



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

Олимпиада школьников РАНХиГС

Заключительный этап

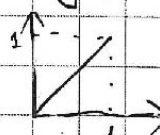
Класс	10
Профиль	ЭКОНОМИКА
Фамилия	ТИХОМИРОВА
Имя	АЛИНА
Отчество	ГЕОРГИЕВНА
Страна	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
Регион	МОСКВА

ВСЕГО СТРАНИЦ

7

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА



Изначально, у 1 участника было 1 доля ($13 : 13 = 1$)
 (Кривая Лоренса выглядела так  т.е. у всех было равные доли)

После ухода 10 участников освободились 10 долей.

- Теперь по усл. они распределены так: 1 доля 3 доли 9 долей
 (если прогрессия есть и $1 \cdot 3 = 3$)
- Нет, не верно

Контр. аргумент: если мы сделаем убыв-ю прогрессию (например,
 $3 \quad 1 \quad \frac{1}{3} \quad / \quad 9 \quad \frac{1}{3} \quad \frac{1}{81}$ и т.п. подобное, то у нас будут
 действ-но не все доли

также, если составить ур-е по усл:

$$\begin{cases} x + x \cdot b + x \cdot b^2 = 13 \\ x \cdot x \cdot b = 3 \end{cases}$$

можно показать, что единст-е решение подход-е это $x=1$ и $b=3$
 (где x - 1 член ^{нач.} прогрессии, а b - коэф-т)





Ответ: новые доли: 1, 3, 9

Нет, не верно

Задание 2

$$Y_R \text{ в } 1956 = \frac{500}{1,25} = 400 \text{ (млн. фунтов стер.)}$$

Означ, мы берём 1956 за базовый $\rightarrow$ в базовом году $Y_N = Y_R = 500$ (млн. фунтов стерлингов)

$$Y_R \text{ в } 1957 = \frac{600}{1,5} = 400 \text{ (млн. фунтов стер.)}$$

$$\text{Темп прироста: } \frac{400 - 500}{500} \cdot 100\% = -20\%$$

Ответ: -20%

Задание 4

$$A) \text{ GMTES: } \frac{+1\% + 1,5\% - 1,9\% + 2,4\% - 1,4\% + 2\% - 0,5\%}{10}$$

$$\frac{+2,4\% - 0,9\%}{10} = \frac{1,5\%}{10} = 0,15\%$$

$$SGMEL: \frac{+6\% - 5,2\% + 7,5\% - 9,3\% + 2,1\% + 10\% - 7,8\% + 4,7\% + 3,8\%}{10}$$

$$= \frac{14,6\%}{10} = 1,46\%$$

Б) Лучше покупать акции компании "Синга-электроника", т.к.





ежедневный доход больше у SGMEZ, чем у GMEC на

$$1,46\% - 0,46\% = 1\%$$

Ответ: покупать акции SGMEZ

Задание 5

А) Люди склонны сначала обращать внимание на внешний вид любой продукции, а уже потом начинают проверять качество данной продукции. Такая же ситуация и с парфюмом

Б) Если производитель не очень известного бренда изменит дизайн флакона, например из ~~фра~~ обычного флакона сделает какой-то красивый узор на крышке и изменит цвет флакона на более "строгий" (например, с розового перейдет на благородное фиолетовое) то люди начнут цепляться взглядом на данный парфюм. У них будет происходить невольное сравнение с популярными брендами. (и если будет ассоциация с хорошим качеством и высокой ценой) В итоге, поняв, что по бюджету им выгоднее данный бренд производителя (да и многим особо не отличающ от популярной





дорогой парфюмерии) они начали ~~уже~~ повышать спрос на данную продукцию, следовательно повышается ценность данной продукции, а затем и цена повышается.

Пример: ~~Иван~~ Иван решил открыть ^{кампанию} ~~фирму~~ по произв-ву парфюмерной продукции. ^{Изначально} ~~Изначально~~ изготавливались духи в розовых и желтых флаконах квадратной формы без всяких узоров и т.п. подобное Иван заметил, что довольно мало людей покупают его продукцию несмотря на хорошее качество. Заметив, что люди часто проходят около павильона с парфюмом Dior, но не покупают его из-за ценника, Иван решил ^{внешне} сделать ^{очень похожую} ~~его~~ ^{продукцию} ~~такую~~.

Люди, заметив знакомый вид, подходишь, смотришь на низкий ценник и брешь его товар. ^{т.е. у тех, кто проходит ассоциация - бренд Ивана похож на Dior - значит у него хорошее кд-во} Вскоре спрос на его продукцию сильно вырос.

В) Рынок косметики.

Девушки тратят довольно много денег на косметику. Именно поэтому рынок косметики имеет массу различных аналогов. Девушки хотя и покупают дорогую брендованную косметику, чтобы хорошо выглядеть на публике, а затем хвастаться перед знакомыми, однако, у них не всегда есть достаточно денег. Поэтому девушки очень часто покупают подделки, или косметику, которая выглядит "дорого", потому что не





категории может отличить оригинал от подделки и не каждый знает названия всех дорогих брендов. Именно поэтому продавцы стараются повторить дизайн или сделать похожим на более дорогой бренд — тогда у них появится спрос на продукцию и следовательно прибыль.

Задача 3

$$R = \frac{150 - 30}{100} = 75 \text{ (Процент)} = 0,075 \text{ (Эффект)}$$

$$q = 5 + 80 \cdot 0,075 = 11 \text{ МВт}$$

$$T(\text{изд-ки}) = 8 \text{ мм шпинтов (в год)}$$

$$11 \text{ МВт} \cdot 0,15 \text{ шпинта} = 1,65 \text{ шпинта в час}$$

$$1 \text{ пункт шпинтов} = 40 \text{ шпинтов}$$

$$\text{в год: } 2 \text{ £} \cdot 242 \cdot 365 \text{ дней} = \frac{17520}{17520} \text{ £}$$



Задание 6

- А) Для подобных стартапов требуется слишком много инвестиций. Также материалы подобных товаров стоят гораздо больше ~~бюджетных~~, чем материалы обычных товаров. Поэтому, чтобы получить прибыль компании вынуждены завышать цену.
- Б) Из-за того, что больше людей начинают покупать устойчивые товары, производители вполне могут снизить цены. (Т.к. например до этого они получали $\Pi = 20000$ с цены 1000 и только 10 потреб-ли, а теперь такую же Π могут получить с цен 200 и 100 потреб-ли, т.к. данной прибыли им вполне достаточно и они очень хотят помочь экологич-й обст-ке)
- В) ~~В~~ отрасли производства машин. Будущие машины, которые вместо бензина потребляют энергию (заряжаются), имеют радиомолнотностей, а также ^{дают} больше денег. Также, если произв-ся подобные машины - необходимо строить специальные заправки с электроэнергией. Такие заправки есть далеко не в каждом горо-



де (особенно в России), поэтому спрос на подобные экологиче-
ские машины очень высокий

