

ЛІТЕРАТУРА



НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА
ПУЛЮЯ

Кафедра електричної інженерії



МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ РОБІТ

З КУРСУ

УПРАВЛІННЯ СТАРТАП ПРОЄКТАМИ В ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЦІ

для здобувачів вищої освіти
за ОПІ Електроенергетика, електротехніка
та електромеханіка
другого рівня вищої освіти

ID 6610

Тернопіль 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

Кафедра електричної інженерії



**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ
ПРАКТИЧНИХ РОБІТ**

3 КУРСУ

**УПРАВЛІННЯ СТАРТАП ПРОЄКТАМИ В
ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЦІ**

для здобувачів вищої освіти
за ОПП Електроенергетика, електротехніка
та електромеханіка
другого рівня вищої освіти

ID 6610

Тернопіль 2025

Методичні вказівки до виконання практичних робіт «Управління стартап проєктами в електроенергетиці», для здобувачів вищої освіти за ОПП Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка другого рівня вищої освіти [Текст]: / Укл.: доц. Бабюк С. М., – Тернопіль: ТНТУ, – 2025. – 28 с.

Укладач: к.т.н., доцент Сергій БАБЮК

Рецензент: к.т.н., доцент, зав. каф. ЕІ Вадим КОВАЛЬ

Методичні вказівки розглянуто і затверджено на засіданні кафедри електричної інженерії

Протокол № 6 від 23.12.24 р.

Схвалено методичною радою ФПТ Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

Протокол № 5 від 06.02.2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Практична робота №1. Ваш стартап. Крок 1.	6
Практична робота №2. Ваш стартап. Крок 2.	8
Практична робота №3. Ваш стартап. Крок 3.	11
Практична робота №4. Ваш стартап. Крок 4.	15
Практична робота №5. Ваш стартап. Крок 5.	17
Практична робота №6. Ваш стартап. Крок 6.	21
Практична робота №7. Ваш стартап. Крок 7.	24
ЛІТЕРАТУРА	27

ВСТУП

Сучасний світ електроенергетики стрімко розвивається, ставлячи перед фахівцями нові виклики та відкриваючи нові можливості. Для успішного подолання цих викликів і максимального використання можливостей необхідні не лише глибокі знання в області електроенергетики, але й вміння впроваджувати інновації та керувати стартап проектами.

Методичні вказівки до виконання практичних робіт з дисципліни «Управління стартап проектами в електроенергетиці» призначені для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» другого рівня вищої освіти. Практичні роботи спрямовані на набуття студентами знань та навичок, необхідних для успішного створення, розвитку та управління стартапами у сфері електроенергетики.

Тема практичних робіт «Сім кроків створення власного стартапу» охоплює всі основні етапи, необхідні для реалізації інноваційної ідеї від її зародження до виведення на ринок. Практичні роботи побудовані таким чином, щоб кожен крок цього процесу був максимально зрозумілим та доступним для студентів, забезпечуючи їх необхідними інструментами та методиками для досягнення успіху.

У ході виконання практичних робіт студенти матимуть можливість:

- ознайомитися з основами стартап-проектування;
- вивчити юридичні та фінансові аспекти створення стартапу;
- розробити бізнес-модель та стратегію розвитку;
- опанувати методики залучення інвестицій;
- навчитися створювати та просувати інноваційний продукт на ринку;
- засвоїти основи маркетингу та продажів.

Ці методичні вказівки стануть надійним путівником для студентів у процесі створення власних стартапів, сприяючи розвитку їхніх творчих та підприємницьких навичок, що є незамінними в умовах сучасної динамічної економіки.

За результатами вивчення дисципліни студент повинен продемонструвати такі **програмні результати навчання**:

ПРН 8. Враховувати правові та економічні аспекти наукових досліджень та інноваційної діяльності.

ПРН 9. Здійснювати пошук джерел ресурсної підтримки для додаткового навчання, наукової та інноваційної діяльності.

ПРН 11. Обґрунтовувати вибір напрямку та методики наукового дослідження з урахуванням сучасних проблем в області електроенергетики, електротехніки та електромеханіки.

ПРН 12. Планувати та виконувати наукові дослідження та інноваційні проекти в сфері електроенергетики, електротехніки та електромеханіки.

ПРН 13. Брати участь у сумісних дослідженнях і розробках з іноземними науковцями та фахівцями в галузі електроенергетики, електротехніки та електромеханіки.

ПРН 14. Дотримуватися принципів та напрямів стратегії розвитку енергетичної безпеки України.

ПРН 15. Поєднувати різні форми науково-дослідної роботи і практичної діяльності з метою подолання розриву між теорією і практикою, науковими досягненнями і їх практичною реалізацією.

ПРН 17. Демонструвати розуміння нормативно-правових актів, норм, правил та стандартів в області електроенергетики, електротехніки та електромеханіки.

ПРН 21. Вміти розробляти плани і проекти для забезпечення досягнення поставленої певної мети з урахуванням всіх аспектів проблеми, що вирішується, включаючи щодо виробництва, експлуатації, технічного обслуговування та утилізації обладнання електроенергетичних, електротехнічних та електромеханічних комплексів

Практична робота №1. Ваш стартап. Крок 1.

Крок 1. Розкажіть, хто ви як проєкт. В презентації для пітчу це ваші назва, логотип і короткий підстрочник, що описує місію стартапу.

Це перше і одне з найважливіших питань, яке ви почуєте на будь-якій пітч-сесії. Ваша відповідь має бути одночасно лаконічною, інформативною та запам'ятовуючою.

Ось що слід включити у вашу відповідь:

- **Назва:** Вона має бути легко вимовною, запам'ятовуючою та відображати суть вашого проєкту.
- **Логотип:** Візуальне представлення вашого бренду. Він має бути простим, впізнаваним та передавати основну ідею.
- **Підстрочник (слоган):** Короткий, ясний і запам'ятовуючий фраз, який точно описує вашу місію. Він має відповідати на питання: "Чому ваш проєкт важливий?" або "Чим ви відрізняєтесь від інших?".

Приклади підстрочників:

- Для сервісу доставки їжі: "Смачна їжа за 30 хвилин."
- Для еко-стартапу: "Зробимо світ чистішим, разом."
- Для освітнього проєкту: "Навчання без кордонів."

Чому це важливо:

- **Перше враження:** Це ваш перший контакт з потенційними інвесторами або партнерами. Важливо справити позитивне враження і зацікавити їх.
- **Ясне розуміння:** Коротке і чітке представлення допоможе аудиторії швидко зрозуміти, чим займається ваш проєкт.
- **Запам'ятовування:** Хороша назва, логотип і підстрочник допоможуть аудиторії запам'ятати ваш проєкт.

Як підготувати відповідь:

1. **Сформулюйте місію:** Чому ви створили цей проєкт? Яку проблему він вирішує? Яку цінність створює?
2. **Виберіть назву:** Вона має бути унікальною, легкою для запам'ятовування і відображати суть вашого проєкту.
3. **Створіть логотип:** Зверніться до дизайнера або скористайтесь онлайн-сервісами для створення логотипу. Він має бути простим і впізнаваним.
4. **Розробіть підстрочник:** Це найскладніша частина. Спробуйте сформулювати кілька варіантів і виберіть найкращий.

Поради:

- **Будьте лаконічними:** Чим коротше, тим краще.
- **Будьте ясними:** Використовуйте просту і зрозумілу мову.
- **Будьте емоційними:** Спробуйте викликати у слухачів емоції.
- **Будьте унікальними:** Відрізняйтесь від конкурентів.

Приклад відповіді:

- **Назва:** EcoLife
- **Логотип:** Зелене листя на фоні земної кулі.
- **Підстрочник:** "Зробимо світ чистішим, разом."

Відповідь:

"Доброго дня! Мене звать [Ваше ім'я], і я представляю стартап EcoLife. Наш проєкт спрямований на вирішення проблеми забруднення довкілля. Ми розробляємо інноваційні рішення для зменшення відходів і підвищення екологічної свідомості. Наш слоган: "Зробимо світ чистішим, разом". Ми віримо, що кожен може внести свій вклад у збереження планети."

Практична робота №2. Ваш стартап. Крок 2.

Підготуйте інформацію про команду. Важливо показати не просто фото фаундерів. Опишіть їх сильні сторони, досвід та розподіл ролей.

Як підготувати інформацію про команду для пітч-презентації

Інформація про команду – це не просто список імен та фотографій. Це жива демонстрація того, що ваш проєкт у надійних руках. Важливо показати, що команда має необхідні компетенції, досвід і мотивацію для успішного запуску та розвитку стартапу.

Що потрібно включити в опис команди:

- **Короткі біографії:** Для кожного члена команди напишіть кілька речень про їхній досвід, освіту та досягнення.
- **Сильні сторони:** Виділіть ключові навички та компетенції кожного члена команди, які є найважливішими для вашого проєкту. Наприклад, досвід у маркетингу, розробці програмного забезпечення, продажах тощо.
- **Досвід:** Опишіть, який досвід має кожен член команди, і як цей досвід пов'язаний з вашим проєктом.
- **Ролі та відповідальність:** Чітко визначте ролі та обов'язки кожного члена команди. Це покаже, що команда організована і готова до роботи.
- **Синергія:** Поясніть, як різні навички та досвід членів команди доповнюють один одного і створюють синергію.

Чому це важливо:

- **Довіра:** Інвестори та партнери хочуть бачити, що за вашим проєктом стоїть сильна команда.
- **Компетентність:** Опис команди демонструє, що ви маєте необхідні ресурси для реалізації проєкту.

- **Мотивація:** Ваша пристрасть і віра в проєкт повинні передаватися через опис команди.

Як структурувати інформацію:

1. **Вступ:** Короткий опис команди в цілому, наприклад: "Наша команда об'єднує досвідчених фахівців у різних галузях, які мають спільну мету – ...".
2. **Профіль кожного члена:** Для кожного члена команди створіть окремий блок, де ви опишете його досвід, навички та роль у проєкті.
3. **Синергія команди:** Закінчіть розділ про команду описом того, як різні члени команди взаємодіють і доповнюють один одного.

Приклад:

Іван Петров, CEO: Має 10-річний досвід у розробці програмного забезпечення. Засновник двох успішних стартапів у сфері Fintech. Відповідає за загальне стратегічне керівництво проєктом.

Марія Коваленко, СМО: Досвідчений маркетолог з 5-річним досвідом роботи в міжнародних компаніях. Відповідає за розробку маркетингової стратегії та просування бренду.

Олексій Сидоров, СТО: Досвідчений розробник з 8-річним досвідом. Відповідає за технічну реалізацію проєкту.

Наша команда об'єднує досвідчених фахівців у сферах технологій, маркетингу та бізнесу. Іван, як досвідчений підприємець, забезпечує стратегічне керівництво. Марія відповідає за створення сильного бренду і залучення користувачів. Олексій гарантує, що наш продукт буде технічно досконалим. Разом ми створюємо ідеальну команду для реалізації цього амбітного проєкту.

Поради:

- **Використовуйте цифри:** Кількісні показники (кількість років досвіду, кількість реалізованих проєктів) роблять інформацію більш переконливою.
- **Додавайте фотографії:** Фотографії допоможуть аудиторії краще запам'ятати членів команди.
- **Будьте лаконічними:** Інвестори мають обмежений час, тому ваша інформація має бути стислою та інформативною.
- **Підкресліть унікальність:** Поясніть, що робить вашу команду особливою і чому саме ви зможете реалізувати цей проєкт.

Практична робота №3. Ваш стартап. Крок 3. Збираємо інформацію про цільову аудиторію (ЦА):

4.1. Укажіть цільові групи (якщо їх кілька) або ж просто свою цільову аудиторію. Успішні проєкти будуються саме з людиноцентричним підходом, тож розкажіть, хто ж вони.

Це питання, яке допоможе інвесторам зрозуміти, на кого саме розрахований ваш продукт або послуга. Оскільки успіх будь-якого бізнесу залежить від глибокого розуміння потреб своїх клієнтів, ваша відповідь повинна бути максимально чіткою та детальною.

Що потрібно включити в опис цільової аудиторії:

- **Портрет клієнта:** Створіть детальний опис вашого ідеального клієнта. Вкажіть його вік, стать, рівень доходу, інтереси, звички, географічне розташування, освіту тощо.
- **Сегментація:** Якщо ваша цільова аудиторія неоднорідна, розділіть її на сегменти. Це допоможе вам більш точно визначити потреби кожної групи та розробити для них індивідуальні пропозиції.
- **Болі точки:** Опишіть проблеми та потреби, які ваш продукт або послуга вирішують для ваших клієнтів.
- **Мотивація:** Чому саме ваша цільова аудиторія зацікавиться вашим продуктом? Які вигоди вона отримає від його використання?

Чому це важливо:

- **Релевантність:** Інвесторам важливо розуміти, чи є ваша цільова аудиторія достатньо великою та платоспроможною.
- **Стратегія:** Глибоке розуміння ЦА допоможе вам розробити ефективну маркетингову стратегію та правильно позиціонувати ваш продукт.
- **Довіра:** Чіткий опис цільової аудиторії показує, що ви провели ретельний аналіз ринку і готові до роботи.

Як структурувати інформацію:

1. **Загальний опис:** Почніть з короткого опису вашої цільової аудиторії в цілому.
2. **Сегментація:** Якщо є сегменти, опишіть кожен з них окремо.
3. **Болі точки та мотивація:** Для кожного сегмента або для цільової аудиторії в цілому опишіть проблеми, які ви вирішуєте, та мотивацію клієнтів.

Приклад:

Наша цільова аудиторія – це молоді професіонали віком від 25 до 35 років, які проживають у великих містах. Це активні люди, які цінують свій час і прагнуть до здорового способу життя. Вони часто стикаються з проблемою нестачі часу на приготування їжі та хочуть харчуватися збалансовано. Наш сервіс доставки здорового харчування дозволяє їм заощадити час і отримати смачні та корисні обіди прямо в офіс.

Поради:

- **Використовуйте конкретні дані:** Якщо у вас є статистичні дані про вашу цільову аудиторію, обов'язково вкажіть їх.
- **Використовуйте яскраві приклади:** Опишіть реальних людей, які входять до складу вашої цільової аудиторії.
- **Будьте лаконічними:** Інвестори мають обмежений час, тому ваша інформація має бути стислою та інформативною.

4.2. Яку проблему вашої цільової аудиторії ви вирішуєте. Тобто які болі та, як наслідок, проблематики має ЦА.

Це дуже важливе питання, яке допоможе інвесторам зрозуміти, наскільки добре ви розумієте потреби своїх клієнтів та як ваш продукт або послуга вирішує їхні проблеми.

Що потрібно включити в опис болів точок:

- **Конкретні проблеми:** Опишіть детально, з якими конкретними проблемами стикаються ваші клієнти. Використовуйте яскраві приклади та цитати.
- **Емоційний вплив:** Покажіть, як ці проблеми впливають на життя ваших клієнтів. Які емоції вони викликають?
- **Наслідки:** Опишіть, до яких наслідків можуть призвести ці проблеми, якщо їх не вирішувати.

Чому це важливо:

- **Релевантність:** Демонструє, що ваш продукт або послуга дійсно потрібні на ринку.
- **Унікальність:** Дозволяє виділити ваш продукт серед конкурентів, показавши, що ви вирішуєте більш глибокі проблеми.
- **Переконання:** Допомогає інвесторам зрозуміти, що ваш продукт має високий потенціал для зростання.

Як структурувати інформацію:

1. **Вступ:** Короткий опис основних проблем, з якими стикається ваша цільова аудиторія.
2. **Детальний опис:** Для кожної проблеми опишіть:
 - Що саме відбувається?
 - Як це впливає на життя клієнтів?
 - Які наслідки можуть бути?
3. **Підсумок:** Підсумуйте, як ваш продукт вирішує ці проблеми та покращує життя клієнтів.

Приклад:

Проблема 1: Нестача часу Сучасні люди постійно поспішають, у них обмаль вільного часу. Це призводить до стресу, перевтоми та нестачі можливості приділити час собі та своїм близьким.

Проблема 2: Нездорове харчування Швидкий темп життя часто змушує людей харчуватися фаст-фудом або готовими продуктами, що негативно впливає на їхнє здоров'я.

Проблема 3: Фінансові труднощі Багато людей стикаються з фінансовими труднощами, які обмежують їхні можливості.

Наш сервіс доставки здорового харчування вирішує ці проблеми, дозволяючи заощадити час на приготуванні їжі, харчуватися збалансовано та не переплачувати за продукти.

Поради:

- **Використовуйте яскраві образи:** Опишіть ситуації, з якими можуть зіткнутися ваші клієнти, так, щоб вони могли себе в них упізнати.
- **Цитуйте клієнтів:** Якщо у вас є відгуки від клієнтів, використовуйте їх для підтвердження ваших слів.
- **Підкресліть емоційний аспект:** Покажіть, як ці проблеми впливають на емоційний стан ваших клієнтів.

Запам'ятайте: Чим краще ви опишете болі точки вашої цільової аудиторії, тим переконливішим буде ваш пітч.

Практична робота №4. Ваш стартап. Крок 4.

Розкажіть про вашу бізнес-модель, а також за можливістю покажіть ваше revenue або дохід (надходження грошей від будь-якої діяльності або за якийсь період).

Це одне з ключових питань, яке інвестори задають під час пітч-сесії. Воно дозволяє їм оцінити не тільки потенціал вашого стартапу, але й його фінансову стійкість.

Що потрібно включити в опис бізнес-моделі:

- **Цінність для клієнта:** Яку проблему вирішуєте ви для клієнта? Яку цінність ви йому пропонуєте?
- **Структура доходів:** Як ви заробляєте гроші? Які основні джерела доходів у вашому бізнесі? (наприклад, продаж продуктів, підписка, реклама тощо)
- **Структура витрат:** Які основні витрати у вашого бізнесу? (наприклад, маркетинг, розробка, операційні витрати)
- **Шлях клієнта:** Як клієнт дізнається про ваш продукт/послугу, приймає рішення про покупку і стає лояльним клієнтом?
- **Конкурентна перевага:** Чим ваш бізнес відрізняється від конкурентів? Які у вас унікальні пропозиції?

Як представити інформацію про дохід:

- **Якісні показники:** Якщо у вас ще немає значних доходів, опишіть якісні показники, які свідчать про зростання вашого бізнесу (наприклад, кількість користувачів, кількість завантажень, кількість підписок).
- **Кількісні показники:** Якщо у вас є дохід, вкажіть конкретні цифри: суму доходу за певний період, темпи зростання, середній чек.
- **Прогноз доходів:** Поділіться своїми прогнозами щодо майбутнього доходу.

Приклад відповіді:

Наша бізнес-модель побудована на підписці. Ми пропонуємо нашим клієнтам унікальний онлайн-сервіс для навчання іноземних мов. Клієнти платять щомісячну абонентську плату за доступ до всіх функцій платформи. Наші основні витрати пов'язані з розробкою нових функцій, маркетингом та обслуговуванням клієнтів. Наша конкурентна перевага полягає в інноваційному підході до навчання та персоналізованому навчальному плані для кожного користувача. За останній квартал ми залучили 10 000 нових користувачів, а наш середній чек склав 50 доларів США. Ми прогнозуємо зростання доходів на 30% у наступному році.

Поради:

- **Використовуйте візуальні елементи:** Графіки, діаграми допоможуть зробити вашу презентацію більш зрозумілою та цікавою.
- **Будьте готові до запитань:** Інвестори можуть задавати детальні питання про вашу бізнес-модель, тому добре підготуйтеся до них.
- **Підкресліть масштабованість:** Покажіть, як ваш бізнес може масштабуватися і збільшувати дохід у майбутньому.
- **Фокусуйтеся на ключових моментах:** Не намагайтеся розповісти все до найдрібніших деталей. Виділіть найважливішу інформацію.

Пам'ятайте: Ваша мета – не просто описати вашу бізнес-модель, а переконати інвестора, що ваш стартап має високий потенціал для зростання і прибутковості.

Практична робота № 5. Ваш стартап. Крок 5. Опишіть ваше рішення для цільової аудиторії та як воно працює.

5.1. Якщо ваш стартап уже має робочий продукт, MVP (мінімально життєздатний продукт) або демо-версію, ви можете одразу показати його.

Це питання спрямоване на те, щоб ви продемонстрували, що ваша ідея не просто концепція, а реальний продукт або послуга, яка вже має певні результати. Це важливо, оскільки інвестори хочуть бачити, що ваш стартап рухається вперед і має потенціал для успіху.

Як підготувати відповідь:

1. Підготуйте демонстрацію:

- **Відео:** Створіть короткий відеоролик, який показує, як працює ваш продукт або послуга. Це може бути скріншот або запис екрану, якщо ваш продукт цифровий, або відео з демонстрацією фізичного продукту.
- **Презентація:** Створіть презентацію, яка детально описує функціонал вашого MVP, його основні переваги та як він вирішує проблеми користувачів.
- **Прототип:** Якщо у вас є прототип, демонструйте його інвесторам. Це може бути фізичний прототип або інтерактивний прототип.

2. Сфокусуйтеся на ключових моментах:

- **Проблема, яку вирішує:** Нагадайте інвесторам, яку проблему ви вирішуєте за допомогою свого продукту.
- **Унікальні особливості:** Підкресліть, що відрізняє ваш продукт від конкурентів.
- **Результати:** Поділіться першими результатами, які ви отримали за допомогою MVP. Це можуть бути відгуки користувачів, метрики використання, або навіть перші продажі.

3. Будьте готові відповісти на запитання:

- **Технічні деталі:** Інвестори можуть запитати про технології, які ви використовуєте, або про масштабованість вашого продукту.
- **Бізнес-модель:** Будьте готові пояснити, як ви плануєте монетизувати свій продукт.
- **Конкуренти:** Поясніть, як ви плануєте конкурувати з іншими компаніями на ринку.

Приклад відповіді:

"Так, ми вже розробили мінімально життєздатний продукт. Це мобільний додаток, який дозволяє користувачам швидко і зручно замовляти їжу з місцевих ресторанів. Ми провели бета-тестування з групою з 500 користувачів і отримали дуже позитивні відгуки. За результатами тестування ми зрозуміли, що користувачам особливо подобається широкий вибір ресторанів, швидкість доставки та зручний інтерфейс. Зараз ми активно працюємо над розширенням функціоналу додатка і залученням нових партнерів."

Чому це важливо:

- **Демонстрація прогресу:** Показує, що ви активно працюєте над розвитком свого стартапу.
- **Зменшення ризиків:** Інвестори бачать, що ваш продукт має попит і потенціал для зростання.
- **Збільшення довіри:** Демонстрація MVP підвищує довіру інвесторів до вашої команди.

Пам'ятайте: Демонстрація MVP або демо-версії - це прекрасна можливість показати інвесторам, що ваш стартап - це не просто ідея, а реальний продукт, який може змінити ринок.

5.2. Аргументуйте інноваційність вашого продукту та покажіть аналіз конкурентів чи аналогів.

Це дуже важливе питання, оскільки воно демонструє, наскільки добре ви розумієте свій ринок і чим ваш продукт відрізняється від інших.

Що потрібно включити у відповідь:

- **Чітко визначена інновація:**

- Яку саме проблему вирішує ваш продукт?
- Які унікальні функції або технології він використовує?
- Чим він відрізняється від існуючих рішень?

- **Аналіз конкурентів:**

- Хто ваші основні конкуренти?
- Які їхні сильні та слабкі сторони?
- Чому ваш продукт кращий за їхні?

- **Переваги для клієнта:**

- Яку додаткову цінність отримують клієнти від використання вашого продукту?
- Як ваш продукт покращує їхнє життя або бізнес?

- **Ринок:**

- Який розмір ринку?
- Які тренди на цьому ринку?
- Який потенціал зростання?

Як структурувати відповідь:

1. **Визначте свою унікальну пропозицію:**

- Чому клієнти оберуть саме ваш продукт?
- Яка ваша конкурентна перевага?

2. **Проведіть глибокий аналіз конкурентів:**

- Порівняйте функціонал, ціну, маркетинг, клієнтську базу.
- Визначте їхні прогалини.

3. **Поясніть, як ваша інновація вирішує ці прогалини:**

- Покажіть, як ваша інновація задовольняє потреби клієнтів краще, ніж існуючі рішення.

4. Продемонструйте потенціал ринку:

- Поясніть, чому ваш продукт має високий потенціал для зростання.

Приклад відповіді:

"Наш продукт – це інноваційна платформа для онлайн-навчання, яка використовує штучний інтелект для персоналізації навчального процесу для кожного студента. На відміну від наших конкурентів, які пропонують стандартизовані курси, ми створюємо індивідуальний навчальний план для кожного користувача на основі його знань, інтересів та цілей. Це дозволяє студентам навчатися ефективніше і досягати кращих результатів.

Ринок онлайн-навчання постійно зростає, і все більше людей віддають перевагу гнучким форматам навчання. Наша платформа заповнює прогалину на ринку, пропонуючи персоналізований підхід, який не мають інші гравці. Ми впевнені, що наш продукт має великий потенціал для зростання і стане лідером на цьому ринку."

Поради:

- **Використовуйте цифри:** Якщо у вас є конкретні дані про ринок, конкурентів або результати тестування, обов'язково їх наведіть.
- **Візуалізуйте:** Схеми, діаграми та таблиці допоможуть зрозуміти вашу ідею.
- **Будьте лаконічними:** Інвестори мають обмежений час, тому ваша відповідь має бути чіткою і стислою.

Пам'ятайте: Ваша мета – переконати інвестора, що ваш продукт не просто новий, а кращий за все, що є на ринку.

Практична робота № 6. Ваш стартап. Крок 6.

Зробіть аналіз ринку та долі, яку ви займаєте (чи плануєте зайняти). Використовуйте тут як статистичні дані, так і існуючі дослідження міжнародних компаній та індустріальних лідерів.

Як підготувати відповідь на питання про аналіз ринку та частку стартапу

Це питання спрямоване на те, щоб оцінити ваше розуміння ринку, на якому ви працюєте, та ваше бачення місця свого стартапу в цьому ринку.

Що потрібно включити у відповідь:

- **Загальний опис ринку:**
 - Розмір ринку (в грошовому вираженні або кількості користувачів)
 - Темпи зростання ринку
 - Основні тренди
 - Сегментація ринку (якщо є)
- **Аналіз конкурентів:**
 - Хто ваші основні конкуренти?
 - Їхні сильні та слабкі сторони
 - Їхні частки ринку (якщо відомо)
- **Ваша позиція на ринку:**
 - Яку нішу ви займаєте?
 - Чим ваш продукт відрізняється від конкурентів?
 - Яку частку ринку ви плануєте зайняти і в які терміни?
- **Джерела даних:**
 - Вкажіть, які джерела ви використовували для аналізу ринку (наприклад, звіти компаній, дослідження галузевих асоціацій, статистичні дані державних органів).

Як структурувати відповідь:

1. **Загальний огляд ринку:** Дайте загальне уявлення про ринок, на якому ви працюєте.
2. **Аналіз конкурентного середовища:** Опишіть основних конкурентів і їхні позиції на ринку.
3. **Ваша унікальна пропозиція:** Поясніть, чим ваш продукт відрізняється від конкурентів і чому клієнти оберуть саме вас.
4. **Прогноз розвитку:** Поділіться своїми прогнозами щодо розвитку ринку та вашої компанії.

Приклад відповіді:

"Ринок мобільних додатків для здоров'я в Україні оцінюється в 50 мільйонів доларів США і демонструє щорічне зростання на 20%. Основними конкурентами є міжнародні гравці, такі як Google Fit і Apple Health, а також декілька українських стартапів.

Наш додаток відрізняється від конкурентів тим, що він фокусується на персоналізованих рекомендаціях для кожного користувача на основі даних про їхній фізичний стан і генетичні особливості. Ми плануємо зайняти 5% ринку протягом наступних трьох років. Для цього ми будемо активно розвивати нашу партнерську мережу з медичними закладами та фітнес-центрами."

Поради:

- **Використовуйте візуалізацію:** Графіки, діаграми та таблиці допоможуть зрозуміти вашу презентацію.
- **Будьте конкретними:** Наводьте конкретні цифри та факти.
- **Пояснюйте свої висновки:** Не просто наводьте дані, а пояснюйте, що вони означають.

Джерела даних:

- **Державні статистичні служби:** Наприклад, Державна служба статистики України.

- **Галузеві асоціації:** Професійні об'єднання компаній у вашій галузі.
- **Консалтингові компанії:** Компанії, які проводять дослідження ринку (наприклад, McKinsey, Boston Consulting Group).
- **Публічні бази даних:** Google Trends, Statista, SimilarWeb.

Практична робота № 7. Ваш стартап. Крок 7. Підготуйте презентацію для пітчу.

Зберіть інформацію із попередніх 6 практичних робіт та перетворіть зібрану інформацію на презентацію для пітчу.

Розуміння пітчу:

Пітч – це коротка, яскрава презентація, метою якої є зацікавити потенційних інвесторів, партнерів або клієнтів у вашому стартапі. Це ваша можливість розповісти про свою ідею, переконати у її перспективності та залучити необхідні ресурси.

Структура презентації:

Типова презентація для пітчу складається з 10-15 слайдів і триває близько 10-15 хвилин. Ось можлива структура:

Слайд 1: Титульний слайд

- **Заголовок:** Назва вашого стартапу і ваш логотип.
- **Підзаголовок:** Короткий і запам'ятовується слоган, який описує вашу ідею.
- **Ваше ім'я та посада:** Зверніть увагу на вашу експертизу.
- **Контактна інформація:** Електронна пошта, телефон, веб-сайт.

***Примітка:** Цей слайд створює перше враження, тому він має бути візуально привабливим і інформативним.

Слайд 2: Проблема

- **Заголовок:** Проблема, яку ви вирішуєте
- **Булети:**
 - Чітке формулювання проблеми
 - Статистика, яка підтверджує актуальність проблеми

- Наслідки, якщо проблему не вирішувати
- **Примітка:** Опишіть проблему так, щоб аудиторія відчула її гостроту і зрозуміла, чому ваше рішення необхідне.

Слайд 3: Ваше рішення

- **Заголовок:** Наше рішення
- **Булети:**
 - Короткий і зрозумілий опис вашого продукту або послуги
 - Основні функціональні можливості
 - Конкурентні переваги
- **Примітка:** Поясніть, як ваш продукт вирішує проблему, яку ви описали на попередньому слайді.

Слайд 4: Ринок

- **Заголовок:** Наш ринок
- **Булети:**
 - Розмір ринку (в грошовому вираженні або кількості користувачів)
 - Темпи зростання ринку
 - Основні тренди
 - Сегментація ринку (якщо є)
- **Примітка:** Покажіть, що ваш ринок великий і має потенціал для зростання.

Слайд 5: Бізнес-модель

- **Заголовок:** Наша бізнес-модель
- **Булети:**
 - Як ви заробляєте гроші?
 - Структура доходів
 - Структура витрат
- **Примітка:** Поясніть, як ваш бізнес буде приносити прибуток.

Слайди 6-8: Команда

- **Заголовок:** Наша команда
- **Булети:**
 - Фотографії та коротка біографія кожного члена команди
 - Досвід і навички, які необхідні для реалізації проекту
- **Примітка:** Покажіть, що ваша команда має необхідні знання та досвід для успіху.

Слайд 9: Прототип або MVP

- **Заголовок:** Наш продукт (прототип або MVP)
- **Зображення:** Демонстрація вашого продукту в дії
- **Примітка:** Покажіть, що ваша ідея не просто концепція, а реальний продукт.

Слайд 10: Досягнення

- **Заголовок:** Наші досягнення
- **Булети:**
 - Ключові метрики (користувачі, дохід, інвестиції)
 - Партнерства
 - Нагороди та визнання
- **Примітка:** Продемонструйте, що ваш стартап вже досяг певних успіхів.

Слайд 11: Фінансова модель

- **Заголовок:** Фінансова модель
- **Графіки:** Прогноз доходів і витрат
- **Примітка:** Покажіть, як ви плануєте використовувати інвестиції і коли очікується повернення інвестицій.

Слайд 12: Запит на фінансування

- **Заголовок:** Запит на фінансування

- **Булети:**
 - Сума, яку ви просите
 - Як ви плануєте використовувати кошти
 - Потенційна віддача для інвестора
- **Примітка:** Чітко сформулюйте, що саме ви хочете отримати від інвестора.

Слайд 13: Дякуємо!

- **Заголовок:** Дякуємо!
- **Ваші контакти:** Повторіть контактну інформацію.
- **Call to action:** Запросіть аудиторію поставити запитання.

Додаткові поради:

- **Використовуйте яскраві візуали:** Зображення, графіки, діаграми допоможуть зробити вашу презентацію більш цікавою і зрозумілою.
- **Говоріть простою мовою:** Уникайте складних термінів і жаргону.
- **Репетируйте:** Чим більше ви будете репетирувати, тим впевненіше ви будете почуватися під час презентації.
- **Будьте готові відповісти на запитання:** Інвестори можуть задавати різні питання, тому заздалегідь продумайте можливі сценарії.

Шаблон презентації:

Ви можете використовувати готові шаблони презентацій (наприклад, у Google Slides або PowerPoint), щоб швидко створити професійну презентацію.

Пам'ятайте: Пітч – це не просто презентація, це розповідь історії. Розкажіть історію вашого стартапу так, щоб вона зачепила інвесторів і спонукала їх до інвестицій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Конспект лекцій з курсу «Управління стартап проєктами в електроенергетиці», для здобувачів вищої освіти за ОПП Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка другого рівня вищої освіти [Текст]: / Укл.: доц. Бабюк С. М., – Тернопіль: ТНТУ, – 2025. – 175 с.
2. Навчальні курси. Головна. URL: <http://startup.tntu.edu.ua/index.php/uk/navchalni-kursy1> (дата звернення: 29.01.2025).
3. Успішний стартап: від ідеї до масштабування. Прометеус. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/successful-startup/> (дата звернення: 16.12.2024).
4. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє / Пітер Тіль; пер. з англ. Р. Обухів. — К.: Наш формат, 2015. — 232 с.
5. Дорф, Стів Бленк. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію - Київ: Наш формат, 2019. - 512 с. 2. Пітер Тіль. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє - Київ: Наш формат, 2020. - 232 с.
6. Кріс Гільбо. Пасивний заробіток. Як перетворити ідею на гроші за 27 днів - Київ: Наш формат, 2020. - 240 с.
7. Джон Ворілоу. Бізнес під ключ. Як створити компанію, що працюватиме без вас - Київ: Наш формат, 2018. - 168 с.
8. Конспект лекцій з дисципліни "Розробка стартап проєктів" [Електронний ресурс] : для здобувачів економічних спеціальностей першого (бакалавр) рівня освіти денної форми навчання / уклад.: М. В. Літвиненко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2024. – 56 с. – URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78250>

