

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»

До друку дозволяю

проф. Мигушенко Р.П.

### **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Інноваційне  
підприємництво та стартап-проектування  
для здобувачів другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 292  
«Міжнародні економічні відносини»**

Харків 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ХАРКІВСЬКИЙ  
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Інноваційне  
підприємництво та стартап-проектування»**

для здобувачів другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 292  
«Міжнародні економічні відносини»

Затверджено  
Редакційно-видавничою  
радою університету,  
протокол № 1 від 15.02.2024р.

Харків  
НТУ «ХП»  
2024

Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Інноваційне підприємництво та стартап-проектування» для здобувачів другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» / уклад. Линник О.І. Харків : НТУ«ХП», 2024. 28с.

Укладач: О.І. Линник.

Рецензент Р.Г. Майстро

Кафедра економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин

## ЗМІСТ

Вступ .....	5
1 Мета і завдання дисципліни .....	6
2 План проведення практичних занять .....	7
3 Завдання для практичних занять, самостійної роботи та методичні вказівки по їх виконанню. ....	9
4 Індивідуальне завдання.....	25
5 Рекомендована література.....	26

## ВСТУП

Мета даних методичних вказівок - надати допомогу студентам у вивченні дисципліни «Інноваційне підприємництво та стартап-проєктування».

Методичні вказівки містять план проведення практичних занять, завдання для практичних занять, для самостійної роботи, вказівки по їх виконанню, питання на контрольну роботу і склад індивідуальних завдань. Для виконання завдань можна скористатися джерелами інформації, які наведені наприкінці методичних вказівок.

## 1 МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни «Інноваційне підприємництво та стартап-проєктування» - формування системи знань і практичних навичок у створенні і управлінні стартапами на початковій стадії, підготовка студентів до участі в інкубаційних, акселераційних і грантових програмах підтримки стартапів.

Курс охоплює всі аспекти розвитку стартапів як інноваційних форм підприємницької діяльності. Під час його вивчення студенти дізнаються, як формувати команду, вести пошук ідей для стартапу, створювати мінімально життєздатний продукт та вдало його реалізовувати на ринку

У будь-якій розвинутій стартап екосистемі в світі університети відіграють одну з найголовніших ролей. Університет - найкраще середовище для створення перших студентських стартапів. Саме період навчання в університеті, коли студенти не обтяжені додатковими обов'язками, мають простір для роботи з командою. мають легкий доступ до інтелектуальних ресурсів університету, є найбезпечнішим для перших спроб в інноваційному підприємстві.

В результаті вивчення даної дисципліни студент: інтегрований в студентську стартап екосистему України та світу; повністю орієнтується в основних поняттях про стартапи; має розуміння як розвивати власний стартап; має перший проєкт з бізнес-моделлю, маркетинговим планом, командою; має перспективи розвивати цей проєкт далі в інкубаційних або акселераційних програмах.

## 2 ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

### **Заняття 1** (4 години)

Тема заняття : *«Особливості і культура інноваційного підприємництва, визначення стартапу. Роль стартапів у світовій економіці. Розгляд вдалих і невдалих ідей стартапів з точки зору проблеми»*

1. Обговорення матеріалів лекції. Усне опитування студентів.
2. Розгляд практичних прикладів для закріплення теми, тестові завдання

### **Заняття 2** (2 години)

Тема заняття: *«Принципи формування команди. Візія, місія, цінності. Ролі в команді»*

1. Обговорення матеріалів лекції. Усне опитування студентів.
2. Розгляд практичних прикладів для закріплення теми, тестові завдання

### 3. Самостійна робота

### **Заняття 3** (4 години)

Тема заняття: *«Робота в малих групах: Брейнштормінг в команді. Пошук ідей. Презентація ідей кожною командою»*

1. Обговорення матеріалів лекції. Усне опитування студентів.
2. Розгляд практичних прикладів для закріплення теми. Тестові завдання

### 3. Самостійна робота

### **Заняття 4** (2 години)

Тема заняття: *«Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія»*

1. Обговорення матеріалів лекції. Усне опитування студентів.
2. Розгляд практичних прикладів для закріплення теми. Тестові завдання

### 3. Самостійна робота

### **Заняття 5** (2 години)

Контрольна робота

**Заняття 6** (4 години)

Тема заняття: «Огляд складових канви бізнес моделі. Створення портрету клієнтів.»

1. Обговорення матеріалів лекції. Усне опитування студентів.
2. Розгляд практичних прикладів для закріплення теми. Тестові завдання
3. Самостійна робота

**Заняття 7** (4 години)

Тема заняття: «Цикл *customer development*. Валідація гіпотез»

1. Обговорення матеріалів лекції. Усне опитування студентів.
2. Розгляд практичних прикладів для закріплення теми. Тестові завдання
3. Самостійна робота

**Заняття 8** (4 години). *Мінімальний життєздатний продукт – MVP*

1. Обговорення матеріалів лекції. Усне опитування студентів.
2. Розгляд практичних прикладів для закріплення теми. Тестові завдання
3. Самостійна робота

**Заняття 9** (6 годин)

Тема заняття: «Фінальна презентація стартапів»

1. Студенти презентують напрацювання свого стартапу
2. Студенти отримують зворотній зв'язок та покращують ідею



### 3.ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ І МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ЩОДО ЇХ ВИКОНАННЯ

#### Практичне заняття 1 **Особливості і культура інноваційного підприємництва, визначення стартапу. Роль стартапів у світовій економіці. Розгляд вдалих і невдалих ідей стартапів з точки зору проблеми**

*Методичні вказівки щодо виконання завдань.*

Згідно із статті 16. Закону України "Про інноваційну діяльність Інноваційним підприємством визнається підприємство (об'єднання підприємств) будь-якої форми власності, якщо більше ніж 70 відсотків обсягу його продукції (у грошовому вимірі) за звітний податковий період є інноваційні продукти і (або) інноваційна продукція.

Відповідно до сучасного міжнародного стандарту, закріпленого у документах Європейської комісії, **інновація** розглядається як кінцевий результат творчої діяльності, який отримав втілення у вигляді новітньої або вдосконаленої продукції, що реалізується на ринку, або нового чи вдосконаленого технологічного процесу, який використовується у практичній діяльності.

Оцінювання інноваційного потенціалу країни відбувається за допомогою різноманітних індексів та рейтингів.

Найбільш розповсюджений у світі - **Глобальний інноваційний індекс (ГІІ)**, який розробляють школа бізнесу Корнельського університету, Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO), дослідницький інститут «INSEAD» і міжнародна французька бізнес-школа.

**Стартап** - це тимчасова організація (маленька компанія або команда засновників), яка намагається реалізувати якусь бізнес-ідею і перебуває в постійному пошуку повторюваної, масштабованої та прибуткової бізнес-моделі (визначення стартапу за Стівом Бланком).

Можна виділити **чотири характеристики стартапу**:

1) **Тимчасовість.** Успішний стартап на якомусь етапі перетворюється у компанію (тобто перестає бути стартапом у класичному розумінні);

2) **Інноваційність.** Стартап має мати інноваційну складову, щоб успішно конкурувати на ринку; Інновація може бути не обов'язково технологічною, а, наприклад, в бізнес-моделі чи маркетингу. Це те, що дозволить стартапу більш ефективно конкурувати на ринку.

3) **Масштабованість.**

4) **Постійна невизначеність,** відсутність стабільності, великий ризик “померти” на ранній стадії.

#### **Етапи розвитку стартапу:**

Формування команди -> Пошук проблеми -> Ідея/Рішення -> Валідація проблеми та цільової аудиторії (Customer Discovery phase) -> Прототип (MVP) -> Тестування (Customer Development phase) -> Розробка/покращення продукту -> Вихід на ринок/Масштабування.

Усі стартапи можуть бути розділені за кількома ознаками, наприклад за цілями:

- **Технологічні стартапи** - створюють інноваційні технології або використовують їх для вирішення завдань у різних сферах. Такі стартапи можуть включати в себе розробку програмного забезпечення, хмарних технологій, машинного навчання, штучного інтелекту тощо.
- **Консалтингові стартапи** - надають консультаційні послуги в різних галузях, таких як маркетинг, управління, фінанси тощо. Вони можуть працювати як зовнішні консультанти для інших компаній або надавати послуги всередині своєї власної організації.
- **Стартапи у сфері охорони здоров'я** - розробляють інноваційні технології та рішення в галузі медицини, охорони здоров'я та фармацевтики. Вони, наприклад, охоплюють розробку медичного обладнання, додатків для моніторингу здоров'я, інноваційних лікарських препаратів тощо.
- **Соціальні стартапи** - створюють продукти і послуги для розв'язання соціальних проблем, таких як бідність, голод, безробіття тощо. Вони можуть включати в себе створення додатків для пошуку роботи, платформ для збору коштів для благодійних організацій тощо.
- **Ритейл-стартапи** - створюють нові продукти і послуги для роздрібної торгівлі. Вони включають в себе онлайн-магазини, платформи для обміну товарів, мобільні додатки для пошуку і купівлі товарів тощо.

• **Фінансові стартапи** - це компанії, які створюють нові технології та продукти в галузі фінансів: платіжні системи, онлайн-банкінг, електронні гаманці, криптовалютні платіжні системи та багато іншого. Такі стартапи часто засновуються фінансовими експертами, банкірами або програмістами зі знанням фінансової сфери

*Тестові завдання*

1. Зі скількох елементів складається стартап?
  - a) з трьох
  - b) з чотирьох
  - c) з семи
  - d) з п'яти
  
2. У формулі кінцевого результату проекту (Ідея x Продукт x Команда x Реалізація x ?) на місці “?” має стояти:
  - a) гроші інвестора
  - b) кількість співзасновників
  - c) удача
  - d) масштабування
  
3. Якою повинна бути ідея, щоб започаткувати стартап?
  - a) ідея повинна надихати і вирішувати якусь особисту проблему співзасновника
  - b) ідея повинна приносити гроші, а проблеми користувачів чи співзасновників- це діло десяте
  - c) ідея повинна бути в достатній мірі масштабною у своєму першому втіленні
  - d) ідею можна “вкрасти” у своїх американських колег, тому це не грає ніякої ролі
  
4. Якою є системна помилка інвесторів?
  - a) вони дають гроші лише на те, у чому бачать найбільшу для себе економічну вигоду
  - b) вони думають про зростання стартапів, але забувають врахувати зростання самого ринку цих стартапів
  - c) вони проводять занадто багато переговорів зі співзасновниками стартапів, перед тим як дати гроші
  - d) інвестори хочуть щоразу більшу частку у стартапах
  
5. Яку перевагу мають студенти, розпочинаючи стартап?
  - a) вони мають хороше здоров'я та зір
  - b) вони знають багато мов програмування
  - c) студентам легше знайти співзасновників
  - d) володіють неповторним розумінням перспективних технологій

6. Навколо чого сконцентровані розповіді найбільш успішних засновників стартапу?
- навколо статті про них у The Washington Herald, The Economist, Forbes і т.п.
  - навколо книг, які вони прочитали
  - навколо роботи за комп'ютером - створення продукту і спілкування з клієнтами.
  - навколо аналізу дій конкурентів
7. Навколо чого найбільш ефективно розвивати аудиторію продукту?
- навколо ядра його абсолютних фанатів
  - навколо ідеї
  - навколо відгуків незнайомих людей
  - навколо ефективної реклами в Google AdWords або сторінки на Facebook
8. Якою є основна причина невдачі стартапів?
- не залучено достатньо коштів від інвесторів
  - співзасновники посварилися і розійшлися
  - стартап не рекламувався і не було грамотного маркетолога
  - відсутність такого продукту, який би полюбили клієнти.

## Практичне заняття 2 **Принципи формування команди. Візія, місія, цінності. Ролі в команді**

### *Методичні вказівки щодо виконання завдань*

**Команда** - це група людей, які об'єднані спільною метою та взаємодоповнюють один одного у досягненні мети, розділяють спільні цінності та мають спільну візію і місію.

Одна з ключових складових у команді – взаємодоповнення.

У команди завжди є лідер. В контексті стартапу - це:

- CEO - Chief Executive Officer - візіонер, стратег та рушій процесів.
- COO - Chief Operating Officer - людина, що відповідає за налаштування операційної діяльності, розподіл обов'язків, внутрішній менеджмент.

Також можуть бути такі ролі:

- СМО - Chief Marketing Officer - головний маркетолог, відповідальний за маркетингову стратегію.
- CFO - Chief Financial Officer
- СТО - Chief Technical Officer

Крім рівня директорів (C-level), в команді також можуть бути менеджери та команда виконавців, що безпосередньо реалізує процеси. Це команда PR, розробників, sales-менеджерів, проектних та продуктових менеджерів.

Компетенції та спроможність команди є одним з вирішальних факторів для інвесторів.

**Візія** - це бачення, куди стартап і команда рухаються і до чого мають прийти в довгостроковій перспективі.

**Місія** - це розуміння команди, як саме досягти реалізації візії.

**Цінності** - це базові погляди, які розділяються всією командою та є основним критерієм у прийнятті всіх рішень.

#### *План проведення практичного заняття*

Студенти по черзі презентують себе та ідеї для стартапу. Можна розказувати про свої ідеї, мрії, або проблеми чи сфери, з якими студент хоче пов'язати роботу в стартапі. Кожен студент має 1 хвилину на таку презентацію. Головна мета цієї вправи - всі студенти мають зрозуміти про один одного більше інформації (ідеї, бажані ролі в команді, компетенції тощо) для того, щоб в результаті визначитись, з ким вони хочуть працювати в команді і над якою ідеєю.

Всі ідеї необхідно записувати на дошку, щоб потім дати можливість студентам повернутися до переліку ідей і обрати.

Студенти, які не мають власних ідей, мають зазначити свої сильні сторони, компетенції, побажання до сфери і т.п. Цю інформацію також необхідно виписати на дошці, щоб дати можливість командам потім дообрати собі людей за компетенціями чи побажаннями.

Презентація будується за наступним шаблоном:

- Опис ідеї - короткий опис ідеї на 3-4 речення
- Яку проблему вирішує ця ідея
- Як можна монетизувати ідею
- Кого потрібно в команду

- Персональні компетенції - студенти мають презентувати свої сильні сторони та компетенції
- Яку роль в команді займає/хоче займати студент

Студенти, які не мають власних ідей, говорять про це під час презентації. Вони мають приєднатися до інших команд в результаті.

Немає обмежень у презентації, можна робити навіть міні шоу або театр.

У результаті студенти дізнаються більше інформації про своїх колег. Вони будуть розуміти ідеї, бачення та бажання одне одного.

### *Тестові завдання*

1. Яким оптимальним є число співзасновників?
  - a) один
  - b) два-три
  - c) один + рада директорів
  - d) три-чотири
  
2. Серед наданих варіантів оберіть зайвий. Як НЕ треба обирати співзасновника стартапу?
  - a) шукати серед добрих знайомих
  - b) шукати серед однокурсників
  - c) шукати серед своїх співробітників у хай-тек компанії
  - d) шукати на “вечірках побачень співзасновників”
  
3. Якими словами можна охарактеризувати ідеального співзасновника?
  - a) зібраний та розумний
  - b) божевільно креативний
  - c) невтомно винахідливий
  - d) працьовитий і харизматичний
  
4. Скільки місяців співзасновники Airbnb шукали першого працівника?
  - a) 5 місяців
  - b) 2 місяці
  - c) 4 місяці
  - d) 7 місяців
  
5. Скільки часу необхідно виділити для набору співробітників? (у відсотках від загального часу по роботі над проектом)
  - a) 25%
  - b) 10%
  - c) 50%
  - d) 15%

6. Де найуспішніші компанії беруть працівників?
- на сайтах для роботодавців (LinkedIn)
  - за допомогою особистих рекомендацій своїх працівників
  - шукають кандидатів в Facebook
  - з вулиці
7. Чи важливий досвід працівника у стартапі?
- так, працівник має бути досвідченим
  - 10 років досвіду як мінімум
  - досвід важливий, але не для всіх посад
  - ні, для стартапу може підійти будь-хто
8. Оберіть зайве. На що НЕ звертається увага, коли набираються нові працівники?
- чи вони розумні
  - чи здатні вони доводити справи до кінця
  - чи маю я бажання проводити з ними багато часу
  - чи мають вони достатньо досвіду для виконання покладених на них обов'язків

### *Самостійна робота*

В робочому зошиті заповнити сторінку зі складом команди та ролями

### **Практичне заняття 3 Робота в малих групах: Брейнштормінг в команді. Пошук ідей. Презентація ідей кожною командою**

#### *Методичні вказівки щодо виконання завдань*

Мета цієї стадії - знайти максимальну кількість ідей, які можуть вирішити визначену проблему. Існують десятки інструментів, які можуть допомогти це зробити.

Деякі з найефективніших:

- Протилежне мислення
- Брейнштормінг
- Аналогічне мислення

Правила брейнштормінгу (метод запропоновано ще у 1953 році рекламистом Алексом Осборном):

- Не критикуйте. Правило “Так, і ...” замість “Ні, але...”
- Будуйте ідеї на ідеях одне одного.
- Слухайте уважно, не спішіть висловити свою думку.

4. Фокусуйтеся на проблемі, яку ви хочете вирішити.
5. Систематизуйте ідеї після брейнстормінгу - розбийте їх по кластерам (темам). Також можна використовувати кластеризацію по ресурсах та швидкості: швидко+мало ресурсів, швидко+багато ресурсів, повільно+мало ресурсів, повільно+багато ресурсів. Перший акцент має йти саме на ті ідеї, які швидко реалізуються та за малої кількості ресурсів.
6. Щоб обрати ідею - голосуйте. Нехай кожен студент обере 2 ідеї, які подобаються йому найбільше, і поставить біля них крапочки. Оберіть ідею, яка набере найбільшу кількість голосів.

Не перебивайте один одного - одночасно говорить лише одна людина і так по колу.

### *План проведення практичного заняття*

Мета цього практичного заняття використовуючи інструменти, отримані під час лекції, провести брейнстормінг в командах і обрати найкращі ідеї для вирішення проблем.

Кожній команді надається аркуш А3, маркери та стікери. За 80 хвилин команда має згенерувати свою ідею згідно правилам брейнстормінгу, які були обговорені на лекції.

20 хв - кожен з членів команди висловлює думку, як їх проблему можна вирішити. Всі пропозиції фіксуються на стікерах.

15 хв - команда кластеризує рішення - ділить на схожі по підходах групи, поєднуючи стікери між собою на різні сторони аркуша.

20 хв - другий раунд брейнстормінгу - кожен висловлюється щодо тих ідей, що вже пролунали, доповнює та переформатовує їх. Все фіксується на стікерах.

15 хв - робота з кластерами - формулювання кінцевих ідей на кожен кластер - об'єднуючи та доповнюючи вже написані ідеї.

10 хв - голосування. Кожен учасник має віддати 2 голоси за 2 ідеї, які йому найбільше імпонують. Перемагає ідея з найбільшою кількістю крапок.

В результаті практичного заняття команди визначаються з кращими ідеями, над якими вони будуть працювати далі.

### *Самостійна робота*



Завершити формування ідей, провести попереднє дослідження і валідувати ідеї. В робочому зошиті заповнити сторінку з описом ідей. На цьому етапі одна команда може генерувати багато ідей для стартапу.

### **Практичне заняття 4 Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія**

#### *Методичні вказівки щодо виконання завдань*

Мета кожного стартапу - знайти “біль” людей, який потенційно можна вирішити.

**Дизайн мислення** - це метод розробки продуктів та послуг, що є клієнторієнтованими. Дизайн мислення складається з 5 основних сегментів: Емпатія, Пошук проблеми, Пошук ідей, Прототипування, Тестування

Методи побудови емпатії:

1. Питання, інтерв'ю - наживо і онлайн-методами
2. Спостереження (тенденції), інтерпретація поведінки,
3. Пройти самостійно клієнтський шлях - робіть те, що роблять клієнти своїми руками - як вони вирішують проблему зараз? Спробуйте повторити цей шлях і знайдіть собі слабкі місця.
4. Залучити користувача до розробки - залучайте потенційного клієнта до процесу розробки продукту.

Після стадії емпатії іде стадія визначення проблеми.

Існує методика “5 чому”. Потрібно 5 разів спитати “ЧОМУ” щодо конкретної проблеми, щоб знайти дійсно глибинну причину.

#### *План проведення практичного заняття*

Використовуючи інструменти дизайн-мислення та матеріал отриманий під час лекції, студентам необхідно подумати над різними проблемами та проаналізувати їх. Командам необхідно визначитись, які з проблем їм було би цікаво взяти для роботи і робити з цього стартап.

Завдання - в команді скласти карту емпатії, працювати з інструментами POV, HMW.

Результатом практичної роботи має стати визначеність команд щодо проблем, над якими вони будуть працювати далі.

### *Самостійна робота*

Команди мають остаточно вирішити, яку проблеми вони беруть в роботу. В робочому зошиті заповнити сторінку з аналізом проблеми (воркшит №3). Провести емпатію та підтвердити проблему.

### *Тестові завдання*

1. Мета етапу генерування ідей - придумати якнайбільше неочевидних варіантів вирішення проблеми. Оберіть ті правила, які застосовуються на етапі генерування, щоб досягнути мети:

- a) зібрати різнопрофільну команду
- b) одразу оцінювати ідеї по критеріях
- c) відмічати позитивне в кожній ідеї
- d) використовувати принцип “так, але..”
- e) обговорювати ідеї один за одним

2. Перед вами 4 визначення терміну Дизайн-мислення. Виберіть невірне:

- a) спосіб пошуку рішення проблеми через дослідження користувацького досвіду
- b) алгоритм створення продукту, в основі якого лежить емпатія
- c) креативна методологія
- d) один з підтипів візуального мислення

3. Дизайн-мислення - це циклічний алгоритм. Якщо на етапі тестування ви зрозуміли, що невірно визначили потребу користувача - на який етап вам необхідно повернутися?

- a) емпатія
- b) прототипування
- c) пошук проблеми
- d) генерування ідей

### Практичне заняття 5 Огляд складових канви бізнес моделі.

#### **Створення портрету клієнтів**

#### *Методичні вказівки щодо виконання завдань*

**Канва бізнес моделі** - це інструмент, що дозволяє візуалізувати бізнес-модель стартапу на одному аркуші.

Існують дві найвідоміші канви для створення бізнес моделі:

1. Lean канвас
2. Бізнес модель канвас (Остервальдера і Піньє)

Для молодих стартапів краще використовувати саме Lean Model Canvas, запропоновану Стівом Бланком, адже саме вона більш цінна по структурі на початку діяльності. Модель Остервальдера націлена на більш дорослі стартапи вже з першими результатами для існуючих продуктів, що шукають можливості для росту, у той час як Lean Canvas орієнтована на запуск нового продукту.

Модель Lean Canvas, складається з 9 основних сегментів:

1. Клієнтський сегмент
2. Проблема + Існуючі альтернативи
3. Джерела доходу
4. Рішення
5. Унікальна ціннісна пропозиція
6. Канали комунікації з клієнтом
7. Ключові метрики
8. Витрати
9. Нечесні конкурентні переваги

**Портрет клієнта** - це уособлена уявна людина, що є ідеальним типовим користувачем чи клієнтом. Таких портретів може бути декілька, в залежності від кількості сегментів потенційних користувачів. У портреті важливо розкрити особистість людини - чим вона живе кожного дня, бекграунд, хобі, страхи тощо - це допоможе потім побудувати ціннісну пропозицію.

### *План проведення практичного заняття*

Представлення кейсів-прикладів відомих стартапів. Розбір кейсів в командах.

### *Самостійна робота*

Командам необхідно створити свою канву Lean бізнес моделі (можна використовувати для зручності онлайн інструмент [canvanizer.com](http://canvanizer.com)). Опрацювати блоки канви про проблему та ідею та заповнити відповідний воркшит з воркбука.

### *Тестові завдання*

1. Бізнес модель Lean Canvas складається з:
  - a) 5-ти сегментів
  - b) 8-ми сегментів
  - c) 9-ти сегментів

d) 11-ти сегментів

2.НЕ входить до Lean Canvas блок:

- a) ціннісна пропозиція
- b) ресурси
- c) витрати
- d) клієнтський сегмент

3.Аналіз альтернатив в контексті Lean Canvas - це

- a) як ще можна заробити на продукті
- b) як ще люди вирішують проблему
- c) які ще цільові сегменти ви можете охопити
- d) які ще статті витрат ви маєте

### Практичне заняття 6 Цикл customer development. Валідація гіпотез

*Методичні вказівки щодо виконання завдань*

**Customer development** - це тестування гіпотез, ідей або конкретного прототипу на цільовій аудиторії. Цей термін був введений Стівом Бланком в 90-х рр ХХ століття.

Головна ідея полягає в тому, що абсолютна більшість потенційних користувачів стартапу буде готова почати користуватися продуктом тільки, коли він стане вже дуже просунутий. І тільки декілька відсотків користувачів готові будуть тестувати продукт, коли він ще не ідеальний, і будуть готові надавати фідбек про недоліки. Ці перші користувачі допоможуть стартапу покращуватись ітераційно і завойовувати все більше і більше наступних користувачів, і таким чином рухатися до основної більшості клієнтів.

**Крива адаптації продукта (Product Adoption Curve)** - графік, який візуалізує динаміку “визрівання” різних типів користувачів інноваційними продуктами.

**Портрет клієнта** - це уособлена уявна людина, що є ідеальним типовим користувачем чи клієнтом. Таких портретів може бути декілька, в залежності від кількості сегментів потенційних користувачів. У портреті важливо розкрити особистість людини - чим вона живе кожного дня, бекграунд, хобі, страхи тощо - це допоможе потім побудувати ціннісну пропозицію.

На ранніх стадіях розвитку стартапу для валідації потенційної бізнес моделі проводяться дві перші фази кастдеву:

1. Customer discovery (виявлення) - валідація наявності проблеми, валідація цільової аудиторії, валідація відповідності рішення проблеми.
2. Customer validation - головна мета цієї фази - валідація готовності потенційних потенційних клієнтів платити за продукт.

Інструменти для валідації гіпотез:

- Опитувальники
- Глибинні інтерв'ю
- Фокус групи
- Збір аналітики
- Google trends
- Тестування прототипу продукту потенційними клієнтами
- ProductHunt, Kickstarter та інші краудфандингові платформи.

### *План проведення практичного заняття*

Для команд важливо детально розібратися з інструментами та головними принципами для проведення кастдеву. Тому на цьому практичному занятті необхідно розібрати якомога більше практичних прикладів з життя реальних стартапів.

### *Самостійна робота*

Формування ключових гіпотез щодо стартапу. Розробка та планування експериментів для підтвердження гіпотез. Підготовка питань і сценаріїв для інтерв'ю і опитувань. Проведення інтерв'ю та опитувань для валідації гіпотез. Аналіз результатів інтерв'ю. Заповнити результати у відповідний воркшит

### *Тестові завдання*

1. Customer development - це
  - a) тестування гіпотез, ідей або конкретного прототипу на цільовій аудиторії.
  - b) пошук цільової аудиторії
  - c) пропрацювання портрету клієнта

2.Оберіть правильну послідовність елементів у Кривій адаптації продукту

- a. Рання більшість
- b. Новатори
- c. Пізня більшість
- d. Ранні послідовники

3.Канва ціннісної пропозиції допомагає:

- a. об'єктивно оцінити функції і параметри продукту
- b. вивчити мотивацію клієнтів;
- c. проектувати і тестувати функціональність продукту/послуги/сервісу;
- d. послідовно дослідити всі варіанти досягнення відповідності між потребами клієнтів і вашого продукту;
- e. розставити пріоритети та акценти при просуванні продукту.

### Практичне заняття 7. Мінімальний життєздатний продукт - MVP

#### *Методичні вказівки щодо виконання завдань*

**MVP - Minimum Viable Product** - це перша версія продукту/послуги. MVP не має бути повно функціональним продуктом. Головний принцип, який команда повинна враховувати при плануванні першого продукту, він має бути дійсно мінімальний. Необхідно закладати функціонал, мінімально необхідний для вирішення базової проблеми. Також, не обов'язково на цьому етапі витратити багато ресурсів і часу на дизайн і красу - потрібно фокусуватися на здатності першого продукту продемонструвати вирішення проблему клієнта.

Основні його задачі наступні:

запустити першу мінімальну версію

отримати сет найперших користувачів (новаторів)

отримати фідбеки від перших користувачів покращити продукт.

**Мінімальний:** базовий набір функцій і можливостей, які є достатніми для вирішення проблеми

**Життєздатний:** забезпечують цінність для клієнтів, щоб вони були готові заплатити

**Продукт:** готовий до використання сьогодні.

Цей процес покращення може повторюватись багато разів, і з кожним разом можна збільшувати сет користувачів, які тестують. Таким чином можна рухатися до створення вже повноцінного продукту.

Крім того, в процесі тестування MVP стартап вже має можливість отримувати гроші з перших користувачів.

Можна виділити три головних принципи створення MVP:

**1.Швидкість** - MVP має створюватись швидко. Якщо продукт не є високотехнологічним чи наукоємним, перша версія продукту має бути створена за декілька тижнів.

**2.Мінімальний функціонал** - мають бути тільки мінімальні функції, які дозволять першому продукту базово вирішити проблему. На всі так звані “nice to have” речі не варто на цьому етапі витратити ресурс.

**3.Не ідеальний** - не потрібно намагатися зробити перший продукт ідеальним, краще робити швидше, а потім покращувати після отримання фідбеків.

### *План проведення практичного заняття*

Необхідно виконати наступні завдання:

- проаналізувати ще раз проблему потенційного користувача
- зрозуміти, які функції має виконувати перший продукт
- взяти до уваги всі відвалідовані гіпотези та фідбеки
- провести брейнстормінг щодо можливих варіантів прототипу
- визначити, які інструменти та ресурси необхідні на створення прототипу
- спланувати процес створення MVP з відповідальними, дедлайнами, задачами.

### *Самостійна робота*

1. Закінчити розробку концепту MVP, описати базовий функціонал та завершити план створення прототипу.
2. Візуалізувати прототип - студенти можуть його намалювати, зробити своїми руками, розробити в Tilda, Figma, зняти відео чи написати

код. Головне, щоб було зрозуміло, як те, що вони зробили, буде вирішувати проблему людей

3. Розпочати роботу на створення MVP.

### Практичне заняття 8 Фінальна презентація стартапів

#### *Методичні вказівки щодо виконання завдань*

Лекційне і практичне заняття присвячується презентаціям команд своїх напрацювань по валідації бізнес моделі проєктів. Час на виступ розраховується згідно з кількістю команд.

На заняття можна запросити зовнішніх експертів, які будуть задавати питання командам та надавати коментарі щодо різних аспектів бізнес моделі. Також, команди можуть задавати питання одна одній. Мета - задати якомога більше незручних питань командам та знайти всі слабкі місця в бізнес моделі стартапу.

Презентація (не обов'язково візуальна, можна презентувати у довільному форматі - на розсуд викладача) будується за **наступною структурою**:

- опис ідеї - короткий опис ідеї на 3-4 речення
- яку проблему вирішує стартап
- для кого вирішується проблема - ЦА
- аналіз альтернативних рішень
- як команда бачить варіанти монетизації - команда та яких компетенцій не вистачає?



#### 4.ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Дисципліна передбачає виконання індивідуального розрахункового завдання, яке складається з наступних елементів:

1. Теоретична частина.
2. Практична частина: розробка власного стартапу,.

Теми теоретичної частини розрахункового завдання
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особливості інноваційного підприємництва. Роль стартапів у світовій економіці</li> <li>2. Стартап екосистема та її складові. Огляд стартап екосистеми України та найвідоміших стартапів</li> <li>3. Стадії розвитку та типи стартапів. Місце України у глобальному рейтингу THE GLOBAL STARTUP ECOSYSTEM REPORT</li> <li>4. Принципи формування команди стартапу та основні ролі учасників</li> <li>5. Методологія та етапи дизайн-мислення. Інструменти та методи генерування ідей для стартапу</li> <li>6. Валідація ідеї стартапу. Створення канви бізнес моделі.</li> <li>7. Способи валідації гіпотез щодо стартапу. Огляд інструментів для проведення дослідження клієнтів, трендів та статистичних даних</li> <li>8. Стадії розвитку команди стартапу. Інструменти управління командою</li> <li>9. Стартапи. Інструменти та стадії створення мінімального життєздатного продукту MVP (Minimum Viable Product)</li> <li>10. Оцінка потенціалу масштабування стартапу: оцінка ринку, аналіз конкурентів</li> <li>11. Маркетингова стратегія для стартапу: сучасні підходи та тренди</li> <li>12. Інвестиції та умови залучення фінансування в стартапи: фінансові та юридичні аспекти</li> </ol>

## 5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Schumpeter Joseph A. Economic Theory and Entrepreneurial History. Explorations in Enterprise, edited by Hugh G. J. Aitken, Cambridge, MA and London, England : Harvard University Press. 2013. Pp. 45–64. DOI: <https://doi.org/10.4159/harvard.9780674594470.c5>
2. Про інноваційну діяльність : Закон України. Документ 40-IV. Редакція від 31.03.2023. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2002. № 36. ст.266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення 02.02.2024)
3. Ковальська Л. Л., Таран С.Ф. Інноваційне підприємництво регіону: сутність та характеристика. *Економічний форум*. 2019. С. 63–64.
4. Гавриш О. М., Пильнова В.П. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. С. 110–111.
5. Марченко Т.В. Міжнародні інноваційні програми як інструмент євроінтеграції України : монографія. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т, 2021. 220 с.
6. Глобальний інноваційний індекс (global innovation index) 2023. URL: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_2000\\_2022/ua.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf) (дата звернення 02.02.2024)
7. Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н. С. Перспективи і загрози четвертої промислової революції та їх урахування при виборі стратегій інноваційного зростання. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. Вип. 1. С. 11-21.
8. Стів Бланк. Різниця між малим бізнесом та стартапом. URL: <http://https://www.youtube.com/watch?v=CIA9ikESXYI> (дата звернення 02.02.2024).
9. Боб Дорф, Стів Бланк. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію. Київ : Наш формат, 2019. 511 с.
10. FSB Ventures. 4 головних показника ринку: РАМ,ТАМ,SAM,SOM. URL: <http://fbsventures.ru/marketvaluation> (дата звернення 02.02.2024)
11. Александер Остервальдер, Ів Пінье. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти. Київ : Наш формат, 2018. 315 с.
12. Підприємницький університет YEP. Сайт. URL: <https://www.yepworld.org/university> (дата звернення 02.02.2024)
13. Стартап-екосистема України. URL: [http:// Tech ecosystem guide і techukraine.org/ecosystem-map](http://Tech ecosystem guide і techukraine.org/ecosystem-map) (дата звернення 02.02.2024)
- 14 Сем Альтман. Як розпочати стартап. URL: <http:// Як розпочати стартап>  
[http://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/Startup101/2015\\_T2/courseware/d232895d77ac4851a0a9b37995014080/73d0904d609f469bba1f6651d80fe3fa/1](http://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/Startup101/2015_T2/courseware/d232895d77ac4851a0a9b37995014080/73d0904d609f469bba1f6651d80fe3fa/1) (дата звернення 02.02.2024)
- 15 .Майбутнє університетів. Український університет майбутнього. URL: <http://>

<https://uifuture.org/publications/majbutnye-universitetiv/> (дата звернення 02.02.2024)

16. Линник О., Кочетова Т. Роль мікро-, малого і середнього бізнесу у становленні інноваційної моделі економіки України. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*, 2023. №3. С. 52–56. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.3.52>  
<http://es.khpi.edu.ua/issue/view/16829>

17. Линник О. І. Сучасні тенденції розвитку стартапів у міжнародному бізнесі. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*: тези доповідей XXX міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2022, 19-21 жовтня 2022 р. / за ред. проф. Сокола Є. І. Харків : НТУ «ХПІ». С. 552. <http://science.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2022/10/Zbirnik-tez-MicroCAD-2022-1.pdf>

18. Линник О. І. Стан та перспективи розвитку інноваційної моделі підприємництва в Україні. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2023 р. Ч. 2. Львів: ЛНУП, 2023. С. 360-361.

Навчальне видання

Методичні вказівки  
до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Інноваційне  
підприємництво та стартап-проектування»  
для здобувачів другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 292  
«Міжнародні економічні відносини»

Укладач: ЛИННИК Олена Іванівна

Відповідальний за випуск проф. Перерва П.Г.  
Роботу до видання рекомендував С.М. Погорелов

В авторській редакції

План 2024 р., поз. 288

Підп. до друку Формат 60x84 1/16.  
Папір офсет. Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 1,02.  
Обл. вид. арк. Наклад 50 прим. Замовлення №

---

Видавничий центр НТУ «ХП»,  
вул. Кирпичова, 2, м. Харків, 61002  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5478 від 21.08.2017 р..

---

Електронна версія