

# NHU CẦU TIÊU DÙNG TRONG SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

NGUYỄN THUẤN  
(Giảng viên trường ĐHKT)

**T**ìm hiểu nghiên cứu thị trường nhu cầu tiêu dùng của người tiêu dùng là một khoa học đồng thời là một nghệ thuật. Sự thành bại trong sản xuất kinh doanh phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó có một yếu tố hết sức quan trọng là nghệ thuật nắm bắt được nhu cầu tiêu dùng của người tiêu dùng.

Tầm lý của người tiêu dùng bao giờ cũng muốn với một ngân sách nhất định nhưng phải thỏa mãn tối đa nhu cầu của mình. Đây cũng chính là một điều kiện hết sức nghiệt ngã của các nhà sản xuất kinh doanh muốn tồn tại và muốn tìm kiếm cho mình một chỗ đứng trên thị trường.

## PHẦN I: CÁC YẾU TỐ CHỦ YẾU TÁC ĐỘNG ĐẾN LƯỢNG HÀNG HÓA ĐƯỢC TIÊU DÙNG

### GIÁ TRỊ SỬ DỤNG CỦA HÀNG HÓA

Mức độ thỏa mãn của người tiêu dùng cao hay thấp phụ thuộc vào giá trị sử dụng của hàng hóa được tiêu thụ là nhiều hay ít. Nói cách khác, giá trị sử dụng của hàng hóa được biểu hiện ra như là mức độ thỏa mãn của người tiêu dùng.

Giá trị của hàng hóa vừa phụ thuộc vào nhu cầu cá nhân đồng thời phụ thuộc vào nhu cầu của xã hội. Một hàng hóa có thể có công dụng cao đối với người này nhưng lại có công dụng thấp đối với người kia. Ngay bản thân những công dụng của sản phẩm cũng không đứng yên mà nó vận động cùng với sự phát triển của nhu cầu. Hôm nay một hàng hóa có thể có công dụng này nhưng ngày mai lại có công dụng khác.

Nhu cầu giá trị sử dụng của hàng hóa là một phạm trù lịch sử, vừa mang tính chất cá nhân vừa mang tính chất xã hội, thể hiện ra là mức độ thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng: về số lượng, thẩm mỹ, độ bền, thời trang... và cả về mặt văn hóa, tinh thần của hàng hóa.

Chính nhu cầu tiêu dùng là cơ sở để hình thành thị trường hàng hóa:

Giá trị sử dụng của hàng hóa nói chung hay mức độ thỏa mãn của người tiêu dùng phụ thuộc vào giá trị sử dụng của hàng hóa hay dịch vụ tiêu thụ:

$$U = U(X, Y, Z, \dots)$$

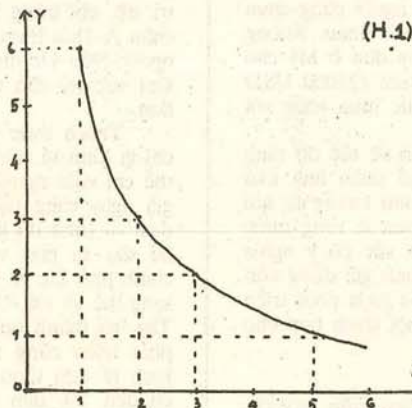
U: giá trị sử dụng hay mức độ thỏa mãn của người tiêu dùng.

X, Y, Z: khối lượng hàng hóa hoặc dịch vụ được tiêu dùng.

Như vậy một cơ cấu nhất định về số lượng và chủng loại hàng hóa sẽ thỏa mãn một mức độ nhất định về nhu cầu của người tiêu dùng.

Giả sử các loại hàng hóa X, Y, Z... có thể trao đổi được cho nhau thì với mức độ thỏa mãn như nhau, cơ cấu khối lượng hàng hóa hoặc dịch vụ được tiêu thụ có thể khác nhau.

Để đơn giản, ta hãy khảo sát một thị trường hàng hóa bao gồm hai loại hàng hóa X và Y hoàn toàn có thể thay thế được cho nhau. Giả sử để thỏa mãn một nhu cầu nào đó của mình, người tiêu dùng cần phải có 30 Y và 20 X (B (20, 30)). Tuy nhiên với mức độ thỏa mãn như cầu, người tiêu dùng có thể thay đổi cơ cấu tiêu dùng của mình bằng cách tăng tiêu dùng hàng hóa Y lên và giảm tiêu dùng hàng hóa X (X (10, 60)), hoặc giảm tiêu dùng hàng hóa Y và tăng tiêu dùng hàng hóa X, (C (30, 20)), (D (50, 10)). Tập



hợp tất cả những điểm tiêu dùng tương ứng với cơ cấu hàng hóa X, Y được tiêu thụ sao cho mức độ thỏa mãn của người tiêu dùng không thay đổi. Nói cách khác, giá trị sử dụng nói chung của hàng hóa không thay đổi được gọi là đường đẳng trị về giá trị sử dụng. (H.1)

Như vậy, mọi điểm tiêu dùng nằm trên đường đẳng trị đều thỏa mãn.

$$\Delta U = U_X \Delta X + U_Y \Delta Y = 0$$

$$\frac{U_X}{U_Y} = -\frac{\Delta Y}{\Delta X} \quad (1)$$

Trong đó: U : giá trị sử dụng  
U<sub>X</sub>, U<sub>Y</sub> : Giá trị sử dụng của hàng hóa X, Y

$\Delta X$ ,  $\Delta Y$  : Lượng hàng hóa X, Y tăng lên n hay giảm đi.  
 $\frac{\Delta Y}{\Delta X}$  : Thường được gọi là tỷ lệ biến thiên hàng hóa hay tỷ lệ thay thế biên duyên viết tắt là MRS.

$\Delta U$  : thường được gọi là sự biến thiên về giá trị sử dụng hay là giá trị sử dụng biên duyên.

Xét lại khảo sát trên, khi người tiêu dùng chuyển từ điểm tiêu dùng A đến điểm tiêu dùng B, chấp nhận từ bỏ 30 hàng hóa Y (60 - 30) để đổi lấy 10 hàng hóa X (20 - 10), có nghĩa là:

$$MRS = -\frac{\Delta Y}{\Delta X} = -\frac{30-60}{20-10} = 3 \quad (>1)$$

Khi người tiêu dùng chuyển điểm tiêu dùng C đến điểm tiêu dùng D, chỉ chịu từ bỏ 10 hàng hóa Y (50 - 10) để đổi lấy 20 hàng hóa X (30 - 10), có nghĩa là:

$$MRS = -\frac{\Delta Y}{\Delta X} = -\frac{10-20}{50-30} = \frac{1}{2} \quad (<1)$$

Nói một cách tổng quát:

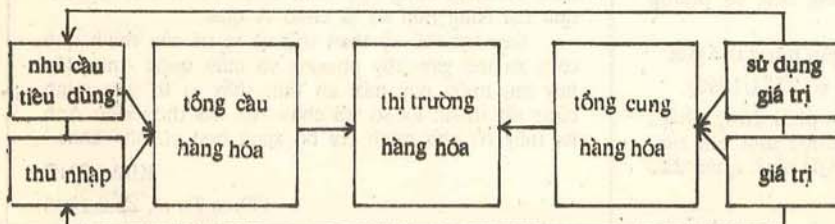
- Khi  $MRS < 1$  : người tiêu dùng chỉ chấp nhận trao đổi với một lượng hàng hóa Y ít hơn để lấy một lượng hàng hóa X nhiều hơn.

- Khi  $MRS > 1$  : người tiêu dùng sẵn sàng chấp nhận trao đổi một lượng hàng hóa Y hơn để đổi lấy ít hàng hóa X hơn.

Mặt khác, dựa vào (1) ta có thể kết luận rằng khả năng thay thế của hàng hóa phụ thuộc vào giá trị sử dụng của chúng. Một hàng hóa có giá trị sử dụng càng cao thì khả năng thay thế được nhiều hàng hóa khác và ngược lại. Điều đó có nghĩa là đường đẳng trị về giá trị sử dụng có độ cong càng nhiều khi hàng hóa có tính thay thế cao và ngược lại.

### GIÁ CẢ VÀ THU NHẬP ĐỐI VỚI HÀNG HÓA ĐƯỢC TIÊU THỤ

Ta biết rằng khối lượng hàng hóa và dịch vụ được tiêu thụ không chỉ phụ thuộc vào công dụng của nó mà còn phụ thuộc vào túi tiền của người tiêu dùng và giá cả của hàng hóa. Nói chung, mức độ thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng không thể vượt quá khả năng ngân sách tiêu dùng cho phép với những giá cả hàng hóa



tương ứng trên thị trường. Tuy nhiên người tiêu dùng có thể lựa chọn cho mình một cách ứng xử thông minh nhất trong khả năng có được.

Nếu với  $M$  là ngân sách tiêu dùng dành để mua sắm hàng hoá và dịch vụ trên thị trường ( $X, Y, \dots$ ) và  $P_x, P_y, \dots$  là giá cả tương ứng thì

$$M = XP_x + YP_y \dots$$

$$\Rightarrow Y = \frac{M}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} X \dots$$

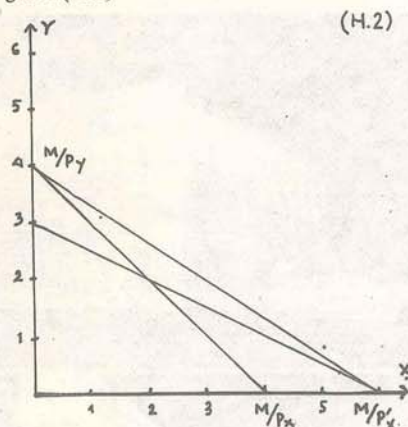
Phương trình trên thể hiện mối quan hệ giữa các loại hàng hoá dịch vụ. Đồng thời số hàng hoá được mua sắm phụ thuộc vào thu nhập của người tiêu dùng và giá cả của hàng hóa. Chính vì vậy phương trình trên được gọi là *phương trình ngân sách tiêu dùng*.

Rõ ràng là đồ thị biểu diễn phương trình ngân sách tiêu dùng sẽ thay đổi khi giá cả và thu nhập hàng hoá thay đổi.

\* Khi giá cả hàng hóa thay đổi (thu nhập không đổi)

Giả sử khi giá cả hàng hoá giảm đi, có nghĩa là tồn tại một giá cả  $P'_x$  nào đó nhỏ hơn  $P_x$  ban đầu. Lúc đó  $M/P'_x$  sẽ lớn hơn  $M/P_x$ . Người tiêu dùng sẽ mua sắm nhiều hơn đối với loại hàng hoá  $X$ . Tuy nhiên, vì hàng hoá  $X$  và  $Y$  có thể trao đổi được cho nhau theo giá thiết, nên người tiêu dùng có xu hướng sẽ giảm bớt tiêu dùng hàng hoá  $Y$  do đã tăng tiêu dùng hàng hoá  $X$ , nhưng vẫn đảm bảo mức độ thỏa mãn tiêu dùng như cũ.

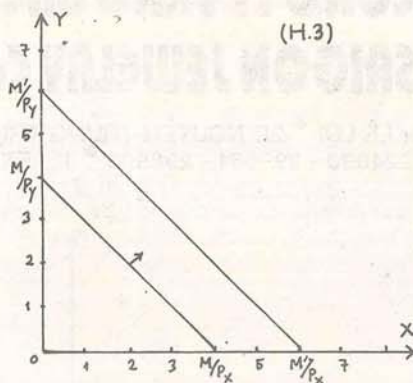
Trong những trường hợp này, độ dốc của đường ngân sách đã thay đổi, hạ thấp hơn trước. Người tiêu dùng có thể tiết kiệm được một khoản tiền do giá cả giảm. (H.2)



\* Khi thu nhập thay đổi (giá cả không đổi)

Giả sử khi thu nhập tăng lên, điều đó có nghĩa là tồn tại một thu nhập  $M'$  nào đó lớn hơn  $M$ . Như vậy  $M'/P_x$  lớn hơn  $M/P_x$ ,  $M'/P_y$  lớn hơn  $M/P_y$  và nếu như giá cả của hàng hoá không đổi có nghĩa là độ dốc đường ngân sách tiêu dùng mới là đường thẳng song song với đường ngân sách cũ về phía đông - bắc (H.3)

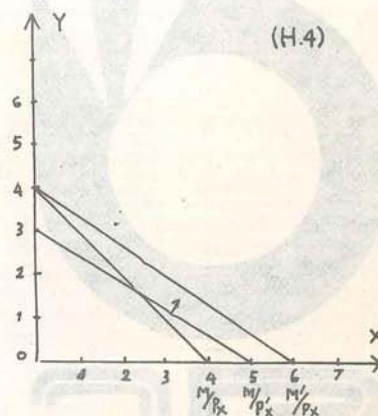
Trong trường hợp này, người tiêu dùng sẽ mua sắm nhiều hơn về tất cả các



loại hàng hóa và tỉ lệ mua sắm giữa các loại hàng hóa là không đổi.

\* Khi giá cả và thu nhập thay đổi  
Giả sử khi giá cả hàng hóa  $X$  giảm đi đồng thời với thu nhập tăng lên. Điều đó có nghĩa là đường ngân sách sẽ xiên hơn về phía hàng hóa có giá cả giảm (hàng hóa  $X$ ), nhưng đồng thời với sự dịch chuyển song song của đường ngân sách về phía đông - bắc (H.4).

Trong trường hợp này, chẳng những lượng hàng hóa được tiêu dùng tăng lên do giá cả giảm mà còn tăng thêm một lượng nữa do thu nhập tăng lên.



Tóm lại:

Khi giá cả thay đổi, người tiêu dùng có xu hướng tăng (giảm) tiêu dùng hàng hóa có giá cả giảm (tăng).

Khi thu nhập thay đổi, người tiêu dùng có xu hướng tăng (giảm) tiêu dùng các loại hàng hóa cùng chiều với thu nhập và tỉ lệ tăng giảm về tiêu dùng giữa các loại hàng hóa là không đổi.

Kỳ sau: Phần II Sự lựa chọn tiêu dùng và phương pháp xác định đường cầu của thị trường.

## JEAN JACQUES ROUSSEAU Bản về ý chí chung của một quốc gia

- "Muốn cho một ý chí trở thành ý chí chung, không nhất thiết lúc nào cũng phải tuyệt đối trăm người như một; nhưng điều cần thiết là mọi tiếng nói đều được đếm xia tới. Nếu loại bỏ, dù là một cách hình thức, một số tiếng nói nào đó thì ý chí chung sẽ bị tan rã" (27/55)

- "Nếu dân chúng được thông tin một cách đầy đủ, khi họ luận giải vấn đề, dù cho là không ai trao đổi riêng với ai, thì qua rất nhiều sự khác biệt nhỏ, cuộc luận giải vẫn cứ dẫn tới ý chí chung, kết quả sẽ luôn luôn tốt đẹp. Nhưng khi có những âm mưu, những nhóm nhỏ dựa dẫm vào tập thể lớn, thì ý chí chung của mỗi nhóm lẽ chỉ là ý chí riêng đối với tất cả quốc gia; lúc đó không thể nói rằng mỗi người là một cử tri, và kết quả sẽ ít gần với ý chí chung hơn. Cuối cùng, khi một nhóm nào đó tỏ phỉnh lên, trùu lợp tất cả các nhóm khác, ta sẽ không có được tổng số của nhiều sự khác biệt nhỏ, mà chỉ có một sự khác biệt duy nhất; lúc đó sẽ không còn ý chí chung nữa, và ý kiến quyết định chỉ là ý chí riêng". (29/58-59)

- "La Mã đến thời cực thịnh thì bắt đầu quy vào cho một số người có cả quyền lập pháp và quyền cai trị tối cao. Từ đó nảy sinh các tệ nạn độc đoán chuyên quyền, và nhà nước La Mã cổ đại bước dần vào chỗ suy vong". (40/73)

- "Nhìn chung, người ta thấy rằng trong một triều đình thường làm mưu ma chước quỷ, và trong một nghị viện thường làm trí thông minh". (69/114)

THANH ĐẠM dịch