ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

**МФК «РАЗУМНОЕ ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ»**

**Ошибки компания SONY**

Компания Sony была основана в 1946 году двумя предпринимателями — Масару Ибука и Акио Морита[[1]](#footnote-1). В конце 1960-х Ибука и Морита начали разработку цветного телевизора. Вскоре им улыбнулась фортуна: на торговой выставке в Нью-Йорке они обнаружили телевизионный экран, который обеспечивал яркое и четкое изображение — лучшее из тех, что они когда-либо видели. Морита договорился с Paramount Pictures, владельцем прав на цветной кинескоп, который носил название «Хроматрон», о получении технической лицензии на изготовление цветного телевизора на его основе.

Два года Ибука потратил на создание торгового образца цветного телевизора. В сентябре 1964 года его усилия увенчались успехом — команда инженеров получила нужный образец. Однако технологический процесс, который был бы коммерчески выгоден при массовом производстве телевизора, не был разработан. Реакция людей, видевших в демонстрационном зале Sony образец цветного телевизора, была вдохновляющей. Ибука был воодушевлен, оптимистичен и более чем уверен, что это блестящий проект. Он провозгласил его приоритетным направлением деятельности компании и убедил компаньона выделить под него колоссальные ресурсы. Телевизор запустили в массовое производство, однако процесс производства никак не получалось отладить: из тысячи кинескопов только два-три были пригодными к использованию. Розничная цена телевизора составляла 550 долларов, и она не могла покрыть издержек компании, которые превышали цену более чем в два раза. Морита видел убыточность проекта и настаивал на его немедленном завершении. Однако Ибука и слышать ничего не хотел — он верил, что скоро у него все получится. Тем более на проект ушло столько времени, сил и денег, что было бы глупо бросить его на полдороге. Sony продолжала производить и продавать цветные телевизоры на базе кинескопа «Хроматрон» себе в убыток. Пока наконец в ноябре 1966 года финансовый директор не объявил, что компания стоит на пороге разорения. Только тогда Ибука согласился остановить производство и закрыть проект.

**Вопросы для группового проекта:**

1. *Какие поведенческие эффекты заставляли Ибуку продолжать проект по производству цветных телевизоров?*
2. *Предложите пути преодоления этих эффектов.*

**Предотвращение последствий кражи или утери банковских карт**

Домохозяйка Оксана Владимировна зашла в крупный магазин спорттоваров в торговом центре. Пока она выбирала кроссовки и примеряла их, она на какое-то время выпустила из-под контроля свою сумку, и злоумышленники вытащили из нее кошелек с небольшой суммой наличных и банковской картой. Обнаружив это, Оксана Владимировна подняла шум и попросила о помощи продавцов, но найти кошелек в магазине не удалось, никаких подозрительных личностей в магазине также не оказалось.

**Вопросы для группового проекта:**

1. *Что можно посоветовать в такой ситуации Оксане Владимировне?*
2. *Какой способ вы считаете наиболее действенным?*

**Старуха-процентщица**

В романе Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» мы можем найти некоторые детали бизнеса старухи-процентщицы:

«Вот-с, батюшка: коли по гривне в месяц с рубля, так за полтора рубля причтется с вас пятнадцать копеек, за месяц вперед-с. Да за два прежних рубля с вас еще причитается по сему же счету вперед двадцать копеек. А всего, стало быть, тридцать пять» (старуха — Раскольникову).

«...Дает вчетверо меньше, чем стоит вещь, а процентов по пяти и даже по семи берет в месяц и т. д.» (студент в трактире — своему собеседнику-офицеру).

**Вопросы для группового проекта:**

1. *Какая процентная ставка была предложена Родиону Раскольникову при кредите под залог его серебряного портсигара (в годовых, простой процент, сложный процент)?*
2. *Чем могло быть вызвано то, что процент с Родиона был взят больший, чем тот, о котором говорил студент?*
3. *Являются ли ставки старухи-процентщицы конкурентными на современном рынке ломбардов?*
1. Этот случай из истории Sony Corporation написан по материалам книги Nathan, J. [13]. [↑](#footnote-ref-1)