



ОТКРЫТЫЙ ЧЕМПИОНАТ
ШКОЛ ПО ЭКОНОМИКЕ
МГУ имени М.В.Ломоносова

Открытый чемпионат школ по экономике

Задания командного тура

Кейс №1

Условие кейса

Страховали-страховали, да не вы...

Автострахование является одним из крупнейших секторов страховой отрасли. Владельцы автомобилей (страхователи) покупают у страховой компании (страховщика) полис, позволяющий рассчитывать на покрытие издержек на ремонт автомобиля в случае повреждений после дорожно-транспортных происшествий. Прибыль страховщика представляет собой разницу между выручкой за проданные страховки и выплатами водителям на ремонт их автомобилей, при этом компания может варьировать цену страховки для разных водителей.

Вопросы

- 1) В современном мире компаниям стало проще собирать о своих клиентах информацию, которая может помочь определить оптимальную цену страховки для каждого водителя. Ниже приведены характеристики страхователя, данные о которых могут быть собраны фирмой-страховщиком. Для каждого пункта поясните, как эта характеристика при прочих равных повлияет на цену страховки (положительно или отрицательно), и объясните, почему (можно привести один или несколько аргументов).
 1. Наличие у водителя детей.
 2. Режим работы водителя.
 3. Наличие высокотехнологичных устройств, предотвращающих аварии (сенсоров и датчиков, сигнализирующих о съезде с полосы, приближении посторонних объектов и т.д.).
 4. Возраст автомобиля.
- 2) Представьте, что вы специалист по большим данным в страховой компании. Какую информацию об автовладельцах, помимо указанной в предшествующих пунктах, вы бы предложили собирать, и как бы она помогла вашей компании?

Предполагаемые ответы

Страховая компания не наблюдает напрямую, насколько велики ожидаемые потери страхового случая для конкретного клиента. Однако она может воспользоваться наблюдаемыми характеристиками, которые могут отражать этот риск – и, соответственно, повышать или понижать цену страховки.

Вопрос 1

1. Страховка дешевеет. Наличие детей при прочих равных повышает аккуратность водителя, который чувствует ответственность за свою семью. Это значит, что риск аварии для таких водителей снижается.
2. Страховка может дорожать для водителей, которые по работе много передвигаются на машине в темное время суток, когда вероятность аварии выше.
3. С одной стороны, риск аварии уменьшается благодаря сенсорам, парктроникам и автоматическому контролю скорости. С другой стороны, наличие таких устройств снижает стимулы водителя к аккуратному вождению. Кроме того, эти высокотехнологичные устройства часто расположены на зеркалах, бамперах и других частях автомобиля, которые страдают при аварии в первую очередь – следовательно, стоимость ремонта становится дороже. Поэтому наличие таких устройств может и повысить цену страховки.
4. Страховка дорожает для более старых автомобилей. Это происходит по двум причинам. Во-первых, для более старых машин при прочих равных выше риск поломки, которая приведет к аварии. Во-вторых, для более старых машин при прочих равных в случае аварии растет стоимость ремонта и поиска запчастей.

Вопрос 2

Помимо перечисленных, страховщик может, например, интересоваться стажем водителя, количеством людей, допущенных к управлению автомобилем, дорожный маршрут водителя.

Кейс №2

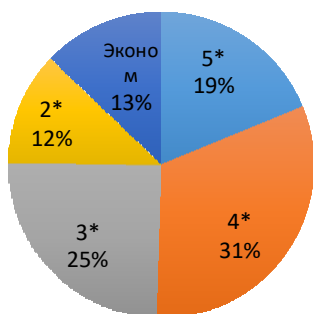
Условие кейса

Отели и AirBnB

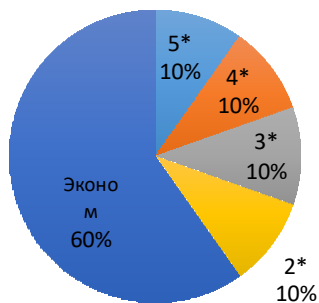
Несмотря на то, что существует множество онлайн сервисов для краткосрочной аренды жилья, в последние несколько лет сервис AirBnB стремительно вырос и является сегодня крупнейшим игроком на многих рынках краткосрочной аренды жилья. AirBnB – это основанная в 2008 году онлайн-платформа, которая агрегирует доступное для краткосрочной и долгосрочной аренды жилье, принадлежащее частным собственникам, а также упрощает процесс оплаты и бронирования средств размещения. Когда жилье бронируется через сайт, Airbnb получает комиссию от общей стоимости аренды. Изначальная идея AirBnB – позволить владельцам или арендаторам квартир использовать их дома более эффективно, а путешественникам – получить опыт общения с местными жителями и почувствовать себя «как дома». На 2016 год в базе AirBnB размещено около 2 миллионов домов, квартир, отдельных комнат и комнат для совместного пользования. Быстрый рост и увеличение доли жилья, представленного на рынке через AirBnB, поднимают вопросы о влиянии подобных онлайн-платформ как на туристическую отрасль, так и на экономику городов.

Изучите данные о гостиничном рынке района Манхэттен города Нью-Йорк ответьте на поставленные вопросы.

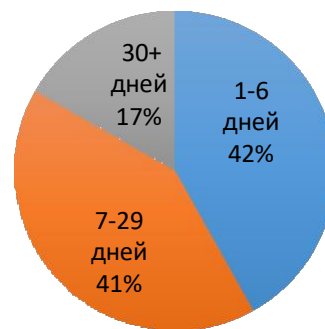
Распределение по категориям предложения комнат в отелях



Распределение по категориям предложения комнат, сдаваемых через Airbnb



Продолжительность пребывания гостей, останавливающихся через Airbnb



Доля апарт-отелей составляет 4% от общего объема гостиничных

Таблица 1. Спрос и предложение на отели и объекты Airbnb в 2014-2015 годах

Период	Отели			AirBnB		
	Средняя загрузка	Средняя цена за номер	Среднее предложение в день (комнат)	Средняя загрузка	Средняя цена за номер	Среднее предложение в день (комнат) ¹
2014	88%	\$292	86 633	43%	\$179	7 961
2015	87%	\$289	88 890	46%	\$178	9 652

¹ Число доступных комнат существенно колеблется в разные дни. Минимальное доступное количество в день за период наблюдения составляло 6 316, а максимальное – 12 787.

Таблица 2. Ключевые показатели отелей и объектов AirBnB по категориям средств размещения

Категория	Отели		AirBnB	
	Средняя загрузка	Средняя цена за номер	Средняя загрузка	Средняя цена за номер
5* (Luxury)	82%	\$448	29%	\$511
4* (Upper Upscale)	85%	\$272	38%	\$295
3* (Upscale)	87%	\$220	41%	\$232
2* (Upper Midscale)	85%	\$203	45%	\$199
Эконом(Midscale+Economy)	85%	\$206	49%	\$121

Вопросы

- 1) Объясните, почему у квартир и комнат, сдаваемых через AirBnB, такая низкая загрузка по сравнению с традиционными отелями, несмотря на низкую цену за номер для некоторых категорий?


Ваша команда управляет портфелем отелей сети Интерконтинентал, расположенных на Манхэттене (см. перечень отелей и их характеристики в таблице 3). Загрузка отелей портфеля совпадает со среднерыночной для соответствующей категории. Известно, что в 2016 году не планируется открытие новых отелей на Манхэттене, но объем предложения со стороны AirBnB будет расти с тем же темпом, что в 2015 году. Чтобы спланировать маркетинговые мероприятия на 2016 год, ответьте на следующие вопросы:

- 2) Какие бренды портфеля имеют конкурентное преимущество перед другими отелями такой же категории (укажите критерии выбора)? Какие бренды будут испытывать наибольшее конкурентное давление со стороны AirBnB (объясните, почему)?
- 3) Какие категории гостей² могут составить основу спроса (то есть, скорее всего, не будут предпочитать AirBnB отелям) для каждого бренда?
- 4) Для каких категорий гостей риск потерять их в пользу AirBnB максимален?

Таблица 3. Перечень отелей сети Интерконтинентал и их характеристики

№	Бренд	Категория	Сервис и услуги	Количество комнат/отелей	Средняя цена за номер
---	-------	-----------	-----------------	--------------------------	-----------------------

² Примеры категорий по различным критериям: отдыхающие/ командировочные (бизнес)/ посещающие родственников и друзей/ посещающие мероприятия и конференции, индивидуальные туристы/ организованные группы, одинокие/ пары/ семьи с детьми/ компании друзей, и другие (изучайте данные)

1		5* (Luxury)	Полный спектр услуг ³	1300 / 2	\$400
2		3* (Upscale)	Полный спектр услуг	700 / 1	\$200
3		3* (Upscale) апартамент-отель	Ограниченный набор услуг ⁴	200 / 1	\$240
4		Эконом (Midscale)	Полный спектр услуг	1100 / 5	\$250
5		Эконом (Midscale) апартамент-отель	Ограниченный набор услуг	200 / 1	\$250
6		Эконом (Upper Economy)	Ограниченный набор услуг	750 / 6	\$220

³ Полный спектр услуг подразумевает наличие минимум одного (а чаще более) полноценного ресторана, предоставляющего возможность организации питания для мероприятий, а также наличие площадей для проведения деловых встреч, мероприятий и банкетов.

⁴ Отели с ограниченным набором услуг могут не иметь кухни и ресторана, или иметь небольшое кафе для организации завтраков, обычно они не предоставляют услуг по организации мероприятий

Предполагаемые ответы

Вопрос 1

1. В классе «эконом» рынок очень насыщен, поэтому низкая загрузка жилья, сдаваемого через AirBnB, может быть вызвана избыточным предложением в данном сегменте.
2. Нестабильное предложение, база расчета все время меняется, а те квартиры, которые числятся свободными, могут на самом деле не сдаваться хозяином по каким-то личным причинам (хозяин может отказывать в бронировании, если приехал кто-то из друзей, или ему не понравился потенциальный жилец).
3. Хозяева квартир обычно не тратят силы и деньги на маркетинговые мероприятия, не изучают спрос и не изменяют цены в соответствии с колебаниями спроса, они менее гибкие, чем системы бронирования отелей. Отели тратят деньги на рекламу (в том числе делают ее таргетированной) и программы лояльности. Для хозяев квартир сдача жилья не является основным бизнесом.
4. В отелях существуют стандарты качества, подтверждаемые международной сертификацией, а качество жилья, сдаваемого через AirBnB, подтверждается без использования единых стандартов, а через отзывы предыдущих постояльцев.
5. Многие группы постояльцев привыкли селиться в отелях, используют их программу лояльности или во время отдыха хотят, чтобы им оказывали дополнительные услуги, которые не включены в стоимость жилья на AirBnB (SPA, бассейн, уборка номеров, питание, домашние животные и т.п.).
6. Турагентства работают с отелями.
7. Некоторые группы потребителей не знакомы с сервисом AirBnB, испытывают трудности при использовании Интернет для оплаты жилья.
8. Недоверие хозяевами жилья, сдаваемого через AirBnB.

Вопрос 2

Объяснение конкурентного преимущества по цене на основе имеющихся данных. Бренды №3, №4, №5 и №6 достигают рыночных уровней загрузки, устанавливая более высокую среднюю цену за номер, то есть имеют конкурентное преимущество в своем классе. Любые комментарии в числовом выражении приветствуются (например, замечание, что Holiday Inn и Candlewood Suites особенно круты, держа цену на 21% выше, чем в среднем по сегменту, а Candlewood Suites еще и предоставляя ограниченный набор услуг и являясь апарт-отелем). Также может быть справедливым замечание, что более корректно было бы сравнивать более близкие по характеристикам отели (для этого в реальном анализе берут данные «конкурентного набора» - competitive set – 5-10 отелей, наиболее похожих на анализируемый по расположению, набору услуг, позиционированию (апарт- или нет, например), дате постройки).

Альтернативное объяснение: Бренды №1, №2 устанавливают меньшие по сравнению со среднерыночными цены, в чем проявляется их конкурентное преимущество.

Наибольшее давление на бренды эконом-сегмента и, особенно, апарт-отели.

Вопрос 3

- По уровню дохода и требованиям к комфорту – люди, требующие высокого класса обслуживания, предпочитающие отели категории выше 3*, скорее всего так и останутся приверженцами отелей.
- Бизнес-туристы обладают существенно меньшей эластичностью спроса по цене (компания платит), а также отличаются более высокими требованиями к комфорту (нужно восстанавливать силы для работы и не думать о том, где поесть, где найти доступ к интернету, принтеру, где встретиться с партнерами, если это нужно). Поэтому они могут составить основу спроса отелей.
- Групповые туристы, так как им необходимо большое количество мест одновременно и рядом, которое не может обеспечить AirBnB.
- Посетители конференций и любых других мероприятий (частные в том числе, например, большие свадьбы и т.д.): во-первых, потому что им тоже нужно жить рядом (как подвид группового туризма), во-вторых, потому что им необходим набор услуг и помещений для проведения самого мероприятия (залы, оборудование, кейтеринг).
- Посетители, которые испытывают трудности в общении с хозяевами жилья из-за языкового барьера.

Вопрос 4

- Туристы эконом-сегмента, путешествующие самостоятельно, не требовательные к услугам, но обладающие высокой эластичностью по цене.
- Туристы, которые ценят общение с местными жителями и стараются лучше узнать город, независимо от уровня дохода.
- Семьи с детьми или компании, которым важно наличие нескольких комнат и кухни, – конкурируют с апарт-отелями.
- Люди, останавливающиеся более, чем на неделю, или более, чем на месяц. В последнюю категорию могут попадать студенты по обмену; люди, приезжающие на обучение или стажировки; люди, которые переезжают из города в город или с квартиры на квартиру. Также конкуренция с апарт-отелями.

Кейс №3

Условие кейса

Условности ни к чему

В 2017 году Финляндия планирует начать эксперимент по введению безусловного (базового) дохода. Одна из возможных моделей эксперимента заключается в следующем: отобранная группа граждан будет ежемесячно получать необлагаемую налогом сумму в 800 евро, которая заменит большинство льгот и социальных выплат. Граждане будут получать безусловный доход независимо от их занятости, благосостояния и социального статуса, при этом они не будут должны что-либо государству. «Цель эксперимента заключается в том, чтобы найти пути реформирования системы социальной поддержки в ответ на изменения на рынке труда. Эксперимент позволит изучить, как сделать систему более эффективной». Из пресс-релиза Института социального страхования Финляндии (Kela) от 19.11.2015.

Вопросы

- 1) Перечислите составные части системы социальной поддержки.
- 2) Приведите и аргументируйте доводы за и против введения системы безусловного дохода.
- 3) Какие недостатки есть у введения безусловного дохода в рамках целой страны, состоящей из нескольких регионов?

Предполагаемые ответы

Вопрос 1

Пенсии, пособия по безработице, пособия многодетным семьям, стипендии, доступные образование и здравоохранение, льготы (на оплату коммунальных услуг, проезд в общественном транспорте и т.д.).

Вопрос 2

✓ Аргументы в пользу введения безусловного дохода.

Безусловный доход может решить проблему финансирования выпадающих доходов среднего класса в результате технического прогресса (т.е. вытеснения людей технологиями). Кроме того, безусловный доход дает человеку возможность найти свое призвание, работать над социально значимыми проектами, развивать творческий потенциал, коротко говоря, выбирать работу без оглядки на оплату. То есть в условиях безусловного дохода, нет необходимости тратить время на низкоквалифицированный труд ради того, чтобы выжить, снижается тревога об удовлетворении базовых финансовых потребностей. Можно потратить его на образование и развитие таланта. Есть гипотеза, что это будет положительно сказываться на общественном благосостоянии в долгосрочной перспективе, так как люди более эффективны, когда работа соответствует их призванию.

Кроме того, введение безусловного дохода упростит систему социальной поддержки. Можно будет расформировать существенную часть бюрократического аппарата, который регулирует получение пособий (условия получения, объемы, категории граждан, отчеты по использованию средств, сами перечисления), то есть сократятся расходы на содержание органов социальной поддержки.

✓ Аргументы против введения безусловного дохода.

Одним из недостатков введения безусловного дохода является вопрос финансирования. Не ясно, из каких источников можно было бы получить эти средства: налоги, высвобожденные деньги в результате сокращения гос. аппарата, природная рента и др.

Также безусловный доход может снизить стимулы для инвестиций в человеческий капитал, и тем самым негативно сказаться на производительности труда.

Кроме того, если страна начнет использовать безусловный доход, то вероятно, резко увеличится ее привлекательность для мигрантов. То есть такая реформа системы соц. поддержки потребует изменения не только внутренней политики, но и внешней, как минимум пересмотр миграционного законодательства.

Вопрос 3

Во-первых, размер безусловного дохода определяется таким образом, чтобы его хватало на необходимые нужды, но при этом было недостаточно на обеспечение высокого уровня жизни, тогда будут сохраняться стимулы к труду. Во-вторых, в федеративном государстве стоимость жизни может отличаться в зависимости от субъекта федерации.

Тогда если вводить безусловный доход в размере, одинаковом для каждого региона, опираясь на самую низкую стоимость жизни среди регионов, то он не

будет обеспечивать необходимый минимум дохода в некоторых регионах. Если же в качестве ориентира для размера безусловного дохода брать самые дорогие регионы, то это ударит по стимулам к труду жителей более дешевых регионов.

Если не фиксировать размер безусловного дохода внутри страны, а сделать его плавающим в зависимости от региона, то это может подстегнуть внутреннюю миграцию в регионы с более высоким безусловным доходом.

Кейс №4

Условие кейса

Учиться, учиться и еще раз..

Известно, что бедные страны отличаются в среднем более высоким уровнем заболеваемости и смертности от неинфекционных хронических заболеваний, а также более высоким уровнем рождаемости (среднее число детей на одну женщину). Значительная доля финансовой помощи, которая выделяется бедным странам, направляется на решение демографических проблем. Для того, чтобы потратить эти деньги максимально эффективно, нужно хорошо понимать факторы, воздействующие на решения о планировании семьи и здоровье. Специалисты по демографии и экономике развития считают, что одной из главных мер воздействия на уровень рождаемости и на уровень смертности в развивающихся странах являются программы образования для женщин.

Вопросы

- 1) Опишите передаточные механизмы, связывающие рост доступа женщин к образованию и снижение рождаемости.
- 2) Опишите передаточные механизмы, связывающие рост доступа женщин к образованию и снижение смертности от неинфекционных заболеваний.

Предполагаемые ответы

Вопрос 1

Расширение доступа женщин к образованию может повлиять на снижение среднего числа детей, рожденных женщиной, благодаря нескольким факторам:

- 1.1. Образованная женщина может зарабатывать больше дохода -- следовательно, для нее вырастают альтернативные издержки отказа от работы для вынашивания и воспитания детей.
- 1.2. Увеличение времени обучения приводит к откладыванию вступления в брак и начала деторождения – при прочих равных такая женщина успеет родить меньше детей.
- 1.3. Образование снижает издержки получения информации о способах планирования рождаемости, средствах контрацепции и т.д.
- 1.4. Образованная женщина приносит относительно большую долю дохода в семью – следовательно, у нее вырастает «переговорная сила» в случае разногласий с окружением – родителями, мужем и т.д.
- 1.5. Образованная женщина стремится дать хорошее образование и воспитание своему ребенку. Понимая, что она ограничена в средствах, она будет ограничивать число детей.

Вопрос 2

2.1. В предотвращении смертности от НИЗ большое значение имеет профилактика – образование снижает издержки доступа к информации о мерах профилактики и пользе здорового образа жизни (качества питания, занятий спортом, отказа от вредных привычек).

2.2. Более образованные женщины больше зарабатывают – следовательно, имеют более широкий доступ к услугам здравоохранения (в том числе имеют финансовые средства для получения дополнительных услуг, не предоставляемых ОМС).

2.3. Более образованные женщины следят за своим здоровьем и здоровьем будущего ребенка во время беременности, тем самым предотвращая часть проблем со здоровьем, которые могли бы возникнуть у ребенка.