

УДК 336:334.021
DOI 10.17513/fr.43717

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТНЫМ ОБУЧЕНИЕМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ НА ОСНОВЕ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Юзвович Л.И., Львова М.И., Чилимова Т.А.

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: yuzvovich@bk.ru, minlvova@mail.ru, tachil77@mail.ru

Статья посвящена исследованию сегментированной позиции сетевого взаимодействия корпоративного партнера в образовательном процессе в рамках финансовой модели управления проектным обучением и использованием его инструментов в высшем образовании при аргументации востребованности бизнес-идеи и принятии финансовых решений. Цель исследования заключается в проектировании архитектуры проводимых мероприятий по формированию и реализации финансовой модели управления стартап-проектами, направленными на развитие экосистемы молодежного предпринимательства при поддержке бизнеса. Программа исследования включила в себя сравнительный анализ бизнес-моделей как проектных решений для бизнеса, структурно-логическое формирование сетевого взаимодействия вуза с корпоративными партнерами в образовательном процессе, SWOT-анализ стартапа с учетом факторных влияний. Результаты исследования показывают, что моделирование сетевой образовательной программы возможно на любом этапе учебного процесса; направлено на создание инновационных продуктов, имеющих потенциал коммерциализации. В исследовании доказано, что при сетевом взаимодействии возможны разные варианты реализации стартапов, имеющие экономическую эффективность, доходность и ожидаемые результаты. В заключительной части исследования авторы пришли к выводу, что модернизация российского образования, привлечение корпоративных партнеров в образовательный процесс с использованием разных принципов сетевого взаимодействия могут быть реализованы комплексными проектами, сопровождающимися созданием и внедрением финансовых моделей, программ и технологий.

Ключевые слова: финансовая модель, сетевое взаимодействие, бизнес-проект, экосистема молодежного предпринимательства, стартап, корпоративный партнер, финансовые решения

FINANCIAL MODEL OF PROJECT-BASED LEARNING MANAGEMENT IN THE EDUCATIONAL PROCESS BASED ON NETWORK INTERACTION

Yuzvovich L.I., Lvova M.I., Chilimova T.A.

Ural State University of Economics, Yekaterinburg,
e-mail: yuzvovich@bk.ru, minlvova@mail.ru, tachil77@mail.ru

The article is devoted to the study of the segmented position of the corporate partner's network interaction in the educational process within the framework of the financial management model of project training and the use of its tools in higher education, arguing the relevance of business ideas and financial decision-making. The purpose of the study is to design the architecture of ongoing activities for the formation and implementation of a financial management model for startup projects aimed at developing an ecosystem of youth entrepreneurship with business support. The research program included a comparative analysis of business models as design solutions for business, a structural and logical formation of the University's network interaction with corporate partners in the educational process, a SWOT analysis of a startup taking into account factor influences. The results of the study show that modeling of a network educational program is possible at any stage of the educational process; it is aimed at creating innovative products with the potential for commercialization. The study proves that with networking, there are possible different options for the implementation of startups that have economic efficiency, profitability and expected results. In the final part of the study, the authors concluded that the modernization of Russian education, the involvement of corporate partners in the educational process, using different principles of network interaction, can be implemented by complex projects accompanied by the creation and implementation of financial models, programs and technologies.

Keywords: financial model, networking, startup, youth entrepreneurship ecosystem, business project, corporate partner, financial solutions

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена повышенной конкуренцией на российском образовательном рынке, который в настоящее время претерпевает существенные изменения и трансформации. Новый вектор сетевого взаимодействия в образовательном кластере набирает обо-

роты, и это является целенаправленным контентом развития практико-ориентированных образовательных услуг с определенным результатом внедрения бизнес-моделей, бизнес-проектов, направленных на траекторию роста экосистемы молодежного предпринимательства и поддержку бизнеса. Рыночная ниша современных

высокорентабельных и быстро масштабируемых моделей инвестиционных проектов в XXI веке значительно расширилась. Образование для устойчивого развития экономических систем, а также активного роста и высокими рисками сопровождается такой бизнес-моделью проектного обучения, как стартап-проект. Помимо бизнеса, под стартапом может пониматься и модель внутри предприятия, для которой привлекаются дополнительные источники финансирования. Такая модель также имеет короткое время реализации и стоимость, в несколько раз превышающую затраты на производство, управленческие и коммерческие расходы. В России в связи с уходом иностранных производителей крупных промышленных конструкций лидерами стали отечественные производители, предлагающие аналоги западных металлоконструкций. Низкий процент производства новых комплектующих изделий привел к модели рынка с высоким спросом и отсутствием предложения, т.е. к «рынку продавца». В связи с этим большинство новых промышленных стартап-проектов инновационные, технологичные и высококорентабельные.

Именно этим обстоятельством предопределена **цель исследования** – проектирование архитектуры проводимых мероприятий по формированию и реализации студенческих стартап-проектов, направленных на развитие экосистемы молодежного предпринимательства при поддержке бизнеса.

Планирование в бизнес-процессах представляет собой процесс предварительной разработки действий и стратегий, необходимых для достижения целей и результатов в рамках бизнес-процессов организации. В рамках вышеупомянутого этапа происходят определение оптимального распределения ресурсной базы, постановка текущей цели проекта; управленческий раздел включает возможные увеличивающие эффективность и отдачу решения, подбирается стратегия для моделирования плана проекта. Построение модели бизнеса начинается с определенной идеи, включающей такую концепцию, в рамках которой определяется широкий спектр предложений услуг и продуктов для потребителя. В бизнес-плане детально прописываются решения, используемые в бизнесе, и финансовые расчеты, необходимые для определения финальной стоимости и рентабельности проекта. На этапе планирования определяются конкретные производимые виды продукции, их подробная характеристика, указываются рынки сбыта продукции, наличие или отсутствие посредников. Затрагивая ценности

в рамках этапа планирования, необходимо отметить такие, как:

- информационные технологии: ERM-модели, EXCEL, графические приложения, low-code;

- установить отличительные особенности элементов бизнес-процессов между бизнес-проектом, стартапом и бизнес-моделью;

- разработать структурно-логическую схему исследования сетевого взаимодействия вуза с корпоративными партнерами в образовательном процессе;

- предложить архитектуру проводимых мероприятий по формированию и реализации стартап-проекта при организации производства промышленных циклонов на заводе металлоконструкций;

- схематично представить модель сетевой образовательной программы с учетом реализации студенческого стартапа в рамках развития проектного обучения совместно с корпоративными партнерами.

По мнению ведущих ученых зарубежного образовательного кластера [4, 5, 6], процесс бизнес-планирования строится на разработке бизнес-плана (возможно, с применением искусственного интеллекта) и имеет две цели: внешнюю – служит инструментом для привлечения потенциальных инвесторов и кредиторов проекта; внутреннюю – план/стратегия управления процессами в бизнесе. При этом определенной шаблонной методологии не существует, т.е. отсутствует универсальность под разные типы компаний. Экономисты указывают на схожие потребности и ситуации, при которых организация начинает разрабатывать бизнес-план: новые этапы развития, создание дочерней организации, смена собственников, слияние, поглощение, изменение условий рынка и пр. Бизнес-модель авторы рассматривают как новую концепцию стратегического менеджмента, как «поведет себя бизнес на рынке в условиях конкурентной среды». Ряд исследователей зарубежного университетского управления исследуют концептуальные подходы управленческих знаний в сетевой среде университета, уделяют внимание практическому применению и построению системы оценки предпринимательских проектов с использованием гибридных моделей, включая маркетинговые исследования, психологию сотрудников, структуру подразделений компании. Современный бизнес строится на создании ценности для рынка, что требует от бизнес-модели определения целевой аудитории, ее потребностей, ценностного предложения компании, маркетинга и взаимодействия с клиентами. Трансформация бизнес-модели всегда приносит новую ценность

для рынка, фокусируясь на изменениях в потребительской модели, в отличие от простого реинжиниринга бизнес-процессов. Авторы говорят о том, что при моделировании бизнеса важно учитывать определенный набор правил: начинать с общих вербальных определений (таких как потребности, ценность, предложение, удовлетворение и т.д.); учитывать различные связи и факторы, например готовность производства ограничивает ценностное предложение и коммерческую функцию, а маркетинг определяет продуктовую стратегию.

Необходимо акцентировать внимание как на организационных, так и на финансовых аспектах бизнеса. Представители зарубежной академической школы [4, 5, 6] полагают, что бизнес-модель – это способ, которым компания создает, предоставляет и захватывает ценность для своих клиентов. Бизнес-модель должна быть инновационной, уникальной и способствовать достижению целей компании, должна регулярно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и потребностям клиентов. Зарубежная методология выстраивается с ориентиром на логико-структурное понимание финансовых и бизнес-моделей, привлекая внимание к тому, что малый бизнес всегда имеет ключевую модель и вследствие масштабирования становится корпорацией или поглощается более крупным игроком рынка.

Библиографический контент-анализ исследуемых источников не затрагивает инструменты проектного обучения, основной целью которых является развитие креативного молодежного научного потенциала в рамках сетевого взаимодействия с корпоративным партнером. Обзор научной литературы позволил сформировать методологический контент представленного исследования и аргументировать, что научно обоснованным фундаментом управления проектным обучением в образовательном процессе являются сетевое взаимодействие и заинтересованность всех участников бизнес-процесса в рамках формирования экосистемы молодежного предпринимательства. Авторы выделяют инновационность современных бизнес-моделей, которые все чаще применяются в стартап-проектах. Стартап – это инструмент проектной деятельности, созданный для поиска масштабируемой и воспроизводимой бизнес-модели с целью извлечения прибыли. Ключевым аспектом в бизнес-модели является устойчивость, а проблемным элементом авторы считают внутреннее противоречие между быстрым ростом и ограниченностью имеющихся ресурсов и возможностей компании.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу исследования составили управленческие и экономические подходы концепции сетевого взаимодействия в образовательном кластере, в соответствии с которыми проведен сравнительный анализ категорийного контента бизнес-процессов, элементов проектной деятельности субъектов экономических отношений и высших учебных заведений. Структурно-логическая архитектура научной статьи сформирована в соответствии с концепциями и новыми вызовами к высшему образованию и оказанию образовательных услуг. Информационную базу работы составили данные и нормативно-правовые акты по проектному обучению в высших учебных заведениях и сетевому взаимодействию представителей бизнеса.

В качестве аналитических материалов были использованы нормативные документы высшей школы по проектному обучению и созданию стартапов. В ходе исследования был изучен опыт российских и зарубежных ученых по формированию моделей сетевого взаимодействия образовательных организаций, сетевизация высших учебных заведений как фактор повышения инновационного развития региона (О.Н. Киселева, А.В. Васина, О.В. Сысоева [7], Е.А. Шуклина, М.В. Певная [8], Г.А. Краснова, В.А. Тесленко [9], А.В. Пономарев, Е.В. Осипчукова [10]), по системе оценки студенческих стартапов, их созданию и реализации стартапов (Э.Д. Алисултанова, У.Р. Тасуев, Р.В. Юсупова [1], А.В. Кирьянова, Н.В. Спешилова, О.Г. Гореликова-Китаева [2], Н.А. Бейзеров [3], С.-Р. Ко, J.-I. An [4], A.L. Makai [5], M. Olokundun, G.J. Dishon, A.S. Ibidunni, M. Ogbari [6], М.М. Шайлиева [11], Н.А. Шувалова [12], М.В. Красностанова [13], И.А. Кузьмин [14], Е.Н. Родин, А.Н. Дмитриев [15]).

Результаты исследования и их обсуждение

Принцип логического структурирования научного материала – это высокий задел компетентностного подхода в рамках планируемых результатов исследования. Основными методами исследования были логический, монографический, дедукция, индукция, аналогия, сравнение и анализ. В современных парадигмах образовательного кластера России существуют разные формы сетевого взаимодействия с корпоративными партнерами в образовательном процессе, направленные на проектную деятельность, что, в свою очередь, является результатом практико-ориентированного подхода подготовки специалистов на осно-

ве профессиональных стандартов и готовности реализовывать освоенные компетенции на реальных бизнес-проектах.

Бизнес-модели как стратегии описывают определенные продукты и услуги, процессы и решения, актуальные в данный момент времени для заданного рынка. Данный «план» помогает достичь прибыльности, повысить рентабельность проекта, задать ценообразование продукта и вычислить издержки. Бизнес-модель может быть внедрена в компанию при расширении производства и создании новых отделов, новых продуктовых линий. Бизнес-проект, в отличие от бизнес-модели, – это задача, т.е. более практический комплаенс, он будет точно реализован в соответствии с принятыми нормативными актами и планируемым периодом. При этом бизнес-проект представляет собой задачу, которая необходима для достижения определенной цели, имеет ограниченный срок выполнения и ограниченные ресурсы.

Бизнес-модель как проектное решение для бизнеса является основой построения бизнес-проектов компании при выборе каналов продаж, целевой аудитории, структуры доходов и пр. Стартап как инструмент проектной деятельности зависит от бизнес-проекта, поскольку может быть создан для реализации конкретной задачи, в которую закладываются одна или несколько бизнес-моделей. Бизнес-модель определяет способы монетизации проекта и обеспечения его устойчивого развития в стартапе, а бизнес-проект – это конкретные шаги и действия, необходимые для достижения поставленных целей.

В условиях структурной перестройки корпоративных отношений и сетевого взаимодействия субъектов бизнеса и высших учебных заведений особенностями стартапа как нового вида бизнеса являются:

- инновационность идеи, ее уникальность, которая заложена в бизнес-модель;
- гибкость и быстрая реакция на изменения, что указывается в бизнес-проекте;

– высокая скорость развития, обусловленная проведением анализа рынка конкурентов, маркетинговых исследований и грамотным управлением процессами.

С учетом вышеприведенных аргументов мы можем утверждать, что бизнес-проект шире стартапа, поскольку включает в себя широкий спектр бизнес-процессов, представленный в таблице 1.

В настоящее время проблемы взаимодействия предприятий и университетов в российских регионах становятся все более актуальными [7, с. 53–60]. Значимость изучения таких проблем обусловлена рядом противоречий между социально-экономическими условиями и управленческими моделями, определившими характер и динамику сетевых взаимодействий предприятий и отечественных вузов [8, с. 86–99]. Авторами в данной научной статье предлагается руководствоваться структурно-логической схемой исследования сетевого взаимодействия в образовательном процессе при построении финансовой модели управления стартапами (рис. 1).

В данном исследовании авторы остановятся на двух результатах сетевого взаимодействия с корпоративными партнерами – это стартап как диплом и моделирование сетевой образовательной программы.

При создании стартапа используются различные стратегии в зависимости от целей и имеющихся ресурсов [9, с. 30–40]:

- *создание стартапа как независимого малого инновационного предприятия:*

Организация стартапа при использовании данной стратегии имеет полную хозяйственную самостоятельность, контроль над производственным процессом [10, с. 65–76]. Однако недостатки у этой стратегии проявляются в недостаточности ресурсов, невозможности привлечь опытных проект-менеджеров и квалифицированные кадры, что приводит к ошибкам в стратегическом планировании и выполнении бизнес-процессов.

Таблица 1

Сравнительная характеристика бизнес-процессов

Критерии	Бизнес-проект	Стартап	Бизнес-модель
Взаимосвязь	Широкое понятие, изложенное в письменной форме и имеющее много структурных элементов	Молодая компания, складывающаяся в себя специфику будущего проекта, исходя из созданного бизнес-проекта	Структурный элемент стартапа и бизнес-проекта, рычаг, генерирующий доход компании
Цель	Запуск любого нового делового предприятия, включая и стартапы. БП может быть связан с любой отраслью и не обязательно ориентирован на инновации или быстрый рост	За небольшой срок реализовать быстро масштабируемый проект/продукт/услугу	Способствовать реализации задач бизнес-проектов и стартап-проектов эффективно и в срок

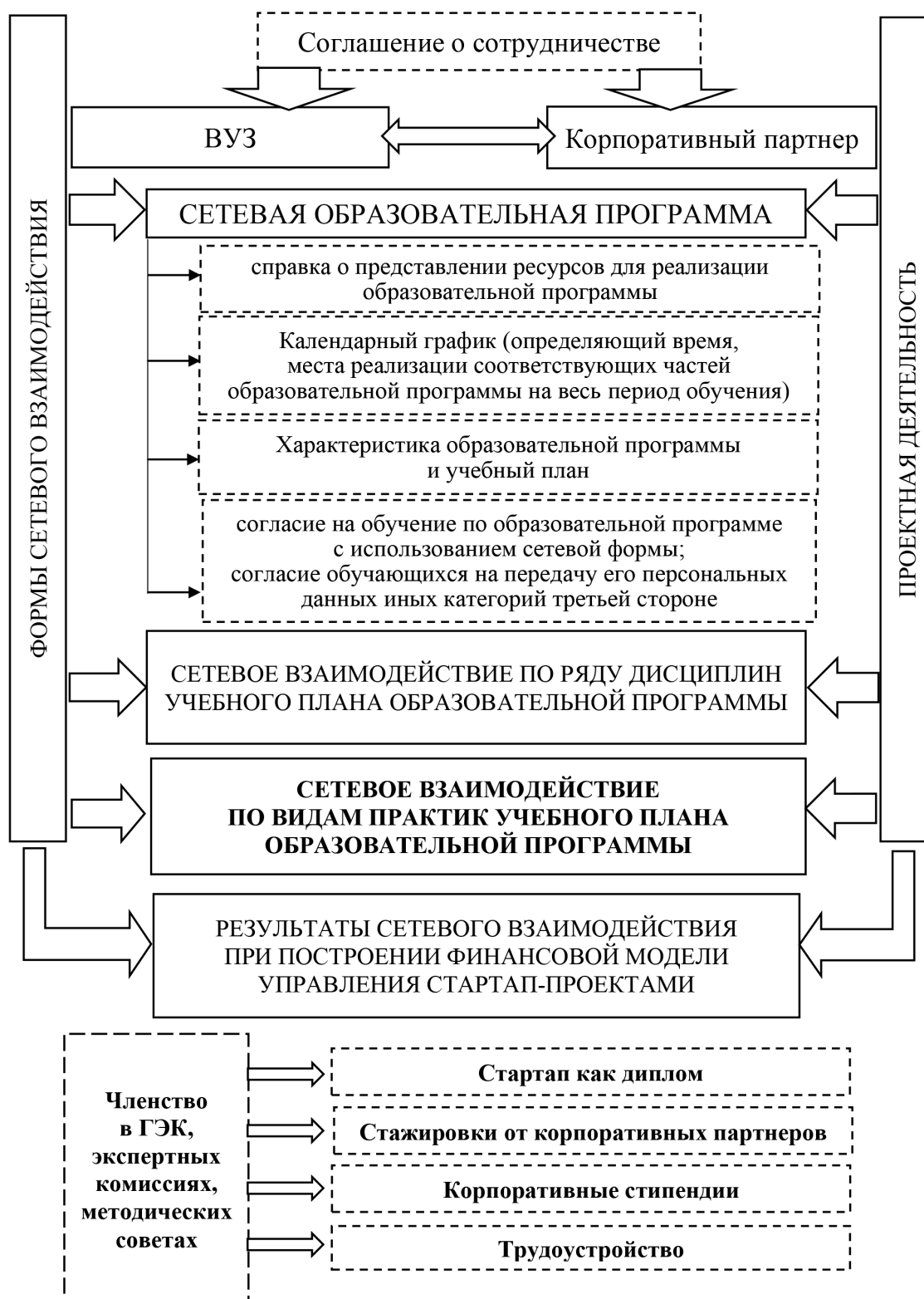


Рис. 1. Структурно-логическая схема исследования сетевого взаимодействия вуза с корпоративными партнерами в образовательном процессе при построении финансовой модели управления стартапами

– создание стартапа при участии уже существующего предприятия:

Представляет собой стратегию, при которой компания разрабатывает новый или улучшает существующий продукт или услугу [11, с. 87–91]. Для этого создается отдельная команда разработчиков, которая может полностью воспользоваться ресурсами компании. Цель такого подхода заключается в разнообразии бизнеса за счет разработки конкурентоспособного продукта.

Преимущества данной стратегии включают легкость привлечения финансовых, кадровых и информационных ресурсов, относительную простоту реализации, а также возможность переориентации компании, если один из проектов не удастся. Еще одним значительным плюсом является факт, что права на интеллектуальную собственность находятся внутри одной компании, что обеспечивает ее защиту.

Такой подход может способствовать инновационному развитию компании, обеспечивая ей новые возможности для роста и укрепления позиций на рынке. Важно также учитывать факторы, которые могут повлиять на успешность стартапа, такие как активное участие руководства компании, гибкость в адаптации к изменениям, а также поддержка со стороны сотрудников и партнеров.

– функционирование стартапа при вузе:

В соответствии с Федеральным законом от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О науке и государственной научно-технической политике», бюджетные научные учреждения и научные учреждения, созданные

государственными академиями наук, имеют право быть учредителями (в том числе совместно с другими лицами) хозяйственных обществ, деятельность которых заключается в практическом применении результатов интеллектуальной деятельности. Денежные средства, оборудование и иное имущество, находящиеся в оперативном управлении бюджетного научного учреждения или научного учреждения, учрежденного государственной академией наук, могут быть внесены в уставный капитал создаваемого хозяйственного общества в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации [12, с. 63–75].

Таким образом, стартап может быть реализован при поддержке университета с правом использования человеческих и технических ресурсов, что позволяет облегчить финансовую нагрузку на начальных этапах развития стартапа.

Действующая нормативно-правовая база определяет, что вопросы, связанные с организацией процедуры написания и защиты выпускной квалификационной работы (ВКР), в том числе в формате «Стартап как диплом», решаются каждой образовательной организацией самостоятельно, и в настоящее время ВКР в формате «Стартап как диплом» защищается на тех же нормативных, методических и административных основаниях, что и любая выпускная квалификационная работа, но, по сути, эти два формата могут существенно отличаться друг от друга, отличительные признаки представлены в таблице 2.

Таблица 2

Особенности ВКР в формате «Стартап как диплом» [13-15]

Отличительный признак	Классическая ВКР	ВКР в формате «Стартап как диплом»
1. Период разработки (написания)	Являясь заключительным этапом освоения образовательной программы, готовится, как правило, в течение трех последних месяцев	Поэтапная разработка от формирования идеи до ее апробации и практической реализации занимает не менее одного учебного года
2. Наличие обоснования и новизны	Обоснование определяется актуальностью выбранной темы, новизна может носить как теоретический, так и практический характер	Обоснование определяется анализом рынка, а новизна – инновационностью идеи прикладного характера
3. Структура работы	Традиционно делится на три главы: 1-я глава – теоретическая; 2-я глава – аналитическая; 3-я глава – методическая или проблематика	Делится на 2 части: 1-я глава – методологическая и анализ рынка для обоснования; 2-я глава – развернутый бизнес-план
4. Количество участников	Индивидуальная работа	Может быть, как индивидуальной, так и коллективной, но с четким указанием функционала каждого участника
5. Наличие документов о внедрении	Если выполняется по заданию кафедры, то в отзыве научного руководителя указывается практическая значимость. Если выполняется по заданию предприятия, то предоставляется справка о внедрении	Подтверждается предприятием-инвестором документом о частичной или полной реализации стартап-проекта

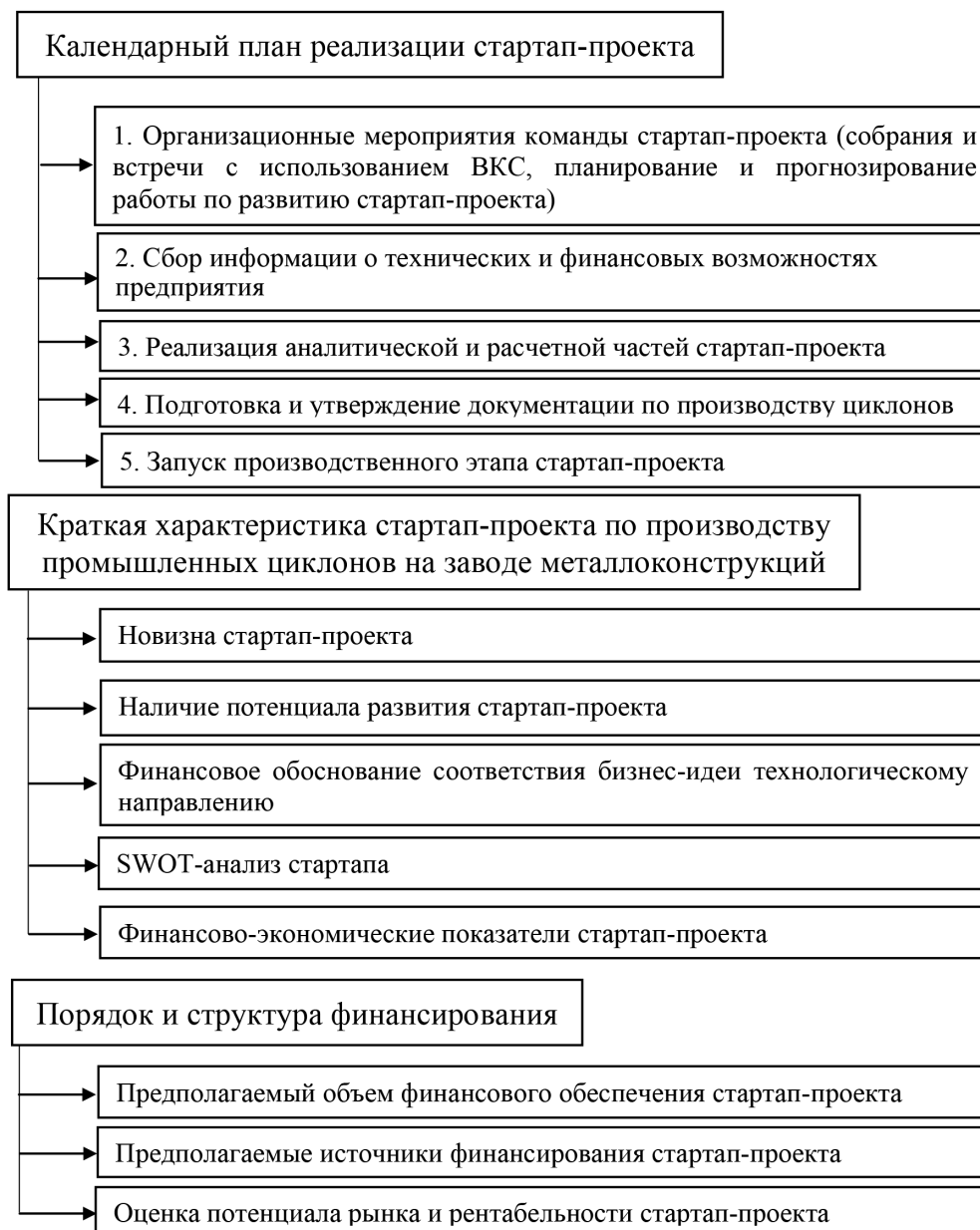


Рис. 2. Архитектура проводимых мероприятий по формированию и реализации финансовой модели стартап-проекта при организации производства промышленных циклонов на заводе металлоконструкций

В 2024 году в Уральском государственном экономическом университете первый стартап-проект в рамках формата «Стартап как диплом» был реализован командой обучающихся по направлению бакалавриата. Архитектура проводимых мероприятий по формированию и реализации стартап-проекта при организации производства промышленных циклонов на заводе металлоконструкций авторами представлена на рисунке 2.

В основу стартапа легла стратегия по созданию продукта, обладающего уни-

кальными характеристиками, на базе существующего предприятия отдельной командой разработчиков, в которую включены студенты вуза. Стартап по организации производства промышленных циклонов на заводе металлоконструкций разработан группой студентов и в настоящее время реализуется на производственных площадях предприятия – ООО «УПМ ИНЖИНИРИНГ» (г. Екатеринбург), которое предоставило необходимые ресурсы и поддержку.

Таблица 3

Краткая характеристика финансовой модели управления стартап-проекта по производству промышленных циклонов на заводе металлоконструкций

Название стартап-проекта	Организация производства промышленных циклонов на заводе металлоконструкций
Новизна стартап-проекта	Предложена усовершенствованная конструкция проточной части циклона, позволяющая повысить эффективность работы за счет снижения расхода воздуха, улучшения динамических характеристик сепарации пыли. Следствием являются снижение затрат на работу оборудования конечным потребителем, снижение сроков окупаемости
Наличие потенциала развития стартап-проекта	В России ожидается рост промышленного производства во всех отраслях на уровне от 1 до 8% в год на период 2024–2026 гг. Имеющийся технологический задел материнской компании позволяет создать новый эффективный продукт по конкурентоспособной цене
SWOT-анализ стартапа	<p>Внутренние факторы, оказывающие положительное влияние на реализацию стартапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> – продукт позволяет снизить затраты на работу оборудования конечным потребителем, а также снизить сроки окупаемости; – для производства нового продукта не потребуется дорогостоящее оборудование; – не нужно искать дополнительное сырье и заключать контракты с новыми поставщиками. <p>Внутренние факторы, оказывающие отрицательное влияние на реализацию стартапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> – недостаток собственных средств для реализации стартапа; – возможное изменение ставки фондирования; – риск недоступности финансовых источников; – риск недостаточности оборотного капитала; – кредитный риск и риск цены. <p>Внешние факторы, оказывающие положительное влияние на реализацию стартапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дороговизна аналогичных установок у конкурентов; – прогнозы по росту промышленного производства в России в 3 ближайших года; – менее высокая степень очистки, чем у части конкурентов. <p>Внешние факторы, оказывающие отрицательное влияние на реализацию стартапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> – геополитическая ситуация, не дающая гарантий по активному развитию промышленного производства; – сбытовой и финансовый риски
Финансово-экономические показатели стартап-проекта	<p>Операционный цикл производства – 90 дней.</p> <p>Годовой выпуск циклона Д: 2024 год – 17 шт.; 2025 год – 33 шт.</p> <p>Прогнозная цена за 1 единицу с учетом инфляции: 2024 год – 15.750.000 руб. 2025 год – 16.985.000 руб.</p> <p>Первоначальные инвестиции: 36.036.000 руб.</p> <p>Рентабельность проекта: 2024 – 29% 2025 – 41%</p> <p>Способ финансирования: сочетание собственных средств и внутригрупповой заем</p>
2. Порядок и структура финансирования	
Предполагаемый объем финансового обеспечения стартап-проекта	36 млн руб.
Предполагаемые источники финансирования стартап-проекта	Собственные средства компании
Оценка потенциала рынка и рентабельности стартап-проекта	Ориентировочный объем продаж в год составит 400–750 млн руб. Рентабельность проекта – 16,9% (Данные ФНС по видам экономической деятельности)

Важно подчеркнуть, что реальная работа по стартапу началась значительно раньше, чем обозначено на рисунке 2. Предварительная подготовка была связана с ведением переговоров с предприятиями, потенциально готовыми предоставить студентам место для практики с участием в разработке стартап-проекта. Из пяти работодателей в конечном итоге осталась только одна компания.

Для принятия финансовых решений по моделированию основных финансовых показателей бизнес-идеи корпоративного партнера университета создается команда, определяются методы, способы источники финансирования, возможности масштабирования предлагаемого проекта и коммерциализации, что позволяет обозначить контуры содержания стартап-проекта (табл. 3), зоны ответственности всех стейкхолдеров проекта. Для оценки слабых и сильных сторон стартап-проекта проведем анализ внутренней и внешней среды, в которой производится продукт стартапа и реализуется его распределение в рыночной конкурентной среде. SWOT-анализ не в полной мере может обеспечить точность прогнозирования эффективности реализации стартапа, однако он на этапе анализа конкурентных факторов и слабых сторон производственного цикла способен обнаружить и подчеркнуть те стороны, которые потребуют привлечения дополнительных материальных и финансовых ресурсов для купирования и профилактики рисков, реализуемых в макро- и микросреде.

Расчет рисков и гарантий в стартап-проекте необходим для того, чтобы оценить вероятность успеха или неудачи проекта, а также определить возможные последствия от его реализации. Это позволяет предпринимателям принимать обоснованные решения при разработке бизнес-плана и стратегии развития компании.

Расчет рисков помогает выявить потенциальные проблемы, которые способны возникнуть в процессе работы над проектом. Например, это могут быть недостаток финансирования, конкуренция на рынке или технические сложности. Зная о возможных рисках заранее, предприниматели могут разработать меры по их предотвращению или минимизации.

Гарантии же предоставляют защиту инвесторам и партнерам от потерь в случае неудачного исхода проекта. Они могут включать в себя различные формы страхования, договоры о возмещении убытков и другие механизмы защиты интересов сторон. Гарантии помогают повысить доверие к проекту со стороны инвесторов и партнеров,

что способствует привлечению дополнительных ресурсов для его реализации.

Таким образом, расчет рисков и гарантий является важным этапом разработки стартап-проекта. Он позволяет оценить шансы на успех, выявить потенциальные проблемы и разработать меры по их предотвращению, а также защитить интересы инвесторов и партнеров.

В целом можно сказать, что спрос со стороны студентов, вузов и работодателей на участие в стартапах разных стратегий будет только расти, так как такого рода работа соответствует реализации интересов всех сторон стартапа, предоставляет им дополнительные преимущества и обеспечивает возможности развития.

Заключение

Университеты рассматривают разработку эффективной модели сетевого взаимодействия в образовательном процессе. В каждой модели могут быть предусмотрены формы проектной деятельности и сетевого взаимодействия, к примеру летняя школа ВТБ, школа управления рисками, Евразийский экономический форум молодежи с проведением ежегодных стратегических сессий, развитие студенческой науки, определение критериев и условий под студенческий стартап, формирование рекомендаций от корпоративных партнеров по адаптации молодых специалистов в бизнесе. Проектная деятельность в образовательном процессе также реализуется при сетевом взаимодействии с партнерами, курсовое проектирование осуществляется по утвержденной корпоративным партнером тематике, исследование проводится после освоения компетенций по результатам практических занятий с наставниками со стороны партнера, мастер-классов, панельных дискуссий, при этом для каждого обучающегося определяется индивидуальное задание под задачи и цели корпоративного партнера. Что касается практического модуля, реализация которого носит распределенный характер, обучающиеся с начала и до конца семестра в свободный учебный день проходят практику на территории партнера, формируя дополнительные профессиональные компетенции в целях повышения уровня конкурентоспособности на рынке труда. В связи с новой геополитической и социально-экономической ситуацией остро встает вопрос о проектировании нового дизайна национальной системы высшего образования и обеспечения качества образовательных результатов в новых условиях цифровой экономики. Важно обеспечить качество высшего образования в эпоху структур-

ных перемен и трансформаций, сохраняя при этом требования государственных стандартов и не снижая уровень востребованности выпускников, достигая общественно-профессиональный консенсус.

В заключение хотелось бы отметить, что представленная авторами структурно-логическая схема исследования сетевого взаимодействия вуза с корпоративными партнерами в образовательном процессе при построении финансовой модели управления стартапами имеет практическую ценность как для развития образовательных услуг, так и для вовлечения корпоративных партнеров в образовательные процессы вузов в целях формирования экосистемы молодежного предпринимательства и кадрового резерва. Кроме этого, финансовая модель управления проектным обучением в высших учебных заведениях имеет контент масштабируемости и коммерциализации, а также представленная финансовая модель открывает возможности привлечения дополнительных финансовых ресурсов в рамках хозяйственной деятельности университетов, корпоративных стипендий, стажировок для студентов и, как следствие, для всех заинтересованных участников эффективно принятые финансовые решения реализации стратегических проектов и бизнес-идей. В настоящее время по-прежнему необходимо принять ряд управленческих решений для повышения конкурентоспособности образовательных программ высшего образования, где реализуются стартапы как дипломы в рамках сетевого взаимодействия, в целях формирования дополнительных профессиональных компетенций в области финансовых расчетов и финансовой аналитики. Таким образом, возможно более эффективно повысить уровень конкурентоспособности портфеля образовательных программ и в целом рейтинг российского вуза на национальном уровне.

Список литературы

1. Алисултанова Э.Д., Тасуев У.Р., Юсупова Р.В. Системы оценки студенческих стартапов на основе технологий нейронных сетей // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2022. Т. 18 (1). С. 183-192. DOI: 10.25559/SITITO.18.202201.183-192.
2. Кирьянова А.В., Спешилова Н.В., Гореликова-Китаева О.Г. Проблемы и преимущества защиты выпускной квалификационной работы в форме стартап // Вестник Оренбургского государственного университета. 2021. № 1 (229). С. 47-55. DOI: 10.25198/18146457-229-47.
3. Бейзеров Н.А. Методика оценки стартапов на начальных этапах становления // Инновации и инвестиции. 2017. № 4. С. 22-25.
4. Ko C.-R., An J.-I. Success factors of student startups in Korea: From employment measures to market success // Asian Journal of Innovation and Policy. 2019. Vol. 8, No. 1. P. 97-121. DOI: 10.7545/ajip.2019.8.1.097.
5. Makai A.L. Startup ecosystem rankings // Hungarian statistical review. 2021. Vol. 4, No. 2. P. 70-74. DOI: 10.35618/hsr2021.02.en070.
6. Olokundun M., Dishon G.J., Ibidunni A.S., Ogbari M. Empathy and University Students' Business Startups: The Moderating Role of Experiential Learning // Universal Journal of Educational Research. 2020. Vol. 8, No. 12. P. 6415-6428. DOI: 10.13189/ujer.2020.081207.
7. Киселева О.Н., Васина А.В., Сысоева О.В. Сетевизация высших учебных заведений как фактор повышения инновационного развития региона // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2023. Т. 14 (1). С. 53-60. DOI: 10.18287/2542-0461-202314-1-53-60.
8. Шуклина Е.А., Певная М.В. Предприятия и ВУЗы региона: формы сетевых взаимодействий в оценках экспертов. Университетское управление: практика и анализ. 2018. Т. 22(3). С. 86-99. DOI: 10.15826/umpra.2018.03.029.
9. Краснова Г.А., Тесленко В.А. Анализ основных моделей сетевого взаимодействия образовательных организаций. Университетское управление: практика и анализ. 2017. Т. 21(4). С. 30-40. DOI: 10.15826/umpra.2017.04.047.
10. Пономарев А.В., Осипчукова Е.В. Модель развития партнерства университета и его выпускников. Университетское управление: практика и анализ. 2023. Т. 27(1). С. 65-76. DOI: 10.15826/umpra.2023.01.008.
11. Шайлиева М.М. Маркетинговые аспекты эффективности студенческого стартапа // Маркетинг и логистика. 2020. № 5 (31). С. 87-91. DOI: 10.1108/ET-10-2020-0310.
12. Шувалова Н.А. Методические основы разработки финансовых моделей монетизации стартапов // Экономические системы. 2023. № 2. С. 63-75. DOI: 10.29030/2309-2076-2023-16-2-63-75.
13. Красностанова М.В. Социометрические показатели в оценке стартапов // Мир экономики и управления. 2018. Т. 18 (2). С. 132-152. DOI: 10.25205/2542-0429-2018-18-2-132-152.
14. Кузьмин И.А. Методика экономической оценки стартапов // Московский экономический журнал. 2021. № 3. С. 486-494. DOI: 10.24412/2413-046X-2021-10159.
15. Родин Е.Н., Дмитриев А.Н. Создание многокритериальной модели оценки качества стартапов // Российское предпринимательство. 2014. № 3 (249). С. 128-135.