



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	ТРУТНЕВА
Имя	КСЕНИЯ
Отчество	АНДРЕЕВНА
Страна	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
Регион	ПЕРМСКИЙ КРАЙ

ВСЕГО СТРАНИЦ

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА



Задание 6

А) Производители парфюмерии уделяют столько внимания внешнему виду своей продукции по нескольким причинам:

- формирование аудитории (статистики) для узнаваемости бренда

- Воздействие на целевую аудиторию и привлечение внимания за счёт грамотной упаковки.

Например: { мужчины / женщины / дети /
(и в возрасте) { учителя

по обеспеченности инициатив:

	{	массовая / индивидуальная / коллективная / парадоксальная
--	---	---

по вкусу: обычно, теплые цвета (желтый, красный;
бразильский - приправы, пряные запахи
→ не всегда зеленые/позеленевшие (холодные) - свежие, при-
правы, пряные - легкие, чистые

Небольшое примечание: поименно кишечная паразитарная инфекция у одного производителя имеет одностороннее/охолическое обитание с целью притенять внимание к патогену.

Б) Изменение цвета кожи организма в пользу более пигментированного (например, детей дров), имеет сел.-сел.-ср.



привлечь и других покупателей постарше, т.к. она покажется им более качественной (чем со старыми франшизами), т.е., существует мнение, что детские духи менее статусные, "детские" пахнут, и кто пользуется более деловые материалы (т.е. дети в силу возраста чаще ругаются их, брызгают миса (миса), а снова французские духи будут считаться "качественнее".

Другой пример: система продаж уходовых духов (например: планета оранж), на более интересную/уточненную/выделенную (как и тогда можно привлечь новых покупателей интересными духами, тем самым поднимая ценность духов.

В) Роль сыра. Сыр в ^{прозрачности} позиционировании темнее в магазине со стиркой воспринимается менее ценным, чем сыр в упаковке из мягкой цветной бумаги с душой (который делится и стоит дороже), т.е. "персональность", внимание и детали привлекают клиентов.

Рынок автомобилей: Современный дизайн, форма, внешний вид в целом очень влияют на восприятие ценности и качества товара, то и на цену. Именно относятся автомобили. Например, Лада и Lexus. В дизайне первой компании преобладают простые формы, узкий салон, стандартный обивочный вид и функционал, в то время как вторая компания выпускает много разных видов и модификаций автомобилей (внедорожники, седаны и т.д.) и внешне выглядят "дороже" и "строже", что повышает ее стоимость и качество, поднимая рейтинг компании как лидер-сегмента.



Задача 1.

13 человек между 3 участниками
 a_1 - первый член прогрессии
 a_2 - второй a_3 - третий
 n - множитель

Из условия: $\begin{cases} a_1 \cdot a_2 = 3 \\ a_1 + a_2 + a_3 = 13 \end{cases}$ Выразим a_2 и a_3
 через a_1
 $a_2 = a_1 \cdot n$ $a_3 = a_1 \cdot n^2$
 Подставим значения.

$$\begin{cases} a_1 \cdot a_1 \cdot n = 3 \\ a_1 + a_1 \cdot n + a_1 \cdot n^2 = 13 \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} a_1^2 \cdot n = 3 \\ a_1 (1 + n + n^2) = 13 \end{cases}$$

Находим удовлетворяющие системе a и n .

$a_1 = 1$ $n = 3$ Тогда $a_2 = 3$ $a_3 = 9$.

Проверим.

$1 \cdot 3 = 3$ ✓
 $1 + 3 + 9 = 13$ ✓



Задание 6

- А) • на экономически менее развитых странах чаще Опе создаются не на вооруженных промышленных предприятиях, а на небольших фирмах, производствах (особенно)
- нет существенной затрат за счет масштабов производства
 - редко вводятся юридические меры по поддержке
 - за счет моды на дешевые товары и растущее население ($\rightarrow$ спрос) производители ~~не~~ ставят более высокую цену, т.е. знают, что его товар актуален (ожидается увеличение в популяции)
 - производители осознают, что при покупке его экономичного товара в будущем популяция меньше потратит на лечение/смерть, а также на покупку товаров на свое здоровье и поэтому ставят цену выше с учетом того, что поведенческие факторы
 - производитель просто действует рационально. Если есть спрос с высокой ценой, ее можно ставить такой, который (при этом следует учитывать популяцию), а когда он уменьшится, падает необходимость снижать цену для стимулирования производства
- см. англ. стр.



Б) На примере компьютерных товаров можно сказать, что неэкологичные товары чаще имеют в своем составе непереработанные вещества, производящие вредные вещества, и за это даже у зарекомендовавших себя компаний становится меньше покупателей.

Отличаются специализированные магазины компьютеров с экологичной косметикой (и др. продукция eco-friendly).

Р.е. меняется структура рынков в части компьютеров, уменьшается количество компаний.

Но за это время не все смогут купить экологичные товары, так что я думаю, что

это приведет к тому, что цена удвоятся для покупателей компьютеров внутри России.

Будет появляться множество новых продуктов и компаний.

За счет этого может увеличиться выручка самих компаний.

В) Потребная промышленность (камень, бетон).

Сам по себе очень дорогой материал, особенно если учесть, что сейчас есть много более дешевых материалов, но массово все еще производится бетон, и я думаю, что полный переход на альтернативные материалы невозможен.

• Электронные компьютеры, компьютеры, etc.

Сам по себе отход от этого производства разлагается быстрее, чем само + на данный момент практически не существует альтернатив, поэтому продолжают использоваться.



Задача 2.			
год	наим. ВВП	реал. ВВП	дефл.
1955	480	600 400	120
1956	500	750 400	125
1957	600	900 400	150
1958	900	600 600	150
$\frac{\text{реал. ВВП}}{\text{дефл. ВВП}} = \frac{\text{наим. ВВП} \cdot 100}{\text{дефл. ВВП}}$			
Г.Е. просят и предыдущий год:			
$\text{реал. ВВП } 1955 = \frac{480}{125} = 384$			
$1956 = \frac{500}{150} = 333$			
Оно не одинаковое!!			
Итого бюджет 28%			



Задача 4.

А) GMTEC со. дох $9\% = 1 \text{ д.е.} / \text{день} \left(\frac{1}{20} \right)$ $0,5\%$
SGMEL со. дох $50\% = 5,6 \text{ д.е.} / \text{день} \left(\frac{5,6}{20} \right)$ $0,28\%$

Б) 0.5 д.е. пороженована выигрывать $\frac{5,6}{2000}$
в портфель акции GMTEC Г.К. они имеют более высокую доходность. Т.е. все 2000 д.е. можно купить 1 акцию SGMEL и получить в среднем доход 5,6 д.е. $\left(\frac{5,6}{20} \right)$ или выиграть 10 д.е. в GMTEC (10 акций) и получить в среднем 10 д.е. / день. При более высоком уровне риска.

• акции GMTEC не опускались ниже цены в первый торговый день, а SGMEL на 5 день упал ниже первого дня $\Rightarrow$ акции имеют стабильна, и подходит только для короткого вклада (трейдинга). В то время как в долгосрочном плане акции GMTEC показывают себя лучше и надежнее.



Задача 3

$$VC = q = 5 + 80 \cdot R \quad \text{где } R = \frac{3}{10} \cdot 0.25 = 0.075$$

$$\Rightarrow q = 5 + 80 \cdot 0.075 = 5 + 6 = 11 \text{ МВт/ч} = 11 \text{ 000 кВт/ч}$$

$$1 \text{ кВт} = 0.15 \text{ мм} \quad 1 \text{ МВт} = 1000 \text{ кВт}$$

$$\Rightarrow 1 \text{ МВт} = 150 \text{ мм}$$

$$150 \cdot 11 = 1650 \text{ мм/ч} \text{ или } 82.5 \text{ \$/ч (из учета 20\%)}$$

$$FC = 400 \text{ 000 \$} \text{ или } 8 \text{ 000 000 мм/ч}$$

$$TC = 0.825 \cdot Q + 400 \text{ 000} \text{ или } TC = 1650 Q + 8 \text{ 000 000}$$

$$\Pi = 2Q - 0.825Q - 400 \text{ 000} \geq 0$$

$$P(Q) \quad PQ - TC =$$

$$1.175Q \geq 400 \text{ 000}$$

$$Q \geq 340 \text{ 425.53}$$

20%

