

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ**  
**«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ**  
**ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

**РОЗРОБЛЕННЯ**  
**СТАРТАП-ПРОЕКТУ**  
**Практикум**

*Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського  
як навчальний посібник для здобувачів ступеня магістра  
за спеціальностями 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані  
технології» та 161 «Хімічні технології та інженерія»*

Київ

КПІ ім. Ігоря Сікорського

2019

**Розроблення стартап-проекту:** Практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та спеціальності 161 «Хімічні технології та інженерія» / О.А. Підлісна, Ю.В. Тюленєва ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 0,2 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 46 с.

*Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського  
(протокол № 10 від 20.06.2019 р.)  
за поданням Вченої ради факультету менеджменту та маркетингу  
(протокол № 9 від 22.04.2019 р.)*

*Електронне мережне навчальне видання*

**Підлісна Олена Анатоліївна, канд. техн. наук, доц.,  
Тюленєва Юлія Валеріївна, канд. екон. наук, доц.**

## **РОЗРОБЛЕННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТУ**

### **Практикум**

**Відповідальний редактор:** Круш П.В., канд. екон. наук, проф.

**Рецензенти:** Дученко М.М., канд. екон. наук, доц. кафедри теоретичної і прикладної економіки КПІ ім. Ігоря Сікорського

Практикум «Розроблення стартап-проекту» призначений для підготовки здобувачів ступеня магістра за спеціальностями 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та спеціальності 161 «Хімічні технології та інженерія» за денною та заочною формами навчання. В навчальному посібнику подано загальні вимоги до виконання практичної частини кредитного модуля на практичних заняттях протягом семестру та під час самостійної роботи студентів, подано наповнення стартап-проекту, викладено методичні положення щодо вирішення практичних задач впровадження ідеї стартап-проекту. До кожної теми надано перелік питань для дискусії, що дозволяють студентам закріпити лекційний матеріал, а також перелік літературних джерел, за допомогою яких студент має змогу більш поглиблено ознайомитися з проблематикою, що була розглянута на лекції. Навчальний посібник розроблено з метою отримання студентами практичних навичок з підготовки та презентації стартап-проектів фахового спрямування, надання можливості студентам в повній мірі систематизувати знання отримані на лекціях та розширити свої знання та вміння у практичному застосуванні.

© Підлісна О.А., Тюленєва Ю.В. 2019  
© КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. ОПИС КРЕДИТНОГО МОДУЛЯ.....	6
2. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ ТА ОФОРМЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РОЗРОБКИ СТАРТАП-ПРОЕКТУ .....	9
2.1. Тема та зміст стартап-проектів .....	9
2.2. Вибір варіанту практичної роботи над стартап-проектом .....	11
2.3. Загальні вимоги до змісту стартап-проекту .....	11
2.4. Загальні вимоги до оформлення результатів роботи з розроблення стартап-проекту.....	12
2.5. Нумерація при оформленні результатів практичної роботи з розроблення стартап-проекту .....	12
3. ОЦІНЮВАННЯ ТА ЗАХИСТ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИЧНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ З РОЗРОБКИ СТАРТАП-ПРОЕКТУ .....	15
4. ЗМІСТ ОСНОВНИХ ЧАСТИН СТАРТАП-ПРОЕКТУ .....	17
4.1. Резюме: конкретизація бізнес-ідеї, мети стартапу, об'єкт дослідження, місце розробки у інноваційному ланцюжку цінності .....	17
4.2. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища стартапу.....	19
4.3. Визначення ключових факторів успіху проекту .....	22
4.4. Визначення потенційних споживачів.....	23
4.5. Ціна інноваційної пропозиції на ринку .....	27
4.6. Концепція бізнес-моделі проекту та карта бізнес-процесів реалізації проекту.....	34
4.7. Ризики стартап-проекту та методи управління ними.....	36
5. ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТА ЗАХИСТ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ.....	40
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	42
ДОДАДКИ.....	43
Додаток А.....	44
Приклад оформлення Титульного аркуша стартап-проекту як результату практичної роботи студентів .....	44
Додаток Б.....	45
Вимоги до оформлення списку літератури.....	45

## ВСТУП

Вивчення кредитного модуля «Розроблення стартап-проектів» базується на отриманні студентами практичних навичок з розробки інновації і підготовки результатів до презентації зацікавленим сторонам. Тому робота студента під час практичних занять і самостійної роботи студента побудована як послідовність кроків з виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань, що передбаченим кредитним модулем «Розробка стартап-проектів». Виконання даного практикуму в ході аудиторних занять і самостійної роботи студентів з кредитного модуля «Розробка стартап-проектів» дозволить здобувачам вищої освіти опанувати матеріал основних змістових модулів дисципліни, набути навичок практичного виконання економічних розрахунків, застосування принципів і методів аналізу для обґрунтування оптимальних рішень.

**Мета навчального посібника** – засвоєння лекційного, практичного матеріалу за основними розділами кредитного модуля «Розробка стартап-проектів» та формування у студентів:

- компетенцій із застосування знань з впровадження, організації і управління підприємницькою діяльністю на хімічному виробництві
- здатності застосовувати професійно профільовані знання і практичні навички з хімічної технології і інженерії для ведення ефективної підприємницької діяльності підприємством як цілим і окремими виробничими підрозділами, як основними так і допоміжними, підсобними
- здатності прогнозування показників та визначення економічної доцільності прийняття управлінських рішень;
- компетенцій з управління інноваціями на хімічному виробництві, управління процесом генерування, впровадження і оцінки прибутковості стартап-проектів
- здатності застосовувати професійно профільовані знання і практичні навички з технології для організації роботи підрозділу і визначення бюджету виробництва,
- навичок і вмінь з управління об'єктами хімічного виробництва, застосування методів та технологій прийняття управлінських рішень при організації та забезпеченні ринкової діяльності підрозділів виробництв переробної промисловості України (сектор С),
- умінь і навичок прийняття комерційно обґрунтованих рішень;
- здатності формувати напрями інноваційного розвитку виробництва;
- здатності до системного мислення в умовах економіки сталого розвитку.

Основним завданням рекомендацій до практикуму з кредитного модуля «Розробка стартап-проектів» є формування у студентів здатності приймати рішення із застосуванням отриманих теоретичних знань на підставі аналізу результатів проведених розрахунків.

Згідно з вимогами програми навчальної дисципліни студенти в результаті виконання практичної складової мають продемонструвати такі результати навчання:

**компетенції** із застосування знань:

– основ управління перспективною і операційною діяльністю підприємства,

– методології підготовки і прийняття управлінських рішень,

– механізму управління технологічними інноваціями;

**вміння:**

– формувати технічне завдання на роботу,

– формувати систему цілей виробництва,

– визначати ефективність і перспективність стартап-проектів, джерела їх фінансування

– організовувати операційну діяльність в умовах невизначеності,

– оцінювати ефективність управлінських рішень при заснуванні підприємств, проведенні та припиненні господарської діяльності,

– управляти інтелектуальним потенціалом підприємства,

– оперувати факторами сучасного маркетингового середовища,

– комерціалізувати виробничі інновації,

– формувати систему інноваційного розвитку виробництва;

**досвід:**

– підготовки управлінських рішень,

– оцінки економічної і ринкової доцільності управлінського рішення,

– оцінювати ризики виробництва, підприємства,

– формування калькуляції витрат на інноваційні продукти, формування аналітичних техніко-технологічних висновків за даними таблиці доходів і витрат,

– застосування концепцій сталого розвитку в управлінні,

– формування технічного завдання на роботу,

– презентації інноваційних рішень власникам виробництва, інвесторам та іншим зацікавленим суб'єктам ринкової діяльності.

## 1. ОПИС КРЕДИТНОГО МОДУЛЯ

Кредитний модуль передбачає 18 годин викладення лекційного матеріалу, 36 годин практичних занять з дисципліни та 36 годин самостійної роботи студентів.

Практичні заняття побудовані як практикум, коли усі заняття об'єднані загальною темою і під час практичного заняття студенти закріплюють під керівництвом викладача теоретичні знання і виконують окремий визначений перелік робіт практичного спрямування із розробки інноваційної ідеї фахового профілю для презентації її після завершення підготовки інвесторам та іншим зацікавленим сторонам у вигляді самостійного стартап-проекту.

Отримані під час практичного заняття навички і уміння студент закріплює в ході самостійної роботи відповідно до плану виконання стартап-проекту. Самостійна робота студентів з дисципліни «Розробка стартап-проектів» спрямована на формування у студентів практичних навичок з економіки та управління суб'єктами господарювання в реальному часі.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є організація підприємницької діяльності через реалізацію стартап-проектів, оцінка особливостей підприємницької діяльності хімічних виробництв, визначення особливостей управління ресурсами хімічного виробництва в умовах конкурентного середовища, вивчення особливостей формування та управління реалізацією стартап-проектів з просування на ринок як продукту, так і ідей і технологій. Досліджується складна сукупність етичних, креативних, критичних поглядів на ринкові, господарські, економічні, правові, функціональні технологічні і інженерні відносини у сфері виробництва. Формування комунікаційного середовища хімічного виробництва, формування навичок ділового спілкування та командної роботи.

Міждисциплінарні зв'язки: кредитний модуль «Розробка стартап-проектів» є логічним продовженням нормативної дисципліни ОС бакалавр «Економіка, організація і менеджмент хімічного виробництва» або «Економіка, організація та управління хімічним підприємством», основана на професійно-адаптованих знаннях цієї дисципліни, базується на фундаментальних, соціально-економічних та професійно-практичних технологічних дисциплінах таких як «Технологічне управління виробництвом», «Сучасні технології у виробництві», «Устаткування та проектування виробництв», «Хімічні технології», тощо. Є етапом підготовки до виконання дипломної роботи магістра – комерціалізація наукової розробки, оцінка ринкових перспектив інновації, управління ризиками

господарської діяльності, техніко-економічне обґрунтування вибору управлінських рішень з метою оптимізації витрат і формування сприятливого психологічного клімату у колективі.

В ході практикуму викладач і здобувачі вищої освіти оцінюють кожен етап підготовки останніми стартап-проектів відповідно до рейтингової системи оцінювання (PCO) кредитного модуля.

За результатами практикуму студенти оформлюють результативну роботу – стартап-проект і презентують здобутки публічно. Презентація і захист стартап-проекту оцінюються відповідно до PCO.

План тем і питань практикуму кредитного модуля «Розробка стартап-проектів» з розподілом за практичними заняттями і годинами самостійної роботи студентів наведено у таблиці.

Практичне заняття		Кількість годин на СРС	Тема практичного заняття	Питання СРС
№п/п	Кількість аудиторних годин			
1	2	1,5	Обговорення особливостей роботи в межах кредитного модулю та ідей, технологій, методики, продукту для розробки на практичних заняттях і під час СРС	Скласти перелік інноваційних ідей, технологій, методики, продукту
2	2	1,5	Оцінка перспективності ідей, технологій, продуктів для впровадження на ринок і визначення тем для розробки як стартап-проектів. Видача завдання на практикум та обговорення вимог до оформлення звіту і захисту стартап-проекту	Формування опису стартап-ідеї
3	2	1,5	Оцінка змісту стартап-проекту, визначення місця інновації у ланцюжку цінностей	Оформлення отриманих результатів
4	2	2	Оцінка факторів зовнішнього середовища стартап-проекту	Оформлення отриманих результатів
5	2	2	Оцінка факторів внутрішнього середовища стартап-проекту	Оформлення отриманих результатів
6	2	1,5	Оцінка факторів успіху ідеї	Оформлення отриманих результатів
7	2	1,5	Визначення ключових факторів успіху розробки	Оформлення отриманих результатів
8	2	1,5	Визначення потенційних споживачів	Оформлення

			розробки	отриманих результатів
9	2	2	Проведення маркетингових польових досліджень	Проведення польових досліджень
10	2	2	Формування паспорту клієнта	Оформлення отриманих результатів
11	2	1,5	Оцінка потенційного попиту на результат розробки	Оформлення отриманих результатів
12	2	1,5	Оцінка економічних показників розробки	Оформлення отриманих результатів
13	2	1,5	Оцінка бізнес-процесів стартап-проекту	Оформлення отриманих результатів
14	2	1,5	Системний аналіз стартап-проекту	Оформлення отриманих результатів
15	2	2	Оцінка ризиків стартап-проекту	Оформлення отриманих результатів
16	2	1	Презентація і захист стартап-проектів	Аналіз і виправлення недоліків стартап-проекту
17	2	10	Дискусія з обговорення результатів практикуму	Підготовка зо написання залікової роботи
18	2	-	Залік	-



## **2. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ ТА ОФОРМЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИКУМУ**

### **2.1. Тема та зміст завдання для розробки стартап-проекту**

Стартап є механізмом реалізації інноваційної моделі підприємницької діяльності – передбачає використання будь-яких можливостей (у межах закону) для підприємництва, навіть якщо власних ресурсів для цього недостатньо. Схема дій при розробці і реалізації стартапу наступна: формування мети, вивчення зовнішнього середовища у пошуках альтернативних можливостей, оцінка власних ресурсів і співставлення їх зі знайденими можливостями, пошук у зовнішньому середовищі додаткових джерел ресурсів, діяльність з реалізації мети.

Практикум передбачає оцінку студентами можливості комерціалізації розробки. Сучасним підходом до оцінки ринкової цінності ідеї, технології, методики, продукту є формування стартап-проекту.

Метою практикуму для студентів технічного напрямку підготовки є формування:

- здатності застосовувати професійно профільовані знання і практичні навички з хімічної технології і інженерії для оцінювання спроможності реалізовувати та комерціалізувати розробки у сфері хіміко-технологічних процесів;

- системних знань і навичок щодо ефективного використання ресурсів для досягнення мети господарської діяльності з найменшими затратами у стислі терміни.

Техніко-економічне обґрунтування стартап-проекту починається з оцінки ринкових позицій інноваційної ідеї, технології, методики, продукту. В основі розробки стартап-проекту закладається ідея, що направлена на розробку продукту, технології, методики, устаткування, програмного продукту.

Темою практичної та самостійної роботи студентів може бути: «Розробка технологічного стартап-проекту», «Розробка інформаційного стартап-проекту», «Стартап у лабораторному впровадженні» чи «Комерціалізація ідеї через стартап-проект».

Викладач видає здобувачам вищої освіти змістовне завдання на практикум і зазначає у ньому дату видачі завдання, кінцевий термін подання звіту на комплексну перевірку і дату публічного захисту стартап-проектів.

Для виконання практикуму студент повинен виконати наступні завдання:

1) конкретизувати бізнес-ідею, мету стартапу, об'єкт дослідження, місце розробки у інноваційному ланцюжку цінності;

2) оцінити загрози і можливості, переваги і недоліки зовнішнього і внутрішнього середовищ ідеї, технології, методики, програми;

3) визначити ключові фактори успіху проекту;

4) визначити три основні групи потенційних споживачів ідеї, технології, методики, програми;

5) розрахувати потенційний попит з урахуванням коефіцієнтів гальмування; плановий обсяг випуску продукції за місяцями (за перший рік реалізації);

6) сформувати паспорт потенційного споживача;

7) розрахувати ціну інноваційної пропозиції на ринку;

8) сформувати концепцію бізнес-моделі проекту; скласти карту бізнес-процесів реалізації проекту;

9) оцінити ризики розробки та запропонувати методи управління ними.

За результатами виконання здійснюється презентація роботи тривалістю 3 хвилини.

Оформлені результати практикуму, як оригінальне теоретико-прикладне дослідження, повинне мати певну логіку побудови, послідовність і завершеність.

Стартап-проект як результат роботи студентів складається із наступних розділів:

1. Резюме (вступ): бізнес-ідея, мета стартапу, техніко-економічні показники. Загальна характеристика розробки (тема, назва, суб'єкт замовлення, об'єкт дослідження, місце розробки у інноваційному ланцюжку цінності, плановий обсяг випуску продукції за місяцями (за перший рік реалізації). Виділити терміни: продукт, технологія, джерела сировини, кваліфікація персоналу, споживач, ринок збуту, конкурентні переваги, вартість розробки і ринкова ціна, період повернення капіталовкладень.

**Обсяг 2 стор.**

2. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища стартапу – таблиця загроз і можливостей зовнішнього середовища, таблиця переваг і недоліків внутрішнього середовища. Методом Шонфільда визначити ключові фактори успіху проекту. Запропонувати договір на виконання НДР.

**Обсяг 5 стор**

3. Розробка анкети для споживачів з метою визначення їх бачення запропонованої інновації. Розробити паспорт клієнта.

**Обсяг 3 стор**

4. Оцінка ринкових позицій інноваційної розробки: розробити анкету для визначення місця розробки у системі ринкового впровадження. Запропонувати і надати аналіз джерел фінансування стартапу, розрахунок ціни інноваційної пропозиції на ринку (порівняти прогнозні ціни за витратним методом, агрегатним, параметричним, конкурентним методами і методом точки беззбитковості).

**Обсяг 5-7 стор.**

5. Оцінка ризиків та страхування розробки: перелік ризиків інноваційної розробки, ймовірність їх настання, вплив на очікуваний результат, методи страхування.

**Обсяг 2 стор.**

## **2.2. Вибір студентами варіанту роботи під час практикуму**

Практична робота виконується кожним студентом самостійно на основі власних розрахунків та особисто проведених досліджень.

Тема роботи обирається студентом самостійно або як складова теми дипломної роботи магістра після консультування з керівником магістерської дисертації.

Звіт у вигляді стартап-проекту, виконаний копіюванням, перенесенням оригінальних текстів без посилання на джерела або компоюванням тексту з готових блоків оригінальних джерел зараховує з оцінкою «незадовільно».

## **2.3. Загальні вимоги до змісту звіту з практикуму**

Звіт з практикуму у вигляді стартап-проекту має містити: титульний аркуш, зміст, резюме, основні розділи, висновки, список використаних джерел.

На титульному аркуші обов'язково зазначається: найменування вищого навчального закладу, де студентом виконано стартап-проект; найменування факультету та кафедри; назву проекту; прізвище, ім'я та по-батькові автора; науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали наукового керівника; місто і рік (приклад наводиться у Додатку А).

Зміст звіту (стартап-проекту) має складатися з переліку питань, розглянутих в даних рекомендаціях (приклад подано у розділі 2.1).

Список використаних джерел інформації (літератури) слід розміщувати в порядку згадування джерел в тексті звіту (стартап-проекту) за їх наскрізною нумерацією.

## **2.4. Загальні вимоги до оформлення звіту з практикуму**

Текст звіту (стартап-проекту) має бути надрукований на комп'ютері. Закреслення, вставки, довільні скорочення слів (крім загальноприйнятих) і будь-які позначення не дозволяються.

Загальний обсяг роботи становить 20-25 сторінок, надрукованих через 1,5 інтервалу (60-62 знаки в рядку, 29 рядків на сторінці). Поля: верхнє – 25 мм, нижнє – 20 мм, праве – 10 мм, лівє – 30 мм. Шрифт – Times New Roman, розмір – 14. Розділи, підрозділи, їх назви та інші змістові частини виділяються напівжирним шрифтом. Кожний розділ починається з нової сторінки, кожний підрозділ не відривається від основної частини. Текст основної частини звіту (стартап-проекту) має відповідати пунктам змісту та бути чітко розділеним.

Титульний аркуш роботи оформлюється за наведеною формою (Додаток А). На аркуші, наступному за титульним, наводиться зміст звіту (стартап-проекту) з зазначенням відповідних сторінок тексту.

Усі сторінки мають бути пронумеровані. Робота зшивається скобами. Звіт (стартап-проект) у такому вигляді подається викладачу на кінцеву перевірку не пізніше визначеного викладачем терміну (відповідно до виданого завдання) на кафедру для рецензування.

## **2.5. Нумерація в роботі за самостійною роботою студентів**

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знаку №.

Нумерація сторінок здійснюється у правому верхньому куті сторінки. Перша сторінка звіту (стартап-проекту) – титульний аркуш, не нумерується, але включається до загальної нумерації сторінок звіту.

У звіті рисунки і таблиці необхідно подавати безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Рисунки (особливо це стосується тих, що зображенні на міліметровому папері) і таблиці, розміщені на окремих сторінках звіту (стартап-проекту), включають до загальної нумерації сторінок.

Рисунок позначають словом «Рисунок *номер по порядку* – *Назва*» і нумерують послідовно. Номер рисунку та його назва розміщуються під ілюстрацією з вирівнюванням по центру. Шрифт тексту рисунку – 12 пт, Times New Roman, інтервал – 1,0.

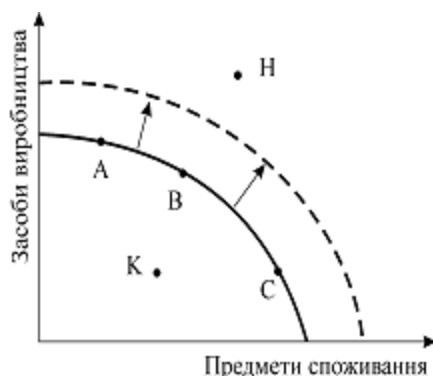


Рисунок 1 – Приклад зображення рисунку (Межа виробничих можливостей)

Після рисунку через один інтервал починається новий абзац тексту.

Таблиці нумерують послідовно. Назва таблиці з зазначенням її номеру розміщується безпосередньо над таблицею. Вирівнювання здійснюється аналогічно основному тексту. Слово «Таблиця» виділяють напівжирним шрифтом («Таблиця 1 –») та відокремлюються від назви таблиці тире. У разі переносу частини таблиці на іншу сторінку назва таблиці не дублюється, замість неї використовується: «Продовження табл.» і вказують номер таблиці, наприклад: «Продовження табл. 1».

Шрифт змісту таблиці – 12 пт. Times New Roman, інтервал – 1,0. Після таблиці робиться один абзац відступу до початку нового абзацу тексту.

Приклад

Таблиця 1 – Приклад таблиці

Показники	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018

Формули нумерують послідовно. Нумери формул пишуть біля правого поля аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (3) (третя по черзі формула). Приклад формули:

$$\text{Формула} \quad (3)$$

При написанні звіту (стартап-проекту) студент може робити посилання на джерела, матеріали з яких наводяться у роботі. Такі посилання дають змогу, за необхідності, відшукати ті чи інші документи і перевірити достовірність наведених у роботі відомостей.

Посилання даються одразу після закінчення цитати у квадратних дужках, де вказується порядковий номер джерела у списку використаних джерел та відповідна сторінка джерела (наприклад, [3, с.18]). Використані

джерела прописуються в порядку їх згадування в тексті та оформлюються відповідно до прикладу поданого в Додатку Б.

### 3. ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТУ ТА ЗАХИСТ СТАРТАП-ПРОЕКТУ

Оцінка звіту з практикуму здійснюється за рейтинговою шкалою відповідно до Положення про кредитно-модульну організацію навчального процесу в КПШ ім. Ігоря Сікорського та Методичних рекомендацій щодо розробки та застосування рейтингових систем оцінювання успішності студентів. Рейтингова оцінка з практикуму матиме три складові. Перша – оцінює роботу студентів на практичних заняттях. Друга (стартова до звіту з практикуму) характеризує роботу студента з підготовки та оформлення звіту з практикуму – якість проведеного аналізу та розрахунків. Третя складова характеризує якість захисту студентом стартап-проекту.

Заключним етапом є захист стартап-проекту, який відбувається згідно з затвердженим розкладом. Під час захисту стартап-проекту студент повинен показати впевнені знання з об'єкта дослідження, розкрити зміст розглянутих положень у звіті з практикуму і надати ґрунтовні і вірні відповіді на додаткові та уточнюючі запитання.

Студент за практикум отримує дві окремі оцінки – за роботу протягом семестру під час практичних занять (до 55 балів) та оцінку звіту з практикуму та захисту стартап-проекту (до 45 балів). Стартап-проект, який відповідає викладеним у цих методичних рекомендаціях вимогам, залежно від його якості оцінюється (з 45 балів):

- підготовка та оформлення звіту – 15 балів,
- захист стартап-проекту – 30 балів.

#### *Критерії оцінювання звіту:*

- «відмінно» – 15-13 балів – звіт поданий на перевірку вчасно, за змістом і сутністю повністю відповідає завданню, вірно розв'язані задачі;
- «добре» – 12-10 балів – робота подана на перевірку вчасно, за змістом і сутністю повністю відповідає завданню, присутні неточності у теоретичних завданнях або розрахункові помилки в задачах;
- «задовільно» – 9-5 балів – робота подана на перевірку вчасно, за сутністю повністю відповідає завданню, робота містить правильні відповіді на теоретичні завдання і не повний розв'язок практичного завдання;
- «незадовільно» – 4- 0 балів – робота відсутня або зміст роботи свідчить, що студент не володіє матеріалом;
- за несвоєчасну здачу – «-5» балів

#### *Критерії оцінювання захисту стартап-проекту:*

– «відмінно» – 30-25 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, розкриті теоретичні та практичні аспекти, доповідь містить критичний аналіз економіко-організаційних заходів і техніко-економічних показників, високий рівень презентації, повні відповіді на додаткові запитання;

– «добре» – 24-20 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, в доповіді містяться деякі неточності або є питання до структуризації доповіді, відсутні висновки за результатами роботи, неповні відповіді на додаткові запитання;

– «задовільно» – 19-10 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, питання висвітлені на неналежному рівні, низький рівень презентації, студент не може відповісти на додаткові запитання але володіє основними економічними поняттями, орієнтується в проблемі;

– 9-0 балів – доповідь відбувається не за календарним планом, питання висвітлені на неналежному рівні, низький рівень презентації, студент не може відповісти на додаткові запитання але володіє основними економічними поняттями, орієнтується в проблемі.

**До заліку допускається студент, який до початку сесії виконав завдання практикуму, захистив стартап-проект, набрав необхідну кількість балів відповідно до вимог РСО.**



## 4. ЗМІСТ ОСНОВНИХ ЧАСТИН СТАРТАП-ПРОЕКТУ

### 4.1. Резюме: конкретизація бізнес-ідеї, мети стартапу, об'єкту дослідження, місця розробки у інноваційному ланцюжку цінності

Систематизація матеріалів розробки стартапу (як резюме) – пишеться після написання всього матеріалу, але подається на початку роботи і систематизується у вигляді таблиці 1.

**Таблиця 1** – Резюме стартап-проекту

Показник	Характеристика
1. Сутність ідеї	
2. Наявність аналогів або прототипів ідеї	
3. Основна потреба, яку задовольнить реалізований стартап	
4. Ступінь розробленості технології реалізації	
5. Класифікація продукту стартапу за міжнародною класифікацією товарів	
6. КВЕД, до якого може належати дане виробництво	
7. Очікувана потужність стартапу	<i>мале підприємство, середнє, велике</i>
8. За масштабом виробництва	<i>одиничне, серійне, масове</i>
9. За рівнем спеціалізації	<i>вузькопрофільне, багатoproфільне, комбіноване</i>
10. За ресурсами, що споживатимуться	<i>працемістке, матеріаломістке, капіталомістке, інформаційномістке</i>
11. За чисельністю персоналу	<i>мале, середнє, велике</i>
12. Органи управління при реалізації стартапу	<i>національні, міжнародні, офшорні, транснаціональні, ...</i>
13. Бажане географічне розташування - потужностей стартапу; - офісу стартапу; - збутової мережі; - постачальників комплектуючих.	
14. Місце ідеї у ланцюжку цінностей інноваційного процесу	
15. Гранична корисність ідеї стартапу	
16. Бізнес-модель стартапу	
17. Конкуренти вітчизняні (ціна, на якому етапі реалізації знаходяться, основні конкурентні переваги, фактори успіху)	
18. Конкуренти іноземні (ціна, на якому етапі реалізації знаходяться, основні конкурентні переваги, фактори успіху)	
19. Ключові фактори успіху стартапу	
20. Споживачі (основні на етапі впровадження, групи, орієнтовна чисельність)	
21. Планова кількість продукту розробки для першого етапу реалізації	
22. Мінімальна кількість виробництва за методом	

Показник	Характеристика
точки безбитковості	
23. Споживачі на етапі розвитку	
24. Споживачі на етапі зрілості	
25. Конкурентна ціна на продукт стартапу	
26. Плановий рівень рентабельності при реалізації продукту	
27. Капіталовкладення в проект	
28. Період повернення капіталовкладень у проект	
29. Джерела фінансування	<i>внутрішні, зовнішні національне, іноземне, спільне багатонаціональний,...</i>
30. Основні компоненти продукції стартапу (їх доля у готовому товарі, ступінь готовності компонентів у наявному виробництві)	
31. Потенційні постачальники складових компонентів розробки (виділити вітчизняних і закордонних, плановий обсяг замовлень, наявна потужність постачальника)	
32. Планове місце реалізації результату розробки (місце, планова доля реалізації продукту через це місце)	
33. Наявність посередників при реалізації (так, ні, орієнтовні посередники, форми оплати їх діяльності)	
34. Методи просування результатів розробки на ринок	<i>пропаганда, реклама, особистий продаж, стимулювання збуту</i>

*Обов'язково:*

*Виділити та розкрити терміни: продукт, ідея, технологія, методика, джерела сировини, кваліфікація персоналу, споживач, ринок збуту, конкурентні переваги, вартість розробки і ринкова ціна, період повернення капіталовкладень (короткий опис, результат попередніх розрахунків).*

Загальна характеристика розробки (табл. 1) надається через поняття:

- тема, назва;
- мета проекту;
- суб'єкт замовлення;
- об'єкт дослідження;
- місце розробки у інноваційному ланцюжку цінності (рис. 1).

При визначенні мети проекту варто надати його характеристику за критеріями:

- місце запропонованого товару у міжнародній класифікації товарів,
- цінність – будь-яке матеріальне або ідеальне явище, яке має значення для людини чи суспільства, заради якого вона діє, витрачає сили, час, гроші, здоров'я тощо, заради якого вона живе.

– гранична корисність товару – суспільна цінність, що споживач втратить при відмові від цього товару.

Цінність може формуватися на будь-якому етапі ланцюжка цінностей (рис. 1).

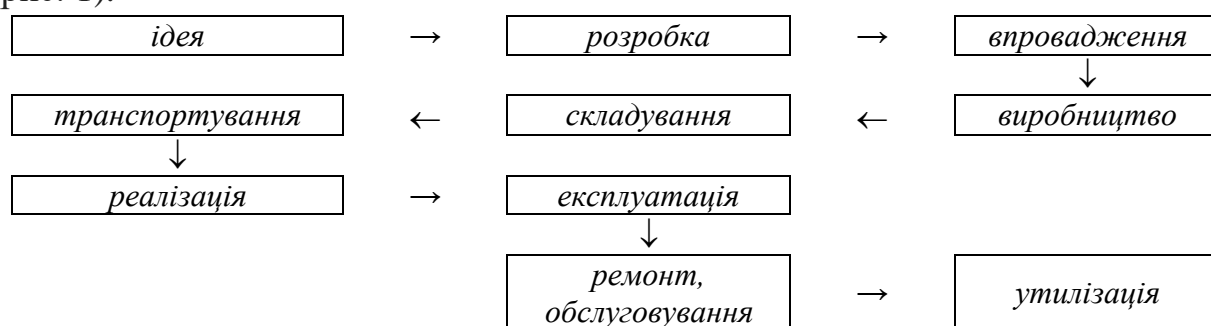


Рисунок 1 – Інноваційний ланцюжок цінності

Визначення цінності і граничної корисності дозволить сформуванню паспорт потенційного клієнта для продукту, ідеї, технології, методики, програми. Усвідомлення рис потенційного клієнта сформує свідомий вибір моделі підприємництва:

- бізнес для бізнесу: B2B;
- бізнес для споживача: B2C;
- споживач для споживача: C2C;
- рівний до рівного;
- машина до машини;
- інші.

#### 4.2. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища стартапу

Реалізація ідеї, розробки, методики здійснюється через суб'єкта підприємницької діяльності – підприємство, організацію. І цей суб'єкт підприємництва буде інвестувати або не буде інвестувати у проект з урахуванням впливу на нього факторів зовнішнього, внутрішнього оперативного і внутрішнього середовища його діяльності (рис. 2).

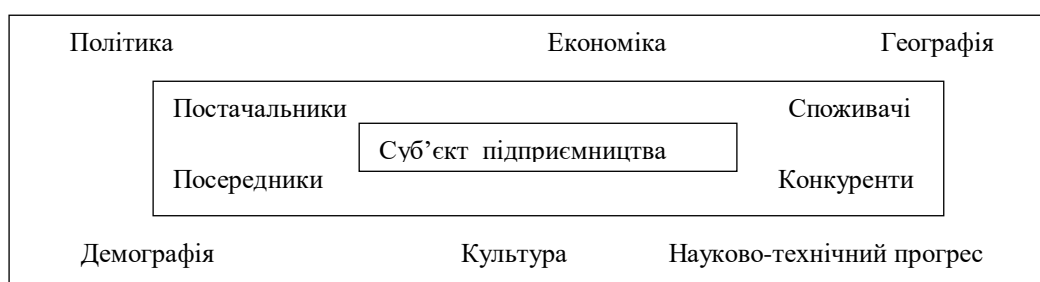


Рисунок 2 – Зовнішнє і внутрішнє оперативне середовище підприємства

Зовнішнє середовище безпосередньо не впливає на підприємство, але формує загрози і можливості цього підприємства. До факторів зовнішнього середовища відносять політику, економіку, географію, демографію, культуру, науково-технічний прогрес (табл. 2). Зовнішнє середовище, яке не підконтрольне нашому підприємству, досліджується за загрозами і можливостями: – як вплинуть на нашу діяльність на тому чи іншому ринку сучасні тенденції розвитку науки та техніки, економічної ситуації у світі (країні, регіоні), зміна державної політики та законодавства країн-імпортерів нашої продукції та постачальників.

**Таблиця 2** – Аналіз загроз і можливостей зовнішнього середовища

	<b>Загрози</b>	<b>Можливості</b>
<b>Економіка</b>		
1. Створено лояльні умови для розвитку малого бізнесу	- чим загрожує для підприємства -	+ які перспективи забезпечує в діяльності підприємства в процесі розробки, впровадження та реалізації стартап ідеї +
2.		
3.		
<b>Політика</b>		
1.		
2.		
3.		
<b>Науково-технічний прогрес</b>		
1.		
2.		
3.		
і т.д.		

До факторів зовнішнього оперативного середовища відносять конкурентів, постачальників, посередників, споживачів (табл. 3).

**Таблиця 3** – Аналіз факторів зовнішнього оперативного середовища

<b>Фактор</b>	<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
Конкуренти		
1		
2		
Постачальники		
1		
2		

Зовнішнє оперативне середовище формує переваги і недоліки підприємства, яке є суб'єктом реалізації стартап-проекту порівняно з конкурентами, визначає підходи до вибору постачальників, тощо.

У підприємства можуть бути конкуренти за функціями, за видом діяльності, за методами надання інформації, за методами конкурентної боротьби, за долею ринку. Студенту варто визначити тенденції кожного виду конкуренції.

За результатами аналізу факторів зовнішнього і зовнішнього оперативного середовищ студент формує перелік зацікавлених сторін (табл. 4) для визначення потенційних загроз у процесі впровадження розробки, при формуванні ризиків стартап-проекту (інноваційної розробки).

**Таблиця 4 – Аналіз зацікавлених сторін**

Зацікавлена сторона	Вплив її на реалізацію проекту	Цікавість її до проекту	Загальний коефіцієнт впливу на проект
<b>Суб'єкти зовнішнього оперативного середовища</b>			
Виробник:			
Постачальник			
Споживачі			
Посередники			
<b>Зовнішнє середовище</b>			
Політичні структури			
Суб'єкти економічного середовища			
Власники географічних об'єктів			
Суб'єкти демографії			
Суб'єкти культурного середовища			
Суб'єкти НТП			

Внутрішнє середовище підприємства – це його організація, техніко-технологічні особливості діяльності, кадри (їх кількісний та якісний склад, спеціалізація, рівень освіти, досвід), забезпеченість основними та оборотними засобами, стан основних засобів (рівень зношеності).

При виконанні економічної частини, студент повинен оцінити можливості конкретного підприємства або групи підприємств як потенційних об'єктів для впровадження інноваційної ідеї реалізації стартап-проекту

(оцінюються можливості підприємства, на прикладі якого виконується магістерська робота) .

Аналіз внутрішнього середовища підприємства забезпечує визначення сильних та слабких сторін в процесі реалізації стартап-проекту, що саме буде сприяти забезпеченню розробки, впровадженню, а що створюватиме перешкоди (ризик) в розробці, впровадженні та реалізації ідеї стартап-проекту (табл. 5).

**Таблиця 5 – Переваги і недоліки внутрішнього середовища (приклад)**

	<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
Організаційна структура	+ сильні сторони +	- слабкі сторони -

За результатами аналізу зовнішнього, зовнішнього оперативного і внутрішнього середовищ конкретизують об'єкт стартап-проекту – що саме (інноваційну ідею, технологію, методику, програму) буде запропоновано до розгляду потенційним інвесторам.

Скласти проект договору на виконання науково-дослідної роботи з одним з потенційно визначених інвесторів.

### **4.3. Визначення ключових факторів успіху проекту**

На підставі аналізу факторів зовнішнього і зовнішнього оперативного середовищ студент повинен визначити ключові фактори успіху власної ідеї, технології, методики. Ключові фактори успіху – ті, на які підприємство може самостійно впливати під час виробництва і реалізації продукту. Ключові фактори успіху варто надати у вигляді діаграми Шонфільда. Приклад розрахунку та діаграми представлені в табл. 6 та на рис. 3.

*Приклад розрахунку методом Шонфільда*

*Таблиця 6 – Приклад оцінки характеристики за методом Шонфільда*

<i>Характеристика</i>	<i>Коефіцієнт вагомості характеристики</i>	<i>Оцінка характеристик</i>		
		<i>Наша продукції</i>	<i>Конкурент А</i>	<i>Конкурент Б</i>
<i>Ціна</i>	<i>0,3</i>	<i>5</i>	<i>4</i>	<i>4</i>
<i>Пакування</i>	<i>0,2</i>	<i>2</i>	<i>5</i>	<i>3</i>
<i>Дотримання вимог нормативної документації</i>	<i>0,5</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>3</i>

*З урахуванням коефіцієнту вагомості характеристики визначається бальна оцінка кожної характеристики для нашої продукції і для конкурентів:*

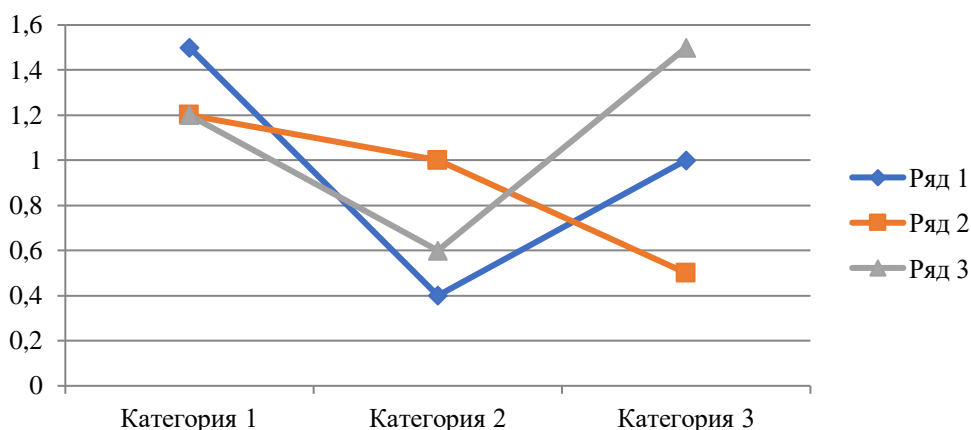
Характеристика	Бальна оцінка характеристик		
	Наша продукції	Конкурент А	Конкурент Б
Ціна	$0,3*5=1,5$	$0,3*4=1,2$	$0,3*4=1,2$
Пакування	$0,2*2=0,4$	$0,2*5=1,0$	$0,2*3=0,6$
Дотримання вимог нормативної документації	$0,5*2=1,0$	$0,5*1=0,5$	$0,5*3=1,5$

На підставі отриманих бальних оцінок будується графік порівняння конкурентних переваг нашого підприємства з конкурентами.

На основі аналізу ключових факторів успіху стартап-проекту формують можливі варіанти розвитку інноваційної ідеї та визначають перспективний напрям її розвитку (табл. 7).

**Таблиця 7** – Варіанти розвитку ідеї стартапу

Варіант	Стислий опис можливого розвитку
1.	
2.	
3.	



**Рисунок 3** – Порівняння конкурентних переваг підприємства з конкурентами

#### 4.4. Визначення категорій потенційних споживачів

Особливістю розробки стартап-проектів є отримання оцінки потенційного споживача ще на етапі формування інноваційної ідеї. Тому студент повинен дослідити потреби **потенційних** споживачів.

На етапі обговорення ідеї стартапу ми визначаємо потреби споживачів і перевіряємо правильність визначення їх шляхом отримання первинної інформації – тільки від самих споживачів. *Не намагайтеся продати те, що ви виготовили, спробуйте виготовити те, що зможете продати.*

Для виконання цього завдання студент формує перелік потенційних споживачів для стартап-продукту. Їх аналіз здійснюється з врахуванням специфіки продукту, товарів, технологій, що є ідеєю стартап-проекту (табл. 8). Визначаються перспективні споживачі на різних етапах реалізації проекту

та бізнес-моделі стартап-проекту, механізмів роботи з клієнтами, обрання моделей інноваційної діяльності (B2B, B2C, ...).

**Таблиця 8 – Класифікація потенційних споживачів**

<b>Критерій</b>	<b>Значення</b>
<b>1. Юридична особа</b>	
1. Форма власності (державне, приватне, колективне, комунальне, змішане,...)	
2. КВЕД	
3. За потужністю (малі, середні, великі)	
4. За масштабом виробництва (одиничні, серійні, масові)	
5. За рівнем спеціалізації (вузькопрофільні, багатопрофільні, комбіновані)	
6. За ресурсами, що споживаються (працемісткі, матеріаломісткі, капіталомісткі, інформація)	
7. За чисельністю персоналу (малі, середні, великі)	
8. За сферою діяльності (виробничі, комерційні, фінансові, посередницькі, страхові...)	
9. За приналежністю капіталу і контролю (національні, іноземні, спільні багатонаціональні,...)	
10. За географічним розташуванням	
11. За віддаленістю органів управління (національні, міжнародні, офшорні, транснаціональні,...)	
12. За характером господарської діяльності (промислові, сільськогосподарські, транспортні, будівельні, фінансово-кредитні, страхові, туристичні, консалтингові,...),	
13. За рівнем технологічної цілісності (провідні, дочірні, філії,...)	
14. За долею іноземного капіталу (з іноземними інвестиціями (більше 10%), іноземне підприємство (100%)).	
15. За формуванням статутного капіталу (унітарні, корпоративні)	
16. За організацією виробничих процесів (періодичні, безперервні)	
17. За роботою протягом року (сезонні, позасезонні)	
18. За географічним розташуванням на території України	
19. За наявністю вільних ОБЗ (коштів)	
20. За динамікою розвитку регіону розташування юридичної особи: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Регіон</li> <li>• Чисельність населення</li> <li>• Динаміка росту регіону</li> <li>• Структура регіону</li> <li>• Правові обмеження торгівлі</li> </ul>	
Інші характеристики (за потребою)	
<b>2. Фізична особа</b>	
1. Вік	
2. За платоспроможністю (визначити розмір готовності платити за придбання продукту, послуги)	
3. За соціальним рівнем споживачів (кількість майна, рівень зарплати, доступ до ресурсів)	
4. За способом життя (звички, традиції, стереотипи поведінки) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Фізичні</li> <li>• Психологічні</li> <li>• Емоційні</li> <li>• Духовні</li> </ul>	



Критерій	Значення
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Соціальні</li> <li>• Інтелектуальні</li> </ul>	
5. Тип особистості споживачів (традиціоналіст, ідеаліст, фрустрант (низька самооцінка), реаліст, гедоніст (задоволення тут і зараз))	
6. За ставленням до товару <ul style="list-style-type: none"> <li>• Мотивація придбання</li> <li>• Пошук вигоди</li> <li>• Ставлення до товару</li> <li>• Інформованість про товар</li> <li>• Інтенсивність споживання товару</li> </ul>	
• За сімейними цінностями (склад сім'ї, рівень сімейного доходу, етап життєвого циклу сім'ї, традиції)	
7. За співвідношенням бажання придбати і цінової межі (порівняти цифри парами «місячний дохід – вартість одиниці товару»)	
8. За інтенсивністю споживання товару <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разове придбання</li> <li>• Періодичне придбання</li> <li>• Систематичне придбання</li> </ul>	
• За інформованістю (самоосвіта, ЗМІ, спеціальні джерела)	
Інші характеристики (за потребою)	

При виконанні дослідження потреб споживачів студент може застосовувати наступні методи збору інформації:

- Опитування (інтерв'ю, анкетування);
- Спостереження;
- Ринковий експеримент.

Обраний метод зазначається у роботі.

Результатом дослідження потреб споживача є формування (обрання) трьох основних груп потенційних клієнтів (виділяють за проблемами, які для конкретної групи вирішує стартап-продукт). Отримані результати систематизують у вигляді таблиці 9. На підставі отриманих результатів коригується ідея, технологія, методика, програма, формуються вимоги до кінцевого продукту.

**Таблиця 9 – Основні групи потенційних споживачів і їх потреби**

Категорія (група) клієнтів	Потреби, які він задовольняє за допомогою Вашого продукту
1.	
2.	
3.	
<b>Відкоригована ідея стартап проекту</b>	

Метою оцінки потенційних споживачів є визначення перших клієнтів, які придбають дану стартап-розробку.

Для того, щоб конкретизувати потенційного клієнта, формують паспорт клієнта – документ, який визначає характерні особливості потенційних клієнтів, їх вимоги до продукту, проблему, яку вони мають бажання розв’язати за допомогою цього продукту (табл. 10). В ідеальному випадку кожна група споживачів повинна мати свій паспорт. Студент може обмежитися паспортом клієнта для провідної (основної, першої) групи споживачів.

**Таблиця 10** – Паспорт потенційного клієнта

Характеристика	значення	примітки
Організаційно-правова форма		
Класифікація -за потужністю -за чисельністю персоналу -за обсягом виробництва -за сезонністю виробництва -інше		
Розташування -місто -сміт -село -інше		
Вид продукту, який потрібен даному споживачеві		
Призначення придбаної розробки -за призначенням -інше		
Кваліфікація персоналу підприємства -робочі -службовці -керівники		
Потенційний обсяг споживання розробки -одиниця -1-5 -інше		
.....		
Хто приймає рішення про придбання розробки (узагальнена характеристика працівника)		
.....		

Визначення потенційного споживача дозволяє сформувати плановий обсяг реалізації стартап-проекту за місяцями (за перший рік реалізації) – табл. 11. Це може бути випуск продукції при реалізації технології, кількість проданих ліцензій при реалізації методики, кількість проданих програм при реалізації програмного продукту.

**Таблиця 11** – Запланований обсяг реалізації стартап-продукту (товарів, послуг)\*

	Січень, 2019	Лютий, 2019	Березень, 2019	Квітень, 2019	Травень, 2019	Червень, 2019	Липень, 2019	Серпень, 2019	Вересень, 2019	Жовтень, 2019	Листопад, 2019	Грудень, 2019
Запланований обсяг												

Примітка: \* період обирає самостійно, не обов'язково з січня, головне перші 12 місяців реалізації

#### 4.5. Ціна інноваційної пропозиції на ринку

Формуванням собівартості стартап-проекту не починають, як у звичайній підприємницькій діяльності, а закінчують роботу над фінансовими показниками. Верхня межа собівартості стартап-продукту формується після оцінки ринкової ціни товару і визначення рівня його прибутковості.

Визначення потенційного споживача і його особливостей при прийнятті рішення про придбання стартап-продукту дозволяє визначити ціну пропозиції для ідеї, технології, методики, програми на ринку (табл. 12).

**Таблиця 12** – Проектні ціни продажу ідеї, технології, методики, програми

Найменування товару	Планові обсяги продажу		Аналоги, прототипи	
	Кількість, од.	Ціна, грн/од.	Кількість, од.	Ціна, грн/од.

Формуванням собівартості стартап-проекту не починають, як у звичайній підприємницькій діяльності, а закінчують роботу над фінансовими показниками. Після оцінки ринкової ціни товару і визначення рівня прибутковості формується верхня межа собівартості.

##### Основні методи ціноутворення:

1. Метод, орієнтований на витрати (*витратний метод*):

$$Ц = С + \text{фіксований відсоток прибутку (від собівартості) [грн/од]} \\ \text{(або середня норма прибутку по даному виду товару),}$$

де Ц – прогнозована ціна товару, грн/од,

С – розрахована автором ідеї, технології, методики очікувана собівартість товару, грн/од.

2. *Агрегатний метод* – застосовується до товарів із складових елементів:

$$Ц = Ц_1 + Ц_2 + \dots + Ц_i, \text{ [грн/од],}$$

де Ц – ціна ідеї, технології, розробки, за якою автор пропонуватиме її на ринку, грн/од.,

Ц<sub>і</sub> – ціна і-того компоненту багатокомпонентного товару, грн/од.

3. *Параметричний метод* – враховує вагомість якісних параметрів товару і оцінку цих параметрів споживачем:

$$C_{\text{н\text{ової моделі}}} = C_{\text{базової моделі}} \times \frac{\text{Балова оцінка нової моделі}}{\text{Балова оцінка базової моделі}}, [\text{грн/од}],$$

де C<sub>н\text{ової моделі}}</sub> – ціна ідеї, технології, розробки, за якою автор пропонуватиме її на ринку, грн/од.,

C<sub>базової моделі}</sub> – ціна прототипу, аналогу, які вже існують на ринку, грн/од.,

*Балова оцінка нової моделі* – експертна оцінка (у балах) характеристик нової ідеї, технології, методики при їх застосуванні самим експертом в ході дослідного випробування; виставляється з урахуванням коефіцієнту вагомості даної характеристики у переліку ключових характеристик товару,

*Балова оцінка базової моделі* – експертна оцінка (у балах) характеристик аналогу, прототипу, які вже існують на ринку з урахуванням коефіцієнту вагомості даної характеристики у переліку ключових характеристик товару

*Приклад, фірмі необхідно розрахувати відпускну ціну на новий продукт. Ціна аналога – 135 грн, тоді ціна на новий становитиме (табл. 13):*

*Таблиця 13 – Приклад розрахунку ціни*

Продукт	Параметри						Ціна
	1		2		3		
	бали	коефіцієнт вагомості	бали	коефіцієнт вагомості	бали	коефіцієнт вагомості	одного балу = $135 / (45 \times 0,2 + 70 \times 0,4 + 80 \times 0,4) = 1,96$
Аналог	45	0,2	70	0,4	80	0,4	135
Новий	50	0,2	83	0,4	80	0,4	$1,96 \times (50 \times 0,2 + 83 \times 0,4 + 80 \times 0,4) = 147,4$

4. Метод ціноутворення на основі поточних цін або *конкурентний метод*. Застосовується при високому рівні рентабельності, коли підприємство може легко змінювати ціновий діапазон не втрачаючи споживачів. Активно застосовується при впровадженні на ринок інноваційного товару, який не має аналогів, прототипів. Цей метод є оптимальним при роботі над стартап-проектами.

5. Метод на основі *аналізу точки беззбитковості*. Полягає в тому, що ціна виробу визначається на основі розрахунку найоптимальнішого обсягу виробництва, який дає змогу відшкодувати всі витрати підприємства за рахунок отриманих валових доходів виходячи з «точки беззбитковості» (рис. 4).

Є обов'язковим другим методом при формуванні ціни стартапів. Відповідає на питання: а) якою повинна бути ціна щоб при заданому об'ємі виробництва отримати плановий прибуток; б) який є оптимальний об'єм виробництва, якщо на ринку склався певний рівень цін; в) застосовується при дефіциті ресурсів – якою повинна бути ціна щоб при збільшенні вартості ресурсів забезпечити плановий прибуток.

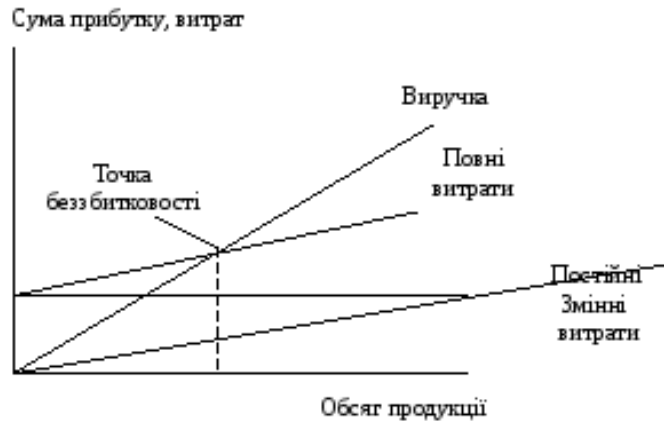


Рисунок 4 – Графік безбитковості

Розрахована студентом ціна пропозиції на ідею, технологію, методику, програму є основою для визначення верхньої межі собівартості розробки. Перехід від ціни до собівартості здійснюють з урахуванням законодавства України щодо ціноутворення (рис. 5).

Собівартість виробництва товарів та послуг	Прибуток виробника	Мито	Акциз	ПДВ	Посередницька надбавка			Торгова надбавка			
					Витрати посередника	Прибуток посередника	ПДВ посередника	Витрати торговлі	Прибуток торговлі	ПДВ торгівлі	
Ціна виробника											
Ціна оптова відпускна	→										
Ціна оптова закупівельна				→							
Роздрібна ціна											→

Рисунок 5 – Формування ціни в процесі руху товарів (робіт, послуг) до споживача

Розрахована як похідна від ринкової ціни верхня межа собівартості ідеї, технології, методики, програми повинна містити вартісні складові всього процесу розробки і виробництва. Тому калькуляцію варто складати з урахуванням етапів розробки і впровадження, реалізації стартап-проекту. Як документ калькуляція має бути затверджена автором проекту (табл. 14).

**Таблиця 14** – Калькуляція собівартості стартап-продукту (приклад)

№ п/п	Етап розробки / елемент собівартості	Кількісний показник	Вартісний показник
1	Етап розробки ідеї -сировина, матеріали -амортизація -заробітна плата і нарахування (ЄСВ) -електроенергія, паливо -інше		
2	Етап ринкового дослідження -сировина, матеріали -амортизація -заробітна плата і нарахування (ЄСВ) -електроенергія, паливо -інше		
3	Етап впровадження (дослідного випробування) -сировина, матеріали -амортизація -заробітна плата і нарахування (ЄСВ) -електроенергія, паливо -інше		
....			
n	Етап виходу на планову потужність ( <i>наприклад</i> ) .....		

Типи калькуляцій наведені у таблиці 15.

Деякі особливості внесення витрат у калькуляцію стартапу:

- визначаються основні етапи роботи над стартапом і визначається розподіл 100% витрат собівартості між цими етапами;
- визначається доля усіх груп витрат у собівартості кожного етапу (%);
- непрямі адміністративні витрати вносяться до кожного етапу роботи над стартапом пропорційно фонду оплати праці основного персоналу – виконавців цього етапу.

Статистика урахування витрат на науково-дослідні роботи у кінцевій промисловій продукції наступна:

- витрати на НДРіДКР – 40 % кінцевої собівартості виготовленого продукту;

– витрати на освоєння і впровадження виробництва – 50 % кінцевої собівартості виготовленого продукту;

– витрати на логістику, розповсюдження і збут – 10 % кінцевої собівартості виготовленого продукту.

**Таблиця 15 – Складові калькуляції**

Види калькуляції	
За елементами	За статтями
1. Затрати на сировину і матеріали	1. Прямі витрати: - Затрати на Сировину і матеріали для технологічних потреб (сировина, напівфабрикати, допоміжні матеріали, зворотні відходи) - Паливо і електроенергія на технологічні потреби - Сума заробітної плати основного виробничого персоналу - Єдиний соціальний внесок (нарахування на заробітну плату) на ЗП основного виробничого персоналу - Амортизаційні відрахування на виробниче обладнання 2. Непрямі витрати (які неможна безпосередньо віднести на собівартість виробництва конкретного виробу (утримання адміністративно-управлінського персоналу, загальноцехові і загальнозаводські витрати)).
2. Витрати на паливо і електроенергію	
3. Сума заробітної плати всіх працівників підприємства	
4. Єдиний соціальний внесок (нарахування на заробітну плату)	
5. Амортизаційні відрахування на утримання усіх ОЗ підприємства	
6. Інші витрати	

Визначивши складові калькуляції на розробку і реалізацію ідеї, технології, методики, програми студент оцінює відповідність цієї розробки ціновим рівням ринків обладнання, сировини, робочої сили для втілення проекту. Визначає вартісні показники основних і оборотних засобів проекту. Результати подає у вигляді таблиць 16, 17, 18.

**Таблиця 16 – Забезпеченість проекту основними засобами**

Місце ОЗ у технологічному процесі	Назва ОЗ	Повна початкова вартість ОЗ	Плановий період експлуатації ОЗ	Очікуваний постачальник	Джерело фінансування придбання

**Таблиця 17 – Забезпеченість проекту оборотними фондами**

Група ОбФ	Назва	Норма витрат на рік,	Ціна, грн/од	Очікуваний постачальник	Джерело фінансування
Сировина і матеріали	Сировина .....				
	Матеріали .....				
Паливо, електроенергія	Паливо .....				
	Електроенергія .....				
Напівфабрикати, запасні частини	Напівфабрикати .....				
	Запасні частини .....				

**Таблиця 18** – Забезпеченість проекту трудовими ресурсами

Категорія кадрів	Назва посади	Чисельність за списком на посаді	Кваліфікаційні вимоги	Плановий рівень заробітної плати	Джерело фінансування ФОП
Робочі основні	Апаратник				
	.....				
Робочі допоміжні	Слюсар				
	.....				
Спеціалісти	Інженер-технолог				
	Технік-технолог				
	.....				
Молодший персонал обслуговування	Лаборант				
	.....				
Керівники	Начальник зміни				
	Начальник цеху				
	.....				

Всі зазначені дані повинні бути скориговані до верхньої межі собівартості стартап-проекту і віддзеркаленні у бізнес-процесах, що проходить стартап-проект (далі при виконанні розрахунків).

Для визначення джерел фінансування стартапів рекомендується користуватися довідниковою інформацією (табл. 19, 20).

**Таблиця 19** – Джерела фінансування для підприємства, що працює

Запозичені	Власні
1) бюджетні інвестиції, у т. ч.: - державний бюджет; - Фонд Чорнобиля; - місцеві бюджети; - гранти. 2) кредити фінансових установ - вітчизняних; - іноземних. 3) інші кошти, у т.ч.: - кошти громадян; - кошти громадських організацій; - іноземні інвестиції.	- прибуток, одержаний від попередньої діяльності; - вкладення витрат на удосконалення у собівартість продукції; - збільшення собівартості нової продукції на вартість науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; - формування на підприємстві фонду розвитку виробництва, науки і техніки шляхом відрахувань чітко обумовленого відсотку з доходу або прибутку підприємства протягом всього періоду функціонування; - амортизаційний фонд підприємства; - гранти



**Таблиця 20 – Види інвестицій**

<b>Фінансові</b>	<b>Матеріальні</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Фінансові інвестиції;</li> <li>- Еквіваленти грошових коштів (строкові депозити з терміном виплати не більше 3 місяців, боргові папери, привілейовані акції, дебіторська заборгованість);</li> <li>- Облігації, акції, веселі;</li> <li>- Аванси, авансові внески;</li> <li>- Кредити банків (довгострокові і короткострокові);</li> <li>- Кредитні спілки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Інвестиційна нерухомість</li> <li>- Права користування природними ресурсами</li> <li>- Права користування майном</li> <li>- Права на об'єкти промислової власності</li> <li>- Авторське право</li> <li>- Технічні резерви</li> <li>- Безоплатно отримані оборотні активи</li> </ul>
<b>З власних джерел</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Амортизація нематеріальних активів;</li> <li>- Дооцінка активів;</li> <li>- Податковий кредит;</li> <li>- Затримка зарплати;</li> <li>- Дохід від реалізації;</li> <li>- Торгова націнка;</li> <li>- Дохід від реалізації оборотних активів;</li> <li>- Штрафи;</li> </ul>	
<b>Для зацікавлених промислових інвесторів</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Інвестиції в асоційовані підприємства;</li> <li>- Інвестиції у дочірні підприємства;</li> <li>- Доходи від фінансових операцій (дивіденди, відсотки).</li> </ul>	

Заключним етапом в оцінці вартісних показників стартап-проекту є оцінка його за техніко-економічними показниками (табл. 21).

**Таблиця 21 – Техніко-економічні показники проекту**

Показники	Одиниця виміру	Умовне позначення, формула розрахунку
1. Річний обсяг реалізації ідеї, технології, методики	Од.	В
2. Середньорічна чисельність персоналу за списком (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	Осіб	$Ч_{сп} = Ч_{яв} \times К_{пер}$
3. у тому числі - основних - допоміжних - інженерно-технічного персоналу	Осіб	
4. Середньорічний виробіток робітника (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	Од./особу	$ПП_{с.р.} = В / Ч_{сп}$
5. Капіталовкладення у проект (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту): - всього - на одиницю продукції	Грн. Грн./од.	$К = ОФ + ОБК$
6. Повна собівартість (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту): - всього - на одиницю продукції	Грн. Грн./од.	$С = А + ОБК$
7. Відносний прибуток (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	Грн./од.	$П = Ц - С$
8. Рентабельність (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	%	$Р = (П / С) \times 100$
9. Період повернення капіталовкладень (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	Років	$Т_{пов} = К / П$
10. Фондовіддача виробничих фондів (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	Грн../грн..	$ФВ = (Ц \times В) / ОФ$
11. Фондоємкість (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	Грн../грн..	$ФЄ = 1 / ФВ$
12. Продуктивність праці (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)	Грн../особу	$ПП = В / (Ч_{сп} \times Т)$
13. Коефіцієнт економічної ефективності (окремо на процес розробки і на процес реалізації проекту)		$Е = П / К$

#### **4.6. Концепція бізнес-моделі проекту та карта бізнес-процесів реалізації проекту**

Мета стартап-проекту – апробація моделі діяльності підприємства при реалізації стартап-проекту у тому числі через формування бізнес-моделі.

Бізнес-модель стартапу можна конкретизувати за допомогою схеми (рис.6). Схема є умовним інструментом систематизації ні узагальнення апрацювань при розробці стартап-проєкту.

Ключові партнери	Ключові види діяльності (місце у ланцюжку цінності)	Цінність пропозиції (ключові фактори успіху)	Клієнти (основні групи)	Проблеми споживачів, які вирішує розробка
	Ключові ресурси		Канали збуту	
Структура собівартості			Очікувані потоки доходу	

Рисунок 6 – Схема формування бізнес-моделі стартап-проекту

Розробка карти бізнес-процесів стартап-проекту конкретизує етапи, які проходить проект від ідеї (думки) до впровадження (продукту) і необхідні для цього ресурси.

Студенту пропонується розробити карту бізнес-процесів стартап-проекту (табл. 22). Описати всі етапи, які проходить стартап-проект від ідеї до втілення, визначити ресурси (матеріальні, фінансові, людських). Ресурси повинні співпадати з витратами, які були заплановані при формуванні калькуляції собівартості стартап-проекту (табл.14) і сума цих витрат не повинна перевищувати визначеної під час ринкових досліджень ціни пропозиції на стартап-продукт (табл.12).

**Таблиця 22** – Карта бізнес-процесів виконання стартап-проекту

Стадія реалізації стартап проекту	Бізнес-процеси	Характеристики		
		Задіяні ресурси	Орієнтовна тривалість процесу	Верхня межа фінансових витрат
Розробка ідеї стартапу				
Реалізація ідеї				
Впровадження у виробництво				
Масова реалізація				
Закриття або продаж проекту (якщо передбачено)				

На основі визначених етапів розписати відповідальних за реалізацію бізнес-процесів стартап-проекту (табл. 23), визначити кадрові потреби стартап-проекту на кожному з цих процесів..

**Таблиця 23** – Системний аналіз бізнес-процесів стартапу

Функції	Елементи									
	Розробник	:	:							

Забезпеченість стартап-проекту кадрами потрібної кваліфікації і компетенції є запорукою реалізації проекту .

#### 4.7. Ризики стартап-проекту та методи управління ними

Сформувати перелік ризиків інноваційної розробки (поділити їх на внутрішні та зовнішні) відповідно до стадій реалізації стартап-проекту (табл. 23). Ризики повинні перекликатися з загрозами та слабкими сторонами, що визначенні в пункті 2.2.

**Таблиця 23** – Ризики інноваційної розробки

Назва процесу / стадії реалізації стартап проекту	Бізнес-процеси	Зовнішні ризики	Внутрішні ризики
Розробка ідеї стартапу			
Реалізація ідеї			
Впровадження у виробництво			
Масова реалізація			
Закриття або продаж проекту (якщо передбачено)			

Для формування переліку ризиків необхідно провести їх ідентифікацію. Для полегшення ідентифікації ризиків доцільно скористатися класифікацією ризиків. Ризики класифікуються за категоріями та видами.

За категоріями ризики поділяються на:

– зовнішні (це потенційні події, які є зовнішніми щодо проекту та ймовірність виникнення яких не пов'язана з виконанням суб'єктами відповідних процесів, операцій);

– внутрішні (це потенційні події, ймовірність виникнення яких безпосередньо пов'язана з виконанням суб'єктами відповідних процесів, операцій).

У розрізі категорій ризики поділяються на види (рис. 7).

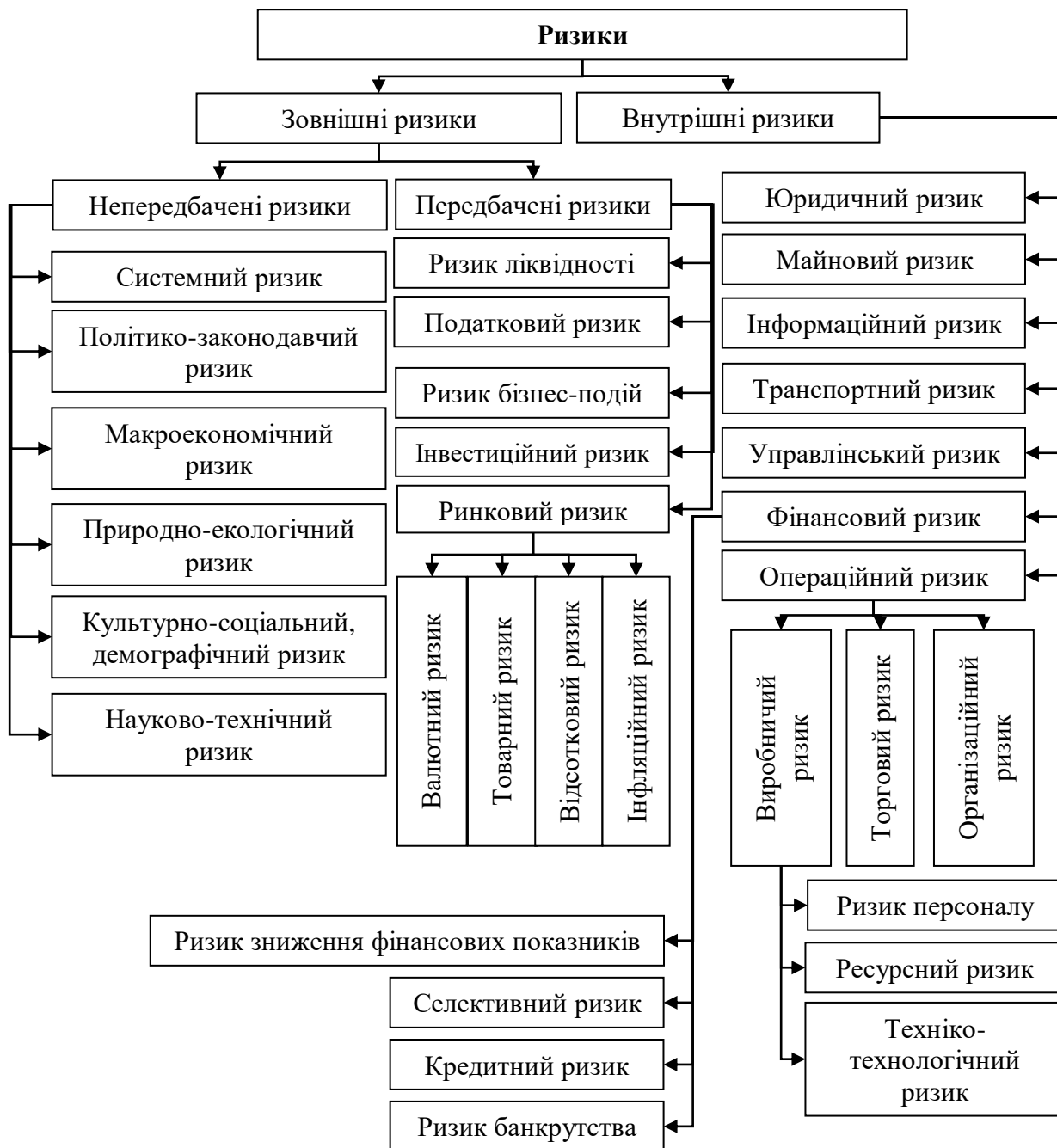


Рисунок 7 – Класифікація ризиків

Здійснити оцінку кожного ризику (табл. 24). Оцінка ризиків – визначення ступеня ризиків на основі експертних висновків за критеріями ймовірності настання ризиків та їх впливу на очікуваний результат.

За ймовірністю настання ризиків оцінюються за критеріями:

- низької ймовірності виникнення – це ризики, виникнення яких може відбутися у виняткових випадках;
- середньої ймовірності виникнення – це ризики, які можуть виникнути зрідка, але випадки виникнення вже були;
- високої ймовірності виникнення – це ризики, щодо яких існує велика ймовірність їх виникнення.

За впливом на очікуваний результат ризики оцінюються за критеріями:

- низького рівня впливу – це ризики, вплив яких є мінімальним та/або невеликої тяжкості;
- середнього рівня впливу – це ризики, вплив яких є середньої тяжкості;
- високого рівня впливу – це ризики, вплив яких є тяжким та/або особливо тяжким.

**Таблиця 24** – Ризики інноваційної розробки та ймовірність їх настання

Види ризиків	Назва ризику	Ймовірність настання	Вплив на очікуваний результат
<b>Зовнішні ризики</b>			
<b>Внутрішні ризики</b>			

Грукуються всі ризики за критеріями настання та впливом на очікуваний результат у Матриці оцінки ризиків (табл. 25).

**Таблиця 25** – Матриця оцінки ризиків

За впливом ризиків на очікуваний результат		За ймовірністю настання ризиків		
Критерій ризику	Числове значення	Низька ймовірність	Середня ймовірність	Висока ймовірність
		1	2	3
Високий рівень впливу	3	3* (1 x 3) (жовта зона)	6* (2 x 3) (червона зона)	9* (3 x 3) (червона зона)
Середній рівень впливу	2	2* (1 x 2) (зелена зона)	4* (2 x 2) (жовта зона)	6* (3 x 2) (червона зона)
Низький рівень впливу	1	1* (1 x 1) (зелена зона)	2* (2 x 1) (зелена зона)	3* (3 x 1) (жовта зона)

\* – сумарне числове значення (ЧЗ), (...) – у дужках зазначено колір зони

Після заповнення табл. 25 визначають ризики, що знаходяться у червоній та жовтій зонах (ЧЗ від 3 до 9 балів). Для обраних ризиків запропонувати методи управління ними (табл. 26). Для одного і того ж ризику може бути запропоновано декілька методів управління, і для декількох ризиків може бути запропонований один метод управління.

**Таблиця 26** – План заходів з управління ризиками

Назва ризику	Назва методу управління ризиком	Відповідальні виконавці	Період виконання / застосування методу	Очікувані результати від впровадження методів управління

Для обрання оптимальних методів управління ризиками пропонується використовувати приклади методів управління ризиками визначенні в табл. 27.

**Таблиця 27** – Методи управління ризиками

Методи управління ризиками	Приклад методу
Ухилення від ризику	Відмова від ризику: – Відмова від ненадійних партнерів, постачальників; – Відмова від прийняття ризикованих проектів, рішень
Прийняття ризику	– Самострахування – Створення резервів (в у натуральній або грошовій формі (фондів самострахування або фондів ризику)); – Покриття збитку з поточного доходу; – Запозичення (кредитування) – отримання кредитів та позик, державних дотацій для компенсації збитків та відновлення виробництва;
Попередження (скорочення) ризику	– Зниження частоти збитку; – Зменшення розміру збитків; – Поділ ризику (диференціація і дублювання); – Здобуття додаткової інформації; – Лімітування; – Стратегічне планування діяльності; – Прогнозування зовнішньої економічної ситуації; – Моніторинг соціально-економічного та правового середовища; – Активний цілеспрямований маркетинг;
Передача ризику	– Аутсорсинг ризику; – Надання гарантій, поручительства; – Укладання договорів факторингу; – Страхування; – Перерозподіл ризику серед групи економічних агентів; – Лізинг; – Спонсорство.

## 5. ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТА ЗАХИСТ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

За результатами практикуму студент формує звіт і презентаційний матеріал. Зміст можливих варіантів надання графічно-цифрового презентаційного матеріалу може бути наступним:

1. Зазначається основна інформація проекту – ключові особливості проекту, ідеї; на якому етапі ланцюжку цінностей знаходиться проект (що автор пропонує інвестору – ідею, товар, технологію, тощо. ступінь проробленості проекту), що і для кого пропонується, що автор хоче отримати в результаті реалізації проекту

2. Слайд зазначає статистичне або аналітичне (авторське) підтвердження актуальності задачі, яку повинен розв'язати проект після його реалізації. Рекомендується чітко зазначити наявні проблеми у потенційних споживачів які існували досі або виявлені авторами проекту, тенденції розвитку інформаційного і товарного середовищ. Бажано конкретизувати наявні у потенційного споживача проблеми (не більше трьох) і сконцентруватися на можливості даної ідеї, технології, методики їх розв'язати.

3. На слайді зазначається у вартісному і кількісному вигляді розмір потенційного ринку збуту кінцевого продукту. Варто надати інформацію як таблицю з показниками окремо по кожній з трьох основних категорій споживачів (черговості споживачів, яка була визначена при розробці стартапу на різних етапах впровадження продукту на ринок). Зазначається, яким чином визначено групи споживачів, як формувалася вибірка, які споживачі будуть першими десятима, першою двадцяткою, чому вони придбаватимуть продукт, як часто, чи є обмеження у кількості і вартості їх придбання.

4. На слайді зазначається перелік прототипів і аналогів, товарів-замінників. Зазначаються назви, марки основних конкурентів основні особливості їх продукту (ціна, потужність, виробнича потужність підприємств, аспекти якості, сервісу, обслуговування, тощо). Які особливості конкурентів автор проекту використав у власному проекті, які обійшов і, головне, які проблеми споживачів це дозволить розв'язати, за яку ціну, на який час. Чи легко конкуренти зможуть скопіювати розробку, яка ціна впровадження розробки у виробництво, чи є у конкурентів кошти на впровадження аналогів. Акцент – на ключові фактори успіху авторської розробки.

5. На слайді зазначається бізнес-модель реалізації проекту. Чітко виписуються три (перші) категорії споживачів. Автор зазначає основні канали просування і розповсюдження готової розробки. Зазначає



запропонований метод просування продукту на ринок (пропаганда, стимулювання попиту, стимулювання збуту, особистий продаж, реклама). Визначають особливості інноваційних каналів просування та збуту розробки..

6. При такому наданні презентаційної інформації рекомендується зазначити основні техніко-економічні показники проекту: обсяг збуту (грошовий і одиничний), точку беззбитковості (грошову і одиничну), витрати на основні і оборотні засоби (бажано у календарному плануванні за етапами, коли скільки необхідно), період повернення інвестицій при різних виробничих потужностях, можливості розширення ринку збуту (календарно). Може бути надана інформація для інвестора про плани автора щодо розвитку проекту – на який період розрахований, яка тривалість етапів життєвого циклу проекту очікується.

7. Пропозиції інвестору. На слайді варто у вигляді таблиці зазначити що необхідно автору проекту для його реалізації – гроші, консультація, допомога, обладнання, канали збуту, тощо. Зазначити суми і кількості з розбивкою на етапи (для уникнення лагів). Варто скласти план інвестицій з урахуванням автором ступеня проробленості ринку (можливо перші інвестиції необхідні для глибшого його вивчення), рівня захищеності ідеї (можливо потрібно отримати захисні свідоцтва), проробленості постачальників комплектуючих (можливо треба укласти договори про наміри, дослідити якість комплектуючих), кваліфікації персоналу (чи потрібно перенавчати). Особливостей територіального розміщення виробничих потужностей на кожному етапі життєвого циклу проекту

8. Визначення потенційних ризиків проекту із зазначенням основних ризиків (їх можна розбити на групи за етапами життєвого циклу проекту), ймовірності їх настання і ймовірності впливу на очікувані фінансові результати проекту.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Розроблення стартап-проекту [Електронний ресурс] : Методичні рекомендації до виконання розділу магістерських дисертацій для студентів інженерних спеціальностей / За заг. ред. О.А. Гавриша. – Київ : НТУУ «КПІ», 2016. – 28 с.

2. Основи виробничого підприємництва: Навчальний посібник / під ред. Підлісної О.А., Янкового В.В. –К.: ІВЦ «Видавництво Політехніка», НТУУ «КПІ», 2010. –287 с

3. Економіка підприємства: курс лекцій: у 2 кн./ під заг. ред. П.В. Круша, К.В. Шелехова. -К.: НТУУ «КПІ», 2012. – Кн.2. Теорія і практика господарювання. – Ч.1. – 280 с. – Бібліогр.: у кінці тем. – 100 прим.

4. Економіка підприємства: курс лекцій: у 2 кн./ під заг. ред. П.В. Круша, К.В. Шелехова. -К.: НТУУ «КПІ», 2012. – Кн.2. Теорія і практика господарювання. – Ч.2. – 342 с. – Бібліогр.: у кінці тем. – 100 прим.

5. Методичні вказівки до курсу «Основи підприємництва» для студентів хіміко-інженерних, хіміко-технологічних та біотехнологічних спеціальностей усіх форм навчання (бізнес-планування). / Уклад.: О.А. Підлісна, В.В. Янковий, М.П. Дорошенко. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004 – 48 с. – Бібліогр. с. 44-45. - 300 пр.

## **ДОДАТКИ**

Приклад оформлення Титульного аркуша звіту з практикуму

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»  
Хіміко-технологічний факультет**

**Звіт з практикуму**

**з дисципліни**

**РОЗРОБКА СТАРТАП-ПРОЕКТІВ**

На тему:

*«визначається назва теми»*

Виконавець:

Студента групи \_\_\_\_ - \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я та по-батькові)

Перевірив викладач:

к.е.н., доц. Тюленева Ю.В.

Київ, 20\_\_

## Вимоги до оформлення списку літератури

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги:  Один автор	1. Коренівський Д. Г. Дестабілізуючий ефект параметричного білого шуму в неперервних та дискретних динамічних системах / Коренівський Д. Г., К. : Ін-т математики, 2006. 111 с. (Математика та її застосування) (Праці / Ін-т математики НАН України ; т. 59). 2. Шкляр В. Елементал : [роман] / Василь Шкляр. Львів : Кальварія, 2005. 196, [1] с. (Першотвір).
Два або три автори	1. Суберляк О. В. Технологія переробки полімерних та композиційних матеріалів : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. В. Суберляк, П. І. Баштанник. Львів : Растр-7, 2007. 375 с. 2. Акофф Р. Л. Идеализированное проектирование: как предотвратит завтрашний кризис сегодня. Создание будущего организации / Акофф Р. Л., Магидсон Д., Эддисон Г. Д. ; пер. с англ. Ф. П. Тарасенко. Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. XLIII, 265 с.
Чотири автори	1. Механізація переробної галузі агропромислового комплексу : [підруч. для учнів проф.-техн. навч. закл.] / О. В. Гвоздєв, Ф. Ю. Ялпачик, Ю. П. Рогач, М. М. Сердюк. К. : Вища освіта, 2006. 478, [1] с. (ПТО: Професійно-технічна освіта).
П'ять і більше авторів	1. Психология менеджмента / [ Власов П. К., Липницкий А. В., Лушихина И. М. и др.] ; под ред. Г. С. Никифорова. [3-е изд.]. Х. : Гуманитар. центр, 2007. 510 с.
Без автора	1. Проблеми типологічної та квантитативної лексикології : [зб.наук.праць / наук. ред. Каліущенко В. та ін.]. Чернівці : Рута, 2007. 310 с.
Багатотомний документ	1. Історія Національної академії наук України, 1941-1945 / [упоряд. Л. М. Яременко та ін.]. К. : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2007 . (Джерела з історії науки в Україні). Ч. 2 : Додатки 2007. 573, [1] с. 2. Бондаренко В. Г. Теорія ймовірностей і математична статистика. Ч.1 / В. Г. Бондаренко, І. Ю. Канівська, С. М. Парамонова. К. : НТУУ "КПІ", 2006. — 125 с.
Матеріали конференцій, з'їздів	1. Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу : матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників ["Молодь України і аграрна реформа"], (Харків, 11—13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. Х. : Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. 167 с. 2. Кібернетика в сучасних економічних процесах : зб. текстів виступів на республік. міжвуз. наук.-практ. конф. / Держкомстат України, Ін-т статистики, обліку та аудиту. К. : ІСОА, 2002. 147 с.
<i>Словники</i>	1. Тимошенко З. І. Болонський процес в дії : словник-довідник основ. термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл. / З. І. Тимошенко, О. І. Тимошенко. К. : Європ. ун-т, 2007. 57 с. 2. Українсько-німецький тематичний словник [уклад. Н. Яцко та ін.]. К. : Карпенко, 2007. 219 с. 3. Європейський Союз : словник-довідник / [ред.-упоряд. М.

	Марченко]. 2-ге вид., оновл. К. : К.І.С., 2006. 138 с.
Законодавчі та нормативні документи	<p>1. Кримінально-процесуальний кодекс України : за станом на 1 груд. 2005 р. / Верховна Рада України. Офіц. вид. К. : Парлам. вид-во, 2006. 207 с. (Бібліотека офіційних видань).</p> <p>2. Медична статистика : зб. нормат. док. / упоряд. та голов. ред. В. М. Заболотько. К. : МНІАЦ мед. статистики : Медінформ, 2006. 459 с. (Нормативні директивні правові документи).</p>
Стандарти	1. Якість води. Словник термінів : ДСТУ ISO 6107-1:2004 ДСТУ ISO 6107-9:2004. [Чинний від 2005-04-01]. К. : Держспоживстандарт України, 2006. 181 с. (Національні стандарти України).
Частина книги, періодичного, продовжуваного видання	<p>1. Козіна Ж. Л. Теоретичні основи і результати практичного застосування системного аналізу в наукових дослідженнях в області спортивних ігор / Ж. Л. Козіна // Теорія та методика фізичного виховання. 2007. № 6. С. 15-18, 35-38.</p> <p>2. Гранчак Т. Інформаційно-аналітичні структури бібліотек в умовах демократичних перетворень / Тетяна Гранчак, Валерій Горовий // Бібліотечний вісник. 2006. № 6. С. 14-17.</p>
Електронні ресурси	<p>1. Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті : (підсумки 10-ї Міжнар. конф. „Крим-2003”) [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін, І. А. Павлуша // Бібліотечний вісник 2003. № 4. С. 43. Режим доступу до журн. : <a href="http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm">http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm</a>.</p>