hóa Y mang lại thì người tiêu dùng nên tăng tiêu dùng hàng hóa X và giảm tiêu dùng hàng hóa Y để tăng tổng độ thỏa dụng.
4. Tại bất kỳ điểm nào trên đường giới hạn ngân sách, người tiêu dùng đều sử dụng hết ngân sách của họ.
5. Khi giá hàng hóa X (hàng hóa X được biểu diễn trên trục hoành) giảm sẽ làm đường giới hạn ngân sách ít dốc hơn trước.
6. Độ dốc đường giới hạn ngân sách phụ thuộc vào thu nhập của người tiêu dùng.
7. Các đường bàng quan có thể cắt nhau.
8. Độ dốc của đường bàng quan bằng tỉ lệ thay thế biên giữa hai hàng hóa.
9. Nếu giá hàng hóa X tăng và giá hàng hóa Y cũng tăng với cùng tỷ lệ thì đường giới hạn ngân sách bị dịch chuyển vào trong và song song với đường cũ.
10. Người tiêu dùng sẽ tối đa hóa độ thỏa dụng khi tiêu dùng hết ngân sách của mình.

C. Bài tập:

1. Một người tiêu dùng khi tiêu dùng 2 sản phẩm X, Y thì tổng độ thỏa dụng đạt được tương ứng với mỗi mức tiêu dùng như sau:

Q	TU _x	TU _y
0	0	0
1	7	25
2	13	48
3	18	70
4	22	91
5	25	108
6	27	124
7	28	139
8	29	146
9	27	150

- a. Tính độ thỏa dụng biên tương ứng với các mức tiêu dùng của sản phẩm X và Y?
 - b. Nếu người tiêu dùng dành 48 đơn vị tiền (đvt) để chi tiêu cho 2 sản phẩm này. Biết rằng giá của X là 2 đvt, giá của Y là 6 đvt, thì người này phải mua bao nhiêu sản phẩm X và Y để tối đa hóa độ thỏa dụng?
2. Hàm tổng độ thỏa dụng của sinh viên A được cho như sau: $TU(X,Y) = X.Y$
- a. Giả sử hiện tại sinh viên A tiêu dùng 14 đv X và 12 đv Y. Nếu sinh viên A giảm tiêu dùng hàng hóa Y đi 8 đv thì cần phải tiêu dùng bao nhiêu đơn vị hàng hóa X để duy trì mức tổng độ thỏa dụng ban đầu?
 - b. Tổ hợp hàng hóa nào sau đây được sinh viên A ưa thích hơn: (3X,10Y) và (4X,8Y).
 - c. Đối với 2 tổ hợp hàng hóa (8X,12Y) và (16X,9Y) sinh viên A có bàng quan hay không?
 - d. Giả sử giá hàng hóa X là 2 đvt và giá hàng hóa Y là 4 đvt và sinh viên A có 80 đvt thì sinh viên A sẽ tiêu dùng bao nhiêu hàng hóa X và bao nhiêu hàng hóa Y để tối đa hóa tổng độ thỏa dụng?

