

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНІЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

Д. О. Приходько

**ІННОВАЦІЙНЕ
ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА
УПРАВЛІННЯ СТАРТАП-
ПРОЄКТАМИ**

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

для студентів спеціальностей:

051 – «Економіка»,

076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

галузей знань:

05 – «Соціальні та поведінкові науки»,

07 – «Управління та адміністрування»

усіх форм навчання

Харків

2021

Приходько Д. О. Інноваційне підприємництво та управління стартап-проєктами [Електронний ресурс] : тестові завдання для студ. спеціальностей: 051 – «Економіка», 076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузей знань: 05 – «Соціальні та поведінкові науки», 07 – «Управління та адміністрування» усіх форм навч. / Д. О. Приходько. – Х.: ХНАДУ, 2021. – 12 с.

У даній методичній розробці представлені тестові завдання у відповідності до навчальних тем конспекту лекцій з дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проєктами».

Методична розробка призначена для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти, слухачів курсів перепідготовки та підвищення кваліфікації.

Д. О. ПРИХОДЬКО, канд. екон. наук, доцент
ГО «Платформа інноваційного партнерства» (УЕР™)

Подано в авторській редакції

© Д. О. Приходько, 2021
© ГО «Платформа інноваційного партнерства» (УЕР™), 2021

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. *Яке з тверджень про стартап вірне?*
 - А) Стартап обов'язково має бути юридично оформлений
 - Б) Стартап – це маленька нова компанія
 - В) Стартап ніколи не фейлить і гарантує прибуток
2. *Чи можна назвати невелику кав'ярню біля дому стартапом?*
 - А) Так
 - Б) Ні
3. *Стартап – це маленька компанія, не обов'язково навіть юридично оформлена, яка намагається реалізувати бізнес-ідею засновників та перебуває в пошуку повторюваної й масштабованої бізнес-моделі.*
 - А) Так
 - Б) Ні
4. *Інноваційна екосистема – це:*
 - А) Стейкхолдери, які щось роблять для того, щоб нові стартапи з'являлися, а ті, що все існують, – розвивалися
 - Б) Це локація, де перебувають всі стартапи
 - В) Це закрита організація для найбільш успішних стартапів
5. *Щоб стартап був успішний – потрібно одразу з перших днів шукати гроші на його реалізацію.*
 - А) Так
 - Б) Ні
6. *Яка послідовність стадій дизайн-мислення?*
 - А) Пошук проблеми – Пошук ідеї – Прототипування – Тестування – Емпатія
 - Б) Пошук ідеї – Пошук проблеми – Емпатія – Прототипування – Тестування
 - В) Емпатія – Пошук проблеми – Пошук ідеї – Прототипування – Тестування
7. *Як ще називають стадію тестування продукту?*
 - А) Кастдев (кастомер девелопмент)
 - Б) Тестпрот (тестування прототипу)
 - В) Тесткаст (тестування кастомерів)
8. *Дизайн-мислення – це методика створення продуктів, що орієнтовані на:*

- А) Продаж продуктів
- Б) Людину та її «болі»
- В) Сучасні технологічні тренди

9. *Product-Market fit* – це стан стартапу, коли він повністю відповідає проблемам ринку.

- А) Так
- Б) Ні

10. *Яке з цих тверджень є вірним?*

- А) Клієнт = Користувач
- Б) Клієнт не завжди = Користувач

11. *Портрет клієнта – це:*

А) Візуалізований опис конкретного гіпотетичного клієнту з певного сегменту цільової аудиторії з детальним описом його характеристик

Б) Це фото клієнта під час використання вашого продукту чи послуги

12. *Візіонера і стратега стартап-проекту скорочено називають:*

- А) СОО
- Б) СЕО
- В) СМО
- Г) СФО

13. *Lean Canvas* – це:

А) Інструмент, який допомагає краще зрозуміти бізнес-модель стартапу

- Б) Список перших клієнтів стартапу
- В) Ескіз інтерфейсу продукту

14. *Який сегмент Lean Canvas відповідає за пошук унікальності для клієнта, відмінності від конкурентів і розуміння болів клієнта?*

- А) Канали комунікації
- Б) Проблема
- В) Ціннісна пропозиція

15. *Здатність поставити себе на місце іншої людини – це:*

- А) Дизайн-мислення
- Б) Емпатія
- В) Канва

16. *На перших стадіях створення продукту головне:*

- А) Моделі монетизації
- Б) Клієнт

В) Створення багатокомпонентного MVP

17. *Що з цього НЕ є вірним?*

А) Мета проведення інтерв'ю – спробувати продати свій продукт. Треба більше говорити про ідею

Б) Потрібно багато запитувати і багато слухати. Не перебивати і нічого не доводити. Твоя задача – не продати, а отримати максимум інформації

В) Потрібно питати опосередковано про те, як клієнт вирішує проблему, а не гіпотетично

18. *Ефективна техніка структуризації інформації у візуальній формі – це:*

А) Брейнстормінг

Б) Майндмеппінг

В) Скетчінг

Г) Немає вірної відповіді

19. *Що з цього НЕ є способом валідації гіпотез?*

А) Брейнстормінг

Б) Інтерв'ю

В) Фокус-група

20. *Customer Development Cycle – це валідація будь-якої гіпотези через проведення серії експериментів з клієнтами.*

А) Так

Б) Ні

21. *Ще не фактичні, а лише потенційні клієнти, які не здійснили покупку, але проявили інтерес – це:*

А) Замовники

Б) Послідовники

В) Ліди

22. *Люди, які прагнуть спробувати новий продукт якомога раніше – це:*

А) Новатори

Б) Послідовники

В) Ліди

Г) Рання більшість

23. *Бачення, куди стартап і команда рухаються і до чого мають прийти в довгостроковій перспективі – це:*

А) Візія

Б) Місія

В) Цінності

Г) Стратегія

24. Цінна торгова пропозиція цільовій аудиторії продукту, в якій чітко зазначено вигоди покупців – це:

А) Благо

Б) Цінність

В) Оффер

25. Відносно канви ціннісної пропозиції, додаткові переваги – це як саме продукт може забезпечити всі ті переваги, що вказані у блоці клієнта?

А) Так

Б) Ні

26. Що таке нечесна перевага?

А) Характеристика продукту або команди, яку дуже важко відтворити або скопіювати

Б) Нечесні дії по відношенню до своїх конкурентів з метою отримання кращого місця на ринку

В) Перевага, що формується після декількох років існування стартапу на ринку за рахунок отримання певного досвіду

27. Хто такі бізнес-янгели?

А) Люди, що вкладають гроші в стартап на стадії виходу продукту на ринок і перших результатів

Б) Люди, що вкладають невеликі гроші в стартап на стадії слабо валідованої бізнес-моделі

28. Головним принципом MVP НЕ є?

А) Намагатися зробити ідеально

Б) Зробити швидко

В) Робити з мінімальною кількістю ресурсів та витрат

29. Перш ніж створювати свій продукт, засновникам стартапу необхідно підтвердити у своїх потенційних клієнтів всі свої припущення відносно продукту і бізнес-моделі.

А) Так

Б) Ні

30. Що таке MVP?

А) Перша версія продукту, який можна виготовити з мінімальним функціоналом, що буде вирішувати ключову проблему клієнта

Б) Повноцінна версія продукту зі 100% готовим функціоналом

31. Основне завдання MVP – це:

А) Продати якомога більше і заробити максимум в перший місяць

Б) Отримати перший невеликий сет користувачів, які змогли б

протестувати продукт та дати відгук команді стартапу з метою внесення змін та покращення продукту

32. *Приєднуватися до інкубаторів та акселераторів важливо, щоб прискорити розвиток свого продукту і уникнути найрозповсюдженіших помилок.*

А) Так

Б) Ні

33. *Після валідації бізнес-моделі наступними кроками розвитку стартапу будуть:*

А) Створення прототипу / MVP

Б) Побудова маркетингу та стратегії продажів

В) Налаштування аналітики та різних метрик ефективності роботи

Г) Всі відповіді вірні

34. *Мета пітчінгу – це:*

А) Зацікавити потенційного інвестора глянути детальніше на твій проєкт

Б) Розказати про себе і свої успіхи

35. *Зростання ринку – показник, на основі якого ви можете зрозуміти динаміку ринку і на скільки щорічно він зростає.*

А) Так

Б) Ні

36. *Згідно Брюсу Такману, під час розвитку стартапу, кожна команда проходить наступні стадії:*

А) Формування – Конфліктування – Продуктивність – Стабілізація

Б) Формування – Конфліктування – Стабілізація – Продуктивність

В) Формування – Конфліктування – Валідація – Стабілізація

37. *Сучасний комплекс маркетингу, який доцільно розробляти та впроваджувати відносно стартап-проєктів, складається з елементів:*

А) 4Р

Б) 5Р

В) 7Р

38. *Стратегічний менеджмент команди та роботи стартапу включає в себе візію, стратегічні цілі і напрямки руху, стратегічне планування і прийняття важливих рішень, які впливають на вектор розвитку стартапу.*

А) Так

Б) Ні

39. *Кількісні показники, які дозволяють вимірювати якість та продуктивність продажів продукту – це:*

А) Метрики

Б) Маркери

В) Індекси

Г) Ознаки

40. *Блок інформації у структурі слайд-презентації стартапу, називають:*

А) Екстра

Б) Інтро

В) Інпут

41. *Максимально можливий об'єм ринку, який може охопити теоретично стартап, якщо припустити, що не існує взагалі ніяких обмежень – це:*

А) TAM

Б) SAM

В) SOM

42. *Частина TAM, яка означає той його сегмент, який може бути охоплений продуктом, враховуючи географічний таргет, портрети ЦА тощо – це:*

А) PAM

Б) SAM

В) SOM

43. *Частина SAM, що виражає реалістичну частку ринку, яку стартап може завоювати за допомогою доступних йому ресурсів – це:*

А) PAM

Б) TAM

В) SOM

44. *Конкуренти, що вирішують таку саму проблему (такі самі задачі, як і ви та ваш продукт), але іншими способами – це:*

А) Прямі конкуренти

Б) Непрямі конкуренти

45. *Викупання трафіку по певним пошуковим запитам в пошукових системах – це:*

А) Банерна реклама

Б) Контекстна реклама

В) Influencer маркетинг

Г) Усі відповіді вірні

46. *Бізнес-інкубатор – це організація, що займається підтримкою проектів молодих підприємців на всіх етапах розвитку: від розробки ідеї до її комерціалізації.*

А) Так

Б) Ні

47. *Етапи залучення коштів на розвиток бізнесу – це:*

А) Раунди інвестицій

Б) Кроки інвестицій

В) Вливання інвестицій

48. *У контексті стартап-проєкту, FFF – це:*

А) Friends, Family, Foods

Б) Friends, Family, Fools

Г) Friends, Falling, Fools

49. *Дуже короткий спіч тривалістю до 1 хв, під час якого необхідно «продати» ідею стартапу співрозмовнику, називають:*

А) Пітчінг

Б) Пітч-дек

В) Public speaking

Г) Elevator pitch

50. *У контексті стартап-проєкту, дорожня карта – це:*

А) Маршрут, якого необхідно дотримуватися, щоб дістатися з точки А в точку Б

Б) Досягнення стартапу, заплановані майлстоуни на найближче майбутнє

В) План прилеглих дій

СПИСОК ДОДАТКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ І МАТЕРІАЛІВ

- 1) Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. для студ. вузів / Ш. В. Гой, Т. П. Смелянська ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Хмельн. нац. ун-т. - К. : Центр учб. л-ри , 2016 . – 368 с.
- 2) Бабайлов В.К. Менеджмент: наука и практика : учебник / В. К. Бабайлов ; М-во образования и науки Украины, ХНАДУ. – Х. : ХНАДУ , 2015 . – 276 с.
- 3) Менеджмент : навч. посіб. / Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканевич та ін. ; за ред. Г. Є. Мошека. – 2-ге вид., переробл. – К. : Ліра-К , 2016 . – 550 с.
- 4) Попова Н.В. Проектний аналіз : підручник / Н. В. Попова; М-во освіти і науки України, ХНАДУ. – Х. : ХНАДУ , 2016 . – 163 с.
- 5) Криворучко О. М. Управління персоналом підприємства : навч. посіб. для студ. вузів / О. М. Криворучко, Т. О. Водолажська ; М-во освіти і науки України, ХНАДУ. – Х.: ХНАДУ , 2016 . – 200 с.
- 6) Приходько Д. О. Маркетинг : навч. посіб. / Д. О. Приходько. Х.: ФОП Бровін О.В., 2019. – 240 с.
- 7) Інноваційне підприємництво : креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посіб. для вищих навч. закладів / Авт. кол. : Ю. М. Бажал, І. В. Бакушевич, У. Венесаар ін. / за ред. д-ра екон. наук проф. Ю. М. Бажала. – К. : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2015. – 278 с.
- 8) Безгін К. С. Управління інноваціями: Навчальний посібник / К.С. Безгін, Ю.М. Клименко // Заг. ред. К.С. Безгіна. – Вінниця: ДонНУ, 2017. – 207 с.
- 9) Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.
- 10) Стартап по Кавасаки: Проверенные методы начала любого дела / Гай Кавасаки ; Пер. с англ. – 2-ое изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 331 с.
- 11) Эрик Рис. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели ; Пер. с англ. – 2-ое изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 253 с.
- 12) Бланк, С. Стартап. Настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф ; Пер. с англ. Т. Гутман, И. Окунькова, Е. Бакушева. – 2-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2014. – 614 с.

13) Тиль, П. От нуля к единице : как создать стартап, который изменит будущее / П. Тиль, Б. Мастерс; Пер с англ. – М. : Альпина паблишер, 2015. – 188 с.

14) Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Александр Остервальдер, Ив. Пинье ; пер с англ. – М. : Альпина паблишер, 2018. – 9-е изд. – 288 с.

15) Швиданенко Г.О., Ревуцька Н.В. Формування бізнес-моделі підприємства : навч. посіб. [Електронний ресурс]. К. : КНЕУ, 2013. 423 с.

16) <http://www.yepworld.org/>

17) <https://business.diiia.gov.ua/>

18) <https://usf.com.ua/>

19) Майбутнє університетів <https://cutt.ly/wktC9CY>

20) Український університет нового покоління <https://readymag.com/u3729875872/1838490/>

21) Бас Беекман, Рубен Ньювенхаус. Місто стартапів

22) Ден Сенор, Сол Сингер. Країна стартапів. Історія ізраїльського економічного дива.

23) Бен Горовіц. Безжальна правда про нещадний бізнес. Розбудова бізнесу в умовах невизначеності.

24) Dave Gray. Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers Paperback.

25) Боб Дорф, Стів Бленк. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію.

26) Автор Олександр Остервальдер, Ів Пінье. Створюємо бізнес-модель.

27) Ash Maurya. Running Lean, 2nd Edition

28) Everett M. Rogers. Diffusion of Innovations

29) Geoffrey Moore. Crossing the Chasm

30) Fitzpatrick, Rob. The Mom Test: How to Talk to Customers and Learn If Your Business is a Good Idea when Everyone is Lying to You.

31) Donald B Egolf. Forming Storming Norming Performing: Successful Communications in Groups and Teams.

32) Bruce W. Tuckman, Mary Ann C. Jensen. Stages of Small-Group Development Revisited.

33) Роберт І. Саттон. Мудакам тут не місце

34) Брайан Трейсі. Як керують найкращі

35) Frank Robinson, A Proven Methodology to Maximize Return

on Risk

- 36) Henrik Kniberg. Lean from the Trenches
- 37) Ерік Райз. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля
- 38) Джейсон Фрайд, Девід Хейнмейер Ханссон. Rework. Ця книжка змінить Ваш погляд на бізнес
- 39) Тоні Шей. Доставка щастя
- 40) Джим Колінз. Від хорошого до величного
- 41) Пітер Тіль. Від нуля до одиниці
- 42) Саймон Сінек. Почни з чому
- 43) Даніель Канеман. Мислення швидко й повільне
- 44) Тимур Ворона. Стартап на мільйон: як українці заробляють статки на технологіях
- 45) Лей Галлагер. Історія Airbnb: Як троє звичайних хлопців підірвали готельну індустрію
- 46) Стартап-екосистема України: Tech ecosystem guide і techukraine.org/ecosystem-map/
- 47) Більше про стартапи: Як розпочати стартап
- 48) Olivier Serrat. The Five Whys Technique (<https://www.adb.org/sites/default/files/publication/27641/five-whystechnique.pdf>)
- 49) <https://www.designkit.org/methods/3>
- 50) <https://medium.com/nyc-design/how-to-solve-problems-the-designthinking-way-64edc64ba242>
- 51) <https://dschool.stanford.edu/resources>
- 52) <https://tilda.education/courses/web-design/designthinking/>
- 53) <https://prometheus.org.ua/designthinking/>
- 54) <https://cutt.ly/PktCLvc>
- 55) <https://leanstack.com/>
- 56) canvanizer.com
- 57) <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-modelcanvas/>
- 58) <https://www.strategyzer.com/>
- 59) steveblank.com
- 60) <https://www.youtube.com/watch?v=Hla1jzhan78>
- 61) <https://dou.ua/lenta/articles/group-dynamics/>
- 62) <https://cutt.ly/pktCCB4>
- 63) <https://app.slack.com/>