

Игорь Пономарев

Стратегическая игра

Как провести MARGINGAME



Игорь Пономарев

**Стратегическая игра. Как
провести MARGINGAME**

«Издательские решения»

Пономарев И.

Стратегическая игра. Как провести MARGIN GAME /
И. Пономарев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-854600-6

Благодаря этой книге вы научитесь организовывать и проводить финансовую стратегическую игру MARGIN GAME в трех разных форматах: тренинг для инвесторов, тренажер стратегического мышления и экономическая модель для лабораторного исследования. MARGIN GAME погрузит вас в мир инвестиций и конкуренции. Игра откроет перед вами потрясающие возможности рынка, предупредит о скрытых угрозах и покажет природу случайных закономерностей.

ISBN 978-5-44-854600-6

© Пономарев И.
© Издательские решения

Содержание

Вступительное слово	6
Предисловие	8
Результаты игры	10
Аудиторная игра	11
Сценарий	13
Начало	15
Рынок	17
Сегменты рынка	20
Конец ознакомительного фрагмента.	22

Стратегическая игра Как провести MARGINAME

Игорь Пономарев

Редактор Ольга Валерьевна Костылева

© Игорь Пономарев, 2017

ISBN 978-5-4485-4600-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

MARGINAME – игра капиталистов

На страницах этой книги вы найдете:

три вида рыночного поля;

двадцать сегментов и финансовых инструментов;

шесть сценариев;

девять моделей принятия решений;

несколько источников конкурентного преимущества;

а также правила стратегической игры, которая разворачивается на глобальных финансовых рынках. С помощью рекомендаций по сценарию, правил и приемов вы сможете подготовить все необходимые материалы, чтобы провести в MARGINAME, почувствовать действие невидимой руки рынка и разработать стратегию управления капиталом.

Вступительное слово

MARGINAME погрузит вас в мир инвестиций и покажет, как работает финансовый рынок и разные инвестиционные инструменты. Игра откроет перед вами потрясающие возможности рынка и предупредит о скрытых угрозах.

Основная идея игры – смоделировать рынок и научить принимать решения в условиях неопределенности, и понять природу случайных закономерностей. В MARGINAME вы сможете безопасно для своего капитала научиться предвидеть движение рынка, управлять риском, контролировать свое состояние вне зависимости от результатов и поведения других игроков.

Вы можете попробовать действовать на опережение, улавливать настроение рынка и зарождающиеся тенденции, опережать решения других участников и не реагировать на случайные события. Все это возможно, если вы будете следовать своей собственной стратегии.

В MARGINAME вы сможете своими глазами увидеть, как «невидимая рука» Адама Смита приводит рынок к равновесию; узнать, почему независимые действия людей в своих личных интересах приводят участников рынка к согласию быстрее, чем переговоры; а также почувствовать на себе действие второй «невидимой руки», о которой современные экономисты стараются не говорить.

В компании друзей за игрой вы не только интересно проведете вечер, но сможете проверить на прочность свои инвестиционные идеи и попробовать себя в качестве управляющего активом.

Для организации эта игра может стать тренажером для развития стратегического мышления, научит принимать решения в условиях неопределенности и находить источники конкурентного преимущества.

Преподавателям экономики MARGINAME поможет найти в игре необходимый инструментарий для проведения лабораторных и исследовательских работ по экономике и смоделировать самые разнообразные рыночные ситуации.

Для детей и школьников игра может дать новый игровой опыт, связанный с финансами, экономикой, поведением человека, пробудить таланты и дать возможность продемонстрировать в игре способности. Настольная игра может помочь в профессиональной ориентации и способствовать развитию интереса к экономике.



Пользуясь случаем, хочу пригласить читателя на открытую игру, которую я регулярно провожу в МГУ им. М.В.Ломоносова, на Московской бирже и финансовых выставках.

—

До встречи на игре!

Автор и ведущий MARINGAME,

к.э. н.

Пономарев Игорь Пантелеевич,
Экономический факультет МГУ

Предисловие

Эта стратегическая игра раскрывает секреты финансового рынка и показывает, как работает конкуренция в сложном мире котировок и тенденций. Вы можете побывать в роли инвестора или управляющего капиталом, попробовать разные финансовые инструменты, оценить безграничные возможности рынка и убедиться в реальности угроз, о которых принято писать мелким шрифтом на последней странице.

Основная идея игры – погрузить вас в такие условия, где все, что вы знаете о принятии решений, не работает!

Итак, добро пожаловать на финансовый рынок! Здесь идет жесткая невидимая и бескомпромиссная борьба за самые доходные сегменты, деньги пролетают со скоростью света, а информация порой опережает время, нарушая законы физики. Каждый хочет заработать на инвестициях, и все участники имеют практически одинаковый доступ к аналитической информации. В таких условиях все наблюдаемые закономерности случайны, а случайности, как мы знаем, подчиняются строгим законам теории вероятности. За неумение управлять риском, азарт и нежелание считать многим приходится заплатить своим капиталом. А чтобы его сохранить и приумножить, необходимо учиться понимать условия рыночной неопределенности и принимать взвешенные инвестиционные решения.

Играйте, учитесь, исследуйте финансовый рынок, а управление капиталом доверьте профессионалам!

MARGINGAME позволит вам без риска для собственного капитала научиться предвидеть движение рынка, управлять риском, контролировать свое эмоциональное состояние и принимать осмысленные решения вне зависимости от движения рынка и действий других игроков. Впоследствии вы сможете овладеть стратегическим мышлением, выработать самодисциплину и следовать собственной стратегии.

Игра учит понимать рынок и ценить конкуренцию. В ходе игры обратите внимание на то, что, действуя независимо друг от друга и не договариваясь с другими участниками, вы не раз приведете рынок к равновесию. Это явление в 1776 году описал Адам Смит в книге «Богатство народов» и объяснил действием «невидимой руки» рынка. Но более десяти лет проведения игры MARGINGAME с самыми разными участниками, рынками и сценариями позволили автору открыть существование второй «невидимой руки» рынка и зафиксировать ее действие. Я надеюсь, это открытие позволит фондовым и финансовым рынкам снова стать инструментами инвестирования, как это и было изначально.

...

В этой книге впервые опубликованы правила и необходимая информация для проведения аудиторной игры, расширенные правила для настольной игры в бизнес-формате, где действия разворачиваются на рынке продуктов или услуг. Бизнес-вариант игры больше про стратегию бизнеса, в этом случае вы можете отработать разные варианты и сочетания четырех базовых школ стратегии и источников конкурентных преимуществ.

Для кого эта книга и игра:

Во-первых, для компании друзей. За игрой вы не только интересно проведете вечер, но и сможете обсудить и проверить несколько инвестиционных идей.

Во-вторых, для организации. Эта игра может стать тренажером для развития стратегического мышления и умения принимать решения в конкурентных условиях.

В третьих, для студентов и преподавателей экономики. В школах и ВУЗах на уроке с помощью MARGINGAME можно смоделировать и проиграть экономическую ситуацию,

непосредственно в классе выдвинуть гипотезы и провести лабораторный эксперимент, в течение которого можно наблюдать и фиксировать проявление разных феноменов и рыночных закономерностей.

В-четвертых, для детей. Обращаясь к родителям, хочу сказать, что для детей и школьников игра является инструментом профессиональной ориентации, помогает пробудить у ребенка интерес к экономике и проявить свои способности.

В-пятых, рекомендую игру всем, кто интересуется и проводит программы повышения финансовой грамотности. MARGINAME поможет каждому участнику безопасно для своего капитала проверить популярный миф о том, что на акциях и ценных бумагах можно легко и быстро разбогатеть.

В-шестых, для предпринимателей. Бизнес-формат игры может дать богатую пищу для размышления об источнике конкурентного преимущества и подсказки о том, как действовать в условиях конкуренции.

В-седьмых, для инвестиционных компаний. Игра может стать форматом внутрикорпоративного турнира для выявления талантов, снижения коммуникационного барьера между филиалами и подразделениями.

В-восьмых, для инвестиционных и брокерских компаний. Игра может стать тестом на этическое отношение к клиентам, а результаты – служить сигналом к тому, чтобы доверить деньги профессионалам. Это тот случай, когда клиента вовлекают в MARGINAME, чтобы дать ему возможность увидеть опасности игры на бирже/форексе, а не просто прочитать уведомление о риске¹.

¹ Обычно такое уведомление написано мелким шрифтом на самой последней странице договора и в самом далеком уголке сайта, как это примечание.

Результаты игры

Начну с главного, с вопроса, который я чаще всего слышу про игры и активные методы обучения:

«Вот мы провели игру, а в чем ее результат?»

Если речь идет о знаниях (закрепить) и умениях (сформировать), то ответов у меня несколько.

Во-первых, деловая игра – это дорогое удовольствие. Организация и проведение игры требует -х кратных затрат сил и времени от ведущего и активной позиции участников: не только знания материала, но готовности к применению полученных знаний.

Во-вторых, игра, как образовательная технология, позволяет решить множество задач: тестирование, повышение интереса к обучению, профессиональная ориентация, проведение исследования и др. Все зависит от формата и целей игры.

В-третьих, игра – это не столько средство имитации процессов в жизни и моделирования «правильного» поведения, сколько средство получения нового опыта и изменения мышления².

В-четвертых, игра может пробудить внутреннюю мотивацию человека, помочь ему определиться с профессиональным выбором, изменить представление о себе. К сожалению, мотивация, ценности и представление о себе не вошли в образовательные компетенции.

Возвращаясь к вопросу о результате, нужно сказать, что ответ кроется в формате компетенций, которые участники могут проявить и закрепить в ходе игровой активности. MARGINAME позволяет развить следующие *компетенции*:

Результаты от участия в игре MARGINAME:

1. Понимание природы финансового рынка;
2. Умение принимать инвестиционные решения;
3. Умение анализировать и оценивать информацию;
4. Умение прогнозировать поведение рынка (и толпы);
5. Умение управлять риском и оценивать вероятность;
6. Развитие ответственность и самодисциплину;
7. Развитие навыков убеждения и работы в группе/команде;
8. Интуиция (понимание настроения участников рынка);
9. Стратегический образ мышления.

² В этом отношении игры которые я разрабатываю и провожу (MARGINAME, БИЗНЕС-ТАРО, ХУДОЖНИКИ, КОРПОРАЦИЯ КУБ) можно объединить одной цели изменения мышления.

Аудиторная игра

Проведение первой игры

Для проведения аудиторной игры вам потребуется:

1. аудитория,
2. участники игры: от 7 до 30+ человек,
3. доска и фломастер,
4. письменные принадлежности для участников,
5. бланки учета активов (по количеству участников),
6. листки для фиксации решений (на каждый гейм),
7. время (от 30 минут до 1,5 часа).

Если в игре принимают участие дети, то предполагается, что они знают, что такое деньги и умеют считать, умножать и складывать. Ведущему важно понимать, какую задачу он ставит перед проведением игры и иметь план (сценарий³) на игру.

Варианты задач на первую игру:

(а) *мотивационная*: пробудить интерес к экономике;

или (е) *увеселительная*: получить удовольствие и эмоции.

Форматы игры по участникам: (i) *индивидуальная*;

Варианты игры по активам: (1) управление одним активом;

Варианты игры по целям: (а) обыграть других по размеру своего актива;

Для **первой** игры лучше выбрать простой вариант, направленный на *пробуждение интереса к экономике* и демонстрацию рыночных феноменов. Следует выбрать индивидуальный формат, где каждый из участников управляет одним активом, принимая по ходу игры решения о том, куда инвестировать.

Для «продвинутых» игроков, кто знает принцип «не класть яйца в одну корзину», один актив покажется неправильным началом, и могут возникнуть вопросы и предложения о том, что следует его разделить. Я обычно отвечаю так:

Во-первых, мы играем, и у нас есть преимущество, мы не потеряем деньги, но также есть и некоторые ограничения.

Во-вторых, если вы не знаете, что делать с одним активом, то несколько активов создают иллюзию, что вы знаете, что с ними делать, например, разложить по разным «корзинам».

В-третьих, мы не столько моделируем изменения рынка, сколько вносим изменения в процесс принятия решений: ожидания, решение, результаты и выводы.

Цель игры для каждого из участников простая и очевидная: сохранить и приумножить свой капитал. Но есть элемент «провокации», который вносит *условие*, что побеждает тот участник, который сможет это сделать лучше всех!

В дальнейшем игра приобретет многоуровневый характер: как и в жизни, в игре будут люди, которые играют в разные игры: *одни* играют на победу, *другие* – для удовольствия, *третьи* – чтобы доказать что-то другим, *четвертые* проверяют свои идеи и стратегии,

³ в главе «Сценарии игры» можно подобрать параметры игры подходящие под ваши задачи и условия.

пятые играют с правилами, пытаются нащупать в них брешь, *шестые* делают собственное открытие и, как правило, рассказывают об этом после игры. В жизни для победы достаточно сохранить свой капитал, и одна из целей финансовой игры – привести участников самостоятельно к этой мысли. Это можно наблюдать, когда участники игры довольствуются вхождением в пятерку победителей или остаются верными своим принципам или выбранной стратегии.

Также хочу отметить, что вариант командной игры идет дольше по времени и сложнее для ведущего. Так в командах возникают споры и появляются самые разные вопросы, порой связанные больше с выяснением отношений, чем с правилами игры и необходимыми действиями. В последующем, когда механика игры станет понятной, можно задействовать командный формат, который дает дополнительную степень свободы и позволяет моделировать самые разные ситуации от процедуры принятия решений в группе до отработки определенных ролей и отношений.

Сценарий

Примем за аксиому, что наличие плана лучше, чем его отсутствие. После 101-й проведенной игры вы сможете импровизировать, но даже при этом лучше всегда иметь некоторый план.

Первое в плане – это тематика игры, задачи, предыстория и интрига. Это может быть соревнование «Лучший инвестор» или «Звездная экономика».

Второе – это сегменты рынка, названия бизнеса и финансовые инструменты, которые представляют собой игровое поле. На поле отражаются не только название сегмента, но и структура конкуренции, а также доходность каждого сегмента по шагам/геймам.

Третье – это количество шагов, геймов или решений, которые участники принимают в ходе игры. Для демонстрационной игры я рекомендую четыре гейма. Этого количества решений достаточно, чтобы понять, догадаться, как надо было принимать решения.

ВАЖНЫЙ МОМЕНТ:

Если игра длится шесть и больше геймов, то с методической точки зрения лучше разделить ее на две части и сделать промежуточный финиш! Важно дать понять участникам, насколько они эффективны в принятии решений, какое место занимают в рейтинге (обычно это ТОП-5), а также внести ясность, как этот результат появился, тогда как четыре хода назад все были в одинаковых условиях. Важно понимать, что это промежуточный результат, а значит, не все еще потеряно. Этот момент также вносит интригу, сможет ли лидер удержать пальму первенства, а главное, что участники понимают, что для того, чтобы улучшить свои результаты надо менять свою стратегию, находить доходные сегменты рынка лучше других.

Четвертое – это изменения, которые могут произойти на рынке в том или ином сегменте. Это может быть появление нового финансового инструмента, выход на IPO компании «Х» или изменение емкости рынка. Доступны и более жесткие форс-мажорные варианты изменения рынка, но это уже для подготовленных участников. Хотя в реальной жизни банкротство компании, которая управляла активами, – привычное дело для недобросовестных, мошеннических организаций.

Пятое – это результаты и обсуждение, которое следует после их объявления. Это всегда выводы, которые следуют за результатами. «Да, вы нашли победителя, и это означает, что...», или: «Лидеру не удалось удержаться даже в пятерке. И...». Важно, чтобы участники высказались и обсудили полученные результаты, их значение и сделали для себя определенные выводы.

Шестое – это отзывы. Следует стереть с доски, сложить свои материалы и сделать отметки на будущее, проанализировать, что получилось, где была заминка, а что можно попробовать в следующий раз.

Седьмое – это разместить результаты игры, фотографии и отзывы участников в сеть с хэштегом #MARGINAME

Пример первого сценария «Управление активами»

Легенда: участники управляют активами. У каждого на руках один актив. Перед участниками игровое поле из четырех сегментов/финансовых инструментов:

- 1) Голубые фишки – ГАЗПРОМ (акции);
- 2) Акции компании «Вымпелком»;
- 3) Инвестиции в нанотехнологии – «Нанотех»;

4) Депозит в банке – «Банк».

Наличие в игровом поле сегмента «Банк» облегчает вхождение участников игры в процесс инвестиций. И здесь участникам можно сказать: «Если вы не знаете, куда инвестировать, кладите деньги в банк!» Это правило работает и в игре, и в жизни. Если вы не знаете, как работает рынок, как ведет себя та или иная ценная бумага или финансовый инструмент, то не стоит с ней делать какие-либо операции, лучше не рисковать, а положить деньги в банк.

Первый ход самый сложный и долгий. У участников возникает масса вопросов: «Куда инвестировать?», «Как ведет себя рынок?», «Что означают цифры на доске?» и т. д. Это закономерно, так как у них нет никаких данных, а у финансовых инструментов нет истории. В этом случае наличие сегмента «Банк» является выходом. Если участники не хотят рисковать своим капиталом, то они могут без риска, но с минимальным доходом разместить свой капитал в банке. Те, кто рискуют, должны быть готовы ощутить и принять последствия принятого решения.

Я не смогу вам сказать, какой вариант правильный, так как особенности игры MARGINGAME заключаются в том, что правильного решения либо нет, либо оно зависит от конкретной игры, от сценария, стартовых условий, но также важно настроение участников. Доходность ваших инвестиций в MARGINGAME определяет не алгоритм, не «черный ящик», не решение правительства и не ведущий, а рынок, т.е. совокупность решений всех участников игры.

Начало

Перед началом игры вам необходимо:

1. представиться и познакомиться с участниками;
2. рассказать участникам о том, что их ожидает;
3. раздать необходимые для игры артефакты;
4. кратко сказать о правиле – «слушать ведущего»;
5. напомнить о действиях, победе и призах;
6. нарисовать и объяснить сегменты финансового рынка;
7. ответить на возможные вопросы;
8. немного о регламенте и времени на принятие решения;
9. дать отбивку начала игры MARGIN GAME!

О подготовительной работе, которая выполняется перед игрой, а также подготовке аудитории и приеме участников вы можете узнать в бизнес-версии правил под названием «Стратегический тренинг».

Краткое объяснение действий в самом начале игры:

1. представиться и познакомиться – это действия для разогрева ведущего, аудитории, получение обратной связи. Здесь нужно почувствовать аудиторию и немного ее «расшатать», дать понять, что они главные участники.

2. рассказать и сформировать правильные ожидания, которые связаны с погружением участников в магию игры. Это нереально, но факт: каждый станет управляющим активом, проживет несколько финансовых раундов, увидит последствия принятых решений и свое будущее, почувствует и станет частью невидимой руки рынка!

3. артефакты для игры простые:

А) *Бланк учета актива* раздается каждому (или на команду) в соответствии с тем количеством активов, которые находятся в управлении. Бланк – это аналог записи на банковском счете.

Б) *Информационный лист* для дублирования решений – это аналог информационной системы, которая передает инвестиционные решения в расчетный центр. Информационный лист раздается по количеству бланков.

Раздавая активы и информационный лист, следует просить участников подписать их своим именем (или никнеймом), тем самым зафиксировать право владения активом. Для команды – написать название команды, это включит процесс обсуждения. Если активов несколько, то каждый из активов надо подписать и пронумеровать 1,2,3,...,N.

4. рассказать о правиле «слушать ведущего». Это означает, что участникам можно выдать буклет с правилами, но правила игры простые, поэтому достаточно внимательно слушать ведущего, а при необходимости задавать вопросы. И вот об этом необходимо сказать!

5. участникам в игре предстоят простые действия. Каждому нужно принять решение относительно того, куда он будет инвестировать свой актив. Один актив – одно решение и один сегмент, куда этот актив будет инвестирован. Для принятия решения участник должен на бланке учета активов в колонке «*решение*» записать название сегмента, куда он инвестирует данный актив и продублировать это решение в информационном листе. После чего необходимо передать ведущему или его помощникам листок с номером хода и решением. После раздачи активов наступает момент знакомства с рынком, сегментами и финансовыми инструментами.

6. можно нарисовать сегменты на доске, а можно выдать рынок на проекторе. Возможны два варианта: *первый*, когда сегменты уже определены по сценарию или *второй*, когда сегменты появляются на доске в ходе импровизации и общения у участниками игры. Я предпочитаю доску, так как здесь больше вовлечения участников, а также понимания, что интересно. Можно задавать наводящие или направляющие вопросы, можно предлагать на выбор инструменты. Также я рекомендую на первых порах вводить в игру такой сегмент как «Банк» с гарантированной доходностью, чтобы снять сложности участников с пониманием рынка на первом гейме.

На просьбу участников, которые хотят полной определенности, знаний результатов своих действий, и которые часто спрашивают: «*Я не понимаю, объясните*», – можно ответить: «*На финансовых рынках, как и в ядерной физике, существует принцип неопределенности, пока вы не сделаете шаг, вы не узнаете что произойдет*», или «*Если бы все понимали, что происходит на финансовом рынке, то мы бы не знали, что такое кризис*». Другой вариант объяснения: «*Вы пришли учиться, поэтому положите пока деньги в банк, и когда вам станет понятно, как работает рынок, воспользуйтесь ими*», или «*Возьмите на себя ответственность, и попробуйте научиться на своих ошибках*».

7. обязательно возьмите паузу, остановитесь и послушайте аудиторию. Задайте вопрос: *Все ли понятно? Вы готовы? Есть ли какие-либо вопросы?* Послушайте вопросы, прокомментируйте и дайте ответ. Важно, чтобы участники ощущали стартовые условия и понимание происходящего.

Варианты вопросов и ответов:

«*А у меня нет...?*» – раздайте!

«*Я не понимаю...?*» – объясните!

«*Что мне делать?*» – «*принимайте решения!*»,

«*Как мне заполнить бланк?*» – подойдите и покажите пример, если надо, то подойдите, спросите, проверьте!

8. немного напомните о регламенте, что первый ход самый сложный, полная неопределенность, которая возникает, когда делаешь что-то в первый раз! К этому нельзя подготавливаться и поэтому первый ход займет больше времени, чем остальные. Последующие шаги, когда участники поймут механику принятия решений, получают информацию по рынку и почувствуют последствия решений на размере своего актива, пойдут быстрее.

Приблизительное время:

2 минуты – на принятие решений;

2 минуты – на сбор информационных листков;

2 минуты – на подсчет и запись котировок;

2 минуты – на пересчет участниками своих активов;

2 минуты – на непредвиденный вопрос, комментарий.

Следует отметить, что у участников есть дополнительное время для решений в тот момент, когда вы собираете листки, и дополнительное время на подсчет, когда вы считаете котировки и записываете их на доске.

9. отбивка к началу игры. Она помогает фиксировать время и дает сигнал участникам, что пора переходить от восприятия и слушания к решениям и действиям. Начинается первый ход, где принятие решений и сбор информационных листков совмещается с ответами на вопросы, а также с помощью и исправлением возможных ошибок. И вместо 2-4-х минут уходит 5—10 минут в зависимости от размера и готовности аудитории.

Все сегменты рынка MARGINGAME, финансовые инструменты и их особенности вы можете узнать в следующей главе.

Рынок

Рынок располагается на доске или экране в виде нескольких сегментов и финансовых инструментов. Рынок – это разные альтернативные варианты инвестирования, которые доступны для участников в ходе игры.

Есть классический рынок из четырех сегментов:



Классический формат рынка из четырех сегментов

Классический формат: *во-первых*, это самый первый рынок, с которого началась игра; *во-вторых*, с этого формата легче стартовать, так как можно объяснить, как работает каждый из сегментов; *в третьих*, если что-то еще не понятно, можно предложить участникам не рисковать, а положить свой актив в «банк».

Есть варианты рынка из шести или восьми сегментов. В этом случае начинается игра с классического рынка, а новые сегменты появляются в процессе игры, тогда как некоторые сегменты могут закрываться, а на их месте открываться другие.



Формат игры с рынком из восьми сегментов

Не стоит увеличивать количество сегментов больше восьми, так как это затрудняет представление и увеличивает время объяснения результатов. Но формат с большим количеством сегментов может быть использован для проверки разных гипотез, например, для исследования высокодифференцированных рынков или способности участников оценивать новые возможности и работать с информацией.

Несколько раз на турнирных играх был использован «модерновый» формат рынка, когда к классическим четырем сегментам добавлялся один новый финансовый инструмент и на следующем ходу его сменял другой. Так каждый ход в пятом сегменте появлялись и исчезали новые возможности.

МОДЕРНОВЫЙ РЫНОК

ТЕЛЕКОМ (акции)	ГАЗПРОМ (акции)	ФИНАМ (траст)
		www.com (on-line)
		IPO (акции)
		ART (искусство)
		ГЗ (госзакупки)
НАНОТЕХ (акции)	БАНК (депозит)	FASHION (мода)

Формат игры с появляющимися новыми возможностями

Модерновый рынок – это убийца заготовленных стратегий. В этом случае необходимо быстро оценивать появляющиеся возможности и их влияние на решения других участников с учетом их готовностью к риску и неопределенности. Это похоже на тот технократический хаос, который создают на рынке постоянно меняющиеся технологии и условия ведения конкуренции.

Также помимо появления новых сегментов или их изменения возможна ситуация, когда количество сегментов сокращается в виду наступления кризиса. Возможно несколько причин для этого: *во-первых*, поводом для закрытия сегмента может послужить отсутствие интереса и тот факт, что в него никто не инвестировал; *во-вторых*, когда в банке не осталось ни одного участника, банковский кризис может вызвать закрытие самого слабого (низкого по доходности) сегмента; *в третьих*, решение о закрытии того ли иного сегмента рынка может принять чиновник (если игра ролевая).

В MARGIN GAME «бизнес-стратегия» сегментов игры девять, но правила этого формата будут описаны в другой книге вместе с правилами настольной версии игры, когда на одном игровом поле сталкиваются разные силы и задействованы конкурентные преимущества.

РЫНОК БИЗНЕС-СТРАТЕГИЯ

Ресторан (Университет)	Ресторан (пр-т Вернадского)	Ресторан (Юго-Запад)
Кафе (Университет)	Кафе (пр-т Вернадского)	Кафе (Юго-Запад)
Кофе того (Университет)	Кофе того (пр-т Вернадского)	Кофе того (Юго-Запад)

Вариант рынка для т.н. рынка «общественного питания»

Можно сегментировать этот рынок по району расположения и формату заведения. Можно выбрать другие форматы: бар, кальянная, пиццерия, а также поменять фокус с географического расположения, на близость конкурентов: на отдельной улице в одном районе, у метро или в торговом центре.

Каждый сегмент несет в себе несколько атрибутов:

АТТРИБУТЫ СЕГМЕНТА РЫНКА						
название → ГАЗПРОМ						
[12] ← емкость рынка						
$D = 12/N_{\text{Газпром}}$ ← формула доходности						
4	8	6	10	← уровень конкуренции		
x3	x1,5	x2	x1,2	← котировка доходности		

Пример одного из сегментов

1. *название сегмента*, которое необходимо зафиксировать участнику игры на бланке учета актива и продублировать в листе решений, чтобы решение вступило в силу на рынке;
2. *емкость рынка* – для акций и бизнеса, а для других финансовых инструментов правило формирования дохода;
3. таблица для отметок *уровня конкуренции* и *котировок*, которые отражают текущую доходность, а значит, результат инвестирования в данный сегмент рынка.

Хочу еще раз отметить, особенностью MARGINGAME является то, что доходность рынка определяется не «черным ящиком», не алгоритмом, не ведущим (а в ролевой игре не чиновником), а рынком, т.е. совокупностью решений всех участников игры.

Возможно появление новых атрибутов в зависимости от варианта игры, условий ее проведения или особенности сегмента. Например, при игре с *зависимыми сегментами* в таблице может появиться дополнительная строка с расчетом емкости рынка, которая будет зависеть от других сегментов. В игре с сегментами «Стартап», «Гозсакупки» или «Опцион» в одной ячейке могут отражаться несколько результатов. А при игре «*вслепую*» участники могут не знать о формуле доходности и об уровне конкуренции, а получать лишь информацию о доходности.

Сегменты рынка

Сегменты рынка, их количество и содержание определяются сценарием, поэтому в этой части я покажу несколько типовых вариантов рынка, которые подойдут для проведения первой игры. В дальнейшем из сегментов можно собрать свой рынок под те задачи, которые вы ставите на игру. В конце книги приведено несколько примеров и случаев, где вы сможете увидеть влияние сегментов на рынок и решение инвесторов.

Каждый сегмент несет в себе определенную логику поведения рынка, спроса и предложения, формирования доходности. Начнем с классических сегментов:

1. Размещение денег на банковском депозите

Банк +10% – депозит

доходность этого сегмента не зависит от количества участников, которые решили разместить свои активы на депозите в банке.

название → БАНК 10%							
D = +10% ← формула доходности							
4	8	6	10	← уровень конкуренции			
x1,1	x1,1	x1,1	x1,1	← котировка доходности			

Пример классического сегмента «Банк»

$$+ \text{Доход} = \text{Актив} + 10\%$$

Также есть варианты банков, которые дают больший % но допускают минимальный риск (например 1/16 потери 90%). Так в одной из игр мы моделировали ситуацию, похожую на финансовый кризис на Кипре, и одним из сегментов был банк «Никосия», который давал доходность 30%, но при этом была вероятность 1/8 потерять 50% своего капитала (в финансовом кризисе на Кипре банки заморозили 50% активов).

Банк на Кипре +30% – офшор

доходность этого сегмента не зависит от количества участников, которые решили разместить свои активы в офшоре и сэкономить на налогах и таким образом получить дополнительную «гарантированную» доходность. Но следует знать о рисках иностранной юрисдикции, которая накладывает дополнительный риск и может заморозить ваши активы.

БАНК «КИПР» +30% (-50% при P=1/6)							
D = +30%							
4	8	6	10				
x1,3	x1,3	x0,5	x1,3				

Пример неоклассического сегмента «Офшорный банк»

x Доход = +30%, при $P=5/6$;

x Потери = 0,5, при $P=1/6$.

Таким образом, высокая доходность компенсируется тем, что есть вероятность потерять часть своих активов. Для определения ситуации можно воспользоваться игральным кубиком и в случае выпадения «1» считать наступлением кризиса в офшорной зоне с соответствующими последствиями:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.