

## Переваги використання методів дизайнерського мислення в бізнесі

*Андрій Гойко,*

*аспірант кафедри економіки та фінансів,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: HoikoAI@krok.edu.ua,*

*ORCID: 0009-0008-8240-0732*

*Науковий керівник:*

*Олеся Ананьєва,*

*к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: ananyeva@krok.edu.ua,*

*ORCID: 0000-0002-9544-7408*

Сучасне бізнес-середовище характеризується швидкими змінами, конкуренцією та зростанням очікувань клієнтів. Підприємства змушені шукати сучасні та нові підходи до вирішення складних проблем. Дизайнерське мислення (Design Thinking) стає потужним інструментарієм, який дозволяє бізнесу краще розуміти потреби клієнтів, створювати інноваційні рішення та швидко адаптуватись до викликів ринку. Завдяки інтеграції практичних і творчих методів, таких як: спостереження, уявлення, створення, цей підхід забезпечує ефективність і гнучкість та сприяє покращенню бізнес-процесів, продуктів та послуг. Впровадження дизайнерського мислення допомагає підприємствам бути конкурентоспроможними, інноваційними та досягати довгострокового успіху.

Дизайнерське мислення (Design Thinking) є методологією вирішення складних проблем, що підкреслює емпатію, співпрацю, генерацію ідей, прототипування та тестування. Вона фокусується на розумінні потреб кінцевих споживачів та зацікавлених сторін, і має на меті створення інноваційних рішень завдяки залученню різних точок зору. Концепція дизайнерського мислення базується на застосуванні таких методів:

**1. Спостереження.** Це метод збору та синтезу даних й інформації через безпосереднє спостереження за поведінкою людей в реальному середовищі. Як користувачі взаємодіють з продуктом чи послугою, які емоції при цьому переживають. Важливо слухати, що люди говорять, що вони роблять, які сформовано звички, які можуть бути невисловлені потреби.

**2. Уявлення (генерування ідей).** Це метод творчого генерування нових ідей та концепцій для вирішення складних проблем чи створення інноваційних рішень. Він сприяє розвитку творчого потенціалу команди проєкту, забезпечує генерацію варіантів, що в подальшому можуть стати основою нових сервісів, досвіду чи продуктів. Даний метод є центральним в методології дизайнерського мислення. Він включає Мозковий штурм (brainstorming) та інші методи генерації ідей. Метод характеризується відкритістю до різних підходів, створенням варіативних рішень для виявлення проблем або можливостей, застосуванням нестандартних або інноваційних шляхів вирішення.

**3. Створення (прототипування).** Цей метод фокусується на перетворенні

ідей на реальні прототипи або продукти. Він дуже важливий для підприємств, оскільки дозволяє з концепції і теоретичних рішень створювати фізичні або цифрові об'єкти, які можуть бути протестовані та оптимізовані до виведення на ринок. Метод включає окрім розробки продукту (рішення) подальше тестування, отримання зворотнього зв'язку та вдосконалення. Цей метод дозволяє втілювати ідеї, які виникли на етапі уявлення і спостереження у реальні прототипи або пілотні версії послуг чи продуктів. Цей метод є критично важливим, бо дозволяє абстрактні концепції переводити у практичні рішення, що втілюються в бізнес процесах або на ринку [1].

Дослідження свідчать про значні переваги для бізнесу від використання методів дизайнерського мислення. Серед відомих світових компаній, які активно використовують методи дизайнерського мислення слід віднести Apple. Починаючи з розробки першої миші Apple в 1980 році до сучасних iPhone та iPad компанія використовує стратегії проектування, орієнтовані на людину. В основі роботи Apple лежить прагнення до простоти, зручності та елегантності, на яке сильно впливає дизайнерське мислення. Ця філософія не лише формує дизайн продукту, але й поширюється на програмні інтерфейси та загальний досвід обслуговування, демонструючи, наскільки глибокі принципи дизайну пронизують дух компанії [2].

В аерокосмічному гіганті Boeing команда з удосконалення процесів використовує підхід під назвою «сім шляхів», який передбачає визначення принаймні семи варіантів під час мозкового штурму можливих рішень. Мета дивергентного мислення полягає в тому, щоб вийти за рамки простих відповідей і знайти варіанти, які можуть бути справді інноваційними [3].

Керівництво компанії IBM Global Business Services заявило для преси, що для них більше немає різниці між бізнес-стратегією та дизайном взаємодії з користувачами. В листопаді 2013 року було інвестовано біля 100 мільйонів доларів та створено дизайнерську студію в Остіні (Техас), завданням якої було модернізувати корпоративне програмне забезпечення для сучасних користувачів [4].

Серед українських компаній, які стрімко розвиваються та використовують методи дизайнерського мислення слід відмітити Rozetka. Слоган компанії «Щоразу що треба» фокусується на отримання задоволення покупцями від кожної покупки [5].

Компанія Нова Пошта є найбільшим сервісом експрес-доставки України. Це гарний приклад використання основних методів дизайнерського мислення в бізнесі. Спостерігаючи за поведінкою своїх клієнтів у відділеннях, вивчаючи їх запити і потреби, компанія Нова Пошта постійно оптимізує свої послуги та продукти. Впровадження новітніх технологій для поліпшення логістики та взаємодії зі споживачами, створення мобільного додатку та онлайн-сервісів значно підвищило рівень зручності для клієнтів. З'явилась концепція відділень самообслуговування, що значно економить час людям [6].

Методи дизайн- мислення надають суттєві переваги як для західних, так і

для вітчизняних компаній, забезпечуючи їх клієнтоорієнтовність, інноваційність та конкурентоспроможність.

Для західних компаній, таких як **Apple**, **Boeing**, і **IBM**, дизайнерське мислення стало основою створення інноваційних продуктів, покращення користувацького досвіду та оптимізації внутрішніх процесів. Ці компанії демонструють, як системний підхід до креативного вирішення проблем може забезпечити довготривалі успіхи на глобальному ринку. Вони активно застосовують такі методи, як спостереження, генерація ідей та прототипування, щоб залишатися лідерами у своїх галузях.

Українські компанії, такі як **Rozetka** та **Нова Пошта**, також впроваджують дизайнерське мислення для адаптації до ринкових змін та підвищення задоволеності клієнтів. Вони використовують методи аналізу поведінки користувачів, оптимізації сервісів та створення нових платформ для зручності клієнтів. Це допомагає їм зміцнювати позиції на ринку навіть у складних умовах.

Отже, основними перевагами використання методів дизайнерського мислення в бізнесі є: глибоке розуміння клієнтів, виявлення реальних потреб та болючих точок завдяки спостереженням; генерація інновацій через створення нестандартних рішень, що допомагають вигідно виділятися серед конкурентів; адаптивність до змін через швидке реагування на запити клієнтів та ринкові умови; зменшення ризиків, через перевірку життєздатності ідей на етапі прототипування та тестування; покращення клієнтського досвіду завдяки створенню послуг і продуктів, що максимально відповідають очікуванням користувачів; економія ресурсів через уникнення витрат на розробку нерелевантних продуктів завдяки тестуванню; ефективна співпраця завдяки залученню до команди проекту людей з різним досвідом для розробки більш комплексних ідей; прискорення виходу на ринок через ітеративний підхід, який дозволяє оперативно виводити доопрацьовані рішення; розвиток творчого потенціалу, через можливість команд мислити ширше поза межами стандартних підходів; формування конкурентних переваг через використання інновацій, що підсилюють позиції підприємства на ринку.

Однією з переваг дизайнерського мислення при вирішенні складних проблем є цілісний підхід, який допомагає команді проекту вийти за межі окремих питань і враховувати ширшу систему, в якій існує проблема. Це дозволяє виявити першопричини, а не лише лікувати симптоми. На думку науковця доктора Майкла Г.Лакса однією з найпотужніших рис дизайн-мислення є його акцент на тому, щоб спочатку правильно визначити проблеми, які потрібно вирішити [1].

Таким чином, дизайнерське мислення є універсальним інструментом для створення інновацій та підвищення ефективності бізнесу. Воно сприяє не лише вирішенню існуючих проблем, але й виявленню нових можливостей, забезпечуючи сталий розвиток компаній незалежно від їхнього розміру чи географії.

**Ключові слова:** дизайнерське мислення; креативність; клієнтоцентричність; бізнес; економіка; ринкові зміни; адаптація.

### Список використаних джерел

1. Luchs M., Swan S., Griffin A. *Design Thinking: New Product Development Essentials from PDMA*. Wiley, 2015. 464 p
2. Rescript Consultancy. *Design thinking at Apple: A journey of innovation, resilience, and user-centric mastery* [Електронний ресурс]. – Доступ через: URL: <https://rescriptconsultancy.com/design-thinking-at-apple-a-journey-of-innovation-resilience-and-user-centric-mastery/> (дата звернення: 22.11.2024).
3. Kolko, Jon. *The right way to lead design thinking* [Електронний ресурс] / Jon Kolko // *Harvard Business Review*. – Березень 2019. – Доступ через: URL: <https://hbr.org/2019/03/the-right-way-to-lead-design-thinking> (дата звернення: 22.11.2024).
4. Brown, Tim. *Design thinking comes of age* [Електронний ресурс] / Tim Brown // *Harvard Business Review*. – Вересень 2015. – Доступ через: URL: <https://hbr.org/2015/09/design-thinking-comes-of-age> (дата звернення: 22.11.2024).
5. Finance.ua. *Rozetka: Як з маленької компанії з продажу IT-товарів виріс найбільший онлайн-ритейлер України* [Електронний ресурс] // Finance.ua. – Доступ через: URL: <https://new.finance.ua/ua/30-rokiv-nezalezhnosti/rozetka> ( дата звернення: 22.11.2024).
6. Finance.ua. *Nova Poshta: Як компанія зробила революцію в доставці в Україні* [Електронний ресурс] // Finance.ua. – Доступ через: URL: <https://new.finance.ua/ua/30-rokiv-nezalezhnosti/nova-poshta> (дата звернення 22.11.2024)