

Загалом, існує багато досліджень у сфері прийняття бізнес-рішень, але більшість з них зосереджені на їх раціональності. Однак, останнім часом, у зв'язку з розвитком ринкових відносин, жорсткою конкуренцією та обмеженістю ресурсів, основна увага приділяється «обмеженій раціональності».

Основні етапи алгоритмізації в процесі прийняті господарських рішень:

1. Аналіз та дослідження ситуації на підприємстві, збір необхідних даних.
2. Формування цілей на підприємстві та стратегії.
3. Вибір методу прийняття рішень.
4. Розробка алгоритму: послідовність дії.
5. Реалізація алгоритму: виконання алгоритму прийняті рішень за допомогою комп'ютерної техніки.
6. Оцінка результатів.

Отже, при алгоритмізації процесу прийняття господарських рішень необхідно враховувати різні фактори. Такі як: наявність даних, часові рамки, витрати на виконання алгоритму та інше.

Список використаних джерел:

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 728 с.
2. Iakovenko, V., Pavlov, R., Pavlova, T., Levkovich, O. (2023). Transformational Opportunities for Business Entities in the Circular Economy. *Lecture Notes in Management and Industrial Engineering*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-23463-7_6
3. Яковенко В.С., Ткаліч Д.К., Особливості механізму управління інноваційними процесами підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. №12. С. 93-98. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-93-98>

Канд. екон. наук Куряча Н. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ В БІЗНЕСІ

Термін дизайн-мислення почав активно застосовуватись у бізнесі починаючи з 1991 року, коли брати Келлі зі Стенфордського університету започаткували дизайнерську консалтингову компанію IDEO. Спочатку цей підхід використовувався виключно для створення фізичних об'єктів. Сьогодні його можна застосувати у різних сферах, наприклад в бізнесі або навіть в

особистому житті. В сучасній літературі, яка присвячена дизайн-мисленню розглядають окремі приклади застосування цього підходу в соціальній, підприємницькій, освітній та екологічній сферах. Н. Кросс характеризує особливості дизайн-мислення як здатність [1]:

- вирішувати нечітко визначені, складні, заплутані або wicked-проблеми;
- приймати стратегії, орієнтовані на рішення;
- використовувати абдуктивне та продуктивне мислення;
- використовувати невербальні засоби графічного/просторового моделювання, наприклад ескізи та створення прототипів.

Е. Піс називає дизайн-мислення одним із головних принципів «ощадливого стартапу» [2]. Сьогодні в літературі також висловлюються критичні оцінки дизайн-мислення через зверхність дослідження потреб клієнтів, відірваність здатності мислити як дизайнер від здатності виконувати дизайнерські проекти та зайву комерціалізацію методу [3; 4].

Термін дизайн-мислення почав активно використовуватись у бізнесі починаючи з 1991 року, коли брати Келлі зі Стенфордського університету адаптували методологію та започаткували дизайнерську консалтингову компанію IDEO – компанію, де дизайн-мислення є основною спеціалізацією [3; 4]. Цей метод, заснований на спостереженнях, експериментах і швидких змінах почав застосовуватись в бізнесі. Процес дизайн-мислення поділяється на 5 послідовних етапів: емпатія, визначення проблеми, ідеяція, прототипування, тестування.

Засновники методу відобразили основу практичної роботи інженерів і розписали основні етапи алгоритму, щоб це було зрозуміло і для людей творчих професій, і для представників бізнесу [3; 4]. Дизайн-мислення передбачає підхід до вирішення бізнес-завдань, заснований на експериментах і емпатії.

Особливістю застосування методу дизайн-мислення є робота над проектами в крос-функціональних командах. В роботу над проектом залучають на кожному етапі людей з компетенціями в різних сферах діяльності. Такий підхід збагачує креативну складову команди, збільшує кількість альтернатив для вирішення проблеми та дозволяє об'єднати всі підрозділи бізнесу навколо розуміння потреб клієнта. Емоційне включення людей та формування відчуття

приналежності до загальної місії та її розуміння. Такий підхід значно підвищує рівень довіри співробітників компанії та взаємодії між різними підрозділами та особистостями в колективі.

Для реалізації успішної бізнес-стратегії на підприємстві потрібно:

- придумати майбутнє;
- протестувати свої ідеї на практиці;
- вивести продукт на ринок.

Дизайн-мислення здатне удосконалювати виробництво товарів та послуг, для досягнення максимальної задоволеності споживача, створення позитивного клієнтського досвіду. Даний метод допомагає переосмислити внутрішні процеси на підприємстві і створити максимально мотивуючу середу для співробітників.

Найбільший ресурс у дизайн-мисленні – це помилки. Помилки говорять про те, як потрібно щось робити. І поки ви не зробите помилку, ви не зрозумієте що необхідно виправити. Що більше помилок ви робите, тим кращим у вас буде результат. Тому не бійтеся їх, адже це звичайний процес прийняття інноваційних рішень [3; 4].

Будьте допитливими, нічого не бійтеся і постійно намагайтеся щось дізнаватися нове. Спробуйте зрозуміти, як все влаштовано. Отримуйте веле-тенську кількість інформації і не зупиняйтеся, будьте допитливими. Що більше ви будете ставити собі питань, то більше креативних ідей у вас буде виникати.

Переваги застосування дизайн-мислення у бізнесі [3; 4]:

- допомагає бізнесу вирішувати складні проблеми;
- знижує ризики;
- підвищує ступінь задоволеності клієнтів, а також їх лояльність;
- генерує інноваційні;
- сприяє швидкому навчанню співробітників і розвитку компаній;
- покращує атмосферу в колективі і мотивує співробітників.

За допомогою сервісного дизайн-мислення можна передбачити очікування споживача при вході в магазин, готель або ресторан, під час перегляду веб-сайту, при взаємодії з колегами або під час влаштування на роботу. Даний спосіб мислення здатний змінювати світовідчуття учасників процесу, розвиває

інтелектуальні здібності людини. Інтерес до застосування емпатії як основного інструменту в процесі впровадження захоплює, змінює емоційний фон, спонукає переглядати індивідуальні цінності всіх учасників.

Список використаних джерел:

1. Cross N. Design Thinking: Understanding How Designers Think And Work. London; New York: Bloomsbury, 2013. 163 p.
2. Ries E. The Lean Start-up: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. NY: Crown Business, 2013. 328p.
3. Kolko J. The Divisiveness Of Design Thinking. ACM Interactions, 2018. May-June. URL: <http://interactions.acm.org/archive/view/may-june-2018/thedivisiveness>.
4. Vinsel L. Design Thinking Is Kind Of Like Syphilis-It's Contagious And Rots Your Brains. Medium. 2017. Dec. URL: https://medium.com/@sts_news/designthinking-is-kind-of-like-syphilis-its-contagious-and-rots-your-brains-842ed078af29.

Кучеров А. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Діагностика кризового стану підприємства є важливим етапом в управлінні бізнесом. Основна мета такої діагностики полягає в тому, щоб вчасно виявити ознаки кризи та запобігти подальшому зниженню фінансових показників. Для цього використовуються різні методи діагностики, які дозволяють виміряти ступінь кризового стану підприємства.

Для діагностики кризового стану підприємства і виявлення його причин, необхідно використовувати різні методи економічної діагностики. Нижче наведено кілька з найбільш ефективних методів:

1. Аналіз фінансової звітності. Цей метод полягає в оцінці фінансових показників підприємства, таких як баланс, звіт про прибутки і збитки, звіт про грошові потоки. За допомогою такого аналізу можна виявити проблеми з ліквідністю, рентабельністю та стійкістю підприємства до змін на ринку.

2. Аналіз конкурентоспроможності. Цей метод дозволяє оцінити позицію підприємства на ринку та визначити, чи відповідає його товар або послуга