# BÀI 1. CẠNH TRANH TRONG KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

## MỞ ĐẦU

**Câu hỏi: Trên thị trường một loại sản phẩm có thể do nhiều chủ thể sản xuất.** Sản phẩm cùng loại có mẫu mã khác nhau, đến với người tiêu dùng bằng nhiều hình thức và có thể khác biệt về giá bán.

Em hãy nêu ví dụ về một hàng hóa được cung cấp bởi nhiều chủ thể sản xuất và cho biết sự khác biệt giữa các sản phẩm đó. Theo em, vì sao các chủ thể sản xuất luôn tạo ra sự khác biệt như vậy.

Trả lời:

- Hãng Coca-cola và Pepsi cùng cung cấp một loại sản phẩm là nước ngọt có ga.

- Sự khác biệt giữa nước ngọt của Coca-cola và Pepsi:

* Khác biệt về hương vị:
	+ Nước ngọt của hãng Pepsi có hương vị cam quýt. Khi uống ngụm đầu tiên, bạn sẽ cảm nhận thấy vị ngọt hơn so với Coca-cola, nhưng vị ngọt của Pepsi có xu hướng tan nhanh hơn.
	+ Nước ngọt của hãng Coca-cola có hương vị nho khô và vani. Khi uống ngụm đầu tiên, bạn sẽ cảm nhận thấy vị ngọt thanh, dịu nhẹ hơn so với Pepsi, nhưng vị ngọt này có xu hướng lưu lại lâu hơn.
* Khác biệt về giá trị dinh dưỡng:
	+ Nước ngọt của hãng Pepsi có lượng đường, ca-lo và cafein cao hơn và có axit cân bằng độ chua.
	+ Nước ngọt của hãng Coca-Cola có lượng muối natri cao hơn Pepsi và không có axit cân bằng độ chua.
* Khác biệt về chiến lược kinh doanh:
	+ Hãng Coca-Cola phát triển theo hướng ưu tiên những yếu tố thuộc về cảm xúc, quá khứ của con người.
	+ Hãng Pepsi lại hướng thương hiệu của mình phát triển theo hướng hiện đại, trẻ trung và năng động hơn.

- Các chủ thể sản xuất kinh doanh luôn tạo ra sự khác biệt giữa các sản phẩm, nhằm tạo ưu thế cạnh tranh, thu hút người tiêu dùng chú ý đến sản phẩm của mình.

## KHÁM PHÁ

## 1. Khái niệm cạnh tranh

**Câu hỏi: Em hãy đọc trường hợp (trang 6 sgk) và trả lời câu hỏi:**

a.Các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nước giải khát Việt Nam đã thực hiện những hoạt động gì để tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm của mình?

b. Theo em, những hoạt động đó có phải là cạnh tranh không? Vì sao?

Trả lời:

a. Các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nước giải khát Việt Nam đã thực hiện những hoạt động cho sản phẩm của mình:

* Lựa chọn chiến lược đa dạng hoá sản phẩm, nâng cao chất lượng, tìm cách giảm chi phí sản xuất và tạo ra sự khác biệt về sản phẩm…
* Tạo ra các loại sản phẩm nước giải khát có nguồn gốc từ thiên nhiên như nước cam, chanh, nho, nha đam,...

b. Những hoạt động trên của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nước giải khát Việt Nam chính là biểu hiện của cạnh tranh. Vì: những hoạt động này hướng tới các mục tiêu là:

* Giành điều kiện thuận lợi trong sản xuất, kinh doanh hàng hóa.
* Tạo ra sự khác biệt về sản phẩm để thu hút người tiêu dùng, từ đó có thể thu về lợi ích kinh tế cao nhất.

## 2. Nguyên nhân dẫn đến cạnh tranh.

**Câu hỏi: Em hãy đọc trường hợp (trang 7 sgk) và trả lời câu hỏi:**

a. Em hãy cho biết những chủ thể sản xuất kinh doanh được nhắc đến trong các trường hợp trên. Các chủ thể đó có sự khác biệt gì với nhau?

b. Vì sao các chủ thể đó luôn phải nỗ lực chinh phục người tiêu dùng? Những yếu tố nào giúp sản phẩm thu hút được sự chú ý của người tiêu dùng?

Trả lời:

***\*Trường hợp 1:***

- Những chủ thể được nhắc đến là: hộ gia đình; chủ trang trại; hợp tác xã; doanh nghiệp…

- Giữa các chủ thể có sự khác biệt về công nghệ sản xuất sản phẩm. Ví dụ:

* Hộ gia đình chế biến nông sản theo phương pháp thủ công truyền thống.
* Các chủ trang trại; hợp tác xã; doanh nghiệp… tạo ra sản phẩm thông qua công nghệ sản xuất hiện đại hơn.

=> Sự khác biệt về công nghệ sản xuất này đã góp phần tạo nên sự đa dạng về chủng loại sản phẩm, chất lượng, mẫu mã và giá cả sản phẩm.

***\* Trường hợp 2:***

* Những chủ thể được nhắc đến là: doanh nghiệp thời trang Việt Nam và doanh nghiệp thời trang nước ngoài.
* Giữa các chủ thể có sự khác biệt về nguồn lực sản xuất, bao gồm: vốn, công nghệ, mức độ chuyên nghiệp…

b)

- Mục đích cuối cùng của các chủ thể sản xuất kinh doanh là: bán được nhiều sản phẩm, qua đó để tăng doanh thu, lợi nhuận. Vì vậy, các chủ thể sản xuất kinh doanh luôn phải nỗ lực chinh phục người tiêu dùng.

- Một số yếu tố giúp sản phẩm thu hút được sự chú ý của người tiêu dùng là: giá cả, mẫu mã, chất lượng, tính năng, công dụng… của sản phẩm

## 3. Vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế

**Câu hỏi: Em hãy đọc trường hợp (trang 8 sgk) và trả lời câu hỏi:**

a. Doanh nghiệp H đã làm gì để giành thắng lợi trong cạnh tranh? Điều này có tác dụng gì đối với sản xuất kinh doanh và doanh nghiệp?

b. Cạnh tranh giữa những người cung cấp dịch vụ taxi đem lại lợi ích gì cho người tiêu dùng?

Trả lời:

a. - Để giành thắng lợi trong cạnh tranh, doanh nghiệp H đã: đầu tư máy móc hiện đại hơn, sử dụng dây chuyền công nghệ mới, tự động hoá một số công đoạn sản xuất.

- Tác dụng: nhờ việc hoàn thiện quy trình sản xuất, doanh nghiệp H đã rút ngắn được 1/3 thời gian sản xuất, giảm 50% nhân công vận hành, giảm chi phí nhân công 5 lần đối với mỗi sản phẩm và năng suất lao động tăng gần 5 lần so với công nghệ cũ.

b. Cạnh tranh giữa những người cung cấp dịch vụ Taxi đã giúp cho khách hàng được hưởng nhiều lợi ích hơn, ví dụ như: được tiếp cận với các dịch vụ taxi có chất lượng tốt, giá cả hợp lí hơn; nhận được thái độ phục vụ, hướng dẫn tận tình hơn.

## 4. Cạnh tranh không lành mạnh.

**Câu hỏi: Em hãy đọc trường hợp (trang 9 sgk) và trả lời câu hỏi:**

a. Theo em, hành vi của doanh nghiệp B là thể hiện cạnh tranh như thế nào? Hành vi đó vi phạm điều gì trong nguyên tắc cạnh tranh? Việc cạnh tranh như vậy dẫn đến hậu quả gì?

b. Từ các trường hợp trên, em hiểu thế nào là cạnh tranh không lành mạnh?

c. Theo em các chủ thể sản xuất kinh doanh cần phải làm gì để ngăn ngừa, hạn chế cạnh tranh không lành mạnh?

Trả lời:

a. - Hành vi của doanh nghiệp B đã thể hiện sự cạnh tranh không lành mạnh với doanh nghiệp A, vì đã: thiết kế bao bì với tên sản phẩm, màu sắc và hoạ tiết gây nhầm lẫn với sản phẩm của doanh nghiệp A.

- Hành vi cạnh tranh không lành mạnh của doanh nghiệp B đã vi phạm nguyên tắc thiện chí, trung thực và các chuẩn mực trong sản xuất, kinh doanh.

- Hành vi của doanh nghiệp B đã gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại tới quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp A.

b. Cạnh tranh không lành mạnh là hành vi trái với nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và các chuẩn mực trong sản xuất, kinh doanh, gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại tới quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể khác.

c. Để ngăn ngừa, hạn chế cạnh tranh không lành mạnh, các doanh nghiệp cần:

* Tuân thủ các quy định của pháp luật về kinh doanh và các chính sách về cạnh tranh.
* Đẩy mạnh quan tâm, xúc tiến việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp theo quy định của Luật Sở hữu trí tuệ.
* Tự xây dựng cho mình một chiến lược cạnh tranh chuyên nghiệp và dài hạn như: xây dựng và quảng bá thương hiệu; xây dựng những kênh phân phối mới, các sản phẩm mới; khai thác lợi thế cạnh tranh của riêng mình.

## LUYỆN TẬP

**Câu 1: Em hãy cho biết các nhận định sau đây về cạnh tranh trong nền kinh tế là đúng hay sai. Vì sao?**

a. Cạnh tranh là sự chia sẻ các nguồn lực giữa những người sản xuất kinh doanh,

b. Cạnh tranh luôn diễn ra giữa các chủ thể trong nền kinh tế thị trường.

c. Cạnh tranh là sự phối hợp giữa các chủ thể kinh tế trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa.

d. Cạnh tranh là sự ganh đua tìm kiếm cơ hội thuận lợi của các chủ thể trong hoạt động kinh tế để thu về lợi ích kinh tế cao nhất.

e. Mục đích cao nhất của cạnh tranh giữa các chủ thể kinh tế là nhằm phát huy năng lực sáng tạo của con người.

Trả lời:

***- Nhận định A.*** Không đồng tình, vì: cạnh tranh là sự ganh đua, đấu tranh giữa các chủ thể tham gia thị trường, nhằm giành điều kiện thuận lợi trong sản xuất, mua bán, tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ để có thể thu về lợi ích kinh tế cao nhất.

***- Nhận định B.*** Đồng tình, vì: trong nền kinh tế thị trường, giữa các chủ thể có sự khác biệt về: nguồn lực; điều kiện sản xuất, mua bán và tiêu dùng, do đó, các chủ thể kinh tế luôn phải cạnh tranh với nhau để giành được lợi ích cao nhất cho mình.

***- Nhận định C.*** Không đồng tình, vì: cạnh tranh là sự ganh đua, đấu tranh giữa các chủ thể tham gia thị trường, để có thể thu về lợi ích kinh tế cao nhất. Ví dụ:

* Giữa các chủ thể sản xuất có sự cạnh tranh với nhau, giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa.
* Người tiêu dùng luôn ganh đua với nhau để mua được hàng hóa rẻ hơn với chất lượng tốt hơn.
* Người sản xuất và người tiêu dùng thường xuyên cạnh tranh với nhau để đạt được lợi ích nhiều nhất từ hoạt động trao đổi trên thị trường.

***- Nhận định D***. Đồng tình, vì: trong nền kinh tế thị trường, các chủ thể luôn có sự ganh đua, giành giật những cơ hội thuận lợi để có thể thu về lợi ích kinh tế cao nhất.

***- Nhận định E.*** Không đồng tình, vì: mục đích cao nhất của cạnh tranh giữa các chủ thể kinh tế là nhằm thu về lợi ích kinh tế cho bản thân.

**Câu 2: Em hãy chỉ ra những nhận định đúng về nguyên nhân cạnh tranh trong các câu sau và giải thích vì sao.**

a. Cạnh tranh nảy sinh do sự tồn tại các chủ thể kinh tế với các hình thức sở hữu nguồn lực khác nhau, độc lập với nhau, tự do sản xuất, kinh doanh.

b. Cạnh tranh xuất hiện là do sự giành giật các điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa của các chủ thể kinh tế để thu được lợi ích cao nhất cho mình.

c. Cạnh tranh xuất hiện là do sự phối hợp giữa các chủ thể kinh tế nhằm cùng thu được lợi ích trong hoạt động kinh tế.

d. Cạnh tranh diễn ra do điều kiện sản xuất và lợi ích của mỗi chủ thể kinh tế khác nhau.

Trả lời:

- Những nhận định đúng về nguyên nhân cạnh tranh là: A, B, D.

=> Giải thích:

- Cạnh tranh trên thị trường diễn ra là do: các chủ thể kinh tế có sự khác biệt về hình thức sở hữu nguồn lực; các chủ thể này lại tồn tại độc lập với nhau; chủ thể nào cũng hành động trước hết vì lợi ích của mình.

- Vì các nguồn lực có hạn, các điều kiện sản xuất, mua bán và tiêu dùng khác nhau nên để thực hiện được lợi ích của mình, các chủ thể kinh tế phải cạnh tranh với nhau.

* Các chủ thể sản xuất luôn phải giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa nhằm thu được lợi nhuận cao nhất cho mình.
* Người tiêu dùng cũng luôn ganh đua với nhau để mua được hàng hóa rẻ hơn với chất lượng tốt hơn.
* Người sản xuất và người tiêu dùng cũng thường xuyên cạnh tranh với nhau để đạt được lợi ích nhiều nhất cho mình từ hoạt động trao đổi trên thị trường.

**Câu 3: Em hãy phân tích vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế qua những trường hợp dưới đây:**

a. Các công ty sản xuất bánh mứt kẹo trong nước bán ra thị trường nhiều sản phẩm mới, đa dạng về mẫu mã, đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng của các gia đình dịp Tết.

b. Nhiều doanh nghiệp sản xuất đồ điện tử gia dụng nội địa tập trung đầu tư vào cải tiến kĩ thuật để nâng cao chất lượng sản phẩm, chiếm lĩnh thị trường trong nước.

c. Những năm gần đây, nhờ áp dụng quy trình sản xuất sạch và tích cực quảng bá, giới thiệu sản phẩm...

d. Nhờ khai thác tốt lực lượng lao động thủ công có tay nghề giỏi, làng dệt lụa truyền thống tỉnh H vẫn duy trì được thi trường phục vụ khách du lịch trong vào ngoài nước.

Trả lời:

***- Trường hợp A.*** Vai trò của cạnh tranh là: tạo điều kiện để người tiêu dùng được tiếp cận hàng hóa, dịch vụ với chất lượng tốt, phong phú về mẫu mã, chủng loại, giá cả hợp lí. Do đó, nhu cầu của người tiêu dùng được đáp ứng tốt hơn.

***- Trường hợp B.*** Vai trò của cạnh tranh là: tạo động lực, thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

***- Trường hợp C.*** Vai trò của cạnh tranh là: giúp quảng bá và nâng cao chất lượng sản phẩm từ đó chinh phục được thị trường trong và ngoài nước.

***- Trường hợp D.*** Vai trò của cạnh tranh là: các nguồn lực kinh tế được sử dụng linh hoạt, hiệu quả, giúp tỉnh H duy trì được làng dệt lụa truyền thống, duy trì thị trường phục vụ khách du lịch trong và ngoài nước.

**Câu 4: Trong thời gian qua, việc kinh doanh của công ty H có dấu hiệu thua** kém công ty K về doanh thu và lợi nhuận. Giám đốc công ty H đã tìm nhiều cách khắc phục. Ông đã cắt giảm chi phí sản xuất bằng cách tìm mua nguyên vật liệu có chất lượng kém hơn, nguồn gốc không rõ ràng.

Em đồng tình hay không đồng tình với hành động của giám đốc công ty H trong tình huống này? Vì sao?

Trả lời:

Em không đồng tình với hành động của giám đốc công ty H vì việc sử dụng những nguyên liệu không rõ nguồn gốc, xuất xứ… tuy đem lại lợi ích trước mắt là giảm chi phí sản xuất, nhưng để lại những hậu quả lâu dài, nghiệm trọng, như:

* Hạ chất lượng sản phẩm;
* Làm mất uy tín của doanh nghiệp;
* Gây nguy hiểm đến sức khỏe của người tiêu dùng; đồng thời cũng gây mất niềm tin của khách hàng vào sản phẩm của doanh nghiệp…