

# Экономические олимпиады и конкурсы

## Московский городской экономико-математический конкурс «СТРАТЕГ-2007»

Московский городской экономико-математический конкурс «СТРАТЕГ» в течение четырех лет проходил на базе Московской экономической школы (МЭШ)<sup>1</sup>.

**Первый тур (отборочный)** проводился заочно. Задания первого тура, включающие вопросы по математике и экономике, высылались по электронной почте школам-участницам, а преподаватели экономики и математики проверяли работы по критериям, определенным организационным комитетом.

Цель заданий первого тура – развитие аналитических навыков, применение экономико-математических методов и моделей, принятие нестандартных решений. Задания требовали знания и понимания экономических понятий, законов и формул и применения математического аппарата в соответствии с программными требованиями:

- вывод уравнения прямой (линейных функций спроса и предложения) по двум точкам;
- нахождение максимального значения квадратичной функции (при нахождении максимума выручки, налоговых поступлений, фонда оплаты труда);
- использование теории процентов в экономических расчетах;
- определение вида и построение графиков кусочно-линейных функций (кривая производственных возможностей, графики спроса и предложения, производственная функция, кривая Лоренца);
- применение производной (определение предельных затрат и предельной выручки);
- нахождение уравнения касательной (определение функции спроса на рынке монополистической конкуренции в долгосрочном периоде);
- построение графиков предложения при введении тарифов квот.

**Второй тур** проводился в два этапа. Первый этап включал задания по математике и экономике, второй – дискуссию или дебаты по сов-

<sup>1</sup> См.: ЭШ. – 2004. – № 2, 3; 2005. – № 3; 2006. – № 4.

ременным проблемам экономики. Цель второго тура – развитие умения самостоятельно приобретать, усваивать и применять экономические знания в конкретных ситуационных задачах, самостоятельно и нестандартно мыслить.

Выполнение заданий первого тура и первого этапа второго тура оценивалось по критериям, разработанным в МЭШ на основе требований международных программ.

## ПЕРВЫЙ ТУР

### Математика

#### Девятый класс

**Задача 1.** Решите уравнение:  $\frac{4x}{x^2 + x + 3} + \frac{5x}{x^2 - 5x + 3} = -1,5$ .

**Задача 2.** Докажите, что при всех значениях переменных  $x$  и  $y$  значение выражения  $2x^2 + 2y^2 - 2xy + 4x - 2y + 5$  будет неотрицательным. При каких значениях переменных это выражение равно нулю?

**Задача 3.** Сравните числа  $\sqrt{2006} + \sqrt{2008}$  и  $2\sqrt{2007}$ , не пользуясь калькулятором.

**Задача 4.** Может ли уравнение  $(a^2 - 6a + 8)x^2 + (a^2 - 4)x + (10 - 3a - a^2) = 0$  иметь более двух корней при каких-либо значениях параметра  $a$ ?

**Задача 5.** В выпуклом четырехугольнике  $ABCD$   $\angle A = \angle D$ . Середины перпендикуляры к сторонам  $AB$  и  $CD$  пересекаются в точке  $P$ , лежащей на стороне  $AD$ . Докажите, что диагонали  $AC$  и  $BD$  равны.

**Задача 6.** М.В.Ломоносов тратил одну денежку на хлеб и квас. Когда цены выросли на 20%, на ту же денежку он приобретал полхлеба и квас. Хватит ли той же денежки хотя бы на квас, если цены еще раз вырастут на 20%? Ответ обоснуйте.

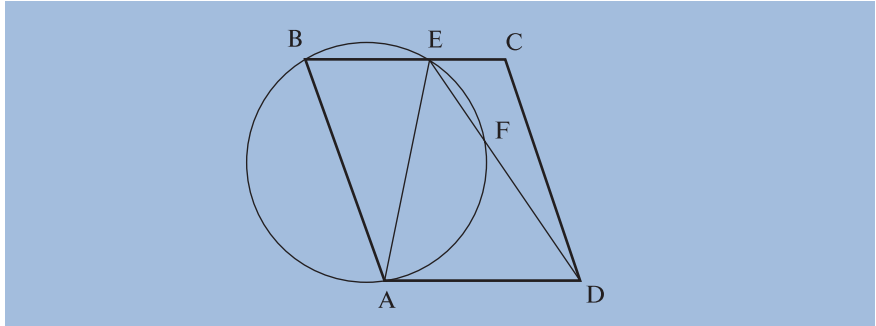
**Задача 7.** На курсах иностранных языков учатся 600 человек. Из них французский изучают 220 человек, английский – 270 человек. Слушатели, изучающие английский язык, не изучают немецкий язык; только французский язык изучают 100 человек, только немецкий – 180 человек. Сколько всего человек изучают только один иностранный язык?

#### Десятый класс

**Задача 1.** Упростить:  $\sqrt{3 + \sqrt{3} + \sqrt[3]{10 + 6\sqrt{3}}}$ .

**Задача 2.** Сколько существует таких натуральных чисел  $n$ , когда остаток от деления 2007 на  $n$  равен 107?

**Задача 3.** В ромбе  $ABCD$  на отрезке  $BC$  нашлась точка  $E$ , в результате:  $AE = CD$ . Отрезок  $ED$  пересекается с описанной окружностью треугольника  $ABE$  в точке  $F$ . Докажите, что точки  $A$ ,  $F$  и  $C$  лежат на одной прямой.



**Задача 4.** Найдите площадь фигуры, которая на координатной плоскости задается неравенством  $|x| + |y| \leq 2$ .

**Задача 5.** Пусть  $a \neq 0$ ,  $a \neq 1$ ,  $a \neq -1$ . Какое число из набора  $\frac{1}{a}$ ,  $\sqrt[3]{a^2}$ ,  $\frac{1}{\sqrt[3]{a^2}}$ ,  $a^2$ ,  $a^3$  не может быть самым большим в этом наборе?

**Задача 6.** Петя Иванов из  $X$  класса и восемь его друзей из той же школы отправились в поход. Оказалось, что среди любых четырех из этих туристов обязательно есть одноклассники, а среди любых пяти – не более трех одноклассников. Сколько учеников  $X$  класса пошли в поход?

**Задача 7.** Сколько корней имеет квадратное уравнение  $x^2 + px + q = 0$ , если известно, что  $p - q > 1$ ?

**Задача 8.** Войсковая колонна имеет длину 5 км. Связной, выехав из конца колонны, передал пакет в начало колонны и вернулся обратно. Колонна за это время прошла путь в 12 км. Какой путь проехал связной?

**Задача 9.** Различные числа  $m$ ,  $n$ ,  $p$  образуют геометрическую прогрессию, а числа  $m + n$ ,  $n + p$ ,  $p + m$  – арифметическую. Найдите знаменатель геометрической прогрессии.

**Задача 10.** Найдите такие значения  $a$ , при которых оба корня трехчлена  $(a - 1)x^2 + (a - 3)x + (a - 2)$  положительны.

## Одиннадцатый класс

**Задача 1.** Чему равно максимально возможное целое значение выражения  $a + 2 - \frac{3}{a - 5}$  при целых  $a$ ?

**Задача 2.** Второй член геометрической прогрессии составляет 10% первого. Сколько процентов составляет ее пятый член от третьего?

**Задача 3.** Укажите количество различных корней уравнения  $||x - 2| - 1| - 1 = kx$  при всех значениях параметра  $k$ .

**Задача 4.** Докажите, что  $\arccos(-\sqrt{-3 \cos \alpha - 1}) < \frac{19\pi}{24}$ , если  $\operatorname{tg} \alpha = \sqrt{3}$ .

**Задача 5.** При каких целых  $a$  уравнение  $x^2 + ax + 4 = 0$  имеет рациональные корни?

**Задача 6.** Найти область значений функции  $y = \left(\frac{1}{3}\right)^{\sqrt{3} \cos x - \sin x + 1}$ .

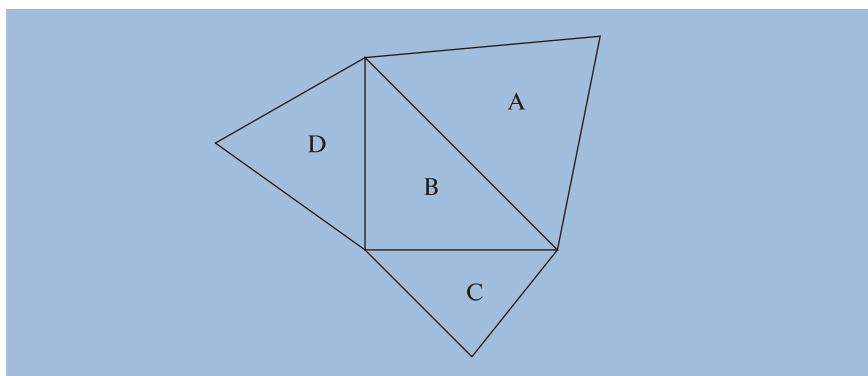
**Задача 7.** Найти  $\min(x + y)$  в области, заданной неравенством  $y \geq |x - 2| + |x + 2| + x$ .

**Задача 8.** Решите неравенство:  $x^{\frac{\lg x + 5}{3}} \geq 10^{5 + \lg x}$ .

**Задача 9.** Из точки  $P(x; x^2)$  параболы  $y = x^2$  опущены перпендикуляры на оси координат. Убедитесь в том, что площадь прямоугольника, образованного этими перпендикулярами и осями координат, делится параболой в отношении 1 : 2, считая от оси абсцисс.

**Задача 10.** На рисунке изображены четыре треугольника с площадями  $A, B, C, D$ . Треугольник с площадью  $B$  – прямоугольный, остальные – равносторонние. Проверьте, какое из равенств верно:

- 1)  $C + D = A$ ;
- 2)  $C^2 + D^2 = A^2$ ;
- 3)  $A + C + D = B$ ;
- 4)  $D + C = A\sqrt{2}$ .



**Задания по математике подготовили:**  
**О.А.Клименкова, Е.Ю.Князева, М.Н.Кузнецова, А.Ф.Пенкин,**  
**А.Н.Рамина, О.М.Сладкова**

## Экономика

### Девятый класс

**Задача 1.** Предложение елочных игрушек задано уравнением:  $Q_s = 50 + P$ . Определите, сколько будет продано елочных игрушек по цене 200 руб., если потребитель покупает товар при цене менее 250 руб., а цена равновесия равна 150 руб. Ответ проиллюстрируйте графически.

#### Решение

Функция спроса имеет вид:  $Q_d = a - bP$ . Так как потребитель готов покупать продукцию по цене менее 250 руб., можно сделать вывод, что при цене

$$P = 250.$$

$$Q = 0.$$

$$P = 150.$$

$$Q_s = 50 + 150 = 200.$$

$$Q_s = Q_d.$$

$$Q_d = 200.$$

$$0 = a - 250b.$$

$$200 = a - 150b.$$

$$200 = 100b.$$

$$b = 2.$$

$$a = 500.$$

$$Q_d = 500 - 2P.$$

$$Q = 500 - 2 \times 200 = 100.$$

**Ответ.** По цене 200 руб. будет продано 100 елочных игрушек.

**Задача 2.** В мае вы планируете купить велосипед. На 1 декабря его стоимость составляет 10 тыс. руб. Сколько будет стоить велосипед в мае, если, по прогнозам экспертов, инфляция в месяц будет составлять 2%, а изменение цены велосипедов соответствует темпу инфляции.

#### Решение

$$10\,000 \times (1 + 0,02)^5 = 10000 \times 1,1041 = 11041.$$

**Ответ.** В мае велосипед будет стоить 11 041 руб.

**Задача 3.** Постоянные затраты на производство продукции включают в себя арендную плату, заработную плату администрации и обслуживающего персонала. Постоянные затраты не меняются при изменении выпуска. Заработная плата работника, занятого в производстве, составляет 0,1% постоянных затрат. Для производства 100 единиц товара необходимы два работника. Стоимость сырья для единицы продукции равна половине затрат на зарплату. Определите величину общих затрат на производство 100 тыс. единиц товара, если производство 10 тыс. обходится в 2600 тыс. руб.

**Решение**

1.  $0,1\% \times 2 / 100 = 0,002\%$  постоянных затрат – оплата труда при производстве единицы продукции.
2.  $0,002\% / 2 = 0,001\%$  постоянных затрат – затраты на сырье при производстве единицы продукции.
3.  $TC(10\ 000) = 0,003\% \times 10\ 000 + 100\% = 130\%$  постоянных затрат.
4.  $130\% = 2\ 600\ 000$  руб.  $\Rightarrow FC = 2\ 000\ 000$ .
5.  $AVC = 60$  руб.
6.  $TC(100\ 000) = 60 \times 100\ 000 + 2\ 000\ 000 = 8\ 000\ 000$ .

**Ответ.** Общие затраты на производство 100 тыс. единиц товара составят 8 млн руб.

**Десятый класс**

**Задача 1.** Вы производите валенки. Кривая предложения валенок:  $Q_s = -200 + 3P$ . Эластичность спроса по доходу на валенки равна  $(-0,5)$ . Какое решение вы должны принять относительно цены и объема производства, если, по прогнозам экспертов, доходы населения снизятся на 10%. В настоящее время цена валенок составляет 400 руб. Ответ проиллюстрируйте графически. (Ответ округлите до целых.)

**Решение**

Определим, сколько валенок продается по цене 400 руб./ед.:

$$P = 400.$$

$$Q = -200 + 3 \times 400 = 1000.$$

$$E_I = \frac{\Delta Q\%}{\Delta I\%}.$$

Зная эластичность спроса по доходу и изменение дохода, можно определить, на сколько процентов изменится  $Q$ . Коэффициент эластичности отрицательный, следовательно валенки – инфериорный товар, и при снижении доходов потребителей спрос на валенки вырастет.

$$E_I = -0,5.$$

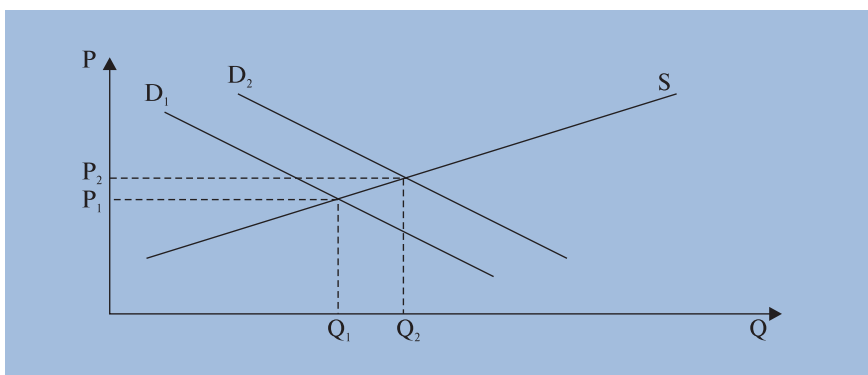
$$\Delta Q = -0,5 \times (-10\%) = 5\%.$$

$$Q_2 = 1000 \times 1,05 = 1050.$$

$$1050 = -200 + 3 \times P.$$

$$3 \times P = 1250.$$

$$P = 417 \text{ руб.}$$

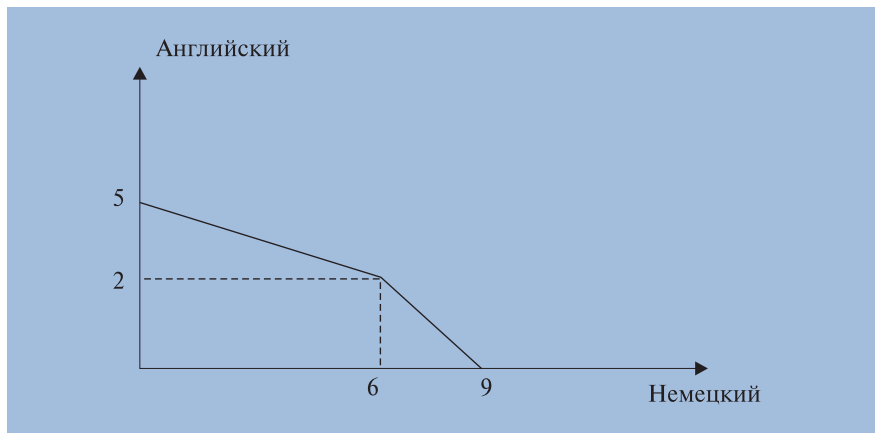


**Ответ.** Объем производства составит 1050 пар, а цена пары – 417 руб.

**Задача 2.** Вы вместе с другом переводите тексты с немецкого и английского языков. Вы тратите 20 минут на перевод одной страницы с английского языка и 10 минут – на перевод одной страницы с немецкого языка. Ваш друг – 30 и 20 минут соответственно. Сколько страниц вы сможете перевести с немецкого и английского языков, рационально распределив обязанности, если у вас в распоряжении только один час? Ответ проиллюстрируйте графически.

### Решение

Определим, сколько страниц можете перевести вы и ваш друг за один час. Вы за один час можете перевести или три страницы с английского языка, или шесть страниц с немецкого языка. Ваш друг может перевести две страницы с немецкого языка или три страницы с английского языка. Распределив обязанности, вам выгодно переводить с немецкого языка, а вашему другу – с английского.



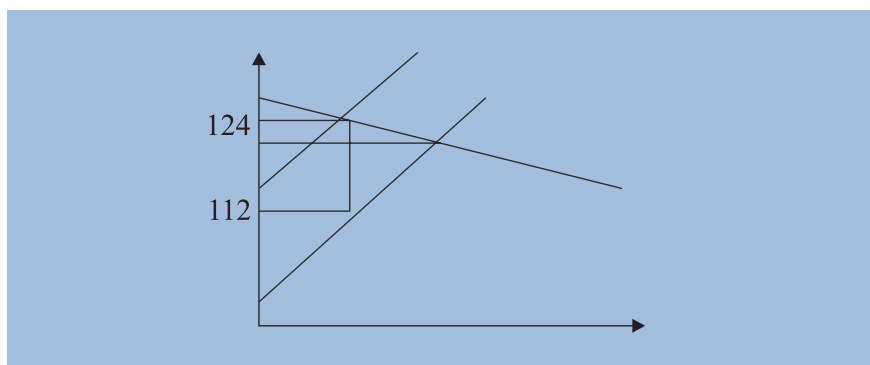
**Ответ.** При рациональном распределении обязанностей будет переведено две страницы с английского и шесть страниц с немецкого языка.

**Задача 3.** Восстановите первоначальные функции спроса и предложения, если в результате введения потоварного налога, размер которого равен 10% равновесной цены, объем продаж сократился с 400 тыс. до 360 тыс. штук, общественные потери составили 240, а налоговое бремя покупателя оказалось в два раза меньше налогового бремени продавца. Функции спроса и предложения линейны. Ответ проиллюстрируйте графически.

### Решение

1. Так как налоговое бремя покупателя в два раза меньше налогового бремени продавца, угол наклона кривой спроса в два раза меньше наклона кривой предложения.

$$2. t = 240 / (400 - 360) \times 2 = 12 \Rightarrow Pe = 120.$$



3. Функция спроса:

$$360 = a - 124b.$$

$$400 = a - 120b.$$

$$\Rightarrow Qd = 1600 - 10p.$$

4. Функция предложения:

$$360 = c + 112d.$$

$$400 = c + 120d.$$

$$\Rightarrow Qs = 5p - 200.$$

**Ответ.**  $Qd = 1600 - 10p$ .  $Qs = 5p - 200$ .

## Одиннадцатый класс

**Задача 1.** Постройте кривую Лоренца для экономики, в которой доход распределен следующим образом: каждая из пяти групп населения (20%) получает доход на 100% больше предыдущей.

### Решение

$X$  – доход самой низкодоходной группы, %.

Суммарный доход:  $X + 2X + 4X + 8X + 16X = 31X$ .

$31X - 100\% \Rightarrow X = 100 / 31 = 3,23$  (%).

Доходы распределены следующим образом:

Первая группа – 3,23%.

Вторая группа – 6,47%.

Третья группа – 12,9%.

Четвертая группа – 25,8%.

Пятая группа – 51,6%.

Координаты кривой Лоренца:

20% – 3,23%.

40% – 9,7%.

60% – 22,6%.

80% – 48,4%.

100% – 100%.



**Задача 2.** Спрос на продукцию монополиста задан функцией:  $Qd = 100 - 0,1P$ , где  $P$  – цена, руб.;  $Q$  – количество, тыс. шт. Общие затраты:  $TC = 40Q + 2Q^2 + 10\,000$ . Фирма провела рекламную кампанию, которая увеличила величину спроса при каждой цене на 25%. Бюджет рекламной кампании составил 500 тыс. руб. Как изменилась прибыль? Ответ проиллюстрируйте графически.

**Решение**

1.  $Qd_1 = 100 - 0,1P \Rightarrow P_1 = 1000 - 10Q \Rightarrow MR_1 = 1000 - 20Q$ .
2.  $Qd_2 = 125 - 0,125P \Rightarrow P_2 = 1000 - 8Q \Rightarrow MR_2 = 1000 - 16Q$ .
3.  $MC = 40 + 4Q$ .
4.  $MR_1 = MC \Rightarrow 1000 - 20Q = 40 + 4Q \Rightarrow 960 = 24Q \Rightarrow Q_1 = 40$ .
5.  $MR_2 = MC \Rightarrow 1000 - 16Q = 40 + 4Q \Rightarrow 960 = 20Q \Rightarrow Q_2 = 48$ .
6.  $TR_1 = 600 \times 40 = 24\,000$  тыс. руб.
7.  $TR_2 = 616 \times 48 = 29\,568$  тыс. руб.
8.  $TC_1 = 14\,800$  тыс. руб.
9.  $TC_2 = 40Q + 2Q^2 + 10\,500 = 17\,028$  тыс. руб.
10.  $\pi_1 = 9200$  тыс. руб.
11.  $\pi_2 = 12\,540$  тыс. руб.

**Ответ.** Прибыль выросла на 3340 тыс. руб.

**Задача 3.** Какой можно сделать прогноз на будущий год относительно темпов инфляции, если за три года реальный ВВП вырос на 19,1%, номинальный составил 292 820 000 тыс. денежных единиц по сравнению с 200 млрд денежных единиц четыре года назад, а среднегодовые темпы роста этих показателей не изменятся? (Ответ округляйте до десятых долей процента.)

**Решение**

1.  $(119,1)^{1/3} = 1,06$  – среднегодовой темп роста реального ВВП.
2.  $292\,820\,000 / 200\,000\,000 = 1,46410$ .
3.  $(1,46410)^{1/4} = 1,1$  – среднегодовой темп роста номинального ВВП.
4.  $1,1 / 1,06 = 1,038$  – ожидаемый уровень цен.

**Ответ.** Ожидаемый темп инфляции – 3,8%.

## ВТОРОЙ ТУР

### Экономика

#### Девятый класс

Проанализируйте ситуацию, сложившуюся на рынке табачных изделий.

**Задание для первой группы**

Вы являетесь представителем производителей табачных изделий. Дайте свою оценку ситуации на рынке, выскажите аргументы «за» и «против» действий, предпринимаемых фирмами и государством.

### **Задание для второй группы**

Вы являетесь представителем Общественной палаты. Дайте свою оценку ситуации на рынке, выскажите аргументы «за» и «против» действий, предпринимаемых фирмами и государством.

При ответе должны быть использованы экономические термины и соответствующие графические модели. Все утверждения и оценочные суждения должны быть подкреплены фактами, изложенными в тексте. Если вам известна дополнительная информация по данному вопросу, используйте ее в ваших ответах.

---

### **Крупным рекламодателям придется несладко**

...новая редакция закона «О рекламе» полностью запрещает рекламу табачных изделий в «наружке».

28.12.05

На сегодняшний день изгнанная с телевидения реклама сигарет занимает третье место в списке товарных категорий, рекламируемых на уличных щитах.

<http://www.product-placement.ru/>

---

### **Сигареты уйдут с билбордов**

Член Совета Федерации Андрей Ищук внес в Госдуму законопроект, предусматривающий полный запрет рекламы табачных изделий и курительных принадлежностей. Распространители рекламы считают, что это приведет к потере трети рынка. В пояснительной записке к законопроекту, поступившей в распоряжение dp.ru, Андрей Ищук сообщает, что запрет рекламы сигарет позволит сохранить жизни десятков и даже сотен тысяч россиян. В своем заявлении член Совета Федерации ссылается на данные Всемирной организации здравоохранения, свидетельствующие, что сейчас в России 50 – 60% мужчин – регулярные курильщики. Курят более 10% женщин. Среди старшекласников и учащихся табак употребляют уже 53% юношей и 28% девушек. Разработчик законопроекта предлагает также ужесточить требования к площади размещаемых предупреждающих надписей о вреде курения на пачках сигарет. По мнению Андрея Ищука, общую площадь таких надписей необходимо увеличить с 4 до 50% поверхности пачки. «Табачные компании – одни из самых активных рекламодателей. Если ввести полный запрет, это затронет 20 – 30% рынка наружной рекламы», – считает старший менеджер отдела продаж корпорации «Руан», специализирующейся по наружной рекламе, Денис Головатый. Сейчас в Госдуме рассматривается законопроект, который в случае его принятия ударит и по самим курильщикам. Согласно этому документу, владельцев кафе, ресторанов и развлекательных центров обяжут поделить территорию заведений на зоны для курящих и некурящих или вообще запретить клиентам курить.

[www.dp.ru](http://www.dp.ru)

---

### **Реклама в метро стала недоступной. Табак выкупил все места**

Закон «О рекламе» с 1 января 2007 года ввел полный запрет на использование наружной рекламы для табака и табачных изделий. По данным исследовательской компании «ЭСПАР-Аналитик», на табачную рекламу в «наружке» приходилось 6% всего рынка (в Москве – 5%), или 60 – 70 млн долл. ...С другой стороны, производители табачных изделий еще до принятия закона «О рекламе» знали, что будут вводиться серьезные ограничения, и уже тогда старались диверсифицировать свои маркетинговые бюджеты. «...затраты табачных компаний на все виды продвижения, возможные в розничной торговле (рекламное и торговое оборудование, размещение на мультимедийных экранах, промоушн), увеличились на 40 – 50%. Компании стали больше тратить на рекламу в аэропортах, бизнес-центрах, HoReCa (отели, рестораны, кафе)», – уточняет г-н Костомаров (вице-президента «Media Arts Group» по маркетинговому сервису).

Готовятся к увеличению количества табачной рекламы и в торговых сетях. При этом магазины планируют повысить стоимость за выкладку сигарет на своих полках...

Помимо ...печатных СМИ, где закон разрешает размещать рекламу табачных изделий, табачные компании используют и рекламу в метрополитене. Коммерческий директор компании «Олимп» (размещает рекламу в московском метро) Альберт Теплицкий считает размещение рекламы табака в подземке вполне законным. «Законодательство не запрещает табачную рекламу на щитах, лайтбоксах, путевых стенах и других конструкциях, установленных вне подвижного состава, подземных и наземных транспортных магистралях», – объясняет г-н Теплицкий. Однако в московском управлении антимонопольной службы отмечают, что не уверены в законности размещения рекламы в метро и планируют изучить эту проблему.

<http://www.admos.ru/>

---

### **Подарок для курильщиков: сигареты подешевеют**

В ближайшее время цены на табачную продукцию упадут. Это случится сразу после того, как остатки табака, выпущенного в 2006 году, будут проданы. Ставка табачного акциза теперь привязана к максимальной розничной цене, которую табачные фабрики с начала года обязаны указывать на пачках сигарет. Как сообщает Point.ru, ставки акциза составляют 100 тыс. руб. за тысячу сигарет с фильтром плюс 5% максимальной розничной цены. Для сигарет без фильтра ставки составят 45 тыс. руб. за тысячу штук плюс 5%. Пять крупнейших производителей сигарет – Philip Morris, British American Tobacco, Japan Tobacco International, Gallaher Ligget-Ducat и Imperial Tobacco – уже определили цены на самые известные марки. Стоимость пачки упала в среднем на 10%. Магазины не будут иметь право продавать сигареты по ценам, которые превышают установленные.

<http://www.profile.ru/>

### **Акционеры закрыли табачную фабрику**

Вчера акционеры ОАО «Бийская табачная фабрика» (БТФ) приняли решение закрыть предприятие. В компании считают, что подобная судьба ждет большинство российских производителей. Это связано с новыми требованиями, которые предъявлены к производителям дешевого табака с 1 января 2007 года.

*Коммерсант (Новосибирск), 24.01.07*

## **Десятый класс**

Проанализируйте ситуацию, сложившуюся на рынке сотовой связи.

### **Задание для первой группы**

Выскажите аргументы в поддержку методов конкурентной борьбы, используемых компанией «Теле2» на рынке сотовой связи.

### **Задание для второй группы**

Выскажите аргументы против методов конкурентной борьбы, используемых компанией «Теле2» на рынке сотовой связи.

При ответе должны быть использованы экономические термины и соответствующие графические модели. Все утверждения и оценочные суждения должны быть подкреплены фактами, изложенными в тексте. Если вам известна дополнительная информация по данному вопросу, используйте ее в ваших ответах.

---

### **Тройка с плюсом**

Федеральная антимонопольная служба с подозрением относится к рекламе, в которой кто-либо объявляет себя лидером в какой-то области. Сотовая компания «Tele2 Россия» – «дочка» шведской телекоммуникационной группы «Tele2» – один из самых любимых клиентов инспекторов ФАС. Ее слоган «Всегда дешевле!» не раз становился причиной антимонопольных разбирательств. Но «Tele2» не собирается менять свою рекламную стратегию. Обязывает формат, в котором она работает, – сотовый дискаунтер.

«Стратегию продвижения пришлось менять буквально на ходу», – говорит Стенберг. «Tele2» нигде больше не приходится продавать свои контракты «в одном магазине с конкурентами», то есть через дилерские сети. «Сначала мы по привычке подключали абонентов через собственные офисы, – вспоминает Стенберг. – В регионах клиенты были в основном корпоративные, в массовых розничных продажах не было необходимости». Но вскоре торговля сотовыми контрактами превратилась в такое же обыденное занятие, как продажа картошки. И вот тогда-то «Tele2» как раз и пригодилась концепция дискаунтера, которую она с успехом использовала в других странах.

В чем суть метода «Tele2»? В скорости и гибкости. «Мы больше сфокусированы на местных особенностях, – говорит Стенберг. – Кроме того, мы быстрее вводим новые тарифы. Если федеральные операторы начинают новую кампанию, мы выставляем ответное предложение буквально через несколько дней.»

В отличие от федеральных операторов, чьи рекламные кампании часто направлены на усиление позиций самого бренда, шведы без обиняков рассказывают о дешевизне своих услуг. По словам Стенберга, для каждого региона разрабатывается своя уникальная рекламная кампания, в которой фигурируют конкретные расценки. «Это важное преимущество», – уверен глава «Tele2 Россия».

Когда «Tele2» только начинала работать в России, никто не верил, что компания сможет долго удерживать такие цены. Когда «Tele2» зашла в Нижний Новгород в 2003 году, представители МТС заявили газетам, что шведы не смогут удерживать цены на внутрисетевые звонки на уровне 0,01 долл. более полугода. Прошло три года, и в четырех из пяти тарифов оператора, действующих в этом регионе, внутрисетевые звонки либо бесплатны, либо стоят дешевле 25 коп. за минуту.

«У нас нет задачи наращивать число регионов присутствия во что бы то ни стало», – говорит Стенберг. Он готов заняться укреплением уже имеющихся позиций. «Большая тройка» постепенно сокращает инвестиции в развитие инфраструктуры в России, а «Tele2» наращивает. «В этом году мы вложили в два раза больше, чем в прошлом, и в 2007 году вложим как минимум столько же», – утверждает глава «Tele2 Россия». Впрочем, точные цифры он не называет. В отчете «Tele2» сказано лишь, что капвложения в Россию и Прибалтику за первые девять месяцев этого года составили 1,8 млрд крон. Это и есть сюрприз, который «Tele2» готовит конкурентам. Нишевый оператор собирается биться за потребителя на самом что ни на есть традиционном поле – повышая качество связи. На модные нынче дополнительные сервисы Стенберг решил махнуть рукой: «Наш абонент не тратит такую-то сумму на голосовые услуги, а такую-то – на дополнительные. Чем больше он тратит на сервисы, тем меньше говорит».

В Швеции «Tele2» активно занимается проводной связью и Интернетом, а на мобильную связь приходится лишь треть выручки группы. Но «Tele2 Россия» пока ничем таким заниматься не собирается. «Может быть, лет через пять», – пожимает плечами Стенберг. Сейчас его мысли заняты очередной рекламной кампанией. В ней фигурируют мафиози. Только они, по мнению шведа, знают, что сколько стоит, и никогда не переплачивают за товары и услуги.

№ 40 (40) 18 декабря 2006 года

### **Враги застоя**

Простейший способ повергнуть конкурентов в шок и трепет – выйти на рынок с самыми низкими ценами. Легко сказать, конечно. Завоевать долю на сотовом рынке, где безраздельно господствуют «ВымпелКом», «МегаФон» и МТС, совсем не так легко. В «большой сотовой тройке» говорят, что с ценовыми войнами у них покончено, настало время печься о силе бренда, лояльности абонентов, дополнительных услугах и т.д.

Шведский сотовый оператор «Tele2», тем не менее, решился установить стоимость минуты разговора во многих тарифах в разы ниже, чем у трех лидеров рынка. Шведы не дают рекламы на центральных телеканалах, а в местной прессе пропагандируют не бренд «Tele2»,

а дешевизну услуг. «Самые низкие цены – вот лучший способ получить лояльных пользователей», – уверяет Карл-Магнус Стенберг, глава «Tele2 Россия».

Еще недавно трудно было себе представить, что местный оператор, работающий всего в 19 регионах, сможет конкурировать с федеральными игроками. Рыночная доля компаний, не входящих в «большую тройку», до конца 2005 года постоянно снижалась и достигла 11%. Но сейчас она уже 15% и, как прогнозирует гендиректор «ВымпелКом» Александр Изосимов, вскоре может превысить 20%. По данным AC&M-Consulting, местные операторы в минувшем ноябре подключили 35,8% всех новых абонентов в стране – гораздо больше, чем любой из операторов «тройки». Половину подключений местных операторов обеспечила «Tele2», на долю которой приходится уже более 4% всех абонентов.

Конечно, с политикой «самых дешевых» звонков не может быть речи о такой же рентабельности, как у лидеров рынка. Рентабельность «Tele2» по EBITDA по операциям в России (27,8% в III квартале) вдвое ниже, чем у федеральных операторов. Но для шведского дискаунтера, чья маржа в целом по группе компаний равна 13%, это приличный результат.

Летом «Tele2» приобрела четырех региональных сотовых операторов у американской «MCT Corp.» и не скрывает, что заинтересована в дальнейших приобретениях. Известно, что шведы давно ведут переговоры с группой СМАРТС, шестым по количеству абонентов российским оператором. «С такими темпами роста, – говорит аналитик «AC&M-Consulting» Антон Погребинский, – «Tele2» через год-два составит серьезную конкуренцию федеральным операторам уже в масштабе России, а не только в отдельных регионах.»

§ 41 (41) 25 декабря 2006 года

---

Дискаунтер – магазин с узким ассортиментом и минимальным набором услуг для покупателей, достаточно низкими ценами. Управление дискаунтером направлено на снижение издержек за счет минималистского исполнения торгового зала, упрощенной выкладки товаров, снижения количества работающего персонала, ограничения ассортимента, который должен продаваться достаточно большими партиями за счет низких цен.

## Одиннадцатый класс

Проанализируйте ситуацию, сложившуюся на московском рынке труда.

### **Задание для первой группы**

Выскажите аргументы «за» и «против» привлечения иностранной рабочей силы с позиций представителей бизнеса Москвы.

### **Задание для второй группы**

Выскажите аргументы «за» и «против» привлечения иностранной рабочей силы с позиций жителей Москвы.

---

### **Задание для третьей группы**

Выскажите аргументы «за» и «против» привлечения иностранной рабочей силы с позиций экономистов.

При ответе должны быть использованы экономические термины и соответствующие графические модели. Все утверждения и оценочные суждения должны быть подкреплены фактами, изложенными в тексте. Если вам известна дополнительная информация по данному вопросу, используйте ее в ваших ответах.

---

### **В мире отмечается Международный день мигрантов**

В мире отмечается Международный день мигрантов. Международный день мигрантов провозглашен Генеральной Ассамблеей ООН 4 декабря 2000 года по рекомендации Экономического и Социального Совета; в этот день в 1990 году была принята Международная конвенция о защите прав всех трудящихся-мигрантов и членов их семей. Каждый 35-й человек в мире сегодня является мигрантом, то есть живет и работает не в своей стране. Международный день мигрантов дает возможность признать большой вклад, который эти люди вносили на протяжении столетий в экономическое, социальное и культурное развитие всех стран мира и продолжают делать это сегодня. В последние годы растет интерес к взаимным и согласованным действиям в сфере миграции, о чем свидетельствует появление нескольких консультативных процессов, таких как Глобальная комиссия по международной миграции. Проблема миграции в мире занимается Международная организация по миграции (МОМ), созданная в 1989 году на базе межправительственного комитета по миграции. Членами МОМ является 91 государство, 36 стран имеют статус наблюдателя. В России пик миграции наблюдался в 1994 году, а начиная с 1998 – 1999 годов процесс пошел на спад. Сейчас в России осталось всего несколько центров, куда продолжается миграция: помимо Москвы и Санкт-Петербурга, это Тюменская область, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий АО, Краснодарский и Ставропольский края, Ростов-на-Дону и Белгородская область.

*РИА Новости  
2004 – 2005 Nashbryansk.ru  
ИА «Город\_24»*

---

### **Миграционные новации и кадровый голод России**

На минувшей неделе (15.01 – 21.01.07) особое внимание СМИ было уделено воплощению в жизнь миграционных новаций России. Эта тема главным образом касается приезжих из Средней Азии.

СМИ отмечали, что уже со следующего года в России начнется устойчивое снижение численности трудоспособного населения. Демографический кризис, в свою очередь, приведет к замедлению экономического роста. Журналисты отмечают, что целью для России сейчас должна стать максимальная легализация и облегчение трудовой миграции, чтобы в страну было удобно приезжать на короткое



время. Вместо этого Россия прибегла к дискриминационной мере, ограничивающей долю мигрантов (причем легальных) на рынках до 40%. После введения новых правил для регулирования миграционных потоков в СМИ появилась информация о негативном влиянии новшеств на экономическую ситуацию в стране. В частности, предприимчивые работники рынков (мигранты) отработывают такую схему: находят других реализаторов – граждан РФ. К тому же ожидается существенный рост цен на продукты: торговцы перед отъездом домой продадут фрукты перекупщикам, а те установят новые цены.

<http://www.regnum.ru/news/>

### В.Путин «Главное – сбережение народа»

Что касается совершенствования миграционной политики, то приоритетом здесь остается привлечение из-за рубежа наших соотечественников. При этом необходимо все больше стимулировать приток в страну квалифицированной миграции – людей образованных и законопослушных. Переезжающие в Россию люди должны с уважением относиться к российской культуре, к нашим национальным традициям.

*Из ежегодного Послания Федеральному собранию  
Российской Федерации, 10 мая 2006 года*

## Статистические данные по рынку труда города Москва

Таблица 1

### Показатели экономической активности населения (на конец месяца), тыс. человек

Показатель	Август
ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНОЕ НАСЕЛЕНИЕ	6309,7
<i>Из них:</i>	
Занятые	6225,7
Процент от численности экономически активного населения	98,7
Безработные	84
Уровень общей безработицы (по методологии МОТ), %	1,3
Зарегистрированные безработные	33,1
Уровень регистрируемой безработицы, %	0,52

Таблица 2

### Отраслевой состав безработных по последнему месту работы (на 01.10.06), человек

ВСЕГО	30509
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ	6631
ТРАНСПОРТ И СВЯЗЬ	2326
СТРОИТЕЛЬСТВО	1784



Торговля и общественное питание	6382
Жилищно-коммунальное хозяйство	1053
Бытовое обслуживание населения	1326
Здравоохранение и социальное обеспечение	1397
Образование и культура	2738
Наука и научное обслуживание	922
Финансы, кредит, страхование	846
Управление	904
Прочие	4200

Таблица 3

**Выдача заключений о целесообразности привлечения иностранной рабочей силы (девять месяцев 2006 года)**

Показатель	
Количество организаций, получивших заключения, ед.	8283
Численность иностранных работников по выданным заключениям, человек	146 241
<i>В том числе</i>	
<i>по странам</i>	
Ближнего зарубежья	54 990
<i>из них:</i>	
Таджикистан	8251
Грузия	1304
Туркмения	390
Балтии	497
Дальнего зарубежья	90 754
<i>из них:</i>	
Китай	28 373
Вьетнам	24 221
<i>по отраслям</i>	
<i>в том числе:</i>	
Строительство	46 003
Торговля и общественное питание	67 861
Промышленность	77 58
Транспорт и связь	6381
Другие	18 238

Таблица 4

**Вакансии по укрупненным группам профессий  
(банк вакансий Московской службы занятости, декабрь 2006 года)**

НАИМЕНОВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО, ЕДИНИЦ	НАИМЕНОВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО, ЕДИНИЦ
<b>Руководители</b>		<b>Служащие (технические исполнители)</b>	
Директор, главный руководитель	593	Агент	1572
Руководитель подразделения (отдел, цех, участок и т.д.)	1244	Страховой	656
		Военнослужащий	301
Мастер, прораб	1128	Делопроизводитель	92
<b>Специалисты</b>		Кассир	447
Администратор	355	Контролер билетов	45
Архитектор	128	Младший медперсонал	39
Библиотекарь	75	Милиционер	4286
Бухгалтер	994	Охранник	2562
Воспитатель	966	Секретарь	403
Врач	2106	Экспедитор	161
Диспетчер	128	<b>Рабочие</b>	
Инженер	4377	Арматурщик, бетонщик	2697
Конструктор	829	Водитель автотранспорта	10 357
Технолог	428	Грузчик, подсобный рабочий	8011
Строитель	86	Дворник	2536
Программист	148	Дорожный рабочий	777
Проектировщик	313	Каменщик	3190
Электроник	185	Курьер	568
Инспектор	1260	Маляр	2568
Инструктор	91	Монтажник	1550
Консультант	415	Облицовщик-плиточник	1223
Лаборант	278	Официант	1601
Медицинская сестра	2647	Повар	2396
Менеджер	2813	Пожарный	762
<i>В торговле</i>	175	Продавец	6190
<i>В коммерческой деятельности</i>	200	<i>Непродовольственных товаров</i>	1730
<i>По рекламе</i>	108	Рабочий по благоустройству	620
<i>По продажам</i>	476	Санитарка	928
Мерчендайзер	291	Слесарь-ремонтник	3289
Механик	569	Слесарь-сантехник	2628
Налоговый инспектор	114	Слесарь механосборочных работ	1109
Научный сотрудник	134	Столяр, плотник	2776
Педагог, преподаватель	591	Токарь	1116
Провизор, фармацевт	460	Уборщик помещений	3533
Программист	130	Швея	847

НАИМЕНОВАНИЕ	Количество, единиц	НАИМЕНОВАНИЕ	Количество, единиц
ТЕХНИК	427	ШТУКАТУР	1905
УЧИТЕЛЬ	162	ФРЕЗЕРОВЩИК	730
ЭКОНОМИСТ	250	ЭЛЕКТРОГАЗОСВАРЩИК	2830
ЭЛЕКТРИК	77	ЭЛЕКТРОМОНТАЖНИК	580
ЮРИСКОНСУЛЬТ	130	ЭЛЕКТРОМОНТЕР	2194

Источник: <http://www.labor.ru/>

**Задания по экономике подготовили:  
Е.В.Вагина, Н.П.Забродина, Ю.Н.Корлюгова**



УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ, ЖДЕМ ОТ ВАС СООБЩЕНИЙ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ!  
E-MAIL: NNKALININA@YANDEX.RU