

Chỉ số Big Mac

Trần Triết Tâm (Tổng hợp tư liệu)

Tổng quan về chỉ số Big Mac

Big Mac là tên gọi một thứ thức ăn nhanh phổ biến trên thế giới thông qua hệ thống chuỗi nhà hàng chuyên bán thức ăn nhanh McDonald's, Big Mac đơn thuần là một ổ bánh mì kẹp thịt khá lớn (hamburger), béo ngậy đầy chất đạm, chất bột, chất béo được làm ra theo một tiêu chuẩn công nghiệp để phục vụ nhu cầu ăn nhanh của con người trong thời đại công nghiệp.

Do tính chất phổ biến toàn cầu của Big Mac, các nhà kinh tế học đã nghĩ ra cách sử dụng Big Mac như là chỉ tiêu để đo lường, so sánh và đánh giá một số mặt về cuộc sống của các nơi trên thế giới

Chỉ số Big Mac được giới thiệu lần đầu tiên trên tạp san The Economist vào tháng 9 năm 1986 bởi nữ biên tập viên chuyên về kinh tế châu Á là Pam Woodall. Và từ sau đó được thu thập và công bố hàng năm.

Tập đoàn Ngân hàng đầu tư Thụy Sĩ đã mở rộng ý nghĩa của chỉ số Big Mac bằng cách thêm vào thời gian trung bình mà mỗi người lao động tại các quốc gia phải làm để kiếm đủ tiền mua một ổ BigMac. Thời gian làm việc cần thiết trên

cơ sở chỉ số Big Mac đã thể hiện cái nhìn thực về sức mua của một lao động điển hình của địa phương, phản ánh nhiều nhân tố khác, ví dụ như là tiền lương tại địa phương.

Một phương pháp dùng để tính tỷ lệ chuyển đổi giá trị thực giữa hai loại tiền tệ là sử dụng một rổ hàng hóa và dịch vụ được tính toán bằng cả hai loại tiền (phương pháp sức mua tương đương - PPP). Trong chỉ số Big Mac, giỏ hàng hóa đã được lược giản chỉ còn là một ổ bánh Big Mac được bán ra bởi cửa hàng thức ăn nhanh McDonald's. Ổ bánh Big Mac được lựa chọn bởi vì tính phổ biến và có tính chất không thay đổi nhiều về chất lượng dù xuất hiện ở nhiều quốc gia khác nhau; bởi sự kiểm tra chặt chẽ trong chuỗi cửa hàng McDonald's trên toàn thế giới. Vì những lý do trên, chỉ số này có thể dùng để so sánh giá trị thực giữa nhiều đồng tiền khác nhau.

Tỷ lệ chuyển đổi giữa hai loại tiền theo sức mua tương đương theo chỉ số Big Mac (Big Mac PPP) được tính bằng cách chia giá mua một Big Mac tính bằng tiền của nước này trên giá mua một Big Mac tính bằng tiền của nước khác. Giá trị nhận được sẽ đem so sánh với tỷ giá hối đoái hiện hành; nếu thấp hơn, đồng tiền của nước đầu tiên có giá trị (theo sức mua tương đương) thấp

hơn so với đồng tiền của nước sau; và ngược lại.

Ví dụ, chỉ số Big Mac vào tháng Bảy năm 2008 như sau:

- Giá của 1 Big Mac tại Mỹ là 3,57 USD
- Giá của 1 Big Mac tại Anh là 2,29 bảng
- Như vậy sức mua tương đương của 1,56 USD bằng 1 bảng Anh, bởi vì $3,57 \text{ USD} / 2,29 \text{ bảng Anh} = 1,56$
- So sánh với tỷ giá hối đoái lúc ấy là 2 USD bằng 1 bảng Anh

- Và như vậy đồng bảng Anh đã bị đánh giá quá cao so với đồng đô la 28% ($2/1,56 = 1,28$)

Những biến tấu

Tạp san Economist thường sáng tạo ra những chỉ số theo cùng phong cách đó. Ví dụ, vào tháng Giêng năm 2004, tạp chí đã trình bày “chỉ số Tall Latte” mà trong đó, Big Mac đã được thay bằng cốc cà-phê có tên gọi Tall Latte của cửa hàng Starbucks.

Vào năm 2007, Ngân hàng đầu tư Australia Commonwealth Securities, đã theo cách thức của chỉ số Big Mac để tạo ra “chỉ số iPod”. Chỉ số iPod có thể đánh giá giá trị các đồng tiền trên thế giới bằng cách so sánh giá một máy nghe nhạc iPod Nano 2 gigabyte quy đổi theo đồng USD ở các nước khác nhau. Lý thuyết của ngân hàng này là chiếc iPod được chế tạo tại một nơi, nhưng giá trị của nó có tính chất toàn cầu. Dầu sao, lý thuyết này đã bị phê phán vì nó đã bỏ qua chi phí vận chuyển, vốn rất phụ thuộc vào khoảng cách từ nơi sản xuất đến nơi được bán ra.

Giới hạn

Phương pháp đo lường bằng ổ bánh hamburger, hay ly cà phê, máy nghe nhạc, có những giới hạn nhất định trong việc ước lượng sức mua tương đương. Tại nhiều quốc gia, ăn uống tại một nhà hàng thức ăn nhanh thuộc hệ thống chuỗi nhà hàng quốc tế như McDonald's thực sự đắt tiền hơn nếu so với ăn uống tại một nhà hàng địa phương. Và nhu cầu ăn Big Mac ở nhiều quốc gia (như Ấn Độ) không bằng tại Mỹ. Tập quán ăn uống trong việc ăn thức ăn nhanh tại các nhà hàng như MacDonalld's, các loại thuế tại địa phương, mức độ tiện dụng, thuế nhập khẩu,... được tính trên ổ bánh hamburger hoặc ly cà phê có thể không mang tính đại diện cho nền kinh tế của một quốc gia. Tuy nhiên các nhà kinh tế học thường ưa thích trích dẫn chỉ số Big Mac như là một thước đo thật về sức mua tương đương.

Chỉ số Big Mac năm 2008

Người ta đã khảo sát lương công nhật thực lãnh ở 14 ngành nghề tại một hoặc vài thành phố lớn của một số quốc gia, trên cơ sở đó tính ra giá địa phương và thời gian cần thiết phải lao động để có thể mua 1 Big Mac.

Năm 2008 theo cuộc khảo sát này, Na Uy được xếp là quốc gia đắt đỏ nhất thế giới. Sau đó đến Thụy Điển, Thụy Sĩ, Ireland, Đan Mạch. So với cách đây 2 năm thì Na Uy không có gì thay đổi, Anh quốc từ chỗ là quốc gia đắt đỏ hàng thứ nhì nay đã rời khỏi “Top 5”, Đan Mạch rời khỏi vị trí thứ ba và chuyển xuống vị trí thứ năm, trong khi đó Thụy Điển và Ireland

vào năm 2006 ở ngoài “Top 5” đã nhảy vào vị trí là quốc gia đắt đỏ hàng thứ hai và hàng thứ tư trên thế giới

Ngược lại, quốc gia có giá cả dễ chịu nhất là Hong Kong, kế đến lần lượt là Malaysia, Trung Quốc, Thái Lan, Sri Lanka. Nếu bạn muốn ăn 1 cái Big Mac (đủ no thế cho buổi ăn trưa) thì tại Hong Kong bạn chỉ trả 1,71 USD, còn tại Oslo (Na Uy) bạn phải trả gấp 4,6 lần, tức là phải trả 7,88 USD.

Khảo sát cũng cho thấy người dân Tokyo chỉ cần 10 phút làm việc là đã có đủ tiền mua một chiếc Big Mac, trong khi cư dân ở các thành phố Los Angeles cần 11 phút, cư dân Chicago, Illinois, Miami, Florida của Mỹ phải cần đến 12 phút làm việc mới mua được một cái Big Mac. Năm 2006, cư dân Tokyo cũng cần 10 phút làm việc để mua được 1 Big Mac, nhưng lúc đó cư dân Los Angeles, Chicago và Miami phải cần đến 13 phút.

Năm 2006, thành phố Bogota của Colombia là nơi mà chỉ số Big Mac đã đánh giá là tiền công thấp nhất thế giới. Đến năm 2008 cũng vậy: cư dân thành phố Bogota vất vả nhất trong số 70 thành phố được khảo sát vì phải mất đến 97 phút làm việc mới có được một chiếc Big Mac. Kế đến là Nairobi của Kenya cần 91 phút và Jakarta của Indonesia cần 86 phút.

Mức bình quân toàn cầu là 35 phút vào năm 2006.

Việt Nam không nằm trong danh sách khảo sát trên và tại Việt Nam chưa có McDonald's để so sánh. Theo số liệu thống kê mức thu nhập của

dân cư Việt Nam trung bình thấp hơn thế giới, riêng thu nhập người lao động bình quân của Đà Nẵng xếp ở mức thứ 6 hoặc thứ 7 trong cả nước, hiện nay đạt xấp xỉ 1,5 triệu đồng/tháng. Tính ra để có được một ổ bánh mì ngon tại Đà Nẵng (như bánh mì Bà Lan hay Tiến Thành) thì một lao động với mức thu nhập trung bình cần phải lao động khoảng 60 phút. ■

Tài liệu tham khảo:

1. Giới thiệu chung:

- Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Big_Mac_Index
- Economist:

<http://www.economist.com/markets/bigmac/about.cfm>

2. Giá trị chỉ số Big Mac 2008:

http://www.economist.com/markets/indicators/displaystory.cfm?story_id=13055650

3. Tác giả của chỉ số Big Mac:

<http://www.economist.com/mediadirectory/listing.cfm?journalistID=24>

4. Thời gian cần thiết để mua 1 ổ bánh Big Mac năm 2006 (Swiss Bank USB survey):

<http://www.msnbc.msn.com/id/14270071/>

5. Thời gian cần thiết để mua 1 ổ bánh Big Mac năm 2008:

<http://www.asianoffbeat.com/default.asp?display=1895>