

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI



**ĐỀ TÀI: PHÂN TÍCH VÀ LẤY MỘT VÍ DỤ MINH HỌA VỀ MỘT
HÃNG ĐỘC QUYỀN BÁN THUẦN TÚY VÀ CHO BIẾT CÁCH
THỨC MÀ HÃNG NÀY LỰA CHỌN SẢN LƯỢNG VÀ LỢI
NHUẬN TRONG NGẮN HẠN**

Nhóm thực hiện: Nhóm 4

Giảng viên hướng dẫn: Nguyễn Minh Quang

Lớp học phần: 232_MIEC0821_01

BẢNG ĐÁNH GIÁ CÁC THÀNH VIÊN

HỌ VÀ TÊN	MSV	NHIỆM VỤ	NHẬN XÉT	ĐIỂM
Nguyễn Mai Anh (Thành viên)	22D112010	Tìm ND phần 2.3 và 2.4	Hoàn thành tốt nội dung, đúng hạn	B
Nguyễn Mạnh Lương (Thành viên)	22D112110	Tìm ND phần 3, làm powerpoint	Hoàn thành tốt nội dung, có tinh thần trách nhiệm	A
Huỳnh Thị Thảo Ly (Nhóm trưởng)	22D112112	Làm đề cương bài thảo luận, viết lời mở đầu, tổng kết, tìm ND phần 3, tổng hợp ND của nhóm	Có trách nhiệm, chủ động trong công việc.	A
Nguyễn Thị My (Thư ký)	22D112122	Tìm ND phần 1.4 và 1.5, làm word	Hoàn thành nội dung đúng hạn, có đóng góp ý kiến	A
Hoàng Lê Na (Thư ký)	22D112123	Tìm ND phần 2.1 và 2.2, làm word	Hoàn thành khá tốt nội dung, có tinh thần trách nhiệm	B
Lê Thị Diễm Quỳnh (Thành viên)	22D112156	Tìm ND phần 1.1, 1.2, 1.3 và phần 3, phân biện	Có tinh thần xung phong, trách nhiệm.	B
Đặng Kiều Trang (Thành viên)	22D112182	Tìm ND phần 2.3, phân biện	Hoàn thành nội dung được giao, có tinh thần xung phong	B
Lê Thị Hải Yến (Thành viên)	22D112205	Tìm ND phần 2.3, thuyết trình	Hoàn thành nội dung được giao, có tinh thần xung phong	B
Phạm Thị Hải Yến (Thành viên)	22D112206	Tìm ND 2.3	Hoàn thành tốt nội dung	B

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BIÊN BẢN HỌP NHÓM

I. THÔNG TIN CHUNG:

Thời gian làm việc: Từ 20 giờ 00 phút đến 21 giờ 00 phút ngày 02 tháng 02 năm 2024.

Địa điểm: Phòng họp Google Meeting.

Mục tiêu: Tìm hiểu và đưa ra các ý kiến đóng góp cho bài thảo luận với đề tài:

Đề tài: Phân tích và lấy một ví dụ minh họa về một hãng độc quyền bán thuần túy và chỉ rõ cách thức mà hãng này lựa chọn sản lượng và lợi nhuận trong ngắn hạn.

Thành viên tham gia:

Nguyễn Mai Anh

Nguyễn Mạnh Lương

Huỳnh Thị Thảo Ly (Nhóm trưởng)

Nguyễn Thị My (Thư ký)

Hoàng Lê Na (Thư ký)

Lê Thị Diễm Quỳnh

Đặng Kiều Trang

Lê Thị Hải Yến

Phạm Thị Hải Yến

II. NỘI DUNG CUỘC HỌP:

1. Nhóm trưởng đọc lại đề tài thảo luận và cho cả nhóm đóng góp ý tưởng.
2. Cả nhóm đóng góp ý tưởng về đề tài và lấy tập đoàn điện lực EVN làm ví dụ minh họa
3. Sau khi tổng hợp ý tưởng của các thành viên trong nhóm và đưa ra đề cương sơ lược cho bài thảo luận, cả nhóm thống nhất phân chia công việc như sau:

HỌ VÀ TÊN	MSV	NHIỆM VỤ
Nguyễn Mai Anh (Thành viên)	22D112010	Tìm nội dung phần 2.3 và 2.4
Nguyễn Mạnh Lương (Thành viên)	22D112110	Tìm nội dung phần 3, làm ppt
Huỳnh Thị Thảo Ly (Nhóm trưởng)	22D112112	Làm đề cương bài thảo luận, viết lời mở đầu + tổng kết, tìm nội dung phần 3, tổng hợp nội dung của nhóm
Nguyễn Thị My (Thư ký)	22D112122	Tìm nội dung phần 1.4 và 1.5, làm word
Hoàng Lê Na (Thư ký)	22D112123	Tìm nội dung phần 2.1 và 2.2, làm word
Lê Thị Diễm Quỳnh (Thành viên)	22D112156	Tìm nội dung phần 1.1, 1.2, 1.3 và phần 3, phản biện
Đặng Kiều Trang (Thành viên)	22D112182	Tìm nội dung phần 2.3, phản biện
Lê Thị Hải Yến (Thành viên)	22D112205	Tìm nội dung phần 2.3, thuyết trình
Phạm Thị Hải Yến (Thành viên)	22D112206	Tìm nội dung 2.3

4. Nhóm trưởng giao hạn nộp kết quả làm việc của từng cá nhân, yêu cầu hoàn thành công việc, kết thúc cuộc họp.

Nhóm Trưởng

Hà Nội, ngày 02/02/2024

Ly

My

Huỳnh Thị Thảo Ly

Nguyễn Thị My

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ THỰC TIỄN.....	9
1.1 Khái niệm thị trường độc quyền bán thuần túy.....	9
1.2 Các đặc trưng của thị trường độc quyền bán thuần túy.....	9
1.3 Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền.....	10
1.3.1. Do quá trình sản xuất đạt được tính kinh tế theo quy mô.....	10
1.3.2. Do kiểm soát được yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất.....	10
1.3.3. Do quy định về bằng phát minh, sáng chế.....	10
1.3.4. Do các quy định của chính phủ.....	10
1.4. Đường cầu và đường doanh thu cận biên của doanh nghiệp độc quyền.....	11
1.4.1. Đường cầu của thị trường độc quyền bán.....	11
1.4.2. So sánh đường cầu của hãng CTHH và của hãng độc quyền bán thuần túy.....	12
1.4.3. Doanh thu cận biên của hãng độc quyền bán thuần túy.....	13
1.4.4. Mối liên hệ giữa doanh thu cận biên và độ co giãn.....	13
1.5. Tối đa hóa lợi nhuận của hãng độc quyền bán thuần túy trong ngắn hạn.....	14
1.5.1. Điều kiện tối đa hóa lợi nhuận.....	14
1.5.2. Khả năng sinh lợi của hãng độc quyền bán thuần túy.....	14
1.5.3. Lựa chọn sản lượng của hãng độc quyền bán thuần túy.....	17
1.5.4. Quy tắc định giá của hãng độc quyền.....	18
1.5.5. Đo lường sức mạnh độc quyền - Chỉ số Lerner.....	18
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ THỰC TIỄN.....	20
2.1 Tổng quan ngành điện lực.....	20
2.2 Giới thiệu tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN).....	21
2.2.1 Lịch sử.....	21
2.2.2 Thành tựu.....	23

2.2.3 Nguyên nhân dẫn đến độc quyền thuần túy của EVN.....	24
2.3 Phân tích cách thức lựa chọn sản lượng và lợi nhuận trong ngắn hạn của EVN....	25
2.3.1 Điều kiện lựa chọn sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của EVN.....	25
2.3.2 Khả năng sinh lợi của hãng độc quyền của EVN.....	29
2.3.3 Quy tắc định giá của hãng độc quyền.....	29
2.3.4 Sức mạnh độc quyền.....	29
2.4 Hạn chế.....	30
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP.....	31
3.1 Giải pháp mang tính chiến lược từ tăng năng suất tăng lợi nhuận và ưu thế.....	31
3.2 Các giải pháp ngắn hạn giúp tăng lợi nhuận trước mắt.....	33

ĐỀ TÀI: PHÂN TÍCH VÀ LẤY MỘT VÍ DỤ MINH HỌA VỀ MỘT HÃNG ĐỘC QUYỀN BÁN THUẦN TÚY VÀ CHO BIẾT CÁCH THỨC MÀ HÃNG NÀY LỰA CHỌN SẢN LƯỢNG VÀ LỢI NHUẬN TRONG NGẮN HẠN

LỜI MỞ ĐẦU

Thị trường là một khái niệm không còn xa lạ trong thời đại ngày nay. Nhất là bắt đầu từ khi nước ta gia nhập WTO thì khái niệm này lại càng được nhiều người biết đến hơn. Tuy nhiên không phải ai cũng có cái nhìn chính xác và tổng quan về thị trường. Vì thế, tìm hiểu các vấn đề thị trường là cần thiết đối với sinh viên. Trong thị trường kinh doanh ngày nay, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp là không độc quyền và đa dạng. Tuy nhiên, vẫn tồn tại một số ít các công ty đã đạt được vị thế độc quyền trong ngành hàng của mình. Sự độc quyền bán hàng thuần túy là một hiện tượng hiếm hoi và đáng chú ý. Thị trường độc quyền bán hàng thuần túy là thị trường mà trong đó chỉ có một người bán và sản xuất ra sản phẩm mà không có sản phẩm thay thế gần gũi. Những hãng độc quyền thường sở hữu một lợi thế cạnh tranh vô song và có khả năng tạo ra lợi nhuận lớn từ việc kiểm soát hoặc chi phối một phần đáng kể của thị trường. Các công ty độc quyền bán hàng thuần túy không chỉ là những người chiến thắng trong việc nắm giữ thị phần mà còn có khả năng kiểm soát hoàn toàn giá cả và trải nghiệm mua sắm của khách hàng. Trong nỗ lực đạt được vị thế này, các hãng thường phải chọn lựa các chiến lược kỹ lưỡng và đổi mới liên tục để duy trì sự ưu thế của mình.

Bài thảo luận của nhóm 4 sẽ giới thiệu và phân tích cụ thể về thị trường độc quyền bán hàng thuần túy nói chung và cách thức dịch vụ cung cấp điện lựa chọn sản lượng và lợi nhuận trong ngắn hạn nói riêng thông qua Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN).

PHẦN NỘI DUNG

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ THỰC TIỄN

1.1 Khái niệm thị trường độc quyền bán thuần túy.

Thị trường độc quyền thuần túy (còn được gọi là thị trường độc quyền một người, độc quyền đơn phương hay độc quyền bán) là thị trường mà chỉ có một người duy nhất sản xuất và cung ứng một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó cho nhiều người tiêu dùng (người có nhu cầu).

Ví dụ: Độc quyền cung ứng năng lượng điện, độc quyền cung ứng dịch vụ điện thoại và thông tin viễn thông...

1.2 Các đặc trưng của thị trường độc quyền bán thuần túy.

Thị trường độc quyền bán thuần túy có các đặc trưng sau đây:

Thứ nhất, trên thị trường này chỉ có một người bán duy nhất. Do là người bán duy nhất trên thị trường nên cầu thị trường cũng chính là cầu đối với doanh nghiệp độc quyền.

Thứ hai, sản phẩm hàng hóa trên thị trường này không có hàng hóa thay thế gần gũi. Với đặc trưng này, doanh nghiệp độc quyền bán sẽ không phải lo ngại về phản ứng của các doanh nghiệp khác đối với chính sách giá của mình.

Thứ ba, có rào cản lớn về việc gia nhập thị trường. Điều này có nghĩa là ngay cả khi doanh nghiệp độc quyền thu được lợi nhuận kinh tế dương khiến cho các doanh nghiệp khác rất muốn gia nhập thị trường để cũng thu được lợi nhuận kinh tế dương nhưng những rào cản gia nhập đã ngăn cản các doanh nghiệp khác làm điều đó. Việc này, khác hẳn với đặc trưng của thị trường CTHH đã nghiên cứu ở nội dung trước. Những rào cản gia nhập này hay cũng chính là nguyên nhân dẫn đến độc quyền sẽ được nghiên cứu chi tiết ở phần dưới đây.

1.3 Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền.

1.3.1 Do quá trình sản xuất đạt được tính kinh tế theo quy mô

Ngành đạt được tính kinh tế theo quy mô sẽ có đường chi phí bình quân dốc xuống. Ở mức sản lượng lớn sẽ có chi phí thấp hơn ở mức sản lượng nhỏ. Do có chi phí thấp hơn nên doanh nghiệp có quy mô lớn có thể giảm giá bán để loại bỏ những doanh nghiệp nhỏ hơn ra khỏi thị trường, doanh nghiệp nhỏ hơn sẽ bị thua lỗ và sẽ phải rời khỏi thị trường trong dài hạn. Nếu một doanh nghiệp lớn thành công trong việc loại bỏ tất cả các doanh nghiệp khác ra khỏi thị trường thì sẽ xuất hiện độc quyền bán thuần túy.

1.3.2 Do kiểm soát được yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất

Điều đó có nghĩa nguồn lực then chốt thuộc sở hữu của một doanh nghiệp duy nhất. Khi không có một doanh nghiệp nào khác có thể sản xuất sản phẩm, độc quyền là kết quả tất yếu.

Ví dụ: Độc quyền kim cương De Beers do sở hữu mỏ kim cương lớn nhất thế giới.

1.3.3 Do quy định về bằng phát minh, sáng chế

Theo quy định, chỉ ai nắm giữ bằng phát minh, sáng chế mới được sản xuất hoặc kinh doanh một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó trong một khoảng thời gian nhất định, và điều này làm cho người nắm giữ phát minh, sáng chế trở thành doanh nghiệp cung ứng duy nhất trên thị trường.

1.3.4 Do các quy định của chính phủ

Chính phủ cho phép một doanh nghiệp nào đó là người duy nhất được bán, hoặc cung cấp một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó trên thị trường. Độc quyền trong trường hợp này gọi là độc quyền nhà nước. Nguyên nhân là do ở một số quốc gia, những công nghiệp

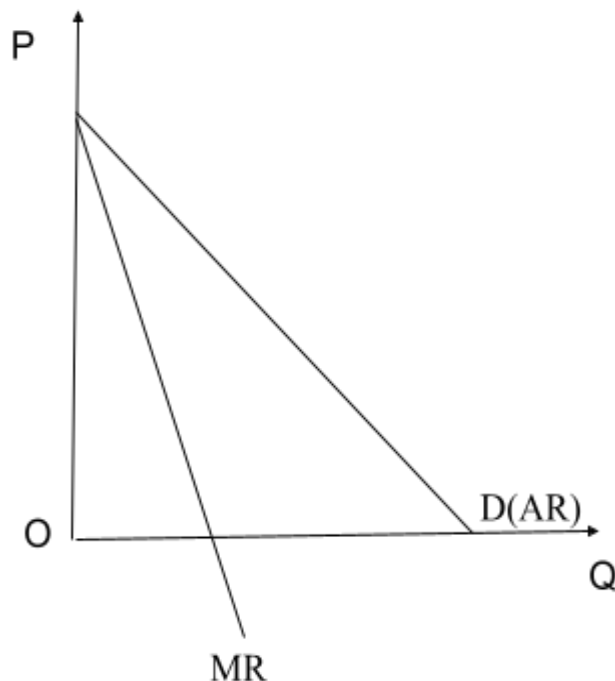
chủ chốt như ngành điện, nước, thông tin liên lạc, phát thanh truyền hình,... có vai trò rất quan trọng và chính phủ kiểm soát chặt chẽ để bảo vệ an ninh quốc gia.

1.4. Đường cầu và đường doanh thu cận biên của doanh nghiệp độc quyền bán thuần túy

1.4.1 Đường cầu của thị trường độc quyền bán

Do là doanh nghiệp duy nhất trên thị trường nên đường cầu của thị trường cũng là đường cầu đối với doanh nghiệp

=> Doanh nghiệp độc quyền đối với một đường cầu thị trường dốc xuống về phía phải



Đường cầu của hãng độc quyền chính là đường cầu của ngành, là một đường dốc xuống từ trái sang phải.

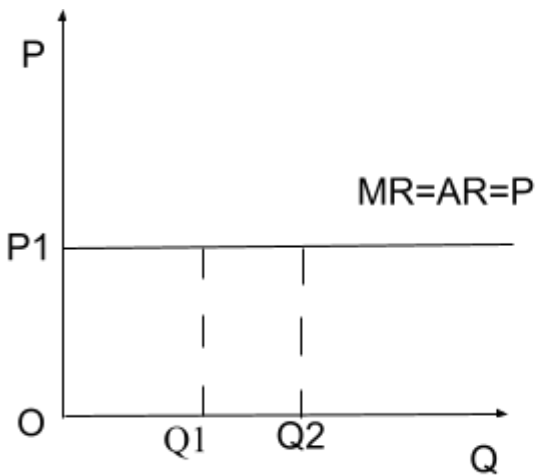
Đường doanh thu cận biên nằm dưới đường cầu.

1.4.2. So sánh đường cầu của hãng CTHH và của hãng độc quyền bán thuần túy

Ngành đạt được tính kinh tế theo quy mô sẽ có đường chi phí bình quân dốc xuống. Ở mức sản lượng lớn sẽ có chi phí thấp hơn ở mức sản lượng nhỏ. Do có chi phí thấp hơn nên doanh nghiệp có quy mô lớn có thể giảm giá bán để loại bỏ những doanh nghiệp nhỏ

hơn ra khỏi thị trường, doanh nghiệp nhỏ hơn sẽ bị thua lỗ và sẽ phải rời khỏi thị trường trong dài hạn. Nếu một doanh nghiệp lớn thành công trong việc loại bỏ tất cả các doanh nghiệp khác ra khỏi thị trường thì sẽ xuất hiện độc quyền bán thuần túy.

Điều đó có nghĩa nguồn lực then chốt thuộc sở hữu của một doanh nghiệp duy nhất. Khi không có một doanh nghiệp nào khác có thể sản xuất sản phẩm, độc quyền là kết quả tất yếu.



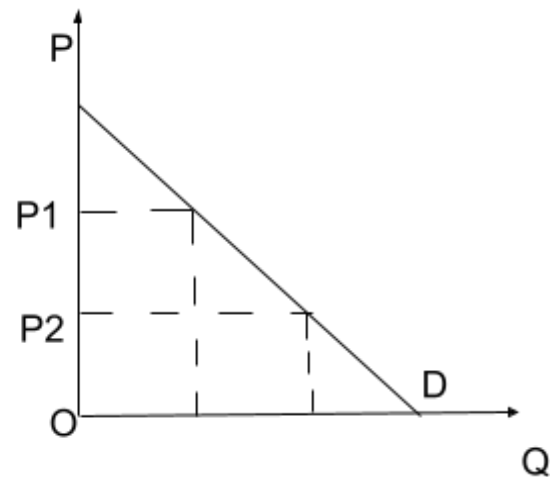
Hãng cạnh tranh tranh hoàn hảo

Ví dụ : Độc quyền kim cương De Beers do sở hữu mỏ kim cương lớn nhất thế giới.

Theo quy định, chỉ ai nắm giữ bằng phát minh, sáng chế mới được sản xuất hoặc kinh doanh một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó trong một khoảng thời gian nhất định, và điều này làm cho người nắm giữ phát minh, sáng chế trở thành doanh nghiệp cung ứng duy nhất trên thị trường.

Chính phủ cho phép một doanh nghiệp nào đó là người duy nhất được bán, hoặc cung cấp một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó trên thị trường. Độc quyền trong trường hợp này gọi là độc quyền nhà nước 2 . Nguyên nhân là do ở một số quốc gia, những công nghiệp chủ chốt như ngành điện, nước, thông tin liên lạc, phát thanh truyền hình,... có vai trò rất quan trọng và chính phủ kiểm soát chặt chẽ để bảo vệ an ninh quốc gia.

Ở thị trường CTHH, đường cầu là một đường ngang ở mức giá thị trường, doanh nghiệp không có sức mạnh thị trường, là người “ chấp nhận giá”



Hãng độc quyền bán thuần túy

Ngược lại, đường cầu của hãng độc quyền bán thuần túy là đường thẳng dốc xuống bên phải, doanh nghiệp độc quyền là người quyết định giá. Do có sức mạnh thị trường nên doanh nghiệp độc quyền có thể chọn bất kỳ sản lượng nào trên đường cầu thị trường. Tuy nhiên, doanh nghiệp độc quyền phải chấp nhận đánh đổi giữa sản lượng và giá bán. Điều này có nghĩa là nếu doanh nghiệp độc quyền muốn bán ra càng nhiều thì doanh nghiệp phải hạ giá bán.

1.4.3 Doanh thu cận biên của hãng độc quyền bán thuần túy

Khi doanh nghiệp độc quyền giảm giá thì doanh thu cận biên cũng giảm theo nhưng tốc độ giảm còn nhanh hơn cả giá. Nguyên nhân của hiện tượng này là do khi doanh nghiệp giảm giá, mức giá giảm không chỉ được áp dụng cho những đơn vị bán thêm mà được áp dụng cho tất cả các sản phẩm.

Như vậy, doanh thu cận biên của doanh nghiệp độc quyền luôn luôn nhỏ hơn giá bán khi bán thêm sản phẩm, trừ đơn vị sản phẩm đầu tiên. Nếu sản lượng càng lớn thì khoảng cách giữa doanh thu cận biên và giá cũng sẽ càng lớn.

1.4.4 Mối liên hệ giữa doanh thu cận biên và độ co giãn

$$\begin{aligned} \text{Ta có: } MR &= \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta(PxQ)}{\Delta Q} = \frac{(\Delta PxQ) + (Q\Delta P)}{\Delta Q} = P\left(\frac{\Delta P}{\Delta Q} \times \frac{Q}{P} + 1\right) \\ &\Rightarrow MR = P\left(\frac{1}{E_p^D} + 1\right) \end{aligned}$$

\Rightarrow Mối liên hệ giữa doanh thu cận biên và độ co giãn:

1. Khi cầu co giãn $|E_p^D| > 1$ hay $E_p^D < -1$ thì $\left(\frac{1}{E_p^D} + 1\right) > 0$, P cũng là một đại lượng dương. Như vậy, nếu cầu co giãn thì doanh thu cận biên MR cũng sẽ là một số dương.
2. Khi cầu kém co giãn $|E_p^D| < 1$ hay $-1 < E_p^D < 0$ thì $\left(\frac{1}{E_p^D} + 1\right) < 0$. Do đó nếu cầu kém co giãn thì doanh thu cận biên MR sẽ nhận giá trị âm.

3. Nếu cầu co dẫn đơn vị $E_P^D = -1$ thì $(\frac{1}{E_P^D} + 1) = 0$ và do đó doanh thu cận biên MR cũng sẽ bằng 0.
 4. Nếu cầu co dẫn hoàn toàn $E_P^D = -\infty$ thì $(\frac{1}{E_P^D} + 1) = 1$ và khi đó doanh thu cận biên: $MR = P$.
- Đây chính là trường hợp đối với doanh nghiệp CTHH, khi doanh nghiệp có đường cầu nằm ngang.

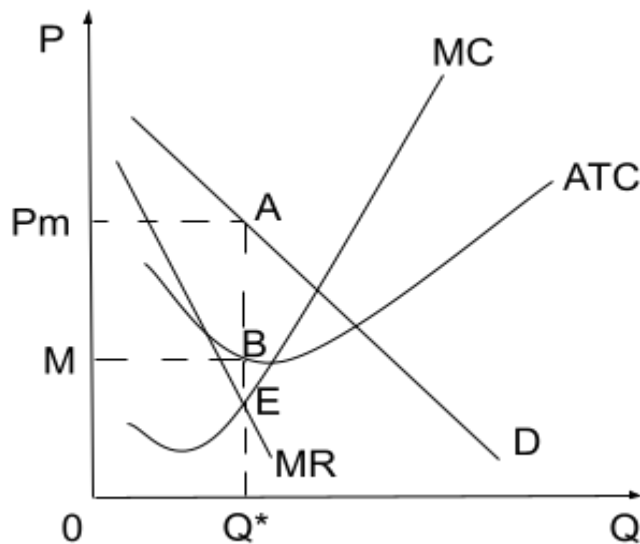
1.5 Tối đa hóa lợi nhuận của hãng độc quyền bán thuần túy trong ngắn hạn.

1.5.1 Điều kiện tối đa hóa lợi nhuận

Điều kiện lựa chọn sản lượng tối đa hóa lợi nhuận trong ngắn hạn là $MR = SMC$. Tuy nhiên đây mới là điều kiện cần để tối đa hóa lợi nhuận chứ chưa phải là điều kiện đủ.

1.5.2 Khả năng sinh lợi của hãng độc quyền bán thuần túy

a. Hãng có lợi nhuận kinh tế dương khi $P > ATC$

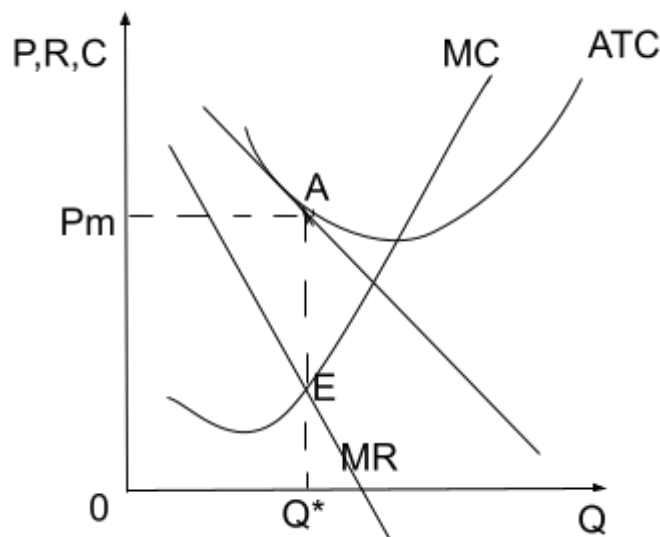


Do có đường cầu thị trường là D, nên với mức sản lượng Q^* , doanh nghiệp sẽ chọn mức giá P_m tương ứng tại điểm A. Tổng doanh thu mà doanh nghiệp thu được là S hình chữ

nhật $0Q^*AP_m$. Khi doanh nghiệp sản xuất Q^* đơn vị sản phẩm, doanh nghiệp có mức chi phí bình quân ATC là độ dài đoạn thẳng $BQ^* < P_m$, do vậy tổng chi phí sản xuất của doanh nghiệp là S hình chữ nhật $0Q^*BM$.

=> Do tổng doanh thu lớn hơn tổng chi phí nên doanh nghiệp độc quyền sẽ có lợi nhuận dương và lợi nhuận tối đa của doanh nghiệp độc quyền chính là S hình chữ nhật $ABMP_m$

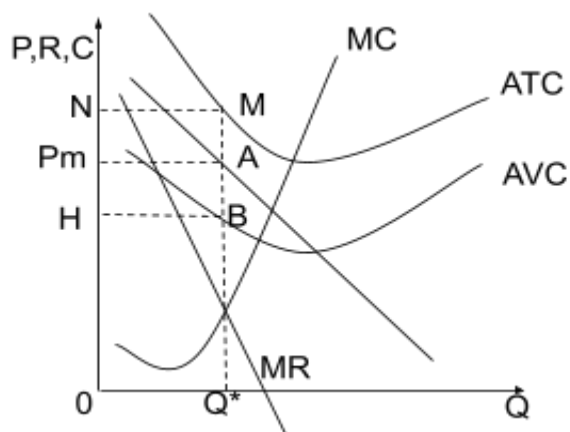
b. Hãng có lợi nhuận kinh tế bằng 0 khi $P = ATC$



Do chi phí bình quân bằng với mức giá (đều bằng độ dài đoạn thẳng AQ^*), nên doanh nghiệp độc quyền chỉ thu được lợi nhuận kinh tế bằng 0. Tổng doanh thu và tổng chi phí đều bằng nhau và bằng diện tích hình chữ nhật $0Q^*AP_m$. Trường hợp này doanh nghiệp vẫn tiếp tục sản xuất.

c. Hãng bị thua lỗ nhưng vẫn tiếp tục sản xuất khi $AVC < P < ATC$

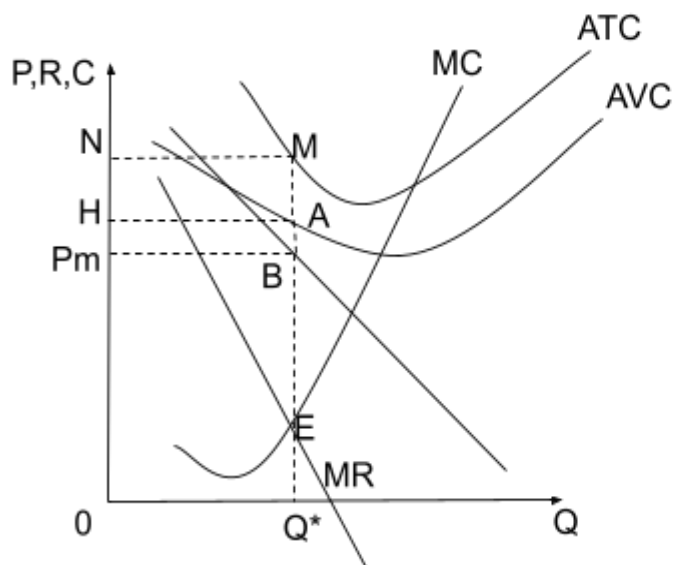
Doanh nghiệp sản xuất Q^* đơn vị sản phẩm và bán với mức giá là P_m . Do mức giá này thấp hơn chi phí bình quân nên doanh nghiệp độc quyền sẽ bị thua lỗ. Cụ thể, doanh thu của doanh nghiệp độc quyền là diện tích hình chữ nhật $0P_mAQ^*$. Trong khi đó tổng chi phí là diện tích hình chữ nhật $0NMQ^*$. Tổng chi phí lớn hơn tổng doanh thu nên doanh nghiệp bị thua lỗ bằng diện tích hình chữ nhật $AMNP_m$.



Nếu doanh nghiệp đóng cửa ngừng sản xuất, doanh nghiệp sẽ bị thua lỗ bằng chi phí cố định, là diện tích hình chữ nhật MNHB.

=> Nếu doanh nghiệp ngừng sản xuất, phần thua lỗ của doanh nghiệp còn lớn hơn phần thua lỗ nếu doanh nghiệp tiếp tục sản xuất. Vậy vẫn nên tiếp tục sản xuất trong trường hợp này.

d. Hãng ngừng sản xuất khi $P \leq AVC$



Tổng doanh thu của doanh nghiệp là diện tích hình chữ nhật $0Q^*BP_m$. Tổng chi phí của doanh nghiệp là diện tích hình chữ nhật $0Q^*MN$. Doanh nghiệp bị thua lỗ bằng diện tích hình chữ nhật MNP_mB . Trong khi đó, chi phí cố định (phần thua lỗ doanh nghiệp

ngừng sản xuất) chỉ là diện tích MNHA. Do vậy quyết định tốt nhất của doanh nghiệp lúc này là đóng cửa, ngừng sản xuất.

1.5.3 Lựa chọn sản lượng của hãng độc quyền thuần túy.

Để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp độc quyền sẽ chọn mức sản lượng mà tại đó doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên và quyết định sản lượng của hãng độc quyền bán.

=> Hãng lựa chọn sản lượng tối ưu Q^* tại $MR=MC$

Hãng độc quyền bán có đường cầu quyết định dạng được MC. Đường cầu ảnh hưởng tới quyết định tối đa hóa lợi nhuận của hãng độc quyền bán thuần túy và hãng độc quyền bán không có đường cung.

Với doanh nghiệp độc quyền bán, không có quan hệ tương ứng một- một giữa giá cả và sản lượng mà doanh nghiệp độc quyền cung ứng. Quyết định đầu ra của doanh nghiệp độc quyền bán không chỉ phụ thuộc vào chi phí cận biên mà còn phụ thuộc vào độ dốc của đường cầu. Kết quả là khi đường cầu dịch chuyển có thể dẫn tới thay đổi giá mà không thay đổi sản lượng, hoặc chỉ thay đổi sản lượng mà không thay đổi giá.

1.5.4 Quy tắc định giá của hãng độc quyền.

Để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp độc quyền sẽ chọn mức sản lượng mà tại đó thỏa mãn điều kiện $MR=MC$

$$\text{Mặt khác, } MR = P\left(\frac{1}{E_p} + 1\right)$$

$$\Rightarrow MC = P\left(\frac{1}{E_p} + 1\right)$$

$$\text{Từ đó, ta có: } P = \frac{MC}{1 + \frac{1}{E_p}}$$

=> Chính sách giá tối ưu đối với doanh nghiệp độc quyền phụ thuộc vào 2 yếu tố: độ co giãn của cầu theo giá và chi phí cận biên. Nếu cầu tương đối co giãn thì mức chênh lệch giữa mức giá và chi phí cận biên sẽ thấp và ngược lại, nếu cầu kém co giãn thì mức chênh lệch này sẽ cao hơn.

=> Doanh nghiệp sẽ không bao giờ hoạt động trong miền cầu kém co giãn.

1.5.5 Đo lường sức mạnh độc quyền - Chỉ số Lerner

Sau khi lựa chọn mức sản lượng Q^* , doanh nghiệp độc quyền sẽ định giá bán cho sản phẩm của mình dọc trên đường cầu. Mức giá này cao hơn mức chi phí cận biên để sản xuất sản phẩm. Và để đo lường sức mạnh độc quyền, ý tưởng đưa ra là so sánh mức giá và chi phí cận biên của doanh nghiệp độc quyền. Chỉ số đo lường sức mạnh thị trường được ông Abba Lerner đưa ra vào năm 1934 như sau:

$$L = \frac{P - MC}{P} \text{ với } P > MC, 0 \leq L \leq 1$$

=> L càng lớn, sức mạnh độc quyền càng cao

$$\text{Biến đổi chỉ số Lerner ta có: } L = \frac{-1}{E_p^D}$$

Công thức này cho thấy, sức mạnh độc quyền không phụ thuộc vào bản thân doanh nghiệp độc quyền mà lại phụ thuộc vào hệ số độ co giãn của cầu người tiêu dùng theo giá bán sản phẩm của doanh nghiệp độc quyền. Nếu cầu càng kém co giãn thì L càng lớn, sức mạnh độc quyền càng lớn và doanh nghiệp độc quyền có thể thu được lợi nhuận cao do sự chênh lệch giữa giá và chi phí cận biên lớn.

Chính vì vậy, các doanh nghiệp độc quyền luôn cố gắng cải thiện chất lượng sản phẩm của mình nhằm thỏa mãn ngày càng tốt hơn nhu cầu khách hàng và loại bỏ hẳn các sản phẩm thay thế tiềm ẩn. Đồng thời họ cũng sử dụng những thủ thuật kinh doanh khác để làm hài lòng khách hàng nhằm ràng buộc khách hàng vào sản phẩm của mình, làm cho nhu cầu khách hàng ít co giãn. Nếu thành công trong việc này, doanh nghiệp độc quyền có thể định giá cao hơn để tăng lợi nhuận.

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ THỰC TIỄN

2.1 Tổng quan ngành điện lực

Điện là một loại năng lượng không thể thiếu đối với đời sống sinh hoạt của người dân cũng như trong sản xuất và kinh doanh. Việt Nam sử dụng một loạt các nguồn năng lượng để sản xuất điện, bao gồm than đá, dầu khí, thủy điện, điện gió và điện mặt trời. Trong những năm gần đây, năng lượng tái tạo đang trở nên ngày càng quan trọng và chiếm một tỷ lệ ngày càng lớn trong nguồn cung cấp điện. Ngành điện lực tại Việt Nam được chia thành hai phần chính là sản xuất điện và phân phối điện. Sản xuất điện thường được thực hiện bởi các nhà máy điện, trong khi phân phối điện thường do các công ty điện lực địa phương chịu trách nhiệm.

Ngành điện là một trong những ngành công nghiệp quan trọng, và là một ngành công nghiệp mũi nhọn của nước ta hiện nay, vì thế việc tập trung phát triển sản xuất, quản lý, phân phối điện năng sao cho hợp lý, đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng, phát triển của đất nước là tối cần thiết. Tuy nhiên do vốn đầu tư ban đầu rất lớn, không phải một doanh nghiệp nào có thể dễ dàng tham gia xây dựng kinh doanh trong thị trường này, và chính những rào cản đó mà ngành điện nước ta ngay từ đầu đã được nhà nước đầu tư cơ sở, nền tảng, giao trách nhiệm cho một doanh nghiệp duy nhất quản lý. Và từ khi thành lập đến nay, nước ta cũng chỉ có một và chỉ một doanh nghiệp độc quyền quản lý gần như tuyệt đối trong các lĩnh vực sản xuất, xây dựng mạng lưới, truyền tải, phân phối điện năng... đến người tiêu dùng đó là Tập Đoàn Điện Lực Việt Nam (EVN).

Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) và các đơn vị trực thuộc Tập đoàn Điện lực Việt Nam vẫn thống trị khâu sản xuất điện. EVN, Tập đoàn công nghiệp Than và khoáng sản (TKV), Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam (PVN) chiếm 82% công suất và sở hữu nhà nước vẫn chi phối ngành điện. Trong cơ cấu phát điện năm 2015, EVN chiếm 58%, PVN chiếm 12%, TKV chiếm 4%, các nhà đầu tư BOT khác chiếm 26% (tính đến ngày 31/5/2015). Ngoài ra, Tập đoàn Điện lực Việt Nam còn độc quyền mua, truyền tải, phân phối và bán lẻ điện.

2.2 Giới thiệu tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN)

Tập đoàn Điện lực Việt Nam (tên giao dịch quốc tế là Vietnam Electricity), viết tắt là EVN (Electricité du Vietnam) thuộc Bộ Công Thương là một doanh nghiệp nhà nước hạng đặc biệt của Việt Nam kinh doanh đa ngành.

2.2.1 Lịch sử

Tổng công ty Điện lực Việt Nam được thành lập theo Quyết định số 562/QĐ-TTg ngày 10/10/1994 của Thủ tướng Chính phủ trên cơ sở sắp xếp lại các đơn vị thuộc Bộ Năng lượng; tổ chức và hoạt động theo Điều lệ ban hành kèm theo Nghị định số 14/CP ngày 27/1/1995 của Chính phủ. Tổng Công ty Điện lực Việt Nam được thành lập trên cơ sở hợp nhất, sắp xếp các đơn vị sản xuất, lưu thông, sự nghiệp của ngành điện. Năm 1994 cũng là năm đưa vào vận hành đường dây 500kV Bắc Nam thống nhất các hệ thống điện miền Bắc, miền Trung, miền Nam thành hệ thống điện Việt Nam thống nhất.

Ngày 22/6/2006, Thủ tướng Chính phủ ra Quyết định số 147/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án thí điểm hình thành Tập đoàn Điện lực Việt Nam và Quyết định 148/2006/QĐ-TTg về việc thành lập Công ty mẹ - Tập đoàn Điện lực Việt Nam.

Đến ngày 25/6/2010, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 975/QĐ-TTg về việc chuyển Công ty mẹ - Tập đoàn Điện lực Việt Nam thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên thuộc sở hữu Nhà nước.

Trước năm 2018, Chủ sở hữu vốn của EVN là Chính phủ Việt Nam (Bộ Công Thương) quản lý. Đến năm 2018, Chủ sở hữu vốn điều lệ của EVN là Ủy ban quản lý vốn nhà nước tại doanh nghiệp. Ngày 28/2/2018, Thủ tướng Chính phủ ban hành Nghị định số 26/2018/NĐ-CP về Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Điện lực Việt Nam. Nghị định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ban hành (thay thế cho Nghị định số 205/2013/NĐ-CP ngày 6/12/2013).

Trong giai đoạn 1994-2006, tổng Công ty Điện lực Việt Nam hoạt động theo mô hình công ty nhà nước độc quyền sở hữu toàn bộ ngành dọc bao gồm các nhà máy điện lớn ở Việt Nam, toàn bộ lưới điện truyền tải và lưới điện phân phối đến các hộ dân. Các công trình tiêu biểu trong giai đoạn này bao gồm: Nhà máy thủy điện Hòa Bình (công suất 1920MW) là

nhà máy điện lớn nhất Đông Nam Á cho đến thời điểm hoàn thành nhà máy thủy điện Sơn La (công suất 2400MW); Nhà máy thủy điện Trị An (công suất 440MW) là nhà máy thủy điện lớn nhất miền Nam; Nhà máy thủy điện Yaly (công suất 720MW) là nhà máy thủy điện lớn nhất miền Trung; Cụm các nhà máy Tua bin khí hỗn hợp Phú Mỹ (tổng công suất 4205 MW) là cụm nhà máy điện lớn nhất miền Nam. Năm 2006 Doanh thu của EVN là 44920 tỷ đồng

Trong giai đoạn 2007- nay, EVN từng bước tách bạch các khâu sản xuất, truyền tải, phân phối trong mô hình kinh doanh ngành điện, xây dựng và phát triển thị trường điện ở Việt Nam. Cùng với phong trào đầu tư đa ngành đa nghề của các Doanh nghiệp Việt Nam cuối những năm thập kỷ đầu tiên của thế kỷ 21, EVN bước vào các sân chơi đầu tư tài chính, viễn thông, bất động sản... Do ảnh hưởng của các cuộc khủng hoảng tài chính suy thoái kinh tế 2007 - 2008 và 2012 - 2013, sự cạnh tranh khốc liệt của các doanh nghiệp cùng ngành nghề, cũng như năng lực quản lý của các doanh nghiệp nhà nước nên các lĩnh vực đầu tư kinh doanh khác ngoài điện lực mà EVN đầu tư mất dần các lợi thế cạnh tranh ban đầu và rơi vào suy thoái - kinh doanh lỗ triền miên. Tập đoàn đã phải thoái vốn ở hầu hết các lĩnh vực Viễn thông - Tài chính - Bất động sản. Xung quanh vấn đề này xuất hiện rất nhiều ý kiến phê bình trong xã hội và thông tin đại chúng về việc hiệu quả đầu tư đa ngành đa nghề của các Tập đoàn, Tổng công ty nhà nước nói chung và EVN nói riêng.

Thực hiện lộ trình thị trường hóa ngành điện Việt Nam, EVN đã thành lập và chia tách dần thành các công ty con (hoặc cổ phần hóa) tham gia trong dây chuyền sản xuất-kinh doanh điện năng của ngành điện Việt Nam. Một số mốc quan trọng:

- **Năm 2007:** thành lập công ty mua bán điện là công ty đại diện cho EVN mua buôn, bán buôn điện năng.
- **Năm 2008:** thành lập Tổng Công ty Truyền tải Điện Quốc gia trên cơ sở sáp nhập các công ty truyền tải điện khu vực thành đơn vị truyền tải thống nhất hạch toán độc lập.
- **Năm 2010:** thành lập Tổng Công ty Điện lực miền Bắc, miền Trung, miền Nam, Thành phố Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh là các Đơn vị phân phối và bán lẻ điện.
- **Năm 2011:** vận hành thị trường phát điện cạnh tranh.

- **Năm 2012:** thành lập các Tổng Công ty phát điện 1, 2, 3 là các Đơn vị quản lý các nhà máy điện trong EVN.
- **Năm 2018:** EVN bán đấu giá cổ phần Tổng Công ty phát điện 3 (GENCO 3)
- **Năm 2019:** vận hành thị trường điện bán buôn cạnh tranh
- **Năm 2021:** EVN bán đấu giá cổ phần Tổng Công ty phát điện 2 (GENCO 2)

Hiện nay chỉ các nhà máy thủy điện có ý nghĩa chiến lược đa mục tiêu (phát điện chống lũ như Hòa Bình, Sơn La, Lai Châu, Tuyên Quang, Yaly, Trị An...) thì EVN mới thành lập các công ty con (nắm giữ 100% vốn) trực thuộc. EVN tiến hành cổ phần hóa từng bước các công ty phát điện và Tổng Công ty Phát điện. Năm 2020, tỷ lệ tổng công suất nguồn điện (nhà máy điện) do EVN nắm giữ chỉ còn 55% tổng công suất nguồn điện của cả Việt Nam.

2.2.2 Thành tựu

a) Đảm bảo cung cấp điện an toàn, ổn định: Cung cấp đủ điện cho phát triển kinh tế - xã hội và đời sống nhân dân với chất lượng ngày càng cao. Tốc độ tăng trưởng điện thương phẩm bình quân cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của đất nước. Hệ thống lưới điện quốc gia liên tục được mở rộng, nâng cấp, đảm bảo truyền tải điện an toàn, hiệu quả.

b) Phát triển nguồn điện: Đầu tư xây dựng nhiều nhà máy điện mới, đa dạng hóa các nguồn điện, đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia. Tăng cường phát triển năng lượng tái tạo, hướng đến mục tiêu phát thải ròng khí nhà kính bằng 0 vào năm 2050.

c) Chuyển đổi số: Ứng dụng công nghệ thông tin vào các hoạt động quản lý, vận hành, kinh doanh, dịch vụ khách hàng. Nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm chi phí, tăng cường minh bạch và chất lượng dịch vụ.

d) Nâng cao hiệu quả hoạt động: Tăng cường công tác quản lý tài chính, tiết kiệm chi phí, giảm tổn thất điện năng. Nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, hướng đến phát triển bền vững.

e) *Đóng góp cho cộng đồng*: Tham gia các hoạt động an sinh xã hội, xóa đói giảm nghèo, phát triển giáo dục, y tế. Bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu.

Ngoài ra, EVN còn đạt được nhiều thành tựu khác như: Đạt nhiều giải thưởng trong nước và quốc tế về khoa học công nghệ, sáng tạo, đổi mới. Được đánh giá là một trong những tập đoàn điện lực lớn và uy tín trong khu vực.

Dưới đây là một số ví dụ cụ thể về thành tựu của EVN:

Năm 2022: EVN đã cung cấp 242,3 tỷ kWh điện, tăng 7,5% so với năm 2021.

Năm 2023: EVN đã đưa vào vận hành 6 nhà máy điện với tổng công suất 1.500 MW.

EVN đã được vinh danh là "Doanh nghiệp chuyển đổi số xuất sắc" năm thứ 4 liên tiếp.

2.2.3 Nguyên nhân dẫn đến độc quyền thuần túy của EVN

a) *Rào cản gia nhập thị trường cao*: EVN là đơn vị duy nhất được cấp phép truyền tải và phân phối điện trên toàn quốc. Các doanh nghiệp khác muốn tham gia thị trường phải đáp ứng nhiều yêu cầu khắt khe về tài chính, kỹ thuật, kinh nghiệm vận hành. Chi phí đầu tư cho hệ thống lưới điện rất cao, khiến các doanh nghiệp mới khó cạnh tranh.

b) *Chính sách ưu đãi cho EVN*: EVN được hưởng nhiều ưu đãi về thuế, đất đai, lãi suất vay vốn. Chính phủ hỗ trợ EVN về giá điện, đảm bảo lợi nhuận cho tập đoàn.

c) *Thiếu sự cạnh tranh*: Do độc quyền thị trường, EVN không có đối thủ cạnh tranh trực tiếp. Điều này dẫn đến tình trạng thiếu động lực để EVN cải thiện hiệu quả hoạt động, giảm giá thành điện.

d) *Hệ thống pháp lý chưa hoàn thiện*: Luật Điện lực hiện hành chưa đầy đủ, chưa tạo điều kiện cho cạnh tranh trong ngành điện. Quy trình cấp phép cho các doanh nghiệp tham gia thị trường điện còn phức tạp, tốn kém.

e) *Nhận thức của người tiêu dùng:* Người tiêu dùng chưa có nhiều lựa chọn về nhà cung cấp điện. Nhiều người tiêu dùng vẫn quen thuộc với EVN và chưa tin tưởng vào các nhà cung cấp điện mới.

Ngoài ra, còn có một số nguyên nhân khác dẫn đến độc quyền thuần túy của EVN như: Quy mô thị trường điện Việt Nam còn nhỏ, Năng lực của các doanh nghiệp điện trong nước còn hạn chế....

2.3 Phân tích cách thức lựa chọn sản lượng và lợi nhuận trong ngắn hạn của EVN

2.3.1 Điều kiện lựa chọn sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của EVN.

Qua quá trình tìm hiểu và điều tra, dưới đây sẽ là số liệu của công ty EVN cung cấp điện cho 500 hộ dân phường Mai Dịch, Cầu Giấy, Hà Nội

P(ngìn đồng/ ngày)	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7
Q(ngìn KWh/ngày)	2.8	2.4	2.0	1.6	1.2

Dựa vào bảng số liệu, ta thấy, khi tăng giá điện, tương ứng sản lượng điện tiêu dùng giảm xuống. Điều phù hợp với luật cầu như ta đã nghiên cứu.

Xét mối liên hệ giữa giá và lượng:

Ta xét phương trình: $P = 2 - 0,25Q$ (D)

Từ mối liên hệ giữa giá và lượng, ta có thể suy ra được những yếu tố sau:

+ Tổng doanh thu là: $TR = P \times Q = -0,25Q^2 + 2Q$

+ Doanh thu cận biên là: $MR = TR' = -0,5Q + 2$

Xét hàm tổng chi phí: $TC = 0,25Q^2 - 0,4Q + 1208$

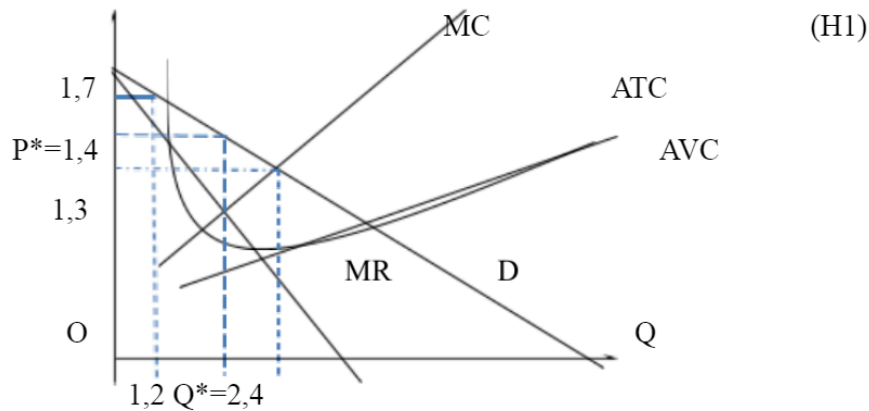
(Trong đó, 1208 là chi phí cố định trong 10 năm)

⇒ Từ đó ta có:

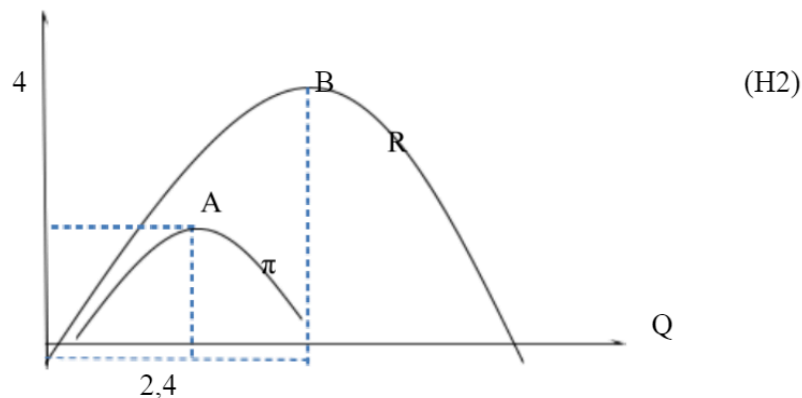
Chi phí cận biên của hãng là: $MC = TC' = 0,5Q - 0,4$

Chi phí bình quân của hãng là: $ATC = \frac{TC}{Q} = 0,25Q - 0,4 + \frac{1208}{Q}$

Ta xét đồ thị thể hiện mối quan hệ giữa các đường chi phí cận biên, chi phí bình quân ngắn hạn và chi phí cố định trong ngắn hạn:



Xét đồ thị thể hiện mối quan hệ giữa doanh thu và lợi nhuận



Công ty cung cấp điện lực EVN muốn tối đa hóa lợi nhuận phải sản xuất ở mức sản lượng sao cho doanh thu cận biên bằng với chi phí cận biên ($MR = MC$). Trên hình 1 (H1), đường cầu thị trường (D) cũng chính là đường doanh thu bình quân của doanh nghiệp (AR). Đường doanh thu cận biên (MC) và đường chi phí bình quân (ATC) của công ty cũng được biểu thị trên hình 1. Doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên ở mức sản lượng Q^* .

Từ đường cầu, ta tìm ra giá tương ứng P^* tại mức sản lượng Q^*

$$MR = MC \Leftrightarrow -0,5Q^* + 2 = 0,5Q^* - 0,4$$

$$\Leftrightarrow Q^* = 2,4$$

Thay $Q^* = 2,4$ vào phương trình đường cầu D ta được $P^* = 1,4$

Giả sử xét một sản lượng nhỏ hơn $Q^* = 2,4$ là $Q_1 = 1,2$.

Lúc đó, giá tương ứng $P_1 = 1,7$. Như biểu thị trên hình 1, doanh thu cận biên MR cao hơn chi phí cận biên MC. Nếu nhà độc quyền bán sản lượng nhiều hơn Q_1 một ít thì sẽ thu thêm được lợi nhuận bổ sung và nhờ đó, tổng lợi nhuận tăng. Nhà độc quyền bán có thể gia tăng sản lượng để tăng tổng lợi nhuận cho đến mức sản lượng $Q^* = 2,4$. Ở đó, lợi nhuận bổ sung từ việc tăng sản xuất thêm 1 đơn vị điện năng bằng 0. Như vậy, sản lượng nhỏ hơn là Q_1 không phải là sản lượng tối đa hóa lợi nhuận, ngay cả khi sản lượng cho phép nhà độc quyền đạt giá cao hơn. Nếu sản xuất ở mức sản lượng Q_1 , tổng lợi nhuận công ty sẽ nhỏ hơn mức cực đại một khoảng bằng phần gạch chéo dưới đường doanh thu cận biên và trên đường chi phí cận biên MC, giữa Q_1 và Q^* .

Nếu có một sản lượng lớn hơn $Q^* = 2,4$ là $Q_2 = 2,8$.

Lúc đó, giá tương ứng là $P_2 = 1,3$, cũng không phải là sản lượng tối đa hóa lợi nhuận. Ở sản lượng $Q_2 = 2,8$, chi phí cận biên MC lớn hơn doanh thu cận biên MR. Do đó, nếu nhà độc quyền (công ty điện lực EVN) sản xuất ít hơn thì lợi nhuận thu sẽ tăng thêm ($MC - MR = 0,4$). Công ty điện có thể làm cho lợi nhuận tăng thêm nữa bằng việc giảm bớt phần sản lượng phía sau Q_2 . Phần lợi nhuận tăng thêm do sản xuất Q^* chứ không phải Q_2 là phần diện tích gạch chéo nằm dưới đường MC và trên đường MR giữa Q^* và Q_2 .

Như vậy, lợi nhuận được tối đa hóa khi doanh thu cận biên bằng chi phí cận biên là tại mức sản lượng Q^* . Nếu hãng sản xuất mức sản lượng thấp hơn, hãng sẽ bị mất một ít lợi nhuận vì doanh thu bổ sung có thể thu thêm nếu sản xuất và bán các đơn vị giữa mức Q_1 và Q^* sẽ lớn hơn chi phí. Tương tự, mở rộng sản lượng từ Q^* đến Q_2 sẽ làm giảm lợi nhuận vì chi phí bổ sung sẽ vượt qua doanh thu bổ sung.

Khi bị khống chế giá điện, công ty sẽ bán cho các hộ gia đình ở mức giá tối đa hóa lợi nhuận.

$$\text{Lợi nhuận} = \text{Tổng doanh thu} - \text{tổng chi phí}$$

Tổng doanh thu mỗi ngày của công ty:

$$TR = -0,25 \times 2,4^2 + 2 \times 2,4 = 3,36 \text{ (triệu đồng)}$$

Tổng chi phí mỗi ngày của công ty:

$$TC = 0,25 \times Q^2 - 0,4Q + \frac{1208}{10 \times 365} = 2,9 \text{ (triệu đồng)}$$

Suy ra lợi nhuận tối đa mà công ty cung cấp điện EVN thu được trong một ngày là:

$$\pi = TR - TC = 0,46 \text{ (triệu đồng)}$$

Trong hình 2, A là điểm tối đa hóa lợi nhuận, B là điểm tối đa hóa doanh thu

Để xác định điểm tối đa hóa doanh thu của công ty thì ta xác định đỉnh của Parabol là đồ thị biểu diễn đường doanh thu. Khi đó, ta tính được $Q=4$, thì tổng doanh thu sẽ là:

$$TR = P^* \times Q = 1,4 \times 4 = 5,6 \text{ (triệu đồng)}$$

Từ hình 2, nhận thấy sản lượng để tối đa hóa lợi nhuận luôn nằm phía bên tay trái so với điểm tối đa hóa doanh thu

2.3.2 Khả năng sinh lợi của hãng độc quyền của EVN

Trong ngắn hạn, căn cứ vào mối quan hệ giữa giá bán, chi phí bình quân và chi phí biến đổi bình quân thì doanh nghiệp có thể đưa ra các quyết định về sản lượng phù hợp gần giống như đối với doanh nghiệp CTHH.

Không phải cứ là doanh nghiệp độc quyền thì chắc chắn sẽ thu được lợi nhuận lớn bởi cũng có nhiều trường hợp doanh nghiệp độc quyền bị thua lỗ, thậm chí còn phải đóng cửa, ngừng sản xuất.

Lợi nhuận của công ty dương khi giá lớn hơn chi phí bình quân $P > ATC$

Công ty bị thua lỗ nhưng vẫn tiếp tục sản xuất khi:

Chi phí biến đổi bình quân $< \text{Giá} < \text{Chi phí bình quân}$ ($AVC < P < ATC$)

Công ty ngừng sản xuất khi giá nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân ($P < AVC$)

2.3.3 Quy tắc định giá của hãng độc quyền

Hãng độc quyền để tối đa hóa lợi nhuận luôn sản xuất tại mức sản lượng mà tại đó:

$$MR=MC$$

$$MR = \Delta TR / \Delta Q = (\Delta(P \cdot Q)) / \Delta Q$$

$$= (\Delta P \cdot Q + P \cdot \Delta Q) / \Delta Q = \Delta P / \Delta Q \times Q + P = P \times (1 + 1 / (E_P^D))$$

$$\Rightarrow MC = P \times (1 + 1 / (E_P^D)) \Rightarrow P / MC = (1 + 1 / (E_P^D))$$

Vì trong độc quyền thuần túy $E_P^D < 0$

$$\text{Nên } P \times (1 + 1 / (E_P^D)) < P \Rightarrow MR < P \Rightarrow MC < P$$

=> Hãng độc quyền bán luôn đặt giá cho sản phẩm của mình lớn hơn chi phí cận biên

=> Hãng độc quyền bán luôn đặt giá cho sản phẩm của mình lớn hơn chi phí cận biên

=> Hãng độc quyền bán có sức mạnh độc quyền

2.3.4 Sức mạnh độc quyền

Sức mạnh độc quyền bán: Là khả năng định giá cao hơn chi phí cận biên. Để tối đa hóa lợi nhuận doanh nghiệp độc quyền phải đặt giá cao hơn chi phí cận biên ($P > MC$). Sức mạnh độc quyền được đo bằng chỉ số Lerner:

$$L = (P - MC) / P$$

Sức mạnh độc quyền của tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) tại mức sản lượng Q^*

$$L = \frac{P - MC}{P} = [1,4 - (0,5 \times 2,4 - 0,4)] / 1,4 \approx 0,43$$

Nếu giá cao hơn chi phí cận biên thì sức mạnh độc quyền càng lớn và doanh nghiệp độc quyền có thể thu lợi nhuận cao do sự chênh lệch giữa giá và chi phí cận biên

2.4 Hạn chế

Hạn chế thị trường:

- Những biến động của tình hình kinh tế, suy thoái kinh tế làm thu hẹp năng lượng tài chính của các nhà đầu tư.
- Những thay đổi trong chính sách Chính Phủ thắt chặt tín dụng đối với việc cho vay vốn.
- Tình hình cung cầu trên thị trường bao gồm cả việc xuất hiện các đối thủ cạnh tranh mới trong lĩnh vực hoạt động của Tập đoàn.

Hạn chế về tài chính:

Tình hình thế giới có nhiều biến động lớn, đặc biệt giá nhiên liệu tăng cao dẫn đến nhiều nước trên thế giới gặp khó khăn về năng lượng và Tập đoàn Điện lực Việt Nam cũng đã chịu ảnh hưởng rất lớn. Mặc dù đã nỗ lực tối đa để giảm chi phí, nhưng các giải pháp đã và đang thực hiện vẫn không thể bù đắp được chi phí mua điện dẫn tới Tập đoàn cũng đã bị chịu khoản lỗ lớn.

Hạn chế khác:

Ảnh hưởng cuộc chiến Nga - Ukraina là một trong các yếu tố cơ bản gây ra nhiều khó khăn cho ngành năng lượng thế giới, trong đó có cả Việt Nam. Làm cho giá khí tăng cao kéo theo giá dầu, giá than cũng tăng lên và nhiều nhà máy điện than ở nước ta cũng phải nhập khẩu than với mức giá cao hơn nhiều lần mức nhập khẩu trước đó. Hệ lụy kèm theo là gia tăng chi phí đối với các hoạt động sản xuất, xuất nhập khẩu, tăng giá nguyên liệu, tăng phí đầu vào, giảm hiệu quả lợi nhuận dự án,...

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP

3.1 Giải pháp mang tính chiến lược lâu dài xuất phát từ tăng năng suất dẫn tới tăng lợi nhuận và ưu thế

Tập trung đào tạo nguồn nhân lực:

Tập trung vào công tác đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, thường xuyên có hệ số dự phòng về lao động, tránh trường hợp thiếu hụt lao động khi có người nghỉ việc.

Nguồn nhân lực chất lượng cao bao gồm, đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý, chuyên gia kỹ thuật và công nhân lành nghề, tập đoàn nên tạo điều kiện phát huy sáng kiến cải tiến kỹ thuật, đưa đội ngũ nhân lực chất lượng cao trở thành đầu tàu, kéo năng suất lao động trong Tập đoàn vươn lên.

Nâng cao hiệu suất vận hành:

Đảm bảo rằng các nhà máy điện hoạt động ở mức hiệu suất cao nhất có thể để tối ưu hóa sản lượng điện sản xuất. Cải thiện quy trình quản lý, giám sát và vận hành hệ thống điện để tăng hiệu suất sử dụng tài nguyên và giảm thiểu tổn thất điện năng trong quá trình truyền tải và phân phối. Sử dụng công nghệ mới, bao gồm trí tuệ nhân tạo (AI), Internet of Things (IoT), và hệ thống điều khiển tự động để tối ưu hóa hoạt động vận hành, giảm thiểu thời gian gián đoạn và tăng cường khả năng dự báo. Tăng cường các chương trình bảo dưỡng định kỳ và sửa chữa để giảm thiểu thời gian ngừng hoạt động không dự kiến và đảm bảo hệ thống hoạt động ổn định.

Mở rộng và nâng cấp hạ tầng:

Đầu tư vào việc mở rộng và nâng cấp hệ thống truyền tải và phân phối để đảm bảo khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng một cách hiệu quả.

Phát triển nguồn năng lượng tái tạo:

Đầu tư vào nguồn điện tái tạo như điện gió, điện mặt trời, và thủy điện sẽ giúp giảm chi phí vận hành và làm tăng lợi nhuận. Đồng thời, sử dụng nguồn năng lượng sạch cũng giúp EVN thực hiện cam kết về bảo vệ môi trường. Ngoài ra EVN còn nên đầu tư vào nghiên cứu và phát triển các công nghệ mới như lưu trữ năng lượng, hệ thống điện mặt trời

di động, và các công nghệ cải tiến để tối ưu hóa hiệu suất và giảm chi phí sản xuất năng lượng tái tạo.

Tối ưu hóa hệ thống truyền tải:

Cải thiện hệ thống truyền tải điện để giảm tổn thất điện năng trong quá trình truyền tải, từ đó tăng hiệu suất toàn bộ hệ thống và giảm chi phí. Đầu tư vào việc nâng cấp và mở rộng hệ thống truyền tải để đảm bảo khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng. Việc sử dụng công nghệ mới và hiệu quả cao cũng cần được xem xét.

Tăng cường quản lý rủi ro:

Đối mặt với biến động giá nguyên liệu và thị trường, EVN cần có chiến lược quản lý rủi ro hiệu quả. Điều này bao gồm việc sử dụng các công cụ tài chính để bảo vệ giá cả và đảm bảo rằng EVN có thể duy trì mức lợi nhuận ổn định.

Phát triển dịch vụ điện thông minh:

Đầu tư vào công nghệ thông minh và dịch vụ điện ưu việt như hệ thống đo đếm từ xa, quản lý tiêu thụ điện thông minh sẽ tăng cường giá trị cho khách hàng và tạo ra nguồn thu nhập bổ sung cho EVN.

Tăng cường quản lý chi phí:

Tiến hành kiểm soát chi phí một cách chặt chẽ và tối ưu hóa cơ cấu chi phí để đảm bảo rằng mọi khoản chi tiêu đều được sử dụng một cách hiệu quả nhất.

Tăng cường quảng bá và tiếp thị:

EVN có thể tăng cường chiến lược quảng bá và tiếp thị để tăng cường nhận thức thương hiệu và thu hút khách hàng mới.

Phát triển thị trường điện cạnh tranh:

Việc tạo dựng thị trường điện cạnh tranh sẽ thúc đẩy EVN nâng cao hiệu quả hoạt động và giảm chi phí, đồng thời mang lại lợi ích cho người tiêu dùng.

Hợp tác quốc tế:

Mở rộng quan hệ hợp tác với các đối tác quốc tế trong lĩnh vực năng lượng để chia sẻ kinh nghiệm, công nghệ và tài nguyên, từ đó tối ưu hóa hoạt động của EVN và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường.

3.2 Các giải pháp ngắn hạn giúp tăng lợi nhuận trước mắt

Tối ưu hóa Chi phí Vận hành: Kiểm tra và tối ưu hóa các quy trình vận hành và quản lý chi phí trong hoạt động hàng ngày. Điều này có thể bao gồm cắt giảm chi phí nhân viên, tiết kiệm năng lượng trong quá trình sản xuất và vận hành.

Tăng giá cước: Điều chỉnh giá cước theo cơ cấu giá để đảm bảo khả năng tài chính của EVN. Tuy nhiên, cần phải cân nhắc để tránh ảnh hưởng đến người tiêu dùng, đặc biệt là nhóm khách hàng có thu nhập thấp.

Tăng doanh thu từ Dịch vụ Liên quan: Mở rộng dịch vụ liên quan đến năng lượng như dịch vụ bảo dưỡng, sửa chữa và tư vấn năng lượng cho các khách hàng công nghiệp và dân dụng.

Tối ưu hóa Tài nguyên Sử dụng: Tận dụng tài nguyên sẵn có một cách tối ưu nhất. Điều này bao gồm việc sử dụng đất đai và tài nguyên tự nhiên một cách hiệu quả trong các dự án xây dựng và vận hành.

Phát triển Thị trường Năng lượng: Tìm kiếm cơ hội mở rộng thị trường năng lượng bằng cách tăng cường tiếp cận và phát triển hệ thống phân phối điện đến các khu vực mới hoặc năng lượng tái tạo.

=> Các biện pháp này có thể giúp EVN tăng lợi nhuận trong thời gian ngắn mà không cần phải thực hiện các điều chỉnh chiến lược lớn. Tuy nhiên, cần phải cân nhắc kỹ lưỡng để đảm bảo rằng các biện pháp này không ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và uy tín của EVN trong thị trường.

TỔNG KẾT

Độc quyền mang lại lợi nhuận lớn cho nhà sản xuất nhưng không phải lúc nào cũng tốt. Vì độc quyền nên họ có quyền tự chọn và nâng giá. Một doanh nghiệp độc quyền muốn duy trì lâu dài và tối đa hóa lợi nhuận thì giá không được quá cao. Chính phủ phải can thiệp và đưa ra mức giá thấp hơn trong những trường hợp giá quá cao để người dân có thể mua hàng một cách tự nguyện mà không làm cho nhà sản xuất mất lợi nhuận.

Việt Nam trong những năm gần đây luôn phải đối mặt với tình trạng khan hiếm điện. Việc này là việc dễ thấy trước vì nhu cầu tiêu dùng điện ở Việt Nam tăng nhanh và tương đối ổn định. Khác với xăng dầu là cái có thể nhập khẩu tùy ý để cân bằng cung cầu, điện là mặt hàng đặc biệt và Việt Nam phải dựa chủ yếu vào năng lực sản xuất điện trong nước. Bằng việc giữ ngành điện trong tình trạng độc quyền và quản lý giá cả, chính phủ đã đẩy EVN vào tình trạng kinh doanh không hiệu quả và không có động lực phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

<https://vietnambiz.vn/thi-truong-doc-quyen-thuan-tuy-pure-monopolistic-market-la-gi-dac-diem-va-nguyen-nhan-2019101821261782.htm#:~:text=Th%E1%BB%8B%20tr%C6%B0%E1%BB%9Dng%20%C4%91%E1%BB%99c%20quy%E1%BB%81n%20thu%E1%BA%A7n%20t%C3%BAy%20>

<https://www.studocu.com/vn/document/truong-dai-hoc-thuong-mai/kinh-te-vi-mo/duong-cau-va-duong-doanh-thu-can-bien-cua-doanh-nghiep-doc-quyen-ban-thuan-tuy/46017646>

<https://www.phs.vn/research-file/3221?d4347b09-b964-40a5-aa60-6e7723d86b3d>

<https://www.erav.vn/tin-tuc/t47/buc-tranh-toan-canh-nganh-dien-luc-viet-nam-nam-2022.html>

<https://www.evn.com.vn/d6/gioi-thieu-d/Tong-quan-ve-Tap-doan-Dien-luc-Viet-Nam-2-3-877.aspx>

[Kinh tế vi mô 1 - Kinh tế vi mô 1 - ĐỀ TÀI THẢO LUẬN Môn: Kinh tế Vi - Studocu](#)