Московский государственный

университет имени М.В.Ломоносова

Экономический факультет

МГУ имени М.В.Ломоносова

При поддержке Правительства Москвы

**VI Открытый чемпионат школ по экономике**

Задание командного тура 1

**«Должен, не спорю, отдам не скоро»**

В развивающихся странах часто плохо работает рынок заемных средств. Домохозяйства и семейные предприятия очень сильно ограничены в доступе к кредиту: на этом рынке совершается мало сделок, ставки по кредитам очень высоки (в среднем 3-4% в месяц) и сильно колеблются – в границах одной деревни могут наблюдаться сделки по 2% годовых и по 150% годовых.

**Вопрос 1**. Чем можно, на ваш взгляд, объяснить подобное состояние рынка, и почему такие проблемы редко можно встретить в развитых странах?

Уже почти двадцать лет в развивающихся странах действуют так называемые микрофинансовые организации, выдающие небольшие кредиты в рамках специального контракта:

* Заемщикам предлагают объединяться в группы по 5-10 человек, для которых действует принцип коллективной ответственности – пока все участники группы не вернут выданные им кредиты, никто не получит доступ к новым займам.
* Размер займа, который может получить участник, тем больше, чем больше займов он получил до этого.
* Заемщиков обязывают регулярно встречаться и обсуждать финансовые дела и общебытовые проблемы.

Ставки по кредитам в рамках подобных контрактов высоки по меркам развивающихся стран, но тем не менее онизаметно ниже, чем в среднем на рынке. Клиентами крупнейшей из микрофинансовых организаций, банка Grameen, уже стали почти 10 млн бедняков в развивающихся странах, а основатель этого банка, Мохаммед Юнус, получил Нобелевскую премию Мира.

**Вопрос 2.** Каким образом подобная схема займа позволяет снижать ставки процентов по кредитам?

Московский государственный

университет имени М.В.Ломоносова

Экономический факультет

МГУ имени М.В.Ломоносова

При поддержке Правительства Москвы

**VI Открытый чемпионат школ по экономике**

Задание командного тура 2

**Невероятный успех умных часов Pebble**

Привлечение стартового капитала – это одна из самых трудных задач, которые должен решить предприниматель, начиная новое дело. На реализацию новых идей нужны деньги, которые становятся рисковыми инвестициями – проект может завершиться успехом, а может прогореть. Большинство новых предприятий не справляются с этим вызовом.

**Вопрос 1.** Какие источники привлечения стартового капитала предприятия знаете Вы (от кого Вы могли бы получить деньги для реализации своей бизнес-идеи)? Приведите краткий комментарий о том, как «работает» каждый источник*.*

Краудфандинг (от англ. crowd – «толпа»и funding – «финансирование») – это способ финансирования коммерческих, благотворительных, культурных, социальных и иных проектов, основанный на привлечение сравнительно небольших сумм от широкого круга доноров («толпы») через публичный запрос к неопределенному кругу лиц, осуществляемый как правило через интернет, без привлечения традиционных финансовых посредников. Чаще всего через краудфандинг финансируют сравнительно небольшие проекты на сумму в несколько тысяч долларов.

Одна из первых краудфандинговых платформ Sellaband начала работать в Нидерландах в 2006 году и помогала музыкантам собрать средства для записи нового альбома. Краудфандинг стремительно набирает популярность: только одна платформа Kickstarter.com привлекла $1,98 миллиарда к апрелю 2016 года. Исследователи и политики в США и Европе активно обсуждают возможность того, что краудфандинг сможет заполнить области, где традиционные способы привлечения капитала недоступны[[1]](#footnote-1).

Примером успеха может служить Pebble – это проект «умных часов», устройства, совмещающего в себе функции часов и доступ к функциям мобильного телефона: звонки (в часы встроен микрофон), чтение почты, смс и других сообщений; часы позволяют контролировать спортивные тренировки и сон.

28 марта 2015 года проект умных часов Pebble привлек $20,3 млн. от 78,5 тысяч инвесторов через краудфандинговую платформу Kickstarter, установив сразу несколько рекордов. Pebble удалось привлечь самую большую сумму в истории краудфандинга, а также быстрее всего собрать $1 млн. – потребовалось всего 49 минут. Стоит отметить, что результат заметно превзошел ожидания предпринимателей – они ставили цель собрать только $500 тыс.

Успех краудфандинговой кампании Pebble привлек большое внимание и стал поводом для множества статей и сюжетов в СМИ. Обсуждение на форуме кампании на платформе Kickstarter.com состоит из более чем 13 тысяч сообщений, в которых многие делятся своим мнением об идее. Предприниматели поддерживают связь со многими «инвесторами». В обмен на взнос (в зависимости от его суммы) компания в случае успеха кампании обещает предоставить «инвестору» экземпляр часов или возможность приобрети их со скидкой по сравнению с розничной ценой. Платформа взимает с предпринимателей комиссию, равную нескольким процентам от суммы, привлеченной в рамках кампании.

Одним из важных вопросов в обсуждении и исследовании краудфандинга является мотивация, которая движет предпринимателями и инвесторами, принимающими участие в краудфандинговых кампаниях.

**Вопрос 2.** Какие цели преследуют предприниматели, участвуя в краудфандинге? Какие выгоды дает краудфандинг предпринимателям? Поясните свой ответ, сравните краудфандинг с другими способами привлечения капитала с точки зрения рассматриваемых целей.



Московский государственный

университет имени М.В.Ломоносова

Экономический факультет

МГУ имени М.В.Ломоносова

При поддержке Правительства Москвы

**VI Открытый чемпионат школ по экономике**

Задание командного тура 3

**«Эй вы, задние! Делай, как я»**

Модель экономического роста Солоу предсказывает, помимо прочего, что у бедных стран есть возможность расти быстрее богатых, поэтому постепенно они будут догонять последние по уровню дохода на душу населения (этот процесс называется конвергенцией). Экономист, решивший проверить предсказание модели, выбрал 16 стран, по которым доступны хорошие данные о доходе на душу населения за предшествующие 100 лет. И действительно, выяснилось, что среднегодовой темп роста ВВП в этих странах был тем выше, чем ниже был доход в стране. Другими словами, относительно более бедные страны действительно догоняют богатые. Однако у других экономистов возникли претензии к подобному исследованию.

**Вопрос 1.** Исходя из имеющейся у вас информации, напишите, в чем, на ваш взгляд, заключаются недостатки описанного исследования?

**Вопрос 2.** Как бы вы предложили улучшить качество исследования?



Московский государственный

университет имени М.В.Ломоносова

Экономический факультет

МГУ имени М.В.Ломоносова

При поддержке Правительства Москвы

**VI Открытый чемпионат школ по экономике**

Задание командного тура 4

**Траур короля Ричарда**

У короля Ричарда было трое любимых сыновей (Алджернон, Бертрам, Вивиан) и шестеро нелюбимых сыновей (Гилберт, Кеннет, Ламберт, Магнус, Персиваль и Хьюго). В королевстве прошел слух о том, что один из королевских сыновей трагически погиб. Если погиб любимый сын, то в королевстве будет объявлен строжайший траур, и цены на пиво упадут. Если же погиб нелюбимый сын, то траура не будет, и цены на пиво вырастут. Кто из сыновей погиб, широкой общественности пока не известно и будет объявлено только через неделю.

Два трактира (номер 1 и номер 2) в королевстве решают, стоит ли им закупать пиво или, напротив, как можно быстрее распродавать (пиво не хранится долго, поэтому закупать впрок его нельзя). У каждого из двух трактиров есть по три доносчика из королевской прислуги (обозначим их номерами от одного до шести), которые могут подать весточку, если что-то разузнают.

У трактира 1:

* Если весточка приходит от доносчика 1, это значит, что погиб либо Алджернон, либо Гилберт, либо Кеннет.
* Если весточка приходит от доносчика 2, это значит, что погиб либо Бертрам, либо Ламберт, либо Магнус.
* Если весточка приходит от доносчика 3, это значит, что погиб либо Вивиан, либо Персиваль, либо Хьюго.

У трактира 2:

* Если весточка приходит от доносчика 4, это значит, что погиб либо Алджернон, либо Гилберт, либо Кеннет, либо Ламберт.
* Если весточка приходит от доносчика 5, это значит, что погиб либо Бертрам, либо Магнус, либо Персиваль, либо Хьюго.
* Если весточка приходит от доносчика 6, это значит, что погиб Вивиан.

Каждый из шести доносчиков может прислать весточку, но не может сообщить конкретное имя погибшего сына.



Трактирщики используют всю имеющуюся у них информацию, чтобы попытаться выяснить, кто из детей Ричарда погиб, и принять решения о закупке пива, руководствуясь следующим принципом. Сначала трактирщик пытается понять, кто точно жив, после этого он поступит так: если среди оставшихся имен (про которых нельзя сказать ничего определенного) меньше трети – любимые сыновья короля Ричарда, то трактирщик закупает пиво, а если треть или больше – продает.

Каждый из трактирщиков знает, что он и его конкурент будут использовать всю доступную информацию для максимизации прибыли. Вся информация о составе королевской семьи, возможностях доносчиков трактиров и совершенных в предыдущие дни на рынке сделках общедоступна и является общим знанием для обоих трактирщиков.

**Вопрос 1.** Сформулируйте, как вы понимаете фразу «информация является общим знанием для обоих трактиров».

Во**прос 2.** Предположим, что в неравной схватке с великаном погиб Алджернон. Распишите для каждого дня до объявления траура, будет ли каждый из трактиров покупать пиво или продавать?

**Вопрос 3.** Как используется предпосылка «общего знания» при решении задачи?

**Вопрос 4.** Чаще всего резкое падение фондовых рынков объясняется изменением экономических реалий, следует за неблагоприятными для фондовых рынков новостями и предшествует рецессии. Так было и с «Черным Четвергом» в 1929 году, за которым последовала Великая Депрессия. Однако биржевой крах 1987 года, названный «Черным Понедельником», не сопровождался ни плохими новостями, ни рецессией. Как опыт короля Ричарда, наблюдающего за поведением трактирщиков, может помочь объяснить события «Черного Понедельника»?



1. Несмотря на оптимистичный тон кейса, нужно отметить, что в литературе нет консенсуса относительно роли и перспектив краудфандинга. Многие исследователи отмечают все еще малый объем средств, собираемых через краудфандинг, низкую долю успешных проектов, высокие риски инвестирования, малые возможности для оценки качества проектов, возможности для мошенничества со стороны предпринимателей, риски ухудшающего отбора, «стадное» поведение инвесторов и др. [↑](#footnote-ref-1)