

9 класс

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ (всего 100 баллов)

Кораблёва А. 2023 — Эксперт: «Стильно, модно, импортозамещённо» // Эксперт.

<https://expert.ru/promishlennost/stilno-modno-importozameshchyenno/>

№	Формулировка задания	Критерии оценки и примеры	Макс. сумма баллов	Баллы и примечания
1	<p>Кратко поясните, что означают следующие упомянутые в тексте термины:</p> <ol style="list-style-type: none">1. логистика2. бизнес-модель3. лизинг4. рыночная ниша5. производительность труда	<p>Формулировки правильных ответов могут различаться. Снижение баллов возможно за неточный или частично верный ответ.</p> <p>Примеры верных ответов:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Логистика – это совокупность организационно-управленческих и производственно-технологических процессов управления товарными, финансовыми и информационными потоками. <p>Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание того, что это (1) совокупность процессов, (2) управление потоками, (3) товарными, финансовыми и информационными.</p> <ol style="list-style-type: none">2. Бизнес-модель (по А. Остервальдеру) – характеристика/описание/модель ключевых ресурсов и процессов компании, задействованных в создании ценности, клиентов и взаимодействия с ними, ценностного предложения, структуры затрат и источников дохода. <p>Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание того, что (1)</p>	15	<p>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждое из 5 определений.</p> <p>За каждое определение:</p> <p>3 балла - приведено определение по понятию, определение является полным, отсутствуют ошибки и неточности;</p> <p>1-2 балла - приведено определение по понятию, в котором присутствует 1-2 неточности ИЛИ приведено неполное определение;</p> <p>0 баллов - определение не приведено ИЛИ не является верным.</p>

		<p>характеристика/описание/модель, (2) ключевых ресурсов и процессов компании, задействованных в создании ценности (3) структура затрат и источники доходов.</p> <p>3. Лизинг – вид долгосрочной аренды имущества с возможностью последующего выкупа.</p> <p>Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание того, что это (1) долгосрочная аренда, (2) возможность выкупа.</p> <p>4. Рыночная ниша – узкая часть рынка сбыта товаров или услуг с низкой конкуренцией и высоким спросом.</p> <p>Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание того, что это (1) узкая часть рынка сбыта (2) низкая конкуренция (3) высокий спрос.</p> <p>5. Производительность труда — это показатель, характеризующий результативность труда, измеряется количеством продукции, выпущенной работником за единицу времени.</p> <p>Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание того, что это (1) показатель/характеристика, (2) результативность труда, (3) количество продукции, выпущенной работником за единицу времени.</p>		
2	Объясните в 3–5 предложениях, какие факторы оказали положительное влияние на отечественных производителей и продавцов одежды в последние годы.	<p>Формулировки правильных ответов могут различаться. Снижение баллов возможно за неточный или частично верный ответ.</p> <p>Положительное влияние на отечественных производителей и продавцов оказали: уход иностранных игроков, доступность продуктов в сравнении с импортом, диверсифицированная бизнес-модель, федеральное покрытие продаж, онлайн-продажи на маркетплейсах.</p>	10	<p>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждый из разделов.</p> <p>9 (10) баллов – приведено 3 и более фактора (дополнительный 1 балл дается за использование</p>

		Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание: (1) уход иностранных игроков (2) доступность продуктов (3) диверсифицированная бизнес-модель, (4) федеральное покрытие продаж, (5) онлайн-продажи на маркетплейсах.		как информации из текста кейса, так и собственных рассуждений); 6 баллов – приведено 2 фактора; 3 балла – приведен 1 фактор; 0 баллов – ответа нет или ответ неверный.
3	«Отдельно эксперт выделил бизнес-модель маркетплейсов: в 2021–2022 гг. она обеспечила быстрый рост оборота от 35 до 130% в зависимости от площадки, «что подчеркивает растущую роль онлайн-ритейла в нашей стране». По оценке «Яков и партнеры», доля онлайн-продаж на рынке одежды и обуви России растет вдвое быстрее, чем в большинстве стран мира. Фактически онлайн-сегмент сегодня является драйвером развития российского модного рынка, который с 2018 по 2022 годы вырос с 10 до 32%. В базовом позитивном сценарии отечественный рынок одежды и обуви может вырасти на 5–7% в ближайшие пять лет за счет развития отечественных производителей.»	<p>Формулировки правильных ответов могут различаться. Возможные варианты ответов представлены ниже.</p> <p>Маркетплейс – это интернет-платформа, объединяющая продавцов товаров и услуг и предоставляющая информацию о них покупателям. Это достаточно эффективный канал продаж особенно для начинающих продавцов. Маркетплейс позволяет представить свою продукцию или услуги широкому кругу потенциальных покупателей без необходимости создания собственного интернет-магазина, а также налаживания логистических цепочек и сетей доставки товара покупателям.</p> <p>Преимущества:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. быстрый старт – начинать продажи можно сразу после регистрации на площадке; 2. широкий охват – постоянный трафик покупателей, обеспеченный самой площадкой; 3. экономия на создании и поддержке собственного интернет-магазина; 4. простота доставки товара до покупателя: достаточно передать товар на склад маркетплейса; 5. отсутствие расчёта с каждым из клиентов и отсутствие необходимости приобретения онлайн-кассы. <p>Недостатки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. высокая конкуренция среди продавцов; 	20	<p>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждый из разделов.</p> <p>Объяснение причины выхода на маркетплейсы (6 балла).</p> <p>Преимущества: 6 (7) баллов – приведено 3 и более преимуществ (дополнительный 1 балл дается за использование как информации из текста кейса, так и собственных рассуждений); 4 балла – приведено 2 преимущества; 2 балла – приведено 1 преимущество; 0 баллов – ответа нет или ответ неверный.</p>

	<p>Объясните, зачем производители и продавцы одежды «выходят на маркетплейсы»? Укажите 3 преимущества и 3 недостатка продаж через маркетплейсы.</p>	<p>2. сложности при формировании собственного бренда, т. к. покупатель воспринимает площадку, а не отдельного продавца; 3. зависимость от требований и условий площадки, риск блокировки; 4. комиссия с продаж и иные платежи; 5. формат маркетплейсов подходит не для всех видов товаров.</p>		<p>Недостатки: 6 (7) баллов – приведено 3 и более недостатка (дополнительный 1 балл дается за использование как информации из текста кейса, так и собственных рассуждений); 4 балла – приведено 2 недостатка; 2 балла – приведен 1 недостаток; 0 баллов – ответа нет или ответ неверный.</p>
4	<p>На примере рынка одежды объясните, какое конкурентное преимущество и почему получают производители, которые «отшиваются за рубежом»?</p>	<p>Формулировки правильных ответов могут различаться. Возможный вариант ответа представлен ниже.</p> <p>Пошив одежды за рубежом в настоящее время позволяет экономить не только на стоимости работ (ввиду более дешёвой рабочей силы, даже с учётом снижения курса рубля), но и обойти ограничения на поставку в РФ тканей, фурнитуры и различных комплектующих. Проще завезти в страну уже готовую продукцию, чем многочисленные её составляющие. К тому же производственные мощности внутри страны сейчас загружены, что осложняет планирование производства и продаж. За рубежом больше мощностей и всегда можно найти ресурс. Также стоит отметить низкий технологический уровень отечественных компаний в сравнении с иностранными и ситуацию на рынке труда.</p>	10	<p>Баллы выставляются следующим образом.</p> <p>6–10 баллов: в ответе присутствуют полные и верные ответы на все вопросы. Снижение балла обусловлено присутствием неточностей или отсутствием ответа на какую-либо часть задания.</p> <p>1–5 баллов: в ответе присутствует полный ответ менее, чем на половину вопросов, или неполный ответ на все вопросы. Снижение балла обусловлено</p>

				<p>присутствием неточностей.</p> <p>0 баллов: ответ отсутствует или имеется большое количество грубых неточностей, не позволяющих засчитать ответ как верный.</p>
5	<p>«Несомненно, уход иностранных брендов-гигантов мировой торговли способствовал вхождению отечественных брендов на освободившиеся торговые площади, но очевидно, что без предварительной работы сделать это было бы гораздо сложнее. Не сразу заполнялись пустующие пространства торговых центров, надо было наращивать объемы производства, увеличивать ассортимент. Покупатель стал возвращаться в торговые сети», — констатировала Валентина Кузнецова.»</p> <p>Объясните, какое влияние оказал уход иностранных брендов-гигантов на рынок одежды: укажите три преимущества и три недостатка от их ухода для местных производителей.</p>	<p>Оценка за задание складывается как сумма баллов за ответы на каждую из 2 частей вопроса. Формулировки правильных ответов могут различаться. Возможные варианты ответов представлены ниже.</p> <p>В первую очередь уход иностранных брендов позволил освободить рыночные ниши, которые стремятся занять отечественные производители. Также это привело к стимулированию производства и развитию лёгкой промышленности. Дополнительные возможности получили региональные бренды и бренды в средней и высокой ценовой категории. Но влияние также было и негативным: отечественные бренды не смогли сразу занять освободившиеся площади, что привело к падению трафика торговых центров. Но это в то же время привело к росту покупок на маркетплейсах.</p> <p>Преимущества:</p> <ul style="list-style-type: none"> - освобождение рыночных ниш; - повышение цен за счёт снижения конкуренции; - развитие лёгкой промышленности; - приход крупных инвесторов в отрасль; - повышение занятости. <p>Недостатки:</p>	20	<p>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждую из 2 частей</p> <p>8-10 баллов – дан полный и верный ответ на поставленные вопросы. Снижение балла обусловлено присутствием негрубых неточностей.</p> <p>5-7 баллов – дан неполный ответ или присутствует 1-2 грубая неточность (грубые неточности)</p> <p>1-4 баллов – дан частично верный ответ на часть поставленного вопроса (неполный ответ) или имеется большое количество грубых неточностей.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - временное снижение трафика торговых центров; - освободившиеся ниши могут занять бренды из стран с более дешёвой рабочей силой; - снижение спроса на одежду; - повышение стоимости рабочей силы в отрасли. 		<p>0 баллов: Ответ отсутствует или имеется большое количество грубых неточностей, не позволяющих засчитать ответ как частично верный.</p>
6	<p>«В числе факторов, которые мешают российским дизайнерам, как ни странно, онлайн-маркетплейсы, полагает Анна Паначева. На площадках сложно конкурировать: борьба за покупателя идет по фотографиям и ценникам, объясняет она. Продукция из Китая оказывается в разы дешевле, чем российская. И покупателя больше привлекает этот фактор, чем качественная строчка или ткань, считает она.»</p> <p>Объясните, чем обусловлена высокая конкуренция именно на онлайн-маркетплейсах в сравнении с оффлайн-продажами на рынке производства и продажи одежды, и преимущественно для товаров какого ценового сегмента подходит данный формат продаж и почему.</p>	<p>Оценка за задание складывается как сумма баллов за ответы на каждую из 2 частей вопроса. Формулировки правильных ответов могут различаться. Возможные варианты ответов представлены ниже.</p> <p>Как отметила Анна Паначева, в отличие от оффлайн-продаж, где покупателю необходимо посетить различные магазины, чтобы выбрать товар, на маркетплейсе ему достаточно пролистать страницу сайта, чтобы просмотреть множество конкурирующих предложений. На второй план переходит качество товара, конкуренция строится вокруг «картинки», предложения и главное – цены. Предлагая товар со схожими характеристиками, продавцы вынуждены сильно снижать цены, что сказывается на выручке и возможности развития бизнеса.</p> <p>Ввиду причин, описанных выше, маркетплейсы больше подходят для товара низкого ценового сегмента. За более дорогим товаром покупатель готов пойти в оффлайн магазин и сделать более тщательный выбор, лично проверить качество и сделать выбор. Также покупатель более дорогих товаров рассматривает не только на сам товар, но и на предлагаемый сервис, который в принципе отсутствует на маркетплейсах.</p>	10	<p>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждую из 2 частей</p> <p>За каждую часть: 4(5) балла – приведен полный и верный ответ, отсутствуют ошибки и неточности; ответ основан на информации из кейса; 1-2(3) балла – приведен частично верный ответ или ответ неполный (не соответствует данным из кейса или не содержит важной дополнительной информации); 0 баллов – ответ отсутствует ИЛИ не является верным.</p>

7	<p>Укажите причины три причины роста бюджетного сегмента рынка одежды и обуви в последние годы и то, какое влияние они оказали на поведение потребителя.</p>	<p>Формулировки правильных ответов могут различаться. Возможные варианты ответов представлены ниже.</p> <p>Причины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - одна из главных причин снижение реальных доходов и повышение неопределённости, ввиду чего произошло перераспределение бюджетов потребителей; - уход зарубежных массмаркет-брендов с более высоким качеством. Отечественные бренды с аналогичным качеством предлагают товары по более высокой стоимости, поэтому потребитель делает выбор в пользу более бюджетных брендов; - ушли бренды и среднего ценового сегмента, нишу которых в полном объёме не смогли пока заместить отечественные компании, следовательно потребитель вынужден обратить внимание на бюджетные варианты; - снижение курса рубля также повлияло на изменение потребительского поведения; - рост популярности маркетплейсов также повлиял на увеличение доли бюджетного сегмента ввиду особенности конкуренции на площадках, когда продавцы вынуждены снижать цены в погоне за потребителем. 	<p>15</p>	<p>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждую из причин и описание влияния:</p> <p>Причины: 14 (15) баллов – приведено 3 и более причины (дополнительный 1 балл дается за использование как информации из текста кейса, так и собственных рассуждений) и описано влияние каждой причины на поведение потребителей; 10 баллов – приведено 2 причины и описано влияние каждой причины на поведение потребителей; 5 баллов – приведена 1 причина и описано её влияние на поведение потребителей; 0 баллов – ответа нет или ответ неверный.</p> <p>6 (7) баллов – приведено 3 и более причин без описания влияния</p>
---	--	--	-----------	--

				<p>(дополнительный 1 балл дается за использование как информации из текста кейса, так и собственных рассуждений); 4 балла – приведено 2 причины без описания влияния; 2 балла – приведена 1 причина без описания влияния; 0 баллов – ответа нет или ответ неверный.</p>
--	--	--	--	---