

## MỤC LỤC

### PHẦN 1. THỊ TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG NHƯ THẾ NÀO?

Câu 1. Vì sao nước rẻ hơn kim cương, còn que kem đầu tiên luôn ngon hơn que thứ ba?.....	7
Câu 2. Tại sao vé vào bảo tàng Hermitage cho người Nga rẻ hơn cho người nước ngoài, còn vé máy bay cho trẻ em rẻ hơn cho người lớn? .....	8
Câu 3. Các cửa hàng khuyến mại để làm gì?.....	10
Câu 4. Tại sao dâu tây lại đắt hơn vào mùa đông, còn đi biển nghỉ mát thì đắt hơn vào mùa hè?.....	12
Câu 5. Chúng ta có cứu được cây xanh khi tiết kiệm giấy?.....	15
Câu 6. Tại sao Big Mac ở New York lại đắt hơn so với ở Moscow? .....	16
Câu 7. Tại sao không tồn tại giá cả bất công?.....	18
Câu 8. Tại sao không thể chia đều cho tất cả?.....	20
Câu 9. Các nước giao thương với nhau để làm gì?.....	23
Câu 10. Tại sao công nhân ở Mexico có thu nhập ít hơn công nhân ở Mỹ?.....	24
Câu 11. Hàng nhập ngoại tốt ở chỗ nào?.....	27
Câu 12. Tại sao các thương nhân lại kiếm được nhiều tiền?.....	29

### PHẦN 2. ĐIỀU GÌ SẼ XẢY RA NẾU THỊ TRƯỜNG NGỪNG HOẠT ĐỘNG?

Câu 13. Tại sao số lượng bò trên thế giới nhiều hơn số lượng nai rừng?.....	33
Câu 14. Tại sao đến bảo tàng thường phải xếp hàng dài còn ở siêu thị thì không? .....	34
Câu 15. Tại sao ô tô lại bị ùn tắc trên đường?.....	36

<b>Câu 16.</b> Tại sao các cầu thang bộ trong tòa nhà chung cư ít được sửa chữa hơn các căn hộ?.....	39
<b>Câu 17.</b> Tại sao vào mùa đông người dân Moscow mặc áo phông trong nhà, còn người dân Paris lại mặc áo len?.....	41
<b>Câu 18.</b> Tại sao những nhà đầu cơ cần thiết cho xã hội?.....	42
<b>Câu 19.</b> Độc quyền là gì?.....	46

### PHẦN 3. TIỀN

<b>Câu 20.</b> Có thể thay thế tiền bằng vỏ kẹo không?.....	51
<b>Câu 21.</b> Tại sao nhà nước không in tiền để trả lương hưu?.....	53
<b>Câu 22.</b> Vì sao mọi người đều sợ lạm phát?.....	57
<b>Câu 23.</b> Những đồng tiền vàng đã đi đâu, về đâu?.....	58
<b>Câu 24.</b> Tại sao không thể ra lệnh cho giá cả không tăng?.....	60
<b>Câu 25.</b> Tại sao giá cả chỉ tăng mà không giảm?.....	62
<b>Câu 26.</b> Tại sao ngân hàng phát hành các khoản tín dụng và họ lấy tiền từ đâu?.....	64
<b>Câu 27.</b> Tại sao phải trả lãi cho những khoản vay?.....	67
<b>Câu 28.</b> Thế nào là vay thế chấp?.....	70
<b>Câu 29.</b> Tại sao tiền đô la lại đắt hơn tiền rúp?.....	71
<b>Câu 30.</b> Thị trường tài chính là gì và ai cần đến nó?.....	74
<b>Câu 31.</b> Vì sao hòn đá triết gia không làm cho nhân loại giàu hơn?.....	77

### PHẦN 4. NHÀ NƯỚC

<b>Câu 32.</b> Nhà nước tồn tại để làm gì?.....	81
<b>Câu 33.</b> Thuế là gì và tại sao lại phải đóng thuế?.....	82
<b>Câu 34.</b> Tại sao tiêm chủng miễn phí còn trám răng thì không?.....	85
<b>Câu 35.</b> Tại sao Nhà nước quản lý hệ thống đường sắt?.....	87

<b>Câu 36.</b> Nhà máy quốc doanh hoạt động khác nhà máy tư nhân như thế nào?.....	90
<b>Câu 37.</b> Tại sao có doanh nghiệp độc quyền trên thị trường thuốc và bằng sáng chế là gì?.....	93

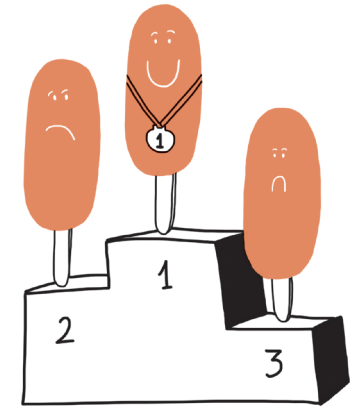
### PHẦN 5. CHÚNG TA ĐẾN TỪ ĐÂU VÀ ĐANG ĐI VỀ ĐÂU?

<b>Câu 38.</b> Tại sao chúng ta sống sung túc hơn thế hệ cha ông?.....	99
<b>Câu 39.</b> Tại sao mọi người di cư đến thành phố?.....	101
<b>Câu 40.</b> Tại sao dầu mỏ khó có thể cạn kiệt?.....	104
<b>Câu 41.</b> Tại sao ngày nay mua cái mới lại rẻ hơn sửa cái cũ?.....	105
<b>Câu 42.</b> Tại sao 100 năm trước, mỗi tuần có 1 ngày nghỉ, còn bây giờ lại có 2 ngày nghỉ?.....	107
<b>Câu 43.</b> Tại sao người di cư không ngồi ở nhà và điều đó có gì tốt?.....	109
<b>Câu 44.</b> Tại sao người dân ở các nước giàu có lại lo lắng cho thiên nhiên nhiều hơn người dân ở những nước nghèo?.....	111
<b>Câu 45.</b> Tại sao những ông bố bà mẹ người Nga giàu hơn những ông bố bà mẹ châu Phi nhưng lại có ít con hơn?.....	113
<b>Câu 46.</b> Tại sao ở những nơi nghèo khổ thì tội phạm lại nhiều hơn?.....	115
<b>Câu 47.</b> Tại sao lại xảy ra khủng hoảng kinh tế?.....	116
<b>Câu 48.</b> Tại sao một số nước thì giàu, còn một số nước khác lại nghèo?.....	120

### DANH MỤC THUẬT NGỮ KINH TẾ HỌC..... 127

# CÂU 1.

## Vì sao nước rẻ hơn kim cương, còn que kem đầu tiên luôn ngon hơn que thứ ba?



Hơn 50% cơ thể người là nước, nên ta không thể sống quá vài ngày nếu thiếu nước. Kim cương không có trong cơ thể người và cũng không thiết yếu cho sự sống. Vậy tại sao kim cương đắt đỏ còn nước thì lại rất rẻ?

Bí mật nằm ở chỗ, giá cả của một vật không phụ thuộc nhiều vào mức độ cần thiết, mà vào độ khan hiếm của nó.

Hãy tưởng tượng bà cho bạn tiền để mua món kem yêu thích nhưng bạn phải đi bộ 10 phút mới đến cửa hàng kem. Bạn có đi mua không? Tôi nghĩ là có. Nhưng nếu bạn ăn xong que kem ấy rồi mà vẫn thấy thèm, bạn còn muốn đi bộ 10 phút để mua tiếp que thứ hai? Hay ít hơn? Que thứ ba thì sao? Bạn sẵn sàng đi bao lâu để mua thêm kem nữa, có lẽ bạn sẽ ngại đi lâu như những lần đầu.

Đó chính là *quy luật cầu*. Khi số lượng hàng hóa tăng lên, mức độ sẵn sàng chi trả của chúng ta sẽ giảm. Đối với que kem thứ nhất, bạn có thể bỏ ra 10 phút, que thứ hai là 5 phút, còn que thứ ba chắc chỉ còn 1 phút. Tức là mức giá mà một người sẵn sàng trả cho mỗi sản phẩm sẽ giảm dần khi số lượng sản phẩm tăng lên.

Quy luật cầu cũng chi phối nhu cầu về nước và kim cương. Nước trên Trái Đất rất nhiều, không chỉ con người mà gần như mọi sinh vật sống đều được cấu thành chủ yếu từ nước. Và tất nhiên, mức giá chúng ta trả cho nước trong đường ống nhà mình không phải là cái giá mà chúng ta đồng ý trả cho một ngậm nước trên sa mạc. Đúng hơn thì đó là mức giá mà ta sẵn sàng trả cho 1 lít nước

dùng để lau nhà. Trung bình, mỗi người dân Nga dùng gần 300 lít nước một ngày.

Kim cương lại là một câu chuyện hoàn toàn khác. Ta có thể không cần đến chúng, nhưng đánh giá cao về đẹp và độ bền của chúng. Kim cương trong tự nhiên rất ít, do đó con người sẵn sàng bỏ ra nhiều tiền cho sự quý hiếm này.

## CÂU 2.

**Tại sao vé vào bảo tàng Hermitage<sup>(1)</sup> cho người Nga rẻ hơn cho người nước ngoài, còn vé máy bay cho trẻ em rẻ hơn cho người lớn?**



Giả sử, bạn là người lớn và chuẩn bị đến thăm bảo tàng Hermitage ở thành phố Saint Petersburg. Bạn sẽ tốn bao nhiêu tiền để mua vé? Giá vé phụ thuộc vào quốc tịch của bạn. Nếu bạn là người Nga hay Belarus, bạn cần trả khoảng 400 rúp<sup>(2)</sup>, nếu bạn là người nước khác, bạn sẽ phải trả 700 rúp, đắt hơn gần gấp đôi.

Sự không công bằng này từ đâu mà có? Rất nhiều người nước ngoài ngạc nhiên. Nhưng nhiều người trong số họ cũng thấy việc vé máy bay cho trẻ em rẻ hơn vé cho người lớn là điều đương nhiên. Thực tế, hai tình huống này lại có nguyên nhân tương tự nhau: du khách nước ngoài sẵn sàng bỏ thêm tiền để có vé vào Hermitage, còn người lớn thì sẵn sàng mua vé máy bay cho mình với giá đắt hơn vé trẻ em.

(1) Bảo tàng nghệ thuật ở thành phố Saint Petersburg, Nga (BT).

(2) Đơn vị tiền tệ của Nga (ND).

Vấn đề ở chỗ, chúng ta đồng ý bỏ bao nhiêu tiền để mua hàng hóa hoặc dịch vụ. Hay nói đúng hơn, chúng ta đánh giá lợi ích và sự hài lòng mà món hàng đem lại là bao nhiêu. Giả sử, bạn được mời mua một quả táo với giá bán của một chiếc máy tính xách tay, hay một que kem với giá của một chiếc xe đạp. Chắc hẳn bạn sẽ từ chối. Nhưng nếu người ta bán xe đạp cho bạn với giá của một que kem thì sao? Sao có thể từ chối chứ? Kể cả khi bạn đã có xe đạp. Còn nếu xe đạp có giá bằng 2 que kem, thậm chí bằng 10 que đi? Có lẽ, đó vẫn là một giao dịch có lợi với bạn.

Làm thế nào để xác định được mức giá của xe đạp hay bất kì hàng hóa nào khác mà cả người bán lẫn người mua đều hài lòng? Câu trả lời chính là mức giá mà hàng hóa đang được mua bán trên thị trường khi cung và cầu bằng nhau. Tức là khi số lượng xe đạp mà người bán muốn bán ra bằng với số lượng xe đạp mà người mua muốn mua.

Tất nhiên, mỗi người có một cách quan tâm riêng với chiếc xe đạp. Không nhất thiết số tiền họ muốn trả để mua “con ngựa sắt” phải đúng bằng với số tiền nó được bán ra: có nhiều người còn sẵn sàng mua với số tiền lớn hơn.

Trên thực tế, người bán thường muốn bán sản phẩm của mình đắt hơn và sẵn sàng nâng giá. Nhưng ít khi họ làm như vậy, bởi lẽ: rất ít người có điều kiện để mua xe đạp với giá quá cao, còn nếu bán mỗi khách một giá thì sẽ rối loạn! Ví dụ, người bán giới thiệu xe đạp cho một anh chàng Vasya nghèo với giá 10 rúp, còn giới thiệu cho anh Kolya giàu với giá 20 rúp, khi đó Vasya có thể kiếm tiền bằng cách mua xe đạp và bán cho Kolya với giá 15 rúp. Thế thì người mua hàng đã cạnh tranh với người bán. Nếu cứ thế thì người bán cuối cùng sẽ thiệt.

Với xe đạp thì chuyện bán mỗi người một giá là không hợp lí. Nhưng đối với vé vào bảo tàng hay vé máy bay lại hoàn toàn khả thi. Lí do là dịch vụ của bảo tàng và hãng hàng không đem bán là thứ “hàng hóa” phải dùng ngay (được sản xuất và tiêu thụ cùng một thời điểm),

nên không thể bán lại cho khách hàng khác. Người Nga tất nhiên có thể thử bán lại vé “nội địa” của mình cho khách nước ngoài, nhưng khách đó có cầm vé cũng không được phép đi tham quan bảo tàng. Tương tự, người lớn không thể lên máy bay bằng vé trẻ em.

Khi kinh doanh dịch vụ, nhà bán có thể tách lấy nhóm khách hàng sẵn sàng trả nhiều hơn và định ra mức giá bán cao hơn cho nhóm đó. Thu nhập của du khách nước ngoài đến Saint Petersburg thường cao hơn thu nhập trung bình của du khách Nga. Do đó, bảo tàng Hermitage bán vé cho khách nước ngoài với giá cao hơn, góp phần tăng thêm doanh thu. Điều tương tự cũng xảy ra với vé máy bay. Người lớn thường di chuyển bằng máy bay để đi công tác hoặc phục vụ những việc quan trọng và khẩn cấp, còn với trẻ em thì hoàn toàn khác. Trẻ thường đi máy bay cùng bố mẹ trong kì nghỉ, nếu vé máy bay đắt quá thì các bậc phụ huynh có thể suy nghĩ lại và tìm điểm đến khác: nếu không đủ tiền bay ra nước ngoài du lịch, cả nhà có thể đi tàu hỏa về quê thăm ông bà. Người lớn sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho chuyến bay của mình nhưng cho trẻ em thì không. Và các hãng hàng không luôn tận dụng điều đó. Sự hình thành giá cả như vậy, khi người mua được phân thành các nhóm khác nhau và mỗi nhóm một mức giá riêng, được gọi là *phân biệt giá cả*.

## CÂU 3.

### Các cửa hàng khuyến mại để làm gì?



Làm sao để nhận ra: mùa xuân đã đến? Có những dấu hiệu mà mọi người đều biết: tuyết tan, chim di cư từ phương Nam trở về và... khắp nơi khuyến mại áo khoác lông thú. Với đàn chim và tuyết thì

đễ hiểu, còn với áo lông thú, sao lại phải khuyến mại bán rẻ? Áo lông không bị tan, không bay mất, đem cất đi cũng dễ dàng. Có lí gì mà khi xuân sang phải đem bán áo lông với giá rẻ hơn lúc mùa đông?

Vào đầu đông và đầu xuân, có nhiều nhóm khách hàng sẵn sàng chi trả những mức tiền khác nhau để mua áo lông. Tất cả phụ thuộc vào sở thích và điều kiện kinh tế của người mua. Có những người sẵn sàng mua áo lông với giá cao hơn người khác đến 100 lần.

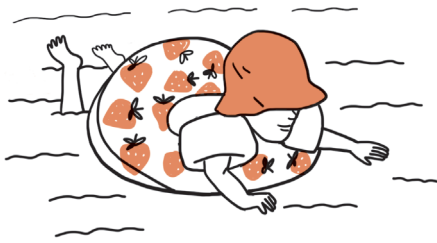
Và tất nhiên, người bán hàng muốn bán được giá càng cao càng tốt. Nhưng làm thế nào để đạt được điều đó mà vẫn không bị mất một phần khách hàng? Nếu để giá cao, thì mỗi chiếc áo lông sẽ mang về nhiều tiền hơn, nhưng số lượng bán được lại ít hơn. Nếu giảm giá thì những người vốn sẵn sàng mua áo với giá đắt lại mua được giá hời. Giải pháp duy nhất đó là: bán cho các khách hàng khác nhau với mức giá khác nhau.

Nhưng cụ thể cần làm như thế nào? Thường thì chẳng ai tự viết lên trán khoe mình sẵn sàng bán áo với giá bao nhiêu. Mặt khác, bán cho mỗi khách một giá mà không có lí do chính đáng thì có vẻ không hợp pháp. Vậy thì người bán nên làm gì? Cách giải quyết mọi vấn đề đó là: giảm giá. Đây là giải pháp nhằm phân chia khách hàng thành các nhóm: những người đồng ý mua với giá cao, những người không muốn hoặc không thể mua với giá đó.

Quy tắc rất đơn giản: nếu bạn thực sự muốn mua một chiếc áo lông rẻ hơn, bạn phải chấp nhận một số bất tiện: ví dụ, phải đợi thật lâu cho đến mùa xuân để được giảm giá, rồi đợi tiếp đến mùa đông năm sau mới có thể mặc; hoặc chấp nhận không theo được mốt mới nhất. Những người không băn khoăn về giá, phải trả nhiều tiền hơn, nhưng lại mua được áo đúng lúc cần và đúng mốt nhất. Giá bán ban đầu được ấn định cho những “khách quý” ấy, và khi nào khuyến mại thì hàng hóa sẽ được bán cho những khách e ngại mức giá ban đầu.

Trong một số đợt giảm giá, mức giảm giá có thể rất lớn, lên tới 50% - 70%. Thậm chí, có trường hợp cửa hàng còn bán với giá rẻ hơn giá nhập vào. Nhưng thật ra, tại thời điểm hạ giá thì giá cả của

hàng hóa đã không còn là vấn đề với người bán. Có khi, hàng đã nhập rồi, nếu bán không hết cũng không thể trả lại nhà cung cấp. Tiền đã rời khỏi ví của người bán và trên tay họ là hàng tồn kho cần phải xử lý. Cứ để hàng nằm trên kệ và ngóng chờ người mua, hoặc giảm giá cho mau có người mua đến “rước” bớt, để còn có chỗ bày hàng mới. Không biết chừng, thứ hàng mới lại đắt như tôm tươi. Rõ ràng, khi người bán nhập một sản phẩm không mang lại thành công, thì họ đã mắc sai lầm. Nhưng họ sẽ tiếp tục sai lầm nếu không kịp đẩy hàng đi bằng giá nhập, khi hàng không hút khách như tính toán.



## CÂU 4.

**Tại sao dâu tây lại  
đắt hơn vào mùa  
đông, còn đi biển**

**nghi mát thì đắt hơn vào mùa hè?**

Sẽ thật tốt, nếu ai cũng được đi biển nghỉ mát vào mùa hè và được thưởng thức dâu tây vào mùa đông với giá rẻ! Bởi lẽ, chỉ vào mùa hè nóng nực và đúng dịp nghỉ, mọi người mới muốn bơi lội và tắm nắng, còn dâu tây vào mùa đông là của hiếm, nên nếu được ăn lúc đấy sẽ thú vị hơn lúc tháng sáu nhiều dâu ê hề...

Hầu như ai cũng thích đi nghỉ mát, nên *nhu cầu* đi biển mùa hè cao hơn so với mùa đông. Dâu tây được bán (tức *nguồn cung*) nhiều hơn vào mùa hè. (Tất nhiên, ở một số cửa hàng dâu tây nhập từ Thổ Nhĩ Kỳ và Israel có bán quanh năm, nhưng ở Nga, vụ thu hoạch dâu tây chỉ bắt đầu từ cuối tháng Năm.) *Nguồn cung* và *nhu cầu* là các yếu tố quyết định giá của bất kì mặt hàng nào. Giá tăng



KHI CHỈ CÓ MỘT CÔ CÔNG CHÚA, RẤT NHIỀU CHÀNG TRAI ĐẾN TUỔI KẾT HÔN SẼ ĐẾN CẦU HÔN NÀNG. CÁC CHÀNG ẤY SẼ PHẢI CẠNH TRANH VỚI NHAU.