

# Рыночная цена\*

## Цель игры

Ознакомить участников с механизмом формирования свободных рыночных цен на примере купли-продажи нескольких видов разных товаров; формировать коммуникативные навыки, умение ориентироваться в быстро меняющейся рыночной конъюнктуре.

## Содержание игры

Деловая игра моделирует рыночную торговлю со свободными ценами, уровень которых зависит от соотношения спроса и предложения на конкретный товар.

Координатор игры выбирает от одного до трёх определённых видов разных товаров для продажи на рынке и сообщает список этих товаров участникам. Устанавливается количество каждого вида продаваемого товара. Для продажи товара данного вида из числа участников выделяется два или три продавца с тем, чтобы между ними имела место конкуренция продавцов. Остальные участники игры выступают в роли покупателей.

Первоначально участникам излагается целевая установка. Она состоит для продавцов в стремлении продать больше товара и получить как можно большую выручку в деньгах, а для покупателей — в стремлении закупить побольше товаров разнообразного ассортимента, приобретённых, соответственно, по невысоким ценам, с тем, чтобы лучше использовать свои денежные средства.

Примерный ассортимент товаров и их количество на одного продавца (рассчитанные для группы в 30 человек) представлены в таблице 1.

№ п/п	Наименование товара	Количество на одного продавца (кг)
1	Яблоки	25
2	Мясо	25
3	Картофель	50
4	Молоко	50
5	Хлеб	75

Продавцы должны составлять в процессе игры расходную ведомость (ведомость продажи), в которой фиксируется количество товара на момент начала торговли, а затем отмечаются количество товара, проданного каждому покупателю, цена продажи и выручка, т.е. ведётся учёт реализации товара (см. табл. 2). Составление ведомостей необходимо, чтобы продавец не смог продать больше товаров, чем ему выдано для продажи, а также для учёта и отслеживания уровня цен на рынке каждого товара.

---

\* Источник: Райзберг Б. А. Экономическая энциклопедия для детей и взрослых. – М.: АОЗТ «Нефтехиминвест», 1995. – 688 с.: ил. ISBN 5-900925-01-3. Стр. 601-606.

Ведомость продажи — лист продавца				
Продавец: Егоров				
Наименование товара: картофель				
Получено товара: 50 кг				
№ п/п	Фамилия покупателя	Количество (кг)	Цена (руб./кг.)	Выручка (руб.)
1	Иванов	8	10	80
2	Петров	12	8	96
3	Сидоров	10	7	70
4	Сергеев	14	9	126
	и т.д.			
	Всего	продано: 44 кг остаток товара: 6 кг	средняя цена: 8,5 рубля за кг	выручено: 372 руб.
Подпись продавца: Егоров				

Составление подобных ведомостей участниками игры полезно и с точки зрения приучения их к учёту материальных ценностей и денежных средств.

Игра значительно обогащается и приближается к реальности, если в ней используются имитаторы товаров в виде любого их искусственного воспроизведения, то есть применения «игровых товаров» или хотя бы карточек (желательно с рисунками), на которых обозначаются наименование товара и его количество. Каждая такая карточка служит имитатором определённого количества натурального товара.

Карточки могут иметь следующий вид:

ХЛЕБ	ХЛЕБ	ХЛЕБ	МЯСО	МЯСО	МЯСО
1 кг	2 кг	3 кг	1 кг	2 кг	3 кг

Возможно использование макетов продаваемого товара, изготовленных из пластмассы, бумаги, папье-маше в виде отдельных весовых единиц — 0,5 кг, 1 кг, 2 кг.

Схема игры выглядит следующим образом. Каждому продавцу выдаётся определённое количество товара. Он начинает продавать его, предлагая покупателям по определённой цене, с которой покупатель вправе согласиться и не согласиться. В результате происходит торг между продавцами и покупателями. В процессе торга покупатели вправе обращаться к разным продавцам, стремясь купить товар по более низкой цене. После завершения сделки купли-продажи продавец отдаёт покупателю карточку или макет товара в соответствии с тем количеством, которое купил последний, и получает от покупателя взамен деньги, плату за товар. На этом акт одной купли-продажи завершается. Если торговля натурализована, то есть у продавца есть натуральные макеты продаваемых товаров, заполнение ведомостей продаж не является обязательным, так как возможен натуральный учёт.

Задача продавца, как уже упоминалось, состоит в получении максимально возможной выручки за счёт полной, без остатка, продажи по выгодной цене. Продавец должен стремиться продать весь свой товар по максимальной цене, принимая во внимание спрос на рынке на его товар и с учётом

поведения конкурента, наблюдая за тем, как у последнего идет торговля, много ли у него покупателей.

В то же время каждый продавец обладает правом на сохранение коммерческой тайны в отношении цены, по которой он реализует свой товар, в том смысле, что он не обязан сообщать её другим продавцам. Объединение продавцов одного и того же товара считается проявлением монополизации рынка и может быть запрещено либо подвергаться штрафу, размер которого определяет координатор игры.

Основными участниками игры являются покупатели. Каждому из них выдаётся определённая сумма игровых денежных знаков. Количество денег, выдаваемых покупателю, определяется следующим образом. Исходя из реальной рыночной цены (сложившейся на настоящем рынке), путем умножения количества выданного продавцам товара на эту цену вычисляется количество денег, необходимых покупателям для закупки данного вида товара.

Например, если трём продавцам выдано 150 кг картофеля (50 кг x 3), а средняя цена картофеля на рынке равна 10 руб. за килограмм, то для покупки всего картофеля нужно 1500 руб.

Такой расчёт производится по каждому товару, и путём сложения определяется общая сумма денег, необходимых для покупок. Эта общая сумма делится на число участников, выступающих в роли покупателей, и тем определяется примерное количество денег, которые надо выдать каждому покупателю. Сумма округляется до десятков рублей, например до 100 руб. Изменяя эту начальную сумму, координатор может создавать либо избыток денег, либо избыток товаров на рынке и, тем самым, продемонстрировать затем ученикам, что рыночная цена зависит от соотношения денежной и товарной массы.

Задача покупателя — купить как можно больше имеющихся на рынке товаров и обязательно в полном ассортименте, то есть приобрести все виды товаров, представленных на рынке. Такую постановку задачи преподаватель объясняет учащимся необходимостью полноценного и качественного питания — естественным требованием не только приобретения большего количества купленного товара, но и достижением рациональной структуры покупки.

Если игра не натурализована и продаваемые товары не представлены в виде карточек или макетов, то каждый покупатель оформляет покупной лист (табл. 3). Оформление покупных листов целесообразно для обучения участников заполнению и ведению отчётной документации.

Последняя графа таблицы 3 «Стоимость покупки в средних ценах рынка» заполняется в конце игры.

Для каждого покупателя игра состоит в серии последовательных закупок товара у продавцов. Покупатель завершает игру после окончания закупки им товаров, а продавец — после окончания продаж. Завершение торгов на рынке вправе объявить координатор игры, исходя из её продолжительности.

Покупной лист					
Фамилия, имя покупателя: Сидоров Пётр					
Всего получено на покупку: 450 руб.					
№ п/п	Наименование купленного товара	Количество (кг)	Цена (руб/кг)	Сумма (руб)	Стоимость покупки в средних ценах
1	Яблоки	2	30	60	
2	Картофель	10	7	70	
3	Молоко	4	15	60	
4	Хлеб	5	20	100	
5	Мясо	1	150	150	
Итого израсходовано:				440 р.	
Осталось неизрасходованных				10 р.	
Подпись покупателя: Сидоров					

При подведении итогов игры подсчитывается сумма выручки каждого продавца и сумма закупок данного покупателя. Эти показатели служат основными критериями выявления победителей среди продавцов и покупателей.

Самым предприимчивым и квалифицированным продавцом считается получивший наибольшую выручку за проданный товар или сумевший продать его по наибольшей цене. Победитель определяется по каждому виду товаров и в целом по игре. Для этого каждый продавец подсчитывает свою общую выручку и рассчитывает среднюю цену 1 кг проданного им товара, которая сложилась в итоге всех его продаж.

В свою очередь координатор, получив данные о выручке каждого продавца, складывает показатели выручки и определяет общую выручку за данный товар. Это делается с целью последующего расчёта средней цены товара на рынке. Предположим, что один из продавцов картофеля выручил 372 руб., второй — 400 руб., третий — 428 руб., тогда суммарная выручка составляет:  $372 + 400 + 428 = 1200$  руб.

Разделив эту выручку на общее количество проданного картофеля (150 кг), получаем среднюю цену 1 кг картофеля на рынке, равную 8 руб. за килограмм.

Такая процедура проводится по каждому из видов продаваемых товаров, в результате чего мы и получим первый результат игры — набор рыночных цен.

Рассмотрим теперь, как подводятся итоги конкурса между покупателями и определяется победитель этого конкурса.

После завершения покупок каждый покупатель подсчитывает объём своей покупки в денежном выражении и стоимость покупки в средних ценах рынка и заполняет последнюю графу покупного листа. Проиллюстрируем эту процедуру на примере. Предположим, что покупатель приобрёл 3 кг картофеля, 2 кг яблок, 1 кг мяса, 2 кг молока, 3 кг хлеба.

Средние цены на эти товары, установившиеся на рынке, предположим, составляют:

1 кг картофеля — 10 руб.,

1 кг яблок — 30 руб.,

1 кг мяса — 150 руб.,

1 л молока — 20 руб.,

1 кг хлеба — 15 руб.

Тогда общая стоимость покупки данного покупателя, исчисленная в средних ценах, будет равна:

3 кг x 10 руб. + 2 кг x 30 руб. + 1 кг x 150 руб. + 2 кг x 20 руб. + 3 кг x 15 руб. = 325 руб.

Сравнивая стоимость покупки каждого покупателя в средних ценах рынка, координатор игры выявляет участника, покупка которого обладает максимальной стоимостью.

При окончательном подведении итогов необходимо учитывать и ассортимент товаров, которые приобрёл каждый покупатель. Если отсутствует полный ассортимент, например, нет одного вида товара, то общая сумма покупок в средних ценах снижается на 20%; если нет двух видов товаров, то общая сумма снижается на 25%; если приобретён лишь один товар, то общая сумма покупки снижается на 50%. Шкала штрафов за ограниченность ассортимента покупки может регулироваться координатором игры в зависимости от структуры покупок.

После окончательного расчёта стоимости покупки в средних ценах определяется участник — победитель среди покупателей.

Целесообразно также подводить итоги торга среди покупателей не только по величине стоимости покупки в средних ценах, но и по показателю рентабельности покупки, определяемому в виде отношения разности между стоимостью покупки в средних ценах и количеством выданных денег к количеству выданных покупателю денег. Например, если участник приобрёл покупку в средних ценах на 420 руб., а ему было выдано в начале игры 350 руб., то рентабельность покупки равна:

$$\frac{420 - 350}{350} = \frac{70}{350} = 0,2 \text{ или } 20\%$$

Если стоимость покупки в средних ценах ниже количества выданных денег, то рентабельность будет отрицательной, т. е. покупка убыточна.

Применение показателя рентабельности в качестве критерия рациональности покупки неизбежно в тех случаях, когда покупатели получают разное количество денег для осуществления покупок, скажем, получая дополнительные суммы в кредит (см. дальше раздел «Направления развития игры»).

В последнем случае первое место устанавливается по максимальному показателю рентабельности покупки с учётом ассортимента товаров.

## Примечания

1. Если у продавца к моменту окончания игры остался непроданный товар, координатор принимает решение об оценке этого товара (например, по половинной стоимости) и прибавляет эту сумму к реальной выручке данного продавца.
2. Если у покупателей остались неизрасходованные деньги, координатор вправе принять решение о присоединении части этой суммы (например, половины) к стоимости покупки, исчисленной в средних ценах.

3. Если продавец в течение длительного времени, например 30 мин. после начала игры, не продал ни одного килограмма своего товара, координатор вправе оштрафовать его за саботирование процесса торговли. В этом случае размер штрафа определяет сам координатор.

4. Если покупатель в течение определённого времени с момента открытия торгов (например, 30 мин.) не приобрёл ни одной покупки, координатор вправе удалить его с рынка или оштрафовать за пассивное поведение.

Игра с количеством участников до 30 человек занимает от 40 мин. до 1 часа. Подсчёт и анализ результатов — от 15 до 20 мин. Все расчёты ведутся вручную либо с использованием калькулятора.

В завершение игры координатору следует не только подвести итоги, но и растолковать, используя количественные данные, полученные в игре, как действовал в этой игре механизм рыночного ценообразования, почему сложились именно такие цены.

## Направления развития игры

1. Получение покупателем в процессе игры ссуды под определённый процент. Например, в дополнение к полученным 350 руб. покупатель берёт в кредит у Банкира, выделенного координатором игры, ещё 50 руб. под 30% и осуществляет на эти 50 руб. дополнительные покупки.

В таком варианте в учётную сумму полученных покупателем денег добавляются 50 руб. и банковский процент (ещё 15 руб., т. е. 30% от 50 руб.). В результате общая сумма полученных покупателем денежных средств составит  $350+50+15=415$  руб. Исходя именно из этой суммы, определяется показатель рентабельности покупки. Другой путь учёта кредитования состоит в том, что стоимость покупки уменьшается на 15 рублей.

2. В процессе игры продавец может получать дополнительный товар с базы, используя вырученные деньги. База отпускает продавцу товар по реальной рыночной цене с надбавкой 20% за транспортные расходы и за услуги по дополнительному заказу.

3. В процессе осуществления торга координатор вправе разрешить бартерные сделки между всеми участниками с тем, чтобы они могли улучшить структуру своих покупок.

4. Возможен вариант игры в виде изначально неравновесного рынка, т.е. с заведомым превышением количества товаров над количеством денег либо превышением количества денег над количеством товаров. О наличии превышения следует судить, сопоставляя количество денег со стоимостью всей массы товаров, исчисленной в ценах, реально действующих на рынке.

В этом случае координатор выдаёт покупателям количество денег, существенно больше, чем в основном варианте, например 600 руб. вместо 450 руб. каждому. Либо он выдаёт продавцам существенно большее количество товаров по сравнению с основным вариантом, например по 100 кг картофеля каждому продавцу вместо 50 кг.

Такое направление игры представляет интерес с точки зрения изучения участниками процессов инфляции и дефляции.

5. В игре возможно использование компьютеров. С одной стороны, они выполняют функции регистрации продаж и покупок, складывающихся цен, количества товаров, закупленных покупателями, и расчёта суммарной выручки продавцов и затрат покупателей.

С другой стороны, компьютер может выполнять функции продавца (покупателя) наряду с другими участниками в лице учеников, хотя такая компьютерная игра достаточно сложна.

С помощью компьютера также могут подводиться итоги игры.