

BÀI 1: CẠNH TRANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG**Phần 1. Lý thuyết.****1. Khái niệm cạnh tranh**

- Cạnh tranh kinh tế là sự tranh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm có được những ưu thế trong sản xuất tiêu thụ hàng hóa, qua đó thu được lợi ích tối đa.

2. Nguyên nhân dẫn đến cạnh tranh

- Cạnh tranh thường xuyên diễn ra do:

+ Nền kinh tế tồn tại nhiều chủ sở hữu, là những đơn vị kinh tế độc lập, tự do sản xuất, kinh doanh khiến nguồn cung trên thị trường tăng lên làm cho các chủ thể kinh doanh phải cạnh tranh, tìm cho mình những lợi thế để có chỗ đứng trên thị trường.

+ Trong cạnh tranh, các chủ thể kinh doanh buộc phải sử dụng các nguồn lực của mình một cách hiệu quả nhất. Mỗi chủ thể có điều kiện sản xuất khác nhau, tạo ra năng suất và chất lượng sản phẩm khác nhau, dẫn đến sự cạnh tranh về giá cả và chất lượng sản phẩm.

- Để giành lấy các điều kiện thuận lợi, tránh các rủi ro, bất lợi trong sản xuất, trao đổi hàng hóa thi cạnh tranh giữa các chủ thể kinh tế là điều tất yếu.

3. Vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế

- Cạnh tranh có vai trò tạo động lực cho sự phát triển: tạo môi trường để các chủ thể kinh tế luôn cạnh tranh với nhau, không ngừng ứng dụng kỹ thuật công nghệ, nâng cao trình độ người lao động, phân bổ linh hoạt các nguồn lực, hướng tới những điều kiện sản xuất tốt nhất nhằm thu được lợi nhuận cao nhất, nhờ đó thúc đẩy lực lượng sản xuất phát triển, không ngừng hoàn thiện nền kinh tế thị trường, thúc đẩy năng lực thỏa mãn nhu cầu của xã hội.

4. Cạnh tranh không lành mạnh

- Cạnh tranh không lành mạnh là những hành vi trái với quy định của pháp luật, các nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại, các chuẩn mực khác trong kinh doanh như: chỉ dẫn gây nhầm lẫn, gièm pha, gây rối loạn doanh nghiệp khác, xâm phạm bí mật kinh doanh,... có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác hoặc người tiêu dùng, tổn hại đến môi trường kinh doanh, tác động xấu đến đời sống xã hội. động xấu đến đời sống xã hội.

- Do đó, những hành vi cạnh tranh không lành mạnh cần bị phê phán, lên án và ngăn chặn.

Phần 2. Trắc nghiệm.

Câu 1. Cạnh tranh tạo điều kiện để người tiêu dùng được tiếp cận hàng hóa

A. chất lượng tốt; phong phú về mẫu mã, chủng loại; giá cả hợp lý

B. giá thành cao; đơn điệu về mẫu mã, chủng loại; chất lượng tốt.

C. đơn điệu về mẫu mã; chủng loại, chất lượng kém; giá thành cao.

D. chất lượng tốt, phong phú về mẫu mã, chủng loại; giá thành cao.

Câu 2. Điền cụm từ thích hợp vào chỗ trống (.....) trong khái niệm sau đây: “..... là những hành vi trái với quy định của pháp luật, các nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại, các chuẩn mực khác trong kinh doanh; có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác hoặc người tiêu dùng, tổn hại đến môi trường kinh doanh, tác động xấu đến đời sống xã hội. động xấu đến đời sống xã hội”.

A. Văn hóa tiêu dùng.

B. Đạo đức kinh doanh.

C. Cạnh tranh lành mạnh.

D. Cạnh tranh không lành mạnh.

Câu 3. Chủ thể nào trong các trường hợp dưới đây có hành vi cạnh tranh lành mạnh?

- *Trường hợp 1.* Khi quảng cáo sản phẩm, doanh nghiệp B luôn đưa ra thông tin khuếch đại ưu điểm sản phẩm của mình so với các sản phẩm cùng loại của doanh nghiệp khác đang bán trên thị trường.

- *Trường hợp 2.* Do có tiềm năng về tài chính, doanh nghiệp C quyết định bán phá giá sản phẩm của mình với giá thành thấp hơn rất nhiều so với giá thị trường để loại bỏ các đối thủ cạnh tranh.

- *Trường hợp 3.* Công ty T tìm mọi cách để mua được thông tin chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp Y - đối thủ cạnh tranh trực tiếp.

- *Trường hợp 4.* Tổng công ty may H đầu tư mua sắm các thiết bị kỹ thuật may tiên tiến để nâng cao năng suất lao động, tăng chất lượng và hạ giá thành sản phẩm.

A. Doanh nghiệp B (trong trường hợp 1). B. Doanh nghiệp C (trong trường hợp 2).

C. Công ty T (trong trường hợp 3). D. Công ty H (trong trường hợp 4).

Câu 4. Hành vi nào sau đây là biểu hiện của việc cạnh tranh không lành mạnh?

A. Xâm phạm bí mật kinh doanh. B. Nâng cao chất lượng dịch vụ, hàng hóa.

C. Đầu tư, cải tiến trang thiết bị, máy móc. D. Đãi ngộ tốt với lao động có tay nghề cao.

Câu 5. Nội dung nào sau đây **sai** khi bàn về vấn đề cạnh tranh không lành mạnh?

A. Là những hành vi trái với quy định của pháp luật.

B. Gây thiệt hại đến quyền và lợi ích của doanh nghiệp khác.

C. Phù hợp với nguyên tắc thiện chí, trung thực trong kinh doanh.

D. Tổn hại đến môi trường kinh doanh, tác động xấu đến xã hội.

Câu 6. Sự tranh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm có được những ưu thế trong sản xuất tiêu thụ hàng hóa, qua đó thu được lợi ích tối đa được gọi là

A. Cạnh tranh. B. Đấu tranh. C. Đồi đầu. D. Đồi kháng.

Câu 7. Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng nguyên nhân dẫn đến cạnh tranh kinh tế?

A. Tồn tại nhiều chủ sở hữu, là những đơn vị kinh tế độc lập, tự do sản xuất, kinh doanh.

B. Sự tương đồng về chất lượng sản phẩm và điều kiện sản xuất giữa các chủ thể kinh tế.

C. Các chủ thể kinh tế luôn giành giật những điều kiện thuận lợi để thu lợi nhuận cao nhất.

D. Các chủ thể kinh tế có điều kiện sản xuất khác nhau, tạo ra chất lượng sản phẩm khác nhau.

Câu 8. Trong nền kinh tế thị trường, người tiêu dùng cũng luôn ganh đua với nhau để

A. giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất.

B. được lợi ích từ hoạt động trao đổi trên thị trường.

C. mua được hàng hóa đắt hơn, chất lượng tốt hơn.

D. mua được hàng hóa rẻ hơn, chất lượng tốt hơn.

Câu 9. Giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa nhằm thu được lợi nhuận cao nhất cho mình - đó là sự cạnh tranh giữa những chủ thể nào?

A. Giữa các chủ thể sản xuất với nhau. B. Giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

C. Giữa người tiêu dùng với nhau. D. Tất cả các phương án trên đều đúng.

Câu 10. Nội dung nào sau đây **không phải** là vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường?

A. Không đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng và xã hội.

B. Cạnh tranh là động lực thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

C. Người tiêu dùng được tiếp cận với hàng hóa, dịch vụ chất lượng tốt.

D. Cạnh tranh trở thành động lực cho sự phát triển của nền kinh tế thị trường.

Câu 11. Chủ thể nào trong các trường hợp dưới đây có hành vi cạnh tranh không lành mạnh?

- *Trường hợp 1.* Công ty D tìm mọi cách để mua được thông tin chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp Y - đối thủ cạnh tranh trực tiếp.

- *Trường hợp 2.* Công ty M luôn quan tâm đến việc tạo sự thân thiện, tin tưởng của khách hàng thông qua việc cung cấp sản phẩm có chất lượng cao kết hợp với quan tâm, chăm sóc, ưu đãi khách hàng.

- *Trường hợp 3.* Tổng công ty may V đầu tư mua sắm các thiết bị kỹ thuật may tiên tiến để nâng cao năng suất lao động, tăng chất lượng và hạ giá thành sản phẩm.

A. Công ty D (trong trường hợp 1). B. Công ty M (trong trường hợp 2).

C. Tổng công ty may V (trong trường hợp 3). D. Doanh nghiệp A, công ty M và công ty V.

Câu 12. Nhận định nào dưới đây là đúng khi bàn về vấn đề: cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường?

A. Cạnh tranh chỉ diễn ra ở nơi có kinh tế thị trường phát triển.

B. Cạnh tranh chỉ diễn ra giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

C. Cạnh tranh là phải sử dụng mọi thủ đoạn để tiêu diệt đối thủ.

D. Cạnh tranh là động lực thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

Câu 13. Nội dung nào sau đây đúng khi nói về cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường?

A. Là sự tranh đua giữa các chủ thể kinh tế.

B. Là sự hợp tác, giúp đỡ giữa các chủ thể kinh tế.

C. Chỉ diễn ra giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

D. Chỉ diễn ra sự cạnh tranh giữa các chủ thể sản xuất.

BÀI 2: CUNG - CẦU TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

Phần 1. Tự luận

1. Cung và các nhân tố ảnh hưởng đến cung

- Cung là số lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu của thị trường với mức giá được xác định trong khoảng thời gian nhất định.

- Lượng cung chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố:

+ Giá cả các yếu tố đầu vào để sản xuất ra hàng hóa, dịch vụ;

+ Kỳ vọng của chủ thể sản xuất kinh doanh;

+ Giá bán sản phẩm;

+ Số lượng người tham gia cung ứng,...

2. Cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến cầu

- Cầu là lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng sẵn sàng mua với một mức giá nhất định trong khoảng thời gian xác định.

- Lượng cầu chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố:

+ Giá cả hàng hóa, dịch vụ;

+ Thu nhập, thị hiếu, sở thích của người tiêu dùng;

+ Giá cả những hàng hóa, dịch vụ thay thế;

+ Kỳ vọng, dự đoán của người tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ...

3. Mối quan hệ cung - cầu và vai trò của quan hệ cung - cầu

a) Mối quan hệ cung - cầu

- Cung - cầu có mối quan hệ chặt chẽ, tác động, quy định lẫn nhau:

+ Cầu xác định khối lượng, cơ cấu của cung, ví như "đơn đặt hàng" của thị trường cho các nhà sản xuất, cung ứng.

+ Cung tác động đến cầu, kích thích cầu. Những hàng hóa, dịch vụ được cung ứng phù hợp với nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng sẽ được ưa thích khiến cho cầu về chúng tăng lên.

b) Vai trò của quan hệ cung - cầu

Trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, quan hệ cung - cầu có vai trò quan trọng đối với các chủ thể kinh tế:

+ Thứ nhất, vai trò đối với chủ thể sản xuất kinh doanh:

+ Quan hệ cung - cầu là tác nhân trực tiếp khiến giá cả thường xuyên biến động trên thị trường: khi cung lớn hơn cầu sẽ dẫn đến giá giảm, khi cung nhỏ hơn cầu sẽ dẫn đến giá tăng; cung bằng cầu thì giá ổn định. Từ đó, ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả sản xuất kinh doanh: có nhiều lợi nhuận khi bán giá cao, có thể thua lỗ khi bán giá thấp.

+ Hiện trạng quan hệ cung - cầu là căn cứ để doanh nghiệp quyết định mở rộng hay thu hẹp sản xuất, kinh doanh: khi cung lớn hơn cầu, giá giảm thì thu hẹp sản xuất; khi cung nhỏ hơn cầu, giá tăng thì mở rộng sản xuất.

- Thứ hai, vai trò đối với chủ thể tiêu dùng: quan hệ cung - cầu là căn cứ giúp người tiêu dùng lựa chọn việc mua hàng hóa phù hợp: nên mua hàng hóa, dịch vụ khi cung lớn hơn cầu, giá giảm không nên mua hàng hóa, dịch vụ khi cung nhỏ hơn cầu, giá tăng.

- Thứ ba, vai trò đối với chủ thể nhà nước: giúp Nhà nước có cơ sở để đưa ra các biện pháp, chính sách để duy trì cân đối cung - cầu hợp lý, góp phần bình ổn thị trường.

Phần 2. Trắc nghiệm

Câu 1. Nhân tố nào sau đây **không** ảnh hưởng đến lượng cầu hàng hóa, dịch vụ trên thị trường?

- A. Giá cả hàng hóa, dịch vụ.
- B. Thu nhập của người tiêu dùng.
- C. Số lượng người bán hàng hóa, dịch vụ.
- D. Giá cả những hàng hóa, dịch vụ thay thế.

Câu 2. Xác định nhân tố ảnh hưởng đến lượng cầu hàng hóa, dịch vụ trong trường hợp sau:

Trường hợp. Khi nền kinh tế tăng trưởng tốt, thu nhập bình quân của người dân tăng lên. Điều này làm cho cầu tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ thông thường của họ cũng tăng lên. Tuy nhiên, khi các hoạt động kinh tế gặp khó khăn do tác động của thiên tai và sự bất ổn của thị trường thế giới, nền kinh tế rơi vào suy thoái. Hệ quả là nhiều người mất việc làm, mức thu nhập trung bình giảm xuống. Trong bối cảnh đó, người tiêu dùng phải cân nhắc hơn trước khi mua các hàng hóa, dịch vụ.

- A. Thu nhập của người tiêu dùng.
- B. Tâm lý, thị hiếu của người tiêu dùng.
- C. Giá cả của hàng hóa, dịch vụ thay thế.
- D. Dự đoán của người tiêu dùng về thị trường.

Hướng dẫn giải

Đáp án đúng là: A

Nhân tố ảnh hưởng đến cầu hàng hóa, dịch vụ trong trường hợp trên là: thu nhập của người tiêu dùng. Cụ thể:

+ Khi thu nhập của người tiêu dùng tăng lên => cầu tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ thông thường của họ cũng tăng lên.

+ Khi thu nhập của người tiêu dùng giảm xuống => người tiêu dùng phải cân nhắc hơn trước khi mua các sản phẩm => cầu tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ cũng giảm xuống.

Câu 3. Nhận định nào sau đây là **đúng** khi bàn về vấn đề: lượng cầu hàng hóa, dịch vụ trên thị trường?

- A. Mọi nhu cầu của người tiêu dùng đều được coi là cầu.
- B. Có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến lượng cầu trên thị trường.
- C. Quy mô dân số là nhân tố duy nhất ảnh hưởng đến lượng cầu.
- D. Giá bán sản phẩm không ảnh hưởng gì đến lượng cầu hàng hóa.

Câu 4. Trong nền kinh tế thị trường, cung và cầu có mối quan hệ như thế nào?

- A. Tác động lẫn nhau.
- B. Chỉ có cầu tác động đến cung.
- C. Tồn tại độc lập với nhau.
- D. Chỉ có cung tác động đến cầu.

Câu 5. Trong nền kinh tế thị trường, lượng cung có tác động như thế nào đến lượng cầu hàng hóa, dịch vụ?

- A. Kích thích lượng cầu.
- B. Xác định cơ cấu của cầu.
- C. Xác định khối lượng của cầu.
- D. Không có tác động gì đến cầu.

Câu 6. Điền từ/ cụm từ thích hợp vào chỗ trống (...) trong khái niệm sau: “..... là số lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu của thị trường với mức giá được xác định trong khoảng thời gian nhất định”.

- A. cung.
- B. cầu.
- C. giá trị.
- D. giá cả.

Câu 7. Lượng cung hàng hóa, dịch vụ trên thị trường **không** bị ảnh hưởng bởi yếu tố nào sau đây?

- A. Chính sách của nhà nước.
- B. Thu nhập của người tiêu dùng.
- C. Trình độ công nghệ sản xuất.
- D. Số lượng người tham gia cung ứng.

Câu 8. Đọc trường hợp sau và trả lời câu hỏi:

Trường hợp. Vào thời điểm gần Tết Trung thu năm 2022, thị trường bánh trung thu trở nên sôi động. Nhu cầu đa dạng về chủng loại, mẫu mã bánh trung thu và xu thế tăng giá bán là những yếu tố thúc đẩy các nhà sản xuất tập trung nguồn lực cho sản phẩm này. Ngoài số doanh nghiệp sản xuất bánh kẹo với dây chuyền sản xuất hiện đại, công suất lớn chuyển sang làm bánh trung thu theo thời vụ, nhiều cơ sở sản xuất theo kiểu thủ công, qui mô nhỏ hơn, như các hộ cá thể trong các làng nghề truyền thống cũng gia nhập thị trường.

Câu hỏi: Lượng cung bánh Trung thu cho thị trường ở nước ta năm 2022 **không** bị ảnh hưởng bởi yếu tố nào sau đây?

A. Giá bán sản phẩm.

B. Chính sách của nhà nước.

C. Trình độ công nghệ sản xuất.

D. Số lượng người tham gia cung ứng.

Câu 9. Trong trường hợp dưới đây, những nhân tố nào đã ảnh hưởng đến lượng cung hàng hóa trên thị trường?

Trường hợp. Doanh nghiệp T chuyên sản xuất, kinh doanh những thực phẩm chế biến từ thịt lợn. Gần đây, hoạt động sản xuất của doanh nghiệp gặp khó khăn do giá của các yếu tố đầu vào (con giống, cám,..) tăng khiến chi phí sản xuất và giá bán sản phẩm bị đẩy lên cao. Số lượng các đơn đặt hàng cũng giảm sút do thị trường xuất hiện nhiều nhà cung ứng sản phẩm cùng loại.

A. Số lượng người bán trên thị trường và giá bán của sản phẩm.

B. Trình độ công nghệ và dự đoán của người bán về thị trường.

C. Chính sách của nhà nước và sự kì vọng của chủ thể sản xuất.

D. Giá cả các yếu tố đầu vào và số lượng người tham gia cung ứng.

Câu 10. Lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng sẵn sàng mua với một mức giá nhất định trong khoảng thời gian xác định được gọi là

A. cung.

B. cầu.

C. giá trị.

D. giá cả.

Câu 11. Quan hệ cung - cầu có vai trò như thế nào đối với chủ thể nhà nước?

A. Là cơ sở để đưa ra các biện pháp góp phần bình ổn thị trường.

B. Là căn cứ để quyết định mở rộng hay thu hẹp quy mô sản xuất.

C. Là căn cứ giúp người dân lựa chọn việc mua hàng hóa phù hợp.

D. Là cơ sở để lập kế hoạch nhằm đầu cơ, tích trữ hàng hóa thiết yếu.

Câu 12. Trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, khi giá cả thị trường giảm xuống thì các doanh nghiệp thường có xu hướng

A. tăng giá trị cá biệt của hàng hóa.

B. mở rộng quy mô sản xuất.

C. tăng khối lượng cung hàng hóa.

D. thu hẹp quy mô sản xuất.

Câu 13. Quan hệ cung - cầu có ảnh hưởng trực tiếp đến giá cả. Cụ thể: khi cung lớn hơn cầu, sẽ dẫn đến

A. giá cả hàng hóa, dịch vụ giảm.

B. giá cả hàng hóa, dịch vụ tăng.

C. giá cả hàng hóa, dịch vụ ổn định.

D. giá cả lúc tăng, lúc giảm, không ổn định.

Hướng dẫn giải

Đáp án đúng là: A

Quan hệ cung - cầu là tác nhân trực tiếp khiến giá cả thường xuyên biến động trên thị trường:

+ Khi cung lớn hơn cầu sẽ dẫn đến giá giảm;

+ Khi cung nhỏ hơn cầu sẽ dẫn đến giá tăng;

+ Cung bằng cầu thì giá ổn định.

Câu 14. Nhà sản xuất, kinh doanh có thể thu được lợi nhuận cao, khi

A. cung lớn hơn cầu.

B. cung nhỏ hơn cầu.

C. cung bằng cầu.

D. không cung ứng sản phẩm.

Câu 15. Khi cung nhỏ hơn cầu, giá cả tăng, chủ thể sản xuất có xu hướng

A. thu hẹp sản xuất.

B. mở rộng sản xuất.

C. sa thải bớt nhân công.

D. giảm lượng cung hàng hóa.

Câu 16. Người tiêu dùng có xu hướng hạn chế/ mua ít hàng hóa, dịch vụ khi

A. cung lớn hơn cầu.

B. cung nhỏ hơn cầu.

C. cung bằng cầu.

D. giá cả hàng hóa giảm.

BÀI 3: LẠM PHÁT

Phần 1. Lý thuyết

1. Khái niệm và các loại hình lạm phát

a) Khái niệm lạm phát

- Lạm phát là sự tăng mức giá chung các hàng hóa, dịch vụ của nền kinh tế (thường tính bằng chỉ số giá tiêu dùng CPI) một cách liên tục trong một thời gian nhất định.

b) Các loại hình lạm phát

- Căn cứ vào mức độ lạm phát, có các loại lạm phát sau:

+ Lạm phát vừa phải: mức độ tăng của giá cả ở một con số hàng năm (0% - dưới 10%). Trong điều kiện lạm phát thấp, giá cả thay đổi chậm, nền kinh tế được coi là ổn định.

+ Lạm phát phi mã: mức độ tăng của giá cả ở hai con số trở lên hàng năm (10% - 1.000%), gây bất ổn nghiêm trọng trong nền kinh tế. Đồng tiền mất giá một cách nhanh chóng, lãi suất thực tế giảm, người dân tránh giữ tiền mặt.

+ Siêu lạm phát: giá cả tăng lên với tốc độ vượt xa mức lạm phát phi mã (>1.000%), nền kinh tế lâm vào khủng hoảng.

2. Nguyên nhân dẫn đến lạm phát

- Một số nguyên nhân cơ bản dẫn đến lạm phát:

+ Chi phí sản xuất tăng cao: việc tăng giá các yếu tố đầu vào của sản xuất (như: xăng, dầu, điện, nguyên liệu,...) đẩy chi phí sản xuất tăng cao khiến cho giá cả nhiều loại hàng hóa trên thị trường tăng gây lạm phát.

+ Cầu tăng cao do có yếu tố tác động làm tổng cầu tăng cao nhưng tổng cung không thay đổi dẫn đến mức giá chung tăng gây lạm phát

+ Phát hành thừa tiền trong lưu thông: khi lượng tiền phát hành vượt quá mức cần thiết làm xuất hiện tình trạng người giữ tiền sẵn sàng bỏ ra số tiền lớn hơn để mua một đơn vị hàng hóa, làm cho giá cả hàng hóa leo thang gây lạm phát.

3. Hậu quả của lạm phát

- Lạm phát cao gây hậu quả tiêu cực đến hoạt động của nền kinh tế và mọi mặt đời sống xã hội:

+ Giá cả các yếu tố đầu vào sản xuất tăng cao khiến chi phí tăng, tác động trực tiếp đến việc giảm quy mô đầu tư, sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp làm cho kinh tế suy thoái và thất nghiệp gia tăng. Giá cả các hàng hóa không ngừng tăng dẫn đến tình trạng đầu cơ, tích trữ nhiều hàng hóa, tạo thêm sự khan hiếm, đẩy giá cả hàng hóa tiếp tục tăng gây nhiễu loạn thị trường.

+ Giá cả hàng hóa cao, chi phí sinh hoạt đắt đỏ làm cho mức sống của người dân trong xã hội giảm sút. Bên cạnh đó, lạm phát cao thường khiến nhiều người mất việc làm, không có thu nhập, đời sống nhiều gia đình bấp bênh, gặp nhiều khó khăn. Lạm phát tăng cao, kéo dài có thể gây ra khủng hoảng kinh tế, chính trị, xã hội,....

- Tuy nhiên, mức độ lạm phát vừa phải sẽ kích thích sản xuất kinh doanh phát triển.

4. Vai trò của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát

- Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát:

+ Luôn theo dõi biến động giá cả trên thị trường, duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức cho phép.

+ Đưa ra chính sách, biện pháp, sử dụng các công cụ điều tiết để kiềm chế, đẩy lùi lạm phát như: thực hiện chính sách tiền tệ (tăng lãi suất, giảm mức cung tiền,...), thực hiện chính sách tài chính thắt chặt (cắt giảm chi tiêu công), hỗ trợ thu nhập cho người gặp khó khăn, tăng cường quản lý thị trường (chống đầu cơ tích trữ hàng hóa, sử dụng dự trữ quốc gia để bình ổn cung - cầu, bình ổn giá trên thị trường,...).

Phần 2. Trắc nghiệm

Câu 1. Xác định nguyên nhân dẫn đến lạm phát trong thông tin sau:

Thông tin. Khi mất cân đối giữa tốc độ tăng cung tiền và tốc độ tăng trưởng GDP lớn thì sức ép lạm phát bắt đầu xuất hiện. Ví dụ, trong hai năm 2005 và 2006, GDP của Việt Nam tăng trưởng 17%, trong khi đó, tiền mặt trong lưu thông và tiền gửi trong ngân hàng tăng tới 73%.

A. Chi phí sản xuất tăng cao.

B. Tổng cầu của nền kinh tế tăng.

C. Giá cả nguyên liệu, nhân công, thuế,... giảm.

D. Lượng tiền trong lưu thông vượt quá mức cần thiết.

Câu 2. Mức độ lạm phát vừa phải sẽ

- A. kìm hãm sự phát triển của nền kinh tế. B. không có tác động gì tới nền kinh tế.
C. kích thích sản xuất kinh doanh phát triển. D. đẩy nền kinh tế rơi vào tình trạng khủng hoảng.

Câu 3. Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng hậu quả của lạm phát đối với đời sống xã hội?

- A. Gia tăng tình trạng thất nghiệp. B. Mức sống của người dân giảm sút.
C. Giảm tình trạng phân hóa giàu - nghèo. D. Thu nhập thực tế của người lao động giảm.

Câu 4. Tình trạng lạm phát tác động như thế nào đến hoạt động sản xuất, kinh doanh?

- A. Các doanh nghiệp giảm quy mô đầu tư, sản xuất - kinh doanh.
B. Các doanh nghiệp tăng cường đầu tư, cải tiến trang thiết bị.
C. Các doanh nghiệp tăng quy mô đầu tư, sản xuất - kinh doanh.
D. Các doanh nghiệp tăng cường tuyển dụng lao động có tay nghề cao.

Câu 5. Nhà nước thường ban hành chính sách nào sau đây để khắc phục tình trạng lạm phát do chi phí đẩy?

- A. Thu hút vốn đầu tư, giảm thuế. B. Cắt giảm chi tiêu ngân sách.
C. Giảm mức cung tiền. D. Tăng thuế.

Câu 6. Tình trạng mức giá chung của nền kinh tế tăng lên trong một khoảng thời gian nhất định được gọi là

- A. Tăng trưởng. B. Lạm phát. C. Khủng hoảng. D. Suy thoái.

Câu 7. Căn cứ vào tỉ lệ lạm phát, mức độ tăng của giá cả ở một con số hằng năm ($0\% < CPI < 10\%$) được gọi là tình trạng

- A. lạm phát vừa phải. B. lạm phát phi mã.
C. siêu lạm phát. D. lạm phát nghiêm trọng.

Câu 8. Tình trạng lạm phát phi mã được xác định khi

- A. mức độ tăng của giá cả ở một con số hằng năm ($0\% < CPI < 10\%$).
B. đồng tiền mất giá nghiêm trọng, nền kinh tế rơi vào trạng thái khủng hoảng.
C. mức độ tăng của giá cả ở hai con số trở lên hằng năm ($10\% \leq CPI < 1000\%$).
D. giá cả tăng lên với tốc độ nhanh, đồng tiền mất giá nghiêm trọng ($1000\% \leq CPI$).

Câu 9. Nhận định nào sau đây **đúng** khi bàn về vấn đề lạm phát?

- A. Giá cả một vài hàng hóa tăng chứng tỏ nền kinh tế đang lạm phát.
B. Trong thời kì lạm phát tăng cao, người gửi tiền tiết kiệm sẽ bị thiệt.
C. Tình trạng lạm phát luôn tác động tiêu cực đến nền kinh tế đất nước.
D. Tình trạng lạm phát không ảnh hưởng gì đến đời sống của người dân.

Câu 10. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến lạm phát, **ngoại trừ** việc

- A. lượng tiền trong lưu thông vượt quá mức cần thiết.
B. giá cả nguyên liệu, nhân công, thuế,... giảm.
C. tổng cầu của nền kinh tế tăng.
D. chi phí sản xuất tăng cao.

Câu 11. Để khắc phục tình trạng lạm phát do lượng tiền mặt trong lưu thông vượt quá mức cần thiết, nhà nước cần

- A. giảm thuế. B. giảm mức cung tiền.
C. giảm lãi suất tiền gửi. D. tăng chi tiêu ngân sách.

Câu 12. Nhận định nào sau đây **không đúng** khi bàn về vấn đề lạm phát?

- A. Giá cả một vài hàng hóa tăng chứng tỏ nền kinh tế đang lạm phát.
B. Trong thời kì lạm phát tăng cao, người gửi tiền tiết kiệm sẽ bị thiệt.
C. Tình trạng lạm phát là biểu hiện đồng tiền của quốc gia bị mất giá.
D. Lạm phát tăng cao có tác động xấu đến đời sống kinh tế và xã hội.

Bài 4: Thất nghiệp

Phần 1. Lý thuyết

1. Khái niệm thất nghiệp và các loại hình thất nghiệp

a) Khái niệm: Thất nghiệp là tình trạng người lao động mong muốn có việc làm nhưng chưa tìm được việc làm

b) Các loại hình thất nghiệp: Thất nghiệp được phân loại như sau:

- Phân loại theo nguồn gốc thất nghiệp:

+ *Thất nghiệp tự nhiên:* biểu thị mức thất nghiệp bình thường mà nền kinh tế phải chịu, luôn tồn tại trong xã hội, bao gồm các dạng:

- Thất nghiệp tạm thời: thất nghiệp phát sinh do sự dịch chuyển không ngừng của người lao động giữa các vùng, các loại công việc hoặc giữa các giai đoạn khác nhau trong cuộc sống.

- Thất nghiệp cơ cấu: thất nghiệp gắn liền với sự biến động cơ cấu kinh tế và sự thay đổi của công nghệ dẫn đến yêu cầu lao động có trình độ cao hơn, lao động không đáp ứng yêu cầu sẽ bị đào thải.

+ *Thất nghiệp chu kì:* thất nghiệp tương ứng với từng giai đoạn trong chu kì kinh tế:

- Thất nghiệp chu kì ở mức cao khi nền kinh tế suy thoái;

- Thất nghiệp chu kì ở mức thấp khi kinh tế phát triển, mở rộng.

- Phân loại theo tính chất:

+ *Thất nghiệp tự nguyện:* xảy ra do người lao động không muốn làm việc do điều kiện làm việc và mức lương chưa phù hợp với họ.

+ *Thất nghiệp không tự nguyện:* xảy ra khi người lao động mong muốn đi làm nhưng không thể tìm kiếm được việc làm.

2. Nguyên nhân dẫn đến thất nghiệp

- Trong thực tế có nhiều nguyên nhân dẫn đến thất nghiệp:

+ *Nguyên nhân chủ quan:* bị đuổi việc do vi phạm kỷ luật, tự thôi việc do không hài lòng với công việc đang có, do thiếu kỹ năng làm việc,...

+ *Nguyên nhân khách quan:* do cơ sở sản xuất kinh doanh đóng cửa, do sự mất cân đối giữa cung và cầu trên thị trường lao động.

3. Hậu quả của thất nghiệp

- Thất nghiệp để lại những hậu quả nặng nề đối với mỗi cá nhân, với nền kinh tế và mọi mặt của đời sống xã hội:

+ *Đối với người bị thất nghiệp:* thất nghiệp ảnh hưởng đến thu nhập của người lao động, khiến cho đời sống của họ gặp nhiều khó khăn, ảnh hưởng đến kiến thức chuyên môn, nghề nghiệp.

+ *Đối với doanh nghiệp:* thất nghiệp tăng cao dẫn đến nhu cầu xã hội bị giảm sút, hàng hóa và dịch vụ không có người tiêu dùng, cơ hội kinh doanh của doanh nghiệp giảm, nhiều doanh nghiệp phải thu hẹp sản xuất hoặc đóng cửa.

+ *Đối với nền kinh tế:* thất nghiệp tăng gây lãng phí nguồn lực, làm cho nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái, tốc độ tăng trưởng kinh tế giảm, ngân sách nhà nước suy giảm,...

+ *Đối với chính trị - xã hội:* thất nghiệp gia tăng làm cho hiện tượng tiêu cực trong xã hội phát sinh nhiều, gây ra những xáo trộn trong xã hội, trật tự xã hội không ổn định, hiện tượng lẩn công, bãi công, biểu tình,... tăng lên.

4. Vai trò của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp

- Trong nền kinh tế thị trường, Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp:

+ Thường xuyên thông tin về tình hình thất nghiệp, từ đó dự báo, đồng thời đưa ra các giải pháp để kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp.

+ Khi tỷ lệ thất nghiệp tăng cao, Nhà nước sử dụng nhiều giải pháp để kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp như: Hoàn thiện thể chế về thị trường lao động, thực hiện đúng pháp luật về lao động; Khuyến khích các cơ sở hoạt động sản xuất kinh doanh mở rộng hoạt động sản xuất, chuyển đổi sản xuất để tạo thêm việc làm cho người lao động; Thực hiện chính sách an sinh xã hội, chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp để giải quyết việc làm cho người lao động.

+ Ngoài ra, Nhà nước còn thường xuyên quan tâm đào tạo lao động trình độ cao, đa dạng hoá các loại hình trường lớp, hỗ trợ người lao động tự tạo việc làm.

Phần 2. Trắc nghiệm

Câu 1. Tình trạng thất nghiệp xuất hiện do tính chu kì của nền kinh tế khi nền kinh tế bị suy thoái hoặc khủng hoảng dẫn đến mức cầu chung về lao động giảm được gọi là

- A. thất nghiệp tạm thời. B. thất nghiệp cơ cấu.
C. thất nghiệp chu kì. D. thất nghiệp tự nguyện.

Câu 2. Xác định loại hình thất nghiệp được đề cập đến trong trường hợp sau:

Trường hợp. Anh M sau thời gian nghỉ việc để điều trị bệnh nay đang làm hồ sơ xin việc và vẫn chưa tìm được việc làm.

- A. Thất nghiệp cơ cấu. B. Thất nghiệp chu kì.
C. Thất nghiệp tự nguyện. D. Thất nghiệp không tự nguyện.

Câu 3. Trường hợp dưới đây đề cập đến loại hình thất nghiệp nào?

Trường hợp. Do kinh tế thế giới suy thoái đã làm cho các doanh nghiệp trong nước, nhất là các doanh nghiệp nhỏ gặp nhiều khó khăn. Nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa, tạm ngừng sản xuất kinh doanh. Hệ quả là người lao động trong những doanh nghiệp này bị thất nghiệp.

- A. Thất nghiệp tạm thời. B. Thất nghiệp cơ cấu.
C. Thất nghiệp chu kì. D. Thất nghiệp tự nguyện.

Câu 4. Nội dung nào dưới đây **không** phản ánh đúng nguyên nhân chủ quan dẫn đến tình trạng thất nghiệp?

- A. Người lao động bị sa thải do vi phạm kỉ luật.
B. Thiếu chuyên môn, nghiệp vụ và kĩ năng làm việc.
C. Tự thôi việc do không hài lòng với công việc đang có.
D. Nền kinh tế suy thoái nên doanh nghiệp thu hẹp sản xuất.

Câu 5. Có nhiều nguyên nhân khách quan dẫn đến tình trạng thất nghiệp, **ngoại trừ** nguyên nhân

- A. sự mất cân đối giữa lượng cung và cầu trên thị trường lao động.
B. người lao động tự thôi việc do không hài lòng với công việc đang có.
C. nền kinh tế suy thoái nên các doanh nghiệp thu hẹp quy mô sản xuất.
D. cơ cấu kinh tế chuyển dịch nên đặt ra yêu cầu mới về chất lượng lao động.

Câu 6. Điền cụm từ thích hợp vào chỗ trống (...) trong khái niệm sau đây: “..... là tình trạng người lao động mong muốn có việc làm nhưng chưa tìm được việc làm”.

- A. Thất nghiệp. B. Sa thải. C. Giải nghệ. D. Bỏ việc.

Câu 7. Tình trạng thất nghiệp để lại hậu quả như thế nào đối với xã hội?

- A. Thu nhập giảm hoặc không có, đời sống gặp nhiều khó khăn.
B. Lợi nhuận giảm hoặc thua lỗ, buộc phải thu hẹp quy mô sản xuất.
C. Lãng phí nguồn lực, làm cho nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái.
D. Phát sinh nhiều tệ nạn xã hội; trật tự, an ninh xã hội không ổn định.

Câu 8. Trong trường hợp dưới đây, nhà nước đã thực hiện chính sách nào để kiểm soát và kiềm chế thất nghiệp?

Trường hợp. Tình trạng thất nghiệp làm cho cuộc sống người lao động trở nên khó khăn, đời sống tinh thần bất ổn, lo âu. Nhằm giúp người lao động vượt đi một phần khó khăn, tìm được nguồn sinh kế mới, Nhà nước thực hiện trợ cấp thất nghiệp cho người lao động, hỗ trợ người bị tạm thời ngưng việc, trợ cấp cho người bị mất kế sinh nhai.

- A. Trợ cấp cho người lao động bị thất nghiệp/ người lao động đang tạm thời ngưng việc.
B. Nghiêm cấm doanh nghiệp nước ngoài đầu tư nhằm bảo vệ các doanh nghiệp trong nước.
C. Hỗ trợ doanh nghiệp khôi phục, phát triển sản xuất thông qua chính sách tài khóa, tiền tệ.
D. Hỗ trợ kinh phí đào tạo và tái đào tạo người lao động; khuyến khích và hỗ trợ khởi nghiệp.

Câu 9. Tình trạng thất nghiệp phát sinh do sự dịch chuyển không ngừng của người lao động giữa các vùng, các loại công việc hoặc giữa các giai đoạn khác nhau trong cuộc sống được gọi là

- A. thất nghiệp tạm thời. B. thất nghiệp cơ cấu. C. thất nghiệp chu kì D. thất nghiệp tự nguyện.

4. Xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường

- Thị trường lao động ở Việt Nam đang nổi lên 4 xu hướng:

- + Gia tăng số lượng lao động trên các nền tảng công nghệ;
- + Chuyển dịch nghề nghiệp gắn với kỹ năng mềm;
- + Lao động giản đơn sẽ trở nên yếu thế;
- + Xu hướng lao động “phi chính thức” gia tăng.

- Xu hướng tuyển dụng trên thị trường lao động luôn gắn liền với chiến lược, chủ trương, chính sách phát triển kinh tế - xã hội của Đảng và NN cùng với những yêu cầu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.

- Bởi vậy, để có được việc làm phù hợp, học sinh cần trang bị cho mình những kiến thức cơ bản về nghề nghiệp, trau dồi các kỹ năng, nắm được xu hướng phát triển của thị trường lao động, tự đánh giá sở trường, nguyện vọng và điều kiện của bản thân để lựa chọn, định hướng nghề nghiệp.

Phần 2. Trắc nghiệm

Câu 1. Hoạt động lao động tạo ra thu nhập và không bị pháp luật cấm được gọi là

- A. lao động. B. làm việc. C. việc làm. D. khởi nghiệp.

Câu 2. Điền cụm từ thích hợp vào chỗ trống (...) trong khái niệm sau đây: “..... là nơi diễn ra sự thỏa thuận, xác lập hợp đồng làm việc giữa người lao động và người sử dụng lao động về việc làm, tiền lương và điều kiện làm việc”.

- A. Thị trường việc làm. B. Thị trường lao động.
C. Trung tâm giới thiệu việc làm. D. Trung tâm môi giới việc làm.

Câu 3. Thị trường việc làm kết nối cung - cầu LĐ trên thị trường thông qua nhiều hình thức, ngoại trừ

- A. các phiên giao dịch việc làm. B. các trung tâm môi giới và giới thiệu việc làm.
C. mở các trung tâm dạy nghề và giáo dục thường xuyên.
D. thông tin tuyển dụng trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Câu 4. Khi khả năng cung ứng lao động lớn hơn khả năng tạo việc làm sẽ dẫn đến tình trạng nào?

- A. Gia tăng tình trạng thất nghiệp. B. Thiếu hụt lực lượng lao động.
C. Cả hai phương án A, B đều đúng. D. Cả hai phương án A, B đều sai.

Câu 5. Thông qua các dịch vụ kết nối nhà tuyển dụng và người lao động, thị trường việc làm giúp cho thị trường lao động nhanh chóng đạt đến trạng thái

- A. thiếu hụt lực lượng lao động. B. dư thừa lực lượng lao động.
C. chênh lệch cung - cầu lao động. D. cân bằng cung - cầu lao động.

Câu 6. Điền cụm từ thích hợp vào chỗ trống (...) trong khái niệm sau đây: “..... là hoạt động có mục đích, có ý thức của con người nhằm tạo ra các sản phẩm phục vụ cho các nhu cầu của đời sống xã hội”.

- A. Lao động. B. Làm việc. C. Việc làm. D. Khởi nghiệp.

Câu 7. Nơi diễn ra các quan hệ thỏa thuận giữa người sử dụng lao động và người lao động về tiền lương, điều kiện làm việc trên cơ sở hợp đồng lao động được gọi là

- A. thị trường việc làm. B. thị trường lao động.
C. trung tâm giới thiệu việc làm. D. trung tâm môi giới việc làm.

Câu 8. Thị trường lao động được cấu thành bởi mấy yếu tố?

- A. 3 yếu tố. B. 4 yếu tố. C. 5 yếu tố. D. 6 yếu tố.

Câu 9. Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng các yếu tố cấu thành thị trường lao động?

- A. Lượng cung. B. Lượng cầu. C. Giá cả sức lao động. D. Chất lượng lao động.

Câu 10. Khai thác thông tin dưới đây và cho biết: nhận xét nào đúng về tình hình cung - cầu lao động trên thị trường ở Việt Nam năm 2021?

Thông tin. Năm 2021, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên của Việt Nam đạt 50,6 triệu người. Trong đó, lao động đang làm việc trong các ngành kinh tế là 49,1 triệu người. Tỷ lệ thất nghiệp của lực lượng lao động trong độ tuổi ước tính là 3,20%, tỷ lệ thiếu việc làm của lao động trong độ tuổi là 3,10%.

- A. Nguồn cung lao động nhỏ hơn so với nhu cầu tuyển dụng việc làm.
B. Có sự cân bằng giữa nguồn cung lao động với nhu cầu tuyển dụng.

C. Nguồn cung lao động lớn hơn so với nhu cầu tuyển dụng việc làm.

D. Cán cân cung - cầu lao động được giữ ở mức cân bằng và ổn định.

Câu 11. Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường ở Việt Nam hiện nay?

A. Lao động giản đơn sẽ trở nên yếu thế.

B. Xu hướng lao động “phi chính thức” gia tăng.

C. Chuyển dịch nghề nghiệp gắn với kỹ năng mềm.

D. Giảm số lượng lao động trên các nền tảng công nghệ.

Câu 12. Một trong những xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường ở Việt Nam hiện nay là

A. gia tăng tuyển dụng các ngành/ nghề lao động giản đơn.

B. xu hướng lao động “phi chính thức” sụt giảm mạnh mẽ.

C. Chuyển dịch nghề nghiệp gắn với phát triển kỹ năng mềm.

D. Giảm số lượng lao động trên các nền tảng công nghệ.

Câu 13. Đoạn thông tin dưới đây cho biết điều gì về xu hướng tuyển dụng lao động tại Việt Nam hiện nay?

Thông tin. Năm 2018, lao động trong khu vực nông, lâm, thủy sản chiếm 37,7%, giảm 24,5% so với năm 2000. Trong khi đó, khu vực công nghiệp, xây dựng tăng từ 13% tới 26,7% và khu vực dịch vụ tăng từ 24,8% tới 35,6% so với cùng thời kì. Số liệu còn cho thấy đã có sự chuyển dịch của lao động khu vực nông, lâm, thủy sản sang khu vực công nghiệp, xây dựng và khu vực dịch vụ; đưa tỉ trọng lao động khu vực công nghiệp và xây dựng lên 26,7%, khu vực dịch vụ lên 35,6%, ở mức cao nhất kể từ năm 2000 đến nay.

A. Lao động trong nông nghiệp giảm, lao động trong công nghiệp và dịch vụ tăng.

B. Lao động chưa qua đào tạo tăng lên và chiếm ưu thế so với lao động được đào tạo.

C. Tốc độ tăng lao động trong khu vực dịch vụ tăng chậm hơn khu vực sản xuất.

D. Lao động trong công nghiệp và dịch vụ giảm; lao động trong nông nghiệp tăng.

BÀI 6: Ý TƯỞNG, CƠ HỘI KINH DOANH VÀ CÁC NĂNG LỰC CẦN THIẾT CỦA NGƯỜI KINH DOANH

Phần 1. Lý thuyết

1. Khái niệm và tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh, các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh

a) Khái niệm và tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh

- Ý tưởng kinh doanh là khái niệm trong lĩnh vực kinh doanh chỉ loại ý tưởng có tính sáng tạo, khả thi mang đến lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh.

- Việc xây dựng ý tưởng kinh doanh rất cần thiết, giúp người kinh doanh xác định được những vấn đề cơ bản của hoạt động sản xuất kinh doanh:

+ Kinh doanh mặt hàng gì? (Xác định được đối tượng khách hàng là ai, họ có nhu cầu gì);

+ Kinh doanh thế nào? (Xác định được cách thức mới, có hiệu quả);

+ Kinh doanh cho ai? (Xác định được mục tiêu kinh doanh).

b) Nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh

- Các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh:

+ Lợi thế nội tại: xuất phát từ đam mê, hiểu biết, khả năng huy động các nguồn lực,... của chủ thể kinh doanh.

+ Cơ hội bên ngoài: bắt nguồn từ một nhu cầu mới chưa được đáp ứng, lợi thế cạnh tranh, thuận lợi về vị trí triển khai hay thuận lợi từ một chính sách vĩ mô,...

2. Khái niệm cơ hội kinh doanh và tầm quan trọng của việc xác định, đánh giá các cơ hội kinh doanh

- Cơ hội kinh doanh là sự xuất hiện những điều kiện, hoàn cảnh thuận lợi để thực hiện được mục tiêu kinh doanh. Cơ hội kinh doanh có thể xuất hiện từ bên ngoài nhưng cũng có khi do chính chủ thể kinh doanh chủ động tạo ra.
- Ý tưởng kinh doanh được xác định là cơ hội kinh doanh khi có tính bền vững, đáp ứng được nhu cầu hiện tại và có thể duy trì sản phẩm lâu dài, có tính hấp dẫn khi đảm bảo mang lại lợi nhuận và có tính cơ hội khi thời điểm kinh doanh phù hợp.
- Chủ kinh doanh cần dựa trên 4 tiêu chí: điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức để đánh giá, khẳng định đây có phải là cơ hội kinh doanh tốt, lấy đó làm cơ sở để xây dựng kế hoạch phát huy các điểm mạnh, khai thác cơ hội đồng thời khắc phục điểm yếu và vượt qua thách thức để kinh doanh thành công.

3. Các năng lực cần thiết của người kinh doanh ý kinh doanh

- Để thành công, những người kinh doanh cần có những năng lực cần thiết sau:
 - + Năng lực lãnh đạo: định hướng chiến lược, năng động, sáng tạo, nắm bắt cơ hội kinh doanh.
 - + Năng lực quản lý: tổ chức, thiết lập các mối quan hệ trong kinh doanh,..
 - + Năng lực chuyên môn: có kiến thức về chuyên môn ngành đang kinh doanh.
 - + Năng lực học tập, tích lũy kiến thức, rèn luyện kỹ năng...

Phần 2. Trắc nghiệm

Câu 1. Một trong những lợi thế nội tại giúp hình thành ý tưởng kinh doanh là

- A. Chính sách vĩ mô của nhà nước.
- B. Nhu cầu sản phẩm trên thị trường.
- C. Lợi thế về nguồn cung ứng sản phẩm.
- D. Khả năng huy động nguồn lực của chủ thể kinh doanh.

Câu 2. Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng những dấu hiệu nhận diện một cơ hội kinh doanh tốt?

- A. Tính thời điểm (không sớm hoặc quá muộn so với thị trường).
- B. Tính ổn định (cơ hội kinh doanh có tính lâu dài, bền vững).
- C. Tính hấp dẫn (mang lại lợi nhuận cao, sức ép cạnh tranh thấp).
- D. Tính trừu tượng, mơ hồ, khó thực hiện được mục tiêu kinh doanh.

Câu 3. Những điều kiện, hoàn cảnh thuận lợi để chủ thể kinh tế thực hiện được mục tiêu kinh doanh (thu lợi nhuận) được gọi là

- A. Lực lượng lao động.
- B. Ý tưởng kinh doanh.
- C. Cơ hội kinh doanh.
- D. Năng lực quản trị.

Câu 4. Đọc trường hợp dưới đây và trả lời câu hỏi:

Trường hợp. Anh V có năng lực lập kế hoạch kinh doanh, biết tổ chức nguồn lực, phối hợp công việc nhịp nhàng để đội ngũ nhân lực phát huy hết hiệu quả, tính sáng tạo trong kinh doanh.

Câu hỏi: Theo em, nhận định trên nói về năng lực nào của anh V?

- A. Năng lực nắm bắt cơ hội.
- B. Năng lực tổ chức, lãnh đạo.
- C. Năng lực phân tích và sáng tạo.
- D. Năng lực thực hiện trách nhiệm xã hội.

Câu 5. Biết tạo ra sự khác biệt trong ý tưởng kinh doanh, phân tích được cơ hội và thách thức trong công việc kinh doanh của bản thân - đó là biểu hiện cho năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực thiết lập quan hệ.
- B. Năng lực tổ chức, lãnh đạo.
- C. Năng lực cá nhân.
- D. Năng lực phân tích và sáng tạo.

Câu 6. Ý tưởng kinh doanh là những suy nghĩ, hành động

- A. sáng tạo, có tính khả thi, có thể đem lại lợi nhuận trong kinh doanh.
- B. sáng tạo, phi thực tế, không thể đem lại lợi nhuận trong kinh doanh.
- C. thiết thực, có tính hữu dụng nhưng khó đem lại lợi nhuận trong kinh doanh.
- D. vượt trội, có lợi thế cạnh tranh nhưng khó đem lại lợi nhuận trong kinh doanh.

Câu 7. Các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh xuất phát từ

- A. lợi thế nội tại và cơ hội bên ngoài.
- B. điểm yếu nội tại và khó khăn bên ngoài.
- C. những mâu thuẫn của chủ thể sản xuất kinh doanh.
- D. những khó khăn nội tại của chủ thể sản xuất kinh doanh.

Câu 8. Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng dấu hiệu nhận diện một ý tưởng kinh doanh tốt?

- A. Tính vượt trội. B. Lợi thế cạnh tranh.
C. Tính mới mẻ, độc đáo. D. Tính trừu tượng, phi thực tế.

Câu 9. Nội dung nào sau đây **không phải** là dấu hiệu nhận diện một ý tưởng kinh doanh tốt?

- A. Tính trừu tượng, phi thực tế. B. Tính mới mẻ, độc đáo.
C. Lợi thế cạnh tranh. D. Tính khả thi.

Câu 10. Nội dung nào sau đây phản ánh đúng cơ hội bên ngoài giúp hình thành ý tưởng kinh doanh?

- A. Chính sách vĩ mô của Nhà nước. B. Khát vọng khởi nghiệp chủ thể kinh doanh.
C. Sự đam mê, hiểu biết của chủ thể kinh doanh. D. Khả năng huy động nguồn lực của chủ thể kinh doanh.

Câu 11. Thực hiện trách nhiệm của người kinh doanh với tổ chức, cộng đồng và xã hội - đó là biểu hiện cho năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực thực hiện trách nhiệm với xã hội. B. Năng lực chuyên môn.
C. Năng lực định hướng chiến lược. D. Năng lực nắm bắt cơ hội.

Câu 12. Có chiến lược kinh doanh rõ ràng, biết xác định mục tiêu ngắn hạn, dài hạn - đó là biểu hiện cho năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực thực hiện trách nhiệm với xã hội. B. Năng lực chuyên môn.
C. Năng lực định hướng chiến lược. D. Năng lực nắm bắt cơ hội.

Câu 13. Biết đánh giá cơ hội kinh doanh, lựa chọn và chớp cơ hội kinh doanh - đó là biểu hiện cho năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực thực hiện trách nhiệm với xã hội. B. Năng lực chuyên môn.
C. Năng lực định hướng chiến lược. D. Năng lực nắm bắt cơ hội.

BÀI 7: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

Phần 1. Lý thuyết

1. Quan niệm và biểu hiện của đạo đức kinh doanh

a) Quan niệm về đạo đức kinh doanh

- Đạo đức kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức cơ bản được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực kinh doanh, có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn hành vi của các chủ thể trong kinh doanh.

b) Biểu hiện của đạo đức kinh doanh

- Đạo đức kinh doanh biểu hiện thông qua một số phẩm chất đạo đức trong kinh doanh:

- + Trách nhiệm: hoàn thành tốt nhiệm vụ; tạo giá trị cho doanh nghiệp, cho xã hội, tuân thủ pháp luật, tôn trọng thiên nhiên, bảo vệ môi trường.
- + Trung thực: giữ chữ tín trong kinh doanh, công bằng, liêm chính.
- + Nguyên tắc: thực hiện đúng quy định của đơn vị, đảm bảo bí mật.
- + Tôn trọng con người, tôn trọng bảo đảm quyền lợi của nhân viên, tôn trọng khách hàng, tôn trọng đối thủ cạnh tranh.
- + Gắn kết các lợi ích; gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của khách hàng và xã hội.

2. Vai trò của đạo đức kinh doanh

- Thực hiện tốt đạo đức kinh doanh góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh theo hướng tích cực, nâng cao chất lượng và uy tín doanh nghiệp, làm hài lòng khách hàng, đồng thời tạo nên sự vững mạnh của nền kinh tế.

Phần 2. Trắc nghiệm

Câu 1. Đối với những hành vi vi phạm đạo đức kinh doanh, chúng ta cần

- A. khuyến khích, cổ vũ. B. lên án, ngăn chặn. C. thờ ơ, vô cảm. D. học tập, noi gương.

Câu 2. Chủ thể nào dưới đây đã thực hiện tốt đạo đức kinh doanh?

- A. Công ty T bịa đặt thông tin sai sự thật về chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp A.
- B. Khi phát hiện hàng hóa bị lỗi, doanh nghiệp K chủ động tiến hành thu hồi sản phẩm.
- C. Nhân viên của Công ty X có thái độ tiêu cực, khi khách hàng phản hồi về sản phẩm.
- D. Công ty chế biến nông sản X tìm cách ép giá thu mua nông sản của bà con nông dân.

Câu 3. Nhận xét về hành vi của Cửa hàng M trong trường hợp dưới đây:

Trường hợp. Cửa hàng M chuyên kinh doanh hoa quả nhập khẩu. Để thu lợi nhuận cao, cửa hàng M đã nhập hoa quả kém chất lượng, không rõ nguồn gốc, xuất xứ về rồi dán nhãn và quảng cáo là hoa quả nhập khẩu từ châu Âu.

- A. Cửa hàng M có ý tưởng kinh doanh độc đáo, sáng tạo.
- B. Cửa hàng M đã thực hiện tốt đạo đức kinh doanh.
- C. Cửa hàng M biết nắm bắt thời cơ kinh doanh.
- D. Cửa hàng M đã vi phạm đạo đức kinh doanh.

Câu 4. Nội dung nào dưới đây **không** phản ánh đúng vai trò của đạo đức kinh doanh?

- A. Góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh.
- B. Làm mất lòng tin của khách hàng đối với doanh nghiệp.
- C. Đẩy mạnh hợp tác và đầu tư giữa các chủ thể kinh doanh.
- D. Thúc đẩy sự phát triển vững mạnh của kinh tế quốc gia.

Câu 5. Đạo đức kinh doanh được biểu hiện như thế nào qua hoạt động của công ty X trong trường hợp dưới đây?

Trường hợp. Hoạt động sản xuất xi măng luôn tiềm ẩn nguy cơ ô nhiễm không khí, tác động tiêu cực đến sức khỏe con người và môi trường tự nhiên. Vì vậy, công ty sản xuất xi măng X luôn xác định phát triển kinh doanh phải gắn liền với bảo vệ môi trường, đảm bảo quyền lợi, sức khỏe cho người lao động và cư dân địa phương. Công ty đã áp dụng nhiều sáng kiến, đầu tư hàng chục tỉ đồng để lắp đặt hệ thống lọc bụi, đảm bảo các quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường.

- A. Phát triển kinh doanh gắn với bảo vệ môi trường.
- B. Không sản xuất, kinh doanh hàng giả, kém chất lượng.
- C. Không quảng cáo cường điệu, sai sự thật về sản phẩm.
- D. Không đánh cắp bí mật thương mại của đối thủ cạnh tranh.

Câu 6. Tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức cơ bản được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực kinh doanh, có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn hành vi của các chủ thể trong kinh doanh được gọi là

- A. ý tưởng kinh doanh.
- B. cơ hội kinh doanh.
- C. mục tiêu kinh doanh.
- D. đạo đức kinh doanh.

Câu 7. Nội dung nào sau đây phản ánh đúng biểu hiện của đạo đức kinh doanh trong mối quan hệ giữa chủ thể sản xuất với người lao động?

- A. Vừa hợp tác vừa cạnh tranh lành mạnh.
- B. Tích cực thực hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.
- C. Không sản xuất, kinh doanh hàng giả, kém chất lượng.
- D. Đảm bảo lợi ích chính đáng cho người lao động.

Câu 8. Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh trong mối quan hệ giữa các chủ thể sản xuất với khách hàng là

- A. vừa hợp tác vừa cạnh tranh lành mạnh.
- B. đối xử bình đẳng, công bằng với nhân viên.
- C. tích cực thực hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.
- D. không sản xuất, kinh doanh hàng giả, kém chất lượng.

Câu 9. Hành vi nào dưới đây là biểu hiện của đạo đức kinh doanh?

- A. Tìm mọi cách để triệt hạ đối thủ cạnh tranh.
- B. Đối xử công bằng, bình đẳng với nhân viên.
- C. Sản xuất, kinh doanh hàng giả, kém chất lượng.

D. Phân biệt đối xử giữa các lao động nam và nữ.

Câu 10. Chủ thể nào dưới đây có hành vi vi phạm đạo đức kinh doanh?

- A. Cửa hàng V thường xuyên lấy ý kiến của khách hàng để cải thiện chất lượng dịch vụ.
- B. Công ty chế biến nông sản X tìm cách ép giá thu mua nông sản của bà con nông dân.
- C. Doanh nghiệp M đóng bảo hiểm đầy đủ cho nhân viên theo đúng quy định pháp luật.
- D. Khi phát hiện hàng hóa bị lỗi, doanh nghiệp C chủ động tiến hành thu hồi sản phẩm.

Câu 11. Đạo đức kinh doanh có vai trò như thể nào?

- A. Điều chỉnh hành vi của các chủ thể theo hướng tiêu cực.
- B. Xây dựng được lòng tin và uy tín với khách hàng.
- C. Hạn chế sự hợp tác và đầu tư giữa các chủ thể kinh doanh.
- D. Kiểm chế sự phát triển của nền kinh tế quốc gia.

Câu 12. Chủ thể nào trong tình huống dưới đây đã có ý thức thực hiện đạo đức kinh doanh?

Tình huống. Gia đình ông P đã trang bị đầy đủ thiết bị cho việc đánh bắt thủy sản. Sau khi được cấp phép khai thác thủy sản trên vùng hoạt động ven bờ, anh K (con trai ông P) đã đề xuất dùng thuốc nổ để khai thác thủy sản. Tuy nhiên, ông P không đồng ý vì sẽ làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến hệ sinh thái môi trường nước nơi đây.

- A. Ông P.
- B. Anh K.
- C. Ông P và anh K.
- D. Không có nhân vật nào.

Câu 13. Đọc tình huống sau và trả lời câu hỏi:

Tình huống. Nghỉ hè, bạn C được mẹ đưa về quê chơi với ông bà và cậu K. Bạn C thấy cậu K thường xuyên dùng thuốc trừ sâu phun cho rau và cây ăn quả. Cậu bảo, số rau và hoa quả đó trồng để bán nên cần phun nhiều thuốc để ngăn sâu bọ phá hoại.

Câu hỏi: Trong tình huống trên, nếu là C, em nên lựa chọn cách ứng xử nào sau đây?

- A. Mặc kệ, không quan tâm vì việc làm của cậu K không liên quan đến mình.
- B. Đồng ý với việc làm của cậu K, vì rau quả có mẫu mã đẹp mới bán được nhiều.
- C. Khuyên cậu K nên sử dụng thuốc bảo vệ thực vật đúng hàm lượng cho phép.
- D. Mặc kệ, vì số rau củ đó dùng để bán, không dùng làm thức ăn cho gia đình.

Câu 14. Nhận định nào dưới đây **không đúng** khi bàn về vấn đề đạo đức kinh doanh?

- A. Đảm bảo đạo đức kinh doanh góp phần tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh.
- B. Thực hiện đạo đức kinh doanh góp phần thúc đẩy sự phát triển của kinh tế quốc gia.
- C. Đạo đức kinh doanh tạo ra sự cam kết và tận tâm của người lao động với doanh nghiệp.
- D. Đảm bảo đạo đức kinh doanh và thực hiện mục tiêu lợi nhuận luôn mâu thuẫn với nhau.

Câu 15. Nhận định nào sau đây đúng khi bàn về vấn đề đạo đức kinh doanh?

- A. Đạo đức kinh doanh đòi hỏi các doanh nghiệp chỉ cần trung thực trong hoạt động kinh tế.
- B. Đảm bảo đạo đức kinh doanh và thực hiện mục tiêu lợi nhuận luôn mâu thuẫn với nhau.
- C. Đạo đức kinh doanh chỉ đề cập đến đối tượng là các chủ cơ sở sản xuất kinh doanh.
- D. Đảm bảo đạo đức kinh doanh góp phần tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh.

BÀI 8: VĂN HÓA TIÊU DÙNG

Phần 1. Lý thuyết

1. Vai trò của tiêu dùng đối với sự phát triển kinh tế

- Tiêu dùng được ví như "đơn đặt hàng" của xã hội đối với sản xuất, là mục đích, động lực thúc đẩy sản xuất phát triển. Mỗi sự thay đổi tích cực của tiêu dùng đều góp phần phát triển kinh tế, nâng cao chất lượng đời sống nhân dân, góp phần thúc đẩy tiến bộ xã hội.

2. Khái niệm và vai trò của văn hoá tiêu dùng

a) Khái niệm văn hoá tiêu dùng

- Văn hoá tiêu dùng là một bộ phận của văn hoá dân tộc, là những nét đẹp trong tập quán, thói quen tiêu dùng của cộng đồng và cả dân tộc được hình thành và phát triển theo thời gian, thể hiện các giá trị văn hoá của con người trong tiêu dùng.

b) Vai trò của văn hoá tiêu dùng

- Văn hoá tiêu dùng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế, văn hoá và xã hội:
- + Là cơ sở giúp cho các doanh nghiệp đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp, tạo được ấn tượng, thiện cảm đối với người tiêu dùng để đạt được hiệu quả trong sản xuất kinh doanh.
- + Là cơ sở duy trì tiêu dùng bền vững, góp phần tạo nên những sắc thái văn hoá ngày càng phong phú, đa dạng của cộng đồng, dân tộc.
- + Không chỉ tác động đến hoạt động kinh tế mà còn có ý nghĩa xã hội sâu sắc: làm thay đổi phong cách tiêu dùng, tác phong lao động của con người, góp phần hình thành tư duy chiến lược trên phạm vi rộng lớn, gắn bó chặt chẽ giữa phát triển sx và tiêu dùng trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng.

3. Đặc điểm văn hoá tiêu dùng Việt Nam và biện pháp xây dựng văn hoá tiêu dùng

a) Đặc điểm văn hoá tiêu dùng Việt Nam

- Văn hoá tiêu dùng người Việt đương đại vừa trân trọng kế thừa nét đẹp truyền thống vừa không ngừng đổi mới, nỗ lực hoàn thiện để có thể hội nhập sâu hơn.
- Văn hoá tiêu dùng Việt Nam gắn với sự lên ngôi của yếu tố chất lượng. Giá trị con người ngày càng được nâng cao. Tiêu dùng xanh, tiêu dùng sạch, tiêu dùng số, tiêu dùng thông minh và có trách nhiệm ngày càng chiếm ưu thế trở thành một xu hướng phát triển của xã hội.
- Văn hoá tiêu dùng của người Việt Nam có tính di động cao.
- Văn hoá tiêu dùng Việt Nam đang dần được định hình theo hướng tin tưởng đối với những hàng hóa trong nước thể hiện sự ưu tiên và tôn vinh hàng Việt.

b) Những biện pháp xây dựng văn hoá tiêu dùng

- Để xây dựng văn hoá tiêu dùng cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp:
- + Nhà nước cần có chủ trương, chính sách kinh tế, văn hoá phù hợp cho các doanh nghiệp phát triển sản xuất và thị trường trong nước, thực hiện triệt để Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
- + Các doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động chiến lược sản xuất kinh doanh, đón đầu nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng mới của người Việt Nam, hướng tới sản xuất sản phẩm bảo đảm các yếu tố xanh, sạch, bền vững phù hợp với xu hướng toàn cầu.
- + Giáo dục nhân dân thay đổi nhận thức và hành động vì cộng đồng hướng tới những giá trị cốt lõi, bền vững. Phát huy lòng yêu nước, niềm tự hào và tự tôn dân tộc trong tiêu dùng để xây dựng văn hoá tiêu dùng hàng Việt. Xây dựng thói quen tiêu dùng thông minh, thân thiện với môi trường.

4. Thực hiện hành vi tiêu dùng có văn hoá

- Để thực hiện văn hoá tiêu dùng, người tiêu dùng cần có kế hoạch chi tiêu, thực hiện tiêu dùng hợp lý, phù hợp với điều kiện cá nhân và xã hội.
- Thực hiện tiêu dùng thông minh, tiêu dùng xanh và sạch, tiêu dùng số, tiêu dùng có trách nhiệm, định hướng các nhà sản xuất tạo ra các sản phẩm phù hợp với truyền thống văn hoá dân tộc và bảo vệ được sức khỏe của con người, bảo vệ được môi trường sống.
- Mỗi người tiêu dùng Việt Nam cần có trách nhiệm trong quá trình xây dựng văn hoá tiêu dùng của người Việt, hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên hàng Việt Nam” nhằm bảo vệ bản sắc văn hoá dân tộc, đồng thời mở rộng giao lưu, quảng bá và tiếp thu tinh hoa văn hoá nhân loại.

Phần 2. Trắc nghiệm

Câu 1. Một trong những đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam là

- A. tính giá trị. B. tính độc đáo. C. tính lãng phí. D. tính khôn vặt.

Câu 2. Nội dung nào sau đây **không phải** là đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng Việt Nam?

- A. Tính hợp lí . Tính kế thừa. C. Tính thời đại. D. Tính lãng phí.

Câu 3. Đoạn thông tin dưới đây phản ánh về đặc điểm nào trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam?

Thông tin. Trong xã hội truyền thống, các hộ gia đình ở Việt Nam thường có thói quen mua sắm tại chợ truyền thống. Mỗi xã, phường đều có chợ hay điểm tụ họp, trao đổi hàng hoá. Ngày nay, với sự đa dạng của thị trường, thói quen tiêu dùng của người dân Việt Nam đã có sự thay đổi rõ rệt. Bên cạnh các hình thức mua bán truyền thống, số lượng người mua bán và thanh toán trực tuyến ngày càng gia tăng.

- A. Tính hợp lí và tính giá trị. B. Tính kế thừa và tính thời đại.
C. Tính thời đại và tính hợp lí. D. Tính giá trị và tính kế thừa.

Câu 4. Đặc điểm nào trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam được đề cập đến trong đoạn thông tin dưới đây?

Thông tin. Người Việt hiện nay đang dần văn minh hóa lối sống tiêu dùng theo tầm nhìn và thị hiếu của xã hội công nghiệp. Văn hoá tiêu dùng của người Việt Nam đang có sự dịch chuyển về cơ cấu tiêu dùng theo xu hướng giảm tỉ trọng nhu cầu vật chất tối thiểu, dịch chuyển sang những loại hàng hoá hợp thị hiếu và chất lượng cao, dịch chuyển trong tần suất và phương thức mua sắm thiết yếu và tăng tỉ trọng cho nhu cầu tinh thần.

- A. Tính kế thừa. B. Tính giá trị. C. Tính thời đại. D. Tính hợp lí.

Câu 5. Thói quen tiêu dùng của chị T trong trường hợp dưới đây phản ánh về đặc điểm nào trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam?

Trường hợp. Chị T mong mỏi, tin tưởng vào hàng Việt Nam ngày càng có giá trị cao về thẩm mỹ và giá trị sử dụng, có thể cạnh tranh với sản phẩm có nguồn gốc nước ngoài. Để làm được điều đó, theo chị T, Nhà nước cần tập trung vận động phong trào "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" nhằm làm cho cầu và tiêu dùng tăng nhanh, tạo cơ hội để thúc đẩy các doanh nghiệp, nhà thương mại nói chung phát triển sản xuất, cải tiến kĩ thuật, tái cơ cấu tổ chức...

- A. Tính kế thừa. B. Tính giá trị. C. Tính thời đại. D. Tính hợp lí.

Câu 6. Yếu tố nào sau đây được ví như “đơn đặt hàng” của xã hội đối với sản xuất, là mục đích, động lực thúc đẩy sản xuất phát triển?

- A. Kinh doanh. B. Tiêu dùng. C. Lưu thông. D. Tiền tệ.

Câu 7. Tiêu dùng có vai trò như thế nào đối với sự phát triển kinh tế?

- A. Khiến cho sản xuất hàng hóa ngày càng đơn điệu về mẫu mã, chung loại.
B. Định hướng hoạt động sản xuất; thúc đẩy sản xuất hàng hóa ngày càng đa dạng.
C. Thỏa mãn nhu cầu của người sản xuất, mang lại lợi nhuận cho người tiêu dùng.
D. Là yếu tố đầu vào của sản xuất, kích thích sản xuất, thúc đẩy kinh tế phát triển.

Câu 8. Điền cụm từ thích hợp vào chỗ trống (.....) trong khái niệm sau đây: “..... là một bộ phận của văn hoá dân tộc, là những nét đẹp trong tập quán, thói quen tiêu dùng của cộng đồng và cả dân tộc được hình thành và phát triển theo thời gian, thể hiện các giá trị văn hoá của con người trong tiêu dùng”.

- A. Cơ hội đầu tư. B. Văn hóa tiêu dùng. C. Ý tưởng kinh doanh. D. Đạo đức kinh doanh.

Câu 9. Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng vai trò của văn hóa tiêu dùng?

- A. Là cơ sở giúp cho các doanh nghiệp đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp.
B. Góp phần gìn giữ và phát huy những tập quán tiêu dùng tốt đẹp của dân tộc.
C. Xóa hoàn toàn bỏ các thói quen, tập quán tiêu dùng truyền thống của dân tộc.
D. Góp phần làm thay đổi phong cách tiêu dùng, tác phong lao động của con người.

Câu 10. Đối với sự phát triển kinh tế, văn hóa tiêu dùng có vai trò như thế nào?

- A. Tác động đến chiến lược sản xuất kinh doanh của các chủ thể kinh tế.
B. Góp phần gìn giữ và phát huy những tập quán tiêu dùng tốt đẹp của dân tộc.
C. Góp phần làm thay đổi phong cách tiêu dùng, tác phong lao động của con người.
D. Tiếp thu các giá trị tiêu dùng hiện đại, nâng cao đời sống tinh thần của người dân.

Câu 11. Tính kế thừa trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam được hiểu là: người tiêu dùng

- A. hướng tới các giá trị tốt đẹp, chân, thiện, mỹ.
B. có sự kế thừa truyền thống, bản sắc văn hóa dân tộc.
C. có thói quen tiêu dùng phù hợp với sự phát triển của thời đại.
D. cân nhắc, lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu của bản thân.

Câu 12. Để xây dựng văn hóa tiêu dùng Việt Nam, các doanh nghiệp cần phải

- A. thực hiện tốt các hành vi tiêu dùng có văn hóa.
B. ban hành các văn bản pháp luật bảo vệ người tiêu dùng.
C. ban hành chính sách bảo vệ người sản xuất và người tiêu dùng.

D. cung ứng sản phẩm có chất lượng, thực hiện tốt trách nhiệm xã hội.

Câu 13. Nhận định nào sau đây đúng khi bàn về vấn đề văn hóa tiêu dùng?

A. Muốn phát triển, doanh nghiệp cần phải nghiên cứu văn hóa tiêu dùng.

B. Văn hóa tiêu dùng không có vai trò gì đối với sự phát triển của đất nước.

C. Tiêu dùng chỉ có vai trò thoả mãn các nhu cầu của người tiêu dùng.

D. Không cần cân nhắc khi mua sắm, vì “chúng ta chỉ sống có một lần”.

Câu 14. Người tiêu dùng Việt Nam luôn hướng tới những giá trị tốt đẹp, chân, thiện, mỹ – đó là biểu hiện đặc điểm nào của văn hóa tiêu dùng?

A. Tính kế thừa.

B. Tính giá trị.

C. Tính thời đại.

D. Tính hợp lí.

Câu 15. Nội dung nào dưới đây phản ánh đúng đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam?

A. Tính hợp lí.

B. Tính sáng tạo.

C. Tính độc đáo.

D. Tính sinh ngoại.