

Рудик Н. В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”, м. Київ, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4367-0392>

МЕТОД ПРОЄКТІВ ЯК ПРАКТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ ІДЕЙ СТУДЕНТІВ У FINTECH-ІНДУСТРІЇ

Одвічним питанням для студентства залишається апробація теоретичних знань на практиці. Тому пропозиція реалізувати здобуті знання та реально зіштовхнутися із фінансовою стороною питання відкриття власної справи через метод проєктів дає можливість студентам об'єднати здобуті знання, власні амбіції та повною мірою проявити індивідуальність у інноваційному мисленні.

Стартап як форма малого ризикового (венчурного) підприємництва впродовж останнього десятиліття набула значного поширення у світі через зниження бар'єрів входу на ринок. Із появою Інтернету як інструменту комунікацій і збуту стало простіше знаходити споживачів та інвесторів, займатися пошуком ресурсів, перетинати кордони між ринками різних країн. Стартапи вважаються однією з наріжних складових інноваційної економіки, оскільки за рахунок мобільності, гнучкості та великої кількості загальна маса інноваційних ідей зростає.

Розроблення та виведення стартап-проєкту на ринок передбачає здійснення низки кроків, в межах яких визначають ринкові перспективи проєкту, графік і принципи організації виробництва, фінансовий аналіз, аналіз ризиків та заходи з просування пропозиції для інвесторів.

Узагальнено етапи розроблення стартап-проєкту можна подати у вигляді покрокового заповнення системи таблиць, які допоможуть студентам структурувати необхідну інформацію. Цей метод інноваційної освіти використовується протягом вивчення дисципліни “Податкова система”, тому також включає ведення податкового обліку майбутніми фінансистами.

Підготовка проєкту допомагає студентам продемонструвати знання сутності та особливостей ринку інноваційної продукції, його інституціональних складових; алгоритму комерціалізації власної ідеї; особливостей поведінки споживачів інноваційної продукції; засад, етапів та принципів ситуаційного аналізу ринку; основних груп ринкових факторів, що створюють можливості та загрози для реалізації стартап-проєкту; засад пошуку інформації для проведення ринкового аналізу; потенційно можливих джерел фінансування стартап-проєкту, їх сильних і слабких сторін; складових та алгоритму розроблення ринкової стратегії стартап-проєкту; вміння працювати із податковим законодавством та формувати релевантну систему оподаткування для власної справи.

Уміння, які можуть продемонструвати студенти під час такої роботи: використовувати ринково-орієнтований економічний підхід до розв'язання науково-технічних завдань; аналізувати ринкове середовище для стартап-проектів із зазначенням факторів впливу; будувати ієрархію факторів із окресленням сутнісних зв'язків між ними, міри та характеру впливу на стан ринку науково-технічних інноваційних розробок; розробляти заходи з комерціалізації стартап-проекту; формувати систему складових бізнес-стратегії для стартап-проектів; управляти взаємодією учасників стартап-проекту; визначати доцільні форми впливу стартап-компанії на ринок відповідно до проведеного аналізу його стану з урахуванням специфіки його функціонування; проводити порівняльний аналіз переваг і недоліків різних стартап-проектів; обирати найліпший варіант ведення податкового обліку власної справи.