

Гордєєва-Герасимова Л. Ю., Авсієнко В. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ В СОЦІАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Сучасні соціально-економічні виклики потребують пошуку нових підходів до вирішення суспільних проблем, серед яких особливе місце займає розвиток соціального підприємництва. Соціальне підприємництво поєднує підприємницьку діяльність із вирішенням соціальних та екологічних проблем, спрямовуючи частину прибутку на досягнення суспільно значущих цілей. У цьому контексті важливим інструментом створення інноваційних рішень виступає дизайн-мислення, яке орієнтується на потреби людини та сприяє формуванню ефективних соціальних інновацій.

Дизайн-мислення розглядається як людиноцентрований підхід до розроблення продуктів, послуг та управлінських рішень, що передбачає глибоке розуміння потреб користувачів, генерування нових ідей та їх подальше тестування у практичній діяльності. Як зазначають українські дослідники, використання дизайн-мислення сприяє підвищенню інноваційності підприємницької діяльності та створенню нових моделей соціально-економічного розвитку [1; 3].

У соціальному підприємстві дизайн-мислення відіграє особливу роль, оскільки дозволяє краще зрозуміти потреби цільових груп населення, які стикаються з певними соціальними проблемами. Соціальні підприємці використовують цей підхід для дослідження проблеми, формування альтернативних рішень і розроблення інноваційних соціальних продуктів або послуг. За результатами досліджень українських науковців, впровадження інноваційних управлінських підходів, зокрема дизайн-мислення, сприяє розвитку соціальних підприємств і підвищує їхню здатність до створення соціальної цінності [2].

Сам процес дизайн-мислення зазвичай відбувається у кілька послідовних етапів. Першим етапом є емпатія, тобто намагання зрозуміти людей, які стикаються з певною проблемою. На цьому етапі соціальні підприємці вивчають досвід користувачів, їхні потреби, очікування та труднощі, з якими вони стикаються у повсякденному житті. Такий підхід допомагає побачити проблему не лише з точки зору дослідника чи менеджера, а й з позиції людини, яка безпосередньо переживає ці труднощі. Наступним етапом є визначення проблеми. На основі

зібраної інформації формулюється чітке розуміння того, яка саме проблема потребує вирішення та які її основні причини. Це дозволяє звузити фокус дослідження та визначити ключові завдання, над якими необхідно працювати.

Після цього відбувається етап генерації ідей. У процесі колективного обговорення або творчих сесій учасники пропонують різноманітні варіанти можливих рішень. На цьому етапі важливо створити атмосферу відкритості та заохочувати навіть найбільш нестандартні ідеї, оскільки саме вони часто можуть стати основою для інноваційних соціальних проєктів. З великої кількості запропонованих ідей поступово відбираються ті, які мають найбільший потенціал для реалізації.

Далі розпочинається етап прототипування. Він передбачає створення спрощених моделей майбутнього продукту або послуги. Це можуть бути тестові версії сервісів, концепції програм, макети або інші інструменти, які допомагають перевірити, як працюватиме запропоноване рішення на практиці.

Останнім етапом є тестування. Створені прототипи пропонуються представникам цільової аудиторії, які можуть оцінити їхню зручність, корисність та ефективність. Отриманий зворотний зв'язок дозволяє вдосконалити рішення, усунути недоліки та зробити продукт або послугу більш адаптованими до реальних потреб людей. Таким чином, дизайн-мислення перетворюється на гнучкий і практичний інструмент, що допомагає соціальним підприємствам створювати ефективні та інноваційні рішення для вирішення актуальних соціальних проблем.

Використання дизайн-мислення сприяє підвищенню інноваційності соціальних підприємств, оскільки дозволяє поєднувати аналітичні та креативні підходи до розроблення рішень. Крім того, цей підхід забезпечує активне залучення зацікавлених сторін – користувачів, партнерів, громадських організацій та місцевих громад до процесу створення соціальних інновацій [3].

Таким чином, дизайн-мислення виступає ефективним інструментом розвитку соціального підприємництва, оскільки сприяє створенню інноваційних, людиноорієнтованих і життєздатних бізнес-моделей. Його застосування дозволяє соціальним підприємцям більш ефективно реагувати на виклики сучасного суспільства, формувати стійкі соціальні проєкти та забезпечувати довгостроковий позитивний вплив на розвиток суспільства.

Список використаних джерел:

1. Ачкасова О. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №37. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-40>.
2. Ільченко В. М., Бендюг Є. С. Соціальне підприємництво – інноваційний бізнес, що змінює суспільство. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2023. Т. 34(73), № 2.
3. Lopushnyak H., Bondarenko S., Dmytruk, S. (2024). Design thinking as a tool for transforming approaches to leadership development in the social sphere. *Social Development and Security*, 2024. № 14(4), С. 261-295. <https://doi.org/10.33445/sds.2024.14.4.21>.
4. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Алещенко В. І. Стратегічне управління як елемент організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 12. С. 30-34.

Гордєєва-Герасимова Л. Ю., Постоялкіна І. П.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА
В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Ефективне планування дає можливість підприємству завчасно передбачати можливі зміни у зовнішньому середовищі, правильно розподіляти доступні ресурси та послідовно рухатися до стратегічних результатів. У сфері торгівлі цей процес має особливе значення, оскільки діяльність таких підприємств значною мірою залежить від ринкових коливань, рівня конкуренції та швидких змін у поведінці споживачів. Для торговельних компаній вкрай важливо мати налагоджену систему планування, яка забезпечує гнучкість та стратегічну стійкість в умовах мінливого ринку.

Планування у торгівлі має свої особливості, оскільки саме цей сектор відзначається високою мінливістю та залежністю від купівельної активності клієнтів і дій конкурентів. Тому будь-які плани мають створюватися з урахуванням швидкого реагування на ринкові сигнали. Зміни тенденцій попиту, поява нових товарів чи коливання пропозиції вимагають, щоб торговельні підприємства постійно коригували свої дії. У цьому середовищі важливо мати здатність швидко змінювати підхід до продажів, асортименту та сервісу для підтримання конкурентоспроможності. Одним із ключових чинників стабільної роботи торговельного підприємства є правильне управління товарними запасами. Процес планування