



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	КУРЫШКИН
Имя	СТЕПАН
Отчество	ВАСИЛЬЕВИЧ
Страна	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
Регион	КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

СЕГО СТРАНИЦ

8	
---	--

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА



N 1

$k = 13$; кол-во углов (погрешность) = 3.2.2

Запишем формулу геом. прогрессии

b - первый член; q - множитель.

$$\begin{cases} b + bq + bq^2 = 13, & \text{также в условии сказано, что} \\ b \cdot bq = 3. & \text{произведение первых двух} \end{cases}$$

$$b^2 \cdot q = 3$$

$$q = \frac{3}{b^2}, \text{ подставим в первое уравнение}$$

$$b + \frac{b \cdot 3}{b^2} + \frac{b \cdot 9}{b^4} = 13.$$

$$b + \frac{3}{b} + \frac{9}{b^3} = 13.$$

$$b^4 + 3b^2 + 9 = 13b^3$$

$$t^2 + 3t - 4 = 0$$

$$D = 9 + 16 = 25$$

$$t_1 = \frac{-3 + 5}{2} = 1$$

$$t_2 = \frac{-3 - 5}{2} = -4 \text{ со. не удовн. усл-ю}$$

новые доли: 1, 3, 9.

Замечка

$$b^2 = 1 \Rightarrow b = 1 \text{ или } b = -1$$

одр-зависа

$$t = 1, b^2 = 1$$

$$b^2 = 1 \Rightarrow$$

$$b = 1$$

$$q = 3. \Rightarrow$$





$$6^4 + 36^2 - 136^3 + 920, \text{ отсюда } (6-1)(6^3 - 126^2 - 96 - 9)20$$

по ф. безу. =>

6, 1 6, 12, 76.
отв.: какие доли 1, 3, 9; или 2) 12, 76; 12, 76; $\frac{3}{12, 76^2}$
Верно, есть уже способ.
12

Дефлятор ВВП = $\frac{\text{ВВП}_n}{\text{ВВП}_r}$ $\Rightarrow$ Рассчитаем Экологич

ВВП. в таблице 1955: $\Delta \text{ВВП}_r = \frac{\Delta \text{ВВП}_n}{\Delta \text{Дефлятор}} = \frac{480}{1,2} = 400$

1955: $\Delta \text{ВВП}_r = \frac{1,04}{1,25} = 0,835$, ВВП = 334. (0,835 * 400)
т.е. это первичное

1957: $\Delta \text{ВВП}_r = \frac{\Delta \text{ВВП}_n}{\Delta \text{Дефлятор}} = \frac{1,2}{1,5} = 0,8$, ВВП = 267,2.

$\frac{\text{ВВП}_{1957}}{\text{ВВП}_{1956}} = \frac{334}{267,2} \cdot \frac{267,2}{334} = 0,8$. $\Rightarrow$ ВВП упал на 20%.
в 1957 по сравнению с 1956.

отв.: 20%.

14.

а) ср. ежедн. доходность БИТЕС = $\frac{210-201}{201 \cdot 10} \cdot 100\% =$

= 0,45%

ср. ежедн. доходность СБМЕТ = $\frac{2050-2000}{10 \cdot 2000} \cdot 100\% = 0,25\%$





б.) В инвестиционный портфель, чтобы добавить акции компании Гамма-Техника (ГТех (GMTS)), т.к. акция обладает большей доходностью и при этом менее волатильна, чем акции Спектрал, но сравнительно с компанией Вектра-Электроника, которая ^{укрепится} была в минусе с момента покупки (26.01). Ее волатильность выше, чем у Гамма-Техника, так как бумага лучше подойдет Спектрал, но как инвесторам.

Исходя из этого выбор в пользу GMTS становится предпочтительным для инвестора.

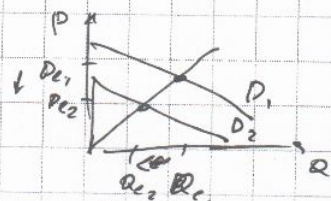
N 5

в.) Какими способами, это рынок Парфюмерии - это олигополия или монополистическая конкуренция, исходя из этого можно сделать вывод, что реклама и внешний вид является важной частью деятельности фирм, из-за конкуренции и отсутствия коммуникационных различий в кат-ве.





б.) Изменение дизайна упаковки может сильно повлиять на спрос и оценку качества парфюмерной продукции. Т.е. потребители могут перестать узнавать бренд или он выйдет из моды, что повлечет падение спроса и как следствие $\downarrow Q_d$ и $\downarrow P_e$



Например: Приведу пример, я могу рассмотреть рынок парфюмерии в России, где огромное количество оказывает соул-сегмента и рекламные акции. Изменения Фирма "Б" производит духи с оранжево-серым напылением, с темной упаковкой коробки и яркой рекламной акцией в виде фестиваля, где любой желающий может взять себе демонстрационный вариант флакона. Это всегда бесплатно. Но компания буквально на своей территории после старта продаж приняла решение отменить дизайн из-за нарушения авторских прав другой фирмы. Поэтому она вынуждена была изменить





дизайн это привело к отсутствию спроса были
проданы из-за отсутствия информации у покупателей
о преимуществах и качествах данного товара, к-го
выс бы узкими по упаковке. Таким образом,
дизайн является важной частью деятельности фирмы,
т.е. она повышает её узнаваемость и как следствие
спрос.

в) Примером может служить рынок стиральных
порошков, которые по своему типу схожи с парфюмерией.

В) Примером может служить рынок одежды,
которые по своему типу похожи на рынок парфюмерии.

Дизайн продукции - одна из важнейших частей маркетин-
га, влияющего на выбор потребителя, который может
еще очень хорошо разбираться в нюансах и нюансах
качества продукции. Также стоит учитывать влияние
моды и рекламы, которые играют важную роль в
дизайне и стилистике бренда





Иногда и, этого, можно сделать выбор, что
дизайн является частью восприятия бренда, т.е.
каким образом влияет внешний облик и
его популярность растет.

нб

1) Высокое качество производимого товара.

2) Уже высокие издержки из-за отсутствия выбросов в
атмосферу и использования дорогих ресурсов, как трудовых
сил и материальных.

3) Реклама и ^{малые} эффект масштаба: фирма старается
купить больше денег привлечь к рекламе свои
продукции т.е. её еще никто не знает, поэтому она
должна расширяться среди потребителей. Малые эффект
масштаба является средством малых размеров
производства из-за небольшого спроса и более высоких
цены.



б) Компании, производящие традиционные товары, будут стараться усовершенствовать свою продукцию, чтобы вернуть потребителя к себе из-за чего уже на экологические товары станут идти и больше людей. Смогут покупать такие товары. Следовательно, скорее всего общественное благосостояние вырастет, если учитывать, что вред от выбросов товаров, тем прирост израсходует у производителей.

в) Это отрасли, связанные с добычей полезных ископаемых, например, производство литей. Это скорее озеро тяжело сделать экологичным из-за большого осушения озер и болот при добыче. Также в нем задерживается крупно-габаритная техника, замена которой практически невозможна. Даже если попытаться исправить экологическую проблему в данном отрасли, то производство литей упадет в разы, что может спровоцировать кризис в смежных секторах и приведет к уменьшению общ. благосостояния.





№3.

$$PR = TR - TC$$

$R_{\max} = 250$ негadolone

$$R = 0,3 R_{\max} \Rightarrow R = 75 \text{ долл.}$$

$$Q = 5 + 80R \text{ MBT}$$

$$Q = 6005 \text{ MBT}$$

$$0,15 \text{ ч за 1 MBT зае.}$$

$$t_{\text{op}} = 20 \text{ ч. из график}$$

$$Z_{\max} = 400 \text{ тыс. р.}$$

$$TC = 8 \text{ млн ч.}$$

$$Q(6 \text{ ч.}) = 6005000 \cdot 0,15 = 900750 \text{ ч.}$$

$$\text{ср. машин зае} = 2 \text{ р.} = 40 \text{ ч.} \Rightarrow$$

$$PR = TR - TC = 75 \cdot 40 \cdot 365 \cdot 24 = 8000.000 -$$

$$6005000 \cdot 0,15 = 26.280.000 - 8.900.750 =$$

$$= 17.370.250 \text{ ч.}$$

$$\text{коэф. норма прибыли: } \frac{17.370.250}{26.280.000} = 0,61$$

ответ: 0,61 61% от выручки

