

# МОСКОВСКАЯ ОЛИМПИАДА ШКОЛЬНИКОВ

## ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Дистанционный этап 2025–2026 уч. г.

9 класс

### Ознакомьтесь с текстом и выполните задания 1–5.

(1) С каждым годом количество предложений на B2B<sup>1</sup>- и B2C<sup>2</sup>-рынках увеличивается, а вместе с ним растёт и конкуренция. Выделиться и укрепить позиции в условиях технологической гонки – нетривиальная задача. С подобными вызовами, которые перестраивают рынок и задают новые правила игры, предприниматели сталкивались в разные исторические периоды. Их можно назвать настоящими революциями в продажах. Сейчас Россия переживает третью, но четвёртая уже на пороге.

(2) Рынок не впервые сталкивается с необходимостью кардинально изменить методы продаж. Формально можно выделить три революции, когда подход к работе продавцов менялся принципиальным образом.

(3) До XIX века торговля считалась делом универсальным: ей занимались практически все – ремесленники и священнослужители, аристократы и купцы. Однако ситуация начала меняться, когда в США появились торговые агенты или коммивояжеры. Одним из самых популярных товаров в то время было страхование. Агенты ходили от дома к дому и предлагали полисы каждому, кто открыл дверь. Спрос был настолько высоким, что страховщикам приходилось тратить месяцы на продление страховки для существующих клиентов. Это замедляло их работу и не позволяло привлекать новых покупателей. Тогда появилась идея специализации продавцов. Одни занимались привлечением новых покупателей и первичной продажей, а другие – только продлением контрактов с уже существующими клиентами. Это разделение стало первой революцией в продажах.

(4) Вторую революцию можно связать с конкретной датой – 1925 годом. Именно тогда вышла книга Эдварда Стронга «Психология продаж». В ней содержалась критика расхожего мнения, что умение продавать – врождённый талант, который невозможно развить. Стронг был убежден, что это набор навыков, которые может освоить каждый. В том же году руководитель IBM внедрил методы из книги в своей компании. Он нанимал перспективных выпускников колледжей и обучал их с нуля. Подход оказался успешным. Сегодня идея, что продавца можно вырастить внутри компании, кажется очевидной. Однако именно Э. Стронг стал её открывателем. Его книга не

---

<sup>1</sup> B2B (business-to-business) – это бизнес-модель, при которой одна компания продаёт продукцию другим компаниям.

<sup>2</sup> B2C (business-to-consumer) – это модель бизнеса, в которой компания продаёт товар конечному потребителю (частному лицу)/

только изменила подход к обучению, но и заложила основы целой индустрии бизнес-тренингов.

(5) Автоматизация продаж и появление автоматизированных баз данных стали следующим прорывом в управлении продажами. Автоматизированные системы баз данных произвели третью революцию, потому что позволили централизованно хранить данные о клиентах, автоматизировать рутинные процессы и улучшить взаимодействие с покупателями. Благодаря этому компании смогли точнее анализировать потребности потребителей и строить с ними долгосрочные отношения. Глобальный рынок автоматизированных систем баз данных с тех пор активно развивался. В России ниша данных систем ещё далеко не заполнена. По данным за 2024 год, только 49% компаний внедрили такие решения в свои бизнес-процессы. Остальные преимущественно ведут базы в таблицах и общаются с клиентами через мессенджеры, электронную почту и социальные сети. Но хотя мы ещё не прошли до конца третью революцию продаж, нас уже догнала четвёртая.

(6) Искусственный интеллект повлиял на большую часть сфер жизни, и особенно на бизнес. Около 77% компаний либо используют, либо изучают возможности ИИ, 83% утверждают, что технология входит в число их главных приоритетов. 65% профессионалов уверены, что ИИ экономит им не меньше часа в неделю. И продавцы не являются исключением. До 70% рабочего времени менеджеры по продажам тратят не на прямое общение с клиентами, а на подготовку к встречам и выполнение рутинных задач. Поиск информации о компании, анализ данных, составление отчетов и подготовка документов отнимают драгоценное время. В результате основная функция специалиста – выстраивать отношения и заключать сделки – остаётся на втором плане. Если изменить этот статус-кво, эффективность отделов продаж возрастет в разы. И искусственный интеллект способен помочь в этом.

(7) Ещё одна перспективная сфера применения ИИ – это контроль качества и обучение продавцов. Искусственный интеллект может проверять коммуникации менеджера на соответствие скриптам и уровень вежливости, отслеживать динамику и давать рекомендации, как всё улучшить. С помощью нейросетей также можно тренировать сотрудников холодных продаж.

(8) 2024 год стал знаменательным для развития ИИ в продажах. Переломный момент наступил в сентябре, когда два крупнейших разработчика практически одновременно представили своих ИИ-агентов, созданных для улучшения и автоматизации работы продавцов. Это событие дало толчок к созданию вокруг новых технологий целой экосистемы. Хотя технология только начинает развиваться, она уже вызывает интерес у бизнеса благодаря своему потенциалу в упрощении рутинных операций. Часть из них можно было автоматизировать и раньше, но только за счёт ручной настройки шаблонов и документов в системах. Теперь ИИ-агенты стали помощниками, способными анализировать данные, адаптироваться к ситуации и предлагать готовые решения. Современные продукты на базе ИИ собирают данные из открытых источников, анализируют компании, выявляют ключевых лиц для

переговоров и подсказывают, как лучше построить тактику взаимодействия. То, на что раньше уходили дни, теперь занимает считанные минуты. А ещё они автоматизируют создание документов – от коммерческих предложений до счетов – и позволяет мгновенно отслеживать этапы сделки.

(9) Искусственный интеллект становится всё умней и способен брать на себя больше задач отдела продаж. Но это не значит, что он сможет отобрать работу у живых специалистов. Человек незаменим там, где важны межличностные отношения и качественная коммуникация, в частности, в переговорах с клиентами. В B2B-продажах они требуют гибкости, понимания контекста и умения учитывать эмоции собеседника. Менеджер с развитым эмоциональным интеллектом способен уловить настроение собеседника, подстроиться под него и найти подход даже в сложной ситуации. К тому же люди склонны больше доверять человеку, а не машине, а живой контакт и ощущение взаимопонимания не способен заменить даже самый продвинутый алгоритм.

*По материалам РБК Тренды*

**1. Укажите номер(-а) абзаца(-ев), в котором(-ых) приведён термин, обозначающий процесс сосредоточения производственной, профессиональной или интеллектуальной деятельности на определённой узкой области, товаре или услуге с целью оптимизации использования ресурсов, повышения уровня квалификации, повышения эффективности и конкурентоспособности за счёт углубленного освоения конкретных знаний, навыков и технологий, а также формирования специализированных производственных цепочек и профессиональных компетенций.**

*Ответ: 3.*

*За верный выбор – 1 балл.*

**2. Укажите номер(-а) абзаца(-ев), в котором(-ых) приведён термин, обозначающий экономическое явление, о нечестных методах которого размышляет герой рассказа А.П. Чехова «Общее образование».**

«– Пустяки, со всяким случается. Рви здоровые зубы, до больного доберешься. А ты прав, без апломба нельзя. Учёный человек должен держать себя по-учёному. Публика ведь не понимает, что мы с тобой в университете не были. Для неё все доктора. И Боткин доктор, и я доктор, и ты доктор. А потому и держи себя как доктор. Чтоб поученей казаться и пыль пустить, издай брошюрку «О содержании зубов». Сам не сумеешь сочинить, закажи студенту. Он рублей за десять тебе и предисловие накатает и из французских авторов цитаты повыдергает. Я уж три брошюры выпустил. Ещё что? Зубной порошок изобрети. Закажи себе коробочки со штемпелем, насыпь в них, чего знаешь, навяжи пломбу и валяй: «Цена 2 рубля, остерегаться подделок». Выдумай и эликсир. Наболтай чего-нибудь, чтоб пахло да щипало, вот тебе и эликсир. Цен круглых не назначай, а так: эликсир № 1 стоит 77 к., № 2 – 82 к.

и т. д. Это потаинственнее. Зубные щётки продавай со своим штемпелем по рублю за штуку. Видал мои щётки?»»

*Ответ: 1.*

*За верный выбор – 1 балл.*

**3. Соотнесите приведённые ниже примеры с номерами абзацев, в которых речь идёт о революции продаж, иллюстрацией которой может послужить пример.**

А. Новые сотрудники магазина знакомятся с ассортиментом, стандартами обслуживания, правилами работы с кассой и выкладкой товаров. После теоретической части они проходят практическое обучение под руководством наставника, учатся общаться с покупателями, консультировать и оформлять покупки. В течение первых месяцев они продолжают получать поддержку и обратную связь.

Б. В магазине представлен широкий ассортимент товаров известных брендов, а также профессиональные консультации по выбору экипировки, подбору размеров и рекомендациям по использованию. В магазине регулярно проводятся мастер-классы, создаются тестовые зоны для примерки и демонстрации спортивных товаров.

В. Чат-бот предоставляет круглосуточную поддержку клиентам банка, отвечая на их вопросы, помогая выбрать услуги и оформлять заявки, что значительно сокращает необходимость личного посещения отделения.

Г. В call-центре для вновь принятых сотрудников организован обучающий курс, в рамках которого изучают особенности продукции, сценарии взаимодействия с клиентами, правила ведения документации и работу с программным обеспечением, а также работу на симуляторах звонков.

Д. После обращения клиента через сайт или по телефону менеджеры технической компании заносят данные в систему, которая автоматически создаёт карточку клиента, фиксирует историю обращений, запланированные услуги и сроки ремонта.

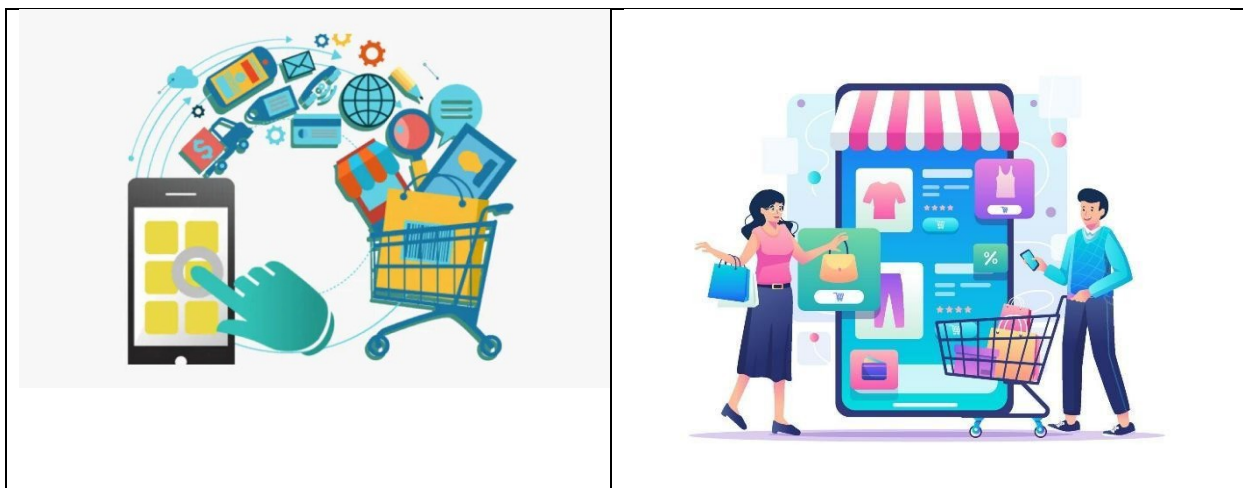
Е. Клиенты магазина одежды, оформившие карту лояльности, стали получать персональные предложения на основе анализа их покупок. Например, клиентам, покупавшим спортивную одежду, предлагались акции на новые коллекции спортивных брендов.

*Ответ: А – 4, Б – 3, В – 6, Г – 4, Д – 5, Е – 6.*

*За каждое верное соотнесение – 1 балл. Максимальный балл за задание – 6.*

4. На основе текста из приведённых ниже изображений выберите те, которые иллюстрируют случаи, когда достижения научно-технического прогресса не могут оказать влияния на результат торговли.

<p>А.</p> 	<p>Б.</p> 
<p>В.</p> 	<p>Г.</p> 
<p>Д.</p> 	<p>Е.</p> 
<p>Ж.</p>	<p>З.</p>



*Ответ: Б, Д, Е.*

*Балл за каждый верный выбор – 1, штрафной балл за каждый неверный выбор – 1. При выборе более 5 вариантов ответа – 0 баллов. Максимальный балл за задание – 3.*

**5. Из приведённых ниже суждений выберите все верные выводы, которые можно сделать на основании текста статьи.**

А. Организация обучения нового сотрудника является важной ступенью для повышения эффективности продаж.

Б. Специализация продавцов – это ситуация, при которой одни занимаются привлечением новых покупателей и первичной продажей, а другие – только продлением контрактов с уже существующими клиентами.

В. Вторая революция в продажах заложила основы индустрии бизнес-тренингов.

Г. В России есть препятствия для работы автоматизированных систем данных, поэтому третья революция продаж в России не завершена.

Д. Внедрение искусственного интеллекта в сферу продаж ведёт к массовым увольнениям.

Е. Люди остаются ключевым звеном в продажах из-за невозможности автоматизации персонального подхода к клиенту.

Ж. В системе выстраивания отношений и принятия стратегических решений искусственный интеллект не может заменить человека.

З. Искусственный интеллект способен анализировать взаимодействия менеджера с клиентами на предмет соблюдения сценариев и уровня вежливости.

*Ответ: А, В, Ж.*

*Балл за каждый верный выбор – 1, штрафной балл за каждый неверный выбор – 1. При выборе более 5 вариантов ответа – 0 баллов. Максимальный балл за задание – 3.*

## Ознакомьтесь с инфографикой и выполните задания 6–10.



6. Выберите верное(-ые) утверждение(-я) на основании информации, содержащейся в инфографике.

1. Проблема кибербезопасности занимает важное место среди вопросов, связанных с информационной безопасностью.
2. Большая часть респондентов сомневается в своей способности защитить личные устройства от вредоносных программ, или вирусов, или кибератак.
3. Практически все опрошенные предпринимают какие-либо действия для защиты своих данных в интернете.
4. У каждого второго опрошенного установлена антивирусная программа.
5. Большая доля респондентов рассчитывает на помощь государства в вопросах защиты персональных данных.
6. Каждый пятый опрошенный знает о контроле за персональными данными со стороны спецслужб.
7. Каждый пятый опрошенный признался, что не знает ничего о дипфейках.
8. Большинство респондентов уверены, что сумеют распознать дипфейк.

*Ответ: 2, 3, 7, 8*

*Балл за каждый верный выбор – 1, штрафной балл за каждый неверный выбор – 1. При выборе более 6 вариантов ответа – 0 баллов. Максимальный балл за задание – 4.*

**7. Укажите количество респондентов, знающих о деятельности основного финансового регулятора по обеспечению сохранности персональных данных при финансовых операциях. Ответ округлите до целого числа.**

*Ответ: 472.*

*За верный ответ – 1 балл.*

**8. На основе приведённой инфографики укажите количество респондентов, находящихся в зоне риска из-за технологии, которая использует искусственный интеллект для создания реалистичных изображений, видео- или аудиоматериалов, в которых лица и голоса людей заменяются на другие. Ответ округлите до целого числа.**

*Ответ: 732.*

*За верный ответ – 1 балл.*

**9. Укажите количество респондентов, предпринимающих действия по защите своих данных на онлайн-платформах, созданных для коммуникации между людьми. Ответ округлите до целого числа.**

*Ответ: 1577.*

*За верный ответ – 1 балл.*

**Ознакомьтесь с условием задачи и выполните задания 10–13.**

Дядя Фёдор живёт вместе со своими родителями. Мама – сотрудница Москонцерта, а папа – программист. Летом дядя Фёдор уезжает в деревню к своим друзьям – коту Матроскину и Шарикю.

**10. В этом году дядя Фёдор заканчивает 9 класс и планирует поступить в профильный класс физико-математического лицея. Много времени у него занимает подготовка к экзаменам. Дядя Фёдор решил повысить уровень своих знаний по информатике и записаться на специализированный курс. Изучив предложения онлайн-школ, он решил выбрать наиболее выгодный по стоимости за один час и с большим количеством учебных занятий.**

1) Интенсив-курс: 5 раз в неделю по 4 часа в день в течение месяца (4 учебные недели); стоимость 36000 рублей с единовременной оплатой за весь курс.

2) Главное в информатике: 2 раза в неделю по 2 часа в день в течение 3 месяцев (12 учебных недель); стоимость 28800 рублей с единовременной оплатой за весь курс или ежемесячной оплатой 9600 рублей.

3) Информатика с чистого листа: 2 раза в неделю по 2 часа в день в течение 5 месяцев (20 учебных недель); стоимость 32 000 рублей с единовременной оплатой за весь курс или ежемесячной оплатой; в случае пропуска занятий по уважительной причине (при наличии медицинской справки) деньги за пропущенные занятия возвращаются.

**А) Какой курс выбрал дядя Фёдор?**

**Б) Рассчитайте стоимость одного занятия на этом курсе.**

*Ответ:*

*А) 3*

*Б) 400*

*За каждый верный элемент – 1 балл. Максимальный балл за задание – 2.*

**11. Десять лет назад родители дяди Фёдора вложили 200000 рублей в инвестиционный портфель, который состоял из двух активов: половина суммы – в акции энергетической компании «Энергетик+», а другая половина – в акции крупного банка «ПРОСТОкопи». Акции промышленной компании ежегодно увеличивались в стоимости на 10%, а акции банка ежегодно росли на 20%. Дивиденды при этом не выплачивались. В этом году родители дяди Фёдора решили продать все имеющиеся у них ценные бумаги.**

**А) Как изменилась стоимость каждой части портфеля за 10 лет? Ответ округлите до целого числа.**

**Б) Рассчитайте доход от инвестирования после продажи всех ценных бумаг. Ответ округлите до целого числа.**

*Ответ:*

*А) стоимость акций энергетической компании: 259374.*

*стоимость акций банка: 619174.*

*Б) 678548.*

*За каждый верный элемент – 1 балл. Максимальный балл за задание – 3.*

**12. Дядя Фёдор мечтал приобрести велосипед, на сайте известного спортивного магазина он нашёл велосипед за 27000 рублей. Родители выделили дяде Фёдору  $\frac{2}{3}$  требуемой суммы, ещё 2000 рублей ему прислали друзья в качестве подарка на день рождения, а 5000 рублей у него были отложены. Дядя Фёдор решил положить имеющуюся у него сумму на банковский вклад под 16% годовых без капитализации. Рассчитайте количество месяцев, которые потребуются дяде Фёдору для**

**накопления требуемой для покупки суммы. Ответ округлите до полного числа месяцев.**

*Ответ: 6*

*За верный ответ – 1 балл.*

**13. Дядя Фёдор мечтал приобрести велосипед, на сайте известного спортивного магазина он нашёл велосипед за 27000 рублей. Так как нужной суммы у него не было, он решил оформить в магазине рассрочку. Выберите верное(-ые) суждение(-я) о данной форме оплаты, соответствующее(-ие) российским реалиям.**

- А. оформить может только лицо, достигшее совершеннолетия
- Б. представляет займ у кредитного брокера
- В. всегда строго ограниченное предложение
- Г. возможное условие – внесение первоначального взноса
- Д. платежи включают погашение основного долга и процентов
- Е. товар передаётся сразу, а оплата происходит постепенно
- Ж. можно использовать на любые цели

*Ответ: А, Г, Е.*

*Балл за каждый верный выбор – 1, штрафной балл за каждый неверный выбор – 1. При выборе более 5 вариантов ответа – 0 баллов. Максимальный балл за задание – 3.*