

Методические рекомендации

по способам решения заданий кейса 1 демонстрационного варианта практического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Предпринимательский класс в московской школе» по направлению «Предпринимательское»

1. Назначение методических рекомендаций

Методические рекомендации по способам решения заданий демонстрационного варианта практического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» (далее – Конкурс) содержат рекомендации по подготовке к решению заданий, организационным вопросам, оценке решений, а также разбор наиболее часто встречающихся затруднений участников при прохождении практического этапа Конкурса в номинации «Предпринимательский класс в московской школе» по направлению «Предпринимательское».

2. Условия проведения

Практический этап проводится в очном дистанционном формате с использованием технологии прокторинга. Участникам необходимо иметь компьютер (ПК или ноутбук; прохождение диагностики на мобильных устройствах невозможно) с выходом в сеть Интернет, веб-камерой и микрофоном, а также смартфон (или планшет) со стабильным интернетом и приложением для считывания QR-кодов.

Требуется предварительная настройка оборудования:
https://im.mcko.ru/docs/Инструкция_для_участника_конкурса_Интеллектуальный_мегаполис_Потенциал.pdf.

Браузер разрешается использовать только для прохождения заданий этапа и процедуры прокторинга.

Дополнительное ПО, разрешенное для прохождения процедуры решения заданий: текстовый редактор, графический редактор, электронные таблицы (как обычный калькулятор, исключая специализированные формулы), обычный встроенный калькулятор.

Работа участника **не рассматривается**, если в процессе выполнения заданий он пользовался веб-поиском, удаленным доступом, электронной почтой, мессенджерами.

3. Продолжительность выполнения

На выполнение заданий практического этапа Конкурса отводится 90 минут. Во время проведения мероприятия участник может выйти из зоны проведения мероприятия не более чем на 5 минут, предупредив проктора на камеру. Мероприятие не продлевается на время отсутствия участника.

4. Содержание и структура

Индивидуальный вариант участника включает 10 заданий, базирующихся на содержании элективных курсов «Экономика» и «Основы предпринимательской деятельности». Индивидуальный вариант участника состоит из двух частей: кейс 1 включает 5 заданий (3 базового и 2 повышенного уровня сложности), кейс 2 включает 5 заданий (2 базового и 3 повышенного уровня сложности).

5. Система оценивания

Задание считается выполненным, если ответ участника совпал с эталоном. Максимальный балл за выполнение всех заданий двух кейсов – 60 баллов.

6. Методические рекомендации по способам решения заданий демонстрационного варианта (кейс 1)

Современная экономика представляет собой целостный механизм, основанный на оптимальном сочетании материальных и социальных ценностей, рыночных и нерыночных методов хозяйствования.

Некоммерческий сектор, призванный реализовывать социальные, культурные, благотворительные цели, играет крайне важную роль в рыночной экономике. В некоммерческом секторе основным субъектом экономической деятельности являются некоммерческие организации, которые могут осуществлять только деятельность в соответствии с уставными целями, причем

для достижения этих целей они могут заниматься коммерческой деятельностью при условии, что она не противоречит уставным целям. Деятельность некоммерческих организаций регулируется Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О некоммерческих организациях».

Так, статья 2 упомянутого выше закона устанавливает, что «некоммерческой является организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели и не распределяющая полученную прибыль между участниками»¹

Функционирование некоммерческих организаций способствует активному созданию дополнительных рабочих мест; они являются активными производителями и покупателями товаров и услуг, что усиливает предпринимательскую деятельность и способствует усилению конкуренции между разными секторами экономики.

Поскольку некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность, получать прибыль, то их деятельность осуществляется по тем же принципам и шаблонам, что и деятельность коммерческих организаций. Однако, существуют некоторые особенности в привлечении средств для финансирования деятельности некоммерческих организаций.

И коммерческие, и некоммерческие организации финансируют свою деятельность из **внутренних** и **внешних** источников.

К **внутренним** источникам финансирования и тех, и других организаций относятся *прибыль, амортизация, доходы от собственности, в том числе по вкладам и ценным бумагам*. Однако, некоммерческие организации, в соответствии с принятыми Уставами, могут также использовать *средства учредителей и членов организации* (например, взносы).

¹ Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О некоммерческих организациях», с изм. и доп., вступ. в силу с 19.08.2024, ст.1

Внешние источники финансирования коммерческих и некоммерческих организаций имеют отличия, за исключением получения *банковского кредита* для реализации своих целей и, в некоторых случаях, получения государственных *субсидий* для частичного финансирования отдельных направлений *или субвенций* (для полного покрытия затрат, связанных с основной деятельностью).

Коммерческие организации в качестве внешних источников финансирования могут привлекать частные инвестиции, в том числе за счет выпуска и продажи облигаций, или осуществлять дополнительную эмиссию акций.

Некоммерческие организации не могут привлекать средства инвесторов, но они привлекают пожертвования и гранты. Гражданским кодексом РФ «пожертвованием признается дарение вещи или права в общеполезных целях»². Между жертвователем и одаряемым заключается договор пожертвования, в котором определяется, для каких именно целей жертвователь предоставляет средства одаряемому. Если деньги тратятся не на цели, установленные в договоре пожертвования, они могут быть отозваны жертвователем.

Современные способы сбора пожертвований некоммерческими организациями имеют различные названия и технологии поиска жертвователей:

- Фандрайзинг – маркетинговая стратегия с подробным медиапланом, планом рекламных мероприятий, благотворительных акций и с детальной отчетностью. Технология подразумевает непосредственное участие потенциальных жертвователей в проводимых мероприятиях, а также проведение личных встреч;
- Краудфандинг – технология сбора пожертвований через онлайн-платформы и специализированные сайты. Чаще всего речь идет о небольших пожертвованиях большого количества жертвователей;
- Эндаумент – сбор пожертвований в целевой фонд некоммерческой организации. Особенностью этой формы сбора пожертвований

² Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023), ст.582

является то, что они предназначены для инвестиций и получения доходов в будущем.

Социальное партнерство не является источником финансирования какой-либо деятельности: это система механизмов, согласующих интересы участников производственного процесса, - например, работников и работодателей.

Несмотря на отсутствие у некоммерческой организации цели получения прибыли, успешные организации проектируют свою деятельность, используя эффективные инструменты ведения предпринимательской деятельности, в том числе бизнес-модели.

В основу проектирования многих видов некоммерческой деятельности положена бизнес-модель Александра Остервальдера и Ива Пинье, в которой предполагается разработка ключевых атрибутов деятельности: ценностное предложение, сегментирование рынка, отношения с потребителями, каналы продаж, ключевые партнеры, ключевые действия, ключевые ресурсы, структура затрат и потоки дохода (cash-flow).

Ценностное предложение - предлагаемая ценность (Value proposition): какие выгоды (имиджевые, рекламные и др.) получает жертвователь, осуществляя поддержку некоммерческой организации.

Сегментирование рынка. Для более адресного предложения и выработки программы продвижения некоммерческой организации выделяются целевые сегменты, для каждого из которых прорабатывается набор «полезностей», которые получает жертвователь от сотрудничества с некоммерческой организацией.

Отношения с потребителями (потенциальными жертвователями) выстраиваются как на основе прямой рекламы, в том числе работы с инфлюэнсерами (SMM), так и на основе public relation – целенаправленной работы с общественностью. Возможны создание и модерация тематических групп в социальных сетях, создание сообщества потребителей продукта.

Каналы продаж: сайт компании, территориальные представительства, краудфандинговые платформы.

Ключевые партнеры: жертвователи, банки, маркетинговые и рекламные агентства, поставщики, арендодатели, инфлюэнсеры, региональные представительства и другие.

Ключевые действия некоммерческой организации могут включать в себя:

1. Разработку концепции продвижения организации;
2. Основную деятельность в соответствии с Уставом организации;
3. Маркетинг и продвижение организации;
4. Работу с персоналом;
5. Фандрайзинг;
6. Оценку результатов и корректировку стратегии развития организации.

Ключевые ресурсы: деньги, наемные работники, сотрудники на аутсорсе информационные ресурсы, технологии.

Доходы и расходы. Некоммерческие организации ведут строгий учет всех финансовых потоков: они предоставляют отчеты в Министерство юстиции, Налоговую инспекцию, Социальный фонд, Росстат; некоторые отчеты сдаются ежемесячно. При сдаче бухгалтерской отчетности в ИФНС обязательно заполняется раздел «Отчет о целевом использовании средств» (коммерческие организации его не сдают).

Для привлечения средств некоммерческие организации проводят специальные благотворительные акции, цель которых – привлечь потенциальных жертвователей. Отношение количества людей, заключивших договор пожертвования, к общему числу людей, участвовавших в акции, называется **конверсией**.

Финансовым результатом хозяйственной деятельности как коммерческой, так и некоммерческой организации, является прибыль. **Прибыль** – положительная разность между суммой всех доходов (поступлений от всех источников финансирования) и расходов (затрат, связанных с непосредственной деятельностью организации). Отрицательная разность называется **убытком**.

Прибыль до налогообложения представляет собой разницу между выручкой, прочими доходами и расходами, связанными с деятельностью организации.

Частью прибыли, не облагаемой налогами, является **амортизация**. Амортизация – это процесс перенесения стоимости основных средств и материальных активов организации (некоторых видов имущества) на стоимость готовой продукции (работ, услуг). С помощью процесса амортизации компенсируются затраты на приобретение имущества. Перечень имущества, включаемого в амортизационные группы, а также способы амортизации перечислены в статьях 256, 257, 258 и 259 Налогового кодекса РФ³.

В частности, статья 259 НК РФ⁴ «Методы и порядок расчета сумм амортизации» устанавливает, что налогоплательщик вправе выбрать один из методов начисления амортизации: 1) линейный; 2) нелинейный.

Линейный способ предусматривает равномерное списание стоимости имущества одинаковыми частями на протяжении всего срока его полезного использования. Этот срок налогоплательщик устанавливает сам (ст.258 НК РФ).

Разность между первоначальной стоимостью амортизируемого имущества и суммой его амортизации, начисленной линейным методом, называется **остаточной стоимостью**.

Нелинейный способ заключается в неравномерном (по годам) списании стоимости имущества в течение срока его полезного использования. Этот метод чаще применяется не к одному конкретному объекту амортизации, а к амортизационной группе.

Рассмотрим использование представленных показателей на примере кейса 1 демоверсии Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Предпринимательский класс в московской школе» по направлению «Предпринимательское».

³ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу 08.09.2024), ст.256, ст.257, ст.258, ст.259

⁴ Там же, ст.259

Кейс 1

В прошлом году приют для собак провел 5 в городе благотворительных акций, в которых приняли участие 1200 человек, 1000 из которых внесли пожертвования. Общий доход от проведенных акций составил 2500 тыс. руб.

Затраты приюта для собак составили:

- фонд оплаты труда - 888 тыс. руб.;
- корм, материалы по уходу за животными и расходы на оформление благотворительных мероприятий - 920 тыс. руб.;
- услуги ветеринарных клиник - 432 тыс. руб.;

Кроме того, приют:

- арендовал земельный участок за 80 тыс. руб. в год и приобрел на пожертвования необходимое оборудование (вольеры, бытовку) за 800 тыс. руб. (срок службы - 5 лет, ликвидационная стоимость равна нулю);

- в конце года приобрел в кредит на 5 лет автомобиль за 6200 тыс. руб. под 6% в год, срок службы которого определяется предельным пробегом, равным 400 тыс. км. (используется линейный способ начисления амортизации, ликвидационная стоимость автомобиля после окончания нормативного срока службы составит 600 тыс. руб.).

Задание 1.

Какой способ финансирования был использован приютом?

- 1) Прибыль;
- 2) **Фандрайзинг;**
- 3) Краудфандинг;
- 4) Социальное партнерство;
- 5) Частные инвестиции;
- 6) Государственная субсидия.

Ответ – 2 - фандрайзинг

Максимальная оценка – 5 баллов.

Задание 2.

К какому структурному блоку бизнес-модели в шаблоне А. Остервальдера и И. Пинье относится проведение благотворительных акций:

- 1) ключевые виды деятельности;
- 2) структура издержек;
- 3) взаимоотношения с клиентами;
- 4) **ключевые партнеры.**

Ответ 4 – **ключевые партнеры**

Максимальная оценка – 5 баллов.

Благотворительные акции часто проводятся с привлечением внешних партнеров, организаций и спонсоров. Эти партнеры могут предоставлять ресурсы, поддержку или финансирование, необходимые для успешного проведения акций. Таким образом, благотворительные акции зависят от сотрудничества с внешними организациями, что и делает их частью блока "ключевые партнеры" в бизнес-модели.

Задание 3.

Рассчитайте конверсию от проведенных благотворительных акций. Ответ дайте в % с точностью до десятых, ответ запишите без пробелов.

Ответ – 83,3% (1000/1200).

Конверсия рассчитывается как отношение числа людей, внесших пожертвования, к общему числу участников акции (1000/1200).

В качестве **верных** засчитываются следующие варианты ответа: **83,3; 83.3; 83,3%**

Максимальная оценка – 5 баллов.

Задание 4.

Рассчитайте результат хозяйственной деятельности приюта (до уплаты налогов) в текущем году. Возврат тела кредита за купленный автомобиль и процентов по кредиту начинается со следующего финансового года.

- 1) Прибыль составила 20 тыс. руб.
- 2) Убыток составил 620 тыс. руб.
- 3) Прибыль составила 180 тыс. руб.
- 4) Приют не имеет права получать прибыль.

Ответ – 2) Убыток составил 620 тыс. руб.

Решение: $2500 - (888+920+432+80+800) = - 620$ (тыс.руб)

Объяснение: Для расчета результата хозяйственной деятельности необходимо из общего дохода вычесть общие расходы: фонд оплаты труда, корм и материалы, слуги ветеринарных клиник, аренда земельного участка, покупка оборудования.

$2500 - (888+920+432+80+800) = - 620$ (тыс.руб)

Максимальная оценка – 7 баллов.

Задание 5.

Через 3 года приют решил продать автомобиль. Пробег к тому времени составил 310 тыс. км. Рассчитайте его остаточную стоимость (в тыс. руб.):

- 1) 1395
- 2) 2460
- 3) 4205
- 4) 5600

Ответ – 1395 тыс. руб.

Максимальная оценка – 8 баллов

Решение:

1) Рассчитаем амортизацию автомобиля на 1 км пробега. Для этого разделим стоимость автомобиля на его полный пробег:

$$6200/400 = 15,5 \text{ тыс. руб./км}$$

2) Теперь определим общую амортизацию за 310 тыс. км:

$$310 * 15,5 = 4805 \text{ тыс.руб}$$

3) Остаточная стоимость = $6200 - 4805 = 1395$ тыс. руб.

Таким образом, остаточная стоимость автомобиля через 3 года с пробегом 310 тыс. км составит **1395** тыс. руб.