**TÌNH HUỐNG 1:** ĐỊNH GIÁ VÉ VÀO THAM QUAN VIỆN BẢO TÀNG

Gỉa sử bạn là giám đốc một viện bảo tang nghệ thuật. Anh giám đốc tài chính nói với bạn là viện bảo tang sắp hết tiền và đề nghị bạn tăng giá vé vào tham quan viện bảo tang để tăng doanh thu. Khi đó bạn sẽ phải làm gì? Bạn nên tăng hay giảm giá vé vào tham quan viện bảo tang?

**TÌNH HUỐNG 2:**

Nhiều sự kiện làm rung chuyển nền kinh tế thế giới trong suốt thập kỷ qua có nguồn gốc từ dầu ổ thế giới. Trong thập kỷ 70, các nhà OPEC quyết định tăng gía xăng dầu làm tăng thu nhập của họ. Các nước này thực hiện mục tiêu bằng các cùng nhau cắt giảm lượng cung dầu mỏ của mình. Từ năm 1973-1974 giá dầu tăng 50%. Vài năm sau đó OPEC lại thực hiện biện pháp trên. Gía dầu lại tiếp tục tăng 14% vào năm 1979, sau đó tiếp tục tăng 34% vào năm 1980 và 31% vào năm 1981

Song OPEC lại thấy rằng khó có thể tăng gía dầu ở mức cao như vậy. Từ những năm sau, giá dầu liên tục giảm 10% một năm. Sự bất mãn và chia rẽ đã tràn lan sang các nước thuộc hối OPEC. Đến năm 1986 sự hợp tác giữa các nước OPEC hoàn toàn đỗ vỡ. gía dầu giảm 45%. Đến năm 1990 giá dầu giảm xuống mức thấp hơn mức trước khi chúng bắt đầu tăng

Hậu quả của mỗi lần tăng giá xăng dầu cao như vậy làm giá xăng tăng lên và dẫn đến giảm cung xăng. Tình trạng xếp hàng dài trước các trạm xăng trở nên phổ biến và lái xe phải chờ đợi hàng giờ để mua được vài thùng xăng

Ai chịu trách nhiệm về việc xếp hàng dài để mua xăng này. Hầu hết mọi người đều đổ lỗi cho OPEC. Chắc chắn rằng nếu OPEC không tăng giá dầu thô thì tình trạng thiếu xăng không xảy ra. Thế nhưng các nhà kinh tế lại đỗ lỗi cho những quy định của chính phủ nhằm giới hạn giá mà các công ty xăng dầu được phép tính cho xăng.

Với phân tích trên, Hãy giải thích điều gì xảy ra với cung cầu trong đồ thị:

Trước khi OPEC tăng giá dầu thô, giá cân bằng P1 thấp hơn giá trần. Do đó quy định về giá cả không có tác dụng gì?. Tuy nhiên khi giá dầu thô tăng tình hình đã thay đổi, việc dầu thô tăng giá làm chi phí sản xuất xăng tăng, điều này làm giảm cung xăng

Trong hình 2: Việc giảm cung xăng làm dịch chuyển sang trái của đường cung S1 làm tăng gía cân bằng từ p1 đến p2 và kết quả là không có sự thiếu hụt xăng. INhưng do chính phủ đặt mức giá trần nên không cho giá xăng tăng đến mức giá cân bằng p2 mà chỉ gỉư ở mức giá trần. Tại đây nhà sản xuất chỉ bán với lượng Qs và người mua thì mua với lượng QD. Do đó sự giảm xuống của lượng cung gây ra tình trạng thiếu hụt trầm trọng trên thị trường.

Từ đó, đạo luật về kiểm soát giá xăng cũng bị loại bỏ, các nhà làm luật Mỹ đã hiểu ra rằng, họ phải chịu một phần trách nhiệm trong việc làm cho rất nhiều người mất nhiều thời gian chờ đợi xếp hàng mua xăng.Do đó mỗi khi giá dầu thô thay đổi, gía xăng có thể điều chỉnh để làm cho cung và cầu cân bằng nhau.

**TÌNH HUỐNG 3**

Theo phân tích, giá cả trên thị trường độc quyền rất khác so với giá trong thị trường cạnh tranh, để kiểm định lý thuyết này, chúng ta hãy tìm hiểu một tình huống về thị trường dược phẩm. thị trường này có cả hai cấu trúc thị trường là độc quyền và cạnh tranh.

Khi doanh nghiệp nào đó phát minh ra một loại thuốc, họ được cấp bằng phát minh sáng chế có thời hạn, và họ trở thành nhà độc quyền sản xuất sản phẩm thuốc đó, nhưng cuối cùng bằng sáng chế của doanh nghiệp cũng hết hiệu lực và bất kỳ công ty nào cũng có thể sản xuất và bán nó, vào thời điểm này thị trường chuyển từ độc quyền sang cạnh tranh.

Điều gì xay ra khi bằng sáng chế hết hiệu lực. phân tích bằng đồ thị

Khi doanh nghiệp độc quyền, doanh nghiệp bán với giá cao hơn nhiều so với chi phí cận biên MC. Khi doanh nghiệp hết độc quyền, có nhiều doanh nghiệp gia nhập ngành nên họ phải tham gia vào thị trường cạnh tranh và bán với giá cạnh tranh P=MC

Diễn biến thực tế phù hợp với lý thuyết, các công ty gia nhập ngành và bán sản phẩm giống hệt như sản phẩm của nhà độc quyền trước đây và giá của đối thủ cạnh tranh có thể cao hơn giá của nhà độc quyền trước đó. Tuy nhiên, việc hết hiệu lực của bằng sáng chế không làm cho nhà độc quyền mất đi hoàn toàn sức mạnh độc quyền của mình. Do tâm lý của ngườ tiêu dung, họ vẫn trung thành với sản phẩm của nhà độc quyền trước đây do e ngại sản phẩm mới ra đời co chất lượng thấp hơn sản phẩm trước đó, kết quả là doanh nghiệp độc quyền trước đây vẫn có thể bán với giá cao hơn đôi chút so với giá của đối thủ cạnh tranh