



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации**

Олимпиада школьников РАНХиГС

Заключительный этап

Класс	11
Профиль	ЭКОНОМИКА
Фамилия	БОБЫЛЕВ
Имя	ЕГОР
Отчество	МАКСИМОВИЧ
Страна	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
Регион	ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ

ВСЕГО СТРАНИЦ

7

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА



№ 5

а) Дизайнер каждого флакона должен показывать то, какого качества и какой цены духи в нём находятся, человек, который покупает себе духи такого качества не хочет подумать ещё о возможности не только от аромата но и от внешнего вида. Так же не ^амалую роль играет неповторимость ^{фи} (индивидуальность) и запатентованность флакона, чем больше он красив тем больше внимания на него обратят следовательно больше вероятнее купить.

б) Если дизайнер продукта станет более красивым, будет больше похож на парфюм и хороших духов, но и эти духи и отпавшие станут более похожи на то (какой-то) и люди относятся к хорошим духам. В при перу девушка сама делает духи, тоже можно коро-





меню и атмосфера, но продолжая их в простом и безразличных покупателях, из-за этого люди не обращают на них внимания, а если и обращались по внешнему виду соседа их отца любил, но девушка заказала картину в рамочных фланжеров и стала продавать охоту в них, а видя красивый фланжеры люди стали чаще покупать охоту у девушки.

В) Типовые охоты. Охоты высокой моды выпускают необычные, оригинальные вещи, при этом упреждаемы они также премиально. В то время как в массмаркетах и вещи дешевле, чем охоты и упаковка у них дешевле, чем оригинальные и охоты выглядят лучше, тем больше она стоит, ведь премиальную охоту зачастую носят и для неформала, а для того, чтобы показать свой статус.





№6.

а) создавая многочисленные новые продукты обходятся гораздо дешевле, чем старые, ведь конкуренция заставляет производителей материалов делать все, что можно. Таким образом производители понимают, что не все товары имеют особый спрос, и производители, стараясь не потерять окупку, будут в любом случае покупать их. Производители ориентируются на рынок международной конкуренции.

б) Если растет спрос то отрасль становится более конкурентной, а значит число производителей будет увеличиваться и рынок будет становиться более конкурентным.

в) рынок либерализован против иностранных. Поскольку наиболее из-за либерализации



должна точно быстро крипосамывается к тем величинам, которыми их предельно все ограничивает чистая величина и не может не это действовать, а значит всегда остается пользоваться вредными для природы или для нас.

и
и акцизов = $10^{13} - 10 = 3$
для $1 = x$ для $2 = 20 \cdot x$ для $3 = 20 \cdot x^2$

тогда, если

$$x \cdot ax = 3 \quad \left\{ a = \frac{3}{x^2} \right\}$$

$$x + ax + a^2 x = 13 \quad \left\{ \begin{array}{l} a = \frac{3}{x^2} \\ a^2 = \frac{9}{x^4} \end{array} \right\}$$

$$a = \frac{3}{x^2}$$

$$x + \frac{3}{x} + \frac{9}{x^3} = 13 \quad \left\{ \begin{array}{l} a = \frac{3}{x^2} \\ a^2 = \frac{9}{x^4} \end{array} \right\} \Rightarrow x^4 + 3x^2 + 9 - 13x^3 = 0$$

и если полагать $x = 1 \Rightarrow a = 3$
и тогда соответственно решаем

$$1: 3: 9$$

за счет того, так как, что $x = \sqrt{\frac{3}{a}} \Rightarrow$



$$\sqrt[3]{a} + \sqrt[3]{3a} + \sqrt[3]{3a^3} = 13$$

заметьте, что при a , не кратном 3 слева
будет иррациональное число, а значит,
 $a \neq 3$ - отрицательно, а значит и рассто-
яние вершины

№2.

$$ВВМ \ 1957/6 \text{ млрд } 1956 = 600 : 150\% = 400$$

$$Y_{1953} = Y_{1956} \cdot K, K - \text{коэффициент}$$

$$400 = 500 \cdot K$$

$$K = 0,8 = 80\%, \text{ а значит темп роста} - 20\%$$

$$\text{снижения: } -20\%$$

№3.

$$R = 0,3 R_{\max} = 0,3 \cdot 250 = 75 \text{ Вт} \cdot \text{лм} = 0,075$$

$$g = 5 \cdot 10^3 = 50 \text{ мВт/м}^2 = 50000 \text{ Вт/м}^2$$

$$T_{\text{вн}} \cdot 8 \cdot 10^6 \text{ мкм} = 4 \cdot 10^5 \text{ Дж} \Rightarrow$$

$$T_{\text{вн}} = 20 \text{ микрон}$$

$$T_{\text{вн}} = 2 \cdot 20 \cdot 10^3 \text{ мкм}$$



$$TC = 8 \cdot 10^6 \text{ руб} + g \cdot T_{\text{ит}} = 8 \cdot 10^6 + 11000 \cdot 0,15 \cdot t$$

$$t = 365 \cdot 24$$

$$TR = 2 \cdot 20 \cdot 80 \cdot 365 \cdot 24 = 2 \cdot 80 \cdot 32000$$

$$TC = 8000000 + 11000 \cdot 0,15 \cdot 365 \cdot 24 = 14454000$$

$$\pi = \text{отрицательное}; \pi R < 0; TR > 0$$

$$\pi = TR - TC = 26280000 - 14454000 = 11826000$$

$$\frac{\pi}{P} = \frac{TR}{TC} = \frac{5578000}{22454000} = \frac{5578}{22454} \approx 24,8\%$$

$$\frac{3826000}{26280000} = \frac{3826}{26280} = \frac{1913}{13140} \approx 14,9\%$$

нч.

месяц Абс/О	22.01	23.01	24.01	25.01	26.01	27.01	28.01	29.01	30.01	31.01	01.02	02.02
56 МТБ	10	10	1,5	-1,9	2,5	-1,5	1,9	-0,2	2,5	-1		
56 МБЛ	6	6	5,6	7,5	-9	-2	+10	-7,3	9,9	-7,9		

$$\text{коэффициент} = \frac{P_1 - P_0}{P_0}$$



$$d_{6Mtel_{cp}} = \frac{1,8 + 1,5 - 1,9 + 2,5 - 1,5 + 1,9 - 0,2 + 2,5 - 1 - 4,8}{9} =$$

$$\approx 0,48\%$$

$$d_{56Mtel_{cp}} = \frac{6 - 5,6 + 7,5 - 9 + 2 + 10 - 8,3 + 9,9 - 7,9 - 7,6}{9} =$$

$$\approx 0,6\%$$

5) Как видно из графиков значений годовых
 56Mtel выше, они более дорогие, но не
 всё так просто у сканов 56Mtel менее
 высокие показатели в цене, в то время
 как 6Mtel имеют достаточно высокую
 А значит не только 56Mtel менее как
 и дороже, так и потерять деньги,
 а значит для людей, имеющих компьютер
 годовых. Любимых риск потерять
 56Mtel, а для людей с опытом работы
 6Mtel (я в курсе, как это работает)

