



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	НАУМОВА
Имя	ДАРЬЯ
Отчество	ДМИТРИЕВНА
Страна	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
Регион	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

ВСЕГО СТРАНИЦ

5

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА





Задание 5.

А) Внешний вид товара определяет, как правило, то насколько привлекательным будет товар для потребителей. В условиях рынка и большого количества конкуренции, производителю нужно максимально привлечь внимание к своему товару. Как говорится, "встречают по одежке". В условиях, что если парфюмерный бренд является новым производителем на рынке, ещё не зарекомендовавшим себя, то нужно привлечь все возможные ресурсы, в том числе, внешний вид товара, в целях увеличения спроса на собственную продукцию.

Б) При необычном, "дорогом" дизайне флакона, его спрос будет увеличиваться путём привлечения потребителей, посредством создания некого образа "эксклюзива", "дороговизны" продукции.

Пример:

Производитель питьевой воды, в целях улучшения его рыночного положения, решил перейти из массовых материалов для изготовления ёмкости для питьевой воды, к стекленным материалам (в условиях если цена на материалы эквивалентны) вследствие чего путём модификации внешнего вида продукта, производитель повысил спрос на товары его производства, посредством отличительных особенностей внешнего вида продукта, от большинства производителей.

В) Пример:

Производитель футболок, на рынке товаров категории одежда, изменил дизайн своего продукта с ярких цветовых





гамм, на более спокойные, пастельные оттенки, вследствие чего смог повысить спрос на свою продукцию путем создания образа "дороговизны" материалов своей продукции, лаконичности, соответственно ценовая политика данных товаров возросла, позиционирование бренда для общества стало более легитимным.

Произойти продукция на этом рынке влияет на потребительские предпочтения и восприятие бренда, вследствие более базовой цветовой гаммы футболок, трампинок, соответственно и репутация бренда возрастет.

Задание 4.

А) Определим проценты по каждому дню:

SGMEL:

1 день - 0%
2 день - 6%
3 день - (-5,2%)
4 день - 7,9%
5 день - (-9,9%)
6 день - 2%
7 день - 10%
8 день - (-7,7%)
9 день - 4,9%
10 день - (-3,9%)

GMTEC:

1 день - 0%
2 день - 1,4%
3 день - 1,4%
4 день - (-1,9%)
5 день - 0,4%
6 день - (-1,4%)
7 день - 1,9%
8 день - (-0,4%)
9 день - 0,4%
10 день - (-0,9%)

Определим среднюю ежедневную доходность:

SGMEL:

0,49%

GMTEC:

0,49%





Б) Я бы порекомендовала включить в инвестиционный портфель акции компании GMEC, поскольку свой выбор:

1. По моим расчетам акции данной компании являются более прибыльными (0,49% среднесреднедневная доходность исходя из данных в таблице)

2. Акции компании GMEC, на мой взгляд, являются более стабильными в сравнении с акциями компании SEMEL, т.е. риски убытков меньше, нежели риски убытков ~~у~~ акцией компании SEMEL.

Задание 6.

А) С точки зрения производителя, экономическими факторами, которыми могут ~~объясняться~~ оправдываться более высокая цена на экологически чистые товары являются:

— высокая стоимость ресурсов (как правило, большинство экологически чистых товаров имеют высокую стоимость ресурсов для их производства, нежели иные товары)

— особая форма производства / технологии производства

— специальные правила хранения и транспортировки экологически чистых товаров

— ограниченность в профессиональных кадрах

Б) Изменение потребительских предпочтений в сторону устойчивых товаров может повлиять на рыночную структуру в этих секторах, посредством полного отказа





от неустойчивых товаров, вследствие изменения количества продавцов на рынке, изменение количества ~~предложения~~ предложения и объема производимой продукции, так же при появлении большого кривого спроса на ресурсы для устойчиво произведённых товаров, есть риск интрасции предложения, ибо компании не смогут финансово продержаться на рынке. $\Rightarrow$ Малые и средние бизнесы имеют риск разориться, что может привести к монополизации рынка.

В) Отрасль, где внедрение экологически устойчивых практик может быть затруднено из-за специфических характеристик рынка или производственных процессов — отрасль машиностроения. Специфика данной отрасли состоит в том что ~~экологически чистые ресурсы~~ экологически чистые ресурсы для производства ограничены, соответственно при использовании только экологически чистых ресурсов в данной отрасли может привести к сокращению предложения на рынке данной отрасли. Так же, к повышению средней цены на товары данной отрасли. Так же стоит отметить, что перевод всех машиностроительных товаров на экологически чистые продукты (к примеру тенденция ^{на производство} электромобилей) обеспеченности может стать причиной профицита ресурсов топливной промышленности (т.к. основная масса авто на данный момент находится на топливном обеспечении).

Задание 1.

1. Новые доли участников в уставном капитале.





$$\begin{array}{c|c|c} 1 & 3 & 9 \\ \hline 13 & 13 & 13 \\ \hline \uparrow & \uparrow & \uparrow \\ \hline I & II & III \end{array}$$

2. Да, верно. Такое распределение долей не единственное.

3. Ещё одним вариантом распределения долей может являться голосование.

Задание 2.

~~4. 55%~~

Ответ: 4%.

Задание 3.

Ответ: 55%.

