

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО  
СПЕЦИАЛЬНОГО**

**ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**ГУЛИСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**



**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА “ЭКОНОМИКА”**

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО  
ПРЕДМЕТУ**

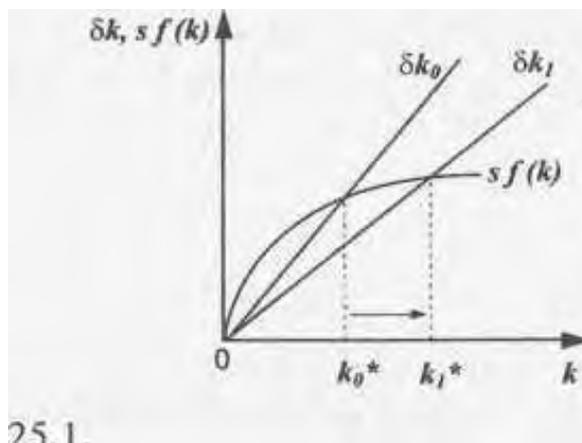
**ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ**

**Гулистон - 2021**

№ 7. При значении  $\kappa$ , равном 16. Расчет ведется по формуле:  $sf(k) = S\kappa k$ . По условиям задачи  $y = \kappa^{1/2}$  можно представить и как

$y = y\kappa$ .

№ 8.



Уменьшение нормы выбытия сдвигает график  $\delta k_0$  в положение  $\delta k_1$ . Следовательно, устойчивый уровень капиталовооруженности увеличивается.

№ 9.

№ 10. б).

№ 11. Дифференцируем и логарифмируем формулу производственной функции, получаем формулу, дающую соответствующее выражение в ежегодных темпах роста:  $y = a + ak + \beta I$ ; следовательно,  $4 + (0,3 \times 3) + (0,7 \times 6) = 9,1\%$ .

№ 12. По аналогии с предыдущей задачей, используем формулу, выражающую данную производственную функцию в ежегодных темпах роста:  $y = a + ak + \beta I + z$ ; следовательно,  $3,87 = (0,25 \times 3 + 0,75 \times 1,5) = 2\%$ .

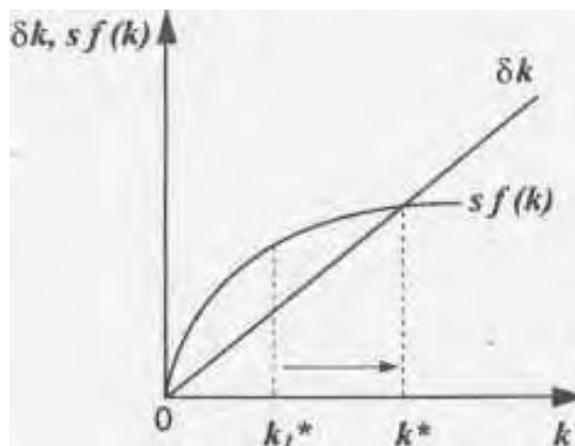


Рис. 25.2.

Пункт а). Линию  $S\kappa k$  можно рассматривать как график требуемых инвестиций, а  $Sf(k)$  как график сбережений. Если сбережения, превышают инвестиции (например, на уровне  $\kappa^*$ ), то экономика будет стремиться к более капиталоемкому экономическому росту.

№ 14. С учетом влияния темпов роста населения, стационарное состояние выражается формулой  $(S + n) \kappa = sf(\kappa)$ . Следовательно, по аналогии с задачей № 8, график требуемых инвестиций (см. ответ к задаче № 8) в данном случае сдвинется вверх, принимая более крутой наклон. Экономика будет стремиться к новому, более низкому

уровню устойчивой капиталовооруженности. ,

№ 15. а), в), г).

№ 16. б).

№ 17. По формуле  $MP_k = cr + n + g$  и получаем 1,5%.

### МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА В ЦЕЛОМ: АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ДОХОДЫ

№ 1. Какое из утверждений принадлежит представителям кейнсианства, какое — представителям неоклассической школы?

- а) цена и заработная плата гибки;
- б) сбережения определяются уровнем совокупных доходов;
- в) цены и заработная плата негибки в краткосрочном периоде времени;
- г) равновесие в экономике возможно при неполной занятости;
- д) спрос на деньги зависит от уровня дохода.

№ 2. На каком из отрезков кривой совокупного предложения Вы стали бы иллюстрировать принцип классической дихотомии? Почему?

№ 3. Предложение денег в стране составляет 100 млн. долл. Номинальный ВВП — 500 млн. долл. Что произойдет со скоростью обращения денег (согласно классической количественной теории денег), если денежное предложение увеличится в 2 раза?

№ 4. Какие из приведенных высказываний характеризуют концепцию нейтральности, какие — концепцию супернейтральности денег или не относятся ни к одной из названных концепций?

а) на краткосрочных временных интервалах стимулирующая кредитно-денежная Политика влияет на реальный объем выпуска, а на долгосрочных — лишь на уровень цен;

б) стимулирующая кредитно-денежная политика влияет лишь на реальный выпуск, но не на уровень цен в долгосрочном периоде!

в) стимулирующая кредитно-денежная политика не влияет на уровень реального выпуска ни в краткосрочном, не в долгосрочном периоде;

г) уровень цен не изменяется лишь в краткосрочном периоде при проведении стимулирующей кредитно-денежной политики.

№ 5. Покажите при помощи модели “AD-AS” графическую ш-Н интерпретацию концепции нейтральности денег.

№ 6. Какие из приведенных высказываний относятся к представителям кейнсианской школы или монетаризма:

а) кредитно-денежная политика практически неэффективна, если кривая предпочтения ликвидности относительно полого;

б) изменения денежного предложения оказывают предсказуемое влияние на уровень номинального ВВП;

в) в условиях относительно крутой кривой спроса на инвестиции кредитно-денежная политика неэффективна;

г) колебания совокупных расходов общества влияют прежде всего на объем производства и занятости, а не на уровень цен.

№ 7. Почему, по мнению монетаристов, фискальная политика государства может оказаться неэффективной:

а) инвестиционные расходы нечувствительны к изменениям процентной ставки;

б) инвестиционные расходы чувствительны к изменениям процентной ставки;

в) заимствуя деньги у населения для финансирования бюджетного дефицита, государство способствует повышению процентной ставки и провоцирует эффект вытеснения;

г) эффект вытеснения в результате стимулирующей фискальной политики невелик, так как кривая спроса на инвестиции относительно крутая.

№ 8. Назовите доводы кейнсианцев и представителей неоклассической школы «за» или «против» дискреционной государственной политики.

№ 9. Согласно «монетарному правилу»:

а) государство должно поддерживать равновесие между совокупным спросом и совокупным предложением;

б) государство поддерживает постоянным темп роста денежного предложения, который равен ежегодному темпу потенциального роста реального ВВП, что и должно быть отражено в действующем законодательстве;

в) государство должно поддерживать соответствие между расходами и доходами госбюджета; ,

г) государство должно поддерживать неизменной пропорцию между наличными и безналичными деньгами в экономике;

д) государство обязано поддерживать нулевой уровень инфляции.

№ 10. Главное противоречие между краткосрочными и долгосрочными целями Центрального банка в странах рыночной экономики, по мнению неоклассиков, обусловлено:

а) расхождением между ожидаемой и фактической инфляцией;

б) долгосрочными соглашениями о заработной плате;

в) проблемой «несовместимости во времени» кредитно-денежной политики);\*);

г) расхождением между естественным и потенциальным ВВП.

№ 11. Каким образом расхождение во взглядах между кейнсианцами и неоклассиками по поводу конфигурации кривой AS связано с их расхождением во взглядах на эффективность стабилизационной политики государства?

№ 12; В чем Вы видите смысл так называемых «гибких правил» в стабилизационной политике государства? Для ответа на этот вопрос проанализируйте два варианта кредитно-денежной политики:

а) правительство в своей кредитно-денежной политике руководствуется «монетарным правилом», исходя из потенциального роста реального ВВП, например, на 4% в год.

б) правительство в своей кредитно-денежной политике руководствуется правилом:  $4\% + (U_f - 7\%)$ , где  $U_f$  — фактический уровень безработицы, а естественный уровень безработицы определен как 7%.

№ 13. Безболезненная (без социальных издержек в виде безработицы) антиинфляционная политика, согласно теории рациональных ожиданий (ТРО), требует наличия следующих предпосылок:

а) экономические субъекты, устанавливающие цены и зарп-л лату, должны располагать большим объемом информации, не-? жели правительство;

б) план снижения уровня инфляции должен быть объявлен правительством после формирования важнейших ожиданий;

в) план снижения уровня инфляции должен быть объявлен до формирования важнейших ожиданий;

г) экономические субъекты должны верить в объявленный план;

д) экономические субъекты, устанавливающие цены и зарплату, должны иметь хорошо организованные группы давления в различных ветвях власти.

№ 14. Какая из точек макроэкономического равновесия ( $e_p$ ,  $e_3$ ) характеризует так называемую «политику сюрпризов»?

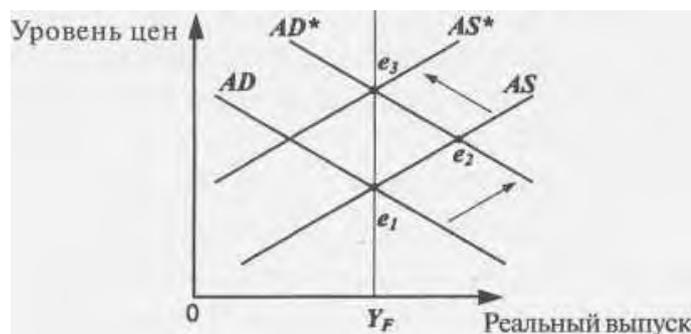


Рис. 26.1.

№ 15. Назовите доводы «за» и «против» вышеупомянутой «политики сюрпризов» (например, *внезапное* объявление о конфискационной денежной реформе; *неожиданное* для экономических агентов объявление о введении фиксированного номинального обменного курса валюты и т.п.).

№ 16. Стабилизационная политика в закрытой экономике, по мнению сторонников ТРО, требует:

- а) сбалансированного государственного бюджета в рамках бизнес-цикла;
- б) проведения так называемой «политики цен и доходов»;
- в) неукоснительного соблюдения «монетарного правила»;
- г) стимулирования посредством государственной фискальной политики частных инвестиций.

№ 17. Согласны ли Вы со следующим утверждением: «И теория адаптивных, и теория рациональных ожиданий предполагают, что политика управления совокупным спросом не в состоянии повлиять на реальный выпуск продукции и занятость в краткосрочном периоде» В любом случае аргументируйте свой ответ,

№ 18. Какая из указанных точек ( $e_0$  или  $e_1$ ) характеризует гистерезис безработицы? Какие объяснения этого явления Вы могли бы привести?

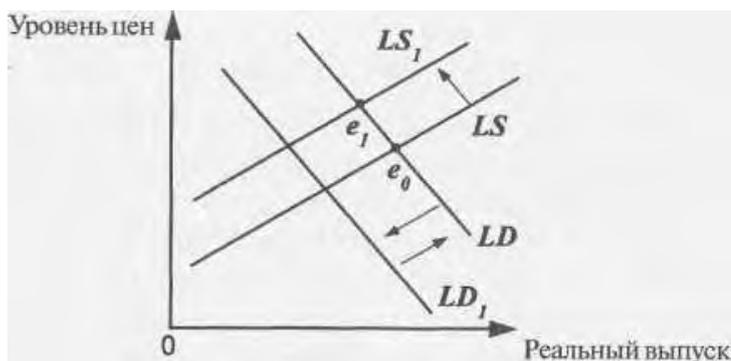


Рис. 26.2.

(Две стрелки в противоположных направлениях показывают сдвиг кривой спроса на труд и возвращение ее в начальное состояние).

Ответы к теме 26.

№ 1. а), "д) — неоклассическая школа; б), в), г) — кейнсианство.

№ 2. На вертикальном, т. е. классическом. В данном случае очевидно, что изменения номинальных величин (номинальной зарплаты, номинального предложения денег и т. д.) влияют лишь на изменение уровня цен, а не на реальный объем выпуска.

№ 3. Необходимо использовать количественное уравнение обмена  $MV = PQ$ . Увеличение  $M$  в два раза до величины 200 млн. долл. приведет к росту уровня цен и, соответственно, номинального ВВП до

величины 1000 млн. долл. Это происходит из-за того, что увеличившееся предложение денег при неизменном объеме реального выпуска приведет к тому, что экономические агенты станут больше тратить денег в стремлении сохранить неизменным желаемый уровень реальных денежных запасов. Начнется давление на цены в сторону их повышения. Таким образом, соотношение  $P0/M, \text{зр. } V$ , останется неизменным ( $500/100 = 1000/200$ ).

- № 4. а) нейтральность;  
 б) ни к одной из названных концепций;  
 в) супернейтральность;  
 г) ни к одной из названных концепций.

№ 5. См. график в задаче № 14. Из него видно, что вначале, под воздействием стимулирующей политики правительства кривая  $AO^*$ , т. е. в краткосрочном периоде меняется как реальный выпуск, так и уровень цен. Но в долгосрочном периоде, когда сдвинется и кривая  $AS$  в положение  $AS^*$ , реальный выпуск останется на своем естественном уровне, а изменится лишь уровень цен. В этом смысле и говорится о нейтральности денег — они не влияют на реальный выпуск в долгосрочном периоде. См. также ответ к задаче № 14.

№ 6. а) кейнсианство;; б) монетаризм; в) кейнсианство; г) кейнсианство.

№ 7, б), в).

№8.

	За, потому что:	Против, потому что:
Кейнсианцы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дискреционная политика дает возможность адекватно реагировать на шоковые изменения в экономике.</li> <li>2. Дискреционная политика способствует сглаживанию амплитуды циклических колебаний.</li> <li>3. Лаги регулирования, в частности, лаг распознавания, могут быть в значительной степени сокращены при использовании ежемесячных индексов опережающих</li> </ol>	
Монетаристы		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дискреционная политика неэффективна из-за лагов регулирования и факторов неопределенности.</li> <li>2. Дискреционная политика может сопровождаться "несовместимостью во времени" принятия макроэкономических</li> </ol>

№ 11. Если кривая  $AS$  представляет собой горизонтальную линию, то стимулирующая кредитно-денежная и фиксальная политика приводят к росту реального выпуска без повышения уровня цен. Если же кривая  $AS^1$  вертикальна, то любые мероприятия правительства в целях стабилизации экономики (стимулирование или сдерживание совокупного спроса) будут воздействовать лишь на изменение общего уровня цен, но не на реальный выпуск.

№ 12. а) действуя «по правилам», правительство не будет иметь возможности поддаваться искушению отклониться от заранее объявленных макроэкономических мероприятий;

б) гибкие же «правила», ставя правительство в определенные границы, позволяют, тем не менее, учитывать изменения текущей конъюнктуры. Так, если фактический уровень безработицы превысит ее естественный уровень, например, на 1%, то прирост денежной массы в год может быть равным  $4\% + 5\% : 4\% + (8\% - 7\%) = 5\%$ .

№ 14. Точка  $e_2$ . Именно в ней можно наблюдать, как Непредвиденные мероприятия правительства, например, в области кредит-<sup>\*</sup>1 но-денежной политики сдвигают кривую  $AD$  в положение  $AD^*$ , воздействуя при этом на реальный выпуск. В долгосрочном же плане более высокий уровень цен и сформировавшиеся инфляционные ожидания повлекут за собой рост издержек и сдвинут кривую  $AS$  в положение  $AS^*$ . Экономика вернется вновь к объему выпуска на уровне потенциального ВВП, что и демонстрирует вертикальная линия исходящая из точки  $Y_p$  (уровня потенциального выпуска) т. е. линия долгосрочного совокупного предложения. Цены при этом вырастут до уровня  $e_y$ .

№ 15. Главный довод «за» — «политика сюрпризов» не позволяет сформироваться инфляционным ожиданиям экономических агентов и потому может воздействовать на реальный выпуск. Главный довод «против» — «политика сюрпризов» подрывает доверие экономических агентов к правительственным мероприятиям вообще и таким образом, примененная несколько раз, она уже не сможет быть эффективной и повлиять на реальные переменные.

№ 17. Различие подходов сторонников адаптивных ожиданий и сторонников ТРО состоит в том, что первые не отрицают возможности воздействия кредитно-денежной политики на реальный выпуск в краткосрочном периоде (см. задачу 14, сдвиг кривой  $AD$  в положение  $AD^*$ ). Вторые же считают, что политика управления совокупным спросом неэффективна ни в краткосрочном, ни в долгосрочном периоде, поскольку экономика находится на уровне своего потенциального выпуска и любые изменения номинальных величин влияют лишь на уровень цен, а не на реальный выпуск.

*Теория сравнительных преимуществ и протекционизм*

№ 18. Гистерезис безработицы, как видно из графика, связан с тем, что кривая спроса на труд ( $LD$ ), после некоторого периода рецессии в экономике (смещение в положение  $LD_1$ ) вновь возвращается в первоначальное положение, чего не происходит с уменьшившимися в период рецессии предложением труда. События, происшедшие в некий краткосрочный период времени, начинают оказывать влияние на события в долгосрочном аспекте — это и есть гистерезис. В данном случае занятость не возвращается к своему прежнему равновесному уровню в точке  $e_0$ , а остается на уровне  $e_2$ . Это может происходить из-за того, что в период спада часть безработных утрачивает свои профессиональные навыки и мастерство, т. е. теряет свой «человеческий капитал». Впоследствии, когда рецессия преодолена, эти люди уже не предлагают услуги своего труда. Явление гистерезиса может в значительной степени объяснить повышение естественного уровня безработицы в долгосрочном периоде времени.

№ 1. В стране «Альфа» соотношение издержек по производству станков и текстиля составляет 1 САТ, в стране «Бета» соотношение по этим товарам 1С:1 Т. Мировая цена—1 С:2 Т. Постройте кривые трансформации и линии торговых возможностей для каждой страны.

№ 2. Страны «Альфа» и «Бета» имеют кривые трансформации с одинаковым наклоном. Имеет ли смысл установление торговых отношений между этими странами?

№ 3. Какие из указанных предпосылок не принимались во внимание Д. Рикардо при разработке теории сравнительных преимуществ:

- а) в международном обмене участвует множество стран;
- б) обмен ведется по многим товарным позициям;
- в) альтернативная стоимость при переключении ресурсов с производства одного товара на другой не остается постоянной;
- г) обмен ведется странами с различными масштабами экономики;
- д) наличие совершенной конкуренции во внешней торговле;
- е) решение о специализации принимается с учетом транспортных издержек;
- ж) факторы производства мобильны;
- з) в общ не участвуют два товара, производимые в двух разных странах.

№ 4. Какая из известных Вам теорем (1. Теорема Рыбчинского; 2. Теорема Хекшера-Олина; 3. Парадокс Леонтьева; 4. Теорема Столпера-Самуэльсона) соотносится с перечисленными ниже определениями:

а) страны экспортируют товары интенсивного использования избыточных факторов и импортируют товары интенсивного использования дефицитных для них факторов;

б) при относительно Избыточном факторе капитала данная страна импортирует капиталоемкие, а экспортирует трудоемкие товары;

в) установление торговых отношений и свободная торговля ведут к росту вознаграждения фактора, интенсивно используемого в производстве товара, цена на который растет, и снижению вознаграждения фактора, интенсивно используемого в производстве Товара, цена на который падает;

г) при неизменных ценах и наличии в экономике только двух секторов рост предложения одного из факторов приводит к еще большему процентному увеличению выпуска в том секторе, где этот фактор используется интенсивнее, в то время; как в другом секторе наблюдается абсолютное сокращение темпов выпуска.

№ 5. Правительство, желая защитить отечественных производителей, вводит импортный тариф на ввоз куриных окорочков. Покажите на графике последствия введения тарифа для общества.

№ 6. Правительство вводит налогообложение экспорта (экспортные тарифы) на вывозимый из страны листовой чай, полагая, что страна занимает монопольное положение на мировом рынке этого продукта. Покажите на графике последствия введения экспортного тарифа для общества.

№ 7. Несколько лет назад А. Лившиц, Известный экономист, выразил мнение, что «...наилучшая поддержка отечественного производителя — это поддержка внутреннего и внешнего потребления» . («Сегодня». 30.06.1997). Вы согласны с приведенным высказыванием?

№ 8. Импортная квота несет для общества б бльшие потери, нежели импортный тариф, поскольку:

а) повышаются внутренние цены на импортируемый товар по сравнению с мировыми;

б) приводит к установлению монопольной власти на рынке аналогичного отечественного товара;

в) уменьшается размер импорта по сравнению с внутренним платежеспособным спросом на товар;

г) импортные лицензии распределяются неэффективно.

№ 9. В каком из приведенных случаев можно сказать, что фирма практикует демпинг на рынке Великобритании:

	а) японская фирма	б) южнокорейская фирма	в) китайская фирма
Средние издержки	20 долл.	20 долл.	20 долл.
Цена кроссовок на внутреннем рынке	20 долл.	23 долл.	19 долл.
Экспортная цена кроссовок	22 долл.	22 долл.	19 долл.
Цена кроссовок в Великобритании	23 долл.	24 долл.	20 долл.

(Подсказка: для того, чтобы выбрать правильный вариант ответа, необходимо

четко представлять себе определение категории демпинга в экономической теории.

Кроме того, Вам поможет ответить на эту задачу обращение к категории ценовой дискриминации).

**№ 10.** Приведенные ниже пункты характеризуют нетарифные торговые ограничения, за исключением:

- а) ужесточение санитарных норм на импортируемую из Великобритании говядину;
- б) введение импортной квоты на ввозимые в Россию «ножки Буша»;
- в) повышение импортных пошлин на ввозимые в Россию американские сигареты;
- г) использование так называемого «требования смешивания», когда государство заставляет импортеров зарубежной стали приобретать определенное количество и более дорогой стали отечественного производства;
- д) введение государственной монополии на импорт алкоголя.

**Ответы**

**№1.**





Рис. 27.2.

№3. а),б),в),е),ж).

№ 4.1г, 2а, 3б,4в.

№5.

Внутренняя цена в результате введения тарифа выросла на величину, указанную фигурной скобкой на оси ординат. Импорт сократился с величины  $DQ_d$  до величины  $Q_sQ_d$

Площадь  $a$  — увеличение излишка отечественных производителей куриных окорочков; площадь  $b$  — чистые потери для общества, связанные с ростом импортзамещающего производства на величину  $OQ_s$ , причем предельные издержки этого производства оказываются выше мировых; площадь  $c$  — доход государства от введения тарифа; площадь  $d$  — чистые потери для общества, связанные с вынужденным уменьшением спроса на величину  $Q_sQ_d$  и сокращением излишка потребителей. Общее уменьшение потребительского излишка общества составит площадь  $a + b + c + d$ , поскольку и выигрыш производителей, и выигрыш государства, и увеличение неэффективного отечественного производства и вынужденное сокращение внутреннего спроса оплачивается отечественными потребителями.

№ 6. Анализ аналогичен ответу из задачи № 5, поскольку экспортное налогообложение является зеркальным отражением импортных тарифов. Следовательно, при построении графика линия мировой цены окажется выше линии внутренней цены с учетом экспортного налогообложения. При таких условиях экспортеры сократят поставки на мировой рынок и часть их продукции поступит на внутренний рынок. Но поскольку внутренние цены окажутся ниже мировых, отечественные покупатели расширят свое потребление. Площадь  $a + b + c + d$  представляет собой общие потери излишка производителей.

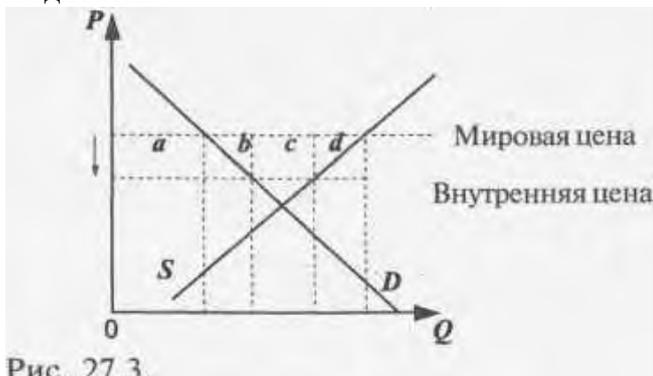


Рис. 27.3.

№ 7. Для того, чтобы оценить смысл этого высказывания, вспомните категорию производного спроса из курса микроэкономики. Ведь именно расширение внутреннего и внешнего спроса повлечет за собой производство товаров Для внутреннего и внешнего

рынка. При низком же платежеспособном спросе защита отечественных производителей представляет собой весьма неэффективное мероприятие.

№8. б), г).

№ 9. Фирма в случае б). Но не в)!!! Торговля «себе в убыток» — это не демпинг, который определяется как *ценовая дискриминация в пользу зарубежных покупателей*.

№ 10. Пункт в).

№ 1. Классифицируйте каждую из названных операций (экспорт или импорт капитала) с точки зрения российской экономики:

а) «новыйрусский» приобретает виллу в Испании;

б) крупный московский банк предоставляет правительству Казахстана ссуду в 100 тыс. долл.;

в) российский импортер вина берет краткосрочный займ в одном из итальянских банков для оплаты приобретаемой им партии итальянского дикера;

г) кондитерская фабрика в Самаре приобретает акции американской корпорации по производству шоколадных конфет.

№ 2. На основании приведенных статей составьте платежный баланс страны «Дельта», классифицируя каждую из операций как **кредит** или **дебет**:

Экспорт нефти 6 млн. долл.

Импорт зерна 5 млн. долл.

Экспорт оружия 2 млн. долл.

Доходы от туризма иностранцев в «Дельте» 6 млн. долл. Денежные переводы иностранцам из «Дельты» 2 млн. долл. Покупка акций частных корпораций Франции 6 млн. долл. Покупка золота у иностранных граждан 1 млн. долл .

№ 3. На Основании данных предыдущей задачи составьте платежный баланс «Дельты», выделяя основные его разделы — текущий баланс и баланс движения капиталов.

№ 4. Почему «экспорт товаров» записывается как **кредит**, а «экспорт капитала» как **дебет**? Аналогично, почему «импорт товаров» записывается как **дебет**, а «импорт капитала» как **кредит**? Не противоречит ли все это интуиции, хотя бы на первый взгляд?

№ 5. К какому счету — счету текущих операций или счету движения капиталов — Вы отнесли бы:

а)покупку японцами гостиницы в США;

б) покупку американцами японских установок для опреснения морской воды.

Учитывая, что и гостиница, и опреснительная установка с точки зрения экономической теории являются товарами, в чем здесь различие?

№ 6. Каков экономический смысл равенства  $MX = —(/ — 5)$ ? В каком случае принято говорить о дефиците платежного баланса?

№ 7. В модели «малой открытой экономики»:

а) внутренняя реальная ставка процента не обязательно уравнивает национальные сбережения и инвестиции;

б) внутренняя реальная процентная ставка всегда уравнивает национальные сбережения и инвестиции;

в) внутренняя реальная процентная ставка равна мировой ставке про'Й^нта;

г) географически страна представляет собой небольшую территорию;

д) страна практически не оказывает воздействия на мировую ставку процента.

Назовите правильные варианты ответов.

№ 8. Государство начинает проводить стимулирующую фиксаль- ную политику внутри страны (в условиях модели малой открытой экономики). Первоначальное состояние экономики изображено на графике:

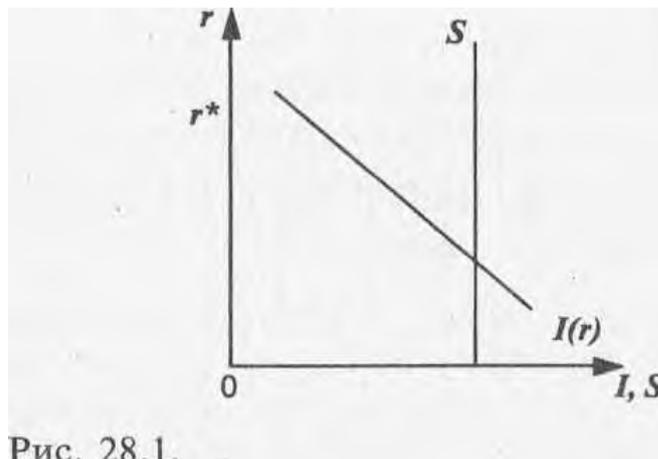


Рис. 28.1.

- а) в каком направлении будет смещаться график сбережений?  
 б) каково будет состояние счета текущих операций, если графики сбережений и инвестиций пересекутся в точке на уровне, соответствующем уровню мировой ставки процента?

№ 9. Что Вы будете, с точки зрения российской экономики, считать:

- а) прямой котировкой иностранной (в частности, американской) валюты;  
 б) прямой котировкой рубля;  
 в) обратной котировкой иностранной валюты;  
 г) обратной котировкой рубля:

0,33 USD/1 RUB или 30 RUB/1USD?

№ 10. Два одинаковых по своим качествам автомобиля — российский и американский — стоят, соответственно, 210 тыс. руб. и 10 тыс. долл. Номинальный обменный курс валюты США составляет 30 RUB/1USD. Каков при этом будет реальный обменный курс?

№ 11. Как должен измениться номинальный обменный курс американской валюты из предыдущей задачи № 10, чтобы реальный обменный курс составил 1?

№ 12. Из-за высокой инфляции российский автомобиль (см. задачу № 10) стал стоить 270 тыс. руб. Как при этом изменился реальный обменный курс, если номинальный курс остался прежним? Как должен измениться номинальный обменный курс американской валюты, чтобы реальный обменный курс остался неизменным?

№ 13. Гипотеза паритета покупательной способности предполагает:

- а) свободное перемещение товаров через границы;  
 б) отсутствие инфляции;  
 в) фиксированные номинальные обменные курсы валют;  $j$   
 г) плавающие номинальные обменные курсы валют;  
 д) одинаковые темпы инфляции в различных странах.

№ 14. «Стерилизация» в макроэкономической теории — это:

- а) деноминация национальной денежной единицы;  
 б) ликвидация дефицита платежного баланса;  
 в) нейтрализация влияния избытка или дефицита резервов Центрального банка на денежную массу страны посредством операций на открытом рынке;  
 г) нейтрализация стимулирующего воздействия фиксальной политики на реальный выпуск (в условиях плавающего обменного курса валюты) вследствие уменьшения чистого экспорта.

№ 15. Если инфляция в Эстонии ниже, чем на Украине, как это отразится на обменном курсе между крουνой и гривной? Если существует совершенная мобильность капитала, чья номинальная процентная ставка должны быть выше: эстонская или украинская?

№ 16. Поясните при помощи модели Манделла Флеминга влияние а) протекционистской и б) фритредерской внешнеторговой политики на обменный курс ( $e$ ) и доход ( $Y$ ) в условиях системы плавающего обменного курса.

№ 17. Покажите на модели Манделла Флеминга последствия кредитно-денежной политики, выражающейся в продаже облигаций на открытом рынке, в условиях системы фиксированного курса валюты.

№ 18. Какая макроэкономическая политика (налогово-бюджетная стимулирующая или налогово-бюджетная сдерживающая) изображена на графике? Каков При этом режим обменного курса Валюты — плавающий или фиксированный? Почему объем реального выпуска остается неизменным?

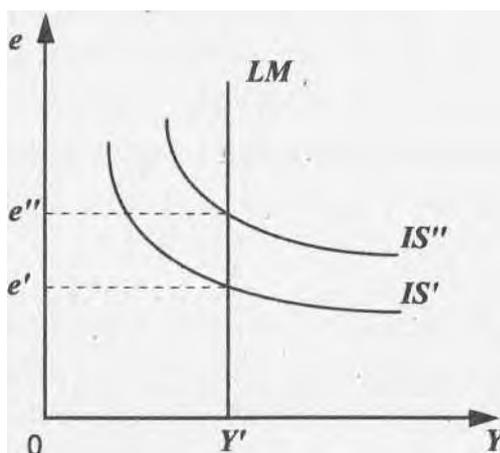


Рис. 28.2.

№ 19. В условиях, когда девальвация национальной валюты не компенсируется повышением общего уровня цен в стране, можно наблюдать следующее;

- импорт становится более дорогим;
- импорт становится менее дорогим;
- экспорт становится менее дорогим для иностранцев;
- экспорт становится более дорогим для иностранцев;
- ожидается увеличение дефицита платежного баланса;
- ожидается сокращение дефицита платежного баланса.

№ 20. Использование «валютного якоря» для успешной макроэкономической стабилизации требует следующих условий:

- фиксации цен и заработной платы;
- минимизации дефицита государственного бюджета;
- наличия значительных золотых — валютных резервов у Центрального банка;
- кредита доверия к правительству;
- наличия положительного сальдо по счету движения капиталов.

### Ответы.

№ 1. а), б), г) — экспорт капитала; в) — импорт капитала. №2.

Кредит	Дебет	
Экспорт нефти 6	Импорт зерна	5
Экспорт оружия 2	Ден. переводы	2
Доходы от туризма	Покупка акций	6
иностранцев в «Дельте» 6	Покупка золота	1

№ 3. **Баланс счета текущих операций:** (экспорт оружия, 2 + экспорт нефти, 6 + доходы от туризма иностранцев в «Дельте», 6) — (импорт зерна, 5 + денежные переводы иностранцам из «Дельты», 2) = 7 млн. долл.

**Баланс счета движения капиталов:** (покупка золота, 1 + покупка акций, 6) = —7. Знак минус, поскольку из кредита вычитаем дебет (0-7).

**Платежный баланс:**  $7 + (-7) = 0$

№4. Противоречит интуиции лишь на первый взгляд. Ведь, предоставляя какой-либо стране займы, мы, в сущности, **импортируем при этом долговые обязательства** страны-заемщика. Следовательно, предоставление займа (экспорт капитала) есть дебетовая операция. Аналогично, беря у какой-либо страны займы, мы **экспортируем наши долговые обязательства**. Следовательно, импорт капитала есть кредитовая операция.

№ 5. По счету движения капитала учитываются активы, которые, являясь товарами, порождают прямые требования на зарубежную страну в виде **потока платежей** по прибылям.

Пункт а) — записывается по счету движения капитала, так как гостиница — долгосрочный актив.

Пункт б) — записывается по счету текущих операций. Хотя опреснительная установка является инвестиционным товаром, эта сделка, будучи оплачена наличными, не порождает прямых требований на зарубежную страну в виде потока платежей.

№ 6. Смысл этого равенства заключается в том, что международные потоки товаров и услуг связаны с потоками капиталов. Если  $V3$  величина положительная, значит, наш экспорт превышает импорт и мы можем финансировать за границу, предоставляя займы на мировом рынке капиталов. При этом  $I - S$  будет величиной с противоположным знаком. Если счет движения капиталов в точности не уравнивает счет текущих операций, тогда принято говорить о дефиците платежного баланса. Окончательное балансирование — за счет изменения валютных резервов, т. е.  $AR: NX + I - S - IAR = 0$

№ 7. а), в), д).

№ 8.

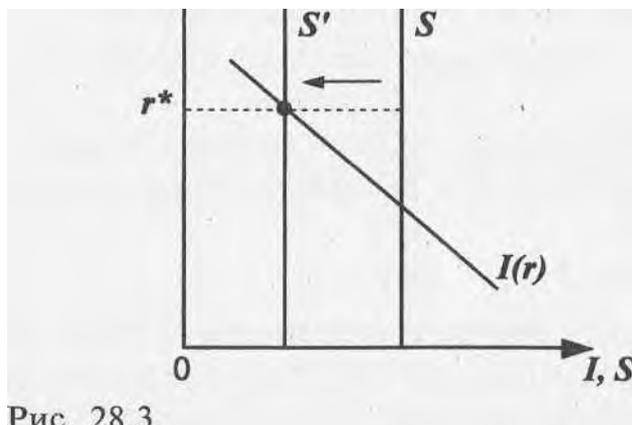


Рис. 28.3.

а) график сбережений будет смещаться влево. Так, увеличение государственных расходов стимулирует потребление, следовательно, сокращается сбережение. Учтите различия в последствиях увеличения госрасходов и снижения налогов! Хотя снижение налогов и способствует в определенной степени увеличению сбережений в соответствии с предельной склонностью к сбережениям, это касается **частных** сбережений. А государственные сбережения при уменьшении налогов сократятся на эту же величину. Общий результат — сокращение национальных сбережений.

б) сальдо счета текущих операций ( $NX$ ) при  $r^*$  равно 0, так как разница между /неравна 0.

№ 9.0,333 USD/1 RUB - б), в. 30 RUB/1 USD - а), г).

№ 10. По формуле реального обменного курса  $s=1$  м 210 тыс. руб.

' « тШ Ш Ш ' ШЖМШШШ eP\*

300 тыс. руб. = 0,7. Значит, за || российский автомобиль можно приобрести 0,7 американского.

№ 11. Если номинальный обменный курс будет 21 RUB/1 USD, то американский автомобиль будет в рублях Стоить 210 тыс. Таким образом, обменный курс рубля должен вырасти, а соответственно, доллара — снизиться, чтобы реальный обменный курс стал равным 1.

№ 12. Подсчитываем по формуле (см. ответ к задаче № 10): 270 тыс. руб./300 тыс. руб. = 0,9. Реальный обменный курс повысился. Если же при этом и номинальный обменный курс изменится и составит 38,5 RUB/1 USD, то американский автомобиль будет стоить по этому курсу 385 тыс. руб. Тогда реальный обменный курс составит 270 тыс. руб./385 тыс. руб. = 0,7

№ 13. а)г).

№ 15. Обменный курс кроны растет, гривны снижается; выше должна быть номинальная ставка процента на Украине (в соответствии с эффектом Фишера).

№16. Протекционистская политика Фритредерская политика

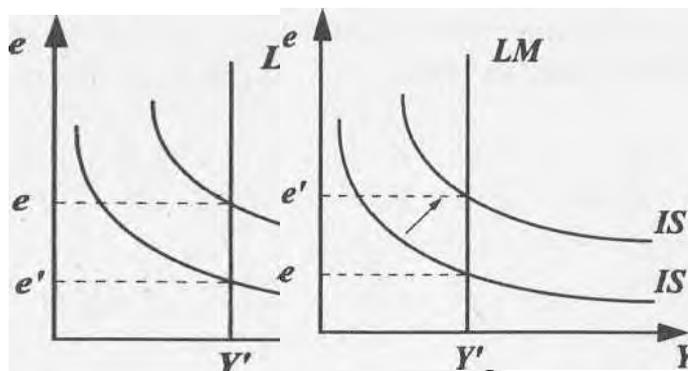


Рис. 28.4.

№17.

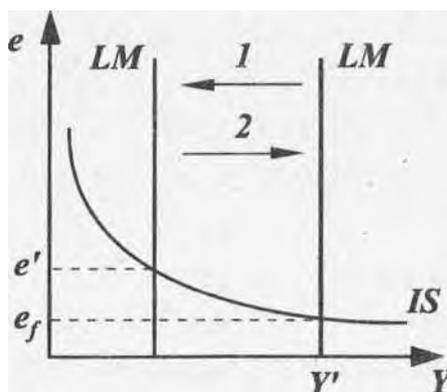


Рис. 28.5.

Продажа облигаций на открытом рынке — это сокращение денежного предложения. Первоначально график  $LM$  сдвигается влево (стрелка с цифрой 1). При этом обменный курс национальной валюты на «черном рынке» ( $e'$ ) вырастет. Но государство поддерживает фиксированный курс  $e_f$ . Экономические агенты будут «избавляться» от иностранной валюты, продавая ее Центральному банку. Автоматически вырастет денежное предложение и  $ZAf$  сместится в прежнее положение (стрелка с цифрой 2).

Реальный выпуск, таким образом, останется на прежнем уровне.

**№ 18.** Стимулирующая налогово-бюджетная, плавающий обменный курс; рост реального выпуска нейтрализуется уменьшением чистого экспорта вследствие роста обменного курса.

**№ 19.** а), в), е).

**№ 20.** б), в)\* г).

## **Зажигалка для газовой плиты**

Первоначальная информация

Южнёнемецкая фирма «Юнкере»-, входящая в состав Концерна «Бош»> в 1980 г. первой начала производство и сбыт пьезозажигалок для газовых плит. Форма — пистолет, доминирующий цвет — красный, вес — около 300 граммов\* фактура — гладкая. Пластмассовая основа позволяла использовать практически любой цвет, форму, фактуру

На немецком рынке с потенциальной емкостью 2 млн. зажигалок этот товар продавался по цене 17 марок 95 пфеннигов (при производственной себестоимости порядка 5 марок 33 пфеннигов) в следующих количествах:

- 1980 г. — 100 тыс. шт.
- 1981 г. — 150 тыс. шт.
- 1982 г. 200 тыс. шт.

В 1982 г. фирма решила выйти с этим товаром на внешний западноевропейский рынок. Здесь она уже продавала ряд своих товаров примерно в два десятка<sup>1</sup> стран, где имела своих представителей,

Вопросы и задания

1. Какие вопросы необходимо разрешить, прежде чем приступить к экспорту?
2. Какие (минимально) данные вам нужны дополнительно?

Детальная информация

Для сравнительного анализа рынков пяти западноевропейских стран фирма использовала следующие данные:

Таблица 1

**Данные анализа рынка зажигалок  
западноевропейских стран**

Страна	Оценка: риска, баллы.	Покупательная способность, т. 1 тыс.чел., % от	Доля в западно- европейской покупательной	Количество газовых плит, млн. шт.	5Процент плит без автомати-
Германия		131,4	23,3	4,6	50
Нидерланды	353	126,3	5,1	1,2	48
Бельгия	340	12,9,9	3,8	1,0	52
Великобрит.	286	85,6	13,8	Н	54
Франция	283	120,9	18,6	18	40
Испания	222	66,6	16	3.0	34

Директор фирмы по производству сообщил, что ему не составит труда в короткие сроки увеличить объем производства зажигалок в 2,5 раза. Для этого ему потребуется оплачивать дополнительные постоянные издержки в размере 100 тыс. немецких марок, а переменные издержки составят 5 марок за штуку.

На выбранном рынке Великобритании аналогичного товара нет. Основные сегменты рынка, пользующиеся газовыми плитами, таковы:

- домашние хозяйства, пользующиеся баллонным газом — 66,7%;
- домашние хозяйства, пользующиеся городским газом — 0,3%;
- передвижные домики — 8%;
- кемпинги с палатками — 25%.

Здесь предпочитают покупать в основном английские товары, сильны традиции. Количество субъектов розничной торговли прием равным 100 тысячам, а количество возможных крупнооптовых покупателей — 100. Уровень НДС — 15 %. Затраты и прибыль розничного торговца в Великобритании составляют в среднем 30% от его цены продажи, крупнооптового внутреннего торговца, как и импортера, — соответственно по 10%. Уровень банковского процента по депозитным вкладам прием равным 8.

## Вопросы и задания

1. Является ли удовлетворительным в новом начинании внешний вид товара? Какой способ выяснить это был бы оптимальным?
2. Какую страну целесообразно выбрать для вывода этого товара на внешний рынок?
3. С помощью каких источников можно уточнить информацию о размерах и структуре спроса? Каковы здесь критерии анализа?
4. На какую долю потенциального рынка можно претендовать (в первые три года) и каков может быть объем дополнительной производственно-сбытовой программы?
5. Какова может быть розничная цена товара? Как ее можно точнее определить?
6. Какие каналы сбыта предпочтительны для данной фирмы?
7. Каковы могут быть аргументы и носители рекламы?
8. Каковы могут быть затраты на маркетинг? Как их распределить по годам?

@ Что делать мебельщикам?

Что предложить собранию?

Совет директоров мебельной фабрики готовит к собранию акционеров проект будущей стратегии и стоит перед следующим выбором:

- производить в будущем дорогую роскошную мебель;
- специализироваться на офисной мебели среднего качества;
- выпускать дешевую бытовую мебель невысокого качества.

В перспективе возможны следующие сценарии развития окружающей среды, вероятность осуществления которых оценена руководством фирмы с привлечением экспертов-специалистов следующим образом:

- рост покупательной способности населения и иностранной конкуренции (сценарий «С-1»), вероятность наступления — 0,5;
- некаменная покупательная способность и конкурентная ситуация (сценарий «С-2»),

Таблица 21

### Прогнозы экономических результатов реализации стратегий

вероятность наступления — 0,3; ; я

- снижение покупательной способности вследствие роста инфляции при неизменной конкуренции (сценарий «С\*3»), вероятность, неумения — 0,2.

Сценарий $\omega$ — Вероятность Стратегия $\sigma$   Ищ)	С-1 0,5	С-2 0,3	III 0,2
Роскошная бытовая мебель	80	65	40
Офисная мебель	70	90	3\$
дешёвая бытовая мебель	50	60	80

По каждому из сценариев маркетологи и экономисты предприятия просчитали прибыльность каждой стратегии. Прогнозируемые результаты (размеры прибыли) оказались таковы (таблицу 21).

По критерию суммы прогнозируемой прибыли возможны различные подходы к ее оценке:

- определение (для каждого варианта стратегического выбора типа товара) суммы математических ожиданий, при этом с учетом вероятности сценариев; ; '
- максимизация минимальной прибыли;
- минимизация разочарования;

- субъективное взвешивание пессимистического и оптимистического вариантов.

### **Рекомендуемая литература:**

Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха / Пер. с нем. — М., 1995.

Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с франц. — СПб., 1996.

Маркетинг: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. — М., 1995.

Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. — М., 1993.

Пояснения к заданию

### **Расчет суммы математических ожиданий прибыли с учетом вероятности сценариев**

Отдельно для каждой стратегии определяется сумма математических ожиданий прибыли — произведений величины прибыли при осуществлении каждого сценария на его вероятность. Выбирается стратегия, сумма математических ожиданий прибыли для которой является максимальной.

**Максимизация минимальной прибыли** Из показателей прибыли по каждому из вариантов стратегии выбираются самые низкие. Приоритет получает стратегия, обещающая наибольшую из прогнозируемых наименьших (гарантированных) величин прибыли.

### **Минимизация разочарования (правило «минимакс-риск»)**

Чтобы реализовать этот подход, необходимо сопоставить отдельно по каждому сценарию величины максимального разочарования при реализации прогнозов, наиболее неприятных для каждой стратегии, в сравнении с наилучшими по каждому из сценариев. Затем выбирается стратегия, при любом варианте сценария дающая наименьшее разочарование.

**Метод субъективного взвешивания установок на оптимизм и пессимизм (правило «оптимизм-пессимизм»)** Данное правило учитывает только крайние значения величины возможной прибыли по каждой стратегии (строке).

Предварительно эксперт (предприниматель), рассчитывающий риск, вводит показатель оптимизма — субъективную психологическую величину, характеризующую готовность конкретного предпринимателя идти на риск и устанавливаемую в пределах от 0 до 1. Причем если предприниматель установил для себя значение показателя оптимизма равным 0,3, то тем самым определен и показатель пессимизма, равный 0,7 (сумма показателей оптимизма и пессимизма должна быть равна единице). Затем по каждой стратегии (строке) максимально возможное значение показателя прибыли умножается на показатель оптимизма, а минимальное — на показатель пессимизма, и оба произведения суммируются. Выбирается стратегия, набравшая наибольшую сумму.

### **Вопросы и задания**

1. На основании предпочтения каких методов расчета риска эксперты (предприниматели) могли бы быть квалифицированы как: а) «пессимисты», б) «оптимисты», в) «прогнозисты-объективисты».
2. Рассчитайте конкретные варианты оценки риска для мебельной фабрики по каждому из методов. Выберите соответствующие им наилучшие стратегии.
3. Какая стратегия не может быть выбрана ни при каком варианте расчета риска и почему?

© Когда у кумушек согласия нет...

Отповедь на совещании

На совещании у коммерческого директора завода радио- деталей обсуждался проект Положения о вновь организуемой службе маркетинга. Представлял проект только что принятый на работу руководитель службы Кравченко. Глав- ный оппонент — начальник отдела сбыта Федоровский заявил в весьма резком тоне:

«Да, -с зй^зми, стадо трудно. И поэтому, разумеется, отдел сбыта очень заинтересован в том, чтобы Швей- маркетолог работали продуктивно и помогали сбыту. Но вот насколько реальна эта помощь?»

Отдел сбыта уже взял в свой штат двух маркетологов, и они Очень неплохо справлялись с порученным им делом. Всем известен успех наших эквалайзеров на рынке. Мы и впредь планировали вести маркетинговую работу по товарам широкого потребления. Теперь наших работников начинают растаскивать по другим службам, но дело даже не в этом.

Главная маркетинговая проблема для нашего завода — сбыт основной продукции — радиодеталей, А как раз эту продукцию ни новый руководитель господин Кравченко, ни его сотрудники не знают. Между тем всем известно, что главное в маркетинге — это хороший товар. А наши маркетологи как раз товар и не знают.

Служба маркетинга собирается, по новому Положению, всем давать рекомендации — и что производить, и какую цену назначать. А за сбыт, между прочим, отвечаю я. И все здесь знают, что я за него отвечать умею. Значит, у меня должно быть доверие к их рекомендациям! А как я могу доверять непрофессионалам?

Посмотрел я их «анкеты потребителей», «схемы позиционирования», «матрицы построения стратегий». Что сказать? Выглядит красиво и для диссертаций, конечно, сойдет или для статей в научных журналах. Но кто эти Таблицы и диссертации заполнять будет, кто эти «баллы значимости» расставит? Нас от этой работы увольте, иначе ни на что другое времени не останется, а все наши склады будут забиты продукцией.

Может быть, там, зарубё#01Ш, маркетолог и я самш-дце — всему голова, так ведь там действительно профессионалы работают и, д©ц, Лам же до, нашей бедности расплыться и дублировать силы и работу незачем. А наших сотрудников мы и в своем отделе в обиду не дадим, работа найдется, да и объяснить, если надо будет, технические вопросы — не проблема.

В общем, отдел сбыта считает, что сейчас новая служба, в том виде, как она задумана по Положению, ничего позитивного заводу не даст.

Как это было

На заводе радиодеталей, выпускавшем в основном военную продукцию — микросхемы, три года назад возникла группа маркетинга товаров народного потребления. Она входила в состав отдела сбыта и состояла из двух человек, Волкова и Эйбоженко — энтузиастов, совмещавших основную работу с вечерним обучением в школе международного бизнеса и маркетинга^

Группа сумела проявить себя. По ее предложению в одном из цехов было расширено производство эквалайзеров — важного компонента для бытовых аудиосистем высокого качества. Объем продаж эквалайзеров увеличивался очень быстро.

На учебе сотрудники группы познакомились с Кравченко и его коллегой, которые очень хорошо ориентировались в инструментарию маркетинговых исследований и считали, что при доверии к ним со стороны администрации дела предприятия могли бы пойти значительно успешнее. Самостоятельность они поставили условием перехода на завод.

С их приходом год назад группа маркетинга выделилась в самостоятельный отдел, подчиненный напрямую коммерческому директору завода. Ему же подчинялся также разросшийся отдел сбыта.

Возглавивший отдел маркетинга Кравченко предложил структурировать отдел по

функциональному принципу, аргументируя это необходимостью резкого повышения уровня профессионализма маркетинговой Деятельности. Пришедшему с ним коллеге он поручил вести исследовательско-аналитическую группу, сам предполагал заняться рекламной работой, а на Волкова: и Эйбоженко возлагались ценовая политика и логистика.

Проблемы сбыта при этом оставались за действующим отделом сбыта, которым командовал популярный в администрации Федоровский. Такое разделение полномочий, как считал Кравченко, позволяло надеяться обойтись без конфликтов со старожилками завода. Этот подход был заложен в подготовленном маркетологами проекте Положения о службе маркетинга на заводе.

Однако проект не прошел именно из-за жесткой позиции руководства отдела сбыта.

В результате конфликта вновь прибывшие маркетологи уволились, а остальные вновь стали сотрудниками отдела сбыта.

Вопросы и задания

1. Какие основания для расширения группы маркетинга существовали у руководства завода? Какие основания видите вы для этого?
2. В чем состоят и насколько оправданы амбиции новых сотрудников? Чем эти амбиции могли бы быть уравновешены?
3. В чем суть конфликта и каковы его причины?
4. Насколько отвечает сложившейся кадровой ситуации и потребностям завода предложенная в проекте Положения функциональная организационная структура отдела маркетинга? Насколько реалистичны и перспективны были предложения нового руководителя отдела маркетинга? В чем его ошибки?
5. Какими организационными мерами можно было бы руководству завода предотвратить конфликт? Как направить энергию конфликта в конструктивном направлении?

## © Двигатели конкуренции

Оказались на перепутье

Акционерное общество «Рыбинские моторы» (РМ), один из крупнейших в России производителей двигателей для военной и гражданской авиации, а также для наземного использования, оказалось к 1995 г. в весьма тяжелом экономическом положении. Его делами заинтересовалось Федеральное управление по делам о несостоятельности и банкротстве (ФУДН).

Перед предприятием открылось два пути развития.

Действовавшая до апреля 1995 г. администрация РМ (директор В. Аникин) придерживалась варианта создания совместного предприятия с участием американской корпорации «General Electric» (GE), во взаимодействии с концерном «Газпром». СП предназначалось для производства двигателей наземного применения (в частности, для газоперекачивающих станций). Кроме того, не исключалась возможность выпуска авиадвигателя CFM-56 совместного производства GE и французской компании «Спест» для отечественных самолетов Ил-86 и Ил-76. Этот путь развития активно поддержала администрация Ярославской области.

Противники этого пути развития (Госкомоборонпром, другие федеральные органы власти) опасались прежде всего перепрофилирования предприятия и ослабления отрасли в целом. Вместе с новой администрацией АО (директор — бывший главный инженер В. Шелгунов) они выступили за участие РМ совместно с АО «Пермские моторы» и компанией «Pratt & Whitney» в производстве модернизированных авиадвигателей ПС-90, которыми *Moÿr* быть оборудованы самолеты, отечественных производителей.

Однако в отношении этого пути есть другие опасения, прежде всего — в связи с результатами анализа конкурентоспособности этого типа моторов. ФУДН, назначив на предприятие взамен Шелгунова антикризисного управляющего, склоняется к первому варианту развития.

Ситуация осложняется конфликтом вокруг смены администрации РМ и перспективами разгосударствления и продажи государственного пакета акций общим объемом 37 %.

### История

В 1916 г. в г. Рыбинске начал строиться автомобильный завод «Русский Рено». После национализации в 1918 г. и до 1924 г. занимался ремонтом автомобилей. В 1924 г. был передан Авиатресту как государственный авиационный завод № 6, а позднее — № 26. С 1928 г. приступил к выпуску собственно авиационных двигателей.

В настоящее время в его состав входят авиационное и инструментальное производства и дизельный завод. РМ выпускает авиадвигатели» дизели для тракторов, снегоходы «Буран».. и оборудование для переработки сельскохозяйственной продукции. На предприятии работает 26 тысяч человек.

Причиной начавшегося в 1994 г. конфликта между представителями государственных структур и теперь уже бывшим генеральным директором РМ В. Аникиным послужил его отказ от участия в программе производства авиадвигателей для нового поколения российских самолетов совместно с АО «Пермские моторы».

Расчеты экспертов АО «Авиапром» говорят о том, что отказ рыбинцев от выпуска двигателей ПС-90 повлечет за собой огромные валютные затраты. Дефицит ПС-90 возрастет с 15 штук в 1995 г. до 135 в 2000 г. Он может быть покрыт закупкой двигателей за рубежом, для чего потребуются около \$ 4,9 млрд. Если рыбинский завод подключится с 1998 г. к производству ПС-90, столь внушительные траты не понадобятся. Расходы на подготовку производства составят 300—350 млн. долларов. Кроме того, совместное производство даст дополнительно 23 тысячи рабочих мест.

По мнению Валерия Аникина, перспективы развития своего предприятия целесообразно искать в кооперации с иностранными партнерами, а не повторять судьбу АО «Пермские моторы», находящегося в тяжелом финансовом положении.

Уже в 1994 г. РМ и GE подписали соглашение о сотрудничестве в области производства промышленных и авиационных двигателей. Создаваемое в Рыбинске СП должно было собирать, продавать и ремонтировать газовые турбины, предназначенные для РАО «Газпром». Вскоре после этого РМ подписали следующее соглашение с GE — о ремонте и техническом обслуживании двигателей серии СТ-7. И наконец, в марте 1995 г. РМ и «GFM International» (СП GE и «Snecma») заключили рамочное соглашение о совместном производстве двигателей CFM-56.

Глава Госкомоборонпрома Виктор Глухих выступил против планов по перепрофилированию части мощностей АО «Рыбинские моторы» под производство турбин для газоперекачивающих станций, а также раскритиковал намерение руководства АО передать в трастовое управление Газпрома (главного потенциального потребителя турбин для газоперекачивающих станций) пакет акций РМ (37 %), закрепленный на три года в федеральной собственности. Председатель Комитета по безопасности Государственной думы РФ Виктор Илюхин в письме на имя Президента, премьер-министра РФ и председателя Госкомимущества отметил, что пере- профилирование основного производства АО «лишит отечественную авиацию двигателестроительной базы» и «негативно повлияет на обороноспособность государства». Он выступил за кооперацию РМ с «Пермскими моторами» и компанией «Pratt & Whitney».

Председатель правления «Газпрома» Рем Вяхирев просил в письме на имя премьер-министра Виктора Черномырдина продать федеральный пакет акций «Рыбинских моторов» СП, которое будет создано РАО с одним из его зарубежных партнеров (партнер при этом назван не был).

Ситуация на рынке

В настоящее время из-за нехватки средств Россия теряет свои позиции на мировом рынке авиатехники. До недавнего времени ее доля на рынке военной авиатехники составляла 23 %, гражданской — 26 %, а сейчас она неуклонно снижается. Около 80% мирового рынка в классе дальнемагистральных авиалайнеров контролирует «Boeing» и «Airbus Industry». Наметилась пугающая многих тенденция проникновения в Россию западных фирм.

В свое время авиалайнеры Ил и Ту покупали авиакомпании почти всех континентов. Однако и тогда массового спроса в помине не было. Например, Ил-62 было выпущено лишь 276 (для сравнения, американский аналог Ила — Boeing-707 — был «размножен» в количестве 1010 штук), Ил-86- 103, и лишь 1/5 этого количества пришлось на внешний рынок. Время новых широкофюзеляжных Ил-96-300 и Ил-96М/Т на мировом рынке прошло. Их западные аналоги — Boeing-767 и McDonnell Douglas MD-11, Airbus A330 и A340 давно летают, а общее число заказов на них достигает полутора тысяч. Boeing-757, аналог Ту-204 производится уже 12 лет (продано свыше 670 машин).

На российском рынке 70% авиапарка (около 3 тысяч реактивных самолетов) находится на пределе своих эксплуатационных возможностей. Подлежит списанию до 2002 г. около 2 тысяч самолетов. Представители западных авиадвигателестроительных фирм еще два года назад пророчили, что отказ от применения на российских пассажирских лайнерах импортных моторов все равно вынудит Россию покупать целиком самолеты.

В планах Департамента воздушного транспорта РФ на 1995 г. предполагалось приобрести 140 российских самолетов и вертолетов, в 1996 г. — 167, в 1997 г. — 209, в 1998 г. — 227 машин. Половину затрат на покупку авиатехники должен покрыть государственный кредит авиакомпаниям, остальное финансирование поделят сами эксплуатанты и ФПП. Однако стоит заметить, что все предыдущие программы не были реализованы.

По информации Российской ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта, емкость внутреннего рынка Ил- 96М/Т оценивается примерно в тридцать машин. А Ту-204, успевший основательно подпортить свою репутацию ненадежностью, попросту

отпугивает большинство потенциальных заказчиков.

Что касается рынка других отраслей, потребляющих авиационные моторы, его представляют газокompрессорные станции, электростанции, суда, некоторые пожарные насосы. В основе практически всех промышленных газотурбинных двигателей лежат серийные авиационные моторы. Простота модернизации, потенциально довольно большой спрос и сокращение традиционных заказов (преимущественно военных) вынудили почти все бывшие советские двигателестроительные заводы и конструкторские бюро обратиться к выпуску промышленных модификаций авиационных двигателей.

Несмотря на то что российский авиапарк устарел и в ближайшие годы подлежат списанию сотни самолетов, российские компании по авиаперевозкам не готовы покупать новые американские самолеты. Массовый российский потребитель не сможет платить за билет столько же, сколько платит американский или европейский пассажир. Если же обновляемый парк российских самолетов будет оснащаться американскими двигателями, это может оказаться выгодным для обеих стран.

Российское производство самолетов с частичной западной начинкой выходит дешевле, чем покупка аналогичных «Боингов». Во-первых, ниже себестоимость производства, а во-вторых, прямые эксплуатационные расходы (билеты, топливо, расходы на летный состав, наземное обслуживание самолетов и др.) в расчете на одного пассажира у Ил-96М/Т ниже, чем у «Боинга». Разумеется, авиакомплекс им. Ильюшина, производящий 6—10 машин в год, в мировом масштабе не может рассматриваться как конкурент «Boeing», производящего 650 самолетов в год. Тем не менее, серийное производство самолетов Ил-96 М/Т значительно ослабит позиции «Boeing» на российском рынке.

К новым самолетам Ил-96М/Т начали проявлять интерес различные потенциальные покупатели за рубежом, в том числе — голландская лизинговая компания «Partners», которая уже подала предварительную заявку на покупку самолетов. Начались переговоры с отдельными авиакомпаниями в России и странах СНГ

Конкуренты-партнеры

«Pratt & Whitney\* (P&W) — группа авиастроительных предприятий. Заводы в США выпускают двигатели для гражданских и военных самолетов, существует также филиал в Канаде. К началу 1991 г. P&W выпустила свыше 70 тысяч газотурбинных двигателей, в том числе и наземного применения. Помимо предоставления технической и финансовой помощи своим партнерам в России, которая в настоящее время превысила \$50 млн., P&W поставила задачу подтолкнуть российских банкиров к началу финансирования собственной авиапромышленности.

«General Electric (GE) — американская корпорация, выпускающая электронное, электротехническое оборудование и авиационные двигатели. К 1986 г. на заводах компании в США и других странах выпущено более 17 тысяч авиадвигателей.

Альянс GE и «Рыбинских моторов» имеет возможность в течение 10 месяцев начать производство 1—3 типов промышленных двигателей для нужд «Газпрома», а в течение нескольких лет — конкурентоспособных двигателей тягой 15 тонн.

«Эксимбанк» США. Предоставил Аэрофлоту кредит в размере одного миллиарда долларов США для закупки российских самолетов Ил-96М/Т. На этих самолетах будут установлены не российские моторы, а двигатели фирмы P&W. Поддержка экспорта в Россию американских моторов, а не самолетов — таков стратегический выбор «Эксимбанка».

Если западным фирмам удастся реализовать планы кооперации в России (P&W \*— «Пермские моторы», P&W Canada — НПО им. Климова, GE — «Рыбинские моторы», проекты «CFM International»), то они будут продвигать на российский рынок именно продукты этой кооперации — собранные в России западные моторы или продукты совместного производства.

«Пермские моторы». Пермский авиадвигательный завод № 19 вступил в строй в 1934 г. В настоящее время производит гамму реактивных двигателей для авиации и ракетные двигатели для ракетоносителя «Протон». В настоящее время проводит наиболее агрессивную маркетинговую и техническую политику, предлагая промышленные установки в широком диапазоне мощностей, а уровень их конструкторских разработок в области промышленных установок существенно выше, чем у РМ.

«Пермские моторы» и Р&W создали два совместных предприятия: одно — в области авиационных, другое — в области промышленных двигателей. Оба предприятия должны доводить двигатель ПС-90 до приемлемых показателей надежности и ресурса. При этом Р&W не отказывалось и от поставок своих собственных двигателей российским авиазаводам. В активе у этого альянса — почти готовая разработка, которую лишь нужно довести до ума, и лучшая в мире конструкторская школа; в пассиве — недостаточные производственные мощности пермского завода и то, что промышленные двигатели Р&W совсем неизвестны в России.

Положение альянса осложняется тем, что без участия РМ полностью выполнить программу производства доведенного ПС-90 невозможно.

Производители промышленных двигателей в России и других странах СНГ. Самым большим опытом здесь обладает Самарское акционерное общество «Двигатели НК». Оно начало подобные разработки еще 10 лет назад\* в момент пика закупок импортных газокompрессорных станций.

Весьма сильны с технической точки зрения агрегаты украинской компании «Мотор-СЛч». В настоящее время это предприятие сумело сохранить технический и технологический потенциал и даже добилось французского сертификата «Veritas» («Мотор-С1ч» и РМ являются единственными обладателями подобного сертификата в СНГ). Однако экономическое положение украинского предприятия не позволяет ему надеяться на сколько-нибудь существенную долю на российском рынке промышленных двигателей.

Традиционно сильны позиции еще одного украинского производителя — Николаевского завода «Трансмаш». Однако он специализируется в основном на судовых двигателях, хотя их переделка и не вызовет особых проблем.

Позиции других российских компаний, стремящихся выйти на рынок промышленных двигателей, изначально более слабы. Это относится к московскому ОКБ им. Ляуля, ленинградскому КБ им. Климова и Невскому машиностроительному заводу.

Товар и ассортиментная политика

Российское гражданское моторостроение имеет один козырь — низкие цены. Отечественный двигатель для лайнеров Ил-96-300 и Ту-204 — ПС-90А (разработчик — АО «Пермские моторы») — находится на уровне западных аналогов по экономичности, уровню шума и экологичности, но на порядок хуже их по ресурсу. Даже если этот параметр удастся улучшить, двигатель все равно лишь приблизится к западному уровню. Главное же в том, что ПС-90А представляет четвертое поколение моторов, которые на Западе эксплуатируются свыше десяти лет. Уже сейчас на мировой рынок вышли западные двигатели пятого поколения.

Двигатель ПС-90 А по тяге (16 тонн) и расходу топлива сопоставим с двигателем «Rolls Royce» RB211-535С, но сильно отстает по надежности и ресурсу. Однако даже следующая модификация английского двигателя RB211-535Е4 (которая должна быть установлена на экспортном варианте Ту-204) с тягой 18,2 тонны, не нова. «Rolls Royce» уже пять лет выпускает новую модель — RB211-535Е4В — с тягой 19,55 тонны и сниженным на 12% расходом топлива по сравнению с исходным вариантом. Ил-96М/Т будет оснащен двигателями «Pratt & Whitney» PW-2037 (тяга 17,35 тонны). Но и это уже вчерашний день — Р&W выпускает модель PW- 2040 с тягой 18,9 тонны.

АО «Рыбинские моторы» разработало программу модернизации авиадвигателей для пассажирских самолетов Ту-154М и транспортных Ил-76. Эти двигатели начали выпускаться серийно более двадцати лет назад и сегодня безнадежно устарели. Для

реализации программы модернизации двигателей Д-30КУ-154 для Ту-154М, которая повысит их экологичность и снизит расход топлива на 6%, потребуется 25 млрд. руб. Это позволит увеличить сроки эксплуатации 450 самолетов Ту-154М как минимум на 15 лет.

Проект модернизации двигателя Д-30КП для Ил-76 рассчитан на два с половиной года и потребует примерно 300 млрд. руб. Предполагается, что модернизированный двигатель будет расходовать горючего на 8 % меньше, а его КПД увеличится на 2%. Сегодня в эксплуатации находится 738 самолетов Ил-76 и 110 лайнеров Ил-86, на которые планируется установить двигатель Д-30КП.

Новый директор В. Шелгунов не отказался от начатого по инициативе его предшественника В. Аникина сотрудничества РМ с GE. По словам менеджера по развитию бизнеса в СНГ «GE Aircraft Engines» Владимира Расшупкина, стратегия совместной работы GE с рыбинским заводом базируется на постепенном переходе от производства отдельных комплектующих, сборки и испытаний двигателей к выпуску отдельных модулей и затем — к лицензионному производству авиационных двигателей. В перспективе на РМ планируется производить двигатель СТ-7 для легкого многоцелевого самолета С-80 и экспортного варианта вертолета Ка-62. Не исключается возможность выпуска двигателей CFM-56, которыми могут быть оснащены и Ил-86, и Ил-76.

В настоящее время в Рыбинске производится 10 наименований деталей по заказу GE, а к концу 1996 года их количество возрастет до 150.

Также РМ намерено осуществлять производство газовых силовых установок по заказу РАО «Газпром» и снегоходов «Буран».

По словам генерального конструктора АО «Рыбинское конструкторское бюро моторостроения» Александра Новикова, завершена разработка двигателей РД-600 для новых российских вертолетов К-62 и моторов ТВД-1500 для самолетов местных авиалиний Ан-38 и С-80. По информации представителей КБ, проведенные в\* Рыбинске стендовые испытания показали соответствие технико-экономических характеристик моторов заданным параметрам. По оценкам тех же специалистов, потребность российских производителей авиатехники в двигателе РД-600 составляет около 100 штук в год, а ТВ Д-150 — 150 штук в год. Однако по вопросу налаживания серийного выпуска этих моторов КБ контактирует не с РМ, а с другими авиастроительными предприятиями России.

Об уровне послепродажных услуг, предоставляемых своим покупателям российскими авиастроителями, можно судить по словам генерального директора авиакомпания «АЛАК» Бориса Лихачева. За 100 летных часов на самолете Ту-154М пришлось поменять пять двигателей\* произведенных АО «Рыбинские моторы». Даже те российские авиадвигатели, на которые существует гарантия предприятия-изготовителя, авиакомпании тем не менее приходится ремонтировать за свой счет. В связи с этим эксплуатация российской авиатехники, считает Б. Лихачев, становится слишком дорогим удовольствием. Рассматривая в качестве потенциальных заказчиков новых российских самолетов зарубежные авиакомпании, нельзя забывать, что они привыкли к идеально отлаженной системе сервисного обслуживания западных лайнеров. Необходимые запчасти и комплектующие доставляются максимум в течение суток, а если очень нужно, — то с бригадами ремонтников. Такое проворство обеспечивается разветвленной сетью центров технической поддержки во всех регионах мира, которой располагает каждая зарубежная авиастроительная фирма.

#### Цены и сбыт

Сбыт является головной болью российских моторо- и самолетостроителей. Решить проблему сбыта на внутреннем российском рынке должна разработанная Минтрансом и Госкомоборонпромом и одобренная Минэкономики лизинговая система. Этот механизм, с одной стороны, даст возможность авиационной промышленности реализовать свою продукцию и пополнить оборотные средства для ее воспроизводства. С другой стороны, он позволит авиакомпаниям приобретать эту технику, эксплуатировать ее и получать доходы

для расчетов с государством, которое за три года окупит выделенные на покупку этой техники кредиты. В России до последнего времени передача авиатехники в лизинг не использовалась, в то время как в западных странах самолеты практически всегда реализуются на условиях лизинга, Средства для покупки авиатехники будут привлекаться за счет кредитов коммерческих банков, в том числе западных.

Первым лизинг начал использовать Аэрофлот, начавший 29 июля 1992 г. эксплуатацию пяти взятых в лизинг новых Airbus A310-300. Следующий шаг сделала компания «Трансаэро», арендовав сильно подержанные Boeing-737-200 и две современные машины Boeing-757. В конце 1994 г. сразу несколько авиакомпаний России объявили о намерении взять в лизинг пассажирские лайнеры Boeing и Airbus. Ставки лизинга и цены на самолеты указаны в таблице 22.

Таблица 22

Базовые цены на российские и зарубежные пассажирские самолеты, млн. дол.

Название самолета	Ежемесячные ставки лизинга с учетом амортизации 45%	Цена продажи
Ил-96-300	—	45
Ил-96 М/Т	—	75
Ту-204	-	30 (минимум 1,5 млн.) для российских покупателей
Ил-114	—	8-9
Ан-124 «Руслан»	—	150
Ан-225 «Мр1я»	—	250
Boeing-777	—	165
Boeing-757-200	—	50-57
Boeing-737—300	—	37-40
Boeing-737—400	0,55	40-44
Airbus A310-300	0,250	68-70
Airbus A320	0,3 0,667 0,44	38

#### Вопросы и задания

1. Проведите анализ окружающей маркетинговой среды предприятия. Выявите благоприятные и угрожающие факторы.
2. Отдельно дайте оценку сравнительной силы возможных потребителей, поставщиков, конструкторских бюро на производителей самолетов. Выберите оптимальных для данного предприятия клиентов и партнеров.
3. Дайте сравнительную оценку преимуществ и недостатков предприятия в сравнении с ближайшими конкурентами.
4. Оцените, исходя из имеющихся данных, конкурентоспособность товара предприятия в сравнении с конкурирующими.
5. Нет ли товаров-заменителей, возможных иных конкурентов данного товара?
6. Сформулируйте оптимальную миссию и маркетинговые цели предприятия.
7. Сформулируйте функциональную стратегию маркетинга, дайте набросок стратегического маркетингового плана предприятия на ближайшие пять — десять лет.