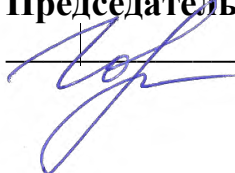


# РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЧЕМПИОНАТ «АБИЛИМПИКС» 2026

# А

Утверждено  
советом компетенции  
«Предпринимательство»  
(название совета)  
Протокол от 05.03.2026 № 3  
Председатель совета:  
 Горбунова А.Л.

## КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ по компетенции «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»



Сарапул, 2026г.

## **1. Описание компетенции**

### **1.1. Актуальность компетенции.**

Развитие предпринимательской активности способствует созданию новых рабочих мест, расширению налоговой базы и росту экономики страны и отдельных регионов. Люди с ограниченными возможностями здоровья имеют равные права на участие в социально-экономической жизни общества, и создание условий для развития собственного дела помогает повысить уровень занятости среди лиц с ограниченными возможностями здоровья, снижая зависимость от социальной помощи государства.

Компетенция «Предпринимательство» учит эффективному ведению бизнеса, разработке уникальных идей и стратегии продвижения товаров и услуг. Это повышает шансы молодых предпринимателей на успех в конкурентной борьбе, позволяя создавать собственные предприятия, развивать профессиональные навыки и повышать личную финансовую независимость.

Обучение основам предпринимательства формирует комплекс важных личностных качеств и навыков, необходимых каждому успешному бизнесмену, независимо от состояния здоровья. Эти качества включают инициативность, ответственность, способность анализировать ситуацию и оперативно реагировать на изменения рынка, умение управлять командой и решать проблемы самостоятельно.

Таким образом, внедрение компетенции «Предпринимательство» в программу соревнований «Абилимпикс» позволит расширить горизонты личного и профессионального роста участников, обеспечить благоприятные условия для самореализации и успешной адаптации в современной рыночной экономике, укрепить основы устойчивого социального и экономического развития общества, ориентированного на принципы равных прав и возможностей всех граждан вне зависимости от особенностей здоровья.

### **1.2. Профессии, по которым участники смогут трудоустроиться после получения данной компетенции:**

Освоение компетенции «Предпринимательство» участниками движения «Абилимпикс» открывает широкий спектр возможностей для дальнейшего профессионального развития и карьерного роста. Представим некоторые профессии, которыми участники смогут овладеть и успешно трудоустроиться:

#### **1. Индивидуальный предприниматель**

Участники могут начать собственный бизнес, используя полученные знания и навыки в области планирования бизнеса, маркетинга, управления финансами и рисками.

#### **2. Фрилансер**

Освоенные компетенции позволяют эффективно вести самостоятельную деятельность, предлагая услуги в разных сферах, например, консультирование, маркетинговые исследования.

#### **3. Менеджер проектов малого бизнеса**

Умение управлять проектами, планировать бюджет, организовывать работу команды и контролировать выполнение задач.

#### **4. Стартап-менеджер**

Полученные знания пригодятся при запуске новых предприятий, разработке инновационных продуктов и услуг.

#### **5. Аналитик рынка**

Умение анализировать рынок, выявлять потребности потребителей и разрабатывать стратегии продвижения товаров и услуг востребовано в бизнесе.

#### **6. Специалист по управлению персоналом малых компаний**

Владение методами подбора персонала, мотивации сотрудников и организации эффективной командной работы важно для успешного функционирования небольших организаций.

#### **7. Бизнес-консультант**

Возможность оказывать консультационные услуги малым предприятиям и индивидуальным предпринимателям по вопросам организационного развития, оптимизации процессов и финансового менеджмента.

#### **8. Организатор мероприятий**

Навыки планирования, координации и реализации мероприятий полезны для организации конференций, презентаций, ярмарок и фестивалей.

**1.3. Ссылка на образовательный и/или профессиональный стандарт (конкретные стандарты):**

Школьники	Студенты	Специалисты
Федеральный государственный образовательный стандарт (далее – ФГОС)		
ФГОС среднего общего и основного общего образования 38.02.08 «Торговое дело» 38.02.06 «Финансы» 42.02.01 «Реклама»	38.02.08 «Торговое дело» 38.02.06 «Финансы» 42.02.01 «Реклама» 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»	38.02.08 «Торговое дело» 38.02.06 «Финансы» 42.02.01 «Реклама» 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»
Профессиональный стандарта (далее – ПС)		
08.035 ПС «Маркетолог»	07.003 ПС «Специалист по управлению персоналом» 08.018 ПС «Специалист по управлению рисками» 08.035 ПС «Маркетолог» 08.037 ПС «Бизнес- аналитик»	07.003 ПС «Специалист по управлению персоналом» 08.018 ПС «Специалист по управлению рисками» 08.035 ПС «Маркетолог» 08.037 ПС «Бизнес- аналитик»

**1.4. Требования к квалификации:**

Школьники	Студенты	Специалисты
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</li> <li>- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- характеристику доходов и расходов организации;</li> <li>-сущность и виды прибыли организации;</li> <li>- риски: понятия и виды;</li> <li>- способы снижения (предотвращения) финансовых рисков;</li> <li>- методики выявления потребностей;</li> <li>- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- методы проведения маркетингового исследования.</li> </ul>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- роли и значения бизнес-плана;</li> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие финансовую деятельность организаций;</li> <li>-характеристику доходов и расходов организации;</li> <li>-сущность и виды прибыли организации;</li> <li>-систему показателей рентабельности;</li> <li>-сущность инвестиционной деятельности организации, методы оценки эффективности инвестиционных проектов;</li> <li>- риски: понятия и виды;</li> <li>- способы снижения (предотвращения) финансовых рисков;</li> <li>- методики выявления потребностей;</li> <li>- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов</li> </ul>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- роли и значения бизнес-плана;</li> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие финансовую деятельность организаций;</li> <li>-характеристику доходов и расходов организации;</li> <li>-сущность и виды прибыли организации;</li> <li>-систему показателей рентабельности;</li> <li>-сущность инвестиционной деятельности организации, методы оценки эффективности инвестиционных проектов;</li> <li>- риски: понятия и виды;</li> <li>- способы снижения (предотвращения) финансовых рисков;</li> <li>- методики выявления потребностей;</li> <li>- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- методы проведения маркетингового исследования.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- методы проведения маркетингового исследования.</li> </ul>
<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- развивать идеи до бизнес-предложений;</li> <li>- оценивать риски, связанные с бизнесом;</li> <li>- обосновывать и оценивать цели и ценности;</li> <li>-- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;</li> <li>- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</li> <li>- собирать информацию о бизнес-проблемах;</li> <li>- осуществлять поиск источников финансирования деятельности организации;</li> <li>- определять показатели результатов финансово-хозяйственной деятельности организации;</li> <li>- осуществлять финансовое планирование деятельности организаций;</li> <li>- обеспечивать подготовку и реализовывать мероприятия по снижению (предотвращению) финансовых рисков;</li> <li>- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>- проводить сегментирование рынка;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> </ul>	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- развивать идеи до бизнес-предложений;</li> <li>- оценивать риски, связанные с бизнесом;</li> <li>- обосновывать и оценивать цели и ценности;</li> <li>- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;</li> <li>- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</li> <li>- собирать информацию о бизнес-проблемах;</li> <li>- осуществлять поиск источников финансирования деятельности организации;</li> <li>- определять показатели результатов финансово-хозяйственной деятельности организации;</li> <li>- осуществлять финансовое планирование деятельности организаций;</li> <li>- обеспечивать подготовку и реализовывать мероприятия по снижению (предотвращению) финансовых рисков;</li> <li>- осуществлять организацию и выполнение финансовых расчетов;</li> <li>- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>- проводить сегментирование рынка;</li> <li>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> </ul>	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- развивать идеи до бизнес-предложений;</li> <li>- оценивать риски, связанные с бизнесом;</li> <li>- обосновывать и оценивать цели и ценности;</li> <li>- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;</li> <li>- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</li> <li>- собирать информацию о бизнес-проблемах;</li> <li>- осуществлять поиск источников финансирования деятельности организации;</li> <li>- определять показатели результатов финансово-хозяйственной деятельности организации;</li> <li>- осуществлять финансовое планирование деятельности организаций;</li> <li>- обеспечивать подготовку и реализовывать мероприятия по снижению (предотвращению) финансовых рисков;</li> <li>- осуществлять организацию и выполнение финансовых расчетов;</li> <li>- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>- проводить сегментирование рынка;</li> <li>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> </ul>

<p>– - планировать объемы собственных продаж.</p>	<p>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;          - планировать объемы собственных продаж;          - проводить расчет налогов и сборов.</p>	<p>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;          - планировать объемы собственных продаж.          - проводить расчет налогов и сборов.</p>
---	--	--

## 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<sup>1</sup>. Задачи конкурсанта: 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	<b>Модуль А.</b> 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».
	<b>Модуль Б.</b> 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.
	<b>Модуль В.</b> Презентация бизнес-модели	20 минут	Бизнес-модель
	<b>Модуль Г.</b> Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике	30 минут	Заполненная форма «Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике»
<b>Время выполнения всех модулей: 3 часа 30 минут</b>			
Студенты	<b>Модуль А.</b> 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».
	<b>Модуль Б.</b> Проработка разделов «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды	1 час 20 минут	Заполненные формы: «Ключевые ресурсы», «Ключевые виды деятельности», «Ключевые партнеры»,

	деятельности», «Ключевые партнеры», «Структура издержек» бизнес- модели.		«Структура издержек» бизнес модели
	<b>Модуль В.</b> Презентация бизнес-модели.	20 минут	Бизнес-модель
	<b>Модуль Г.</b> Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике	30 минут	Заполненная форма «Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике»
<b>Время выполнение всех модулей: 3 часа 30 минут</b>			
<b>Специалисты</b>	<b>Модуль А.</b> 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.
	<b>Модуль Б.</b> 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.
	<b>Модуль В.</b> Презентация бизнес-модели.	20 минут	Бизнес-модель
	<b>Модуль Г.</b> Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике	30 минут	Заполненная форма «Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике»
<b>Время выполнение всех модулей: 3 часа 30 минут</b>			

## 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 конкурсанта 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.

#### **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.

#### **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, перечислить все постоянные, переменные и единовременные расходы на реализацию бизнес-идеи, с указанием частоты выплат/количеством и суммами затрат. Подвести итоговый бюджет инвестиций для проекта и обосновать выбор реалистичных источников финансирования.

#### **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. Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике.**

На основе бизнес-проекта (разработанного в предыдущих модулях) необходимо создать стратегию продвижения продукта/услуги в сети Интернет, используя региональные возможности Удмуртии.

Задание для участника.

Разработайте план продвижения вашего бизнеса в Интернете, ответив на следующие пункты:

1. Выбор и обоснование площадок: выберите минимум 2 цифровых канала, наиболее популярных в Удмуртии, и объясните выбор.
2. Региональный контент-план: сформулируйте 3 темы для постов/публикаций, которые учитывают культурные, географические или событийные особенности Удмуртской Республики.
3. Работа с региональным сообществом: предложите 2 варианта сотрудничества с местными пабликами или лидерами мнений (блогерами) Удмуртии.
4. Использование бренда «Сделано в Удмуртии»: опишите, как вы интегрируете региональную идентичку (логотипы, смыслы) в свою интернет-стратегию.

#### **2.3.2. Категория участников «СТУДЕНТЫ»:**

**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. Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике.**

На основе бизнес-проекта (разработанного в предыдущих модулях) необходимо создать стратегию продвижения продукта/услуги в сети Интернет, используя региональные возможности Удмуртии.

Задание для участника.

Разработайте план продвижения вашего бизнеса в Интернете, ответив на следующие пункты:

1. Выбор и обоснование площадок: выберите минимум 2 цифровых канала, наиболее популярных в Удмуртии, и объясните выбор.
2. Региональный контент-план: сформулируйте 3 темы для постов/публикаций, которые учитывают культурные, географические или событийные особенности Удмуртской Республики.
3. Работа с региональным сообществом: предложите 2 варианта сотрудничества с местными пабликами или лидерами мнений (блогерами) Удмуртии.
4. Использование бренда «Сделано в Удмуртии»: опишите, как вы интегрируете региональную айдендику (логотипы, смыслы) в свою интернет-стратегию.

### **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 конкурсанта 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. Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике.**

На основе вашего бизнес-проекта (разработанного в предыдущих модулях) вам необходимо создать стратегию продвижения продукта/услуги в сети Интернет, используя региональные возможности Удмуртии.

Задание для участника: разработайте план продвижения вашего бизнеса в Интернете, ответив на следующие пункты:

1. Выбор и обоснование площадок: выберите минимум 2 цифровых канала, наиболее популярных в Удмуртии, и объясните выбор.
2. Региональный контент-план: сформулируйте 3 темы для постов/публикаций, которые учитывают культурные, географические или событийные особенности Удмуртской Республики.
3. Работа с региональным сообществом: предложите 2 варианта сотрудничества с местными пабликами или лидерами мнений (блогерами) Удмуртии.
4. Использование бренда «Сделано в Удмуртии»: опишите, как вы интегрируете региональную айдентику (логотипы, смыслы) в свою интернет-стратегию.

### **Особые указания по компетенции:**

Не допускается присутствие на конкурсной площадке наставников или иных лиц, сопровождающих конкурсанта (за исключением случаев, когда конкурсному участнику в силу состояния здоровья необходима помощь в оформлении или представлении результатов выполнения конкурсного задания). Не допускается использование 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 исключением случаев необходимости обоснования заявленных материалов фактическими данными (например выписка с расчетного счета в банке). В этом случае конкурсному участнику необходимо производить действия в присутствии эксперта, не представляющего с конкурсанта одну образовательную организацию/регион. Разрешается использовать Интернет для поиска информации в части информационных ресурсов для бизнес-планирования. При проведении презентаций конкурсантами допускается участие независимых экспертов, наставников конкурсанта, представителей потенциальных работодателей и организаций. При введении ограничений в связи с ухудшением санитарно-эпидемиологической ситуации участие независимых экспертов и представителей потенциальных работодателей должно быть организовано в дистанционном формате.

## 2.5. Критерии оценки выполнения задания

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



## 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?		

## Лист «Потоки доходов»

	Товар/услуга 1	Товар/услуга 2	...
Модель монетизации			
Стратегия ценообразования			
Цена, руб.			

Конкурентный анализ		Цена	Характеристика 1	Характеристика 2	Характеристика 3	Характеристика 4
Прямые конкуренты	Конкурент 1					...
	Конкурент 2					
Косвенные конкуренты	Конкурент 3					
	Конкурент 4					









**Лист «Структура издержек» (возрастная категория «Школьник»)**

<b>Система налогообложения</b>	
--------------------------------	--

<b>Структура издержек</b>							
<b>Постоянные</b>			<b>Переменные</b>		<b>Единоразовые</b>		
<b>Наименование</b>	<b>Частота выплат</b>	<b>Сумма, р.</b>	<b>Наименование</b>	<b>Сумма на 1 ед., р.</b>	<b>Наименование</b>	<b>Количество</b>	<b>Сумма, р.</b>

<b>Общий объем стартовых инвестиций</b>	
<b>Источники финансирования</b>	

**Лист «Структура издержек» (возрастная категория «Студент» и «Специалист» выполняется в Excel)**

Система налогообложения	
-------------------------	--

Персонал	Система оплаты труда	График работы	Кол-во трудочасов в неделю	Ставка	Страховые взносы по единому тарифу	Взносы на травматизм	Итого взносов	Итого ФОТ
Сотрудник 1								
Сотрудник 2								
Сотрудник 2								

---



---

Общий объем стартовых инвестиций	
Источники финансирования	

**Продолжение листа «Структура издержек» (возрастная категория «Студент» и «Специалист»)**

	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ	ММ.ГГ
Плановые продажи												
Товар 1												
Товар 2												
Доходы от реализации												
Товар 1												
Товар 2												
Расходы												
Постоянные												
Переменные												
Единоразовые												
Операционная прибыль												
Налог												
Выплаты по долговым обязательствам												
Чистая прибыль												

**Лист «Бизнес-модель»**

<b>Ключевые партнеры</b>	<b>Ключевые активности</b>	<b>Ценностные предложения</b>	<b>Отношения с клиентами</b>	<b>Сегменты потребителей</b>
	<b>Ключевые ресурсы</b>		<b>Каналы поставки</b>	
<b>Структура издержек</b>			<b>Источники доходов</b>	

**Лист «Цифровое продвижение бизнеса в Удмуртской Республике».**

<b>Пункт стратегии</b>	<b>Пример реализации</b>
Каналы продвижения	
Контент-план	
Коллаборация	
Региональный бренд	

**3. Перечень специальной одежды, оборудования, инструментов и расходных материалов, которые участник может привезти с собой на площадку проведения чемпионата.**

**3.1. Требуемая специальная одежда участникам по компетенции в соответствии с требованиями охраны труда и техники безопасности: школьники/студенты/специалисты (при необходимости оформляется отдельно по категориям):**

<b>Требуемая специальная одежда (участник обязан привезти с собой) (Школьники/Студенты/Специалисты)</b>					
<b>№ п/п</b>	<b>Наименование</b>	<b>Технические характеристики</b>	<b>Ссылка на образец (при необходимости)</b>	<b>Ед. измерения</b>	<b>Необходимое кол-во</b>
1	Не требуется				

**3.2. Рекомендуемая специальная одежда участникам категории: школьники/студенты/специалисты (при необходимости оформляется отдельно по категориям) которые участник может привезти с собой:**

<b>Рекомендуемый набор оборудования/инструментов (участник может привезти с собой) (Школьники/Студенты/Специалисты (при необходимости оформляется отдельно по категориям))</b> *на площадке могут быть аналоги с аналогичными характеристиками, предоставляемые в качестве замены					
<b>№ п/п</b>	<b>Наименование</b>	<b>Технические характеристики</b>	<b>Ссылка на образец (при необходимости)</b>	<b>Ед. измерения</b>	<b>Необходимое кол-во</b>
1	Не требуется			шт	

**3.3. Инфраструктурный лист застройки площадки предоставляется в виде отдельного документа (приложения) в формате Excel (.xlsx)**

#### 4. Минимальные требования к оснащению рабочих мест с учетом всех основных нозологий

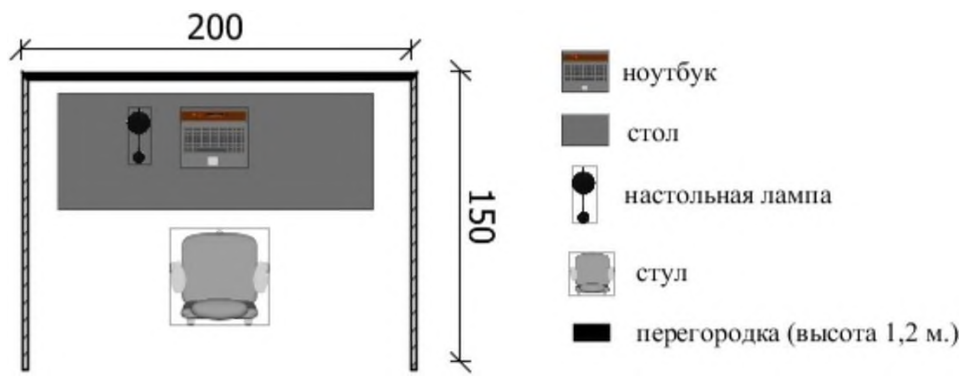
\* минимальные требования к оснащению рабочих мест согласованы с общероссийскими общественными организациями инвалидов

Вид нозологии	Площадь, м.кв.	Ширина прохода между рабочими местами, м.	Специализированное оборудование, количество*
Рабочее место участника с нарушением слуха	3000x1900	1,5 м	Для участников с нарушением слуха необходимо предусмотреть: а) наличие звукоусиливающей аппаратуры, акустической системы, информационной индукционной системы, наличие индивидуальных наушников; б) наличие на площадке переводчика русского жестового языка (сурдопереводчика); в) оформление конкурсного задания в доступной текстовой информации.
Рабочее место участника с нарушением зрения	3000x1900	1,5 м	Для участников с нарушением зрения необходимо: а) текстовое описание конкурсного задания в плоскочечатном виде с крупным размером шрифта, учитывающим состояние зрительного анализатора участника с остаточным зрением (в формате Microsoft Word не менее 16-18 пт), дублированного рельефно точечным шрифтом Брайля (при необходимости); б) лупа с подсветкой для слабовидящих; электронная лупа; в) для рабочего места, предполагающего работу на компьютере - оснащение специальным компьютерным оборудованием и оргтехникой: видеоувеличитель; - программы экранного доступа NVDA и JAWS18 (при необходимости); - брайлевский дисплей (при необходимости); в) для рабочего места участника с нарушением зрения, имеющего собаку-проводника, необходимо предусмотреть место для собаки-проводника. г) оснащение (оборудование) специального рабочего места тифлотехническими ориентирами и устройствами, с возможностью использования крупного рельефно-контрастного шрифта и шрифта Брайля, акустическими навигационными

			<p>средствами, обеспечивающими беспрепятственное нахождение инвалидом по зрению - слепого своего рабочего места и выполнение трудовых функций;</p> <p>д) индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс.</p>
<b>Рабочее место участника с нарушением ОДА</b>	3000x1900	1,5 м	<p>Оснащение (оборудование) специального рабочего места оборудованием, обеспечивающим реализацию эргономических принципов:</p> <p>а) увеличение размера зоны на одно место с учетом подъезда и разворота кресла-коляски, увеличения ширины прохода между рядами верстаков;</p> <p>б) для участников, передвигающихся в кресле-коляске, необходимо выделить 1 - 2 первых рабочих места в ряду у дверного проема;</p> <p>в) оснащение (оборудование) специального рабочего места специальными механизмами и устройствами, позволяющими изменять высоту и наклон рабочей поверхности, положение сиденья рабочего стула по высоте и наклону, угол наклона спинки рабочего стула, оснащение специальным сиденьем, обеспечивающим компенсацию усилия при вставании.</p>
<b>Рабочее место участника с соматическими заболеваниями и</b>	3000x1900	1,5 м	<p>Специальные требования к условиям труда инвалидов вследствие заболеваний сердечно-сосудистой системы, а также инвалидов вследствие других соматических заболеваний, предусматривают отсутствие:</p> <p>а) вредных химических веществ, включая аллергены, канцерогены, оксиды металлов, аэрозоли преимущественно фиброгенного действия;</p> <p>б) тепловых излучений; локальной вибрации, электромагнитных излучений, ультрафиолетовой радиации на площадке;</p> <p>в) превышения уровня шума на рабочих местах; г) нарушений уровня освещенности, соответствующей действующим нормативам.</p> <p>Необходимо обеспечить наличие столов с регулируемой высотой и углом наклона поверхности; стульев (кресел) с регулируемой высотой сиденья и положением спинки (в соответствии со спецификой заболевания).</p>

<p><b>Рабочее место участника с ментальными нарушениями</b></p>	<p>3000x1900</p>	<p>1,5 м</p>	<p>Специальные требования к условиям труда инвалидов, имеющих нервно-психические заболевания:</p> <p>а) создание оптимальных и допустимых санитарно-гигиенических условий производственной среды, в том числе: температура воздуха в холодный период года при легкой работе - 21 - 24 °С; при средней тяжести работ - 17 - 20 °С; влажность воздуха в холодный и теплый периоды года 40 – 60 %; отсутствие вредных веществ: аллергенов, канцерогенов, аэрозолей, металлов, оксидов металлов;</p> <p>б) электромагнитное излучение - не выше ПДУ; шум - не выше ПДУ (до 81 дБА); отсутствие локальной и общей вибрации; отсутствие продуктов и препаратов, содержащих живые клетки и споры микроорганизмов, белковые препараты;</p> <p>в) оборудование (технические устройства) должны быть безопасны и комфортны в использовании (устойчивые конструкции, прочная установка и фиксация, простой способ пользования без сложных систем включения и выключения, с автоматическим выключением при неполадках; расстановка и расположение, не создающие помех для подхода, пользования и передвижения; расширенные расстояния между столами, мебелью; не должна затрудняющая доступность устройств; исключение острых выступов, углов, ранимых поверхностей, выступающих крепежных деталей)</p>
---	------------------	--------------	---

## 5. Схема (план) застройки соревновательной площадки



## **6. Требования охраны труда и техники безопасности**

### **6.1. Общие требования:**

6.1.1. Участник соревнований должен знать местоположение первичных средств пожаротушения и уметь ими пользоваться;

6.1.2. О каждом несчастном случае пострадавший или очевидец несчастного случая немедленно должен известить ближайшего эксперта;

6.1.3. Участник соревнования должен знать местонахождения медицинской аптечки, знать местонахождение врача на площадке. При необходимости вызвать скорую медицинскую помощь;

6.1.4. Работа на конкурсной площадке разрешается исключительно в присутствии эксперта. Запрещается присутствие на конкурсной площадке посторонних лиц;

6.1.5. По всем вопросам, связанным с работой следует обращаться к эксперту.

### **6.2. Действия до начала работ:**

6.2.1. Участник соревнований должен изучить правила безопасности, процедуры экстренной эвакуации, использование личной защитной экипировки и другие важные аспекты.

6.2.2. Проверить состояние рабочего места, убедиться в наличии необходимого оборудования, его исправности, отсутствии опасных предметов или материалов, а также обеспечить чистоту и порядок на рабочей площадке.

6.2.3. Прослушать инструктаж о безопасности и здоровье на рабочем месте. Инструктаж включает в себя ознакомление с правилами и процедурами, связанными с конкретной работой, а также обучение по использованию специального оборудования и средств защиты.

### **6.3. Действия во время выполнения работ:**

6.3.1. В течение всего времени работы соревнования обязан:

- содержать в порядке и чистоте рабочее место;
- следить за тем, чтобы вентиляционные отверстия устройств ничем не были закрыты;
- выполнять требования инструкции по эксплуатации оборудования.

6.3.2. Участнику соревнований запрещается во время работы:

- отключать и подключать интерфейсные кабели периферийных устройств;
- производить самостоятельно вскрытие и ремонт оборудования;

6.3.3. При работе с текстами на бумаге, листы надо располагать как можно ближе к экрану, чтобы избежать частых движений головой и глазами при переводе взгляда.

### **6.4. Действия после окончания работ:**

6.4.1. По окончании работы участник соревнования обязан соблюдать следующую последовательность отключения оборудования:

- В любом случае следовать указаниям экспертов

6.4.2. Убрать со стола рабочие материалы и привести в порядок рабочее место.

6.4.3. Обо всех замеченных неполадках сообщить эксперту.

### **6.5. Действия в случае аварийной ситуации:**

6.5.1. Незамедлительно известить эксперта о любой ситуации, угрожающей жизни и здоровью участников, о каждом несчастном случае, произошедшем при аварии;

6.5.2. Принять все возможные меры для оказания помощи, эвакуации пострадавших в безопасное место;

6.5.3. Сообщить по телефонам служб спасения о месте аварии, инцидента;

6.5.4. Принять меры по отключению электроснабжения.