

ĐỀ CƯƠNG ÔN TẬP CUỐI KÌ I – KHỐI 11

A. PHẦN LÝ THUYẾT

BÀI 1: Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường.

HS học mục 4. Cạnh tranh không lành mạnh

Bài 2: Cung cầu trong nền kinh tế thị trường

Hs học mục 3b. Vai trò của quan hệ cung cầu

Bài 3: Lạm phát

HS học phần 3. Hậu quả của lạm phát

Bài 4: Thất nghiệp

HS học 3. Hậu quả của thất nghiệp

Bài 5: Thị trường, lao động và việc làm

HS học 4. Xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường

Bài 6: Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và các năng lực cần thiết của người kinh doanh.

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...

BÀI 7: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

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.

BÀI 8: VĂN HOÁ TIÊU DÙNG

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 sản xuất 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, được hình thành trên cơ sở đa dạng về văn hoá song đều hướng theo trào lưu những giá trị mới. Đó là những giá trị tích cực tạo nên một bề dày trên cơ sở những giá trị truyền thống vẫn còn phù hợp cho tới ngày nay.

- 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 dùng hàng Việt Nam” nhằm bảo vệ bản sắc văn hoá dân tộc.

B. PHẦN TRẮC NGHIỆM

BÀI 1: Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường.

Đọc thông tin sau và trả lời các câu hỏi: 1,2

Vì quán cà phê của mình khách ít trong khi quán đối diện của nhà anh D khách lại rất đông nên anh L đã thuê kẻ xấu ngày nào cũng quậy phá quán của anh D và tạt nước bẩn vào bàn ghế trong quán D.

Câu 1. Việc làm của anh L là biểu hiện nào của cạnh tranh?

- A. Cạnh tranh không lành mạnh.
- B. Cạnh tranh phi pháp.
- C. Chiến thuật tiêu cực.
- D. Chiêu thức trong kinh doanh.

Câu 2. Anh L nên làm gì để nâng cao năng lực cạnh tranh?

A. Cải thiện chất lượng phục vụ.

- B. Nâng giá các loại nước uống.
- C. Thuê người qua quán D học công thức pha chế.
- D. Chia sẻ thông tin không tốt về quán D.

Bài 2: Cung cầu trong nền kinh tế thị trường

Đọc thông tin sau và trả lời các câu hỏi:

Trong 3 tháng tới, anh G là giám đốc một cơ sở sản xuất mặt hàng áo khoác ra quyết định cắt giảm lượng áo khoác đưa ra thị trường tại các tỉnh miền Trung vì các tỉnh này đang vào hè thời tiết nắng nóng nên sức tiêu thụ giảm.

Câu 1. Anh G đã vận dụng nội dung quan hệ cung – cầu nào sau đây?

- A. Cầu giảm xuống, cung tăng lên.
- B. Cầu giảm xuống, cung giảm theo.
- C. Cầu tăng lên, cung tăng lên.
- D. Cầu tăng lên, cung giảm xuống.

Câu 2. Anh G cắt giảm lượng áo khoác đưa ra thị trường tại các tỉnh miền Trung là vận dụng nội dung nào của quy luật cung- cầu?

- A. Khái niệm.
- B. Đặc điểm.
- C. Tính chất.
- D. Vai trò.

Bài 3: Lạm phát

Câu 1: Khi lạm phát xảy ra làm cho giá cả hàng hóa không ngừng tăng, dẫn đến tình trạng tiêu cực nào dưới đây đối với nền kinh tế?

- A. Đầu cơ tích trữ hàng hóa.
- B. Đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh.
- C. Nhiều công ty nhỏ thành lập mới.
- D. Nhiều người có việc làm mới.

Câu 2: Đối với xã hội, khi lạm phát xảy ra sẽ khiến cho thu nhập thực tế của người lao động có xu hướng

- A. tăng.
- B. giảm.
- C. không đổi.
- D. cân bằng.

Câu 3: Đối với xã hội, khi lạm phát xảy ra sẽ khiến cho đời sống của nhân dân

- A. gặp khó khăn.
- B. gặp thuận lợi.
- C. được nâng cao.
- D. được cải thiện.

Câu 4: Khi lạm phát xảy ra, trong xã hội hiện tượng nào dưới đây có xu hướng gia tăng?

- A. Phân hóa giàu nghèo.
- B. Tiêu dùng đa dạng.
- C. Thu nhập thực tế.
- D. Tiền lương thực tế.

Bài 4: Thất nghiệp

Câu 1: Về mặt xã hội, khi thất nghiệp tăng cao sẽ gián tiếp dẫn đến phát sinh nhiều

- A. công ty mới thành lập.
- B. tệ nạn xã hội tiêu cực.
- C. hiện tượng xã hội tốt.
- D. nhiều người thu nhập cao.

Câu 2: Về mặt xã hội, khi thất nghiệp tăng cao sẽ lãng phí

- A. tài nguyên thiên nhiên.
- B. nguồn lực sản xuất.
- C. ngân sách nhà nước.
- D. tín dụng thương mại.

Câu 3: Đối với nguồn thu ngân sách nhà nước, khi thất nghiệp tăng cao sẽ làm cho thu ngân sách nhà nước có xu hướng

- A. giảm.
- B. tăng.
- C. không đổi.
- D. ổn định.

Bài 5: Thị trường, lao động và việc làm

Câu 1: Trong bối cảnh nền kinh tế nước ta hiện nay, xu hướng tuyển dụng lao động trong đó lao động trong lĩnh vực nông nghiệp có xu hướng

- A. giảm.
- B. tăng.
- C. giữ nguyên.
- D. không đổi.

Câu 2: Trong bối cảnh nền kinh tế nước ta hiện nay, xu hướng tuyển dụng lao động trong đó lao động trong lĩnh vực công nghiệp có xu hướng

- A. giảm.
- B. tăng.
- C. giữ nguyên.
- D. không đổi.

Câu 3: Trong bối cảnh nền kinh tế nước ta hiện nay, xu hướng tuyển dụng lao động trong đó lao động trong lĩnh vực dịch vụ có xu hướng

- A. giảm.
- B. tăng.
- C. giữ nguyên.
- D. không đổi.

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

Phần 1. Câu hỏi nhiều lựa chọn

Câu 1: Các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh xuất phát từ yếu tố nào dưới đây?

- A. Lợi thế nội tại và cơ hội bên ngoài.
- B. Điểm yếu nội tại và khó khăn bên ngoài.
- C. Mâu thuẫn của chủ thể sản xuất.
- D. Khó khăn của chủ thể sản xuất.

Câu 2: Yếu tố nào dưới đây **không** phải là tiêu chí để đánh giá một cơ hội kinh doanh tốt?

- A. Hấp dẫn.
- B. Ổn định.
- C. Khả thi.
- D. Lỗi thời.

Câu 3: Yếu tố nào dưới đây **không** phải là tiêu chí để đánh giá một ý tưởng kinh doanh tốt?

- A. Có ưu thế vượt trội.
- B. Có tính mới mẻ, độc đáo.
- C. Không có tính khả thi.
- D. Có lợi thế cạnh tranh.

Câu 4: Những suy nghĩ, hành động sáng tạo, có tính khả thi, có thể đem lại lợi nhuận trong kinh doanh được gọi là

- A. ý tưởng kinh doanh.
- B. ý tưởng nghệ thuật.
- C. ý tưởng hội họa.
- D. ý tưởng kiến trúc.

Câu 5: Việc hình thành ý tưởng kinh doanh sẽ có vai trò như thế nào đối với các hoạt động kinh doanh nói chung?

- A. Quyết định.
- B. Định hướng.
- C. Độc lập.
- D. Kiểm tra.

Câu 6: Một trong những lợi thế nội tại giúp cá nhân tạo ý tưởng kinh doanh đó là

- A. sự đam mê.
- B. địa điểm cư trú.
- C. địa điểm kinh doanh.
- D. sự cạnh tranh đối thủ.

Câu 7: Nội dung nào dưới đây phản ánh tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh?

- A. Đem lại lợi nhuận cho chủ thể kinh doanh.
- B. Lành mạnh hóa và thúc đẩy thị trường.
- C. Giảm thiểu nguy cơ lạm phát, tăng giá.
- D. Nâng tầm thương hiệu quốc gia.

Đọc thông tin sau và trả lời câu hỏi.

Sau khi tham gia vào lĩnh vực xây dựng, ông T nhận thấy nhu cầu về vật liệu ở lĩnh vực này ngày càng tăng. Hiện nay, vật liệu gạch có tác dụng làm vách ngăn có khả năng chịu lực, cách âm, cách nhiệt và độ bền không cao. Với kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn ông đã quyết tâm phát triển công nghệ xây dựng tường đúc sẵn. Cùng đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm lâu năm, ông T đã đầu tư công nghệ sản xuất, phát triển hệ thống trang web tư vấn và hỗ trợ người tiêu dùng. Với tính ưu việt là thi công nhanh, tác dụng cách âm, cách nhiệt và chịu lực tốt nên sản phẩm được các chủ đầu tư yêu thích. Khi kinh doanh có lợi nhuận, ông thường cổ phần cho những nhân viên xuất sắc, gắn bó lâu dài với công ty.

Câu 8: Khi tham gia vào lĩnh vực xây dựng, thách thức mà ông T phải giải quyết là

- A. sức cạnh tranh lớn.
- B. độ bền vật liệu không cao.
- C. xuất hiện nhiều nhà đầu tư.
- D. khả năng huy động vốn.

Câu 9: Nội dung nào sau đây là điểm mạnh của ông T khi tham gia vào lĩnh vực thị trường xây dựng?

- A. Đa dạng hóa thị trường.

- B. Kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn.
- C. Nhu cầu thị trường lớn.
- D. Kinh doanh lợi nhuận cao.

PHẦN 2. DẠNG CÂU HỎI ĐÚNG SAI

Câu 10: Đọc đoạn thông tin sau:

Chị V có ý định tổ chức kinh doanh ở gần cổng trường trung học phổ thông. Nên chị đã đi tham quan, tìm hiểu một vài cửa hàng kinh doanh gần đó và quyết định sẽ áp dụng đúng mô hình kinh doanh bánh ngọt của nhà bác T vì thấy cửa hàng của bác T rất đông người mua mà không cần phải xây dựng ý tưởng kinh doanh riêng cho mình.

- a. Ý tưởng kinh doanh của chị V là ý tưởng kinh doanh đem lại lợi nhuận.
- b. Nguồn tạo ý tưởng là cơ hội bên ngoài.
- c. Chị V có năng lực sáng tạo.
- d. Chị V là người có năng lực kinh doanh.

Bài 7: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

Phần 1. Câu hỏi nhiều lựa chọn

Câu 1: Đối với chủ thể sản xuất, kinh doanh, đạo đức kinh doanh biểu hiện tập trung nhất ở đức tính nào dưới đây?

- A. Tính thật thà.
- B. Tính trung thực.
- C. Tính quyết đoán.
- D. Tính kiên trì.

Câu 2: Hành vi nào dưới đây **không** vi phạm đạo đức kinh doanh?

- A. Xả thải chưa xử lí ra môi trường.
- B. Trả lương đúng hạn cho nhân viên.
- C. Quảng cáo sai sự thật về hàng hoá.
- D. Khai thác trái phép tài nguyên.

Câu 3: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh là các chủ thể đó phải có

- A. chữ tín
- B. nhiều tiền.
- C. cổ phiếu.
- D. địa vị.

Câu 4: Đối với các chủ thể sản xuất kinh doanh, việc hoàn thành tốt các nhiệm vụ đề ra, đem được lại lợi ích cho doanh nghiệp và xã hội là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo đức kinh doanh nào dưới đây?

- A. Trung thực
- B. Trách nhiệm
- C. Có nguyên tắc
- D. Gắn kết các lợi ích

Câu 5: Việc làm nào dưới đây thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp?

- A. Ủng hộ quỹ phòng chống dịch bệnh.
- B. Sản xuất thiết bị phòng chống dịch.
- C. Phối hợp tuyên truyền phòng dịch.
- D. Hợp tác nhập khẩu thiết bị phòng dịch.

Câu 6: Đối với mỗi doanh nghiệp, việc xây dựng và hoàn thiện tốt đạo đức kinh doanh góp phần giúp các doanh nghiệp

- A. không phải đóng các khoản thuế.
- B. nâng cao uy tín với khách hàng.
- C. triệt hạ được đối thủ cạnh tranh.
- D. bóc lột triệt để năng lực nhân viên.

Câu 7: Việc duy trì và thực hiện tốt đạo đức kinh doanh sẽ giúp cho các chủ thể kinh tế

- A. Nâng cao lợi thế vùng miền.
- B. Nâng cao uy tín và thương hiệu.
- C. Khắc phục chênh lệch vùng miền.
- D. Tăng cường công tác truyền thông.

Câu 8: Một trong những biểu hiện của việc thực hiện tốt đạo đức kinh doanh là các chủ thể kinh tế khi tiến hành kinh doanh đều chú trọng việc

- A. bảo vệ môi trường.
- B. đầu tư quảng cáo trực tuyến.
- C. đào tạo chuyên gia.
- D. ứng dụng công nghệ số hóa.

Câu 9: Trong sản xuất kinh doanh, các chủ thể kinh tế thực hiện tốt đạo đức kinh doanh khi thường xuyên chú trọng tới việc

- A. duy trì chuỗi cung ứng toàn cầu.
- B. quản lí bằng hình thức trực tuyến.
- C. bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
- D. xóa bỏ bất bình đẳng thu nhập.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi sau:

Nền kinh tế thị trường Việt Nam hiện nay vẫn đang trong giai đoạn dần hoàn thiện, hệ thống pháp luật chưa đáp ứng được những nhu cầu của thực tiễn, còn nhiều bất cập. Trong bối cảnh như vậy, một số doanh nhân đã lợi dụng kẽ hở của pháp luật, “lách luật” để làm giàu bất chính. Tình trạng đó ảnh hưởng xấu đến sự hình thành và phát triển đạo đức doanh nhân.

Đặt mục tiêu vì lợi nhuận nên nhiều doanh nhân đã bất chấp pháp luật, đã xem nhẹ trách nhiệm của mình đối với xã hội, với người lao động, với nhà đầu tư như vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, tàn phá môi trường, gian lận, lừa đảo, chiếm đoạt tài sản... Một số người trong đội ngũ doanh nhân thoái hóa, biến chất về đạo đức làm cho phương châm sống của chủ nghĩa xã hội “mình vì mọi người, mọi người vì mình” không đi vào thực tế cuộc sống. Người dân đôi khi chưa thực sự tin tưởng với hàng Việt Nam khi thực phẩm được dán mác “sản phẩm sạch” đã

nhằm chì và “ngậm” thuốc trừ sâu trầm trọng, nhiều hoa quả được bày bán bị phơi nắng trong một thời gian dài mà vẫn tươi ngon, thậm chí, một số thương hiệu lớn cũng bị phát hiện gian lận xuất xứ hàng hóa.

Câu 10. Đối với Nhà nước và xã hội, đạo đức kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh **không** biểu hiện ở hành vi, việc làm nào dưới đây?

- A. Tuân thủ quy định của pháp luật.
- B. Nộp thuế đầy đủ và đúng hạn.
- C. Không sản xuất hàng quốc cấm.
- D. Sử dụng các thủ đoạn phi pháp.

Câu 11: Trong thông tin trên, các chủ thể kinh doanh đã **không** thực hiện đúng biểu hiện đạo đức kinh doanh nào?

- A. Mục tiêu lợi nhuận của doanh nghiệp.
- B. Bảo đảm an ninh trật tự.
- C. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
- D. Nộp thuế đầy đủ và đúng hạn.

Câu 12. Biểu hiện đạo đức nào trong kinh doanh **không** được các chủ thể trong thông tin thực hiện đúng?

- A. Thực hiện cam kết với khách hàng.
- B. Bảo đảm an ninh trật tự.
- C. Sản xuất kinh doanh hàng kém chất lượng.
- D. Thực hiện nghĩa vụ nộp thuế.

II. Trắc nghiệm đúng/sai

Câu 13: Đọc đoạn thông tin sau:

Theo Cục Quản lý giá, Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 diễn ra vào thời điểm đầu tháng 2 dương lịch nên từ tháng 1 đến tuần đầu tháng 2 là cao điểm cho chuẩn bị hàng hóa phục vụ Tết, tình hình cung cầu thị trường diễn ra sôi động theo quy luật hàng năm. Thời điểm cận Tết, nhu cầu mua sắm phục vụ sản xuất, chế biến thực phẩm bán dịp Tết Nguyên đán cũng như dịch vụ ăn uống nhà hàng cuối năm tăng lên. Nhận thấy các nguyên liệu sản xuất bánh kẹo ngày càng đắt lên, để có thể thu được lợi nhuận và tránh thua lỗ trong sản xuất kinh doanh ông K- chủ doanh nghiệp đã tìm cách nhập các nguồn nguyên liệu giá rẻ.

a. Nếu nguyên liệu đắt lên ông có thể tăng giá thành sản phẩm, chứ không nên sử dụng nguồn nguyên liệu kém chất lượng gây ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng.

b. Ông K nên chọn một nguồn cung ứng có uy tín cho dù giá có rẻ hơn nhưng cũng sẽ không ai phát hiện ra hàng của anh nhập vào là kém chất lượng.

c. Ông K nên thực hiện theo đúng như kế hoạch kinh doanh mà mình đề ra trước đó.

d. Ông K có thể tìm cách tiết kiệm các chi phí trong sản xuất để có thể tăng thêm giá trị lợi nhuận trong kinh doanh khi nguồn nguyên liệu tăng.

BÀI 8: VĂN HÓA TIÊU DÙNG

PHẦN I. Câu hỏi nhiều lựa chọn

Câu 1: Khẳng định nào dưới đây **không** phản ánh vai trò của tiêu dùng?

- A. Tiêu dùng là đầu ra của sản xuất và kinh doanh
- B. Tiêu dùng góp phần định hướng cho hoạt động sản xuất.
- C. Tiêu dùng tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế.
- D. Tiêu dùng làm giảm tích lũy của cải của nền kinh tế.

Câu 2: Văn hoá tiêu dùng là nét đẹp trong thói quen, tập quán tiêu dùng của cá nhân, cộng đồng hình thành, phát triển theo thời gian và biểu hiện qua

- A. hành vi tiêu dùng.
- B. thủ đoạn phi pháp.
- C. đối thủ cạnh tranh.
- D. hiệu quả sản xuất.

Câu 3: Đối với mỗi doanh nghiệp, văn hóa tiêu dùng sẽ tác động đến yếu tố nào của doanh nghiệp?

- A. Dây chuyền sản xuất.
- B. Cách thức phân phối.
- C. Chiến lược kinh doanh.
- D. Đối thủ kinh doanh.

Câu 4: Đối với mỗi doanh nghiệp, văn hóa tiêu dùng **không** đóng vai trò nào dưới đây?

- A. Xây dựng chiến lược sản phẩm.
- B. Xác định chiến lược kinh doanh.
- C. Triệt tiêu quyền lợi khách hàng.
- D. Tạo được ấn tượng với khách hàng.

Câu 5: Việc người tiêu dùng chú trọng sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường là thể hiện xu hướng tiêu dùng nào dưới đây của người Việt Nam hiện nay?

- A. Tiêu dùng số.
- B. Tiêu dùng xanh.
- C. Tiêu dùng ngoại.
- D. Tiêu dùng công nghệ.

Câu 6: Nội dung nào sau đây phản ánh đúng vai trò của tiêu dùng 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 7: Đối với lĩnh vực kinh tế, văn hóa tiêu dùng tác động sâu sắc nhất đến chiến lược nào dưới đây của mỗi doanh nghiệp?

- A. chiến lược cán bộ.
- B. chiến lược sản phẩm.
- C. chiến lược quản lý.
- D. chiến lược đầu tư.

Đọc thông tin sau và trả lời các câu hỏi:

Là một nhà kinh doanh có kinh nghiệm lâu năm trong việc kinh doanh đồ gỗ, mỹ nghệ, anh C rất hứng thú với hình thức kinh doanh mới – kinh doanh online thông qua các kênh như Facebook, Zalo, Tiktok, Youtube. Để hiểu rõ hơn về loại hình kinh doanh này, anh C đã dành 3 tháng để đăng ký khoá học Kinh doanh online ở Hà Nội, đồng thời anh C chủ động tự tìm hiểu nội dung các loại Luật, nghị định, thông tư về kinh doanh online, đăng ký thành lập Công ty TNHH CK. Anh C cùng với vợ là chị K và con trai là T, thuê thêm một nhân viên kế toán, mười tám thợ sản xuất và giúp việc, công ty làm ăn phát đạt, lợi nhuận sau thuế gần hai chục tỷ đồng trong năm đầu tiên. Để tạo lợi thế trong cạnh tranh đến từ các công ty khác, anh C đã lên kế hoạch sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường, vừa chất lượng, giá cả phải chăng, vừa phù hợp với tâm lý tiêu dùng người Việt.

Câu 8. Công ty TNHH CK hoạt động trong lĩnh vực nào?

- A. Kinh doanh online
- B. Kinh doanh đồ gỗ, mỹ nghệ.
- C. Kinh doanh trên nền tảng công nghệ.
- D. Kinh doanh lĩnh vực tư vấn Luật.

Câu 9. Anh C đã **không** sử dụng những biện pháp xây dựng văn hóa tiêu dùng nào?

- A. Chủ động xây dựng chiến lược kinh doanh.
- B. Đón đầu nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng.
- C. Hướng tới sản xuất những sản phẩm thân thiện với môi trường.
- D. Hướng tới mục tiêu lợi nhuận bỏ qua yếu tố môi trường.

Câu 10. Trong tình huống trên, biện pháp xây dựng văn hóa tiêu dùng nào **chưa** được thực hiện trong?

- A. Doanh nghiệp chủ động chiến lược sản xuất kinh doanh.
- B. Nhà nước cần có chủ trương chính sách kinh tế phù hợp.
- C. Doanh nghiệp đón đầu nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng mới.
- D. Nhân dân thay đổi nhận thức và hành động vì cộng đồng.

PHẦN II. Trắc nghiệm đúng sai

Câu 11. Đọc đoạn thông tin sau:

Tết Nguyên Đán của Việt Nam được ví như ngày hội mua sắm của người Việt. Hòa chung không khí hân hoan chào đón xuân mới, chị A cùng mẹ đi siêu thị để mua sắm. Ngoài một số mặt hàng nhu yếu phẩm cần thiết trong dịp Tết như lương thực, thực phẩm, bánh mứt kẹo, đồ trang trí... chị A đã mua rất nhiều đồ thời trang và trang sức quý giá cho bản thân. Mặc dù được mẹ nhắc nhở nhưng sẵn thẻ ngân hàng chị A đã quẹt liên tiếp cho đến khi tài khoản đã chuyển sang mục vay nợ. Mẹ chị A rất không hài lòng, tuy nhiên vẫn để con tự quyết vì nghĩ đó là tiền của con.

- a. Việc tiêu dùng quá mức so với thu nhập là một biểu hiện của sự lãng phí.
- b. Trong ngày Tết cổ truyền, việc người Việt Nam đều chuẩn bị bánh chưng, bánh dày là biểu hiện của hủ tục.
- c. Người Việt Nam sử dụng hàng Việt Nam là yêu nước và có lòng tự tôn dân tộc.
- d. Việc mua sắm hàng hóa là điều bắt buộc trong dịp Tết của người Việt.

B. PHẦN TỰ LUẬN

Câu 1: Bằng các kiến thức đã học, em hãy đưa ra nhận định của mình về các trường hợp dưới đây.

a. Mọi hoạt động sản xuất, kinh doanh mang lại thu nhập đều được gọi là việc làm.

b. Thị trường lao động là nơi người sử dụng lao động và người lao động thỏa thuận về tiền lương, điều kiện làm việc nhưng không dựa trên cơ sở hợp đồng lao động.

Câu 2: Nhận thấy nhu cầu thực phẩm sạch ngày càng tăng. Anh T có dự định sẽ đầu tư kinh phí mở cửa hàng kinh doanh mặt hàng thực phẩm sạch, trước khi ra quyết định kinh doanh, anh đã phân tích nhu cầu của thị trường,

tìm kiếm các mối quan hệ có thể hỗ trợ anh khi cần thiết cũng như đánh giá những khó khăn, sự cạnh tranh với người kinh doanh khác trên thị trường.

a. Trong trường hợp này anh T đã xây dựng ý tưởng kinh doanh hay cơ hội kinh doanh. Em hãy chỉ rõ ý tưởng kinh doanh hoặc cơ hội kinh doanh mà anh T đã xác định trong trường hợp trên. Việc xác định và đánh giá các yếu tố trước khi kinh doanh có ý nghĩa như thế nào?

b. Theo em trong trường hợp này anh T đã thể hiện tốt năng lực gì trong kinh doanh?

Câu 3: Năm 2022, sau khi nhận được thư tố cáo của người dân, cơ quan điều tra đã ra kết luận về việc Công ty bảo hiểm Manulife và Ngân hàng TMCP Sài Gòn (SCB) "bắt tay nhau" trong việc lừa khách hàng gửi tiết kiệm, "hô biến" tiền gửi tiết kiệm của khách thành hợp đồng bảo hiểm nhân thọ gây thiệt hại to lớn về tài sản đối với khách hàng và gây bức xúc trong dư luận xã hội.

Từ những hiểu biết của mình về vấn đề đạo đức kinh doanh, em có đánh giá như thế nào về việc làm của các chủ thể kinh doanh trong trường hợp trên. Theo em việc làm đó sẽ gây hậu quả như thế nào đối với các chủ thể kinh tế đó?

C. ĐỀ THAM KHẢO

PHẦN I. Câu trắc nghiệm phương án nhiều lựa chọn. Thí sinh trả lời câu hỏi từ 1 đến 20. Mỗi câu hỏi thí sinh chỉ chọn một phương án. (5 điểm)

Câu 1: Một trong những đặc trưng cơ bản phản ánh sự cạnh tranh giữa các chủ thể kinh tế đó là giữa họ luôn luôn có sự

- A. ganh đua. B. thỏa hiệp. C. thỏa mãn. D. ký kết.

Câu 2: Yếu tố nào ảnh hưởng đến cung mang tính tập trung nhất?

- A. Chi phí sản xuất. B. Giá cả.
C. Năng suất lao động. D. Nguồn lực.

Câu 3: Trong nền kinh tế, khi lạm phát ở mức độ vừa phải thì giá cả hàng hóa, dịch vụ thường tăng ở mức độ

- A. một con số. B. hai con số trở lên.
C. không đáng kể. D. không xác định

Câu 4: Khi người lao động trong độ tuổi lao động, có khả năng lao động, muốn làm việc nhưng không thể tìm được việc làm ở mức lương thịnh hành khi đó người lao động đó đang

- A. trưởng thành. B. phát triển. C. thất nghiệp. D. tự tin.

Câu 5: Loại hình 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 là hình thức

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

Câu 6: Là sự thỏa thuận giữa người bán sức lao động và người mua sức lao động về tiền công, tiền lương và các điều kiện làm việc khác là nội dung của khái niệm

- A. thị trường lao động. B. thị trường tài chính.
C. thị trường tiền tệ. D. thị trường công nghệ

Câu 7: Khi tham gia vào thị trường lao động, người bán sức lao động và người mua sức lao động thỏa thuận nội dung nào dưới đây?

- A. Tiền công, tiền lương. B. Điều kiện đi nước ngoài.
C. Điều kiện xuất khẩu lao động. D. Tiền môi giới lao động.

Câu 8: Việc xây dựng ý tưởng kinh doanh **không** xuất phát từ yếu tố nào dưới đây?

- A. Đam mê. B. Hiểu biết. C. Lợi thế. D. Bệnh lý.

Câu 9: Một trong những năng lực cần thiết của người kinh doanh đó là

- A. năng lực làm việc nhóm. B. năng lực lãnh đạo.
C. năng lực thuyết trình. D. năng lực hùng biện.

Câu 10: Đối với chủ thể sản xuất, kinh doanh, đạo đức kinh doanh biểu hiện tập trung nhất ở đức tính nào dưới đây?

- A. Tính thật thà. B. Tính trung thực. C. Tính quyết đoán. D. Tính kiên trì.

Câu 11: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh là các chủ thể đó phải có

- A. chữ tín B. nhiều tiền. C. cổ phiếu. D. địa vị.

Câu 12: Người tiêu dùng biết cân nhắc, lựa chọn hàng hoá, dịch vụ; chi tiêu có kế hoạch, phù hợp với nhu cầu bản thân là nội dung thể hiện đặc điểm nào trong văn hoá tiêu dùng Việt Nam?

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

Câu 13: Nội dung nào dưới đây thể hiện mục đích của cạnh tranh trong sản xuất và lưu thông hàng hóa?

- A. Đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công. B. Kiểm soát tăng trưởng kinh tế.
C. Thu lợi nhuận cho người kinh doanh. D. Hạn chế sử dụng nhiên liệu.

Câu 14: Trong nền kinh tế thị trường, yếu tố nào dưới đây **không** ảnh hưởng tới cung hàng hóa?

- A. Kỳ vọng của người sản xuất. B. Tâm lý của người tiêu dùng.
C. Tâm trạng của người mua hàng. D. Thị hiếu của người tiêu dùng.

Câu 15: Nội dung nào dưới đây **không** phải là nguyên nhân dẫn đến lạm phát?

- A. Giá cả hàng hóa tăng lên. B. Chi phí sản xuất tăng lên.
C. Cầu có xu hướng tăng lên. D. Thu nhập người dân tăng.

Câu 16: Nguyên nhân nào dưới đây là nguyên nhân chủ quan dẫn đến người lao động có nguy cơ lâm vào tình trạng thất nghiệp?

- A. Do cơ sở kinh doanh đóng cửa. B. Mất cân đối cung cầu lao động.
C. Bị kỷ luật do vi phạm hợp đồng. D. Nền kinh tế rơi vào khủng hoảng.

Đọc thông tin sau và trả lời câu hỏi.

Anh B kinh doanh mỹ phẩm, vốn là người khéo léo trong giao tiếp và thuyết phục khách hàng nên công việc kinh doanh của anh khá thuận lợi. Những năm gần đây do sự phát triển của thương mại điện tử nên công việc kinh doanh trực tiếp tại cửa hàng của anh gặp nhiều khó khăn. Nhận thấy điều này, anh đã quyết định kinh doanh trực tiếp kết hợp với trực tuyến. Bằng sự khéo léo và khả năng thiết lập quan hệ của mình, anh đã hợp tác với một số thương hiệu mỹ phẩm có tiếng và công việc kinh doanh của anh ngày càng tốt hơn.

Câu 17: Chủ thể kinh doanh trong trường hợp trên lựa chọn kinh doanh mặt hàng gì?

- A. Thiết bị gia dụng.
B. Thiết kế thời trang.
C. Mỹ phẩm.
D. Thực phẩm chức năng.

Câu 18: Sự khéo léo trong giao tiếp và thuyết phục khách hàng của anh B trong thông tin trên thể hiện năng lực gì của người kinh doanh?

- A. Năng lực lãnh đạo. B. Năng lực tư duy.
C. Năng lực hợp tác. D. Năng lực quản lý.

Câu 19: Với sự phát triển của thương mại điện tử, anh B đã đưa ra giải pháp để phát triển việc kinh doanh của mình theo hướng

- A. mở thêm hội chợ trực tuyến.
B. phát triển kinh doanh online.
C. mở chi nhánh mới.
D. kinh doanh trực tiếp kết hợp trực tuyến.

Câu 20: Việc anh B quyết định chuyển từ kinh doanh trực tiếp sang kinh doanh trực tiếp kết hợp trực tuyến là **không** thể hiện năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực hợp tác. B. Năng lực nắm bắt cơ hội.
C. Năng lực chuyên môn. D. Năng lực quản lý.

PHẦN II. CÂU TRẮC NGHIỆM ĐÚNG SAI. Thí sinh trả lời từ câu 1 đến câu 2. Trong mỗi ý a), b), c), d) ở mỗi câu, thí sinh chọn đúng hoặc sai. (2 điểm)

Câu 1. Đọc đoạn thông tin sau:

M là một người yêu thích ẩm thực và quan tâm đến sức khỏe. M nhận thấy nhu cầu của người tiêu dùng đang tăng lên đối với các sản phẩm rau sạch, nhưng còn thiếu các nguồn cung ứng đáng tin cậy và chất lượng. Với những kiến thức mà anh tích lũy được trong quá trình học Đại học và tình yêu đối với nông nghiệp cùng với khát vọng mang đến cho mọi người những sản phẩm tươi ngon và an toàn, M đã nảy ra ý tưởng xây dựng một doanh nghiệp kinh doanh rau sạch. M quyết định khởi động một trang trại hữu cơ nhỏ với mục tiêu cung cấp rau sạch chất lượng cao cho cộng đồng.

- a. Ý tưởng kinh doanh giúp M xác định mình sẽ kinh doanh cái gì.
b. Lợi thế nội tại chính là sở thích ẩm thực của M.
c. Cơ hội bên ngoài là nhu cầu người tiêu dùng tăng lên đối với các sản phẩm rau sạch.
d. Năng lực kinh doanh được đề cập đến trong trường hợp trên là năng lực lãnh đạo.

Câu 2: Đọc đoạn thông tin sau:

Theo Cục Quản lý giá, Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 diễn ra vào thời điểm đầu tháng 2 dương lịch nên từ tháng 1 đến tuần đầu tháng 2 là cao điểm cho chuẩn bị hàng hóa phục vụ Tết, tình hình cung cầu thị trường diễn ra sôi động theo quy luật hàng năm. Thời điểm cận Tết, nhu cầu mua sắm phục vụ sản xuất, chế biến thực phẩm bán dịp Tết Nguyên đán cũng như dịch vụ ăn uống nhà hàng cuối năm tăng lên. Nhận thấy các nguyên liệu sản xuất bánh kẹo ngày càng đắt lên, để có thể thu được lợi nhuận và tránh thua lỗ trong sản xuất kinh doanh ông K- chủ doanh nghiệp đã tìm cách nhập các nguồn nguyên liệu giá rẻ.

a. Nếu nguyên liệu đắt lên ông có thể tăng giá thành sản phẩm, chứ không nên sử dụng nguồn nguyên liệu kém chất lượng gây ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng.

b. Ông K nên chọn một nguồn cung ứng có uy tín cho dù giá có rẻ hơn nhưng cũng sẽ không ai phát hiện ra hàng của anh nhập vào là kém chất lượng.

c. Ông K nên thực hiện theo đúng như kế hoạch kinh doanh mà mình đề ra trước đó.

d. Ông K có thể tìm cách tiết kiệm các chi phí trong sản xuất để có thể tăng thêm giá trị lợi nhuận trong kinh doanh khi nguồn nguyên liệu tăng.

PHẦN III. TỰ LUẬN (3 điểm)

Câu 1 (2 điểm): Nhận thấy nhu cầu thực phẩm sạch ngày càng tăng. Anh T có dự định sẽ đầu tư kinh phí mở cửa hàng kinh doanh mặt hàng thực phẩm sạch, trước khi ra quyết định kinh doanh, anh đã phân tích nhu cầu của thị trường, tìm kiếm các mối quan hệ có thể hỗ trợ anh khi cần thiết cũng như đánh giá những khó khăn, sự cạnh tranh với người kinh doanh khác trên thị trường.

a. Trong trường hợp này anh T đã xây dựng ý tưởng kinh doanh hay cơ hội kinh doanh. Em hãy chỉ rõ ý tưởng kinh doanh hoặc cơ hội kinh doanh mà anh T đã xác định trong trường hợp trên. Việc xác định và đánh giá các yếu tố trước khi kinh doanh có ý nghĩa như thế nào?

b. Theo em trong trường hợp này anh T đã thể hiện tốt năng lực gì trong kinh doanh?

Câu 2 (1 điểm): Năm 2022, sau khi nhận được thư tố cáo của người dân, cơ quan điều tra đã ra kết luận về việc Công ty bảo hiểm Manulife và Ngân hàng TMCP Sài Gòn (SCB) "bắt tay nhau" trong việc lừa khách hàng gửi tiết kiệm, "hô biến" tiền gửi tiết kiệm của khách thành hợp đồng bảo hiểm nhân thọ gây thiệt hại to lớn về tài sản đối với khách hàng và gây bức xúc trong dư luận xã hội.

Từ những hiểu biết của mình về vấn đề đạo đức kinh doanh, em có đánh giá như thế nào về việc làm của các chủ thể kinh doanh trong trường hợp trên. Theo em việc làm đó sẽ gây hậu quả như thế nào đối với các chủ thể kinh tế đó?