

Творческое задание 1 для 8-9 кл. (8 баллов)

Ознакомьтесь с индексами, разработанными в РФ.:

"Индекс кофе с бутербродом" ("Бутербродекс") разработан РИА Новости на основе данных, эксклюзивно предоставляемых агентству специалистами крупного аналитического ресурса "Чек Индекс". В "корзину" для его расчета вошли семь товаров – частых гостей на утренних столах россиян: батон (400 граммов), ветчина (200 граммов), сливочное масло (180 граммов), сыр (200 граммов), огурцы (500 граммов), растворимый кофе (95 граммов), сахар (1 килограмм).

По продуктам из этой потребительской корзины аналитики "Чек Индекса" регулярно рассчитывают агрегированные обезличенные показатели продаж (средний чек). За базовые 100 пунктов принято значение "Индекса кофе с бутербродом" в период с 1 по 15 октября 2022 года. Его изменение соответствует среднему арифметическому от динамики среднего чека по каждому из семи товаров.

«Индекс борща» - стоимость борщевых наборов из 9 товаров (говядина, картофель, свекла, капуста, морковь, томатные консервы, чеснок, зелень) для приготовления всеми известного блюда на семью из 4-х человек, которую измеряют ежеквартально в разных регионах России.

Цены на продукты берутся из любого магазина эконом-класса: Пятерочка, Магнит, Дикси или аналоги в городе/поселке, где есть достаточный ассортимент. Из всех позиций берется самый дешевый вариант.

Задание: сравните Бутербродекс и Индекс борща между собой, а также с индексом потребительских цен и дефлятором ВВП с точки зрения их достоинств и недостатков.

Творческое задание 2 для 8-9 кл (10 баллов)

В вертикально-интегрированный холдинг входят три фирмы, отвечающие за последовательные звенья производственно-технологической цепочки – продукция первой фирмы (мука) поставляется как сырье второй фирме, та использует ее в производстве своей продукции (кондитерских изделий), которая затем поставляется третьей фирме для упаковки подарочных наборов, которые в конечном итоге продаются потребителям.

Рынок муки при этом является совершенно конкурентным. Первая фирма холдинга может продавать и продает свою муку как второй фирме холдинга, так и внешним покупателям. Вторая фирма холдинга также может закупать и закупает муку не только у первой фирмы, но и на рынке у других производителей. Менеджеры каждой из фирм холдинга самостоятельны в определении трансфертных (внутренних) цен (в сделках внутри холдинга) и объемов выпуска, при условии, что совокупная прибыль холдинга максимизируется, а каждая фирма сохраняет экономическую устойчивость.

Помогите менеджерам первой и второй фирмы определить трансфертную цену муки – должна ли она быть установлена на уровне рыночной цены, выше рыночной или ниже рыночной?

Что Вы им посоветуете и как обоснуете свой совет?

Творческое задание 3 для 8-9 кл. «Теремок»¹ (12 баллов)

Михаил Гончаров уже 24 года развивает сеть ресторанов «Теремок». За 2019—2022 годы выручка компании выросла на 3,3 млрд, несмотря на пандемию и другие кризисы.

В 1998 году Михаил занимался продажей техники, но в августе бизнеса не стало: дефолт. Тогда ему в голову пришла идея открыть точки питания с традиционной едой — блинами. Предприниматель изначально ставил перед собой цель открытия сетевого масштабного бизнеса и охвата большей части регионов России. Михаил в ряде интервью делится, по каким принципам он развивает свою сеть и что его удерживает в бизнесе так долго. Вот что сам Михаил Гончаров говорит об этом:

Сегодня «Теремок» — это компания с оборотом 16 миллиардов! Но как все начиналось?

«Мы были первыми на рынке и сразу хотели занять высокую позицию. Нас и сейчас нередко критикуют за высокие цены. И отзывы эти не о продукте. Продукт все оценивают высоко. В этом и была цель — работа на качество и количество одновременно. Да и технологически мы дешевле быть просто не можем, просчитывали этот момент. Есть другие компании, а есть «Теремок», он изначально на уровень выше других сетей быстрого питания. «Теремок» предлагает вкусные и понятные блюда из русской кухни в удобном формате точки быстрого питания.

У вас оборот исчисляется миллиардами. А есть заведения, у которых он исчисляется миллионами. Почему так?

Есть бизнесы, которые работают стабильно, но у них нет потенциала для развития. Причин может быть много.

Может быть, вы работаете на узкую аудиторию. Если вы работаете только на модных богатых подростков, возможно, десять точек в гастромаркетах и на «Патриках» (неформальное название элитного района г. Москва вокруг Патриарших прудов) — предел вашего развития. Вы такую точку никогда не откроете в спальном районе или в городе Дзержинске. А если вы делаете общедоступный продукт, вам можно не только в Свиблове открыться, но и в Костроме, и во Владивостоке.

Если вы работаете на широкую аудиторию, а бизнес не растет, возможно, вам не хватает выстроенной структуры компании и специалистов по развитию.

Вот вы открыли десять заведений, а одиннадцатое не получается — не успеваете решать проблемы и нанимать новых сотрудников. По опыту могу сказать, что на уровне

¹ Материалы для составления задания взяты из двух интервью Михаила Гончарова.

<https://atlanty.ru/media/5-istoriy-uspeha-predprimateley/> и <https://secrets.tinkoff.ru/lichnyj-opyt/teremok/>

десяти ресторанов текучка уже такая, что нужно профессионально заниматься заменой увольняющихся сотрудников и расширять отдел персонала.

Допустим, нас читает владелец сети заведений с классно выстроенными процессами, которые нацелены на широкую аудиторию. Но они все равно развиваются медленно — по 1—3 точки в год. Может, дело еще в чем-то? Есть твои действия, а есть противодействие твоим действиям — конкуренты могут мешать развиваться. Скажем, есть сеть кофеен в Екатеринбурге. Кроме нее, думаю, там есть еще 5—7 игроков. В год появляется 10 новых помещений, но только 1—2 из них достанется нашей сети кофеен. Остальные заберут другие игроки — они предлагают больше денег арендодателям, потому что могут себе позволить работать в убыток.

Какие типы заведений приносят больше всего прибыли? У нас есть рестораны с посадочным залом и классические фуд-корты (ресторанный дворик — зона питания в торговом центре, аэропорте, на вокзале и т.п.). И то, и другое прибыльно, но будущее мы видим в ресторанах.

Теремок в формате фуд-корта не показывает свои сильные стороны — домашнее, крафтовое (уникальное, ручной работы) качество блюд. Этого просто не видно на фуд-корте, когда ты ешь из бумажной тарелки на пластиковом столе, а рядом стоит KFC с ценой в два раза ниже. Если нашу еду подавать в ресторане, то те же цены гораздо адекватнее воспринимаются. Ты же сидишь на мягком диване с хорошей обшивкой и ешь из дорогой красивой тарелки со столовыми приборами под дизайнерскими светильниками.

Какие позиции у вас самые прибыльные? Нет хитрой жемчужины, которая приносит половину доходов. Хотел сказать, что самые прибыльные позиции — это самые простые: блин с ветчиной и сыром. Но вообще-то, у нас почти все позиции имеют хорошие продажи и хорошую доходность. И это хорошо.

Если у тебя одно базовое блюдо, может оказаться так, что люди от него устанут. И тогда получается, что ты не в тенденции будешь. А если у тебя десятки начинок, и сытные, и сладкие, — совсем другое дело. Антихрупкость заложена в достаточно широком выборе.

Что вас удерживает в своем бизнесе уже 27 лет?

Когда люди идут в бизнес, они пытаются освободиться от проблем. Это ошибка — проблемы есть везде. На одной точке что-то не привезли, на второй плохо что-то продается. И если будет такое восприятие, что твоя жизнь — это ежедневная борьба с проблемами, тогда предприниматель не получится и дело закончится нервным срывом и выгоранием.

Я до сих пор активен в некоторых операционных процессах. Кто-то считает операционку скучной вещью и старается выйти из нее при первой возможности — это

нормально, но у меня другой подход. «Теремок» — это мое детище, и мне интересны многие процессы изнутри. Но, конечно, далеко не вся операционка заиклена на мне.

Задание:

1. Перечислите минимум 3 ключевых фактора успеха компании «Теремок», исходя из материалов интервью.
2. Сформулируйте возможную миссию для компании «Теремок», исходя из материалов интервью.
3. Предложите основные направления стратегического развития компании «Теремок», исходя из материалов интервью.
4. Перечислите, как минимум, 3 основных потенциальных конкурента компании «Теремок» на российском рынке и предположите, в чем основное отличие компании «Теремок» от данных потенциальных конкурентов.
5. Перечислите не менее 3 факторов конкурентоспособности для предприятия быстрого питания.

Задача 1 для 8-9 кл. (15 баллов)

В таблице представлены данные о номинальной заработной плате Александра, процентным ставкам по депозитам и инфляции в стране Альфа:

Год	Номинальная зарплата, рублей	Процентная ставка по вкладам, %	Инфляция, %
2020	32000	7	5
2021	40000	22	20
2022	53000	17	15
2023	70000	22	25
2024	82000	33	35

- 1) Если бы Александр открыл срочный вклад (без возможности снятия и пополнения) 100000 рублей в начале 2020 года на 5 лет по ставке 19% годовых с ежегодной капитализацией процентов, то увеличится ли его благосостояние к концу 2024 года по сравнению с началом 2020 года (ответ округлить до целых)? **(5 баллов)**
- 2) Было бы Александру выгоднее в течение пяти лет каждый год закрывать вклад и открывать новый, вкладывая всю сумму, включая полученные проценты, в соответствии с данными по процентным ставкам из таблицы (ответ округлить до целых)?
- 3) На сколько (в процентах) изменилась номинальная и реальная заработная плата Александра в период с 2020 по 2024 г. (ответ округлить до целых)?

Задача 2 для 8-9 кл. (25 баллов)

Известно, что одна из стран мира входила в десятку стран-лидеров по продаже пшеницы на мировом рынке, заняв в 2021 году 9 место среди экспортеров этого вида зерна.

Предположим, что известна функция спроса на пшеницу на внутреннем рынке этой страны, которая описывается следующим образом: $Q_D = 400 - 20P$, где Q_D – объем спроса на пшеницу (в тыс. бушелей¹), а P – текущая цена на пшеницу за один бушель (в денежных единицах страны).

Предложение производителей пшеницы внутри страны также известно и описывается соответствующей функцией: $Q_S = -200 + 20P$, где Q_S – объем предложения пшеницы (в тыс. бушелей), а P – текущая цена на пшеницу за один бушель (в денежных единицах страны).

Исследование мирового рынка пшеницы показало, что цена бушеля пшеницы этой страны на мировом рынке равна 2 долларам США². При этом курс доллара США в стране составлял 6 ее национальных денежных единиц за один доллар. Затем, из-за изменения конъюнктуры на валютном рынке страны курс доллара вырос и составил 8 национальных денежных единиц за один доллар. Изменения на валютном рынке не оказали влияния на спрос на пшеницу жителей страны. Предложение пшеницы ее производителями внутри страны также осталось прежним. Мировая цена пшеницы, выраженная в долларах США, тоже не изменилась. Барьеры в международной торговле страны отсутствуют.

Задания:

А) Используя приведенные данные определите, какова была бы ситуация на рынке пшеницы внутри страны, если бы страна не принимала участия в международной торговле пшеницей на мировом рынке (т. е. если бы экономика страны была закрытой).

В) Также опираясь на приведенные данные, определите ситуацию на рынке пшеницы внутри страны для описанного в условии задачи случая, когда она принимает участие в международной торговле пшеницей на мировом рынке (т. е. экономика страны является открытой).

С) Представьте на одном графике ситуации на внутреннем рынке пшеницы страны для случаев, приведенных в заданиях А и В. На графике приведите численные значения всех параметров рынка пшеницы и дайте разъяснения своим построениям.

Д) Определите выиграют или проиграют покупатели пшеницы внутри страны от произошедшего изменения курса доллара. Размер выигрыша или проигрыша вычислить в денежных единицах страны.

¹ Бушель - единица объема, используемая при анализе мирового рынка пшеницы. 1 бушель равен 27,216 кг.

² Цены на мировом рынке пшеницы рассчитываются в долларах США.

Задача 3 для 8-9 кл. (30 баллов)

Николай Григорьевич – сотрудник сети из трёх магазинов, специализирующихся на подарках премиум-класса. В виде премии перед новогодними праздниками он получил три подарочных сертификата, позволяющих приобретать любые товары из ассортимента магазина, оплачивая их только баллами сертификата и ориентируясь не на их рыночную цену в рублях, а на условную – в баллах. Каждый сертификат имеет номинал в 1000 баллов, его можно использовать для оплаты только одного чека, при этом по условиям акции в чеке должно быть не меньше четырёх единиц товара. Допускается оплата одного чека несколькими сертификатами, однако неиспользованные баллы просто «сгорают».

Николай Григорьевич составил список покупок, выполнив все эти условия и уложившись в 3000 баллов (оплату деньгами он принципиально не рассматривает). Однако прибыв в магазин, он выяснил, что некоторые товары из списка уже раскуплены или присутствуют в недостаточном количестве. Тогда Николай Григорьевич, воспользовавшись служебным положением, подключился к базам торговой сети и начал бронировать нужные товары в каждом магазине. Однако даже наличие таких привилегий не отменяет необходимости выполнять условия акции. Николай Григорьевич может бронировать товары в любом магазине, однако в каждом из них, где он что-либо покупает, он должен приобрести не меньше четырёх товаров и не может использовать баллы сертификата, оставшиеся после покупки.

Определите, может ли он приобрести все запланированные подарки и что в каком магазине он будет покупать, если есть следующая информация о его списке и ассортименте магазинов:

Товар	Количество в списке	Цена, баллы	Магазин на Речной улице, экземпляры	Магазин на проспекте Славы, экземпляры	Магазин на Зелёном бульваре, экземпляры
Духи	3	100	<i>Остался последний</i>	<i>Остался последний</i>	Без ограничений
Часы	2	150	Без ограничений	Без ограничений	Без ограничений
Дамская сумочка	1	200	Без ограничений	Без ограничений	Без ограничений
Планшет	2	250	Отсутствуют	Без ограничений	Отсутствуют
Пуховик	1	300	Без ограничений	Без ограничений	Без ограничений
Ювелирный гарнитур	1	400	Без ограничений	Без ограничений	Без ограничений
Шуба	2	500	<i>Остался последний</i>	Отсутствуют	<i>Остался последний</i>