

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

О. А. Шевчук, К.О. Бояринова, Н.В. Рощина

МЕНЕДЖМЕНТ СТАРТАП- ПРОЕКТІВ

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС З ДИСЦИПЛІНИ

Навчальний посібник

Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
як навчальний посібник для здобувачів ступеня магістра
за освітніми програмами:

«Електроенергетика та електромеханіка», «Електричні системи і мережі»,
«Електричні станції», «Електромеханічні системи автоматизації, електропривод та
електромобільність», «Електротехнічні пристрої та електротехнологічні
комплекси», «Управління, захист та автоматизація енергосистем», «Нетрадиційні
та відновлювані джерела енергії», «Електричні машини та апарати» спеціальності
141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка»

Електронне мережне навчальне видання

Київ
КПІ ім. Ігоря Сікорського
2023

Рецензент *Кравченко М. О., докт. екон. наук, проф.,
декан факультету менеджменту та маркетингу КПІ імені Ігоря
Сікорського*

Відповідальний
редактор *Ляш, О. І, докт. екон. наук, проф.*

*Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
(Протокол № 2 від 26.10.2023 р.)
за поданням Вченої ради факультету менеджменту та маркетингу
(Протокол № 2 від 25.09.2023 р.)*

Навчально-методичний комплекс дисципліни «Менеджмент стартап-проектів» розрахований на студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти, які навчаються за освітніми програмами: «Електроенергетика та електромеханіка», «Електричні системи і мережі», «Електричні станції», «Електромеханічні системи автоматизації, електропривод та електромобільність», «Електротехнічні пристрої та електротехнологічні комплекси», «Управління, захист та автоматизація енергосистем», «Нетрадиційні та відновлювані джерела енергії», «Електричні машини та апарати» спеціальності 141 "Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка".

У навчальному посібнику наводяться основні методичні рекомендації до вивчення дисципліни «Менеджмент стартап-проектів» на лекціях та практичних заняттях та викладаються завдання для самостійної роботи студентів для полегшення сприйняття інформації та забезпечення основних принципів системності викладання.

Для полегшення сприйняття інформації та забезпечення основних принципів системності у посібнику представлені тематичний план дисципліни, методичні поради до вивчення лекційного матеріалу, практичних занять, тематика самостійної роботи студентів. Надані тестові завдання для перевірки знань студентів, критерії поточного та підсумкового контролю.

Навчально-методичний комплекс сприятиме засвоєнню студентами необхідних теоретичних знань з дисципліни та набуттю навичок управління стартап-проектами та впровадження інновацій у динамічній галузі знань – електрична інженерія.

Реєстр. № НП XX/XX-XXX. Обсяг 7 авт. арк.
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
проспект Перемоги, 37, м. Київ, 03056

<https://kpi.ua>

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготовлювачів
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 5354 від 25.05.2017 р.

© О. А. Шевчук, К.О. Бояринова, Н.В. Рощина

© КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023

ВСТУП



Знання без дії безглуздо.

Абу Бакр

Наш світ зазнає глибокої трансформації, значною мірою зумовленої технологічним прогресом та пошуком сталих рішень, тож недарма ХХІ століття часто характеризують як епоху інновацій. Технологічні прориви змінили спосіб нашого життя, роботи та взаємодії з навколишнім середовищем. У жодній іншій галузі ця трансформація не є настільки очевидною, як у сфері електрики, електротехніки та електромеханіки. Традиційні практики поступаються місцем інноваційним підходам, які пропонують революційні зміни в тому, як ми генеруємо, розподіляємо та використовуємо електричну енергію, а інновації рухають галузь вперед: від інтелектуальних мереж і рішень з відновлюваних джерел енергії до електромобілів і автоматизації.

В основі такого перетворення лежить феномен стартапів. За останні десятиліття стартапи вийшли з невідомості, щоб стати рушійною силою світової економіки. Вибуховий ріст таких технологічних гігантів, як Apple, Amazon і Google, які починалися як стартапи, є прикладом величезного потенціалу малих інноваційних компаній для зміни галузей і ринків. Ця трансформаційна хвиля поширюється далеко за межі Кремнієвої долини, торкаючись різноманітних секторів, зокрема енергетики, де стартапи є новаторськими рішеннями для вирішення нагальних світових проблем.

Ці динамічні, часто молоді компанії які переосмислюють перспективи розвитку галузі – йдуть в авангарді інновацій. Вони є втіленням сміливих ідей, амбітних мрій і рішучості створювати рішення, які можуть змінити світ. Будь то революція в технологіях відновлюваних джерел енергії, розробка передових електричних систем або новаторська електромеханічна автоматизація, стартапи знаходяться в авангарді трансформації галузі.

У цьому контексті вивчення дисципліни «Менеджмент стартап-проектів» стає не просто актуальним, а обов'язковим, оскільки ви:

- навчитеся визначати проблеми, досліджувати рішення та втілювати ідеї в дії;
- отримаєте розуміння стартапів – вивчення унікальних характеристик стартапів, їхніх життєвих циклів і проблем, з якими вони стикаються.
- Набудете навички планування, виконання та моніторингу проектів, що є важливим для успіху будь-якого стартапу.
- розкриєте свій креативний та інноваційний потенціал для розробки новаторських рішень.
- навчитеся визначати ринкові можливості, проводити маркетингові дослідження та покращувати пропозиції продуктів або послуг.

Цей навчально-методичний комплекс був ретельно підібраний, щоб надати вам цілісне розуміння менеджменту стартап-проектів. За допомогою ретельно розроблених тем ви дослідите основи стартапів, методи управління проектами, мистецтво інновацій, аналіз ринку та підприємницьке лідерство. У кожній темі ви знайдете велику кількість знань, перетворених у практичні ідеї. Реальні приклади втілять теорію в життя, дозволяючи вам вчитися на успіхах і проблемах інших, хто почав підприємницьку діяльність.

Навчально-методичний комплекс дисципліни (НМКД) «Менеджмент стартап-проектів» призначено для студентів спеціальності 141 "Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка" освітньо-професійних програм: «Електроенергетика та електромеханіка», «Електричні системи і мережі», «Електричні станції», «Електромеханічні системи автоматизації, електропривод та електромобільність», «Електротехнічні пристрої та електротехнологічні комплекси», «Управління, захист та автоматизація енергосистем», «Нетрадиційні та відновлювані джерела енергії», «Електричні машини та апарати».

Проте, незалежно від того, чи є ви магістром, підприємцем-початківцем, інженером із перспективним баченням або майбутнім лідером галузі, цей навчально-методичний стане вашим безцінним супутником на шляху до опанування управлінням стартап-проектами та впровадження інновацій у динамічній галузі електроенергетики, електротехніки та електромеханіки.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ КУРСУ

«Менеджмент стартап-проектів» є дисципліною, що поєднує як спеціальні, так і міждисциплінарні знання. Кожен стартап-проект, побудований на індивідуальній інноваційній ідеї, є унікальним і потребує залучення фахівців за різними інженерними напрямками підготовки, тому ця дисципліна буде корисна усім технічним напрямкам, які формують потужний інноваційно-науковий потенціал. Спеціальні знання відображають особливості видів економічної діяльності. Вивчення даної дисципліни базується на концепціях і поняттях теорії управління, управління інноваціями, інтелектуальною власністю. Цим і визначається актуальність навчального курсу «Менеджмент стартап-проектів» в циклі обов'язкових дисциплін підготовки магістрів у галузі електричної інженерії.

Предметом дисципліни «Менеджмент стартап-проектів» є система теоретичних знань і прикладних вмінь та навичок зі створення і управління стартап-проектами.

Мета курсу – формування системних знань та набуття практичних вмінь та навичок задля формування професійних компетенцій щодо управління розробленням, супроводженням, розвитком стартап-проекту, його маркетингового, організаційного планування та фінансового обґрунтування шляхом використання сучасного інструментарію управління інноваціями, менеджменту проектів, бізнес-аналітики і бізнес- моделювання.

Курс орієнтований на формування у студентів наступних компетентностей:

ЗК01. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК03. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК05. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК07. Здатність виявляти та оцінювати ризики.

ЗК08. Здатність працювати автономно та в команді.

ФК10. Здатність керувати проектами і оцінювати їх результати

Цілі курсу реалізуються через досягнення наступних програмних результатів навчання:

ПРН09. Здійснювати пошук джерел ресурсної підтримки для додаткового навчання, наукової та інноваційної діяльності.

ПРН14. Дотримуватися принципів та напрямів стратегії розвитку енергетичної безпеки України.

Забезпечити досягнення зазначених складних цілей покликане не лише змістовне наповнення НМКД, а також його структура, яка передбачає таку послідовність опанування кожної теми:

- Лекція:
 - план лекції – перелік основних питань;
 - текст лекції;
 - завдання на самостійну роботу;
- Практичне заняття:
 - план,
 - задачі,
 - завдання,
 - ситуаційні вправи,
 - дискусійні теми,
 - завдання на самостійну роботу;

Крім того, НМКД містить ще такі важливі розділи:

- ✓ рекомендації до виконання індивідуального семестрового завдання;
- ✓ контрольні заходи;
- ✓ оцінювання результатів навчання;
- ✓ список рекомендованої літератури;
- ✓ перелік посилань.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Розробляючи навчально-методичний комплекс з дисципліни "Управління стартап-проектами" для студентів першого курсу магістратури, що навчаються за спеціальністю "Електроенергетика", "Електротехніка" та "Електромеханіка", важливо забезпечити комплексну та цілісну структуру, яка не тільки забезпечує логічну послідовність тем, але й сприяє засвоєнню знань та навичок, необхідних для подальшої успішної роботи в галузі.

Навчальним планом передбачено проведення 18 годин лекційних та 36 годин практичних занять, модульний контроль (табл. 1).

Таблиця 1

Календарно-тематичний план та структурно-логічна побудова вивчення курсу

Тиждень навчання	Назва розділів, тем	Розподіл годин		Опис занять
		Л.	П.	
1	2	3	4	5
1–2	Тема 1. <i>Сутність та особливості стартап-проектів.</i>	2	4	Л. Історичні передумови появи стартапів. Сутність понять «менеджмент» та «стартап». Відмінності стартап-компанії від традиційного підприємства. Кращі історії створення стартапів.
				П1. Опитування за темою <i>Сутність та особливості стартап-проектів.</i> П 2. Навчальне завдання для командної роботи: визначення належності проектів до стартапів
3–4	Тема 2. <i>Розробка бізнес-ідеї стартапу</i>	2	4	Л. Бізнес-ідея та ідея продукту стартапу. Розробка мінімального життєздатного продукту. Перевірка життєздатності ідеї стартапу. Перевірка мінімально життєздатного продукту.
				П1. Групове завдання: формулювання і реалізація ідеї стартап-проекту П 2. Тренінг практичних навичок: формування та розвиток мінімально життєздатного інноваційного продукту

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
5–7	Тема 3. Формування команди стартап-проекту.	4	6	Л. 1. Формування команди стартап-проекту Команда та група. Стадії розвитку команди. Моделі формування ефективної команди. Л. 2. Стадії розвитку команди. Типи команд. Крива командної ефективності. Ролі в команді. Тімблдінг. П 1. Ділова гра – «Формування ефективної команди». П 2. Тренінг з тимблдингу - Суперництво і співпраця в командоутворенні П. 3. Тренінг практичних навичок: формування та масштабування команди стартапу, розподіл часток стартапу між учасниками.
8–10	Тема 4. Бізнес-моделювання стартапу.	4	6	Л. Сутність, види і особливості бізнес-моделі стартапів. Бізнес-модель - шаблон Canvas. Побудова бізнес-моделі на базі шаблону Lean Canvas. Конфігурації шаблонів бізнес-моделі. П 1. Творче завдання -Процес перетворення бізнес-ідеї у бізнес-модель П 2. П 3. Тренінг практичних навичок: Побудова Business Model Canvas О. Остервальдера та І. Піньє для власної бізнес-ідеї
11–13	Тема 5. Маркетингове планування стартапу.	2	6	Л. Особливості маркетингу стартапу. Методи оцінювання ринку стартапу. Взаємодія із споживачами стартапу. Реклама та просування продукту стартап-проекту. Маркетингова стратегія та план маркетингу стартап-проекту П 1. Ситуаційне завдання «Опишіть область конкуренції високотехнологічного стартап-проекту» П 2. Групове завдання на базі кейсів «Маркетингове просування і формування онлайн репутації стартапів в сфері енергетики»

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
				П 3. Тренінг практичних навичок: Маркетинговий аналіз стартап-проекту реалізації власної бізнес-ідеї
14-15	Тема 6. <i>Інвестиційне та фінансове забезпечення стартапу.</i>	2	4	Л. Джерела інвестування стартапів. Оцінювання інвестиційної привабливості та вартості стартапів. Співпраця стартаперів з інвесторами. Участь інвестора у стартап-проекті та його вихід
				П. 1. Вправа для індивідуального виконання: складання інвестиційної пропозиції П 2. Ділова гра «Вибір та обґрунтування джерел фінансування стартап- проекту»
16-17	Тема 7. <i>Презентування стартап-проектів.</i>	2	4	Л. Структура презентації стартап-проекту. Форма презентації стартап-проекту
				П. 1. П.2 Тренінг практичних навичок: презентування розробленого стартап-проекту.
18	Модульна контрольна робота (МКР)		2	Включає теоретичні та тестові завдання
	Всього	18	36	

Примітка: Л – лекції, П – практичні заняття.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Перелік тем навчальної дисципліни:

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ

1. Історичні передумови появи стартапів.
2. Сутність понять «менеджмент» та «стартап».
3. Відмінності стартап-компанії від традиційного підприємства.
4. Кращі історії створення стартапів

ТЕМА 2. РОЗРОБЛЕННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ СТАРТАПУ

1. Бізнес-ідея та ідея продукту стартапу.
2. Розроблення мінімального життєздатного продукту.
3. Перевірка життєздатності ідеї стартапу.
4. Перевірка мінімально життєздатного продукту

ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ КОМАНДИ СТАРТАП-ПРОЕКТУ

1. Формування команди стартап-проекту. Команда та група.
2. Стадії розвитку команди.
3. Моделі формування ефективної команди.
4. Стадії розвитку команди.
5. Типи команд.
6. Крива командної ефективності.
7. Ролі в команді.
8. Тімбілдінг.

ТЕМА 4. БІЗНЕС-МОДЕЛЮВАННЯ СТАРТАПУ

1. Бізнес-модель - шаблон Canvas.
2. Побудова бізнес-моделі на базі шаблону Lean Canvas.
3. Конфігурації шаблонів бізнес-моделі.

ТЕМА 5. МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ СТАРТАПУ

1. Особливості маркетингу стартапу. Методи оцінювання ринку стартапу. Взаємодія із споживачами стартапу.
2. Реклама та просування продукту стартап-проекту.
3. Маркетингова стратегія та план маркетингу стартап-проекту.

ТЕМА 6. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАРТАПУ

1. Джерела інвестування стартапів.
2. Оцінювання інвестиційної привабливості та вартості стартапів.
3. Співпраця стартаперів з інвесторами.
4. Участь інвестора у стартап-проекті та його вихід.

ТЕМА 7. ПРЕЗЕНТУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ

1. Структура презентації стартап-проекту.
2. Форма презентації стартап-проекту

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ

1. Історичні передумови появи стартапів.
2. Сутність понять «менеджмент» та «стартап».
3. Відмінності стартап-компанії від традиційного підприємства.
4. Кращі історії створення стартапів

Теоретична підготовка

1



Секрет змін полягає в тому, щоб направити всю свою енергію не на боротьбу зі старим, а на будівництво нового

Сократ

1. Історичні передумови появи стартапів.

Історичне коріння стартапів можна простежити до найдавніших цивілізацій, де люди демонстрували вроджене бажання створювати інновації.



Фундаментальні основи розуміння суті інновацій були закладені тільки в кінці XIX століття засновником теорії інновацій австрійським

¹ Тут і далі Professor 1 free vector by clipart.me. Режим доступу: <https://www.freeimages.com/vector/professor-1-5454355?ref=clipartme>

вченим Йозефом Шумпетером, який вважав, що специфічний зміст інновації - це «зміни», а головною функцією інноваційної діяльності є «функція управління змінами».

Й. Шумпетер виділив «п'ять типових змін», які характеризують інновації:

1. Впровадження нового продукту, з яким споживач ще не знайомий, або нового рівня якості існуючої продукції.

2. Впровадження нових методів виробництва, які або ґрунтуються на наукових відкриттях, або можуть являти собою новий спосіб комерційного використання продукту або сировини.

3. Відкриття нового ринку, на який ще не заходила певна галузь виробництва деякої країни незалежно від того, існував цей ринок раніше чи ні.

4. Захоплення нового джерела сировини або напівфабрикатів незалежно від того, існує дане джерело або він тільки що був створений.

5. Реалізація змін в організації якоїсь галузі.



²Слово «інновація» сягає корінням до латинського слова «innovatio», яке походить від двох латинських компонентів: «in» і «novus».

1. In- (префікс): латинською мовою «in» часто означає «всередину» або «всередину». У випадку «інновації» це означає зміну або впровадження чогось нового в існуючий контекст.

2. Novus (прикметник): «Novus» латиною перекладається як «новий» або «роман». Це означає щось раніше небачене, свіже або оригінальне

Інновація - це кінцевий результат діяльності, що одержав втілення у вигляді:

а) нових або вдосконалених продуктів або послуг, впроваджених на ринках;

б) нових або вдосконалених технологічних процесів;

в) нових способів організації виробництва, використаних в практичній діяльності.

² Тут і далі: Веселий знак оклику. Режим доступу: <https://kartinkof.club/jumor/veselie/9621-veselyj-vosklicatelnyj-znak-kartinka-34-foto.html>

2. Сутність понять «менеджмент» та «стартап».

Менеджмент можна визначити як процес планування, організації, управління та контролю над ресурсами організації, включно з людьми, фінансами, матеріалами та інформацією, спрямований на ефективне та результативне досягнення конкретних цілей і завдань. Цей процес передбачає прийняття рішень, визначення пріоритетів та координацію різних видів діяльності в межах організації для забезпечення її безперебійної роботи та досягнення бажаних результатів.

З іншого боку, **стартап** - це новостворена компанія або бізнес-підприємство, яке, як правило, характеризується інноваціями, здатністю до зростання та певною мірою невизначеності. Стартапи часто засновуються підприємцями або групами осіб, які прагнуть вивести на ринок нові продукти, послуги або рішення, з надією на їх масштабування і перетворення на успішний бізнес.

По суті, менеджмент забезпечує структуру і процеси для організації та управління будь-яким типом організації, в той час як стартап - це особливий тип організації на ранніх стадіях, часто орієнтований на інновації та швидке зростання. Ефективний менеджмент має вирішальне значення для успіху як усталених організацій, так і стартапів, але стартапи часто потребують унікальних стратегій і підходів через свою динамічну та невизначену природу.

Менеджмент стартап-проектів — це систематичний процес планування, виконання та контролю завдань і заходів, необхідних для перетворення інноваційних енергетичних ідей у життєздатні та стійкі підприємства.

3. Відмінності стартап-компанії від традиційного підприємства.

1. Невизначеність. Бізнес має справу з чітко визначеними проектами — такими, які виконувалися кілька разів. Однак управління стартап-проектами має справу з незвіданими територіями, де шлях невизначений, а інновації є нормою. Отже, підприємства застосовують готову бізнес-модель, а стартапи тільки шукають таку модель.

2. Гнучкість і адаптивність – традиційні проекти зазвичай йдуть лінійним шляхом, тоді як стартапи потребують гнучкості, щоб орієнтуватися на основі відгуків клієнтів, змін на ринку чи технологічного прогресу.
3. Стартапи працюють в сегментах B2C (B2C — «business to consumer» продають товари та послуги клієнтам для особистого користування) і B2B («business to business» Клієнтами B2B-компаній є інші бізнеси та підприємства), але уникають сегмент B2G (business to government» сферу взаємин між бізнесом та державними органами і установами).
4. Високі ризики. 99,7% стартапів банкрутують. Основна причина пов'язана з тим, що їх гіпотеза з проблеми і по рішенню не була прийнята ринком.



Правило «2-2-6» – із 10 про-інвестованих компаній 6 компаній банкрутують, 2 компанії повертають вкладені гроші, а 2 стають прибутковими

5. Традиційні проекти можуть розподіляти ресурси на основі історичних даних, тоді як стартапи повинні розподіляти ресурси стратегічно, часто з обмеженими коштами та необхідністю швидко довести життєздатність.
6. Швидке навчання та зростання: стартапи віддають перевагу навчанню та експерименту, адаптуючись у міру того, як вони отримують знання від взаємодії в реальному світі, тоді як традиційні проекти будуються на основі усталених практик.

4. Кращі історії створення стартапів

Корпорація Apple (1976): заснована Стівом Джобсом, Стівом Возняком і Рональдом Вейном компанія Apple здійснила революцію в персональних комп'ютерах, створивши Apple I, а потім такі культові продукти, як Macintosh, iPhone і iPad.

Amazon (1994): Джефф Безос створив Amazon як онлайн-книжковий магазин, але він перетворився на найбільшого у світі онлайн-магазину та гіганта хмарних обчислень, трансформувавши електронну комерцію.

Netflix (1997): Рід Гастінгс і Марк Рендольф заснували Netflix як службу прокату DVD поштою, перетворившись на глобального гіганта потокового передавання.

Google (1998): Ларрі Пейдж і Сергій Брін заснували Google, щоб упорядкувати світову інформацію та зробити її загальнодоступною та корисною, що призвело до розвитку найпоширенішої пошукової системи у світі.

Tesla (2003): Ілон Маск заснував компанію Tesla, щоб пришвидшити перехід світу до сталої енергетики шляхом виробництва електромобілів і екологічно чистих енергетичних рішень.

Facebook (2004): Марк Цукерберг і його сусіди по коледжу запустили Facebook як платформу соціальної мережі, яка об'єднує мільярди людей у всьому світі.

Airbnb (2008): Браян Ческі, Натан Блечарчик і Джо Геббіа заснували Airbnb, що дозволило людям здавати свої будинки в оренду мандрівникам, підриваючи індустрію гостинності.

Uber (2009): Тревіс Каланік і Гаррет Кемп представили Uber, платформу спільного використання поїздок, яка змінила індустрію таксі та транспорт у цілому.

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ СЕКТОР

Tesla – виробництво електромобілей

Рік заснування: 2003

Засновники: Ілон Маск, Дж. Б. Страубель, Мартін Еберхард, Марк Тарпеннінг і Ян Райт

SolarCity – компанія з надання послуг сонячної енергії, яка забезпечувала встановлення та фінансування сонячних батарей.

Рік заснування: 2006

Засновники: Ліндон і Пітер Рів

Enphase Energy - спеціалізується на мікроінверторних технологіях для сонячних панелей

Рік заснування: 2006

Засновники: Рагу Белур, Мартін Форнадж і Абдул Сурані

Ørsted – піонер у сфері сонячних теплових технологій, зосереджуючись на великомасштабних проектах сонячної енергетики

Рік заснування: 2006

Чим вони займаються: Ørsted є лідером у галузі офшорної вітрової енергії. Вони відомі своєю відданістю відновлюваним джерелам енергії та сталим практикам.

BrightSource Energy – використання енергії Сонця за допомогою точного управління проектами

Рік заснування: 2006

Засновники: Арнольд Голдман, Ізраїль Кройзер, Heliotechnix

Vestas – є світовим виробником вітрових турбін

Рік заснування: 1945

Засновники: Педер Гансен і п'ять партнерів

Bloom Energy – розробляє технологію твердооксидних паливних елементів для чистого та ефективного виробництва електроенергії

Рік заснування: 2001

Засновники: К. Р. Шрідхар

Завдання на самостійну роботу



3

1. Перегляньте матеріали за поданими нижче посиланнями.
2. Підготуйте презентації на основі переглянутого матеріалу для обговорення на практичному занятті.

³ Тут і далі. Кумедний професор мультфільму з яскравою ідеєю [безоплатно]. Режим доступу: <https://www.dreamstime.com/funny-science-professor-cartoon-character-bright-idea-funny-science-professor-cartoon-character-bright-idea-vector-image217612277>

<https://www.trendhunter.com/trends/compact-electric-vehicle1> – Electric Glamping Vehicles

<https://www.trendhunter.com/trends/growatt-vita-550> – Long-Lasting Portable Power Stations

<https://www.trendhunter.com/trends/jackery-lighttentair> – Solar Energy-Capturing Tents

<https://www.trendhunter.com/trends/ev-recharging-robot> – Automated EV Charging Robots

<https://www.trendhunter.com/trends/scubajet-hybridboard> – Hybrid Electric Surfer Boards

<https://www.trendhunter.com/trends/lectron-vbox> – Customizable Weatherproof EV Chargers

<https://www.trendhunter.com/trends/gendome-home-3000> – Smart Home Power Stations

<https://www.trendhunter.com/trends/tesla-to-j1772-charging-adapter> – Speedy EV Charger Adapters

<https://www.trendhunter.com/trends/es-30w-solar-panel> – Furniture-Like Solar Panels

<https://www.trendhunter.com/trends/powrise2200> – Ultra-Fast High-Power Battery Units

<https://www.trendhunter.com/trends/ferrari-sound-generator> – Powerful-Sounding EVs

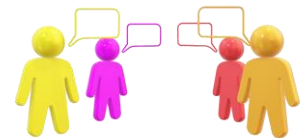
Завдання для обговорення та самоконтролю



1. Які ключові історичні події та явища сприяли становленню стартапів у тому вигляді, в якому ми їх знаємо сьогодні?
2. Як змінювалося поняття стартапу з часом і які фактори впливали на його трансформацію?
3. Чи можете ви визначити суть стартапу своїми словами? Як би ви описали його людині, яка не знайома з цим терміном?
4. Чому важливо розрізняти поняття "менеджмент" і "стартап" в контексті управління проектами?
5. Які основні відмінності між стартап-компанією та традиційним, вже діючим підприємством?
6. Яку роль відіграє інновація в сутності стартап-проекту?
7. В якому сенсі стартап-проект можна вважати експериментом або подорожжю в невідоме?
8. Чи можете ви навести приклади відомих історій успіху стартапів і коротко описати, що зробило їх успішними?
9. Як стартапи впливають на економіку і чому їх часто розглядають як рушійну силу інновацій?
10. Яку роль відіграють технології у розвитку сучасних стартапів?
11. Які приклади стартапів у галузі електроенергетики, електротехніки чи електромеханіки є найбільш відомими?
12. Чи можете ви визначити ключові тенденції або нові технології, які, ймовірно, вплинуть на майбутнє стартап-проектів у галузі вашої сфери діяльності?

Практикум до теми 1

Практичне заняття 1 – Дослідження сутності та особливостей стартап-проектів

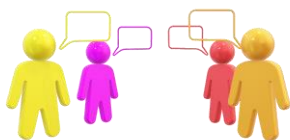


Мета: Ознайомити студентів з поняттям стартап-проектів, їх історичним підґрунтям та ключовими відмінностями від традиційних підприємств. Заняття буде складатися з опитування та дискусії.

Питання для опитування:

1. Історичні передумови виникнення стартапів:
 - а) Які ключові події або віхи в історії стартапів сформували концепцію, яку ми знаємо сьогодні?
 - б) Чи можете ви навести якісь історичні приклади успішних стартапів та їхнього впливу на індустрію?
2. Сутність понять "менеджмент" та "стартап":
 - а) Дайте визначення терміну "менеджмент" у контексті бізнесу та організацій.
 - б) Чим відрізняється концепція менеджменту в стартапі від традиційної компанії?
3. Відмінності між стартап-компанією та традиційним підприємством:
 - а) Перелічіть деякі фундаментальні відмінності між стартап-компаніями та традиційними підприємствами.
 - б) З якими проблемами зазвичай стикаються стартапи, з якими традиційні підприємства можуть не стикатися в тій же мірі?
4. Найкращі історії стартапів:
 - а) Чи можете ви поділитися відомими або надихаючими історіями успіху стартапів? Що зробило їх успішними?
 - б) І навпаки, чи є якісь застережливі історії або невдачі зі світу стартапів, на яких ми можемо повчитися?

Практичне заняття 2: Командне завдання - визначення приналежності проектів до стартапів



Мета: Застосувати знання, що були отримані на першому занятті, для оцінки та класифікації різних проектів як стартапів або традиційних підприємств.

Завдання:

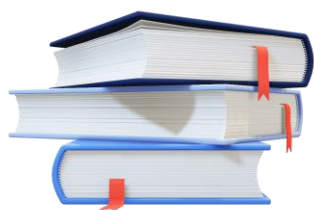
- 1) студенти мають сформувати команду, кожна з яких знаходить опис різних проектів або підприємств, або застосовує відеоматеріали, надані вище.
- 2) Команди мають обговорити характеристики та особливості обраних проектів, враховуючи актуальність, потенціал зростання та інновації.
- 3) Для обраного проекту команда має визначити, чи слід його класифікувати як стартап або традиційне підприємство. Обґрунтуйте свою класифікацію, посилаючись на ключові відмінності, обговорені на першому занятті.
- 4) Кожна команда презентує свою класифікацію та обґрунтування.
- 5) Дебрифінг – обговорення викликів та ідей, отриманих під час виконання вправи.

Питання для дебрифінгу:

Чи є проекти, які було особливо складно класифікувати?

Що ви дізналися про нюанси стартапів і традиційного бізнесу?

Рекомендована та використана література



1. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
2. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.
3. Менеджмент стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний наочний посібник для студентів спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні

текстові дані (1 файл: 37,15 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43531>

4. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с. Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>

ТЕМА 2. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ІДЕЇ СТАРТАПУ

1. Бізнес-ідея та ідея продукту стартапу.
2. Розроблення мінімального життєздатного продукту.
3. Перевірка життєздатності ідеї стартапу.
4. Перевірка мінімально життєздатного продукту.

Теоретична підготовка



Самі собою ідеї цінні, але всяка ідея зрештою лише ідея. Завдання у тому, щоб реалізувати її практично.

Генрі Форд

1. Бізнес-ідея та ідея продукту стартапу.

Ідея:

Суть: Ідея - це загальна концепція або думка, яка може стосуватися будь-чого, починаючи від творчих проектів і закінчуючи вирішенням проблем або задоволенням потреб. Це процес зародження якогось задуму у вашій свідомості.

Сфера застосування: Ідеї можуть охоплювати широкий спектр тем, від особистих інтересів до інновацій, винаходів або рішень різних проблем. Вони можуть мати або не мати конкретного застосування.

Бізнес-ідея:

Суть: Бізнес-ідея - це особливий тип ідеї, який фокусується на створенні комерційної діяльності. Вона передбачає визначення ринкової потреби, проблеми або можливості та розробку відповідного механізму для її задоволення з максимальною віддачею. Бізнес-ідеї спрямовані на створення, функціонування та розвиток бізнесу.

Сфера застосування: Бізнес-ідеї обмежуються сферою підприємницької діяльності та комерції. Вони зосереджені на розробленні продуктів, послуг чи бізнес-моделей, які здатні приносити доходи та отримувати прибутки.

Спільною рисою ідеї та бізнес-ідеї є те, що вони ґрунтуються на творчому мисленні та інноваціях. При цьому, вони можуть передбачати вирішення проблем і задоволення потреб, але бізнес-ідеї наголошують на комерційній життєздатності.

В якості основних відмінностей виступають:

1. **Мета:** Основна відмінність полягає в їхній меті. Ідея - це широке поняття або концепція, тоді як бізнес-ідея конкретно спрямована на створення комерційного підприємства.
2. **Сфера застосування:** Ідеї можуть охоплювати широкий спектр некомерційних тем, тоді як бізнес-ідеї зосереджені на комерційній діяльності та прибутковості.
3. **Реалізація:** Бізнес-ідея часто вимагає детального планування, дослідження ринку та кроків з реалізації, щоб перетворити її на життєздатний бізнес, в той час як звичайна ідея не обов'язково передбачає такі кроки.

Не існує формули створення успішної ідеї. Однак вони базуються на загальному наборі характеристик, які з великою ймовірністю забезпечують їм успіх.

Існує 6 ключових принципів успішності ідей, які у сукупності утворюють слово **SUCCESS (успіх)**, що були визначені Чіпом Хітом і Деном Хітом у їхній книзі «Made to Stick»:

Принцип 1: проста (Simple) – ідея повинна бути простою та легкою для розуміння.

Принцип 2: несподівана (unexpected) – успішні ідеї часто містять елемент несподіванки або неочікуваності. Вони кидають виклик упередженим думкам і викликають цікавість.

Принцип 3: конкретна (Concrete) – успішні ідеї є чіткими та зрозумілими. Вони містять чіткі деталі та реальні приклади, що робить їх більш зрозумілими і такими, що запам'ятовуються.

Принцип 4: достовірна (Credible) – Ідеї, що підкріплені фактичними даними, авторитетними джерелами чи інформацією, мають більше шансів на успіх.

Принцип 5: емоційнійна (emotions) – успішні ідеї викликають у людей емоції. Вони встановлюють зв'язок на особистому рівні, апелюючи до таких почуттів, як радість, емпатія чи натхнення.

Принцип 6: історії (stories) – ідеї, які представлені у вигляді історій або розповідей, часто є більш привабливими та запам'ятовуються. Вони мають переконливу структуру, яка приваблює людей і підтримує їхню зацікавленість.

Таким чином, суть ідеї полягає в тому, що це загальна думка або концепція, тоді як бізнес-ідея - це спеціалізована концепція, спрямована на створення комерційної можливості. Обидві ці концепції цінні самі по собі, але бізнес-ідея більше орієнтована на підприємництво та отримання прибутку.

2. Розроблення мінімального життєздатного продукту.

Мінімально життєздатний продукт (MVP) — це найпростіша версія продукту, яка надає можливість перевірити свою бізнес-ідею на реальних користувачах і отримати цінні відгуки.

Ключові характеристики MVP:

1. Простота: MVP включає лише основні функції, що необхідні для демонстрації основної концепції та функціональності продукту.
2. Раннє залучення користувачів: Основна увага приділяється тому, щоб продукт якомога швидше потрапив до рук користувачів, щоб зібрати відгуки та внести покращення.
3. Ефективність використання ресурсів: Створення MVP є економічно ефективним і надає можливість уникнути надмірних витрат часу та ресурсів.
4. Циклічність: Процес підготовки MVP відбувається ітеративно, що дозволяє постійно вдосконалювати продукт на основі відгуків користувачів та вимог, які постійно змінюються.

3. Перевірка життєздатності ідеї стартапу.

Перевірка життєздатності ідеї стартапу – це систематичний процес, який використовується для оцінки здійсненності та потенційного успіху нової бізнес-концепції чи ідеї продукту. Його головна мета — визначити, чи має ідея потенціал для вирішення реальної проблеми, залучення клієнтів, отримання прибутку та, зрештою, створення сталого та прибуткового бізнесу.

Етапи перевірки життєздатності ідеї стартапу:

1. Генерація ідеї.
2. Визначення проблеми.
3. Дослідження ринку.
4. Формування ціннісної пропозиції.
5. Техніко-економічний аналіз.
6. Створення первинної бізнес-моделі, яка окреслює, як ваша ідея буде приносити дохід.
7. Розробка базового прототипу або мінімального життєздатного продукту (MVP) задля демонстрації функціональності вашої ідеї.
8. Збір відгуків користувачів від прототипу або MVP.
9. Удосконалення ідеї.
10. Формування фінансових прогнозів, які оцінюють потенційні доходи та витрати, що пов'язані з вашою ідеєю.
11. Тестування або експерименти для підтвердження критичних припущень.
12. Оцінка ризиків.
13. Оцінка загальної життєздатності ідеї стартапу
14. Прийняття рішення щодо можливості впровадження ідеї у стартап.

4. Перевірка мінімально життєздатного продукту

Етапи перевірки мінімально життєздатного продукту (MVP).

1. Генерація ідей: все починається з бізнес-ідеї. Це може бути рішення проблеми, новий продукт або інноваційна послуга.

2. Визначення проблеми: визначте проблему, яку має вирішити ваш продукт, і визначте свою цільову аудиторію.
3. Визначення функцій та основних характеристик: перерахуйте всі функції та характеристики, які ви передбачаєте для свого кінцевого продукту.
4. Створення прототипу або макету.
5. Розроблення: Почніть створювати MVP, використовуючи вибрані основні функції.
6. Тестування для невеликої групи ранніх користувачів або бета-тестерів та отримання відгуків.
7. Внесення необхідних змін у MVP на основі відгуків користувачів, зміна напряму розвитку вашого продукту або продовження вдосконалення існуючого курсу.
8. Масштабування у випадку популярності.
9. Пошук фінансування.

Завдання на самостійну роботу



Мета: розробити бізнес-ідею стартапу в галузі електроенергетики, електротехніки або електромеханіки та створити для неї MVP.

Інструкції:

1. Бізнес-ідея: визначте проблему чи потребу, яка існує в електроенергетиці, електротехніці та електромеханіці. Сформулюйте чітку та лаконічну бізнес-ідею, яка стосується цієї проблеми. Поясніть, чому ваша ідея є інноваційною та необхідною.
2. Розвиток MVP: визначте основні функції вашого MVP. Це має бути спрощена версія вашої ідеї продукту. Опишіть функціональні можливості та їхнє відношення до вирішення визначеної проблеми. Додайте ескізи, діаграми або макети, якщо це можливо.

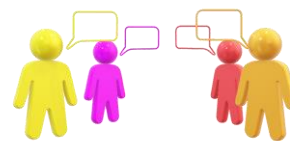
Завдання для обговорення та самоконтролю



1. У чому принципова різниця між бізнес-ідеєю та ідеєю продукту в контексті стартапу?
2. Як можна визначити нішу або можливість в сфері електроенергетики чи електромеханіки для стартапу?
3. Наведіть приклади успішних стартапів у сфері електроенергетики чи електромеханіки та коротко опишіть їхні початкові бізнес-ідеї.
4. Яка основна мета розробки мінімально життєздатного продукту (MVP) у процесі запуску?
5. Як стартап може визначити основні функції та функції, які повинні бути включені в його MVP?
6. Наведіть приклад плану розвитку MVP для стартапу в електроенергетиці.
7. Які критерії слід враховувати при оцінюванні життєздатності ідеї стартапу в галузі електротехніки?
8. Як дослідження ринку відіграє роль у визначенні життєздатності концепції стартапу?
9. Поясніть важливість урахування як технічної здійсненності, так і ринкового попиту в оцінці життєздатності.
10. Які методи та підходи можна використати для ефективного тестування мінімально життєздатного продукту (MVP)?
11. Чому відгуки користувачів є вирішальними під час тестування MVP і як їх можна зібрати й проаналізувати?
12. Поділіться практичним прикладом стартапу, який зіткнувся з проблемами під час тестування MVP, і як вони їх вирішували.
13. Поясніть, як безперервні ітерації та вдосконалення можуть збільшити шанси на успіх стартапу.
14. Наведіть приклад відомого стартапу, який успішно змінив свою бізнес-модель.
15. Які кроки може зробити стартап, щоб підтвердити ринковий попит на його продукт або послугу?
16. Визначити потенційні ризики та виклики, характерні для стартапів в електроенергетиці та електромеханіці. Як можна зменшити ці ризики?

Практикум до теми 2

Практичне заняття 1 – Групове завдання: формулювання і реалізація ідеї стартап- проекту



Мета: залучити студентів до практичного досвіду розробки ідеї стартап-проекту на основі знань з лекції.

Інструкції:

1) Генерація ідеї (15 хвилин): У малих групах обміркуйте потенційні ідеї стартап-проектів, пов'язані з електрикою, електротехнікою та електромеханікою. Розгляньте проблеми або можливості в галузі.

Кожна група обирає одну ідею, над якою працюватиме під час проведення пари.

2) Проектна пропозиція (15 хвилин):

Розробіть коротку проектну пропозицію для обраної ідеї стартапу. Включіть опис проблеми чи її вирішення, цільову аудиторію та початкову концепцію.

3) Дослідження ринку (15 хвилин):

Проведіть початкове дослідження ринку, щоб оцінити потенційний попит на продукт або послугу вашого стартапу. Обговоріть, як ви плануєте збирати цю інформацію.

4) Оцінка життєздатності (15 хвилин):

Обговоріть ключові фактори, які визначатимуть життєздатність вашої ідеї стартапу. Визначте потенційні проблеми та ризики.

5) Підготовка до презентації (15 хвилин):

Кожна група готує стислу презентацію ідеї свого стартап-проекту. Включіть формулювання проблеми, запропоноване рішення, цільовий ринок і початкові думки щодо оцінки життєздатності.

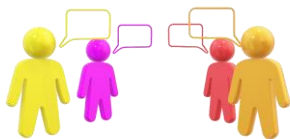
6) Групові презентації (5 хвилин):

Кожна група представляє класу свою ідею початкового проекту. Обмежте презентації до 5 хвилин кожна.

7) Зворотній зв'язок та обговорення (10 хвилин):

Надайте відгук іншим групам щодо їхніх проектних ідей. Обговоріть загальні теми та виклики, з якими зіткнулися під час процесу створення ідей.

Практичне заняття 2 Тренінг практичних навичок: формування та розвиток мінімально життєздатного інноваційного продукту



Мета: озброїти студентів навичками, необхідними для створення мінімально життєздатного продукту (MVP) для їх початкового проекту.

Інструкції:

1) Визначення MVP (5 хвилин): Повторіть концепцію мінімально життєздатного продукту (MVP) з лекції. Обговоріть мету та переваги створення MVP.

2) Відбір ідей (5 хвилин): Кожна група обирає одну особливість або аспект ідеї свого стартап-проекту, який можна перетворити на MVP.

3) Дизайн MVP (10 хвилин): Намалюйте або окресліть дизайн і функціональність свого MVP.

4) Створення прототипу (25 хвилин): Використовуючи доступні інструменти (наприклад, паперові прототипи, цифрові каркаси або макети) створіть прототип вашого MVP.

5) Тестування та відгук (10 хвилин): Кожна група обмінюється своїми прототипами MVP з іншою групою, надаючи відгук про зручність використання, чіткість і загальну ефективність.

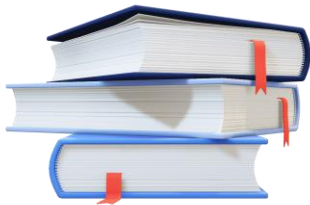
6) Внесення корективів до MVP (10 хвилин): Враховуючи отримані відгуки – вносить необхідні корективи до своїх MVP.

7) Підготовка до презентації (10 хвилин): Кожна група готує коротку презентацію свого прототипу MVP, пояснюючи його призначення та те, як він узгоджується з ідеєю стартап-проекту.

8) Групові презентації (5 хвилин): Кожна група представляє свій прототип MVP класу, виділяючи ключові функції та будь-які зміни, внесені на основі відгуків.

9) Обговорення (10 хв.): Обговорення проблем, з якими зіткнулися під час розробки MVP.

Рекомендована та використана література



1. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
2. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мошонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.
3. Менеджмент стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний наочний посібник для студентів спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 37,15 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43531>
4. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с. Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>

ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ КОМАНДИ СТАРТАП-ПРОЕКТУ

1. Команда та група.
2. Стадії розвитку команди.
3. Моделі формування ефективної команди.
4. Типи команд.
5. Крива командної ефективності.
6. Ролі в команді.
7. Тімбілдінг.

Теоретична підготовка



Зібратися разом – це початок. Утриматись разом – це прогрес. Ефективно працювати разом – це успіх.

Генрі Форд

1. Команда та група.

Команда — це група осіб, які об'єднуються зі спільним баченням і місією для створення та розвитку нового бізнес-підприємства. Ці люди працюють разом, щоб перетворити інноваційну ідею на успішний і стабільний бізнес.

Ключові особливості стартап-команди:

1. *Спільне бачення та цілі:* члени команди мають спільне бачення стартапу та поділяють конкретні цілі та завдання, що пов'язані з бізнесом.
2. *Співпраця:* члени команди стартапів активно співпрацюють для досягнення місії компанії – працюють разом, обмінюються ідеями та приймають колективні рішення.

3. *Додаткові навички*: члени команди володіють рядом навичок і досвіду, які доповнюють один одного. Ці навички необхідні для різних аспектів стартапу, таких як розробка продукту, маркетинг, фінанси та операції.
4. *Відданість*: члени команди глибоко віддані успіху стартапу та готові інвестувати свій час, зусилля та ресурси в підприємство.
5. *Підзвітність*: кожен член команди несе відповідальність за свої конкретні обов'язки та внесок у запуск стартап-проекту. Є почуття відповідальності перед командою та її цілями.
6. *Чіткі ролі*: Ролі та обов'язки в команді чітко визначені, що гарантує, що кожен член знає свою сферу діяльності та внесок.
7. *Синергія*: ефективні стартап-команди часто досягають синергії, коли об'єднані зусилля членів команди дають результати, що перевищують суму індивідуальних внесків.

Відмінні риси стартап-команди:

1. *Колективна власність*: члени команди ділять власність і капітал у стартапі, узгоджуючи свої інтереси з успіхом бізнесу.
2. *Спільний ризик*: члени команди спільно несуть ризики, пов'язані з успіхом чи невдачею стартапу.
3. *Довгострокове зобов'язання*: члени команди зазвичай беруть участь у створенні довгострокової перспективи, часто стаючи співзасновниками або ключовими першими співробітниками.

Стартап-група

Стартап-група — це група осіб, які можуть працювати над одним проектом або в одній організації, але не обов'язково мають однаковий рівень співпраці, спільні цілі або довгострокові зобов'язання як команда.

Ключові особливості групи:

1. *Індивідуальний фокус*: члени стартап-групи можуть мати індивідуальні завдання та обов'язки, які сприяють проекту чи бізнесу, але вони можуть не поділяти колективне бачення чи цілі такою ж мірою, як команда.

2. *Різноманітні рівні співпраці*: співпраця в групі стартапів може відрізнятися. Деякі члени можуть працювати більш незалежно, з обмеженою взаємодією та обміном інформацією з іншими.
3. *Різноманітні навички*: члени групи можуть мати різноманітні навички, але зосереджено більше на індивідуальному внеску, а не на використанні додаткових навичок.

Відмінні риси стартап-групи:

1. *Обмежене спільне володіння*: члени групи не можуть ділитися власністю чи капіталом у бізнесі так само, як команда.
2. *Індивідуальний ризик*: ризик і відповідальність за проект учасники несуть скоріше індивідуально, ніж колективно.
3. *Гнучке зобов'язання*: члени стартап-групи можуть мати різний рівень зобов'язань, а їхня участь може бути швидше проектною або короткостроковою.

2. Стадії розвитку команди.

Етапи формування команди стартап проекту:

1. *Генерація ідеї*: Процес починається з генерації бізнес-ідеї або концепції, яка формує основу для стартапу. Ця ідея часто виступає об'єднуючим фактором для залучення потенційних членів команди, які захоплені цією ідеєю.
2. *Визначення ролей і навичок*: Визначте конкретні ролі та навички, необхідні для реалізації ідеї стартапу. Визначте прогалини в знаннях і сферах, які потребують залучення членів команди.
3. *Нетворкінг та рекрутинг*: Налагодьте зв'язки у вашому навчальному закладі, галузі та підприємницькій спільноті, щоб знайти потенційних членів команди. Відвідуйте заходи, конференції та семінари, щоб зустріти однодумців.
4. *Оцінка сумісності*: Оцініть сумісність потенційних членів команди. Подумайте, чи збігаються їхні цінності, робоча етика та цілі з місією стартапу.

5. Юридичні угоди: Складіть офіційні угоди, такі як партнерська угода або угода засновників, щоб окреслити ролі, обов'язки, розподіл капіталу та механізми вирішення спорів.
6. Командоутворення: Організуйте заходи з командоутворення, щоб зміцнити довіру та співпрацю між членами команди. Міцні міжособистісні стосунки можуть підвищити продуктивність і креативність.
7. Постійна комунікація: Створіть ефективні комунікаційні канали та процеси всередині команди, щоб забезпечити чітку та відкриту комунікацію.
8. Спільне бачення: Постійно підкріплюйте спільне бачення та цілі стартапу, щоб підтримувати узгодженість та мотивацію членів команди.
9. Підзвітність: підзвітність членів команди за їхній внесок та прогрес у досягненні цілей.
10. Циклічний процес: Формування команди часто є безперервним процесом, в який вносяться корективи по мірі того, як стартап розвивається і зростає. До команди можуть приєднуватися нові члени, а ролі можуть змінюватися з часом.

Етапи формування команд за стадіями розвитку стартапів

СТАДІЇ	КОМАНДА	ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ
Pre-seed	Засновник	Ідея та гіпотези
Seed	+ бізнес-аналітик	визначити цілі; проаналізувати ринок; ідентифікувати і вивчити клієнта
MVP	+ розробники	створити пропозицію; прийняти найбільш перспективні напрямки; розробити MVP стартапу; перші продажі
Тестування каналів (Product-market fit & product-channel fit)	+ маркетолог, + клієнт-менеджер + тестувальник.	опрацювати маркетингову стратегію; знайти свою вузьку нішу на ринку;
Долина смерті Deathofvalley	+ всі, у кого є гроші	накопичити ресурси до запуску продукту;
Запуск	+ юрист + бухгалтер	посилено просувати продукт; пошук інвестицій
Масштабування	+ кращі фахівці	постійно шукати нові ніші, воронки ринку
Зрілість	+ розширення штату	делегувати управління; експансія

3. *Моделі формування ефективної команди.*

Розрізняють наступні моделі формування ефективної стартап-команди:

1. Команда засновників:

Характеристики: це поширена модель, коли один або декілька засновників збирають команду. Засновники часто починають із основної ідеї та беруть на себе декілька ролей.

Переваги: швидке прийняття рішень, спільне бачення серед засновників, низька початкова вартість.

Проблеми: обмежене різноманіття навичок, можливість конфлікту між засновниками, велике навантаження.

2. Команда, яка ґрунтується на професійних навичках.

Характеристика: Члени команди підбираються на основі конкретних навичок або досвіду, необхідних для проекту. Ці знання можуть включати технічні, маркетингові, фінансові або дизайнерські навички.

Переваги: Доступ до кваліфікованих спеціалістів, добре сформована команда, досвід у різних сферах.

Виклики: Інтеграція різноманітних компетенцій, ризик дублювання функцій, проблеми з комунікацією.

3. Команда консультативної ради.

Характеристики: Замість штатної команди, стартапи можуть покладатися на радників, які пропонують рекомендації у певних сферах. Радники можуть мати власний капітал або отримувати компенсацію.

Переваги: Доступ до досвідчених менторів, менші витрати на робочу силу, масштабованість.

Виклики: Обмежені зобов'язання, можливість отримання суперечливих порад, залежність від зовнішньої експертизи.

4. Віртуальна команда.

Характеристики: Члени команди працюють віддалено з різних місць, часто об'єднуючись через онлайн-платформи. Комунікаційні інструменти мають вирішальне значення.

Переваги: Доступ до фахівців з усього світу, зниження адміністративних витрат, гнучкість.

Виклики: Різниця в часових поясах, комунікаційні бар'єри, згуртованість команди.

5. Команда коворкінгу.

Характеристики: Члени команди фізично працюють разом у спільному робочому просторі або інкубаторі. Ця модель сприяє співпраці та нетворкінгу.

Переваги: Можливості для нетворкінгу, спільні ресурси, відчуття спільноти.

Виклики: Обмежена конфіденційність, потенційні відволікаючі фактори, витрати на оренду.

6. Команда, що заснована на акціонерному капіталі.

Характеристики: Члени команди заохочуються акціями (частками в компанії), а не негайною компенсацією. Це узгоджує їхні інтереси з успіхом стартапу.

Переваги: Економічна ефективність, вмотивовані члени команди, довгострокові зобов'язання.

Виклики: Зменшення частки капіталу засновників, складність структурування угод з акціонерним капіталом, проблеми з утриманням персоналу.

7. Команда на базі університету.

Характеристики: Деякі стартапи формуються в університетах або академічних установах. Професори та студенти співпрацюють над дослідницькими проектами.

Переваги: Доступ до дослідницьких ресурсів, академічної експертизи, потенціал для отримання грантів та фінансування.

Виклики: Балансування академічних зобов'язань, повільне прийняття рішень, проблеми з правом власності на інтелектуальну власність.

8. Команда акселератора або інкубатора.

Характеристики: Стартапи приєднуються до програм акселератора або інкубатора, які надають менторство, ресурси та структуроване середовище.

Переваги: Менторство, доступ до інвесторів, структурована підтримка.

Виклики: Тиск, пов'язаний з виконанням проміжних етапів програми, втрата певного контролю, конкуренція з іншими стартапами.

9. Краудсорсингова команда.

Характеристики: Членів команди знаходять на онлайн-платформах і майданчиках, де люди пропонують свої навички для виконання конкретних завдань або проектів.

Переваги: Доступ до глобального пулу талантів, гнучкість у наймі, економічна ефективність.

Виклики: Контроль якості, управління віддаленими працівниками, юридичні та договірні питання.

Модель Такмана, також відома як стадії Такмена або модель розвитку команди Такмена, була запропонована психологом Брюсом Такманом у 1965 році. Вона описує етапи, через які зазвичай проходять команди, коли вони формуються, розвиваються та стають ефективними.

Модель складається з чотирьох основних етапів:

1. **Формування:** на цьому початковому етапі члени команди збираються разом, знайомляться один з одним і починають розуміти цілі та завдання проекту. Вони можуть бути ввічливими й

обережними у спілкуванні. Можлива певна плутанина щодо ролей і обов'язків.

2. **Штурм:** на цьому етапі часто виникають конфлікти та розбіжності, коли члени команди починають висловлювати свої ідеї та думки. Це критична фаза, на якій перевіряється динаміка команди, і окремі люди можуть змагатися за вплив чи домінування. Ефективні команди долають ці конфлікти, щоб досягти консенсусу.
3. **Нормування:** на стадії нормування члени команди починають встановлювати норми та стандарти поведінки. Вони починають ефективніше співпрацювати, конструктивно вирішувати конфлікти, розвивати почуття довіри та згуртованості. Ролі та обов'язки стають чіткішими.
4. **Виконання:** на етапі виконання команда є високопродуктивною та ефективною. Члени працюють злагоджено, і завдання виконуються ефективно. Існує високий рівень довіри та спільна відданість досягненню цілей команди.

4. *Типи команд.*

Команда засновників:

Склад: Зазвичай складається з перших засновників стартапу.

Ролі: Засновники часто виконують різні ролі, включаючи CEO (Search Engine Optimization), CTO (Chief Technology Officer), COO (Chief Operating Officer) та інші, залежно від їхнього досвіду.

Фокус: Відповідає за загальний напрямок і стратегію стартапу.

Команда розробників:

Склад: Складається з інженерів, розробників і технічних експертів.

Ролі: Включає інженерів-програмістів, інженерів-апаратників та інших технічних спеціалістів.

Фокус: Відповідає в першу чергу за проектування, створення та підтримку продукту або технології.

Команда маркетингу та продажів:

Склад: Включає фахівців з маркетингу, торгових представників та хакерів з розвитку.

Ролі: Маркетологи зосереджуються на створенні обізнаності та попиту, тоді як торгові представники відповідають за перетворення потенційних клієнтів на клієнтів.

Фокус: Спрямований на отримання прибутку шляхом просування та продажу продукту або послуги.

Операційна та логістична команда:

Склад: Складається з осіб, відповідальних за управління повсякденними операціями, ланцюжком поставок і логістикою.

Ролі: Операційні менеджери забезпечують безперебійність внутрішніх процесів, тоді як експерти з логістики займаються дистрибуцією та доставкою.

Фокус: Забезпечує ефективне виробництво, доставку та обслуговування клієнтів.

Фінансово-бухгалтерська команда:

Склад: Включає фінансистів, бухгалтерів та фінансових аналітиків.

Ролі: Фінансисти керують фінансуванням, бюджетами та фінансовим плануванням, тоді як бухгалтери ведуть фінансову документацію та звітність.

Фокус: Управління фінансовими ресурсами, бюджетування, фінансовий аналіз та фандрейзинг.

Команда клієнтської підтримки та питань комерціалізації:

Склад: Складається з представників служби підтримки клієнтів та менеджерів з питань комерціалізації.

Ролі: Служба підтримки надає допомогу клієнтам, тоді як менеджери з питань комерціалізації працюють над утриманням і розширенням відносин з клієнтами.

Фокус: Забезпечення задоволеності клієнтів, відповіді на запити та максимальне утримання клієнтів.

Консультативна рада або наставники:

Склад: Складається з досвідчених професіоналів або галузевих експертів.

Ролі: Виступають у ролі радників та наставників для засновників стартапів, надаючи рекомендації, досвід та цінні зв'язки.

Фокус: Надає стратегічні поради та допомагає вирішувати проблеми.

Команда з досліджень та розробок (R&D):

Склад: Складається з дослідників, науковців та інноваторів.

Ролі: Займається вивченням нових технологій, проведенням експериментів та розробкою інноваційних рішень.

Фокус: Сприяє інноваціям і перебуває в авангарді технологічного прогресу.

Проектні команди або робочі групи:

Склад: Створюються тимчасово для вирішення конкретних проектів або проблем.

Ролі: Члени відбираються на основі їхнього досвіду, що відповідає цілям проекту.

Фокус: Виконує короткострокові проекти, такі як запуск продукту, маркетингові кампанії або вдосконалення процесів.

Міжфункціональні команди:

Склад: Складається з представників різних функціональних сфер стартапу (наприклад, маркетинг, продажі, розробка).

Ролі: Співпрацюють для вирішення складних проблем або стратегічних ініціатив, які вимагають вкладу з різних дисциплін.

Фокус: Вирішує міжфункціональні проблеми та сприяє інноваціям.

5. *Крива командної ефективності.*



Джерело: розроблено авторами

Робоча група - група, у якої немає потреби в підвищенні ефективності спільної праці ;

Псевдокоманда - це група, яка не зосередилася на колективному виконанні роботи і не намагається робити це.

Потенційна команда - це група, у якій має місце суттєва потреба в підвищенні ефективності спільної праці, і вона пробує це робити.

Реальна команда - це невелика кількість людей з взаємодоповнюючими навичками, які віддані загальному напрямку, цілям і робочому підходу, за якого вони відчувають себе взаємно відповідальними.

Високоефективна команда - це реальна команда, члени якої мають підвищене відчуття відповідальності за виконання командної роботи.

6. *Ролі в команді.*

1. Засновник/Співзасновник:

Роль: далекоглядний лідер, який ініціює стартап, задумує основну ідею та часто забезпечує початкове фінансування. Співзасновники поділяють цю роль.

Обов'язки: визначення загального напрямку та стратегії, прийняття ключових рішень та формування команди.

Відповідність: Засновникам потрібне глибоке розуміння своєї галузі (наприклад, електротехніка) і здатність перетворити технічні знання на життєздатну бізнес-ідею.

2. Генеральний директор (головний виконавчий директор):

Роль: Вищий керівник, відповідальний за загальне керівництво та управління компанією.

Обов'язки: стратегічне планування, прийняття рішень, забезпечення фінансування та забезпечення виконання командою бізнес-плану.

Актуальність: керівники цих спеціальностей повинні мати чітке уявлення про тенденції галузі, технічні знання та лідерські навички.

3. СТО (Chief Technology Officer):

Роль: технологічний лідер, відповідальний за нагляд за розробкою та впровадженням технічних стратегій компанії.

Обов'язки: Керівництво науково-дослідницькими роботами, забезпечення технічних інновацій і узгодження технології з бізнес-цілями.

Актуальність: В електроенергетиці та суміжних галузях технічний директор відіграє центральну роль у розробці інноваційних технологій та продуктів.

4. СМО (Chief Marketing Officer):

Роль: керує маркетинговими та брендинговими зусиллями стартапу.

Обов'язки: Створення маркетингових стратегій, визначення цільових ринків, управління рекламою та формування присутності бренду.

Актуальність: у галузях, пов'язаних з електрикою та електромеханікою, ефективний маркетинг може допомогти позиціонувати стартап і охопити потенційних клієнтів.

5. Фінансовий директор (Chief Financial Officer):

Посада: Керує фінансовими аспектами компанії.

Обов'язки: Бюджетування, фінансове планування, фандрайзинг та забезпечення фінансової стійкості.

Актуальність: фінансові директори забезпечують ефективний розподіл ресурсів, особливо в таких капіталомістких галузях, як електротехніка.

6. Менеджер продукту:

Роль: спостерігає за розробкою продукту чи технології стартапу.

Обов'язки: визначення характеристик продукту, визначення пріоритетів і забезпечення того, щоб продукт відповідав потребам ринку.

Актуальність: в електротехніці та електромеханіці керівники продуктів відіграють ключову роль у розробці та запуску інноваційних продуктів.

7. Інженер-програміст/інженер-електрик/інженер-механік:

Роль: Технічні експерти, відповідальні за проектування, розробку та підтримку продукту чи технології.

Обов'язки: Впровадження технічних рішень, проведення випробувань, забезпечення надійності продукції.

Актуальність: Інженери є членами основної команди стартапів у цих спеціальностях, привносячи технічний досвід у розробку продукту.

8. Менеджер з продажу/інженер з продажу:

Роль: стимулює продажі та зростання доходів.

Обов'язки: виявлення потенційних клієнтів, ведення переговорів і підтримка відносин з клієнтами.

Актуальність: в електроенергетиці та суміжних областях спеціалісти з продажу пов'язують рішення стартапу з потребами клієнтів.

9. Операційний менеджер:

Роль: контролює повсякденні операційні аспекти бізнесу.

Обов'язки: забезпечує безперебійне виробництво, логістику та управління ланцюгом поставок.

Актуальність: Керівники операцій життєво важливі для стартапів, які займаються виробництвом електричних або електромеханічних виробів.

10. Спеціаліст із підтримки клієнтів/інженер із технічної підтримки:

Роль: забезпечує після-продажну підтримку клієнтів.

Обов'язки: вирішення проблем клієнтів, відповіді на запити та забезпечення задоволеності клієнтів.

Актуальність: відмінна підтримка клієнтів може призвести до повторного бізнесу та позитивних рекомендацій.

11. Інженер/науковець з досліджень і розробок (НДДКР):

Роль: фокусується на постійних інноваціях і вдосконаленні.

Обов'язки: Проведення досліджень, розробка нових технологій і вдосконалення існуючих продуктів.

Актуальність: це важливо для стартапів у цих сферах, щоб залишатися конкурентоспроможними та просувати свої рішення.

12. Консультативна рада або наставники:

Роль: досвідчені професіонали, які надають вказівки та аналізують галузь.

Обов'язки: надання порад, представлення та забезпечення стратегічного керівництва.

Актуальність: наставники можуть запропонувати цінні знання та зв'язки, щоб орієнтуватися в складнощах цих галузей.

Рольова модель команди Белбіна (Belbin Team):

Рольова модель команди Белбіна, розроблена доктором Мередіт Белбін у 1970-х роках, зосереджена на окремих ролях у команді. Белбін виділив дев'ять командних ролей, кожна з яких пов'язана з певними рисами та поведінкою. Вона складається з 9-ти типів та поділена на 3 групи:

- інтелектуальні ролі – Генератор ідей, Аналітик-стратег, Фахівець;
- соціальні ролі – Душа команди, Дослідник ресурсів, Координатор;
- ролі дії – Мотиватор, Реалізатор, Педант.

7. Тімбілдінг.

Тімбілдінг – це процес розвитку та підвищення ефективності групи осіб, які працюють разом для досягнення спільних цілей або завдань. Він спрямований на покращення командної роботи, спілкування, довіри та загальної групової динаміки.

Основні правила командоутворення:

1. Чітко визначені цілі та завдання:

- Команди повинні мати спільне розуміння своїх цілей і завдань. Ці цілі мають бути конкретними, вимірними, досяжними, актуальними та обмеженими у часі (SMART).

2. Ефективне спілкування:

- Відкрите, чесне та прозоре спілкування має важливе значення для успіху команди. Члени повинні активно слухати, чітко висловлювати свої ідеї та надавати конструктивний відгук.

3. Чіткі ролі та обов'язки:

- Кожен член команди повинен мати певну роль і набір обов'язків. Знання того, хто за що відповідає, допомагає уникнути плутанини та збігів.

4. Довіра та повага:

- Довіра є основою ефективної командної роботи. Члени команди повинні довіряти компетентності та намірам один одного. Повага до різноманітних точок зору та походження також має вирішальне значення.

5. Вирішення конфліктів:

- Конфлікти є природними для будь-якого колективу. Члени команди повинні знати, як конструктивно вирішувати конфлікти, зосереджуючись на пошуку рішень, а не на звинуваченні.

6. Активна участь:

- Кожен член команди повинен активно брати участь в обговореннях, проектах і завданнях. Заохочуйте участь усіх членів команди, щоб використовувати їхні навички та перспективи.

7. Процес прийняття рішень:

- Команди повинні встановити чіткий процес прийняття рішень. Це може включати досягнення консенсусу, більшість голосів або делегування експертам у відповідній галузі.

8. Ефективне управління часом:

- Ефективне управління часом має вирішальне значення для дотримання термінів і досягнення цілей. Команди повинні розставляти пріоритети, створювати графіки та контролювати прогрес.

9. Постійне вдосконалення:

- Формування команди – це постійний процес. Команди повинні регулярно оцінювати свою продуктивність, визначати сфери, які потрібно вдосконалити, і адаптуватися до мінливих обставин.

10. Святкування успіхів:

- Визнання та відзначення досягнень, якими б малими вони не були, підвищує моральний дух і мотивацію команди. Важливо визнавати індивідуальні та колективні досягнення.

Завдання на самостійну роботу



Мета: ознайомлення студентів з основними поняттями, пов'язаними з формуванням команди стартап-проекту.

Підготуватись один з варіантів есе:

1. Команда та група (1 сторінка):

Дослідити та визначити терміни «команда» та «група» в контексті управління проектами та командної роботи. Виділіть ключові відмінності між ними та наведіть приклади.

2. Етапи розвитку команди (1 сторінка):

Опишіть різні етапи розвитку команди, включаючи формування, штурм, нормування, виконання та відкладення. Наведіть приклади або сценарії для кожного етапу.

3. Моделі формування ефективної команди (1 сторінка):

Дослідіть і представте принаймні дві моделі для формування ефективної команди. Поясніть основні принципи та кроки, описані в цих моделях.

4. Типи команд (1 сторінка):

Дослідіть різні типи команд, які зазвичай зустрічаються в середовищах запуску. Наведіть приклади та поясніть актуальність кожного типу в контексті стартапів у сфері електроенергетики, електротехніки чи електромеханіки.

5. Крива ефективності команди (1 сторінка):

Дослідіть та опишіть криву ефективності команди. Поясніть фази (формування, штурм, нормування, виконання та відкладення) та їхнє значення в розвитку команди.

6. Ролі в команді (1 сторінка):

Визначте та поясніть принаймні п'ять ключових ролей, які зазвичай є в команді проекту. Обговоріть обов'язки та внески, пов'язані з кожною роллю.

7. **Team Building (1 сторінка):**

Обговоріть важливість формування команди в стартап-проектах. Опишіть щонайменше три заходи або стратегії з формування команди, які можуть підвищити згуртованість і ефективність команди.

Завдання для обговорення та самоконтролю

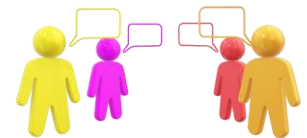


1. У чому принципова різниця між командою та групою в контексті стартап-проектів?
2. Як група може перетворитися на високоефективну команду в умовах стартапу?
3. Наведіть приклад групи та команди в середовищі стартапу та поясніть їхні ролі.
4. Чому при формуванні команди стартап-проекту важливо розрізняти команду та групу?
5. Охарактеризуйте «формуючий» етап розвитку колективу. Що зазвичай відбувається під час цієї фази?
6. Які проблеми та конфлікти можуть виникнути на етапі «штурму» розвитку команди та як їх вирішити?
7. На етапі «нормування» які зусилля докладаються для створення гармонійної команди стартап-проекту?
8. Як команда досягає стадії «виконання» і які характеристики цієї стадії?
9. Поясніть модель Такмена розвитку команди. Як це можна застосувати до стартап-команд?
10. Що таке рольова модель Belbin Team і як вона може допомогти у формуванні ефективних проектних команд стартапу?
11. Порівняйте та порівняйте принаймні дві моделі для формування ефективної команди.
12. Які різні типи команд зазвичай зустрічаються в стартап-середовищах і чим вони відрізняються за призначенням і функціями?

13. У галузі електроенергетики наведіть приклад типу стартап-команди та поясніть її значення.
14. Чим може відрізнятися склад і ролі в міжфункціональній команді від проектної команди в стартапі?
15. Опишіть криву ефективності команди. Як це пов'язано з етапами розвитку команди?
16. На якому етапі розвитку команди команда стартап-проекту найімовірніше досягне високих результатів?
17. Як проектна команда стартапу може пройти крізь виклики фази «штурму», щоб ефективніше досягти фази «виконання»?
18. Назвіть три загальні ролі в проектній команді стартапу та окресліть їхні обов'язки.
19. У стартапі, який зосереджений на електротехніці, поясніть значення наявності технічного експерта в команді.
20. Як ефективний розподіл ролей може сприяти успіху команди проекту стартапу?

Практикум до теми 3

Практичне заняття 1. Ділова гра – «Формування ефективної команди».



Енергетична головоломка – відновлювана енергія для віддаленого села

Сценарій:

Уявіть, що ви є частиною команди стартапів під назвою «EcoPower Innovations». Місія вашої команди полягає в тому, щоб надати рішення щодо відновлюваної енергії у віддаленому селі, розташованому в гірському регіоні. Зараз це село не має доступу до електроенергії, і його жителі покладаються на традиційні невідновлювані джерела енергії, такі як гасові лампи для освітлення та дров'яні печі для приготування їжі. Ваш стартап отримав фінансування та прагне надати цій спільноті стійке та доступне енергетичне рішення.

Постановка проблеми: віддалене село, якому вам доручено допомагати, стикається з кількома проблемами, пов'язаними з енергією:

- **Відсутність електроенергії:** у селі немає доступу до електроенергії, що обмежує якість життя мешканців, економічні можливості та доступ до сучасних зручностей.
- **Вплив на навколишнє середовище:** використання газових ламп і печей на дровах має шкідливий вплив на навколишнє середовище, сприяючи вирубці лісів і забрудненню повітря.
- **Економічні обмеження:** село має обмежені фінансові ресурси, і будь-яке запропоноване енергетичне рішення має бути економічно ефективним і стійким у довгостроковій перспективі.
- **Географічні труднощі:** село розташоване в горбистій і лісистій місцевості, що може вплинути на доцільність і встановлення систем відновлюваної енергії.

Опис вправи:

Ваше завдання полягає в тому, щоб у ваших командах стартапів провести мозковий штурм, проаналізувати та запропонувати комплексне рішення щодо відновлюваних джерел енергії для цього віддаленого села.

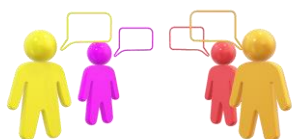
Потрібно розглянути різні аспекти проблеми, зокрема:

1. **Джерело енергії:** Визначте найбільш прийнятне джерело відновлюваної енергії для села (наприклад, сонячна, вітрова, гідроенергія) на основі його географічного розташування та наявних ресурсів.
2. **Проектування системи:** розробка енергетичної системи, яка може забезпечити електрику для освітлення, приготування їжі та основних приладів для задоволення потреб села.
3. **Аналіз доходів та витрат:** проведіть аналіз доходів та витрат, щоб переконатися, що запропоноване рішення є економічно життєздатним як для стартапу, так і для села.

4. **Вплив на навколишнє середовище:** Оцініть вплив обраного рішення на навколишнє середовище та визначте заходи для мінімізації будь-яких негативних наслідків.
5. **Залучення громади:** подумайте, як ви будете взаємодіяти з мешканцями села, щоб забезпечити їхню участь і прийняття нового енергетичного рішення.
6. **План впровадження:** Розробіть покроковий план встановлення та обслуговування енергетичної системи.

Презентація: кожна команда представить запропоноване рішення, висвітлюючи технічні, економічні, екологічні та соціальні аспекти свого плану.

Практичне заняття 2. Тренінг з тимблдіingu - Суперництво і співпраця в командоутворенні



Мета: дослідити баланс між конкуренцією та співпрацею в контексті командоутворення, пов'язаного з енергетичними проектами.

Вправа: «Завдання з оптимізації енергетичної мережі»

Сценарій: ви входите до команди стартапів PowerTech Solutions, яка спеціалізується на оптимізації енергетичних мереж. Вашій команді доручено вирішити складну задачу, пов'язану з управлінням міською енергорозподільчою мережею.

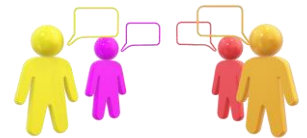
Постановка проблеми: енергетична мережа міста опинилася в критичній ситуації. У зв'язку зі збільшенням попиту на енергію та коливаннями у постачанні існує нагальна потреба оптимізувати продуктивність мережі, щоб забезпечити надійний та ефективний розподіл енергії. Ваша команда повинна взяти на себе різні ролі в стартапі та спільно працювати над вирішенням проблем.

Опис вправи:

1. **Формування команди:** розділіться на команди по 4-6 осіб. Призначте у кожній команді конкретну роль у рамках «Рішень PowerTech», наприклад, управління електромережею, інтеграція відновлюваної енергетики, управління попитом, фінансове планування та відносини з клієнтами. Кожен член команди повинен мати визначену роль на основі свого досвіду.
2. **Ознайомлення зі сценарієм:** Ви відповідаєте за управління енергетичною мережею міста, забезпечення стабільного електропостачання мешканців та оптимізацію використання відновлюваних джерел енергії, зберігаючи при цьому низькі витрати.
3. **Моделювання енергетичної мережі:** Змодельуйте сценарій енергетичної мережі. Це може включати дані про попит на електроенергію, відновлювані джерела енергії (наприклад, сонце та вітер) та мережеву інфраструктуру. Команда на основі аналізу цих даних, має прийняти рішення щодо виробництва, розподілу та керування навантаженням.
4. **Змагальний елемент:** З метою запровадження конкуренції, встановим показники ефективності та цілі для кожної команди. Наприклад, команди можуть змагатися за мінімізацію втрат енергії, максимізацію використання відновлюваної енергії або задоволення потреб клієнтів із мінімальними перебоями.
5. **Елемент співпраці:** Одна команда має надлишок потужностей відновлюваних джерел енергії, а інша стикається з великим попитом. Команди повинні провести переговори, щоб ефективно збалансувати сітку.
6. **Завдання на час:** команди мають обмежений час для прийняття рішень, впровадження змін і оптимізації енергетичної мережі. Вони повинні документувати свої стратегії, дії та результати.
7. **Підведення підсумків та обговорення:** Обговорюємо проблеми, з якими зіткнулися, стратегії, які використовуються для оптимізації, досягнуті результати та динаміку суперництва та співпраці всередині та між командами.

**Практичне заняття 3. Тренінг практичних навичок:
формування та масштабування команди стартапу, розподіл
часток стартапу між учасниками.**

Мета: навчити студентів, як формувати, масштабувати та розподіляти частки в команді стартапу.



Вправа: «EnergyTech Ventures»

Сценарій: Ви є частиною команди стартапів «EnergyTech Ventures», яка зосереджена на розробці інноваційних енергетичних рішень для міських районів. Ваша команда отримала початкове фінансування, і тепер вона зіткнулася з проблемою формування команди, її масштабування відповідно до вимог проекту та розподілу акцій між членами команди.

Постановка проблеми: «EnergyTech Ventures» уклала контракт на впровадження енергоефективної системи освітлення для великого міста. Проект значний і вимагає додаткових членів команди. Ваше завдання — сформувати, масштабувати та розподілити частки в команді стартапу для ефективного виконання цього проекту.

Опис вправи:

1. **Формування команди:** Розділіться на невеликі команди з 3-4 учасників. Кожна команда представляє стартап в рамках «EnergyTech Ventures».
2. **Ролі в команді.** Оберіть собі роль в команді стартапу, наприклад, засновника/генерального директора, технічного керівника, керівника проекту та керівника маркетингу. Кожна роль повинна мати певні обов'язки та досвід.
3. **Ознайомлення з проектом:** Ваша стартап-команда отримала контракт на розробку та впровадження енергоефективної системи освітлення для великого міського району. Обсяг проекту та часові

рамки вимагають додаткових членів команди для досягнення успіху.

4. **Масштабування команди:** кожна команда стартапу повинна вирішити, як збільшити свою команду, найнявши додаткових членів (студентів, які наразі не входять до команди) із певними навичками, такими як знання електротехніки, управління проектами чи маркетингу.
5. **Розподіл акцій:** обговоріть концепцію акцій у стартапі. Кожна команда стартапу повинна вирішити, як розподілити частки капіталу між членами-засновниками та новими працівниками. Враховуйте такі фактори, як початкові внески, ролі та майбутні внески.
6. **Переговори та угода:** команди ведуть переговори щодо розподілу капіталу та завершують угоди в рамках своїх команд стартапів. Вони також повинні визначитися з ролями та обов'язками нових членів команди.
7. **Презентація:** кожна команда стартапу представляє структуру своєї команди, нових найманців, модель розподілу акцій і план проекту. Вони пояснюють мотиви цих рішень.
8. **Зворотний зв'язок та обговорення:** Обговоріть проблеми, з якими стикаються під час переговорів про акціонерний капітал, обґрунтування моделей розподілу акціонерного капіталу та важливість чітких ролей і обов'язків.

Рекомендована та використана література



1. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
2. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.

3. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с.
Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>

ТЕМА 4. БІЗНЕС-МОДЕЛЮВАННЯ СТАРТАПУ

1. Бізнес-модель - шаблон Canvas.
2. Побудова бізнес-моделі на базі шаблону Lean Canvas.
3. Конфігурації шаблонів бізнес-моделі.

Теоретична підготовка



Побудова успішної бізнес-моделі не означає, що треба все міняти. Йдеться про розуміння, кого слухати і чому.

**Стів Бланк,
венчурний інвестор**

1. Бізнес-модель - шаблон Canvas.

Бізнес-модель стартапу – це структура, яка описує, як стартап збирається створювати, доставляти та отримувати цінності. Він визначає ключові компоненти діяльності стартапу, включаючи цільові сегменти споживачів, ціннісну пропозицію, потоки доходів і структуру витрат.

Типи бізнес-моделей стартапів:

- ✓ **Модель підписки:** стартапи пропонують свої продукти чи послуги на основі передплати, де клієнти регулярно платять за доступ. Приклади: Netflix, Sport Life.
- ✓ **Модель електронної комерції:** ці стартапи продають продукти або послуги безпосередньо клієнтам через онлайн-платформи. Приклади: Amazon і eBay.
- ✓ **Модель ринку:** ці стартапи створюють платформи, які з'єднують покупців і продавців. Приклади: Airbnb.

- ✓ **Модель Freemium:** стартапи пропонують базову версію свого продукту безкоштовно, але платять за преміум-функції чи послуги. Гарними прикладами є Dropbox і LinkedIn.
- ✓ **Модель на вимогу:** стартапи надають миттєвий доступ до продуктів або послуг, коли їх запитують клієнти. На цій моделі працює Uber.

Особливості бізнес-моделі стартапу:

- **Інновації:** стартапи характеризуються інноваційними підходами, часто запроваджуючи проривні рішення існуючих проблем.
- **Масштабованість:** успішні стартапи мають потенціал для швидкого масштабування, розширюючи свою клієнтську базу та операції.
- **Бережливий підхід:** стартапи часто використовують методологію економічного виробництва, наголошуючи на ефективності та економічній ефективності у своїй діяльності.
- **Високий ризик – висока винагорода:** стартапи пов'язані зі значними ризиками, але вони також пропонують потенціал для значних винагород, як у фінансовому плані, так і з точки зору впливу.
- **Адаптивність:** стартапи повинні адаптуватися до мінливих ринкових умов, відгуків клієнтів і нових тенденцій.

Ключові елементи:

1. **Ціннісна пропозиція:** це унікальне рішення або продукт, який пропонує стартап для вирішення конкретної проблеми чи потреби на ринку. Це те, що відрізняє стартап від конкурентів.
2. **Сегменти клієнтів:** Визначення та розуміння цільової аудиторії має вирішальне значення. Стартапи повинні визначити своїх ідеальних клієнтів і адаптувати свої продукти чи послуги відповідно до їхніх потреб.
3. **Модель доходу:** як стартап планує отримати дохід? Це може включати стратегії ціноутворення, моделі підписки, рекламу чи інші методи монетизації.
4. **Канали:** канали розподілу, через які стартап досягає своїх клієнтів. Це може включати онлайн-платформи, партнерства, прямі продажі тощо.

5. **Ключові ресурси:** активи, навички та партнерські відносини, необхідні для ефективної реалізації ціннісної пропозиції. Це можуть бути технології, інтелектуальна власність або людські ресурси.
6. **Структура витрат:** визначення ключових витрат, пов'язаних із запуском стартапу, таких як виробництво, маркетинг, персонал та інфраструктура.

Canvas Business Model – це візуальна структура – односторінковий візуальний шаблон, який допомагає підприємцям і керівникам проектів систематично окреслювати та аналізувати ключові компоненти своєї бізнес-моделі. Такий підхід є практичним інструментом для мозкового штурму, валідації та презентації концепції вашого бізнесу чи проекту.

2. Побудова бізнес-моделі на базі шаблону Lean Canvas.



Джерело: авторська компоновка на основі опрацювання [16]

Приклад: Запуск зарядки електромобіля:

Розглянемо приклад. Уявіть, що ви починаєте бізнес, який надає рішення для зарядки електромобілів (EV):

- ✓ *Сегменти клієнтів* : індивідуальні власники електромобілів, комерційні автопарки, муніципалітети.
- ✓ *Ціннісна пропозиція* : Швидка, надійна та економічно ефективна зарядка електромобілів.
- ✓ *Канали* : онлайн-платформа, мобільний додаток, партнерство з бізнесом.
- ✓ *Відносини з клієнтами* : самообслуговування для окремих осіб, спеціальна підтримка автопарків, залучення громади для муніципалітетів.
- ✓ *Потоки доходу* : стягнення плати, плани передплати, послуги аналізу даних.
- ✓ *Ключові ресурси* : інфраструктура зарядки, програмна платформа, мережеві партнерства.
- ✓ *Основні види діяльності* : обслуговування зарядних станцій, аналіз даних користувачів, маркетинг.
- ✓ *Ключові партнерства* : виробники електромобілів, енергетичні підприємства, власники нерухомості.
- ✓ *Структура витрат* : обслуговування обладнання, розробка програмного забезпечення, витрати на маркетинг.

3. Конфігурації шаблонів бізнес-моделі.

Шаблони бізнес-моделей можуть мати різні конфігурації, залежно від їхнього призначення та галузі. Ось кілька найпоширеніших конфігурацій:

- **Lean Canvas** - це спрощена версія, що зосереджена на вирішенні проблем, валідації клієнта та здійсненні швидкодіючих ітерацій. Вона включає такі компоненти, як проблема, рішення, ключові показники та відсутність конкуренції.
- **Логічна модель сервіс-домінантної логіки (SDL)**: Ця модель підкреслює роль послуг у створенні та обміні цінностями. Вона

включає такі компоненти, як Пропозиція послуги, Процес надання послуги та Одержувач послуги.

- Полотно пропозиції цінності: Цей шаблон, що є розширенням ВМС, збільшує масштаб компонентів Ціннісна пропозиція та Клієнтські сегменти. Він допомагає компаніям глибше зануритися в потреби клієнтів і створення цінності.
- Платформна бізнес-модель: Для бізнесів, побудованих на платформах (наприклад, Amazon, Airbnb), ця конфігурація акцентує увагу на таких компонентах, як екосистема, мережеві ефекти та управління платформою.
- Бізнес-модель підписки: Підходить для бізнесів, що базуються на підписці, таких як Netflix, ця модель акцентує увагу на таких компонентах, як модель підписки, клієнтський досвід і стратегії утримання клієнтів.

Завдання на самостійну роботу



Мета: мета цього індивідуального завдання полягає в тому, щоб поглибити ваше розуміння концепцій бізнес-моделювання, особливо зосередившись на Canvas бізнес-моделі, Lean Canvas і різних конфігураціях шаблонів бізнес-моделей.

Інструкції:

Частина 1: Canvas Business Model

Дослідження: почніть із вивчення бізнес-моделі. Ознайомтеся з дев'ятьма ключовими компонентами, їх значенням і тим, як вони взаємопов'язані.

1. **Заявка:** виберіть відому компанію чи стартап (наприклад, Tesla або компанію на ваш вибір) і створіть для цієї компанії полотно бізнес-моделі. Проаналізуйте кожен компонент і поясніть, як компанія створює, доставляє та отримує цінність. Додайте короткий вступ до обраної компанії.
2. **Критичний аналіз:** обговоріть сильні сторони та обмеження Business Model Canvas як інструменту для бізнес-моделювання.

Для яких видів бізнесу він найбільше підходить, а де може бути менш ефективним?

Частина 2: Lean Canvas

Дослідження: досліджуйте модель Lean Canvas. Зрозумійте його призначення, компоненти та чим він відрізняється від полотна бізнес-моделі.

1. **Практичне застосування:** виберіть гіпотетичну ідею стартапу або існуючий бізнес (ви можете використати ту саму ідею з Частини 1, якщо це можливо) і створіть для нього Lean Canvas. Окресліть проблему, рішення, ключові показники, унікальну ціннісну пропозицію.
2. **Рефлексія:** подумайте про те, як Lean Canvas заохочує більш цілеспрямований підхід до бізнес-моделювання, особливо в контексті стартапів. Обговоріть, як він визначає пріоритетність вирішення проблем і перевірки клієнтів.

Частина 3: Конфігурації шаблонів бізнес-моделей

1. **Дослідження:** досліджуйте різні конфігурації шаблонів бізнес-моделей за межами Business Model Canvas і Lean Canvas. Подивіться на такі моделі, як логічна модель логіки з домінантним обслуговуванням, бізнес-модель платформи та бізнес-модель підписки.
2. **Порівняння:** порівняйте та порівняйте принаймні дві різні конфігурації за допомогою Business Model Canvas або Lean Canvas з точки зору їх придатності для різних типів бізнесу чи галузей. Наведіть приклади, щоб проілюструвати свої думки.

Вимоги до подання:

- Підготуйте добре структурований документ у форматі на ваш вибір (наприклад, Word, PDF).
- Чітко позначте кожен розділ (Частина 1, Частина 2, Частина 3).
- За потреби додайте відповідні діаграми, діаграми чи таблиці.
- Цитуйте свої джерела, використовуючи відповідний стиль посилання (наприклад, APA, MLA).

Критерії оцінювання:

Ваше завдання буде оцінено за такими критеріями:

- Глибина розуміння Business Model Canvas і Lean Canvas.
- Чіткість і точність у створенні полотен і поясненні їх складових.

- Критичний аналіз сильних сторін і обмежень полотна бізнес-моделі.
- Застосування Lean Canvas до обраного стартапу чи бізнесу.
- Проникливі роздуми про зосередженість Lean Canvas на вирішенні проблем.
- Всебічне дослідження різних конфігурацій шаблонів бізнес-моделей.
- Ефективне порівняння придатності різних шаблонів для різних компаній.

Завдання для обговорення та самоконтролю

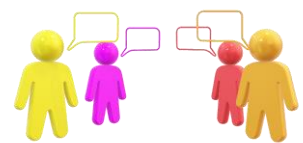


1. Поясніть концепцію Business Model Canvas. Які його ключові компоненти?
2. Виберіть відому компанію та обговоріть, як, на вашу думку, виглядатиме їхня Business Model Canvas.
3. Створіть гіпотетичну модель бізнес-моделі для стартапу, який зосереджується на рішеннях у сфері відновлюваної енергії.
4. Порівняйте полотно бізнес-моделі з традиційним бізнес-планом. Які переваги та недоліки кожного з них?
5. Як Canvas Business Model може бути корисною для визначення потенційних ризиків і можливостей для стартапу?
6. Наведіть приклади того, як різні галузі можуть мати унікальні бізнес-моделі.
7. Обговоріть, як зміни в поведінці клієнтів або динаміці ринку можуть вплинути на бізнес-модель компанії.
8. Поясніть призначення Lean Canvas. Чим він відрізняється від Business Model Canvas?
9. Створіть Lean Canvas для гіпотетичного стартапу, який має на меті зменшити споживання енергії домогосподарствами.
10. Порівняйте Lean Canvas і Business Model Canvas з точки зору їх цілеспрямованості та практичності.
11. Як Lean Canvas сприяє більш орієнтованому на клієнта підходу до бізнес-моделювання?

12. Обговоріть значення компонента «Нечесна перевага» в Lean Canvas. Наведіть приклади.
13. Подумайте про те, як Lean Canvas визначає пріоритетність вирішення проблем і перевірки гіпотез для стартапів.
14. У яких сценаріях Lean Canvas буде особливо корисним, а коли він може бути менш придатним?
15. Дослідить і поясніть логічну модель домінантної логіки. Чим він відрізняється від традиційних бізнес-моделей?
16. Дослідить концепцію бізнес-моделі платформи. Наведіть приклади успішного бізнесу на основі платформ.
17. Дослідить бізнес-моделі підписки. Що робить їх унікальним типом бізнес-моделі?
18. Порівняйте та порівняйте логічну модель логічної домінантної послуги, бізнес-модель платформи та бізнес-модель підписки з Business Model Canvas.
19. Обговоріть, чому певні конфігурації бізнес-моделі краще підходять для конкретних галузей або ринкових умов.
20. Уявіть, що ви запускаєте стартап у галузі зарядки електромобілів. Який шаблон бізнес-моделі (Canvas, Lean чи інший) ви б вибрали і чому?

Практикум до теми 4

Практичне заняття 1. Творче завдання - Процес перетворення бізнес-ідеї у бізнес- модель



Мета: Мета цього практичного заняття полягає в тому, щоб залучити студентів до процесу перетворення бізнес-ідеї в комплексну бізнес-модель, зосереджуючись на концепції, пов'язаній з енергетикою.

Опис завдання:

Уявіть, що ви є частиною команди, яка вивчає інноваційні можливості для бізнесу в енергетичному секторі. Ваше завдання полягає в тому, щоб взяти початкову бізнес-ідею, пов'язану з

енергетикою, і розвинути її в структуровану бізнес-модель за допомогою структури Business Model Canvas.

Інструкції:

Крок 1: Вибір бізнес-ідеї, пов'язаної з енергетикою (15 хвилин)

1. У малих групах проведіть мозковий штурм і виберіть бізнес-ідею, пов'язану з енергетикою. Ця ідея не повинна стосуватися відновлюваних джерел енергії для віддалених сіл або оптимізації мережі, як у попередніх вправах.
2. Ваша ідея може стосуватися таких сфер, як енергоефективність, рішення для розумного будинку, послуги електромобілів або будь-які інші концепції, пов'язані з енергією, які цікавлять вашу групу.

Крок 2: Розробіть полотно бізнес-моделі (60 хвилин)

1. Вибравши свою бізнес-ідею, скористайтеся полотном бізнес-моделі, щоб побудувати навколо неї структуровану бізнес-модель.
2. Заповніть кожен із дев'яти компонентів полотна бізнес-моделі на основі вибраної ідеї. Опишіть, як ваш бізнес створюватиме, забезпечуватиме та отримувати цінність в енергетичному секторі.
3. Надайте деталі для кожного компонента, зокрема:
 - **Сегменти клієнтів:** хто ваші цільові клієнти чи групи користувачів?
 - **Ціннісна пропозиція:** яку унікальну цінність ваш бізнес запропонує клієнтам?
 - **Канали:** як ви будете охоплювати клієнтів і взаємодіяти з ними?
 - **Відносини з клієнтами:** який тип відносин ви збираєтеся встановити з клієнтами?
 - **Потоки доходів:** як ваш бізнес буде отримувати дохід?
 - **Ключові ресурси:** які ресурси необхідні для роботи вашого бізнесу?
 - **Основні види діяльності:** які основні види діяльності здійснюватиме ваш бізнес?
 - **Ключові партнерства:** чи потрібні стратегічні альянси чи партнерства?

- **Структура витрат:** які основні витрати пов'язані з веденням вашого бізнесу?

Крок 3: Презентація та обговорення (15 хвилин)

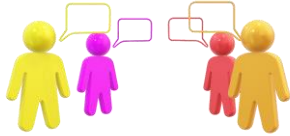
1. Кожна група представить класу свою розроблену бізнес-модель.
2. Поясніть свою бізнес-ідею, пов'язану з енергетикою, і пройдіться компонентами полотна, виділяючи ключові рішення та стратегії.
3. Після кожної презентації беріть участь у короткій дискусії, де клас може поставити запитання та надати відгук щодо представленої бізнес-моделі.

Приклад сценарію:

Припустімо, ваша група вирішила дослідити ідею «Енергоефективної послуги з модернізації будинку». У цьому випадку ваша бізнес-модель може включати:

- **Сегменти клієнтів:** домовласники, менеджери нерухомості.
- **Ціннісна пропозиція:** зменшення рахунків за електроенергію, підвищений комфорт, менший вплив на навколишнє середовище.
- **Канали:** онлайн-платформа, партнерство з енергоаудиторами.
- **Відносини з клієнтами:** індивідуальні консультації, постійна підтримка.
- **Потоки доходу:** плата за послуги, спільне використання заощаджень енергії.
- **Ключові ресурси:** інструменти енергоаудиту, кваліфіковані технічні спеціалісти.
- **Основні види діяльності:** енергоаудити, модернізація установок, технічне обслуговування.
- **Ключові партнерства:** енергоаудитори, постачальники енергоефективних матеріалів.
- **Структура витрат:** оплата праці, матеріали, маркетинг.

Практичні заняття 2-3. Тренінг практичних навичок: Побудова Business Model Canvas О. Остервальдера та І. Піньє для власної бізнес-ідеї



Мета: Мета цього практичного заняття полягає в тому, щоб озброїти студентів практичними навичками побудови бізнес-моделі Canvas (BMC) для власних бізнес-ідей, пов'язаних з енергетикою. До кінця цієї сесії студенти повинні навчитися використовувати структуру BMC, щоб перетворити свою концепцію енергетичного бізнесу на структуровану бізнес-модель.

Опис завдання:

Крок 1: Вибір бізнес-ідеї (30 хвилин)

1. Почніть з індивідуального вибору бізнес-ідеї, пов'язаної з енергетикою, яка вас зацікавила. Ця ідея має відрізнятися від тих, які використовувалися в попередніх вправах, і має стосуватися енергетичного сектору.
2. Подумайте про концепцію, яка стосується конкретної проблеми, пов'язаної з енергією, або пропонує унікальне рішення, пов'язане з енергією.

Крок 2: Ознайомлення з BMC (15 хвилин)

1. Переконайтеся, що всі студенти знайомі з компонентами бізнес-моделі Canvas (BMC), надавши короткий огляд кожного компонента: клієнтські сегменти, ціннісна пропозиція, канали, відносини з клієнтами, потоки доходів, ключові ресурси, ключові види діяльності, ключові партнерства та Структура витрат.

Крок 3: Створення вашого BMC (105 хвилин)

1. Тепер самостійно створіть власну бізнес-модель Canvas для вибраної ідеї енергетичного бізнесу. Для цього використовуйте великий аркуш паперу, дошку або цифрові інструменти.

2. Заповніть кожен компонент BMC відповідно до вашої ідеї. Розгляньте наступні запитання для кожного компонента:
- **Сегменти клієнтів:** хто ваші цільові клієнти в енергетичному секторі?
 - **Ціннісна пропозиція:** яку унікальну цінність запропонує ваш бізнес для вирішення проблеми, пов'язаної з енергією?
 - **Channels:** Як ви охопите своїх клієнтів в енергетичній галузі?
 - **Відносини з клієнтами:** Які стосунки ви плануєте встановити зі своїми споживачами енергії?
 - **Потоки доходів:** Як ваш енергетичний бізнес буде отримувати дохід?
 - **Ключові ресурси:** які ресурси є ключовими для діяльності вашого енергетичного бізнесу?
 - **Основні види діяльності:** якою основною діяльністю займатиметься ваш енергетичний бізнес?
 - **Ключові партнерства:** чи потрібні стратегічні альянси чи партнерства в енергетичному секторі?
 - **Структура витрат:** які основні витрати пов'язані з веденням вашого енергетичного бізнесу?
3. Не поспішайте на мозковий штурм і вдосконалення кожного компонента BMC. Будьте максимально детальними та конкретними.

Крок 4: Зворотний зв'язок і обговорення (30 хвилин)

1. У невеликих групах поділіться заповненими BMC з одногрупниками. Поясніть свою ідею енергетичного бізнесу та обґрунтування кожного компонента вашого полотна.
2. Заохочуйте конструктивні відгуки та пропозиції від ваших одногрупників. Обговоріть сильні сторони та потенційні сфери для вдосконалення BMC один одного.

Крок 5: Презентація (15 хвилин)

1. Виберіть одного або двох студентів, щоб представити свої бізнес-ідеї в галузі енергетики та BMC.
2. Обговоріть представлені ідеї та полотна в групі, виділяючи інноваційні підходи та цінні висновки з практичних вправ.

Приклад сценарію:

Давайте розглянемо гіпотетичну ідею енергетичного бізнесу: «Програмне забезпечення для інтелектуального управління енергією для комерційних будівель». Ось як студент може заповнити свій BMC:

- **Сегменти клієнтів:** менеджери комерційної нерухомості, власники будівель.
- **Ціннісна пропозиція:** зниження витрат на енергію, оптимізоване споживання енергії, екологічність.
- **Канали:** прямі продажі, онлайн-маркетинг, партнерство з енергетичними консультантами.
- **Відносини з клієнтами:** індивідуальні консультації, постійна підтримка, навчання.
- **Потоки доходу:** плата за ліцензії, плани передплати, спільне використання заощаджень енергії.
- **Ключові ресурси:** команда розробників програмного забезпечення, інструменти аналізу енергетичних даних.
- **Основні види діяльності:** розробка програмного забезпечення, енергоаудит, підтримка клієнтів.
- **Ключові партнерства:** консультанти з енергетики, постачальники систем автоматизації будівель.
- **Структура витрат:** розробка програмного забезпечення, маркетинг, персонал, обслуговування.

Рекомендована та використана література



1. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
2. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько,

Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.

3. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с. Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>
4. Остервальдер А., Піньє І. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного. Пер. з англ. Р. Корнута. Київ : Наш формат, 2017. 288 с.
5. Остервальдер А., Піньє І. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти; Пер. з англ. Р. Корнута. Київ : Наш формат, 2018. 324 с.

ТЕМА 5. МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ СТАРТАПУ

1. Методи оцінювання ринку стартапу. Взаємодія із споживачами стартапу.
2. Реклама та просування продукту стартап-проекту.
3. Маркетингова стратегія та план маркетингу стартап-проекту.

Теоретична підготовка



Маркетинг — це не мистецтво пошуку розумних способів розпоряджатися тим, що ви виробляєте. Це мистецтво створення справжньої цінності для споживача.

Філіп Котлер

1. Методи оцінювання ринку стартапу. Взаємодія із споживачами стартапу.

Ринок стартапів - це унікальна екосистема, де нові компанії, які найчастіше надихаються інноваціями та проривними ідеями, прагнуть знайти та використати можливості. Важливо розуміти, що стартапи працюють у динамічному, невизначеному та висококонкурентному середовищі.

Методи оцінки ринку:

- **Дослідження ринку:** Якісне дослідження ринку передбачає збір даних про споживчі потреби, вподобання та моделі поведінки. Стартапи мають визначити свою цільову аудиторію, зрозуміти ринкові тенденції та оцінити потенційний попит.

- **Аналіз конкурентів:** Дослідження наявних та потенційних конкурентів має вирішальне значення. Які їхні сильні та слабкі сторони? Які прогалини може заповнити ваш стартап?
- **SWOT-аналіз:** SWOT-аналіз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - сильні та слабкі сторони, можливості та загрози) дає змогу стартапам оцінити свої внутрішні можливості та зовнішні ринкові умови.
- **Мімальний життєздатний продукт (MVP):** Розробка MVP надає стартапам можливість протестувати свій продукт або послугу з реальними споживачами. Відгуки перших користувачів можуть бути безцінними.

Взаємодія зі споживачами стартапів:

- ✓ **Робота з клієнтами:** Ця методологія, яку запропонував Стів Бланк, наголошує на постійному зворотному зв'язку з клієнтами та циклічності. Вона передбачає взаємодію з клієнтами протягом усього шляху стартапу.
- ✓ **Робота з користувачем (User Experience, UX):** Зосередження на взаємодії з користувачем гарантує, що ваш продукт або послуга будуть відповідати очікуванням клієнтів. Безперебійний і приємний досвід користувача може диференціювати ваш стартап.

Залучення та утримання клієнтів:

- ✓ **Стратегії залучення:** Стартапи зобов'язані використовувати ефективні стратегії залучення клієнтів, будь то через цифровий маркетинг, партнерства або інші канали.
- ✓ **Стратегії утримання клієнтів:** Утримання клієнтів часто є більш економічно ефективним, ніж залучення нових. Слід розглянути програми лояльності, індивідуальний підхід та виняткову клієнтську підтримку.

Цикли зворотного зв'язку:

- ✓ Вміння слухати та адаптуватись: Заохочуйте клієнтів залишати відгуки та активно прислухайтесь до їхніх пропозицій і проблем. Адаптуйте свій продукт або послугу відповідно до них.
- ✓ Змінюйте напрямок або продовжуйте розвиватися: На основі відгуків та реакції ринку стартапам може знадобитися змінити свою стратегію або наполегливо дотримуватися свого початкового бачення.

2. *Реклама та просування продукту стартап-проекту.*

Визначення реклами:

Реклама охоплює всі форми комунікації, які використовує стартап для інформування, переконання та нагадування потенційним клієнтам про свої продукти чи послуги. Це ключовий елемент комплексу маркетингу.

Цілі реклами:

- Поінформованість: Початкова мета - створити обізнаність про ваш стартап та його пропозиції. Ви хочете, щоб ваша цільова аудиторія знала про ваше існування.
- Зацікавленість: Після того, як ви привернули їхню увагу, ви повинні зацікавити їх. Чому вони мають бути зацікавлені у вашому продукті чи послугі?
- Бажання: Ви хочете, щоб ваша аудиторія хотіла того, що ви пропонуєте, щоб вона бачила його цінність.
- Дія: Зрештою, реклама повинна спонукати до дії. Будь то покупка, реєстрація або інша бажана дія, реклама повинна спонукати вашу аудиторію до дії.

Розуміння цільової аудиторії:

- ✓ **Сегментація:** почніть із сегментації своїх потенційних клієнтів на основі демографічних, психографічних показників і поведінки. З ким ви намагаєтеся зв'язатися?
- ✓ **Особистість клієнта:** Створюйте детальні образи клієнтів, щоб адаптувати рекламні повідомлення до конкретних сегментів аудиторії.

Вибір каналів реклами:

- ✓ **Цифровий маркетинг:** У сучасну цифрову епоху реклама в Інтернеті часто є економічно ефективним і високотаргетованим варіантом. Зверніть увагу на соціальні мережі, рекламу в пошукових системах, маркетинг електронною поштою та контент-маркетинг.
- ✓ **Традиційна реклама:** Не забувайте про традиційні рекламні канали, такі як друковані видання, телебачення та радіо. Залежно від вашої цільової аудиторії, вони все ще можуть бути ефективними.
- ✓ **Реклама в соціальних мережах:** Такі платформи, як Facebook, Instagram та LinkedIn, пропонують складні варіанти таргетингу реклами.
- ✓ **Контент-маркетинг:** Створення якісного контенту, який навчає або розважає вашу аудиторію, може бути потужним способом формування попиту.

3. *Маркетингова стратегія та план маркетингу стартап-проекту.*

Ефективний маркетинг — це не лише реклама; йдеться про створення дорожньої карти, яка спрямовує ваш стартап до сталого зростання та успіху.

Маркетингова стратегія — це комплексний план, у якому описано підхід вашого стартапу до просування своїх продуктів або послуг для досягнення конкретних бізнес-цілей. Це основа, на якій будується ваша маркетингова діяльність.

Узгодження з бізнес-цілями:

- ✓ **Цілі стартапу:** маркетингова стратегія має повністю відповідати загальним цілям вашого стартапу. Незалежно від того, чи йдеться про збільшення частки ринку, вихід на нові ринки чи стимулювання зростання продажів, ваша стратегія має підтримувати ці цілі.
- ✓ **Орієнтація на клієнта:** ефективні маркетингові стратегії орієнтовані на клієнта. Вони починають із розуміння потреб, уподобань і поведінки вашої цільової аудиторії.

Ключові елементи маркетингової стратегії:

➤ **Цільова аудиторія:**

Сегментація ринку: почніть із сегментації своїх потенційних клієнтів на основі демографічних, психографічних показників і поведінки. Розуміння своєї аудиторії є основним.

Персони клієнта: створюйте детальні персони клієнта, щоб допомогти вам краще уявити та зрозуміти цільових клієнтів.

➤ **Ціннісна пропозиція:**

Унікальна торгова пропозиція (USP): визначте, що відрізняє ваш продукт або послугу від конкурентів. Яку унікальну цінність ви пропонуєте?

Позиціонування: визначте місце вашого стартапу на ринку. Ви лідер за витратами, нішевий фахівець чи інноватор?

Маркетинговий план — це тактична реалізація вашої маркетингової стратегії. Це детальна дорожня карта, яка визначає конкретні маркетингові заходи, бюджет і часові рамки, необхідні для досягнення ваших стратегічних цілей.

Складові маркетингового плану:

- ✓ **Маркетинговий комплекс (4Ps):** маркетинговий план передбачає детальний опис того, як ви вирішуватимете питання, пов'язані з чотирма Ps - Product, Price, Place та Promotion (продукту, ціни, місця та просування). Які продукти чи послуги ви пропонуватимете? Як ви встановлюватимете на них ціну? Де ви будете їх розповсюджувати? Як ви будете їх популяризувати?
- ✓ **Маркетинговий бюджет:** виділіть ресурси на кожен маркетингову діяльність. Визначте бюджет на рекламу, створення контенту, маркетингові технології та персонал.
- ✓ **Маркетинговий календар:** розробіть графік, який визначає, коли кожна маркетингова діяльність буде виконана. Це гарантує, що ваші маркетингові зусилля є скоординованими та стратегічними.

Контроль та коригування:

- ✓ **Ключові показники ефективності (KPI):** Встановіть KPI для вимірювання ефективності ваших маркетингових зусиль. До поширених KPI належать вартість залучення клієнта (CAC), вартість життя клієнта (CLTV), коефіцієнт конверсії та рентабельність інвестицій (ROI).

- **Вартість залучення клієнта (CAC)** – представляють собою загальні витрати, яких компанія несе, щоб залучити нового клієнта. Це включає витрати, пов'язані з маркетингом, рекламою, продажами та будь-якою іншою діяльністю, безпосередньо спрямованою на залучення клієнтів. CAC розраховується шляхом ділення загальних витрат, понесених за певний період, на кількість нових клієнтів, залучених за той самий період.

$$\text{CAC} = \frac{\text{загальні витрати на маркетинг і збут}}{\text{кількість залучених нових клієнтів}}$$

CAC є критично важливим показником, оскільки він допомагає компаніям зрозуміти ефективність і економічну

ефективність їхніх стратегій залучення клієнтів. Зазвичай бажаним є нижчий САС відносно середньої довічної вартості клієнта.

- **Довічна вартість клієнта (CLTV)** – це прогнозований чистий прибуток, отриманий клієнтом протягом усього періоду його відносин із компанією. Це дає розуміння довгострокової цінності, яку клієнт приносить компанії.
CLTV можна розрахувати шляхом множення середньої вартості покупки, середньої частоти покупок і середньої тривалості життя клієнта.

CLTV = (Середня вартість покупки x Середня частота покупок) x Середня тривалість життя клієнта

CLTV допомагає підприємствам приймати обґрунтовані рішення щодо стратегій утримання та залучення клієнтів. Він також спрямовує маркетингові інвестиції, оскільки підкреслює цінність утримання існуючих клієнтів.

- **Коефіцієнти конверсії** – вимірює відсоток людей, які виконують бажану дію, від загальної кількості осіб, які взаємодіють із маркетинговою кампанією чи веб-сайтом. Дії конверсії можуть включати підписку на інформаційний бюлетень, здійснення покупки або заповнення контактної форми.
Коефіцієнт конверсії обчислюється шляхом ділення кількості конверсій на загальну кількість відвідувачів або взаємодій і множення на 100, щоб отримати відсоток.

Коефіцієнт конверсії = (кількість конверсій / загальна кількість взаємодій) x 100

Коефіцієнти конверсії дають змогу зрозуміти ефективність маркетингових стратегій і взаємодію з користувачем. Компанії можуть оптимізувати свої кампанії та веб-сайти на

основі даних про коефіцієнт конверсії, щоб покращити бажані результати.

- **Рентабельність інвестицій (ROI)** – є показником прибутковості інвестицій або маркетингової кампанії. Він кількісно визначає віддачу (прибуток) порівняно з початковими інвестиціями (витратами).

Рентабельність інвестицій обчислюється шляхом віднімання початкових інвестицій від кінцевої вартості, а потім ділення на початкові інвестиції.

$$\text{ROI} = (\text{Чистий прибуток} - \text{Інвестиційна вартість}) / \text{Інвестиційна вартість}$$

ROI є основним показником для оцінки фінансового успіху маркетингових заходів. Позитивна рентабельність інвестицій вказує на те, що інвестиція принесла більше прибутку, ніж її витрати, тоді як негативна рентабельність інвестицій свідчить про втрати.

Постійне вдосконалення: маркетинговий план не є статичним. Регулярно переглядайте свої результати та за потреби коригуйте свій план. Будьте готові до повороту, якщо ваша стратегія не приносить бажаних результатів.

Завдання на самостійну роботу



Мета: Це завдання розроблено для того, щоб поглибити ваше розуміння маркетингового планування для стартап-проектів. Ви будете застосовувати концепції, вивчені під час курсу, щоб розробити комплексний маркетинговий план для гіпотетичного стартапу в галузі електроенергетики, електротехніки або електромеханіки.

Інструкції:

Частина 1: Оцінка ринку та взаємодія зі споживачами

Дослідження ринку:

- ✓ Визначте конкретну нішу чи сферу в галузі електроенергетики, електротехніки чи електромеханіки, на яку буде спрямований ваш гіпотетичний стартап.
- ✓ Проведіть дослідження ринку, щоб оцінити попит, конкуренцію та потенційні проблеми в цій ніші.

Цільова аудиторія та персони клієнтів:

- ✓ Визначте свою цільову аудиторію. Хто ваші ідеальні клієнти в обраній ніші?
- ✓ Створіть принаймні дві деталізовані особи клієнта, які представляють різні сегменти вашої цільової аудиторії.

Стратегія взаємодії зі споживачами:

- ✓ Опишіть, як ваш стартап планує взаємодіяти з потенційними клієнтами. Чи будете ви використовувати опитування клієнтів, фокус-групи чи інші методи, щоб зрозуміти їхні потреби та вподобання?

Ціннісна пропозиція:

- ✓ Чітко сформулюйте унікальну ціннісну пропозицію вашого стартапу. Яку проблему він вирішить або яку цінність принесе вашим цільовим клієнтам?

Частина 2: Реклама та просування продукту

Рекламна стратегія:

- ✓ Розробіть рекламну стратегію з окресленням каналів і методів, які ви будете використовувати для просування свого стартапу. Розгляньте цифровий маркетинг, традиційну рекламу та соціальні мережі.

Рекламна кампанія:

- ✓ Створіть гіпотетичну рекламну кампанію для свого стартапу. Це може включати рекламу в соціальних мережах, маркетинг електронною поштою або контент-маркетинг. Надайте зразки копій оголошень або вмісту.

Розподіл бюджету:

- ✓ Виділіть бюджет для вашої рекламної кампанії. Вкажіть, скільки ви виділите на кожен рекламний канал, і обґрунтуйте свій вибір.

Вимірювання та аналіз:

- ✓ Поясніть, як ви будете вимірювати ефективність своїх рекламних зусиль. Які ключові показники ефективності (KPI) ви будете використовувати?

Частина 3: Маркетингова стратегія та план

Маркетингова стратегія:

- ✓ Визначте свою маркетингову стратегію на основі оцінки ринку та інформації про взаємодію споживачів, яку ви зібрали раніше.
- ✓ Як ваша стратегія узгоджуватиметься з цілями вашого стартапу?

Маркетинговий план:

- ✓ Розробіть маркетинговий план із зазначенням конкретних дій і тактики, які ви плануєте реалізувати. Додайте графік для кожної діяльності.

Розподіл бюджету:

- ✓ Виділіть бюджет для всього маркетингового плану. Вкажіть, скільки ви витратите на кожен аспект вашої стратегії.

Аналіз ризиків:

- ✓ Визначте потенційні ризики або проблеми, які можуть виникнути під час виконання вашого маркетингового плану. Запропонуйте стратегії пом'якшення для кожного.

Подання: надішліть своє завдання як вичерпний звіт, включаючи всі елементи, описані вище. Використовуйте належне форматування, заголовки та посилання, де це можливо.

Завдання для обговорення та самоконтролю

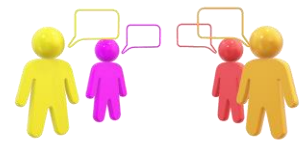


1. Які основні методи та інструменти оцінки ринку для стартап-проекту?
2. Як сегментація ринку може допомогти стартапу краще зрозуміти своїх потенційних клієнтів?
3. Чому для стартапу важливо створювати особистість клієнта? Чи можете ви навести приклад?
4. Обговоріть важливість взаємодії споживачів на ранніх стадіях стартапу.
5. Як стартап може зібрати відгуки споживачів і включити їх у свою стратегію?
6. Яку роль відіграє ціннісна пропозиція в залученні та утриманні клієнтів?
7. Поясніть, як стартап може визначити та націлити своїх ідеальних клієнтів у певній ніші.
8. Які основні канали та методи може використовувати стартап для реклами та просування продукту?
9. Як цифровий маркетинг може принести користь стартапам і які популярні канали цифрового маркетингу?
10. Опишіть складові ефективної рекламної кампанії для стартапу.
11. Чому розподіл бюджету є критичним при плануванні рекламних і промоційних заходів?
12. Які метрики або ключові показники ефективності (KPI) має контролювати новачок, щоб оцінити успіх своїх рекламних зусиль?
13. Обговоріть переваги та недоліки традиційних рекламних каналів для стартапів.
14. Чи можете ви навести приклади успішних рекламних кампаній стартапу?
15. У чому принципова відмінність маркетингової стратегії від маркетингового плану для стартапу?
16. Як маркетингова стратегія повинна узгоджуватися із загальними цілями стартап-проекту?
17. Опишіть ключові компоненти комплексного маркетингового плану для стартапу.

18. Як стартап може переконатися, що його маркетинговий план залишається адаптованим у швидко мінливому бізнес-середовищі?
19. Обговоріть роль аналізу ризиків у маркетинговому плануванні для стартапу. Які загальні ризики та стратегії їх зменшення?
20. Поясніть важливість регулярного вимірювання та аналізу маркетингових зусиль для зростання та успіху стартапу.

Практикум до теми 5

Практичне заняття 1. Ситуаційне завдання «Опишіть область конкуренції високотехнологічного стартап-проекту»



Огляд завдань:

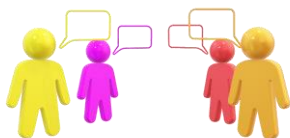
У цьому практичному уроці ви візьмете участь у прикладі, який потребує аналізу та опису конкурентного ландшафту високотехнологічного стартап-проекту в галузі електроенергетики, електротехніки або електромеханіки. Розуміння конкурентів є життєво важливим для успіху будь-якого стартапу, оскільки це допомагає визначити можливості, загрози та сфери диференціації.

Інструкції щодо призначення:

1. **Виберіть високотехнологічний стартап-проект:** Ви можете вибрати існуючий високотехнологічний стартап-проект, пов'язаний з електроенергетикою, електротехнікою або електромеханікою. Крім того, ви можете створити гіпотетичний проект на основі ваших інтересів і досвіду вашої спеціалізації.
2. **Дослідіть обраний стартап:** зберіть інформацію про обраний стартап. Це може включати його місію, пропозиції продуктів або послуг, цільовий ринок, унікальні точки продажу та будь-які доступні фінансові дані чи дані про ефективність.

3. **Визначте ключових конкурентів:** визначте принаймні трьох прямих конкурентів вибраного стартапу. Це мають бути компанії чи проекти, які пропонують схожі продукти, послуги чи рішення на тому самому ринку чи ніші.
4. **Проаналізуйте конкурентний ландшафт (60%):** у детальному звіті чи презентації надайте такі аналізи:
 - ✓ **Профілі конкурентів (20%):** для кожного конкурента опишіть їхню історію, історію, основні продукти/послуги та присутність на ринку.
 - ✓ **SWOT-аналіз (20%):** Проведіть SWOT-аналіз (сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози) для кожного конкурента та обраного стартап-проекту. Виділіть ключові висновки.
 - ✓ **Конкурентні переваги (20%):** Визначте та проаналізуйте конкурентні переваги та недоліки як обраного стартапу, так і його конкурентів. Враховуйте такі фактори, як технологія, ціноутворення, розповсюдження, брендинг або позиціонування на ринку.
5. **Рекомендації (40%):** На основі вашого аналізу надайте рекомендації для обраного стартап проекту. Запропонуйте стратегії для використання сильних сторін, усунення слабких сторін, використання можливостей і пом'якшення загроз. Подумайте, як стартап може виділитися в конкурентному середовищі.
6. **Презентація (10%):** Підготуйте стислу презентацію, підсумовуючи свої висновки та рекомендації. Це ви представите своїм одноліткам під час практичного заняття.

**Практичне заняття 2. Групове завдання на базі кейсів
«Маркетингове просування і формування онлайн репутації
стартапів в сфері енергетики»**



Стартап: уявіть собі гіпотетичний високотехнологічний стартап під назвою «Рішення EnerGrowth». EnerGrowth Solutions спеціалізується на розробці передових енергоефективних технологій для промислових об'єктів. Їхній флагманський

продукт — це вдосконалена система управління енергією, яка оптимізує споживання енергії на виробничих підприємствах, зменшуючи як витрати, так і вплив на навколишнє середовище.

Сценарій: EnerGrowth Solutions знаходиться на критичному етапі. Вони мають функціональний і перевірений продукт, готовий до виходу на ринок, але їм бракує видимості та репутації в енергетичному секторі. Їм необхідно розробити комплексну маркетингову стратегію для ефективного просування свого рішення та завоювання довіри в галузі.

Ключова інформація:

1. **Відомості про продукт:** Система управління енергією EnerGrowth Solutions пропонує функції моніторингу в реальному часі, аналітику даних і керування, що робить її привабливим рішенням для виробників, які прагнуть до енергоефективності.
2. **Цільова аудиторія:** Основна цільова аудиторія включає виробничі компанії в різних галузях промисловості, які прагнуть зменшити витрати на електроенергію та підвищити стійкість.
3. **Конкурентний ландшафт:** EnerGrowth Solutions стикається з конкуренцією з боку визнаних гравців та інших нових стартапів у сфері енергоефективних технологій.

Завдання: у групах вам потрібно розробити маркетингову стратегію просування та створення онлайн-репутації для EnerGrowth Solutions. Ваша мета — допомогти стартапу отримати визнання, залучити потенційних клієнтів і встановити довіру на ринку.

Групові завдання (90 хвилин):

1. Аналіз ринку (20 хвилин):

- Проаналізуйте конкурентний ландшафт у секторі енергоефективних технологій.
- Визначте потенційні можливості, виклики та ключових гравців.

2. Цільова аудиторія та позиціонування (15 хвилин):

- Визначте цільову аудиторію EnerGrowth Solutions у виробничому секторі.
- Розробіть стратегію позиціонування, яка підкреслює унікальні переваги їхньої системи управління енергією.

3. Присутність в Інтернеті (20 хвилин):

- Окресліть план створення ефективної онлайн-присутності для EnerGrowth Solutions.
- Розгляньте можливість використання веб-сайтів, соціальних медіа, контент-маркетингу та онлайн-реклами.

4. Побудова репутації (20 хвилин):

- Запропонуйте стратегії для створення репутації стартапу як надійного та інноваційного постачальника енергетичних рішень.
- Обговоріть потенційні партнерства або співпрацю, які можуть підвищити довіру.

5. Презентація (15 хвилин на групу):

- Кожна група представить класу свою маркетингову стратегію та стратегію створення репутації.
- Включіть ключові рекомендації, тактику та потенційні проблеми.

Практичне заняття 3. Тренінг практичних навичок: Маркетинговий аналіз стартап-проекту реалізації власної бізнес-ідеї

Цей тренінг має на меті оснастити вас основними навичками, необхідними для проведення комплексного маркетингового аналізу вашої власної ідеї стартап-проекту в галузі енергетики, електротехніки чи електромеханіки. Маркетинговий аналіз є важливим кроком у розвитку будь-якого підприємства, оскільки він допомагає вам зрозуміти цільовий ринок, конкуренцію та позиціонування.

Навчальні цілі: до кінця цього заняття ви повинні вміти:

1. Розуміти ключові компоненти маркетингового аналізу.
2. Проводити дослідження ринку, щоб зібрати відповідні дані.
3. Аналізувати та інтерпретувати ринкові дані, щоб приймати зважені рішення щодо свого початкового проекту.

Тренувальні завдання (90 хвилин):

Завдання 1: Визначте свою бізнес-ідею (15 хвилин)

- Своїми словами чітко сформулюйте ідею свого стартап-проекту в галузі енергетики, електротехніки чи електромеханіки.
- Опишіть основний продукт або послугу, цільову аудиторію та унікальну ціннісну пропозицію.
-

Завдання 2: Дослідження ринку (30 хвилин)

- Визначте та виберіть первинні джерела ринкових даних, які стосуються вашої ідеї стартапу. Це можуть бути галузеві звіти, наукові публікації, державна статистика та онлайн-бази даних.
- Проведіть дослідження, щоб зібрати інформацію про розмір ринку, тенденції, потенціал зростання та ключових гравців у вибраній сфері.
- Узагальніть найбільш критичні висновки.

Завдання 3: Аналіз конкурентів (20 хвилин)

- Визначте своїх потенційних конкурентів і оцініть їхні сильні та слабкі сторони, можливості та загрози (SWOT-аналіз).
- Визначте, чим ваш стартап-проект відрізняється від конкурентів.
- Виділіть будь-які конкурентні переваги або прогалини на ринку.

Завдання 4: Цільова аудиторія та сегментація (15 хвилин)

- Визначте свою цільову аудиторію або сегменти клієнтів.
- Опишіть конкретні демографічні, психографічні характеристики та поведінку ваших ідеальних клієнтів.
- Поясніть, як ваш продукт або послуга відповідає їхнім потребам.

Завдання 5: Позиціонування та маркетингова стратегія (10 хвилин)

- Визначте позиціонування свого стартап-проекту на ринку.

- Визначте потенційні маркетингові канали та стратегії для ефективного охоплення цільової аудиторії.
- Виділіть ключові маркетингові повідомлення та унікальні точки продажу.

Обговорення та запитання та відповіді (10 хвилин):

- Поділіться своїми висновками та думками з одногрупниками.
- Візьміть участь в обговоренні проблем і можливостей, з якими ви зіткнулися під час аналізу.
- Ставте запитання або шукайте відгуки у своїх колег.

Критерії оцінки: ваше завдання буде оцінено на основі глибини та точності вашого маркетингового аналізу, вашої здатності отримувати цінну інформацію та вашої здатності застосовувати маркетингові концепції до вашої ідеї стартапу.

Рекомендована та використана література



1. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
2. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник для здобувачів ступеня магістра за технічними спеціальностями. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 199 с.
3. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.
4. Менеджмент стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний наочний посібник для студентів спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 37,15 Мбайт). Київ

- : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. URL:
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43531>
5. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с. Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>
6. Маркетинг стартап-проектів: навч. посіб. для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / За заг. ред. С. О. Солнцева / С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 3,2 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с. URL:
https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27437/1/Marketing_startup-project.pdf

ТЕМА 6. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАРТАПУ

1. Джерела інвестування стартапів.
2. Оцінювання інвестиційної привабливості та вартості стартапів.
3. Співпраця стартаперів з інвесторами.
4. Участь інвестора у стартап-проекті та його вихід.

Теоретична підготовка



Якщо стартап отримав інвестиції, це ще не означає, що він буде успішним.

**Винод Хосла ,
Sun Microsystems**

1. Джерела інвестування стартапів.

Доступ до фінансування часто є вирішальним фактором для успіху стартапу, і розуміння доступних варіантів має першочергове значення.

1. Запуск (самофінансування – бутстрапінг):

- *Визначення:* початкове завантаження означає здатність стартапу фінансувати свою діяльність і розвиток за допомогою власних ресурсів. Сюди входять особисті заощадження, дохід, отриманий бізнесом, або допомога друзів і родини.
- *Переваги:* Автономність, відсутність розмивання власного капіталу та сильне почуття фінансової дисципліни.
- *Проблеми:* обмежений початковий капітал, повільніше зростання та вищий особистий фінансовий ризик.

Бутстрапінг у контексті фінансування стартапів означає практику побудови та розвитку бізнесу, не покладаючись на зовнішнє фінансування від інвесторів, венчурних капіталістів або позик. Натомість розробники покладаються на власні ресурси, дохід від бізнесу та ретельний фінансовий менеджмент для фінансування своєї діяльності та досягнення зростання. Цей підхід вимагає стійкості, креативності та сильного фокусування на стабільній прибутковості.

Ключові принципи бутстрапінгу:

- **Самофінансування:** Бутстрапери використовують свої особисті заощадження, доходи, отримані від бізнесу, та інші особисті ресурси для покриття початкових витрат на запуск та управління компанією. Такий підхід до самофінансування дозволяє уникнути залучення боргових коштів або віддачі власного капіталу.
- **Стале зростання:** Бутстрапінг надає пріоритет органічному, сталому зростанню. Засновники стартапів прагнуть генерувати прибуток на ранніх стадіях і реінвестувати його для фінансування подальшого розширення. Це відрізняється від моделі швидкого зростання з високими витратами, яка часто асоціюється з венчурними стартапами.
- **Ощадлива операційна діяльність:** Щоб максимізувати ресурси, бутстрап стартапи застосовують ощадливий підхід. Вони мінімізують непотрібні витрати, зосереджуються на рентабельному маркетингу та операціях, а також ефективно використовують наявні ресурси.
- **Управління грошовими потоками:** Ефективне управління грошовими потоками має важливе значення. Бутстрапери ретельно відстежують доходи та витрати, забезпечуючи позитивний грошовий потік компанії та уникаючи дефіциту готівки.
- **Прибутковість:** На відміну від багатьох венчурних стартапів, які ставлять на перше місце швидке залучення користувачів, а не прибутковість, бутстрап-бізнес часто націлений на прибутковість з першого дня. Це забезпечує

фінансову стійкість і зменшує залежність від зовнішнього фінансування.

Переваги бутстрапінгу:

- **Незалежність:** Засновники бутстрапінгу зберігають повний контроль над своїми компаніями, оскільки вони не залежать від зовнішніх інвесторів чи кредиторів. Ця незалежність забезпечує більшу гнучкість у прийнятті рішень.
- **Фінансовий контроль:** Без необхідності відповідати очікуванням зовнішніх інвесторів щодо зростання, бутстрапери можуть зосередитися на побудові бізнесу, який відповідає їхньому баченню та цінностям, а не на гонитві за короткостроковими вигодами.
- **Стале зростання:** Бутстрапінг сприяє сталому, довгостроковому зростанню. Стартапи менш вразливі до ринкових коливань та економічних спадів, оскільки вони не обтяжені боргами чи надмірними накладними витратами.
- **Збереження прибутку:** Прибуток, отриманий бізнесом, залишається у засновників, забезпечуючи джерело особистого доходу і дозволяючи реінвестувати в компанію.

Недоліки бутстрапінгу:

- **Обмеженість ресурсів:** Бутстрапери повинні обходитися обмеженими початковими ресурсами, що може обмежувати зростання і маркетингові зусилля.
- **Повільніше зростання:** Стартапи, що пройшли бутстрап, можуть розвиватися повільніше, ніж їхні венчурні колеги, оскільки вони покладаються на органічне зростання доходів.
- **Ризик вигорання:** Засновники стартапів на стадії бутстрап часто виконують декілька функцій, що призводить до ризику вигорання від управління різними аспектами бізнесу.
- **Конкурентний недолік:** у висококонкурентних галузях бутстрапери можуть зіткнутися з труднощами, намагаючись випередити добре фінансованих конкурентів в плані інновацій та частки ринку.

2. Ангели-інвестори:

- *Визначення:* інвестори-ангели – це особи, які надають фінансову підтримку стартапам в обмін на капітал або конвертований борг. Вони часто приносять галузеві знання та цінні мережі.
- *Переваги:* початковий капітал, менторство та доступ до мереж.
- *Виклики:* розмивання власності та потенційні відмінності у баченні.

3. Фінансування венчурного капіталу (VC):

- *Визначення:* Компанії венчурного капіталу інвестують у стартапи з високим потенціалом зростання в обмін на капітал. Фінансування венчурного капіталу зазвичай використовується для масштабування операцій.
- *Переваги:* значне вливання капіталу, доступ до експертизи та керівництва.
- *Проблеми:* втрата контролю, тиск з метою досягнення швидкого зростання та зменшення капіталу.

4. Краудфандинг:

- *Визначення:* краудфандинг передбачає збір невеликих сум грошей від великої кількості осіб або спонсорів, часто через онлайн-платформи.
- *Переваги:* різноманітні джерела фінансування, підтвердження ринкового інтересу та зменшення розмивання власного капіталу.
- *Проблеми:* не підходить для всіх видів бізнесу, нормативні складності та потреба в переконливій презентації.

5. Корпоративний венчурний капітал:

- *Визначення:* Великі корпорації створюють підрозділи венчурного капіталу для інвестування та співпраці з перспективними стартапами, які відповідають їхнім стратегічним цілям.

- *Переваги:* вливання капіталу, доступ до ресурсів і каналів збуту, а також потенціал для стратегічного партнерства.
- *Проблеми:* потенційні конфлікти інтересів і втрата незалежності.

Державні гранти та програми:

6. Державні гранти:

- *Визначення:* багато урядів пропонують гранти, субсидії або стимули для підтримки інновацій і підприємництва. Ці кошти можуть бути безповоротними або під низькі відсотки.
- *Переваги:* фінансова підтримка, легітимність та потенціал для стимулювання інновацій.
- *Виклики:* суворі процедури подання заявок і критерії прийнятності.

7. Інкубатори та акселератори:

- *Визначення:* Інкубатори та акселератори надають стартапам наставництво, ресурси та іноді фінансування в обмін на власний капітал або гонорари.
- *Переваги:* менторство, доступ до мереж і структурованих програм.
- *Проблеми:* розмивання власного капіталу, процеси конкурентного відбору та програмні зобов'язання.

2. Оцінювання інвестиційної привабливості та вартості стартапів.

Інвестори шукають багатообіцяючі можливості, і розуміння того, як оцінити та повідомити про цінність вашого стартапу, має важливе значення для забезпечення інвестицій.

Система оцінки інвестиційної привабливості:

1. Ринковий потенціал (25%):

- Інвестори часто починають з оцінки ринкового потенціалу стартапу. Наскільки великим є адресний ринок? Які темпи зростання і чи є невикористані можливості?
- Ключові фактори: розмір ринку, темпи зростання, конкурентне середовище та бар'єри входу.

2. Команда та досвід (25%):

- Сила та досвід команди засновників відіграють ключову роль у прийнятті інвестиційних рішень. Інвестори шукають команди з відповідними галузевими знаннями, навичками та досвідом роботи.
- Ключові фактори: кваліфікація команди, знання предметної області та додаткові навички.

3. Ціннісні пропозиції та інновації (20%):

- Інвестори ретельно вивчають ціннісну пропозицію та інновації стартапу. Яку проблему вирішує стартап і чи є рішення інноваційним? Чи існує унікальна торгова пропозиція?
- Ключові фактори: унікальна ціннісна пропозиція, інновації та інтелектуальна власність.

4. Фінансовий стан (15%):

- Фінансова стабільність і потенціал зростання є вирішальними. Інвестори аналізують фінансові звіти, прогнози та грошові потоки, щоб оцінити фінансовий стан стартапу.
- Ключові фактори: дохід, прибутковість, швидкість спалювання та готівковий шлях.

5. Ринкова привабливість (15%):

- Демонстрація наявності популярності на ринку є важливим фактором. Інвестори шукають доказів сприйняття клієнтами, зростання доходів, партнерства та залучення користувачів.
- Ключові фактори: залучення клієнтів, зростання доходу, база користувачів і партнерство.

Визначення вартості стартапу:

6. Методи оцінки:

- Стартова оцінка – складний процес. Для оцінки вартості стартапу використовуються різні методи, такі як дисконтований грошовий потік (DCF), ринковий порівняльний метод і метод підсумовування факторів ризику.

Метод дисконтованого грошового потоку (DCF):

Визначення: метод DCF є фундаментальним підходом до оцінки стартапу на основі його майбутніх грошових потоків. Він розраховує поточну вартість очікуваних майбутніх грошових потоків, враховуючи такі фактори, як прогнозований дохід, операційні витрати та ставки дисконту.

Застосування: засновники стартапів оцінюють майбутні грошові потоки, як правило, протягом 3-5 років, а потім дисконтують ці грошові потоки до їх теперішньої вартості, використовуючи обрану ставку дисконту (зазвичай вартість капіталу). Отримана теперішня вартість являє собою оцінену внутрішню вартість запуску.

Плюси: DCF враховує часову вартість грошей і надає детальне уявлення про фінансовий стан стартапу. Це особливо корисно, коли стартап має надійні фінансові прогнози.

Мінуси: DCF значною мірою покладається на прогнозовані грошові потоки, які можуть бути невизначеними для стартапів на ранніх стадіях. Невеликі зміни в припущеннях можуть призвести до значних відхилень у оцінці.

Ринковий порівняльний метод:

Визначення: метод порівняння ринку, також відомий як ринковий множинний або множинний підхід, оцінює вартість стартапа шляхом його порівняння з аналогічними компаніями на ринку. Він враховує такі показники, як співвідношення ціна-прибуток (P/E) або множники доходу.

Застосування. Оцінка стартапів визначається шляхом ідентифікації порівнянних компаній (зазвичай публічних або нещодавно придбаних стартапів) та аналізу їх показників оцінки. Тоді вартість стартапу оцінюється шляхом застосування аналогічних множників до його власних фінансових показників.

Переваги: цей метод забезпечує еталон, порівнюючи стартап із реальними ринковими даними. Це особливо цінно, коли існують порівнювані компанії.

Мінуси: знайти справді схожі компанії може бути складно, особливо для стартапів на ранніх стадіях. На ринкові мультиплікатори також можуть впливати ринкові настрої та макроекономічні фактори.

Метод підсумовування факторів ризику (RFS):

Визначення. Метод підсумовування факторів ризику оцінює ризик, пов'язаний із запуском, і призначає значення на основі серії заздалегідь визначених факторів ризику. Ці фактори можуть включати ринковий ризик, технологічний ризик, конкуренцію та досвід управління.

Застосування: Засновники та інвестори стартапу оцінюють профіль ризику стартапу, оцінюючи кожен фактор. Загальна оцінка потім використовується для отримання ставки дисконтування, застосованої до прогнозованих грошових потоків або інших методів оцінки.

Плюси: RFS забезпечує систематичний спосіб кількісної оцінки та включення ризику в процес оцінки. Це особливо корисно під час оцінки унікальних ризиків стартапів.

Мінуси: присвоєння точних балів суб'єктивним факторам може бути складним завданням і може відрізнятися в різних індивідів. RFS спирається на припущення щодо ваги факторів ризику та їх впливу на ставку дисконту.

7. Матеріальні та нематеріальні активи:

- Інвестори розглядають як матеріальні активи (наприклад, обладнання), так і нематеріальні активи (наприклад, інтелектуальну власність, бренд) при оцінці вартості стартапу.

8. Стратегія виходу та потенційні доходи:

- Стартапи повинні мати чітку стратегію виходу, таку як придбання або IPO, а інвестори хочуть зрозуміти їхні потенційні прибутки від інвестицій.

Первинне публічне розміщення (IPO):

Визначення: IPO — це значна фінансова подія, коли приватний стартап стає публічною компанією шляхом випуску акцій широкій громадськості вперше. Це забезпечує стартапу доступ до публічних ринків капіталу.

Заявка. Стартап, який бажає вийти на IPO, зазвичай проходить суворий процес, що включає юридичні, фінансові та нормативні вимоги. Акції компанії встановлюються та пропонуються публічно, а торгівля починається на фондовій біржі.

Плюси: IPO забезпечує значний капітал для зростання, ліквідність для перших інвесторів і засновників, а також підвищує видимість і довіру на ринку.

Мінуси: процес IPO є складним, дорогим і тривалим. Публічні компанії повинні відповідати нормативним вимогам щодо звітності та управління, і засновники можуть втратити контроль.

Повідомлення про інвестиційну привабливість і вартість:

9. Звернення до інвесторів:

- Засновники стартапів повинні ефективно повідомляти потенційним інвесторам про свою інвестиційну привабливість і цінність через переконливі презентації та презентації.

10. Комплексна юридична перевірка:

- Інвестори проводять ретельну перевірку, щоб підтвердити претензії та припущення стартапу. Важливо бути прозорим і добре підготовленим.

3. *Співпраця стартаперів з інвесторами.*

Відносини між стартапами та інвесторами відіграють важливу роль у перетворенні інноваційних ідей у процвітаючий бізнес.

Розуміння залучення інвесторів:

1. Типи інвесторів:

- Стартапи можуть шукати інвестиції з різних джерел, включаючи інвесторів-ангелів, венчурних капіталістів, корпоративних інвесторів і краудфандингових платформ. Кожен тип інвестора має унікальні переваги та міркування.

2. Інвестиційні етапи:

- Стартапи зазвичай проходять різні етапи фінансування, включаючи початкове фінансування, ранню та пізню стадії. Кожен етап відповідає певним етапам зростання.

3. Очікування інвестора:

- Для стартапів дуже важливо розуміти очікування інвесторів, які часто включають повернення інвестицій (ROI), зростання та можливу стратегію виходу.

Створення довіри інвесторів:

4. Бізнес-план і пітчинг:

- Стартапери повинні розробити переконливу бізнес-модель і презентацію, щоб зацікавити інвесторів. Добре структурований план передає бачення стартапу, ринкові можливості, конкурентні переваги та фінансові прогнози.

Пітчинг – це акт представлення та просування ідеї, продукту, проекту чи бізнесу перед аудиторією, як правило, у стислій та переконливій формі. Мета презентації — зацікавити та підтримати аудиторію, будь то потенційні інвестори, клієнти, партнери чи зацікавлені особи. Ефективна презентація є фундаментальною навичкою для підприємців, стартапів і всіх, хто прагне переконливо донести своє бачення чи пропозицію.

Ключові елементи успішного виступу включають:

- ✓ **Чіткість:** презентація має передавати ідею чи повідомлення чітко й лаконічно, уникаючи жаргону чи непотрібної складності.
- ✓ **Залучення:** переконливий виступ залучає аудиторію емоційно та інтелектуально, зацікавлюючи її тим, що ви презентуєте.
- ✓ **Структура:** Пітчинг часто дотримується структурованого формату з чітким початком, серединою та кінцем. Це може включати вступ, постановку проблеми, рішення, ринкові можливості, конкурентну перевагу та заклик до дії.

- ✓ **Розповідь.** Ефективні презентації часто включають методи оповідання, щоб зробити вміст релевантним і таким, що запам'ятовується.
- ✓ **Візуальні матеріали:** Візуальні засоби, такі як слайди або прототипи, можуть покращити висновок, надаючи візуальне представлення ключових моментів.
- ✓ **Переконання:** мета пітчингу — переконати аудиторію вжити заходів, будь то інвестування, покупка або підтримка ідеї чи проекту.
- ✓ **Практика:** репетиція та уточнення тону є вирішальними. Практика подачі, часу та відповідей на запитання допомагає забезпечити відточену презентацію.

Пітчинг може приймати різні форми, зокрема:

- **Elevator Pitch:** дуже коротка презентація, яку можна зробити за час, необхідний для поїздки в ліфті, зазвичай триває від 30 секунд до двох хвилин. Його часто використовують, щоб швидко представити концепцію та викликати інтерес.
- **Пропозиція для інвестора:** презентація для потенційних інвесторів або венчурних капіталістів, які шукають фінансування для бізнесу чи проекту.
- **Пропозиція про продаж:** презентація, спрямована на переконання потенційних клієнтів придбати продукт або послугу.
- **Презентація продукту:** презентація, спрямована на демонстрацію функцій, переваг і унікальних переваг продукту.
- **Business Pitch:** вичерпна презентація бізнес-плану чи ідеї стартапу, яка часто використовується під час пошуку інвестицій або партнерства.
- **Демонстраційна презентація:** презентація, яка включає живу демонстрацію продукту чи послуги для ілюстрації їх функціональності.
- **Конкурентна презентація:** презентація, яка підкреслює конкурентні переваги компанії та вигідно позиціонує її на тлі конкурентів.

- **Внутрішня презентація:** презентація, зроблена в організації для забезпечення підтримки, ресурсів або схвалення проекту чи ініціативи.

5. **Перевірка ринку:**

- Інвестори шукають докази ринкової перевірки, такі як залучення клієнтів, партнерство або прототипи продукту. Демонстрація попиту та прогресу зміцнює довіру інвесторів.

6. **Прозора комунікація:**

- Ефективна комунікація є важливою. Стартапи повинні підтримувати прозорість, ділячись як успіхами, так і проблемами з інвесторами. Це зміцнює довіру та дозволяє спільно вирішувати проблеми.

Умови інвестування:

7. **Оцінка та капітал:**

- Оцінка стартапу є ключовим моментом переговорів. Оцінка визначає, скільки власного капіталу повинен запропонувати стартап в обмін на інвестиції.

8. **Правила та умови:**

- Інвестиційні угоди містять положення та умови, які окреслюють права та обов'язки обох сторін. Ключові елементи включають володіння акціонерним капіталом, представництво в раді та умови виходу.

Управління відносинами з інвесторами:

9. **Регулярні оновлення:**

- Стартапи повинні надавати регулярні оновлення щодо продуктивності, досягнутих етапів і будь-яких значних подій. Інвестори цінують інформацію про прогрес стартапу.

10. **Використання досвіду інвестора:**

- Інвестори часто приносять цінний досвід, зв'язки та знання галузі. Стартапи можуть отримати вигоду, використовуючи зв'язки своїх інвесторів і поради.

Стратегії виходу:

11. Варіанти виходу:

- Стартапи та інвестори повинні об'єднати потенційні стратегії виходу, такі як придбання, первинне публічне розміщення акцій (IPO) або органічне зростання. Чітке планування виходу мінімізує майбутні конфлікти.

12. Прибуток на інвестиції:

- Інвестори очікують повернення вкладених коштів. Стартапери повинні планувати, як вони отримають цей прибуток, зберігаючи траєкторію зростання.

Виклики та ризики:

13. Розведення та контроль:

- Прийняття інвестицій часто призводить до розмивання акцій і може передбачати відмову від певного контролю над компанією. Стартапи повинні ретельно зважити ці фактори.

14. Невідповідні очікування:

- Неспівпадаючі очікування між стартаперами та інвесторами можуть призвести до конфліктів. Регулярне спілкування та чітко визначені терміни можуть зменшити цей ризик.

4. *Участь інвестора у стартап-проекті та його вихід.*

Участь інвестора в стартап-проекті — це багатогранне партнерство, яке виходить за рамки фінансової підтримки. Успішна співпраця будується на спільних цілях і довірі. Подібним чином, планування стратегії виходу є критично важливим аспектом відповідального управління стартапом. Через придбання, IPO або органічне зростання стратегія виходу повинна узгоджуватися з інтересами як інвесторів, так і засновників.

Участь інвестора:

1. Види участі інвестора:

- Інвестори можуть зробити внесок у стартап-проект різними способами, включаючи надання фінансового капіталу, досвіду, наставництва та доступу до мереж. Ці внески часто виходять за рамки грошової підтримки.

2. Етапи залучення інвестора:

- Залучення інвесторів може відбуватися на різних етапах життєвого циклу стартапу, від початкової стадії до наступних стадій зростання. Рівень і характер участі можуть змінюватися з часом.

3. Синергія та вирівнювання:

- Ефективна співпраця між засновниками стартапів та інвесторами вимагає узгодження інтересів і спільних цілей. Інвестори часто шукають стартапи, які доповнюють їхній досвід або інтереси.

Стратегії виходу інвестора:

4. Розуміння стратегій виходу:

- Стратегія виходу визначає, як інвестори планують отримати віддачу від своїх інвестицій. Загальні стратегії виходу включають придбання, первинне розміщення акцій (IPO) і органічне зростання.

5. Вихід із придбання:

- Вихід із придбання передбачає продаж стартапу іншій компанії. Це може забезпечити ліквідність інвесторам і засновникам і може призвести до подальшого зростання та інтеграції.

6. Вихід з IPO:

- Вихід з IPO передбачає залучення стартапів шляхом випуску акцій на фондовій біржі. Хоча це забезпечує ліквідність і

видимість, воно супроводжується нормативними вимогами та вимогами до звітності.

7. Вихід органічного зростання:

- Деякі стартапи вирішують продовжувати органічний розвиток без певної події виходу. У цьому випадку інвестори можуть отримати прибуток через дивіденди або постійне володіння акціями.

Фактори, що впливають на участь інвестора та вихід з нього:

8. Довіра інвестора:

- Інвестори часто беруть більш активну участь, коли вони впевнені в баченні, команді та прогресі стартапу. Зміцнення довіри інвесторів має важливе значення.

9. Ринкові умови:

- Ринкові умови, галузеві тенденції та наявність потенційних покупців можуть вплинути на час і вибір стратегії виходу.

10. Очікування повернення:

- Очікування прибутку інвесторів, толерантність до ризику та інвестиційний горизонт відіграють значну роль у формуванні стратегій виходу. Засновники стартапів повинні узгоджувати свої стратегії з цими очікуваннями.

При цьому, по мірі залучення інвесторів і проведення наступних раундів фінансування частки засновників і перших інвесторів у капіталі можуть поступово зменшитися. Управління розподілом капіталу має вирішальне значення.

Пам'ятайте, що прийняття рішення про вихід з бізнесу - це і мистецтво, і наука. Вибір часу повинен відповідати ринковим умовам і траєкторії зростання стартапу.

Завдання на самостійну роботу



У цьому індивідуальному робочому завданні ви дослідите та проаналізуєте різні аспекти, пов'язані з інвестиціями та фінансовою підтримкою стартапів.

Інструкції:

Частина 1: Джерела інвестицій для стартапів

1. Дослідить і складить вичерпний список потенційних джерел інвестицій для стартапів у сферах електроенергетики, електротехніки та електромеханіки. Це має включати як традиційні, так і альтернативні джерела.
2. Для кожного джерела надайте короткий опис того, як стартапи можуть отримати доступ до цих коштів, і будь-які конкретні критерії чи вимоги, пов'язані з кожним джерелом.
3. Опишіть переваги та недоліки кожного джерела з точки зору засновника стартапу.

Частина 2: Оцінка інвестиційної привабливості та вартості:

1. Поясніть ключові фактори та критерії, які зазвичай враховують інвестори, оцінюючи інвестиційну привабливість стартапу.
2. Розробіть гіпотетичний кейс стартапу в галузі електроенергетики, електротехніки або електромеханіки та виконайте оцінку інвестиційної привабливості за цими критеріями. Надайте детальний аналіз вашої оцінки.

Частина 3: Співпраця з інвесторами:

1. Дослідить різні моделі співпраці між стартапами та інвесторами, зокрема інвесторами-ангелами, венчурними капіталістами та корпоративними інвесторами. Опишіть, чим ці моделі відрізняються, а також їхні переваги та недоліки.
2. На основі вашого дослідження створіть гіпотетичний сценарій, за якого стартап у вибраній вами області співпрацює з інвестором.

Окресліть умови співпраці, включаючи характер інвестиції та очікувані результати для обох сторін.

Частина 4: Участь інвестора та стратегії виходу

1. Поясніть концепцію участі інвестора в стартап-проекті та значення узгодження інтересів засновників та інвесторів.
2. Опишіть різні стратегії виходу, доступні для інвесторів і стартапів, включаючи придбання, IPO та органічне зростання. Наведіть приклади реальних стартапів, які успішно реалізували ці стратегії виходу.

Правила подання:

- Ваше завдання має бути надрукованим, добре структурованим і без граматичних помилок.
- Додайте чіткі заголовки та підзаголовки до кожної частини завдання.
- Надайте посилання та цитати на будь-які зовнішні джерела чи матеріали, використані у вашому дослідженні.
- Завдання слід подати в електронному вигляді у форматі PDF через призначений портал подання.

Критерії оцінювання:

Ваше завдання буде оцінено за такими критеріями:

- Глибина дослідження та розуміння теми.
- Чіткість і зв'язність ваших пояснень і аналізів.
- Креативність і застосовність гіпотетичних сценаріїв.
- Правильне цитування та посилання на джерела.

Кінцевий термін подання: [друга атестація]

Завдання для обговорення та самоконтролю

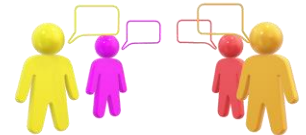


1. Які основні джерела інвестицій для стартапів на ранній стадії?
2. Чим інвестори-ангели відрізняються від венчурних капіталістів з точки зору критеріїв інвестування та участі?
3. Яку роль відіграють краудфандингові платформи у забезпеченні капіталом стартапів?
4. Чи можна вважати бутстрапінг джерелом інвестицій і які його переваги та обмеження?
5. Які ключові фактори оцінюють інвестори, оцінюючи привабливість стартапу?
6. Як стартап-проект може підвищити свою цінність для потенційних інвесторів?
7. Яке значення має проведення належної перевірки перед тим, як інвестувати в стартап?
8. Чи можете ви навести приклади стартапів, які успішно залучили інвестиції завдяки сильній ціннісній пропозиції?
9. Опишіть наставництво та керівництво, які інвестори-ангели можуть запропонувати стартапам окрім фінансової підтримки.
10. Як зазвичай працює модель співпраці між стартапами та венчурними капіталістами?
11. Що таке корпоративні венчурні капіталісти та яку користь вони можуть принести стартапам у певних галузях?
12. Обговоріть можливі конфлікти, які можуть виникнути, коли стартапи співпрацюють з інвесторами.
13. Чому для інвесторів важливо брати активну участь у стартап-проекті, крім надання капіталу?
14. Поясніть поняття «стратегії виходу» та її значення у співпраці інвестора та стартапу.
15. Порівняйте та порівняйте переваги та недоліки виходу з придбання та виходу з IPO для стартапів та інвесторів.
16. Чи можете ви навести приклади стартапів, які успішно реалізували різні стратегії виходу?
17. Як стартапи можуть ефективно донести свою ціннісну пропозицію до потенційних інвесторів?

18. Яким чином стартапи можуть узгодити свої інтереси з інтересами інвесторів, щоб сприяти успішному партнерству?
19. З якими типовими проблемами стикаються стартапи, шукаючи фінансової підтримки, і як їх подолати?
20. Обговоріть роль бізнес-плану та презентації в залученні інтересу та підтримки інвесторів.

Практикум до теми 6

Практичне заняття1. Практичний тренінг: Індивідуальна вправа - Підготовка інвестиційної пропозиції



Ця вправа має на меті навчити студентів створювати добре структуровану інвестиційну пропозицію для власної ідеї стартапу. Студенти навчатимуться презентувати свій проект потенційним інвесторам у переконливій та інформативній формі.

Текст вправи: уявіть, що ви підприємець-початківець у галузі енергетики, електротехніки чи електромеханіки, і у вас є багатообіцяюча ідея стартап-проекту. Ваше завдання - підготувати інвестиційну пропозицію для вашого проекту.

Кроки:

1. Огляд проекту (15 хвилин):

- Надайте короткий вступ до свого початкового проекту, включаючи його назву, місію та бачення.
- Опишіть основний продукт або послугу, які пропонує ваш проект.

2. Аналіз ринку (20 хвилин):

- Проаналізуйте ринок для свого проекту, зокрема його розмір, потенціал зростання та ключові тенденції.
- Визначте свою цільову аудиторію та сегменти клієнтів.

3. Бізнес-модель (15 хвилин):

- Поясніть, як ваш проект планує отримати прибуток і досягти прибутковості.
- Окресліть свою цінову стратегію та джерела доходу.

4. Конкурсний ландшафт (15 хвилин):

- Визначте своїх конкурентів і виконайте SWOT-аналіз (сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози) для вашого проекту.
- Підкресліть унікальні переваги та конкурентні переваги вашого проекту.

5. Фінансові прогнози (15 хвилин):

- Представте фінансовий прогноз для вашого проекту, включаючи звіти про прибутки та збитки, прогноз грошових потоків та аналіз беззбитковості.
- Надайте деталі щодо необхідних початкових інвестицій.

6. Інвестиційна пропозиція (15 хвилин):

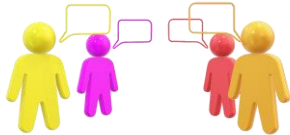
- Створіть переконливу інвестиційну пропозицію, яка підсумовує потенціал вашого проекту, фінансову привабливість і суму фінансування, яку ви шукаєте.
- Розглянемо формат презентації, включаючи візуальні матеріали або слайди.

7. Презентація (15 хвилин):

- Підготуйте коротку презентацію (2-3 хвилини) вашої інвестиційної пропозиції.
- Будьте готові відповісти на запитання потенційних інвесторів (ваших колег).

Оцінка: вашу інвестиційну пропозицію буде оцінено на основі ясності та переконливості вашої презентації, надійності вашої бізнес-моделі, якості аналізу ринку та фінансової життєздатності вашого проекту.

Практичне заняття 2. Ділова гра: вибір та обґрунтування джерел фінансування високотехнологічного енергетичного стартап проекту



Вступ: у цій бізнес-грі ви потрапите в роль засновника стартапу в галузі високотехнологічної енергетики. Ваше завдання — оцінити та вибрати відповідні джерела фінансування для вашого гіпотетичного високотехнологічного енергетичного стартап-проекту «EnerTech Innovations». У рамках цієї вправи вам потрібно буде обґрунтувати ваш вибір фінансування на основі характеристик і потреб проекту.

Сценарій: EnerTech Innovations EnerTech Innovations — це високотехнологічний стартап, покликаний революціонізувати сектор відновлюваної енергії. Їхній основний продукт — передова система зберігання сонячної енергії, яка забезпечує виняткову ефективність і масштабованість. Метою компанії є прискорення переходу до чистої енергії шляхом надання надійних рішень для зберігання енергії.

Фокус навчання студента:

- Отримайте уявлення про складність варіантів фінансування для стартапів у галузі високих технологій.
- Розвивати вміння оцінювати та обирати відповідні джерела фінансування.
- Зрозумійте важливість обґрунтування вибору фінансування на основі характеристик і потреб проекту.

Завдання ділової гри (90 хв.):

Завдання 1: Початковий вступ (10 хвилин)

- Кожен учасник коротко представляє свій високотехнологічний енергетичний стартап проект, включаючи його місію та основний продукт або послугу.

Завдання 2: Вибір джерел фінансування (20 хвилин)

- Індивідуально або невеликими групами виберіть одне або кілька джерел фінансування EnerTech Innovations із запропонованого списку. Варіанти можуть включати запуск, венчурний капітал, державні гранти, краудфандинг або стратегічне партнерство.
- Роблячи вибір, враховуйте стадію проекту, потреби у фінансуванні та потенціал зростання.

Завдання 3: Обґрунтування (20 хвилин)

- Обґрунтуйте свій вибір фінансування, представивши переконливі аргументи для кожного обраного джерела.
- Поясніть, чому ці джерела відповідають характеристикам і цілям EnerTech Innovations.
- Враховуйте такі фактори, як толерантність до ризику, контроль та очікування інвесторів.

Завдання 4: взаємоперевірка та обговорення (20 хвилин)

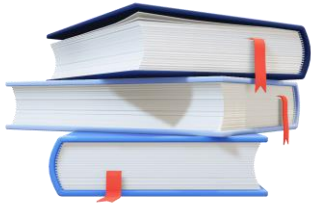
- Поділіться своїм вибором фінансування та обґрунтуванням з колегами.
- Візьміть участь у обговоренні, де учасники можуть оцінити вибір один одного та надати відгук про нього.
- Розгляньте альтернативні точки зору та можливі переваги та недоліки.

Завдання 5: Рефлексія (10 хв.)

- Окремо поміркуйте над проблемами, пов'язаними з вибором джерел фінансування для стартапу високотехнологічної енергетики.
- Підсумуйте ключові висновки з справи.

Оцінка: Ваш вибір джерел фінансування та обґрунтування буде оцінено на основі їх відповідності характеристикам і цілям проекту. Крім того, буде оцінено вашу активну участь у дискусіях та обговореннях.

Рекомендована та використана література



1. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
2. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник для здобувачів ступеня магістра за технічними спеціальностями. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 199 с.
3. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.
4. Менеджмент стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний наочний посібник для студентів спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 37,15 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43531>
5. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с. Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>

ТЕМА 7. ПРЕЗЕНТУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ

1. Структура презентації стартап-проекту.
2. Форма презентації стартап-проекту.

Теоретична підготовка



Якщо стартап отримав інвестиції, це ще не означає, що він буде успішним.

**Винод Хосла ,
Sun Microsystems**

1. Структура презентації стартап-проекту.

Ефективна комунікація має першорядне значення для стартапів, які прагнуть залучити інвесторів, партнерів, клієнтів або підтримку. Те, як ви презентуєте свій стартап, може значно вплинути на ваш успіх.

Чому добре структурована презентація важлива:

1. **Перше враження:** Добре структурована презентація створює позитивне перше враження і привертає увагу аудиторії.
2. **Ясність:** Структура підвищує чіткість вашого повідомлення, полегшуючи аудиторії розуміння ціннісної пропозиції вашого стартапу.
3. **Зацікавленість:** Структурована презентація підтримує залученість та зацікавленість вашої аудиторії протягом усього пітчу.
4. **Запам'ятовуваність:** Структурований контент краще запам'ятовується, допомагаючи вашій аудиторії пригадати ключові деталі про ваш стартап.

Компоненти презентації стартапу:

1. Вступ (5%)

- Почніть з переконливої промови або привернення уваги.
- Представте себе та свою команду.
- Надайте короткий огляд свого стартапу.

2. Постановка проблеми (10%)

- Чітко визначте проблему або больову точку, яку вирішує ваш стартап.
- Використовуйте дані та приклади, щоб проілюструвати серйозність проблеми.
- Покажіть, що ви добре розумієте больові точки вашого цільового ринку.

3. Рішення (15%)

- Поясніть ваше інноваційне рішення і те, як воно вирішує проблему.
- Підкресліть унікальні особливості або переваги вашого рішення.
- Використовуйте візуальні ефекти або демонстрації, якщо це доречно.

4. Ринкові можливості (20%)

- Визначте свій цільовий ринок і його розмір.
- Поясніть свою стратегію виходу на ринок.
- Обговоріть свій конкурентний ландшафт і своє унікальне позиціонування.

5. Бізнес-модель (15%)

- Опишіть свою модель доходів і стратегію ціноутворення.
- Поясніть, як ваш стартап планує отримувати дохід.
- Обговоріть масштабованість і потенціал для зростання.

6. Привабливість (10%)

- Надайте докази того, що ваш стартап має попит або визнання на ринку, наприклад, кількість користувачів, продажі, партнерства або відгуки.

- Виділіть ключові етапи, досягнуті на сьогоднішній день.

7. Стратегія маркетингу та продажів (10%)

- Деталізуйте свої маркетингові стратегії та стратегії залучення клієнтів.
- Поясніть, як ви плануєте охопити та залучити свою цільову аудиторію.
- Обговоріть канали та тактику продажів.

8. Команда (10%)

- Представте членів вашої команди та їхні ролі.
- Підкресліть їхній відповідний досвід і знання.
- Покажіть, наскільки ваша команда добре підходить для реалізації бачення стартапу.

9. Фінансові прогнози (5%)

- Надайте стислий огляд своїх фінансових прогнозів, включаючи доходи, витрати та прибутковість.
- Виділіть ключові фінансові етапи.

10. Заключна частина (5%)

- Чітко сформулюйте, чого ви шукаєте від своєї аудиторії (наприклад, інвестиції, партнерство, пілотний проект).
- Закінчіть сильним заключним висловом або заклик до дії.

Сесія запитань і відповідей (необов'язково):

Після вашої презентації будьте готові до сесії запитань і відповідей, де ваша аудиторія може поставити запитання або отримати роз'яснення. Передбачте можливі запитання та підготуйте добре продумані відповіді.

2. *Форма презентації стартап-проекту.*

Ефективна презентація вашого стартапу полягає не лише у змісті; це також про те, як ви передаєте цей вміст. Добре структурована та захоплююча презентація може мати велике значення для привернення уваги інвесторів, партнерів і зацікавлених сторін.

Перш ніж досліджувати різні форми презентації, давайте зрозуміємо, чому формат презентації має значення:

1. **Залучення:** добре підібраний формат презентації може залучити вашу аудиторію ефективніше, ніж одноманітна або неорганізована презентація.
2. **Чіткість:** правильний формат покращує ясність вашого повідомлення, завдяки чому вашій аудиторії буде легше стежити за вашою розповіддю.
3. **Вплив:** різні формати мають різний вплив. Правильний вибір може справити незабутнє враження на вашу аудиторію.
4. **Орієнтація на аудиторію:** формати презентації слід вибирати з урахуванням вашої аудиторії, гарантуючи, що ваше повідомлення резонує з нею.

Загальні форми презентації стартап проекту:

1. Презентація Pitch Deck (Слайди):

- **Огляд:** стислі слайди, які охоплюють ключові аспекти вашого запуску.
- **Візуальні елементи:** для наочності використовуються візуальні елементи, діаграми та графіки.
- **Залучення:** залучає аудиторію короткою інформацією.
- **Загальне використання:** ідеально підходить для презентацій інвесторам під час зустрічей.

2. Відеопрезентація:

- **Огляд:** записана відеопрезентація, де засновники пояснюють початок діяльності.
- **Візуальні елементи:** дозволяють творчо візуально розповідати історії.
- **Залучення:** може бути привабливим, особливо з анімацією та графікою.
- **Загальне використання:** корисно для онлайн-кампаній краудфандингу та онлайн-презентацій.

3. Презентація " Ліфтовий пітч":

- **Огляд:** коротка, точна словесна презентація, яка зазвичай триває від 30 секунд до 2 хвилин.
- **Залученість:** вимагає стислості та впливу за короткий проміжок часу.
- **Загальне використання:** корисно для швидкого представлення вашого стартапу під час мережевих подій або випадкових зустрічей.

4. Пряма презентація (виступ):

- **Огляд:** особиста або віртуальна презентація з живим доповідачем.
- **Залучення:** забезпечує пряму взаємодію з аудиторією.
- **Візуалізація:** може включати слайди або демонстрації.
- **Загальне використання:** часто використовується на конференціях, семінарах або зустрічах інвесторів.

5. Документ бізнес-плану:

- **Огляд:** вичерпний письмовий документ із детальним описом усіх аспектів запуску.
- **Залученість:** вимагає уважного читання, але пропонує детальну інформацію.
- **Загальне використання:** зазвичай надається потенційним інвесторам, партнерам або зацікавленим сторонам.

Вибір правильного формату:

Вибір формату презентації має відповідати вашим цілям, аудиторії та характеру вашого стартапу. Вибираючи формат, враховуйте наступне:

- ✓ **Очікування аудиторії:** до якого формату звикла чи віддає перевагу ваша аудиторія?
- ✓ **Складність:** чи має ваш стартап складні технічні аспекти, які вимагають візуальної допомоги?
- ✓ **Обмеження за часом:** скільки часу у вас є на презентацію?
- ✓ **Залучення:** який формат може ефективно залучити вашу аудиторію?

Завдання на самостійну роботу



Створення ефективної презентації стартап проекту

Інструкції:

Вам доручено розробити привабливу та інформативну презентацію для вашого гіпотетичного стартап-проекту. Це завдання покликане допомогти вам зрозуміти структуру та форму ефективної презентації стартап-проекту.

Частина 1: Структура презентації стартап проекту

1. Огляд (10%):

- Створіть титульний слайд, який представлятиме ваш стартап-проект.
- Включіть короткий вступ про себе.

2. Постановка проблеми (15%):

- Чітко визначте проблему чи потребу ринку у своїх стартап-проектах.
- Наведіть докази або приклади, щоб проілюструвати важливість цієї проблеми.

3. Рішення (15%):

- Поясніть своє інноваційне рішення виявленої проблеми.
- Підкресліть унікальні особливості або переваги вашого рішення.

4. Ринкові можливості (15%):

- Визначте свій цільовий ринок і його розмір.
- Поясніть свою стратегію виходу на ринок і потенціал для зростання.

5. Бізнес-модель (10%):

- Опишіть свою модель доходів і стратегію ціноутворення.
- Обговоріть, як ваш стартап планує отримати дохід.

6. Привабливість (10%):

- Поділіться будь-якими доказами популярності або визнання на ринку, такими як кількість користувачів, продажі або партнерства.
- Підкресліть ключові досягнуті результати.

7. Команда (10%):

- Представте членів вашої команди та їхні ролі.
- Підкресліть їхній відповідний досвід і знання.

8. Фінансові прогнози (10%):

- Надайте стислий огляд своїх фінансових прогнозів, включаючи доходи, витрати та прибутковість.
- Виділіть ключові фінансові етапи.

9. Заключна частина (5%):

- Чітко сформулюйте, що ви шукаєте від потенційних інвесторів, партнерів або зацікавлених сторін.
- Закінчіть сильним заключним висловом або заклик до дії.

Частина 2: Форма презентації стартап проекту

Виберіть один із наведених нижче форматів презентації та створіть презентацію тривалістю 2-3 хвилини:

Презентація Pitch Deck (Слайди): створіть стислу презентацію, яка охоплює ключові аспекти вашого стартапу, дотримуючись структури, описаної в частині 1.

Відеопрезентація: запишіть 2-3-хвилинну відеопрезентацію, де ви поясните свій стартап-проект, його підхід до вирішення проблеми та його потенційний вплив.

Презентація "Ліфтовий пітч": створіть 2-3-хвилинну презентацію, яку ви могли б висловити усно, щоб швидко представити свій стартап-проект потенційному інвестору чи партнеру.

Правила подання:

- Надішліть свої презентаційні матеріали та відео (за наявності).
- Включіть коротку рефлексію (250 слів) про проблеми та отримані знання під час виконання завдання.

Критерії оцінювання:

Ваше завдання буде оцінено на основі ясності, залученості та ефективності вашої презентації, а також вашого розуміння структури та форми, необхідних для презентації стартап-проекту.

Завдання для обговорення та самоконтролю

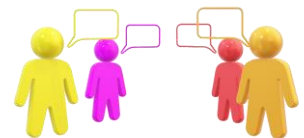


1. Які ключові компоненти вступного розділу в презентації стартап-проекту?
2. Чому важливо чітко визначити постановку проблеми у своїй презентації?
3. Як ви можете ефективно підкреслити унікальні особливості вашого рішення в презентації?
4. У розділі ринкових можливостей, які фактори слід враховувати під час визначення цільового ринку?
5. Чому обговорення бізнес-моделі є важливою частиною презентації стартапу?
6. Які ключові елементи слід включити під час надання доказів популярності або визнання на ринку?
7. Чому важливо представити членів вашої команди та їхні ролі в презентації?
8. Як мають бути представлені фінансові прогнози, щоб вони були зрозумілими та ефективними?
9. Яке значення розділу «Заклучна частина» у стартовій презентації?
10. Що таке Pitch Deck і коли це доречний формат для презентації стартап-проекту?
11. Як візуальні елементи, діаграми та графіки можна ефективно використовувати в презентації?
12. Які найкращі методи залучення аудиторії у відеопрезентації?

13. Яку ключову інформацію слід передати в стислому "Ліфтовому пітчу"?
14. Як привернути увагу потенційних інвесторів до "Ліфтового пітчу"?
15. Що слід враховувати, обираючи між живою презентацією та записаною відеопрезентацією?
16. Які розділи повинні бути включені в документ бізнес-плану, щоб всебічно охопити стартовий проект?
17. Як пристосувати формат презентації до вподобань і очікувань цільової аудиторії?
18. Яку роль відіграють практика та репетиції в успіху початкової презентації?
19. Як зворотній зв'язок і ітерація можуть підвищити ефективність обраного вами формату презентації?

Практикум до теми 7

Практичне заняття 1. Тренінг практичних навичок: презентування розробленого стартап-проекту.



Під час цього практичного тренінгу ви матимете можливість застосувати знання та навички, що були набуті протягом курсу, щоб представити розроблений стартап-проект.

Ця вправа має на меті покращити вашу здатність чітко та переконливо донести свою ідею стартапу.

Завдання:

Крок 1: Підготовка:

- Перегляньте та завершіть свою ідею початкового проекту, бізнес-модель і ключові компоненти вашого бізнес-плану.
- Підготуйте презентацію з використанням слайдів або інших візуальних засобів (наприклад, плакатів, інфографіки) для супроводу вашого пітчу.

Крок 2: Індивідуальні презентації:

- Кожен студент або група матиме максимум 5 хвилин для презентації свого розробленого стартап-проекту.
- Зосередьтеся на ключових аспектах, таких як проблема, яку ви прагнете вирішити, ваше унікальне рішення, аналіз ринку, модель доходу та конкурентна перевага.
- Залучіть свою аудиторію та зробіть свій виступ привабливим.

Крок 3: Зворотний зв'язок:

- Після кожної презентації колеги нададуть конструктивний відгук про ясність, переконливість та ефективність презентації.
- Обговоріть, які аспекти презентації були привабливими та які сфери можна було б покращити.

Крок 4: Рефлексія:

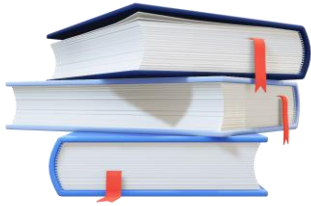
- Обміркуйте індивідуально або групою отримані відгуки.
- Визначте конкретні сфери, які потрібно покращити у вашій презентації та подачі.

Крок 5: Запитання і відповіді:

- Після завершення презентації відбудеться коротка сесія запитань і відповідей, де колеги зможуть поставити запитання та отримати роз'яснення щодо вашого проекту.

Оцінювання: вашу презентацію оцінюватимуть на основі ясності, змісту, подачі та вашої здатності ефективно донести ключові елементи вашого початкового проекту. Зворотний зв'язок з колегами також сприятиме процесу оцінювання, заохочуючи до конструктивного самовдосконалення.

Рекомендована та використана література



1. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
2. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник для здобувачів ступеня магістра за технічними спеціальностями. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 199 с.
3. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.
4. Менеджмент стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний наочний посібник для студентів спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 37,15 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43531>
5. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с. Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА)

Правила відвідування занять

Відвідування занять є вільним, бали за присутність на лекція та практичних заняттях не додаються. Втім, вагома частина рейтингу формується через активну участь у заходах на практичних заняттях.

Варто дотримуватись розкладу занять, при запізненні більше ніж на 15 хв., долучатись до другої частини заняття (після перерви).

Правила поведінки на заняттях

Дотримання норм етичної поведінки визначених у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>).

На території університету студенти мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>). В аудиторіях на лекційних та практичних заняттях, а також під час проведення занять у формі відеоконференції, користуватись мобільним телефоном потрібно у беззвучному режимі і тільки для пошуку необхідної для виконання завдань інформації, у т.ч. в інтернеті.

Під час дистанційного режиму навчання потрібно мати та використовувати інформацію розміщену на Платформі дистанційного навчання «Сікорський».

Правила призначення заохочувальних та штрафних балів

Заохочувальні бали можуть бути отримані за участь у Конкурсі стартапів Sikorsky Challenge, поглиблене вивчення окремих тем курсу, результати чого можуть бути втілені у наукових тезах, наукових статтях, презентації, ессе тощо.

Штрафні бали не передбачаються.

Політика оцінювання контрольних заходів

Оцінювання контрольних заходів відбувається відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), Положення про поточний, календарний та семестровий контролі результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>).

Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає не менше 60% від балів, визначених для цього контрольного заходу, а негативний результат оцінюється в 0 балів.

Календарний контроль проводиться двічі на семестр і передбачає проведення модульної контрольної роботи (поділеної на 2 частини), яка здійснюється у вигляді письмової контрольної роботи, що містить тестові та аналітичні завдання. Умовою отримання позитивної оцінки з календарного контролю з навчальної дисципліни є значення поточного рейтингу здобувача не менше, ніж 50 % від максимально можливого на час проведення такого контролю.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку за РСО-1 (першого типу), що передбачає виконання завдань впродовж семестру і оцінювання результатів навчальної діяльності здобувача.

Політика дедлайнів та перескладань

Формування семестрового рейтингу студента ґрунтується на своєчасному виконанні поточних завдань, написанні модульної контрольної роботи згідно графіку викладання дисципліни. Якщо контрольні заходи, або виконання завдань пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), надається можливість додатково скласти завдання протягом найближчого тижня або відпрацювати пропущення заняття шляхом виконання індивідуальних завдань. Порушення термінів і невиконання завдання з неповажних причин, може не дати змоги набрати відповідну кількість балів для отримання заліку. Детальніше – Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://kpi.ua/files/n3277.pdf>).

Порядок ліквідації академічної заборгованості та перескладання семестрового контролю регулюється Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Здобувач, у якого за результатами семестрового контролю виникла академічна заборгованість, має право її ліквідувати відповідно до Положення про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/177>).

Процедура оскарження результатів контрольних заходів

У випадку не згоди здобувача з оцінкою за результатами контрольного заходу, він має право подати апеляцію у день оголошення результатів відповідного контролю на ім'я декана факультету за процедурою визначеною Положенням про апеляції в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/182>).

Політика щодо академічної доброчесності

Необхідним під час виконання завдань з дисципліни є дотримання політики та принципів академічної доброчесності, які, у тому числі викладено у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>), Положенні про систему запобігання академічному плагіату в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/47>).

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній й/інформальній освіті

Порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті регламентує Положення про визнання в КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/179>).

Можуть бути зараховані окремі змістовні модулі або теми дисципліни. В разі зарахування лише окремого змістовного модуля / модулів дисципліни, здобувач звільняється від виконання відповідних завдань, отримуючи за них максимальний бал відповідно до рейтингової системи оцінювання.

Дистанційне навчання

За відповідних умов навчання може проводитись у дистанційному режимі згідно Положення про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/188>). З метою забезпечення якісної підготовки здобувачів, дистанційний курс дисципліни розміщено у Camrus та Гугл-класі.

У режимі дистанційного навчання заняття відбуваються у вигляді онлайн-конференції у Google-meet - посилання на конференцію видається на початку семестру.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЩОДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота є обов'язковою складовою опанування дисципліни «Менеджмент стартап-проектів», що надає можливості застосовувати теоретичні знання до практичних сценаріїв і створювати цінні навички для підприємництва та інновацій у галузі електроенергетики, електротехніки та електромеханіки.

Задля цього потрібно:

1. Розуміти цілі курсу:

- Почніть із глибокого розуміння цілей курсу, навчальної програми та результатів навчання. Це дасть вам чітке розуміння того, чого від вас очікують протягом курсу.

2. Управління часом:

- Створіть навчальний графік, у якому виділено певний час для самостійної роботи з управління стартап-проектами. Забезпечте баланс з іншими курсовими роботами та опануванням даною дисципліною.

3. Виберіть відповідну ідею для стартапу:

- Виберіть стартовий проект або ідею, яка відповідає вашим інтересам і досвіду в електроенергетиці, електротехніці або електромеханіці. Це зробить процес навчання більш привабливим і актуальним.

4. Будьте в курсі:

- Будьте в курсі останніх тенденцій і подій у сфері стартапів, особливо тих, що стосуються енергетики та технологій. Підпишіться на відповідні галузеві публікації та блоги.

5. Прочитайте матеріали курсу:

- Прочитайте рекомендовані підручники, статті та ресурси, надані викладачем курсу. Робіть нотатки та виділіть ключові поняття для подальшого використання.

6. Беріть активну участь:

- Беріть активну участь в обговореннях на практичних заняттях. Ставте запитання, шукайте роз'яснення та співпрацюйте з колегами. Активна участь покращує ваше розуміння.

7. Незалежне дослідження:

- Проведіть незалежне дослідження обраної вами ідеї стартап-проекту. Досліджуйте ринкові тенденції, потенційних конкурентів і потреби клієнтів, пов'язані з вашим проектом.

8. Розробіть бізнес-план:

- Попрацюйте над розробкою комплексного бізнес-плану для вашої стартап ідеї. Це має включати аналіз ринку, фінансові прогнози та детальну стратегію впровадження.

9. Відпрацювання навичок презентації:

- Регулярно практикуйте свої навички презентації. Розвивайте та вдосконалюйте свою здатність переконливо презентувати свій стартап-проект. Подумайте про пошук зворотного зв'язку від однолітків або наставників.

10. Співпраця:

- Співпрацюйте з колегами над груповими завданнями або проектами, коли це можливо. Обговорюйте ідеї, діліться думками та вчіться на досвіді один одного.

11. Отримуйте вказівки:

- Якщо у вас виникли труднощі або запитання, не соромтеся звернутися до свого викладача, щоб отримати поради та роз'яснення.

12. Поміркуйте та перегляньте:

- Періодично переглядайте свій прогрес і розмірковують над тим, чого ви навчилися. Перегляньте та вдосконаліть свою роботу на основі відгуків і нових ідей.

13. Залишайтеся етичними:

- Дотримуйтеся високих етичних стандартів у своїй роботі. Правильно цитуйте джерела, уникайте плагіату та дотримуйтеся будь-яких етичних принципів, наданих вашою установою.

14. Підготуйтеся до оцінювання:

- Ретельно готуйтеся до практичних занять, тестів, презентації та заліку. Перегляньте свої нотатки, завдання та матеріали курсу заздалегідь.

15. Мережа та участь у подіях:

- Відвідайте мережеві заходи, вебінари та семінари, пов'язані з управлінням стартапами та інноваціями у вашій галузі. Побудова професійної мережі може відкрити двері для можливостей.

16. Залишайтеся наполегливими:

- Розробка стартап-проекту може бути складною. Будьте наполегливими, будьте відкритими для навчання на невдачах і продовжуйте вдосконалювати свої ідеї.

17. Будьте в курсі можливостей фінансування:

- Слідкуйте за можливостями фінансування, грантами та конкурсами для стартапів у вашій галузі. Це можуть бути цінні ресурси для вашого проекту.

18. Використовуйте технологічні інструменти:

- Використовуйте технологічні інструменти та програмне забезпечення для управління проектами, фінансового моделювання та аналізу даних, щоб оптимізувати свою роботу.

19. Залишайтеся натхненними:

- Залишайтеся натхненними та мотивованими, читаючи історії успіху стартапів у вашій галузі. Навчання на досвіді інших може мотивувати.

20. **Оцініть свій прогрес:**

- Регулярно оцінюйте свій прогрес у оволодінні концепціями та навичками управління стартап-проектами. Оцініть, наскільки добре ви досягаєте цілей курсу.

ВИДИ КОНТРОЛЮ ТА РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (PCO)

Оцінювання ґрунтується на застосуванні рейтингової системи оцінювання (згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/37>), яка передбачає систематичну роботу здобувача протягом семестру і складається з наступних заходів:

Рейтинг з кредитного модуля складається з балів (max 100 балів), які отримуються за:

- відповіді на практичних заняттях (опитування, участь у дискусії за результатами опрацювання кейсів);
- виконання навчальних завдань (індивідуальна та командна роботи);
- виконання тренінгів практичних навичок (навчально-дослідні та творчі завдання);
- модульну контрольну роботу

Поточний контроль:

- **Відповіді на практичних заняттях** (опитування) (max 15 балів). Розрахунок за одну відповідь на практичному занятті (3 відповіді):

5 балів	Активна робота, повні відповіді під час опитування
4 бали	Відповідь на питання викладено не повністю, але основні аспекти розкрито

3 бали	Відповідь зі значними неточностями, що вимагають доповнення
0 балів	Відповідь відсутня

Виконання навчального завдання (індивідуальна та командна роботи) (max 35 бал).

Розрахунок за одне завдання (7 завдань):

5 бали	Якісно виконане завдання, результати обґрунтовані і доведені
4 бали	Завдання виконано з певними неточностями або не містить обґрунтувань
3 балів	Завдання не виконане

Виконання тренінгів практичних навичок (навчально-дослідні та творчі завдання) (max 30 балів).

Розрахунок за одне завдання (5 завдань):

6 балів	Бездоганно виконане завдання, усі його складові частини обґрунтовані
5 балів	Наявні певні недоліки у виконанні завдання, які суттєво не впливають на його результат
4 бали	Завдання виконане частково або містить недоліки, які суттєво впливають на його результат
0 балів	Завдання не виконане

- **Календарний контроль:** проводиться один раз на семестр.

15 Умова отримання атестації: поточний рейтинг не менше 42 тиждень балів. Складено модульну контрольну роботу.

Модульна контрольна робота: (max 20 балів)

Модульна контрольна робота містить: теоретичне питання (одне питання 10 балів), тестових завдань (10 тестів - 1 бал кожний)

Розрахунок балів за одну контрольну роботу:

- 20 балів
- 1) викладено теоретичне питання всебічно, безпомилково і логічно;
 - 2) виконано тестові завдання правильно;

15-19 балів	1) викладено теоретичне питання безпомилково, достатньо повно і без ознак плагіату; 2) тестові завдання виконано з 1 помилкою;
12-14 балів	1) викладено теоретичні питання не повністю, основні аспекти розкрито; 2) виконано не всі тестові завдання правильно;
0 балів	завдання контрольної роботи не виконані, або виконані неправильно

• **Семестровий контроль (залік)** (max 100 балів).

Умовою допуску до заліку є виконання усіх навчальних завдань (кейсів, вправ та тренінгів практичних навичок).

Залік отримується студентом без додаткових випробувань, якщо сума набраних балів не менша за 60. Студент, який у семестрі отримав більше 60 балів, але бажає підвищити свій результат, може взяти участь у заліковій контрольній роботі. У цьому разі остаточний результат складається із балів, що отримані на заліковій контрольній роботі.

Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку менше 60 балів складають залікову контрольну роботу. Остаточний результат складається із балів, що отримані на заліковій контрольній роботі.

Залікова контрольна робота проводиться на останньому за розкладом занятті з дисципліни.

Залікова контрольна робота оцінюється із 100 балів. Контрольне завдання цієї роботи складається з двох частин: теоретичні питання (4 питання); тестові завдання (20):

<i>Теоретичні питання</i>	
10 балів	Відповідь на питання викладено правильно, всебічно, безпомилково і логічно
8-9 балів	Відповідь на питання викладено безпомилково, не достатньо повно проте з застосуванням набутих теоретичних знань
6-7 балів	Відповідь на питання викладено не повністю, але основні аспекти розкрито
0 балів	Не має відповіді

<i>Тестові завдання</i>	
3 бали	Відповідь вірна
0 балів	Відповідь не вірна

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ ТА РЕСУРСИ

Базова література

5. Управління стартапами: підручник / Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
6. Менеджмент стартап проектів: підручник / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 344 с.

7. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник для здобувачів ступеня магістра за технічними спеціальностями. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 199 с.
8. Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальностей 151 – «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та 152 – «Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/29447>
9. Розробка стартап-проектів: Практикум: навч. посіб. для студ. спец. 151 – «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та 152 – «Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка»/ О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 116 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/29450>
10. Менеджмент стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний наочний посібник для студентів спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 37,15 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43531>
11. Менеджмент стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка», 144 «Теплоенергетика» всіх спеціалізацій / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Єрешко, І. М. Крейдич, О. А. Шевчук. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с. Url: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36722>

Додаткова література

12. Гільбо, Кріс. Стартап на \$ 100. Як перетворити хобі на бізнес / Кріс Гільбо ; пер. з англ. Антоніна Ящук. [Київ : Наш формат, 2017.](#) 261 с.
13. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами. Робочий зошит студента. Київ: Міністерство освіти і

науки України. Міністерство цифрової трансформації України ГО «Платформа інноваційного партнерства» (YEP™) ДІЯ.БІЗНЕС, 2020. 51 с. URL:

https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/576587/mod_resource/content/1/%d0%a1%d1%82%d1%83%d0%b4%d0%b5%d0%bd%d1%82%d0%b0%d0%bc.%20%d0%a0%d0%be%d0%b1%d0%be%d1%87%d0%b8%d0%b9%20%d0%b7%d0%be%d1%88%d0%b8%d1%82.pdf

14. Маркетинг стартап-проектів: навч. посіб. для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / За заг. ред. С. О. Солнцева / С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 3,2 Мбайт). Київ : КПІ ім.. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27437/1/Marketing_startup-project.pdf
15. Остервальдер А., Піньє І. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного. Пер. з англ. Р. Корнута. Київ : Наш формат, 2017. 288 с.
16. Остервальдер А., Піньє І. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти; Пер. з англ. Р. Корнута. Київ : Наш формат, 2018. 324 с.
17. Райз Е. Стартап без помилок Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля. Київ: Видавн. [Vivat](#), 2016. 368 с.
18. Смоляр Л Г., Бояринова К. О., Кам'янська О. В. Управління процесом розробки і освоєння виробництва нових продуктів: навч. посіб. Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т». Київ: Кондор, 2015. 492 с.

Інформаційні ресурси

19. 100 корисних сайтів та інструментів для стартапів: веб-сайт. URL: <http://aphd.ua/100-korysnykh-saitiv-ta-instrumentiv-dlia-startapiv>
20. Kickstarter: веб-сайт. URL: <https://kickstarter.com>
21. RocketHub: веб-сайт. URL: <https://rockethub.com>
22. TechUkraine: веб-сайт. URL: <https://techukraine.org>

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ З ДИСЦИПЛІНИ (ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА)

- Перелік питань, які виносяться на семестровий контроль (додаток А до силабусу).
- Сертифікати проходження дистанційних або онлайн курсів за відповідною тематикою можуть бути зараховані за умови виконання вимог, наведених у Наказ № 7-177 від 01.10.2020 р. «про затвердження положення про визнання в кпі ім. ігоря сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті», зокрема: Coursera – Спеціалізація Startup Entrepreneurship ([\\$">https://www.coursera.org/specializations/startup-entrepreneurship\)\\$](https://www.coursera.org/specializations/startup-entrepreneurship) Prometheus - Успішний стартап: від ідеї до масштабування (https://prometheus.org.ua/course/course-v1:UkrainianStartupFund+S_STARTUP101+2023_T1), Як створити стартап (https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+Startup101+2015_T2) курси EDX Davidson College: Building a Lean Startup (https://www.edx.org/learn/business-administration/davidson-college-jumpstart-into-entrepreneurship?index=product&queryID=7ae3cdb8d3421dfe3d23b7c53fb2fdcf&position=1&results_level=first-level-results&term=startup&objectID=course-a5980e83-aeca-426c-9447-cbd24cfd70b2&campaign=Building+a+Lean+Startup&source=edX&product_category=course&placement_url=https%3A%2F%2Fwww.edx.org%2Fsearch) Massachusetts Institute of Technology: Becoming an Entrepreneur(https://www.edx.org/learn/entrepreneurship/massachusetts-institute-of-technology-becoming-an-entrepreneur?index=product&queryID=26dff1530239a2a8723073def661ec00&position=2&results_level=first-level-results&term=startup&objectID=course-5f0e63ca-98e1-4886-9b88-9e2aa492895c&campaign=Becoming+an+Entrepreneur&source=edX&product_category=course&placement_url=https%3A%2F%2Fwww.edx.org%2Fsearch)
- Викладення дисципліни може бути переведено у дистанційну форму за відповідних умов згідно розпоряджень університету.

ДОДАТОК А

Перелік питань для підготовки до заліку

1. Зміст та специфіка стартапу.
2. Процес реалізації стартапу командою засновників та спільно з бізнес-компанією.
3. Особливості стартапу як інноваційного проекту, їх відмінності від проектів малого бізнесу.
4. Інструментарій планування стартап-проекту.
5. Стадії створення та розвитку стартап-проекту.
6. Етапи стартап-проекту: ініціація проекту, фандрайзинг, планування, реалізація, моніторинг і контроль, завершення.
7. Стадії розвитку стартап-проекту як проекту бізнесу.
8. Життєвий цикл стартап-проекту: фаза пошуку (ідея, запуск, мінімально доцільний продукт (Minimum Viable Product)).
9. Життєвий цикл стартап-проекту: фаза зростання (зростання і зміцнення позицій, масштабування і захоплення ринків, публічне розміщення).
10. Півот стартапу. Види поворотів стартап-проекту за продуктом, ринком та ін. Ключові метрики методології Pivot Startup.
11. Ключові моделі Півоту стартап-проекту, інструменти застосування півоту.
12. Пошук та генерування бізнес-ідеї стартапу (виявлення проблем, прихованих потреб, базування на нових та втрачених стартапах).
13. Методи пошуку бізнес-ідей стартапу
14. Джерела та методи отримання ідеї інноваційного продукту, креативні методики генерування ідеї продукту стартапу (теорія вирішення винахідницьких завдань, ідейна інженерія).
15. Метод формування ідеї продукту стартапу – інвентаризації характеристик.
16. Морфологічні підходи формування ідеї інноваційного продукту (метод заперечення і конструювання, метод систематичного покриття поля, метод послідовного винахідництва).
17. Метод морфологічного ящика формування ідеї продукту стартапу, створення локальних інновацій для формування ідеї продукту стартапу.

18. Сутність та типи мінімального життєздатного продукту, розробка і розвиток мінімального життєздатного продукту в повноцінний продукт.
19. Scrum – як інструмент проектування продукту стартапу.
20. Полотно ціннісної пропозиції (анг. Value Proposition canvas).
21. Продуктивні та не продуктивні методи перевірки ідеї.
22. Ситуаційні методи перевірки (інтерв'ювання потенційних покупців, створення прототипу версії 0.01, краудсорсинг).
23. Ґрунтовні методи перевірки ідеї стартап-проекту, створення Лендінгу.
24. Інформаційні технології перевірки ідей.
25. Методи перевірки життєздатності продукту: цільові сторінки, спліт-тести, контекстна реклама, цифрові прототипи, тестування, завоювання ринку з наступною зміною профілю.
26. Інформаційні ресурси для перевірки життєздатності продукту.
27. Сутність команди стартап-проекту, формування команди учасників за ролями та функціями.
28. Розподіл участі та часток майбутнього бізнесу між членами команди стартапу.
29. Масштабування команди стартап-проекту. Модель розвитку команди Б. Такмана.
30. Етапи масштабування команди стартап-проекту. Особливості роботи стартап команди на кожному з етапів розробки стартап-проекту.
31. Сутність менторингу в стартапі, відмінності між коучингом та менторством, переваги та недоліки менторства.
32. Типи та види менторингу стартап-проектів, типи та функції менторів стартап-проекту.
33. Процедура пошуку та залучення менторів, особливості взаємодія стартаперів з менторами. Процедура реалізації менторингу стартап-проекту.
34. Стартап екосистема і її складові.
35. Сутність янгол-синдикатів, модель янгол-синдикатів.
36. Сутність акселератора та бізнес-акселератора стартапів. Бізнес-модель акселератора, процедура акселерування.

37. Вибір акселератора для стартап-проекту, особливості функціонування вітчизняних та закордонних акселераторів стартапів.
38. Сутність бізнес-інкубаторів та стартап-інкубатори. Функції бізнес-інкубаторів для стартап-проекту.
39. Особливості вибору бізнес-інкубатора та умови бізнес-інкубування. Ключові характеристики вітчизняних та закордонних стартап-інкубаторів.
40. Етапи перетворення стартап-проектів у підприємства. Особливості створення підприємства на базі стартапу на основі ФОП, ТОВ, АТ.
41. Зміст бізнес-моделі. Типи бізнес-моделей. Інноваційна бізнес-модель.
42. Шаблон бізнес-моделі «Canvas» характеристика її структурних блоків.
43. Процедура побудови бізнес-моделі за стратегією від продукту, від клієнта, професіоналу, фори.
44. Шаблон бізнес-моделі «Lean» характеристика її структурних блоків.
45. Методи дизайну бізнес-моделі стартап-проекту.
46. Поняття маркетингу стартапу. Ключові відмінності маркетингу стартапу та маркетингу товару/послуги для вже існуючого бізнесу.
47. Етапи реалізації маркетингу стартап-проекту.
48. Маркетингові моделі за стадіями розвитку стартапу.
49. Структура аналізу ринку стартап-проекту. Методи оцінювання обсягу ринку стартап-проекту.
50. Сегментування ринку продукту стартап-проекту.
51. Оцінювання конкуренції на ринку стартап-проекту.
52. Метод оцінювання перспектив зростання ринку.
53. Методи вивчення цільової аудиторії стартап-проекту, позиціонування та сегментування цільової аудиторії стартап-проекту.
54. Методологія розвитку клієнта (Customer Development Methodology).
55. Побудова комунікацій стартапу з клієнтами, формування попиту.

56. Способи просування стартапу на ринок, залучення та комунікації зі споживачами стартапу (контент-маркетинг, Email-маркетинг, SEO, Блоги, SMM).
57. Канали просування продукту стартапу, власні та зовнішні засоби продажу.
58. Процедура формування маркетингової стратегії стартапу, визначення бюджету маркетингу
59. Структура та характеристика блоків плану маркетингу стартапу.
60. Ключові відмінності бізнес-плану стартап-проекту від традиційного.
61. Структура резюме бізнес-плану стартап-проекту, опис стартап-проекту, опис продукту стартап-проекту.
62. Розділ бізнес-плану стартап-проекту «Аналіз галузі / ринку».
63. Формування плану збуту та маркетингового плану у бізнес-плані стартап-проекту.
64. Особливості виробничого плану бізнес-плану стартап-проекту.
65. Організаційний план бізнес-плану стартап-проекту (у т. ч. календарне планування, формування дорожньої карти).
66. Фінансова модель стартапу: розрахунок початкових вкладень у стартап-проект, вихідні операційні дані та операційні дані стартап-проекту. Операційна рентабельність стартап-проекту.
67. Фінансова модель стартапу: грошовий потік за результатами реалізації стартап-проекту. Визначення обсягів необхідних інвестицій у стартап-проект.
68. Показники ефективності стартап-проекту: EBITDA, чистий прибуток, окупності інвестицій, внутрішня норма прибутковості.
69. Показники ефективності стартап-проекту: інвестиційна привабливість стартап-проекту, вартість стартап-компанії до отримання фінансування.
70. Аналіз ризиків реалізації стартап-проекту.
71. Характеристика ринку інноваційного інвестування. Специфіка венчурного інвестування.
72. Форми інвестування стартап-проектів бізнес-янгалами.
73. Краудфандинг та особливості розміщення стартап-проектів на краудфандингових платформах.
74. Способи інвестування стартап-проектів, форми залучення інвесторів у стартап-проект.

75. Методи оцінювання вартості стартапів: з точки зору венчурного інвестора, витратний метод, метод Беркуса.
76. Методи оцінювання вартості стартапів: метод венчурного капіталу через обчислення кінцевої вартості або розрахунок доінвестиційної і після інвестиційної вартості стартапу.
77. Методи оцінювання вартості стартапів: метод оцінювання потенційної аудиторії за прибутковістю клієнта, метод оцінювання перспективної вартості.
78. Методи оцінювання вартості стартапів: заснований на мультиплікаторах, метод скорингу, метод PVN.
79. Особливості співпраці з інвесторами стартап-проекту на посівній стадії, стадіях запуску, зростання та розширення.
80. Пошук та проведення переговорів з інвесторами.
81. Документування взаємовідносин з інвесторами стартап-проекту: укладання листа про зобов'язання, інвестиційного меморандуму, інвестиційний договір, договір позики, товариства, акціонерна угоди.
82. Формування інвестиційної пропозиції стартапу.
83. Сутність «Exit» стартап-проекту, стратегія виходу інвестора на основі продажу проекту, частки інвестора, IPO.
84. Реєстрація стартапу як юридичної організації, законодавчі акти, що регулюють діяльність стартапів в Україні.
85. Регулювання відносин між учасниками стартапу (учасниками команди, партнерами та інвесторами), укладання договорів з контрагентами з фаундерами.
86. Інтелектуальна власність у стартах. Права інтелектуальної власності учасників стартап-проекту.
87. Процедура патентування у стартап-проектах. Аналіз патентоспроможності складових стартапу.
88. Захист стартапу як об'єкта інтелектуальної власності на ранніх стадіях розробки.
89. Специфіка презентації стартап-проекту для інвесторів, структура «підча».
90. Особливості складання презентацій стартап-проекту для посівного інвестування та повної презентації проекту.