

DOI: 10.31432/1994-2443-2023-18-2-65-72

УДК: 378

JEL: M21

Обучающие игры в системе экономического образования

Евтушенко Арина Юрьевна

обучающийся факультета Международных экономических отношений,
e-mail: arina27112003@mail.ru,
<https://orcid.org/0009-0000-3172-6670>

Сафонова Анастасия Александровна

обучающийся факультета Международных экономических отношений,
e-mail: safonsafon03@gmail.com,
<https://orcid.org/0009-0009-1808-7048>

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Россия, 125993, Москва, Ленинградский проспект, 49

Аннотация. *Актуальность.* Игра «Монополия» - популярная настольная игра с простой концепцией актуальна как инструмент для предприятий и предпринимателей в системе обучения основам бизнеса, как инструмент изучения стратегической экономики и обоснования бизнес-стратегий. *Цели.* Обоснование значения игровой модели «Монополия» как инструмента бизнес-стратегии для развития навыков стратегического мышления, ведения переговоров, управление рисками и эффективного распределения ресурсов. Изучение сходства между понятиями в игре и реальными экономическими понятиями, включая монополию, рыночную конкуренцию, стратегии ценообразования и деловые циклы. Оценка эффективности использования «Монополии» как образовательного инструмента для обучения концепциям стратегической экономики.

Методология. Анализ, синтез, наблюдение, сравнительные и статистические методы. *Выводы.* Деловая игра «Монополия» полезный инструмент в системе обучения экономическим понятиям, повышении уровня знаний реальной экономики. Использование игровой модели «Монополии» в учебном процессе развивает критическое мышление и навыки эффективных управленческих решений, ориентированных на развитие бизнеса.

Ключевые слова: обучающие игры, бизнес-стратегия, стратегическая экономика, критическое мышление, обучение бизнесу

Цитирование публикации: Евтушенко А.Ю., Сафонова А.А. Обучающие игры в системе экономического образования // Информация и инновации. 2023, Т.18, № 2. с. 65-72. DOI: 10.31432/1994-2443-2023-18-2-65-72



Educational Games in the System of Economic Education

Evtushenko Arina Yu.

Student of Faculty of international economic relations,
e-mail: arina27112003@mail.ru

Safonova Anastasia A.

Student of Faculty of international economic relations,
e-mail: safonsafon03@gmail.com

Financial University under the Government of the Russian Federation,
49, Leningradsky Avenue, 125993, Moscow, Russian

Abstract. *Relevance.* The Monopoly game is a popular board game with a simple concept that is relevant as a tool for enterprises and entrepreneurs in the system of teaching the basics of business, as a tool for studying strategic economics and justifying business strategies. *Goals.* Substantiation of the importance of the Monopoly game model as a business strategy tool for developing skills in strategic thinking, negotiation, risk management and efficient resource allocation. Exploring the similarities between concepts in the game and real economic concepts, including monopoly, market competition, pricing strategies, and business cycles. Evaluation of the effectiveness of the use of "Monopoly" as an educational tool for teaching the concepts of strategic economics. *Methodology.* Analysis, synthesis, observation, comparative and statistical methods. *Conclusions.* The business game "Monopoly" is a useful tool in the system of teaching economic concepts, raising the level of knowledge of the real economy. The use of the game model "Monopoly" in the educational process develops critical thinking and the skills of effective management decisions focused on business development.

Keywords: educational games, business strategy, strategic economics, critical thinking, business studies

Citation: Evtushenko Arina Yu., Safonova Anastasia A. Educational games in the system of economic education // Information and Innovations 2023, T.18, №2. p. 65-72. DOI: 10.31432/1994-2443-2023-18-2-65-72

«Независимо от того, насколько хороша сегодняшняя стратегия, вы постоянно должны продолжать улучшать её», - Константинос Маркидес [1, с. 97]. Независимо от того, являетесь ли Вы начинающим предпринимателем или опытным бизнес-лидером, понимание игры «Монополия» (далее — Монополия) может дать ценную информацию о мире бизнес-стратегии.

Монополия - популярная настольная игра, в которую уже несколько десятилетий играют люди всех возрастов. В игре простая концепция - игроки бросают кости и перемещаются по доске, зарабатывая и тратя деньги, как в реальной жизни. Однако механика и стратегия игры гораздо глубже. На самом деле Монополия стала больше, чем просто игрой. Она стала популярным инструментом для предприятий и предпринимателей для обучения бизнес-стратегиям и их реализации.

Правила Монополии просты и понятны: игроки бросают кости и перемещаются по доске, покупая и обменивая недвижимость, а также собирая арендную плату с других игроков, которые приземляются на их собственность. Игра продолжается до тех пор, пока один игрок не разорит всех остальных игроков и не станет единственным победителем. Хотя эти правила могут показаться базовыми, есть несколько ключевых элементов игры, которые делают ее ценным инструментом для обучения и реализации бизнес-стратегий [2, с. 53].

Одним из основных моментов в Монополии является важность принятия стратегических решений в быстро меняющихся условиях, что является необходимым навыком в современной системе высшего образования [3, с. 72]. Игроки должны постоянно анализировать «доску», ходы других игроков и собственные

ресурсы, чтобы принимать наиболее эффективные решения. Это отражает реальный мир бизнеса, где успешные лидеры должны иметь возможность анализировать свою отрасль, конкурентов и финансовое положение, чтобы принимать наилучшие решения для своей компании.

Еще одним важным аспектом монополии является концепция переговоров и заключения сделок. Игроки должны постоянно вести переговоры друг с другом о покупке и продаже недвижимости и других активов. Это учит игроков важности навыков эффективного общения и ведения переговоров в бизнесе, где заключение сделок и сотрудничество часто необходимы для успеха.

Игра также подчеркивает важность риска и инвестиций. Игроки должны решить, когда и куда вкладывать свои деньги, принимая на себя просчитанные риски, чтобы потенциально получить большую отдачу от инвестиций. Это отражает мир бизнеса, где успешные лидеры должны быть готовы идти на риск и инвестировать в новые возможности для развития своей компании и опережения своих конкурентов [4, с. 110–113].

Стратегии, используемые в Монополии, могут быть применены к реальным деловым ситуациям, которые помогут новому бизнесу выйти на международный уровень, а уже состоявшимся компаниям укрепить свое положение на международной арене.

Для обучения ценным деловым навыкам и концепциям Монополия также используется как стратегия управления финансами, стратегия переговоров, маркетинговая стратегия, стратегическое планирование и иные стратегии, которые помогут бизнесу расти и справляться со всеми сложностями, с которыми он может

столкнуться в современных условиях [5, с. 68–75].

Вот несколько реальных примеров того, как стратегии Монополии применяются в реальном бизнесе:

1. Стратегия монополиста: Amazon использовала масштабы своей организации и ресурсы, чтобы доминировать на рынке электронной коммерции и контролировать цены на продукты, продаваемые на ее платформе. Предлагая конкурентоспособные цены и широкий выбор продуктов, Amazon затруднила другим игрокам конкуренцию на рынке [6, с. 239–249].

2. Стратегия конкурента: Apple использовала свои дизайнерские и инновационные возможности, чтобы выделить свои продукты среди конкурентов. Создавая продукты с уникальными функциями и дизайном, Apple смогла установить более высокие цены и сохранить лояльную клиентскую базу [7].

3. Инвестиционная стратегия: Facebook вложила значительные средства в исследования и разработки, чтобы расширить свою платформу и приобрести другие компании. Инвестируя в новые технологии и расширяя базу пользователей, Facebook удалось сохранить свое доминирующее положение на рынке социальных сетей [8].

4. Стратегия управления рисками: Coca-Cola диверсифицировала свою продуктовую линейку, чтобы уменьшить свою зависимость от своего основного продукта «Coca-Cola». Расширив свою продуктовую линейку, включив в нее другие напитки и закуски, Coca-Cola смогла уменьшить свою зависимость от колебаний рынка и потребительских тенденций [9].

5. Маркетинговая стратегия: Nike использовала имидж своего бренда и одобрение знаменитостей, чтобы привлечь новых клиентов и сохранить свои пози-

ции рыночного лидера. Создавая привлекательные рекламные кампании и сотрудничая с известными спортсменами, Nike удалось сохранить сильный имидж бренда и привлечь новых клиентов [10].

Монополия также является ценным образовательным инструментом для студентов, изучающих бизнес, поскольку она позволяет им испытать и отработать различные бизнес-навыки и концепции в смоделированной среде.

Игра учит управлению финансами, в том числе составлению бюджета, инвестированию и управлению долгом. Играя, обучающиеся узнают о важности эффективного управления своими финансами и стратегических инвестициях, которые приносят долгосрочную прибыль. Она также учит анализу рынка и важности понимания потребностей и предпочтений клиентов. Анализируя игровое поле и поведение других игроков, студенты учатся определять рыночные тенденции и возможности.

Монополия дает обучающимся практический опыт открытия и ведения бизнеса. Она учит их важности разработки бизнес-плана, определения рыночных возможностей и управления денежными потоками для обеспечения долгосрочного успеха.

Другая практическая возможность заключается в улучшении навыков ведения переговоров. В игре игроки должны договариваться друг с другом о приобретении недвижимости и коммунальных услуг по справедливым ценам. Практикуя навыки ведения переговоров, студенты учатся разрешать конфликты и достигать взаимовыгодных соглашений.

Игра также учит студентов маркетингу и важности повышения узнаваемости бренда, привлечения потенциальных клиентов и увеличения продаж. Анализируя

маркетинговые стратегии, используемые в игре, учащиеся узнают, как разрабатывать эффективные кампании, которые находят отклик у их целевой аудитории.

Наконец, Монополия учит стратегическому планированию и важности постановки целей, распределения ресурсов и управления рисками. Играя в игру, учащиеся учатся разрабатывать долгосрочные стратегические планы, учитывающие рыночные тенденции, конкуренцию и потенциальные риски [11, с. 577-583].

Эта система схожа с современным методом обучения с помощью «кейс-стади». Их эффективность, так же как и Монополии, основывается на том, что помимо изучения теоретических основ бизнеса, у студентов появляется возможность рассмотреть их на практике и сформировать по ним своё мнение. Это позволяет развить у студентов коммуникабельные способности и качества лидера, а также приобрести опыт публичной презентации и высказывания своего мнения посредством участия в дискуссиях [12, 33–44].

Принимая во внимание вышеперечисленные возможности студентов для обучения бизнеса при помощи Монополии, предлагаются следующие учебные программы, в которые можно внедрить игру:

1. Введение в предпринимательство. На этом курсе студенты смогут почувствовать себя бизнесменами и изучить основы открытия и ведения бизнеса, играя в Монополию для того, чтобы получить практический опыт управления денежными потоками, инвестирования в недвижимость, ведения переговоров о сделках.

2. Финансовый менеджмент. В этом курсе студенты смогут узнать о принципах финансового управления и бухгалтерского учета через призму Монополии. Они узнают, как рассчитать собственный капитал, управлять долгом и получать

долгосрочную прибыль за счет стратегических инвестиций.

3. Маркетинг и продажи. Монополия поможет студентам справиться с анализом используемых маркетинговых тактик, которые используют разные игроки в игре, и попробуют разработать собственные маркетинговые кампании для увеличения продаж и повышения узнаваемости бренда, что будет хорошей тренировкой перед тем, как начать свой бизнес, ведь основа бизнеса — хороший маркетинг и стратегическая основа.

4. Стратегическое планирование. В этом курсе студенты анализируют игровое поле и поведение других игроков, чтобы определить рыночные тенденции и возможности. Они также разрабатывают долгосрочные стратегические планы, учитывающие рыночные тенденции, конкуренцию и потенциальные риски. Они узнают о планировании сценариев, управлении рисками и прогнозировании посредством тематических исследований и групповых обсуждений. Важным аспектом программы является то, что студенты смогут научиться думать стратегически и продумывать тактику, прежде чем действовать спонтанно, как в жизни, так и в процессе обучения или управления фирмой [13, с.46-48].

В заключение «Монополия является ценным инструментом для обучения студентов понятиям бизнеса и экономики, а также дает практическое понимание бизнес-стратегий, которые можно применять в реальных сценариях. Игра предлагает возможности узнать о финансовом управлении, принятии рисков, переговорах и принятии стратегических решений. Кроме того, это занимательный способ узнать о динамике рыночной конкуренции и важности сильной бизнес-стратегии. Карчага Е.С. в своей работе «Развивающие

и обучающие игры в современной системе образования» отмечала: «Игра не является исключением в выборе способа обучения и развития. Игра представляет собой процесс отображения и преобразования действительности, при помощи которой происходит усвоение общественного опыта, отработка умений и становление навыков» [14, с.323-325].

Выводы. Помимо образовательных преимуществ, Монополия имеет практическое применение. Предприятия могут учиться на стратегиях, используемых в игре, и применять их в своей деятельности. Будь то принятие монополистической стратегии, инвестиции в исследования и разработки или разработка маркетинговой стратегии, уроки, извлеченные из игры, могут помочь предприятиям получить конкурентное преимущество в соответствующих отраслях.

Монополию можно использовать различными способами для обучения бизнес-концепциям и навыкам. Независимо от того, используется ли игра в качестве инструмента моделирования или в качестве учебного примера, игра обеспечивает богатый и увлекательный опыт обучения, который помогает развивать навыки и знания, необходимые им для достижения успеха в деловом мире.

Источники финансирования.

Работа выполнена без финансовой поддержки.

Funding

The study had no funding.

Конфликт интересов

Конфликт интересов отсутствует.

Conflict of interest

There is no conflict of interest.

ИСТОЧНИКИ

1. Markides S. Game-Changing Strategies: How to Create New Market Space in Established Industries by Breaking the Rules. — 2008.

2. Гаков В. Игра в рыночную экономику // БИТ. Бизнес & Информационные технологии. — 2022. URL: <https://elibrary.ru/qwbbtrt> (дата обращения: 18.05.2023).

3. Куприянова Л. М. Развитие кадрового потенциала высшей школы. Экономика образования. 2015. № 2 (87). URL: <https://elibrary.ru/tmipxr> (дата обращения: 18.05.2023).

4. Gounongbe S. F. Global digital transformation and its impacts on business strategy of gadget manufacturing companies // Экономическое развитие региона: управление, инновации, подготовка кадров. — 2021. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47999862> (дата обращения: 18.05.2023).

5. Liang Sh. Choosing a business strategy: the way to success or failure // XXXIII international Plekhanov readings — 2020.

6. Yang Y. Investment Policy of Amazon. Com, Inc // Управление экономическими системами: материалы XVI Международной научно-практической конференции / Забайкальский государственный университет. — 2022. URL: <https://elibrary.ru/tkd kem> (дата обращения: 18.05.2023).

7. Уникальность компании “Apple” и выручка компании по сравнению с бюджетами других стран // Киберленинка. [Электронный ресурс] — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/unikalnost-kompanii-apple-i-vyruchka-kompanii-po-sravneniyu-s-byudzheta-m-drugih-stran> (дата обращения: 30.03.2023).

8. Стартапы, которые скупает Facebook // Rusbase. [Электронный ресурс] — URL:

<https://rb.ru/opinion/mark-nu-kupi/> (дата обращения: 30.03.2023).

9. Принцип диверсификации инвестиций в реальной жизни на примере компании Coca-Cola // Finsovetnik. [Электронный ресурс] — URL: <https://finsovetnik.com/princip-diversifikacii-investicij-v-realnoj-zhizni-na-primere-kompanii-coca-cola-i-nashix-vebinarov/> (дата обращения: 30.03.2023).

10. Эксперты: персонализация помогла Nike в 40 раз увеличить вероятность покупки // Retail & Loyalty. [Электронный ресурс] — URL: <https://retail-loyalty.org/news/eksperty-personalizatsiya-pomogla-nike-v-40-raz-uvlechit-veroyatnost-pokupki/> (дата обращения: 30.03.2023).

11. Демидова М. В. Интеллектуальная настольно-печатная игра «Математическая монополия» как средство формирования ключевых универсальных учебных действий обучающихся основной общеобразовательной школы // Педагогический журнал — 2019. DOI: 10.34670/AR.2019.44.1.089.

12. Куприянова Л. М. Метод «Кейс-стади» в высшем профессиональном образовании. Экономика образования. 2013. № 3 (76). URL: <https://elibrary.ru/qaswkn> (дата обращения: 18.05.2023).

13. Кряжева Е. В. Анализ возможности применения компьютерных игр в образовании // Образование от «А» до «Я». — 2022. — № 1. — EDN VWRLGQ. URL: <https://elibrary.ru/vwrlgq> (дата обращения: 18.05.2023).

14. Карчага Е. С. Развивающие и обучающие игры в современной системе образования // Modern Science. — 2020. — № 12–4. — EDN TVUVHT. URL: <https://elibrary.ru/tvuvht> (дата обращения: 18.05.2023).

REFERENCES

1. Markides S. Game-Changing Strategies: How to Create a New Market Space in Established Industries by Breaking the Rules // 2008.

2. Gakov V. Game in market economy [Igra v rynochnuyu ekonomiku] // BIT. Business & Information Technology [BIT. Biznes & Informacionnye tekhnologii]. — 2022. URL: <https://elibrary.ru/qwbbrt> (data obrashcheniya: 18.05.2023).

3. Kupriyanova L.M. Development of personnel potential of higher education. [Razvitie kadrovogo potenciala vysshej shkoly.] Economics of education [Ehkonomika-obrazovaniya] 2015. No. 2 (87). URL: <https://elibrary.ru/tmipxr> (data obrashcheniya: 18.05.2023).

4. Gounongbe S. F. Global digital transformation and its impacts on business strategy of gadget manufacturing companies // Economic development of the region: management, innovation, training. — 2021. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47999862> (data obrashcheniya: 18.05.2023).

5. Liang Sh. Choosing a business strategy: the way to success or failure // XXXIII international Plekhanov readings — 2020.

6. Yang Y. Investment Policy of Amazon. Com, Inc // Management of economic systems: proceedings of the XVI International Scientific and Practical Conference [Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: materialy XVI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii] / Zabaikalsky State University [Zabajal'skij gosudarstvennyj universitet]. — 2022. URL: <https://elibrary.ru/tkdkiem> (data obrashcheniya: 18.05.2023).

7. The uniqueness of Apple and the company's revenue in comparison with the budgets of other countries [Unikal'nost' kompanii "Apple" i vyruchka kompanii po

sravneniyu s byudzhetami drugih stran // Kiberleninka] // Cyberleninka. [Electronic resource] — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/unikalnost-kompanii-apple-i-vyruchka-kompanii-po-sravneniyu-s-byudzhetam-drugih-stran> (data obrashcheniya: 30.03.2023).

8. Startups that Facebook buys [Startapy, kotorye skupaet Facebook] // Rusbase. [Electronic resource] — URL: <https://rb.ru/opinion/mark-nu-kupi/> (data obrashcheniya: 30.03.2023).

9. The principle of investment diversification in real life on the example of the Coca-Cola company [Princip diversifikacii investicij v real'noj zhizni na primere kompanii Coca-Cola] // Finsovetnik. [Electronic resource] — URL: <https://finsovetnik.com/princip-diversifikacii-investicij-v-realnoj-zhizni-na-primere-kompanii-coca-cola-i-nashix-vebinarov/> (data obrashcheniya: 30.03.2023).

10. Experts: personalization helped Nike to increase the probability of buying 40 times [Eksperty: personalizaciya pomogla Nike v 40 raz uvelichit' veroyatnost' pokupki] // Retail & Loyalty. [Electronic resource] — URL: <https://retail-loyalty.org/news/eksperty-personalizatsiya-pomogla-nike-v-40-raz-uvelichit-veroyatnost-pokupki/> (data obrashcheniya: 30.03.2023).

11. Demidova M. V. Intellectual board-printed game “Mathematical monopoly” as a means of forming key universal educational

actions of students at the basic secondary school [Intellectual'naya nastol'no-pechatnaya igra “Matematicheskaya monopoliya” kak sredstvo formirovaniya klyuchevykh universal'nykh uchebnykh dejstvij obuchayushchihsya osnovnoj obshcheobrazovatel'noj shkoly] / M. V. Demidova // Pedagogical journal [Pedagogicheskij zhurnal]. — 2019. DOI: 10.34670/AR.2019.44.1.089.

12. Kupriyanova L.M. The Case Study Method in Higher Professional Education [Metod kejs stadi v vysshem professionalnom obrazovanii]. Economics of education. [Ehkonomika-obrazovaniya] 2013. No. 3 (76). URL: <https://elibrary.ru/qaswkn> (data obrashcheniya: 18.05.2023).

13. Kryazheva E. V. Analysis of the possibility of using computer games in education [Analiz vozmozhnosti primeneniya kompyuternykh igr v obrazovanii] // Education from “A” to “Z». [Obrazovanie ot a do ya] - 2022. - No. 1. - EDN VWRLGQ. URL: <https://elibrary.ru/vwrlgq> (data obrashcheniya: 18.05.2023).

14. Karchaga E.S. Developing and learning games in the modern system of education [Razvivayushchie i obuchayushchie igrы v sovremennoj sisteme obrazovaniya] // Modern Science. [Sovremennaya nauka] - 2020. - No. 12-4. — EDN TVUVHT. URL: <https://elibrary.ru/tvuvht> (data obrashcheniya: 18.05.2023).