



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

Вариант _____

Место проведения Москва
город

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА

Олимпиада школьников Ломоносов
наименование олимпиады

по физико-математическому
профиль олимпиады

Набатовой Валерии Евгеньевны
фамилия, имя, отчество участника (в родительном падеже)

Дата

«16» февраля 2025 года

Подпись участника

А.А.

[Чинновик]

Задание 1

Вариант 3

78

(семьдесят восемь)

Вархотов ИТ. А.

- Строчка 1: миты - гашине
- Строчка 4: равешити - итудовити
- Строчка 6: 18 лет - 16 лет
- Строчка 9: совершеннолетних - несовершеннолетних
- Строчка 11: лоский - боли

Задание 2

Вариант 4

- А) 7. шинае
- Б) 18. омпония
- В) 9. болное
- Г) 12. оулаковое
- Д) 8. монополия
- Е) 11. шизикали
- Ж) 16. артила
- З) 14. коммерскае
- И) 17. дискриминация
- К) 5. покупатели

Задание 3

Вариант 5

Как бы в определении деж. значимки потребления и производства в экономике?

Потребление и производство - одни из важнейших стадий экономического процесса, поскольку их характер позволяет вводить различные критерии для ~~определения~~ ^{деж.} определения типа экономической системы, сложившейся в обществе. Проанализировать значимки потребления и производства можно в контексте рыночной и плановой (командно-административной) экономики.

Для начала рассмотрим 1-ю точку зрения, а именно соотношение производства и потребления в условиях

рынка. Как известно, главной или экономической сущности
обладает рядом признаков: свободное ценообразо-
вание, конкуренция производителей, наличие частной собст-
венности на средства производства, свободное предпри-
имательство. Рыночная экономика регулируется механиз-
мами спроса и предложения, что уже свидетельствует о том,
что между знаковой потребностью, обусловленной ^{его} спросом
на товар или услугу, и производством (которое зависит от
предложения) существует взаимосвязь.

Во-первых, чем удачей производитель реализует рекламную
кампанию своего товара (услуги), тем большим спросом он
будет пользоваться у покупателей. В XXI веке знаменитое
многие страны постепенно переходят на потребительскую
стадию развития общества, характеризующуюся
высоким уровнем развития СМИ и информационных техно-
логий (по Беллу). СМИ и реклама формируют общество
потребления, конкуренция которого отражается в работах
философов Франкфуртской школы (Т. Маркузе, А. Адорно, Х. Оркхай-
мер). В этом обществе развивается в культуре демонстра-
ционное потребление и ~~постоянное~~ приобретение вещей, обусловлен-
ное активными маркетинговыми стратегиями, которые
навязывают людям вкус, образ жизни, предпочтения. В таких
условиях люди стали склонны к демонстрационному пот-
реблению, чем которого не непосредственное увеличение
полезных свойств товара, а следование определенной моде
и демонстрация своей принадлежности к определенной
классу (по Маркузе). В качестве примера общества потребления
можно привести все ^{высокоразвитые} страны, активно вовлеченные
в процесс глобализации (т.е. процесс интеграции между
гос-вами). Характерной чертой этого процесса является
усиление роли транснациональных ^(напр. Nike, Adidas) корпораций, которые
задают основные тенденции потребления и формируют
потребительские предпочтения.

Во-вторых, всезнающее потребление и производства
выражается в том, что рынок - это не просто рынок, в котором

производителям могут [Читовики]
 широко гарантироваться по изменяющемуся спросу. В качестве контр-
 примера (для иллюстрации неспособности производителей поспевать
 за предложениями покупателей) можно вспомнить экономический
 кризис в США (Великую депрессию). За этот кризис перепроизвод-
 ства и "перепрода" экономики цен на товары много увеличилось,
 что привело к инфляции и обесцениванию сбережений потре-
 бителей (люди даже обменивали деньги домов денежными купю-
 рами, т.к. это было выгодней, нежели покупать овец). Реше-
 ние экономического кризиса было предложено Кейнсом: его идея
 заключалась в том, чтобы увеличить гос. контроль над эконо-
 микой (кейнсианство), а следовательно, стабилизировать и
 урегулировать экономическую ситуацию в стране.

Теперь же можно перейти к рассмотрению взаимоотноше-
 ний производителя и потребителя в условиях командной эконо-
 мики. Её основные признаки следующие: государственная
 собственность на все средства производства, директивное
 ценообразование, контроль гос-ва над процессом производства
 (т.е. все экономические власти соответствуют заранее состав-
 ленному плану), отсутствию свободной предпринимательской
 деятельности (подавление частного сектора экономики в
 целом). Раз гос-во само определяет, что, как и сколько произ-
 водить, то потребительский спрос, желания и вкусы по-
 требителей в целом не учитываются. Для такой системы
 характерно производство однородных товаров (занимать
 посредническую функцию), отсутствию разнообразия эконо-
 мических благ (т.к. производитель один - гос-во), использо-
 вание устаревших технологий на протяжении значительного
 периода времени (т.к. внедрение новой техники требует
 крупных изменений во всем производстве, а в плановой
 экономике это тяжелее осуществить), а также неспособность
 оперативно гарантироваться под конъюнктуру рынка и
 зафиксировать изменения в предложениях покупателей.

Например, такая экономическая система существовала в
 СССР, идеология которой основывалась на марксизме-лени-
 низме. Близ ^{этого} учение заключалось в том, чтобы полностью
 уничтожить частную собственность (т.к. она восприни-
 малась как главное средство угнетения рабочего класса),
 воздвигать однородное бесклассовое общ-во, а для этого
 предельно государственное вмешательство в экономику

Чистовик

и установление контроля над производством. В конечном итоге, плановая экономика СССР не прошла проверку на жизнеспособность, и подтверждение тому - экономический кризис в 90-е годы XX века. Одной из причин кризиса было упомянутое выше отсутствие связи и консенсуса между спросом и предложением (т.е. между потреблением и производством).

Подводя итог, можно сказать, во-первых о том, насколько важную роль играет взаимодействие между потреблением и производством. На основе исторических примеров можно убедиться в том, что "автономное" производство (т.е. игнорирующее потребительские запросы) не приведёт к положительному исходу и экономическому процветанию. Наиболее эффективной формой оказывается рыночная система с механизмом спроса и предложения, которые в то же время допускают минимальное гос. вмешательство; например, с целью сглаживания соц. неравенства за счёт перераспределения доходов, ликвидации внешних эффектов рынка (загрязнение окружающей среды), а также противодействия монополии и обеспечения правопорядка в предпринимательской сфере.

Кертовик

Как бы бы определяли через рыночные посредники и производителей в экономике?

① 1-я точка зрения: Силь Шер; рыночная экономика с регуляторами и без спроса и предложения. Посредники опер. тенденции произ-ва на основе личных предпочтений, производители "направляют"

③ • Механизм спроса и предл.
Спрос ↑, равновесная цена ↑ (аргумент покупки)
Предложение ↑, равновесная цена ↓ (аргумент)

② • Признаки рыночной экономики:

- свободное ценообразование
- конкуренция производителей
- частные владения

• Преимущества: авантисные производители по спросу, внедрение технологий ⇒ инновации, возможность утилизировать конкурентную среду

• Роль гос-ва:

- инновационные монополии
- обеспечение законности в сфере предприн. и инт. охр. инт.
- произ-во общ. благ
- минимизация внешних эффектов рынка (загрязнение, шум, сирень)
- обеспе. конкуренции, ^{развитие} предпринимательства

• Факторы предложения:

- гос. политика и субсидии
- внутренние технологии
- необходимость приобрести лицензию
- цены на сырье
- наличие налогов на произ-во

- сезонность

Невмешательство гос-ва в экономику - либерализм

• Факторы спроса:

- мода, рекламные кампании
- уровень доходов
- демографическая структура
- сезонность

Влияющая в мобилизации

Пример монополизации инт., транснациональные корпорации

④ Архитектура:

1) Чем раньше будет реализована рекл. камп. производителей, тем больше вероят. достичь приобретения товаров/услуг. (Трансфурт, школа, Адорно, Хоркхаймер, Маркузе) + общ-во потребления (общество) + демонстрационное потребление

2) Тонкая конкуренция рынка (быстрая реакция производителей на изменяющийся спрос) влияет на инновации и доходы производителей

* + Великая репрессия в США (копир пример) ⇒ кризис перепроизводства ⇒ перестройка экономики ⇒ инфляция (эк. кризис)

Черновик

сирота 1 - линия - гашит
4/шуровит
6) 16
3) шуровит - гашит
1) боли

А) 7

Б) 18

В) 9

Г) 3

Д) 8

Е)

Ж)

З) 14

И) 17

К) 5

Дос. реунирование экономики - кейнсианство

• 2-я точка зрения: ~~экономика~~ ^{связь} между динамикой потребления и
произв-ва не вращается

• В случае плановой экономики

- Дос. собственности на все ср-ва произв-ва

- Дифференциальное ценообразование

- Контроль над производством, выполнение плана

- Контроль над изобретениями, изобретениями - инновациями

Пример: СССР => кризис в 30е годы. (необходимо организовать

производство перед потребителем)

