КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ
категория «Специалисты»

Компетенция: predprinimatelstvo-r

Выдержка из официального конкурсного задания, опубликованного на abilympics-russia.ru (раздел «Компетенции 2026»).
Страницы источника, относящиеся к категории, приведены далее в исходном виде.

Собрано автоматически: Региональный центр Абилимпикс республики Башкортостан.

**2. Конкурсное задание**

**2.1. Краткое описание задания**

Для всех категорий участников:

Конкурсанты выступают в роли учредителя или руководителя коммерческого предприятия, самостоятельно выбирая сферу и методы ведения предпринимательской деятельности[1]. Задачи конкурсантов: продумать бизнес-модель своего предприятия (до соревнований); презентовать свою бизнес-модель и ответить на вопросы экспертов; получить обратную связь от экспертов для проверки и доработки своей бизнес-модели. Работа над модулями может производиться с использованием программного обеспечения Excel, Word, или же в бумажном варианте на распечатанных формах.

**2.1.1. Категория участников «ШКОЛЬНИКИ»**:

**2.1.2. Категория участников «СТУДЕНТЫ»**:

**2.1.3. Категория участников «СПЕЦИАЛИСТЫ»:**

**2.2. Структура и подробное описание конкурсного задания**

| Категория участников | Наименование и описание модуля | Время | Результат |
|---|---|---|---|
| **Школьники** | **Модуль А.** Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели. | 1 час 20 минут | Заполненные формы: «Потребители и ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов». |
| | **Модуль Б.** Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры», «Структура издержек» бизнес- модели. | 1 час 20 минут | Заполненные формы: «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры», «Структура издержек» бизнес модели |
| | **Модуль В.** Презентация бизнес-модели | 20 минут | Бизнес-модель |
| | **Модуль Г.** Региональный | | |
| Время выполнение всех модулей: **3 часа 30 минут** | | | |
| **Студенты** | **Модуль А.** Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели. | 1 час 20 минут | Заполненные формы: «Потребители и ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов». |
| | **Модуль Б.** Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды | 1 час 20 минут | Заполненные формы: «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры», |

[1] При выполнении конкурсного задания не рекомендуется использовать категорию «Самозянятый»

| | | | |
|---|---|---|---|
| | деятельности», «Ключевые партнеры», «Структура издержек» бизнес- модели. | | «Структура издержек» бизнес модели |
| | **Модуль В.** Презентация бизнес-модели. | 20 минут | Бизнес-модель |
| | **Модуль Г.** Региональный этап | | |
| Время выполнение всех модулей: **3 часа 30 минут** | | | |
| **Специалисты** | **Модуль А.** Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели. | 1 час 20 минут | Заполненные формы: «Потребители и ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели. |
| | **Модуль Б.** Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры» «Структура издержек» бизнес-модели. | 1 час 20 минут | Заполненные формы: «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры» «Структура издержек» бизнес-модели. |
| | **Модуль В.** Презентация бизнес-модели. | 20 минут | Бизнес-модель |
| | **Модуль Г.** Региональный этап | | |
| Время выполнение всех модулей: **3 часа 30 минут** | | | |

**2.3 Последовательность выполнения задания.**

**2.3.1. Категория участников «ШКОЛЬНИКИ»:**

**Модуль А. Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели.**

Конкурсанты заполняют на компьютере формы, позволяющие раскрыть разделы бизнес-модели (прилагаются) для собственного проекта. Формы можно дополнять информацией, которая углубляет или обосновывает материалы конкурсанта. В ходе заполнения указанных форм конкурсант описывает основные характеристики своей бизнес-модели, которые были им проработаны при подготовке к соревнованиям. Конкурсанты могут выбрать любую сферу экономической деятельности. По истечении времени модуля 1 заполненные формы сохраняются и направляются экспертам.

**Лист «Потребители и ключевые ценности».**

Конкурсантам необходимо кратко описать суть своей бизнес-идеи и сегментировать все возможные целевые группы для нее. Корректно определить сегмент каждой целевой группы. Корректно описать целевые группы не менее чем по 5-х критериям сегментации Филиппа Котлера. Постараться максимально подробно и полно обосновать выбор целевых групп, основываясь на релевантных исследованиях рынка и потребителей.

Конкурсант должен понимать различия между потребителями и покупателями и разделять их, либо обосновывать иное. Также необходимо описать релевантные выбранной бизнес-идее и целевой аудитории ценностные предложения. Ценностное предложение создает преимущества для

Конкурсантам необходимо учесть всех партнеров бизнес-модели, с учетом ранее представленных данных, перечислить, какие ресурсы получает бизнес от каждого партнера и какой бизнес-процесс они обеспечивают.

**Лист «Структура издержек».**

Структура издержек – это расходы, связанные с функционированием бизнес-модели. Создание и воплощение ценностных предложений, поддержание взаимоотношений с клиентами, получение прибыли – все эти процессы связаны с какими-либо издержками. Расходы достаточно легко подсчитать, если вы точно определили ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности и ключевых партнеров.

Конкурсантам необходимо определить оптимальную систему налогообложения, рассчитать ежемесячный фонд оплаты труда, указав систему оплаты труда, установленную для каждого сотрудника. С учетом графика работы определить количество трудочасов в неделю для каждого сотрудника, убедившись в том, что не нарушается трудовое законодательство и бизнес- процессы компании. Рассчитать взносы в фонды и итоговый фонд оплаты труда. В случае наличия в компании сдельной системы оплаты труда/комиссии со сделок, необходимо привести пример расчета, исходя из определенного объема выполненной сотрудником работы.

В целях точного определения структуры издержек необходимо составить план продаж для каждого товара/услуги или группы товаров, если применимо. Рассчитать доходы от реализации в соответствии с установленными ценами, рассчитать переменные затраты на реализуемые товары/услуги, постоянные, а также учесть единоразовые расходы.

Рассчитать операционную прибыль, и чистую прибыль после вычета налогов и выплат по долговым обязательствам, если таковые предусмотрены проектом. Подвести итоговый бюджет инвестиций для проекта и обосновать выбор реалистичных источников финансирования. Выполняется в Excel.

**Модуль В. Презентация бизнес-модели.**

Конкурсантам необходимо представить экспертам свою бизнес-модель с точки зрения взаимосвязи ее блоков.

Само представление должно занимать не более 5 минут. Презентация может сопровождаться графическими материалами, разработанными конкурсантами на площадке в формате заполненной бизнес-модели (лист «Бизнес-модель») или в ином формате, на усмотрение конкурсанта.

Соблюдение временного регламента является существенным, так как презентация будет остановлена, если участник выйдет за предложенные временные рамки. Необходимо также соблюдать деловой стиль презентации.

Эксперты могут задавать вопросы. Время, отведенное на вопросы экспертов, должно составлять не более 2 минут на одного участника. Зрители (посетители) чемпионата могут наблюдать за происходящим на соревновательной площадке.

**Модуль Г. Региональный этап**

**2.3.3. Категория участников «СПЕЦИАЛИСТЫ»:**

**Модуль А. Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели.**

Конкурсанты заполняют на компьютере формы, позволяющие раскрыть разделы бизнес-модели (прилагаются) для собственного проекта. Формы можно дополнять информацией, которая углубляет или обосновывает материалы конкурсанта. В ходе заполнения указанных форм конкурсант описывает основные характеристики своей бизнес-модели, которые были им проработаны при подготовке к соревнованиям. Конкурсанты могут выбрать любую сферу экономической деятельности. По истечении времени модуля 1 заполненные формы сохраняются и направляются экспертам.

**Лист «Потребители и ключевые ценности».**

Конкурсантам необходимо кратко описать суть своей бизнес-идеи и сегментировать все возможные целевые группы для нее. Корректно определить сегмент каждой целевой группы. Корректно описать целевые группы не менее чем по 5-х критериям сегментации Филиппа Котлера.

Постараться максимально подробно и полно обосновать выбор целевых групп, основываясь на релевантных исследованиях рынка и потребителей. Конкурсант должен понимать различия

между потребителями и покупателями и разделять их, либо обосновывать иное. Также необходимо описать релевантные выбранной бизнес-идее и целевой аудитории ценностные предложения. Ценностное предложение создает преимущества для конкретного потребительского сегмента за счет определенного сочетания элементов, отвечающего требованиям этого сегмента. Преимущества могут быть количественными (такие как цена, скорость обслуживания, производительность, уменьшение расходов) или качественными (например, дизайн, новизна, бренд, удобство применения, доступность).

**Лист «Каналы сбыта».**

Этот раздел описывает, как компании взаимодействуют с потребительскими сегментами и доносят до них свои ценностные предложения. Конкурсантам необходимо корректно определить и описать уровни каналов сбыта для каждого типа продукта/услуги компании и подробно описать этапы взаимодействия с ними, раскрывая маркетинговую составляющую проекта.

**Лист «Взаимоотношения с клиентом».**

Раздел описывает типы отношений, которые устанавливаются у компании с отдельными потребительскими сегментами. Типы отношений напрямую связаны с ключевыми ценностями целевых групп и УТП бизнеса. Конкурсант должен четко определить, какой тип взаимоотношений она хочет установить с каждым из потребительских сегментов (персональная поддержка, особая персональная поддержка, самообслуживание, автоматизированное обслуживание, сообщества, совместное создание) и раскрыть их содержание на примере своего проекта. Можно выделить несколько типов взаимоотношений с клиентами, существующих в рамках отношений компании с каждым потребительским сегментом.

Кроме того, необходимо описать ресурсы, которые потребуются компании для обеспечения выбранных типов взаимоотношений.

**Лист «Потоки доходов».**

Конкурсантам необходимо определить модель монетизации (продажа активов, плата за использование, подписка, аренда, лицензия, франшиза, реклама и т.д.) для каждого товара/услуги. Определить стратегию ценообразования, оптимальную для выбранной бизнес идеи и ключевых ценностей потребителей с одной стороны, и соответствующую рыночной ситуации, с другой. Установить цены для каждого товара/услуги в соответствии с выбранной стратегией ценообразования.

Провести конкурентный анализ рынка, описав приоритетные для бизнеса и покупателей характеристики не менее чем 3-х конкурентов. Корректно определить прямых и косвенных конкурентов.

**Модуль Б. Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры» «Структура издержек» бизнес-модели.**

**Лист «Ключевые ресурсы».**

Ключевые ресурсы могут быть материальными, финансовыми, информационными или трудовыми (персонал). Компания может быть собственником этих ресурсов, брать их в наем или же получать от ключевых партнеров.

Конкурсантам необходимо подробно и полно определить все необходимые ресурсы для реализации своего проекта, указав требуемое количество.

При описании необходимых трудовых ресурсов следует уточнить требования, предъявляемые к соискателям на необходимые проекту должности и определить реалистичные условия оплаты труда на заданных вакансиях, с учетом графика работы и условий труда.

**Лист «Ключевые виды деятельности».**

Раздел описывает действия компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели. Каждая бизнес-модель включает определенное число ключевых видов деятельности. Это самые важные действия компании, без которых ее успешная работа невозможна. Ключевые виды деятельности, как и ключевые ресурсы, – обязательный компонент процесса создания и реализации ценностных предложений, выхода на рынок, поддержания взаимоотношений с клиентами и получения доходов.

Конкурсантам необходимо определить оптимальную организационно- правовую форму для своего бизнес-проекта. Максимально подробно описать последовательность действий и сроки по организации запуска бизнес- проекта. Определить и описать состав ключевых управляющих,

операционных и поддерживающих бизнес-процессов для успешного и бесперебойного функционирования проекта.

Необходимо также, предусмотреть возможные риски проекта, разделив их на систематические и несистематические. Описать меры контроля систематических рисков и действия, в случае наступления негативного сценария для всех типов рисков.

**Лист «Ключевые партнеры».**

Раздел описывает сеть поставщиков и партнеров, благодаря которым функционирует бизнес-модель. Компании строят партнерские отношения с разными целями, и они становятся основой многих бизнес-моделей. Фирмы создают партнерские союзы, чтобы оптимизировать свои бизнес-модели, снизить риски или получить ресурсы.

Конкурсантам необходимо учесть всех партнеров бизнес-модели, с учетом ранее представленных данных, перечислить, какие ресурсы получает бизнес от каждого партнера и какой бизнес-процесс они обеспечивают.

**Лист «Структура издержек».**

Структура издержек – это расходы, связанные с функционированием бизнес-модели. Создание и воплощение ценностных предложений, поддержание взаимоотношений с клиентами, получение прибыли – все эти процессы связаны с какими-либо издержками. Расходы достаточно легко подсчитать, если вы точно определили ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности и ключевых партнеров.

Конкурсантам необходимо определить оптимальную систему налогообложения, рассчитать ежемесячный фонд оплаты труда, указав систему оплаты труда, установленную для каждого сотрудника. С учетом графика работы определить количество трудочасов в неделю для каждого сотрудника, убедившись в том, что не нарушается трудовое законодательство и бизнес- процессы компании. Рассчитать взносы в фонды и итоговый фонд оплаты труда. В случае наличия в компании сдельной системы оплаты труда/комиссии со сделок, необходимо привести пример расчета, исходя из определенного объема выполненной сотрудником работы.

В целях точного определения структуры издержек необходимо составить план продаж для каждого товара/услуги или группы товаров, если применимо. Рассчитать доходы от реализации в соответствии с установленными ценами, рассчитать переменные затраты на реализуемые товары/услуги, постоянные, а также учесть единоразовые расходы.

Рассчитать операционную прибыль, и чистую прибыль после вычета налогов и выплат по долговым обязательствам, если таковые предусмотрены проектом. Подвести итоговый бюджет инвестиций для проекта и обосновать выбор реалистичных источников финансирования. Выполняется в Excel.

**Модуль В. Презентация бизнес-модели.**

Конкурсантам необходимо представить экспертам свою бизнес-модель с точки зрения взаимосвязи ее блоков.

Само представление должно занимать не более 5 минут. Презентация может сопровождаться графическими материалами, разработанными конкурсантами на площадке в формате заполненной бизнес-модели (лист «Бизнес-модель») или в ином формате, на усмотрение конкурсанта.

Соблюдение временного регламента является существенным, так как презентация будет остановлена, если участник выйдет за предложенные временные рамки. Необходимо также соблюдать деловой стиль презентации.

Эксперты могут задавать вопросы. Время, отведенное на вопросы экспертов, должно составлять не более 2 минут на одного участника. Зрители (посетители) чемпионата могут наблюдать за происходящим на соревновательной площадке.

**Модуль Г. Региональный этап**

**Особые указания по компетенции:**

Не допускается присутствие на конкурсной площадке наставников или иных лиц, сопровождающих конкурсантов (за исключением случаев, когда конкурсанту в силу состояния здоровья необходима помощь в оформлении или представлении результатов выполнения конкурсного задания). Не допускается использование графических презентаций и иных материалов,

которые были подготовлены до начала соревнований. В ходе выполнения модулей конкурсантам запрещается использовать электронную почту и другие средства связи и обмена данными, за исключение случаев необходимости обоснования заявленных материалов фактическими данными (например выписка с расчетного счета в банке). В этом случае конкурсанту необходимо производить действия в присутствии эксперта, не представляющего с конкурсантом одну образовательную организацию/регион.

Разрешается использовать Интернет для поиска информации в части информационных ресурсов для бизнес-планирования. При проведении конкурсантами презентаций допускается участие независимых экспертов, наставников конкурсантов, представителей потенциальных работодателей и организаций, которые могут принять конкурсантов для прохождения производственной практики или стажировки, а также иных зрителей. При введении ограничений в связи с ухудшением санитарно-эпидемиологической ситуации участие независимых экспертов и представителей потенциальных работодателей должно быть организовано в дистанционном формате.

**2.4. Региональный (вариативный):**

**Примеры изменений для регионального (вариативного) модуля:**

**Категория «Школьники»**

Пример №1: Анализ локального рынка услуг или товаров

Участникам предлагается выбрать определенный сектор экономики своего региона (например, туризм, общественное питание, производство продуктов питания) и провести исследование рынка, включая определение целевой аудитории, конкурентов и потенциальных возможностей для развития бизнеса.

Пример №2: Разработка социального проекта

Участникам дается задание разработать социальный проект, направленный на решение конкретной проблемы местного сообщества (экология, образование, здравоохранение). Проект должен включать описание целевых групп, ключевых ресурсов, каналов распространения и способов оценки эффективности.

Пример №3: Презентация инновационного продукта

Участники представляют новый продукт или услугу, ориентированную на потребности жителей региона. Важно учесть культурные особенности, экологичность и социальную значимость идеи.

**Категория «Студенты»**

Пример №1: Создание маркетингового плана

Необходимо составить маркетинговую стратегию для продвижения конкретного товара или услуги в регионе. Участники разрабатывают позиционирование бренда, выбирают каналы коммуникации и определяют бюджет на продвижение.

Пример №2: Оценка рисков и разработка стратегии минимизации потерь

Участникам предоставляется сценарий запуска нового предприятия в условиях нестабильной рыночной ситуации. Задача состоит в оценке возможных рисков и разработке стратегии минимизации убытков.

Пример №3: Планирование финансирования стартапа

Требуется подготовить финансовую модель для привлечения инвестиций в региональный стартап-проект. Необходимо определить объем необходимых вложений, сроки окупаемости и возможные источники финансирования.

**Категория «Специалисты»**

Пример №1: Формулировка уникального торгового предложения (УТП)

Нужно сформулировать уникальное торговое предложение для существующего бизнеса в своем регионе. УТП должно учитывать конкурентные преимущества и специфику местной среды.

Пример №2: Оптимизация структуры расходов и повышение рентабельности

Предлагается проанализировать существующую структуру затрат реального бизнеса в регионе и предложить пути оптимизации расходов и повышения прибыльности.

Пример №3: Развитие партнерских сетей

Создать региональную партнерскую сеть для расширения присутствия бизнеса. Участникам предстоит выявить потенциальных партнеров, описать условия сотрудничества и оценить потенциальную выгоду от совместной деятельности.

**2.5. Критерии оценки выполнения задания**

| Категория участников | Наименование и описание модуля | Тип критерия (оценочный/ измеримый) | Макс. балл |
|---|---|---|---|
| **Школьники** | **Модуль А.**<br>Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели. | И | 35 |
| | **Модуль Б.**<br>Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры», «Структура издержек» бизнес- модели. | И | 45 |
| | **Модуль В.**<br>Презентация бизнес-модели. | И/О | 10 |
| | **Модуль Г. Региональный этап** | И/О | 10 |
| | | **ОБЩЕЕ:** | **100** |
| **Студенты** | **Модуль А.**<br>Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели. | И | 30 |
| | **Модуль Б.**<br>Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры», «Структура издержек» бизнес- модели. | И | 47 |
| | **Модуль В.**<br>Презентация бизнес-модели. | И/О | 10 |
| | **Модуль Г. Региональный этап** | И/О | 13 |
| | | **ОБЩЕЕ:** | **100** |
| **Специалисты** | **Модуль А.**<br>Проработка разделов «Потребители», «Ключевые ценности», «Каналы сбыта», «Взаимоотношения с клиентами», «Потоки доходов» бизнес-модели. | И | 30 |
| | **Модуль Б.**<br>Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры», «Структура издержек» бизнес- модели. | И | 47 |
| | **Модуль В.**<br>Презентация бизнес-модели. | И/О | 10 |
| | **Модуль Г. Региональный этап** | И/О | 13 |
| | | **ОБЩЕЕ:** | **100** |

## Лист «Потребители и ключевые ценности»

| **Описание бизнес-идеи -** |
|---|
| |

| | **Сегмент (B2C/B2B/B2G)** | **Сегмент (B2C/B2B/B2G)** | **Сегмент (B2C/B2B/B2G)** |
|---|---|---|---|
| Критерии сегментации | ЦА1 | ЦА2 | ... |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Обоснование выбора ЦА | | | |
| Потребители/покупатели | | | |
| Ценностные предложения | | | |

## Лист «Каналы сбыта»

| **Продукт/ услуга** | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Этапы** | | | | |
| | Определение уровней и описание каналов сбыта | 1. Информационный - как вы повышаете осведомленность покупателей о товарах/услугах вашей компании | 2. Оценочный - как вы помогаете клиентам оценивать ценностные предложения вашего товара/услуги | 3. Продажный - как вы предоставляете клиентам возможности приобретения товаров/услуг | 4. Доставка - как вы доставляете клиентам ваши товары/услуги/ценностные предложения | 5. Постпродажный - как вы обеспечиваете клиентам постпродажное обслуживание? |
| Прямой | | | | | | |
| Косвенный | | | | | | |

## Лист «Взаимоотношения с клиентами»

| | **Потребительский сегмент** | |
|---|---|---|
| | **ЦА1** | **ЦА2** |
| Тип взаимоотношений и его описание | | |
| Какие ресурсы требуются для обеспечения выбранного типа взаимоотношений? | | |