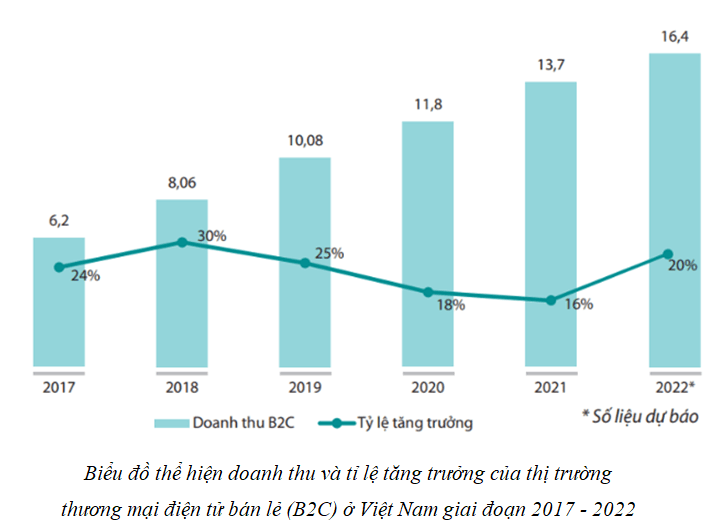
# Lý thuyết Bài 9: Văn hoá tiêu dùng

**Lý thuyết KTPL 11 Bài 9: Văn hoá tiêu dùng**  
A. **Lý thuyết Văn hoá tiêu dùng**  
**1. Vai trò của tiêu dùng đối với sự phát triển kinh tế**  
- Tiêu dùng là mục đích, động lực của sản xuất, kích thích sản xuất, thúc đẩy kinh tế phát triển.  
- Tiêu dùng thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng, mang lại lợi nhuận cho người sản xuất.  
  
*Mua sắm hàng hóa tại siêu thị*  
**2. Khái niệm văn hoá tiêu dùng**  
- Văn hoá tiêu dùng là tổng thể các yếu tố giá trị, chuẩn mực, tâm lí tạo nên tập quán tiêu dùng biểu hiện qua hành vi tiêu dùng của một cộng đồng nhất định.  
**3. Vai trò của văn hoá tiêu dùng**  
- Góp phần giữ gìn, phát huy các giá trị truyền thống về tiêu dùng và tiếp thu các giá trị hiện đại.  
- Văn hoá tiêu dùng tác động đến chiến lược sản xuất kinh doanh của các chủ thể, đặc biệt là chiến lược về sản phẩm.  
**4. Một số đặc điểm trong văn hoá tiêu dùng Việt Nam**  
*- Tính kế thừa:* trong tiêu dùng có sự kế thừa truyền thống của dân tộc, mang bản sắc văn hoá Việt Nam.  
*- Tính giá trị:* tiêu dùng hướng tới các giá trị tốt đẹp.  
*- Tính thời đại:* thói quen, hình thức, cách thức tiêu dùng đa dạng, phù hợp với sự phát triển của xã hội.  
*- Tính hợp lí:* tiêu dùng dựa trên giá cả hàng hoá, thu nhập và nhu cầu của người tiêu dùng.  
  
**5. Biện pháp xây dựng văn hoá tiêu dùng Việt Nam**  
- Đối với Nhà nước:  
+ Ban hành chính sách, pháp luật bảo vệ người sản xuất và người tiêu dùng;  
+ Tuyên truyền nâng cao ý thức tôn vinh hàng Việt Nam;  
+ Tạo kênh kết nối giữa nhà sản xuất với người tiêu dùng.  
- Đối với doanh nghiệp: cung ứng sản phẩm có chất lượng, thực hiện tốt trách nhiệm xã hội.  
- Đối với người tiêu dùng: tiêu dùng có trách nhiệm và thực hiện tốt các hành vi tiêu dùng có văn hoá.  
  
*Phong trào vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”*  
B. **Bài tập Văn hoá tiêu dùng**  
**Câu 1.**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.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: B**  
- Tiêu dùng là đầu ra của sản xuất, tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế đất nước.  
- Tiêu dùng góp phần định hướng hoạt động sản xuất; thúc đẩy sản xuất hàng hóa ngày càng đa dạng, phong phú về số lượng và đảm bảo chất lượng, hướng tới phát triển kinh tế bền vững.  
- Tiêu dùng thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng, mang lại lợi nhuận cho người sản xuất.  
  
  
**Câu 2.**Điền cụm từ thích hợp vào chỗ trống (……) trong khái niệm sau đây: “Văn hóa tiêu dùng là một bộ phận của văn hoá dân tộc, là những nét đẹp trong tập quán, ………. 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. phương thức lưu thông.  
B. kĩ thuật sản xuất.  
C. thói quen tiêu dùng.  
D. thuần phong mĩ tục.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: C**  
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.  
  
  
**Câu 3.**Văn hóa tiêu dùng **không**có vai trò nào sau đây?  
A. Góp phần làm thay đổi phong cách tiêu dùng, tác phong lao động của con người.  
B. Xóa hoàn toàn bỏ các thói quen, tập quán tiêu dùng truyền thống của dân tộc.  
C. Góp phần gìn giữ và phát huy những tập quán tiêu dùng tốt đẹp của dân tộc.  
D. Là cơ sở giúp cho các doanh nghiệp đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: B**  
Văn hoá tiêu dùng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế, văn hoá và xã hội:  
- Về kinh tế: văn hóa tiêu dùng tác động đến chiến lược sản xuất kinh doanh của các chủ thể, đặc biệt là chiến lược về sản phẩm, giúp cho các doanh nghiệp đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp, tạo được ấn tượng, thiện cảm đối với người tiêu dùng….  
- Về văn hóa: góp phần giữ gìn, phát huy các giá trị truyền thống về tiêu dùng và tiếp thu các giá trị hiện đại.  
- Về xã hội:  
+ 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.  
  
  
**Câu 4.**Một trong những đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam là  
A. tính thời đại.  
B. tính sáng tạo.  
C. tính lãng phí.  
D. tính khôn lỏi.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: A**  
**-**Đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam bao gồm: tính kế thừa, tính giá trị, tính thời đại, tính hợp lí.  
  
  
**Câu 5.**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.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: B**  
- 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.  
  
  
**Câu 6.**Đối với đời sống văn hóa, 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. Là cơ sở giúp cho các doanh nghiệp đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp.  
C. Góp phần gìn giữ và phát huy những tập quán tiêu dùng tốt đẹp của dân tộc.  
D. Góp phần làm thay đổi phong cách tiêu dùng, tác phong lao động của con người.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: C**  
- Về văn hóa: văn hóa tiêu dùng góp phần giữ gìn, phát huy các giá trị truyền thống về tiêu dùng và tiếp thu các giá trị hiện đại.  
  
  
**Câu 7.**Nội dung nào sau đây **không phải**là đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng Việt Nam?  
A. Tính giá trị.  
B. Tính thời đại.  
C. Tính hợp lí.  
D. Tính khôn vặt.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: D**  
**-**Đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam bao gồm: tính kế thừa, tính giá trị, tính thời đại, tính hợp lí.  
  
  
**Câu 8.**Đoạn thông tin dưới đây phản ánh về đặc điểm nào trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam?  
**Thông tin.**Chọn mua nhiều hơn các sản phẩm có yếu tố “xanh", lựa chọn các phương thức tiêu dùng bền vững, thân thiện với môi trường, sẵn sàng chi trả cho những sản phẩm có yếu tố “bền vững”... đang là những thay đổi tích cực của xu hướng tiêu dùng được nhiều doanh nghiệp nắm bắt. Với giới trẻ, thay vì tiêu dùng kiểu “thời trang nhanh" (mua giá rẻ, thay đổi liên tục, loại bỏ nhiều), nhiều bạn đã chọn cách tái chế, tái sử dụng, thanh lí quần áo, phụ kiện thời trang để hạn chế việc bỏ đi các trang phục cũ - một loại rác thải tác động tiêu cực đến môi trường.  
A. Tính kế thừa.  
B. Tính giá trị.  
C. Tính thời đại.  
D. Tính hợp lí.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: C**  
Đoạn thông tin trên phản ánh về đặc điểm: văn hóa tiêu dùng Việt Nam mang tính thời đại (xu hướng “tiêu dùng xanh”).  
  
  
**Câu 9.**Thói quen tiêu dùng của anh A trong trường hợp dưới đây phản ánh về đặc điểm nào trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam?  
**Trường hợp.** Thu nhập của anh A tăng nhanh trong những năm gần đây, tác động đến hành vi tiêu dùng. Ngoài ra, giá cả cũng là yếu tố quan trọng trong những quyết định tiêu dùng của anh. Anh A tiêu dùng ngày càng thông minh và kĩ tính hơn, quan tâm đến các thông tin về sản phẩm như nguồn gốc xuất xứ, mẫu mã, chất lượng.  
A. Tính kế thừa.  
B. Tính giá trị.  
C. Tính thời đại.  
D. Tính hợp lí.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: D**  
Thói quen tiêu dùng của anh A trong trường hợp trên phản ánh đặc điểm: văn hóa tiêu dùng Việt Nam mang **tính hợp lí**: người tiêu dùng biết cân nhắc, lựa chọn hàng hóa, dịch vụ; chi tiêu có kế hoạch, phù hợp với nhu cầu của bản thân và thực hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.  
  
  
**Câu 10.**Tính thời đại 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, mĩ.  
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.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: C**  
Tính thời đại trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam được hiểu là: người tiêu dùng có thói quen tiêu dùng phù hợp với sự phát triển của thời đại.  
  
  
**Câu 11.**Tính hợp lí 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, mĩ.  
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.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: D**  
Tính hợp lí trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam được hiểu là: người tiêu dùng biết cân nhắc, lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu của bản thân và thực hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.  
  
  
**Câu 12.**Văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam có sự kế thừ truyền thống và bản sắc văn hóa dân tộc – 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.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: A**  
Tính kế thừa trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam được hiểu là: người tiêu dùng có sự kế thừa truyền thống, bản sắc văn hóa dân tộc.  
  
  
**Câu 13.**Đặc điểm nào trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam **không**được đề cập đến trong trường hợp dưới đây:  
**Trường hợp.** Trước đây, khi tiêu dùng, anh D chủ yếu quan tâm đến lợi ích đối với sức khỏe, giá cả và niềm tin vào nhãn hàng, thì nay có thêm các yếu tố “tái chế" và “xanh” nhằm góp phần bảo vệ môi trường sinh thái. Anh ưu tiên lựa chọn những sản phẩm có thể tái chế, thân thiện với môi trường. Mỗi ngày, anh D đều chia sẻ trên trang mạng xã hội những thông tin khuyến khích mọi người nâng cao nhận thức, trách nhiệm trong tiêu dùng.  
A. Tính hợp lí.  
B. Tính giá trị.  
C. Tính thời đại.  
D. Tính kế thừa.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: D**  
- Thói quen tiêu dùng của anh D phản ánh các đặc điểm:  
+ Tính hợp lí (anh D luôn cân nhắc, lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu của bản thân).  
+ Tính giá trị (hướng tới những điều tốt đẹp, ví dụ: bảo vệ môi trường…)  
+ Tính thời đại (chú trọng các sản phẩm có yếu tố “tái chế”, “xanh”)  
  
  
**Câu 14.**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”.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: A**  
Văn hóa tiêu dùng có tác động mạnh đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Văn hóa tiêu dùng trước tiên xuất phát từ phía khách hàng, doanh nghiệp muốn bán được hàng thì phải nghiên cứu, tìm hiểu nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng.  
  
  
**Câu 15.**Để xây dựng văn hóa tiêu dùng Việt Nam, người tiêu dùng 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.  
**Hiển thị đáp án**  
  
**Đáp án đúng là: A**  
Để xây dựng văn hóa tiêu dùng Việt Nam, người tiêu dùng cần phải tiêu dùng có trách nhiệm và thực hiện tốt các hành vi tiêu dùng có văn hoá.  
  
  
**Xem thêm tóm tắt lý thuyết Kinh tế pháp luật 11 sách Chân trời sáng tạo, chi tiết khác:**  
Lý thuyết Bài 10: Quyền bình đẳng của công dân trước pháp luật  
Lý thuyết Bài 11: Bình đẳng giới  
Lý thuyết Bài 12: Quyền bình đẳng giữa các dân tộc, tôn giáo  
Lý thuyết Bài 13: Quyền và nghĩa vụ công dân trong tham gia quản lí nhà nước và xã hội  
Lý thuyết Bài 14: Quyền và nghĩa vụ công dân về bầu cử và ứng cử