



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	САПРЫКИНА
Имя	МАРИЯ
Отчество	ГЕОРГИЕВНА
Страна	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
Регион	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ

ВСЕГО СТРАНИЦ

7

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА





Задача 1.

Уставный капитал = 7 у.е., кол-во участников = 7 $\Rightarrow$ каждый из них обладает 1 у.е.

После выхода 4 участников у Бизнеса осталось 4 у.е., а у 3 участников по 1 у.е.

Тогда при распределении ресурсов для выполнения всех условий (геом. пр. и произв. первых $2x = 2$) получаемся: у первого участника - 1 у.е.; у второго - 2 у.е.; у третьего - 4 у.е. $1 \cdot 2 = 2$ (усл. выполненное), 1, 2, 4 - образуют геом. пр. с знаменателем 2, $1 + 2 + 4 = 7$ у.е.



Задача 2

$$\text{Детр. ВВП (в \%)} = \frac{\text{И. ВВП}}{\text{Р. ВВП}} \cdot 100\%$$

$$\text{Р. ВВП} = \frac{\text{И. ВВП} \cdot 100\%}{\text{Детр. ВВП}}$$

предается почитать прирост Р. ВВП в
процентах к 1935 году $\Rightarrow$ 1935 г. - базовый $\Rightarrow$

$$\text{для 1935 И. ВВП} = \text{Р. ВВП} = 200$$

$$\text{Р. ВВП}_{1936} = \frac{300 \cdot 100\%}{200\%} = 150$$

$$\text{мелл прироста Р. ВВП} = \frac{\text{Р. ВВП}^t - \text{Р. ВВП}_{\text{баз}}}{\text{Р. ВВП}_{\text{баз}}} \cdot 100\%$$

$$= \frac{150 - 200}{200} \cdot 100\% = -25\%$$

Ответ: -25%

Задача 3

$$R = \frac{1}{4} R_{\text{max}} = \frac{1}{4} \cdot 250 \text{ Вт} = 62,5 \text{ Вт}$$

$$q = 5 + 80 \cdot 62,5 = 5005 \text{ кВт} = 500500 \text{ кВт}$$

$$\text{Плата за электроэнергию} = 500500 \cdot 0,15 = 75075 \text{ руб.}$$

$$\text{Змн. илиииниов} = 400 \text{ тыс. } \text{£} \Rightarrow 1 \text{ £} = 20 \text{ илиииниов}$$





$$\text{стоимость станка машинного часа} = 2\frac{1}{4} \frac{\text{руб}}{\text{Прочень}} = \\ = \frac{9 \cdot 20}{4} \text{ миллиметров} = 45 \text{ миллиметров}$$

супер компьютер работает круглосуточно =
⇒ время работы = $365 \cdot 24 = 8760$ ч.

общая плата = $8760 \cdot 45 = 393200$ миллиметров.

годовая норма прибыли = $\frac{\text{прибыль} \cdot 100\%}{\text{выручка}} =$
 $= \frac{393200 - 25075}{393200} \cdot 100\% = \frac{318125}{393200} \cdot 100\% =$
 $= 80,9 \%$

Ответ: 80,9 %.

Задача 4

А) Средняя ежедневная доходность для GMTES =
 $= \frac{210 - 201}{201} : 10 \cdot 100\% = 0,44 \%$

Средняя ежедневная доходность для SGMEI =
 $= \frac{2050 - 2000}{2000} : 10 \cdot 100\% = 0,25 \%$

Б) На основании расчетов представляется



данных можно сделать вывод, что акции «Галина-Техника» предлагают инвестору вложить в инвестиционный портфель по другим причинам:

1. доходность «Галина-Техник» выше чем доходность «Синна-Электроникс» (0,44% и 0,25% - средние ежегод. доходности.)

2. Если на таблицу можно заметить, то изменение цен акций компании «Галина-Техник» менее активное, чем у «Синна-Электроникс», что может свидетельствовать о большей безопасности акции первой компании.

Задание 5

А) Целевая аудитория этого сегмента очень разнотипна по многим критериям: пол,



возраст, доход и т.д. Для привлечения тех или иных потребителей производится создание дизайна, который может заинтересовать ту или иную группу потребителей. Так например для брендов, производящих функцию парфюмерии, характерно яркие упаковки с рисунками, которые ^{деятельно} ^{или} ~~интересуют~~ и заинтересуют ~~деятельно~~, для такой целевой аудитории как женщины в возрасте 30 - 50 лет будут характерны ~~и~~ ^{или} строгие аккуратные дизайны.

Б) Ребрендинг продукта способен изменить его целевую аудиторию, и менее при этом само наименование товара. Например использование более дорогого пластика, /использование более качественного стек-



на может сделать товар более привлекательным для более платежеспособной аудитории

В) Примером другим такого рынка можно считать рынок косметики, где упаковка играет большую роль при выборе покупателем того или иного продукта. Более яркие упаковки будут привлекательными молодым девушкам, а более утонченные и аккуратные - более зрелым женщинам. Упаковка формирует видение и восприятие бренда, ее отражает его ценности и, следовательно, ценности целевой аудитории.

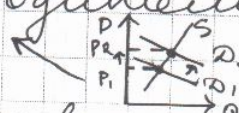
Задача №6.

А) 1. Запланированный переход на более экономическое производство требует внедрения новых технологий или вообще полное изменение производ-



свободного процесса, что увеличивает издержки и, следовательно, цену товара.

2. Потребители всё чаще и чаще предпочитают экономично произведённые товары, что приводит к увеличению спроса на товар, в связи с этим, для сохранения рыночного равновесия, производителями увеличивается цена на товар.



б) При сдвиге предпочтений в сторону более устойчивых товаров рынок можно разделить на 2 части: фирмы, производящие такие товары и продающие их по более высокой цене и на фирмы, не изменившие ~~преж~~ систему производства и выпуск товаров.

в) Примером отрасли, где внедрение экологически устойчивых практик может быть затруднено, является энергетика. На данный момент большая часть электроэнергии производится на ТЭС и ТЭЦ, используя уголь, как основной ресурс, что приводит к огромному количеству выбросов. Однако эта проблема не может быть решена по нескольким причинам:

1. Переход на другие источники энергии - длительный дорогостоящий процесс (или установка фильтров).
2. Производство более экологически чистой энергии занимается государство, которому требуется выделить большие деньги из гос. бюджета.
3. Основная часть людей зашла на ТЭС и ТЭЦ, следовательно, переход на другие виды станций приведёт к структурной безработице.

