

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Міжнародної економіки і менеджменту**

**Кафедра міжнародного менеджменту**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

Міжнародний бізнес

**Галузь знань**

07 Управління та адміністрування

**Спеціальність**

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Форма навчання: очна (денна)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

на тему «Дизайн-мислення у реалізації стартап-проєкту  
(на прикладі стартапу Elotia)»

*(назва теми)*

здобувача \_\_\_\_\_ Бугаєнко Аліни Олексіївни \_\_\_\_\_  
*(ПІБ, підпис)*

Науковий керівник: кандидат економічних наук

Власенко Олія Володимирівна

*(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)*

\_\_\_\_\_  
*(підпис)*

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації  
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: к.е.н., доцент Бурмака М.О.

\_\_\_\_\_  
*(підпис)*

**Київ 2024**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Міжнародний бізнес»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

ПОГОДЖЕНО

ЗАТВЕРДЖУЮ

Керівник проектної групи (гарант)  
освітньо-професійної програми

Завідувач кафедри

О.О. Євдоченко

М.О. Бурмака

20\_\_ р.

20\_\_ р.

## ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Бугаєнко Аліни Олексіївни

очної (денної) форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Дизайн-мислення у реалізації стартап-проекту (на прикладі стартапу Elomia)»

Тему затверджено наказом ректора Університету від «\_04\_» \_\_\_\_ 01 \_\_\_\_ 2024 р. № 19-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах з наукових робіт відомих вітчизняних та міжнародних дослідників, матеріали наукових журналів та періодичних видань, статистичні дані, результати експертних аналізів, економічні огляди, а також ресурси Інтернету

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1

Концепція дизайн мислення в розвитку стартапів, основні принципи та етапи

<b>Розділ 2</b>	Аналіз кейс-стаді застосування методів дизайн мислення в стартапі Elomia
-----------------	--

<b>Розділ 3</b>	Основні проблеми та пропозиції удосконалення процесів дизайн мислення
-----------------	---

<b>Об'єкт дослідження:</b>	діяльність компанії Elomia
----------------------------	----------------------------

<b>Предмет дослідження:</b>	теоретичні та прикладні аспекти аналізу застосування дизайн-мислення в процесах розвитку та управління стартапом
-----------------------------	--

<b>Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:</b>	аналіз застосування дизайн-мислення в контексті розвитку стартап-проекту Elomia, а також формування стратегії та рекомендацій удосконалення використання методології стартапом
---	--

**Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:**

<b>У розділі 1</b>	Збір даних стосовно методології дизайн-мислення в управлінні стартапів дослідження основних принципів та етапів дизайн-мислення аналіз використання дизайн-мислення у стартапах для підвищення ефективності управління оцінка впливу дизайн-мислення на інноваційні процеси в стартапах.
--------------------	--

<b>У розділі 2</b>	Аналіз бізнес-моделі обраного стартапу Elomia та його використання методів дизайн-мислення, дослідження дослідження конкурентних переваг компанії, позиціонування та перспектив розвитку на ринку ефективності процесів дизайн-мислення, оцінка загального інноваційного потенціалу компанії та ролі дизайн-мислення в його посиленні
--------------------	---

<b>У розділі 3</b>	Огляд загальної модифікації підходів до дизайн-мислення в стартапі, оцінка основних проблеми та викликів, з якими стикається команда при імплементації методології пропозицій щодо оптимізації та підвищення продуктивності процесів дизайн-мислення в Elomia майбутніх напрямків розвитку на базі запропонованих рекомендацій
--------------------	--

**Завдання підготував  
науковий керівник**

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Завдання одержав здобувач**

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## **Реферат**

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 54 сторінки, 1 таблицю, список використаних джерел з 32 найменувань, додатки

### **Дизайн-мислення у реалізації стартап-проєкту на прикладі стартапу Elomia**

*Об'єктом дослідження є діяльність стартапу Elomia як приклад реалізації інноваційного проєкту з використання методології дизайн-мислення в сучасному бізнес-середовищі.*

*Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти аналізу застосування дизайн-мислення в процесах розвитку та управління стартапом.*

*Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – аналіз застосування дизайн-мислення в контексті розвитку стартап-проєкту Elomia, а також формування стратегії та рекомендацій удосконалення використання методології стартапом.*

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- описати ключові принципи та етапи дизайн-мислення та проаналізувати роль дизайн-мислення у розвитку інноваційних стартапів;
- визначити, як Elomia використовує дизайн-мислення для розробки продуктів та послуг;
- проаналізувати основні проблеми та виклики, з якими стикається команда при імплементації методології;
- підготувати пропозиції щодо оптимізації та підвищення продуктивності процесів дизайн-мислення в Elomia;
- окреслити майбутні напрямки розвитку для Elomia на основі впровадження рекомендацій.

*Практичне значення отриманих результатів.* Покращення інноваційних процесів через впровадження та підвищення ефективності процесів дизайн-мислення в управлінні стартапом Elomia. Результати також є актуальними для українських підприємств, що працюють у сфері цифрових технологій та стартапів, та можуть допомогти їм адаптуватися до змін у поведінці споживачів та підвищувати свою конкурентоспроможність на глобальному ринку.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи: 2024.

Рік захисту роботи: 2024.

*Ключові слова:* дизайн-мислення, управління стартапами, інноваційні процеси, залученість користувачів, прототипування.

Відгук

про кваліфікаційну бакалаврську роботу  
здобувача освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес»  
факультету Міжнародної економіки і менеджменту

Бугасько Аліни Олександрівни

на тему «Дизайн-мислення у реалізації стартап-проскту (на прикладі стартапу Etoimia)»

1. Обґрунтування актуальності обраної теми, витриманість логічного ланцюга тема-об'єкт предмет-мета-завдання-висновки, відповідність побудови роботи її назві, взаємозв'язок назв розділів та підрозділів (0-10 балів): 10
2. Рівень рівень аналізу та повноти розгляду теоретичних концепцій, понятійного апарату досліджуваної предметної галузі; якість аналізу бібліографічних джерел; достатність глибини теоретичних досліджень за темою; цінність теоретичних висновків (0-10 балів): 10
3. Якість та глибина проведених аналітичних досліджень, застосування аналітичних розрахунків, якісного та кількісного аналізу, відповідність методів і засобів досліджень меті її завдання дослідження, коректність інтерпретації результатів дослідження (0-15 балів): 15
4. Оцінка результатів досліджень; обґрунтування напрямів, наявність альтернативних підходів до вирішення досліджуваної проблеми, можливість впровадження результатів дослідження, рівень обґрунтування запропонованих рішень (0-15 балів): 15
5. Чіткість, обґрунтованість, практичне значення, можливість реалізації висновків (0-10 балів): 10
6. Оформлення роботи та дотримання графіку виконання БДР (0-10 балів): 10
7. Позитивні сторони дипломної роботи: *Позитивним в роботі є те, що здалося важко проаналізувати основні проблеми та виклики з якими стикнулася команда при імплементації методології, окреслено перспективні напрями розвитку для Etoimia на основі впровадження рекомендацій*
8. Недоліки роботи: *Дипломна робота не має суттєвих недоліків. Робота виконана вчасно та з дотриманням графіку виконання.*

Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи (0-70 балів) 70 Допущення КБР до захисту перед ЕК

Науковий керівник *доцент, к. е. н. Вроссенко С. В.*  
(посада, учене звання, науковий ступінь)

*04 серпня 2024 р.* (підпис)

(прізвище, ініціали)  
*Вроссенко С. В.*

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>1. КОНЦЕПЦІЯ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ В РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ, ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЕТАПИ.....</b>	<b>6</b>
1.1 Визначення концепції та ключових принципів дизайн-мислення.....	6
1.2 Етапи процесу дизайн-мислення.....	10
1.3 Аналіз переваг та можливостей для розвитку стартапів за допомогою дизайн-мислення.....	17
<b>2. АНАЛІЗ КЕЙС-СТАДІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ У СТАРТАПІ ЕЛОМІА.....</b>	<b>20</b>
2.1 Характеристика обраного для аналізу кейс-стаді стартапу Elomia.....	20
2.2 Застосування дизайн-мислення в Elomia.....	26
2.3 Аналіз факторів успіху та викликів.....	28
<b>3. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ У СТАРТАПІ ЕЛОМІА.....</b>	<b>36</b>
3.1 Можливі недоліки використання методології дизайн-мислення у стартапі та стратегії їх вирішення.....	36
3.2 Можливі майбутні напрямки розвитку для Elomia на основі запропонованих рекомендацій.....	45
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>55</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>59</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Завдяки прогресу в технологіях, бар'єри для старту нових підприємств зараз нижчі, ніж будь-коли раніше. Проте різноманітні статистичні дослідження показують, що близько 80% стартапів не виживають протягом перших років існування, основною причиною чого є недостатньо чітко визначення проблеми, яку вирішує продукт. Водночас стартапи часто стикаються з глобальною конкуренцією та зміною поведінки споживачів. Важливість інновацій як стратегії для забезпечення конкурентоспроможності стимулює компанії до використання орієнтованих на користувача підходів, таких як дизайн-мислення. Ця методологія, яка закликає до співпереживання, визначення, ідеації, прототипування, тестування та ітерації, допомагає створювати продукти, які відповідають очікуванням та запитам цільової аудиторії.

Українська економіка все ще переживає період трансформації та інтеграції в світовий бізнес-простір, інноваційність та здатність до швидкої адаптації стають вирішальними факторами успіху. Стартап-екосистема також активно розвивається, але все ще стикається з рядом викликів, таких як обмежений доступ до фінансування, недостатність досвіду в комерціалізації інновацій та потреба в підвищенні кваліфікації кадрів. Враховуючи це, дослідження та впровадження дизайн-мислення в практику українських стартапів набуває особливої актуальності та може стати важливим чинником підтримки та розвитку їх інноваційного потенціалу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Концепція дизайн-мислення, сформована Тімом Брауном, Роджером Мартіном та Девідом Келлі, є ключовою для інновацій та вирішення складних проблем у різних сферах. За останні п'ять років з'явилося багато праць на цю тему, як у наукових виданнях, так і в популярних бізнес-журналах. Сучасні дослідження, зокрема

роботи Стефаноса Зеніоса та Метта Глікмана, аналізують її зв'язок із методами “бережливого стартапу” (lean startup). Цітра Курніаван та Пінакі Нандан Паттнайк також допомагають розширити обговорення дизайн-мислення в контексті інноваційного підприємництва. В Україні важливий внесок у вивчення стартапів зробили О.А. Гавриш, І.І. Горват-Янушевська, В.В. Іванова, О.Є. Кофанов та інші, досліджуючи різні аспекти дизайн-мислення, від ролі в освіті до маркетингових стратегій та управління проектами.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є аналіз застосування дизайн-мислення в контексті розвитку стартап-проекту Elomia, а також формування стратегії та рекомендацій удосконалення використання методології стартапом.

Для досягнення поставленої мети необхідне рішення наступних завдань:

- описати ключові принципи та етапи дизайн-мислення та проаналізувати роль дизайн-мислення у розвитку інноваційних стартапів;
- визначити, як Elomia використовує дизайн-мислення для розробки продуктів та послуг;
- проаналізувати основні проблеми та виклики, з якими стикається команда при імплементації методології;
- підготувати пропозиції щодо оптимізації та підвищення продуктивності процесів дизайн-мислення в Elomia;
- окреслити майбутні напрямки розвитку для Elomia на основі впровадження рекомендацій.

**Об'єктом дослідження** є діяльність стартапу Elomia як приклад реалізації інноваційного проекту з використанням методології дизайн-мислення в сучасному бізнес-середовищі.

**Предметом дослідження** є теоретичні та прикладні аспекти аналізу застосування дизайн-мислення в процесах розвитку та управління стартапом.

**Методи дослідження.** Методологічний підхід заснований на застосуванні комплексного набору наукових методів, що включає як загальнотеоретичні, так і спеціалізовані інструменти дослідження. Для теоретичної частини дослідження використовуються методи економічного, статистичного аналізу, системний підхід, дедукція та індукція, узагальнення, класифікація, та абстрагування. В практичній частині роботи застосовуються методи спостереження, порівняння, виміру, економіко-математичного моделювання та експерименту.

**Інформаційна база дослідження.** Основою теоретичного аналізу слугують роботи провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, інформація Інтернет-видань, веб-сайтів, статистична звітність та внутрішньофірмова інформація досліджувального стартапу Elomia, що дозволяє забезпечити наукову обґрунтованість та актуальність дослідження.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел і додатків. Основний зміст роботи викладено на 59 сторінках. Список використаних джерел налічує 32 найменування.

## **РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ В РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ, ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЕТАПИ**

### **1.1 Визначення концепції та ключових принципів дизайн-мислення**

Хоч термін "дизайн-мислення" деякий час використовувався в контексті архітекторів для посилання на їх дослідницькі процеси (Роу, 1987), він набув важливості у бізнесі та управлінні в двадцятому столітті [1, с.5]. Перші уявлення про дизайн-мислення в бізнесі висвітлювали методи та навички дизайнерів у бізнес-контекстах. Наприклад, Браун уявляв дизайн-мислення як "дисципліну, яка використовує чуттєвість та методи дизайнера для відповідності потребам людей з тим, що технологічно можливо та що може перетворитися в прибуткову бізнес-стратегію, цінність для клієнта та ринкову можливість" [2, с.86].

Проте, існує багато різних варіацій визначення дизайн-мислення. Дизайн-мислення - це підхід до творчого вирішення проблем, який широко визнається як цінний курс до інновацій продуктів, спрямованих на людину. Його називали методологією, культурою та філософією. Однією з найважливіших проблем у дослідженні дизайн-мислення є складність точного визначення концепції через наявність численних різних інтерпретацій та поглядів. Розглянемо деякі з визначень дизайн-мислення:

- "Інноваційний процес, орієнтований на людину, який підкреслює спостереження, співпрацю, швидке навчання, візуалізацію ідей, швидке прототипування концепцій та одночасний бізнес-аналіз" [3, с.5].
- "Це захоплюючий новий парадигма для вирішення проблем у багатьох професіях" [4, с.521].
- "Людино-орієнтований підхід до інновацій, заснований на тих, як мислять та працюють дизайнери" [5 с.38].

- "Дизайн-мислення включає підхід до вирішення проблем, який використовує інструменти, традиційно використовані дизайнерами комерційних продуктів, процесів та середовищ" [6, с. 2274].
- "Спосіб уявлення, переосмислення та виконання дій для вирішення різних проблем шляхом гармонізації бажаності користувача, економічної життєздатності та технологічної можливості" [7, с.646].
- "Формальний метод для творчого вирішення проблем з метою сприяння інноваціям" [8, с.605].

Дизайн-мислення виникло з неспроможності великих корпорацій бути креативними і створювати нові продукти та послуги, які задовольняють нетипові потреби їхніх клієнтів. У своїй основі методологія виникає з і обертається навколо клієнта. Процес дизайн-мислення враховує етнографічні характеристики людей, їх поведінку, мислення, мотивації, звички та потреби.

Від архітектури та інженерії до технологій та послуг, компанії різних галузей впроваджують методологію, щоб забезпечити інновації та вирішити складні проблеми. У дизайн-мисленні міжфункціональні команди спільно працюють, щоб зрозуміти потреби користувачів та створити рішення, що відповідають цим потребам. Більше того, процес дизайн-мислення допомагає відкривати творчі рішення.

Процес дизайн-мислення спрямований на задоволення **трьох критеріїв**: бажання (що люди бажать?), технологічної можливості (чи технічно можливо побудувати рішення?) і економічної життєздатності (чи може компанія здобути прибуток від рішення?).

**Задоволення потреб людей** - основоположний фактор методології. Процес дизайн-мислення розпочинається з огляду на потреби, мрії та поведінку людей - кінцевих користувачів. Команда слухає з емпатією, щоб зрозуміти, чого

хочуть люди, а не те, що організація вважає, що вони хочуть чи потребують. Потім команда думає про рішення для задоволення цих потреб з точки зору кінцевого користувача.

Другим критерієм рішення за дизайн мислення є його **технологічна можливість**. Як тільки команда визначає одне або кілька рішень, вони визначають, чи може організація їх впровадити. Теоретично, будь-яке рішення є можливим, якщо у організації є необмежені ресурси та час для розробки рішення. Однак, враховуючи поточні (або майбутні ресурси) команда оцінює, чи варто переслідувати рішення. Вона може вносити ітерації у рішення, щоб зробити його більш можливим або планувати збільшити свої ресурси (наприклад, найняти більше людей або придбати спеціалізоване обладнання). На початку процесу дизайн-мислення стартапу не слід занадто захоплюватися технічною реалізацією та продуктоцентризмом. Якщо команди починають з технічних обмежень, вони можуть обмежити інновації.

Останній, але не за значимістю критерій - це **економічна життєздатність**, тобто можливість стабільної генерації прибутків. Бажання і технічно можливий продукт не достатні. Організація повинна мати змогу генерувати доходи та прибутки від рішення. Лінза життєздатності є важливою не лише для комерційних організацій, але і для неприбуткових організацій [9, с.5-21].

Традиційно компанії починають з можливостей або життєздатності, а потім намагаються знайти проблему, яка підходить для рішення та випускають її на ринок. Дизайн-мислення перевертає цей процес та визначає, що команди починають з бажання, а потім використовують інші два окуляри пізніше.

Дизайн-мислення опирається на ряд фундаментальних **принципів**, які формують його основу та направляють процес інновацій:

→ **Емпатія:** цей принцип підкреслює важливість вміння вживатися в положення кінцевого споживача, з метою глибокого розуміння його потреб та переживань. Емпатія дозволяє командам відчувати, що відчуває користувач, та розробляти рішення, які справді резонують з їх очікуваннями [10, с.25-27].

→ **Колаборація:** дизайн-мислення передбачає, що інновації народжуються у співпраці. Об'єднуючи зусилля спеціалістів різного профілю, можна знаходити комплексні рішення, які враховують різні аспекти проблеми [10, с.43-45].

→ **Ітераційність:** принцип ітеративності означає неперервний процес поліпшення через створення прототипів та їх тестування. Це підхід, що дозволяє поступово вдосконалювати ідеї, знаходячи найефективніші рішення.

→ **Орієнтованість на людину:** в центрі дизайн-мислення завжди знаходяться потреби та бажання кінцевого користувача.

→ **Експериментальність:** стимулювання до експериментів та готовність до ризику є ключовим для досягнення інновацій. Цей принцип заохочує випробовувати нові ідеї та підходи, навіть якщо вони здаються ризикованими [10, с.55-57].

Впровадження дизайн-мислення в організацію приносить множину користі, починаючи з підтримки інновацій. Цей підхід відкриває двері до креативного мислення, стимулюючи команду виходити за рамки звичайного і обмінюватися ідеями вільно та без обмежень. Таке середовище може трансформувати організацію, виводячи на світло революційні рішення для складних викликів.

Клієнтоорієнтованість дизайн-мислення гарантує високий рівень задоволеності споживачів. Центруючись на потребах користувачів через емпатію, ідеяцію та прототипування, цей підхід забезпечує виробництво

продуктів, які не лише відповідають, але й перевершують очікування клієнтів. Такий підхід сприяє підвищенню лояльності та вірності клієнтів.

Нарешті, універсальність дизайн-мислення робить його цінним інструментом для всіх членів організації, незалежно від спеціалізації. Від дизайнерів до керівників, кожен може застосовувати принципи дизайн-мислення для вирішення завдань та досягнення інновацій. Також цей підхід сприяє міждисциплінарній співпраці, дозволяючи командам з різних відділів об'єднувати свої зусилля для розробки творчих рішень складних задач [11, с.6].

## 1.2 Етапи процесу дизайн-мислення

Процес дизайн-мислення є ітеративним і не обмежується строгою послідовністю, може включати від трьох до семи етапів залежно від джерела. Надалі в роботі розглядається модель з п'яти етапів, яку пропонує Інститут дизайну Гассо Платтнера при Стенфордському університеті, визнаний світовим лідером у навчанні та застосуванні дизайн-мислення. Згідно з їх класифікацією, існують наступні етапи дизайн-мислення: співпереживання, визначення, ідеяція, прототипування та тестування. Ці фази не завжди є послідовними, тобто вони не обов'язково мають слідувати за якимось конкретним порядком і можуть повторюватися ітеративно, щоб вдосконалювати наші рішення в процесі.

**Фаза 1: Емпатія.** Емпатія становить основу процесу. На цьому етапі відбувається розуміння цільової аудиторії у рамках поставленого завдання, спрямованого на осмислення того, як вони виконують свої дії та чому, які вони мають фізичні та емоційні потреби, як сприймають світ та що для них має значення. У контексті дизайн-мислення, проблеми, які підлягають вирішенню, зазвичай належать не самим розробникам, а певній іншій групі людей, тому для

проектування рішень необхідно зрозуміти майбутніх користувачів та їх цінності.

Спостереження за діями людей та їхньою взаємодією з оточенням надає важливі підказки щодо їхніх думок і почуттів, а також допомагає виявити їх справжні потреби. Зафіксувавши фізичні прояви їхнього досвіду - те, що вони роблять і говорять, можливо отримати уявлення про глибше значення цих досвідів в їх житті та намагатись відкрити нові інсайти. Саме вони стають напрямком для розробки інноваційних рішень. Виявлення таких інсайтів є складнішим процесом, ніж може здатися, через природню тенденцію мозку фільтрувати інформацію. Тому необхідно вчитися сприймати інформацію "новими очима", що є сутністю емпатії.

Також безпосереднє спілкування з людьми відкриває значний обсяг інформації про їх сприйняття світу та цінності. Історії, якими люди діляться під час глибинних інтерв'ю, та їхні слова про власні дії, навіть якщо вони відрізняються від реальності, відображають їхні глибоко вкорінені переконання. Під час аналізу спілкування та спостережень за користувачами важливо виявляти та задокументовувати виявлені шаблони та аномалії, ставлячи питання "чому" для кращого розуміння мотивів і контексту їхньої поведінки. Також корисним є використання карти емпатії та карт користувацького шляху як джерела даних та створення портрету клієнта.

***Отже, процес емпатії складається з наступних аспектів:***

- ***Спостереження.*** Важливо спостерігати за користувачами в контексті їхнього життя, виходячи за рамки простих інтерв'ю.
- ***Залучення.*** Це може бути названо інтерв'юванням, але насправді воно повинно бути схоже на вільну розмову. Задавання питань і провокування історій допомагає виявити глибше значення досвіду людей.

- **Спостереження та слухання.** Поєднання спостереження і залучення, наприклад, прохання показати, як виконується завдання, дозволяє краще зрозуміти мотивацію та думки людей.

Процес "розпакування" дозволяє обробити зібрану інформацію, поділитися знахідками з командою та виявити ключові моменти у візуальній формі. Це перший крок до синтезу отриманої інформації, що веде до стадії "Визначення".

**Фаза 2. Визначення.** На етапі визначення у дизайнерському процесі відбувається уточнення та зосередження на певних досліджувальних аспектах. Цей момент є важливим для дизайн-мислителів, оскільки він вимагає від них конкретизувати виклик, перед яким вони стоять, виходячи з набутих знань про користувача та контекст. Отримавши великий обсяг інформації та глибоко занурившись у тему, на цьому етапі команда має прагнути систематизувати та осмислити зібрані дані.

Метою цього етапу є створити чітке та змістовне формулювання проблеми, яке називають точкою зору. Це керівне твердження має базуватися на глибоких інсайтах та потребах певної групи користувачів. Важливо розуміти, що інсайти зазвичай не з'являються самі по собі; вони є результатом аналізу та синтезу зібраної інформації, що дозволяє виявити зв'язки та шаблони. Таким чином, етап визначення слугує для осмислення отриманих даних. Цей етап має ключове значення для дизайн-процесу, адже він кульмінує у визначенні точки зору – вираження конкретної проблеми, на розв'язання якої будуть спрямовані подальші зусилля. Важливість точки зору полягає у визначенні найбільш відповідного виклику для адресації, адже звуження фокусу зазвичай сприяє генерації більшої кількості якісних ідей.

Перехід від етапу визначення до ідеяції означає перехід від конкретизації виклику до активного пошуку рішень. Вдало сформульована точка зору спонтанно веде до генерації ідей, перевіряючи її силу та актуальність. Підготовка списку тем для мозкового штурму, які впливають із сформульованої проблеми, дозволяє зосередитись на різних аспектах виклику та ефективно генерувати переконливі ідеї.

**Фаза 3. Ідеяція.** Стадія ідеяції описує фазу дизайнерського процесу, в якій основна увага приділяється генерації ідей. Ідеяція дозволяє перейти від визначення проблем до створення рішень для користувачів. Особливо на початкових етапах проекту, ідеяція зосереджена на генерації найширшого спектру ідей, серед яких потім можна вибрати найкраще рішення. Визначення оптимального рішення відбувається пізніше, завдяки тестуванню користувачів та отриманню зворотного зв'язку.

*Різні методи ідеяції застосовуються для того, щоб:*

- Вийти за рамки очевидних рішень, тим самим підвищуючи інноваційний потенціал.
- Максимізувати використання колективних перспектив та сильних сторін команд.
- Виявити несподівані напрямки дослідження.
- Створити обсяг (кількість) та гнучкість (різноманітність) інноваційних опцій.

Ідеяція передбачає комбінування свідомого та підсвідомого розуму, раціональних думок з уявою. Наприклад, під час мозкового штурму використовується синергія групи для досягнення нових ідей на основі чужих ідей. Введення обмежень, оточення надихаючими матеріалами, та прийняття

непорозумінь дозволяють дійти далі, ніж це було б можливо, просто обмірковуючи проблему.

**Фаза 4. Протипування.** Одним із методів ідеяції є також прототипування – створення фізичного об'єкта може спонукати до появи нових ідей. Існують і інші методи ідеяції, такі як бодістормінг, ментальне картування, та скетчинг. Однак, спільною темою для всіх цих методів є відкладення оцінки – тобто розділення генерації ідей від їх оцінювання. Це дозволяє дійти до креативних рішень, одночасно заспокоюючи раціональну сторону з усвідомленням, що аналіз заслуг буде проведено пізніше.

Щоб не втратити інноваційний потенціал, сгенерований під час ідеяції, рекомендується процес обережного вибору, за допомогою якого декілька ідей просуваються до етапу прототипування, зберігаючи таким чином інноваційний потенціал. Команді слід визначити три критерії голосування (можливо, "найбільш імовірно зачарує", "раціональний вибір", "найбільш несподіваний" як потенційні критерії), щоб використовувати їх для голосування за різні ідеї, сгенеровані під час мозкового штурму. Ідеї, які отримують найбільше голосів, просуваються до прототипування, зберігаючи таким чином потенціал інновацій шляхом розвитку декількох ідей — підхід, який кардинально відрізняється від вибору однієї ідеї, яка отримала підтримку більшості команди.

Стадія прототипування у дизайн-процесі характеризується ітеративним створенням артефактів, які мають на меті відповідати на запитання, наближаючи до фінального рішення. На ранніх етапах проекту запитання можуть бути загальними, як-от: "Чи цікавить користувачів конкурентна кулінарія?". У такі моменти рекомендується створювати прості прототипи, виготовлення яких є швидким і недорогим, але вони здатні згенерувати корисний зворотний зв'язок від користувачів та колег. На більш пізніх етапах, як сам прототип, так і поставлені запитання стають більш деталізованими.

Наприклад, може бути створений прототип на більш пізній стадії проекту з метою визначити: "Як користувачам більше подобається готувати, використовуючи голосові чи візуальні команди?".

Прототипи можуть включати різноманітні форми, від стіни з пост-іт нотатками до складних пристроїв, рольових ігор або сценаріїв. Оптимально, коли користувачі можуть безпосередньо взаємодіяти з прототипом.

Використання сценаріїв для демонстрації концепції є корисним, однак залучення користувачів у рольову гру в створеному фізичному середовищі може сприяти глибшому вивченню емоцій та реакцій.

Прототипування відіграє ключову роль у розв'язанні проблем та ідеяції, дозволяючи "думати через створення". Він також дає можливість швидко зазнавати невдач з мінімальними затратами, дозволяючи тестувати різні ідеї без значних витрат ресурсів. Створення прототипів передбачає безпосередній перехід від ідеї до її фізичної реалізації, навіть без повної впевненості у кінцевому результаті. Важливо не витратити занадто багато часу на розробку одного прототипу та бути готовими відмовитися від ідеї на користь нових спроб. Визначення конкретного аспекту, який тестується за допомогою прототипу, сприяє зосередженості на конкретних запитаннях і отриманні відповідей.

Режими прототипування та тестування тісно пов'язані, часто переходячи один в одного без чіткої межі. Планування та проведення тестування вимагає ретельного визначення цілей та методів отримання зворотного зв'язку, щоб забезпечити найбільш ефективний збір інформації та вдосконалення дизайну.

**Фаза 5. Тестування.** На стадії тестування відбувається залучення зворотного зв'язку від користувачів щодо розроблених прототипів, що відкриває додаткову перспективу для глибшого розуміння цільової аудиторії. Відмінно від

первинного етапу емпатії, на цій фазі процесу дизайну вже здійснено детальнішу проробку проблеми та розроблено прототипи для їх випробування. Такий підхід дозволяє зосередити увагу на взаємодії з користувачами, не обмежуючись лише оцінкою їх реакції на пропоновані рішення. Замість цього, акцент робиться на постійному пошуку відповідей на питання "Чому?" для збору інформації про користувачів, їхні потреби та можливі шляхи вирішення проблем.

Ідеальним є проведення тестування в умовах, максимально наближених до реальних життєвих ситуацій користувачів. Це може бути використання фізичного об'єкта у звичному середовищі користувача або створення специфічного сценарію, що імітує реальні умови використання. Тому демонстрація має відбуватись без зайвих пояснень та бути зосередженою на безпосередньому досвіді користувачів з прототипом та їхніх реакціях на нього. Також корисним може бути порівняння різних прототипів користувачами для виявлення прихованих потреб та уподобань.

***Основними завданнями на етапі тестування є:***

- Вдосконалення прототипів та рішень через ітерацію, що може включати повернення до початкових етапів розробки.
- Поглиблення розуміння користувачів та розвиток емпатії за допомогою спостереження та активної взаємодії, що часто призводить до отримання неочікуваних інсайтів.
- Уточнення точки зору на проблему, оскільки тестування може виявити некоректне формулювання проблеми або помилки у визначенні потреб користувачів.

Тестування виступає не тільки як засіб перевірки функціональності та ефективності прототипів, але й як інструмент збору глибоких знань про

користувачів, їхні вподобання та очікування. Цей етап є критично важливим для адаптації та вдосконалення рішень, забезпечуючи їх відповідність реальним потребам та бажанням цільової аудиторії [12, с. 1-6]

### **1.3 Аналіз переваг та можливостей для розвитку стартапів за допомогою дизайн-мислення**

Зазвичай ресурси стартапу є доволі обмеженими, дизайн-мислення ж допомагає команді правильно сфокусувати їх на реалізацію ефективних рішень точно сформованих проблем користувачів. Це також стосується великих корпорацій, де процес розробки нових продуктів часто вимагає значних інвестицій. IEEE, найбільша технічна професійна організація у світі, у статті "Чому програмне забезпечення зазнає невдач", оцінює, що сума, витрачена на ІТ-проекти по всьому світу, становить приблизно 1 трильйон доларів на рік. Згідно з їх звітом, з 12 основних причин, чому проекти не вдаються, три пов'язані з невдачею у дизайні та неправильне розуміння потреб користувача [13, с.48-49]. Впровадження принципів дизайн-мислення дозволяє значно скоротити витрати, орієнтуючись на розробку рішень, які безпосередньо відповідають потребам цільової аудиторії. Економічність також досягається через ітеративне тестування та використання масштабованих прототипів, що дозволяє залишатися в межах бюджету на всіх етапах розробки.

Водночас, дизайн-мислення має значний позитивний вплив на стартапи, сприяючи культурі інновацій, швидкому виявленню та вирішенню проблем, забезпечуючи при цьому, щоб продукти та послуги були орієнтовані на користувача. Цей підхід допомагає розвивати унікальні торгові пропозиції, створювати ефективні мінімально життєздатні продукти, ітерувати на основі зворотного зв'язку від користувачів та економити ресурси. Більше того, він підвищує гнучкість, приваблює та утримує таланти, забезпечуючи при цьому

концентрацію стартапів на потребах клієнтів, що призводить до кращих і більш успішних продуктів та послуг.

В динамічному світі стартапів застосування дизайн-мислення вже довело свою ефективність як каталізатор інновацій та успіху. Перш ніж стати глобальною платформою для розміщення, Airbnb мав труднощі з набуттям популярності. Дизайн-мислення відіграло ключову роль у їх успіху. Засновники Браян Ческі та Джо Геббія використали дизайн-мислення для розуміння проблем господарів та гостей, проводили особисті інтерв'ю, створювали прототипи оголошень і ітерували на основі зворотного зв'язку. Сьогодні дизайн, орієнтований на користувача Airbnb, трансформував індустрію подорожей [14]. Але також багато інших компанії на кшталт Pinterest, Dropbox, Nest, Slack, Uber та Zappos застосовують дизайн-мислення у своїй роботі. Вони показали, наскільки важливий орієнтований на користувача підхід для подолання викликів та завоювання ринкових можливостей. Насправді дизайн-мислення не обмежується лише стартапами. Воно знаходить застосування у різноманітних організаціях, включаючи великі корпорації, благодійні фонди, урядові установи, та освітні інституції, допомагаючи їм розробляти рішення, які точніше відповідають потребам їх аудиторії. Наприклад, Bank of America виявив, що однією з перепон на шляху до заощаджень для їх клієнтів є складність у плануванні цих заощаджень. Хоча багато людей мають намір заощаджувати гроші, не всі активно користуються заощаджувальними рахунками. Впровадивши дизайн-мислення та співпрацюючи з клієнтами, банк розробив систему "округлення" платежів. Ця ініціатива дозволяє клієнтам автоматично округлювати суми своїх транзакцій до найближчого цілого числа та переказувати різницю на заощаджувальний рахунок. Такий підхід істотно збільшив використання заощаджувальних рахунків, пропонуючи клієнтам інноваційне рішення, про необхідність якого вони до того могли й не замислюватися [15].

В епоху цифрових технологій стартапи мають доступ до множини вправ і методик, похідних від концепції дизайн-мислення, які значно покращують процес розробки продуктів та послуг. Створення емпатійних карт допомагає стартапам зануритися в переживання та проблеми своїх клієнтів, поглиблюючи розуміння їхніх потреб. Використання діаграм причин та наслідків ефективно візуалізує, як бізнес-рішення впливають на відгуки споживачів, що є ключовим для стратегічного планування [16, 46]. Вправа "шлях користувача" використовується для відображення кроків, які користувач проходить при взаємодії з продуктом чи послугою, виявляючи ключові моменти задоволення та фрустрації. Крім того, розробка персонажів користувачів дозволяє стартапам точно налаштувати свої рішення на відповідність конкретним потребам клієнтів. Також такі вправи, як "Брейнштормінг", "SCAMPER" (метод, що включає заміну, комбінування, адаптацію, модифікацію, покладання на інші властивості, використання для інших цілей, видалення та переорганізацію елементів ідей), і "шість капелюхів мислення" Едварда де Боно забезпечують різноманітні перспективи на проблему і сприяють генерації ідей [17,

У процесі дизайн-мислення стартапи підкріплюють вправи з розробки широким спектром цифрових інструментів. Typeform, InVision та MindMeister оптимізують збір та організацію даних. Аналітичні інструменти, такі як Smarply, Userforge, та MakeMyPersona, узагальнюють інформацію про користувачів для глибшого аналізу. Для генерації ідей SessionLab, Stormboard та Ideaflip пропонують різноманітні підходи до брейнштормінгу. Інструменти Boords, Sketch та POP app від Marvel допомагають в візуалізації та ітерації концепцій. Інтегровані платформи, як Sprintbase та Mural, зливають ці інструменти в єдину екосистему, спрощуючи перехід від ідеї до впровадження [18].

## **РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАНОГО ДЛЯ АНАЛІЗУ КЕЙС-СТАДІ СТАРТАПУ ELOMIA**

### **2.1 Огляд основних параметрів та історії розвитку Eloomia**

Eloomia, заснована студентами Харківського політехнічного інституту Тарасом Погребняком та Михайлом Маркевичем у 2019 році, — це компанія у сфері охорони здоров'я, що спеціалізується на послугах психічної допомоги

[19]. Вона розробила AI-чат-бота, який виступає в ролі віртуального терапевта, пропонуючи допомогу та підтримку у вирішенні таких проблем, як анксіозність, стрес, депресія та емоційне вигорання. Цей чат-бот, який відповідає стандартам GDPR та HIPAA, пропонує альтернативу традиційним психотерапевтичним послугам, доступну навіть тим, хто стикається з перешкодами через вартість або суспільну стигматизацію [20].

Проект виник на основі переконання про необхідність інновацій у сфері психологічних послуг. Початкова ідея Тараса Погребняка була надихнута його власним досвідом розробки чат-ботів для соціальних мереж, а також викликами, з якими він зіткнувся, шукаючи доступ до якісної психологічної допомоги. Не знайшовши задовільного рішення, Погребняк вирішив створити власний сервіс, що б сполучав переваги штучного інтелекту з професійною психологічною допомогою.

З моменту заснування, Elomia пройшла шлях від концепції до реалізації. Стартап отримав підтримку від різних організацій, у тому числі UNICEF та венчурного фонду Степана Черновецького, що дало можливість для подальшої розробки та впровадження. Одним із ключових кроків стало створення унікального датасету, заснованого на діалогах з реальних психологічних сесій, що стало фундаментом для навчання нейромережі [19].

Elomia використовує техніки активного слухання та емпатії, інтегровані в алгоритми ШІ, для надання підтримки користувачам. Незважаючи на технологічні виклики, такі як обмеження обчислювальної потужності та збереження контексту довгих діалогів, стартап демонструє потенціал для революціонізації підходів до психологічної допомоги, пропонуючи доступну та цілодобову підтримку.

Наразі Elomia продовжує розширювати свої технологічні можливості через співпрацю з провідними ШІ-платформами, такими як OpenAI. Мета - інтегрувати більш потужні алгоритми для поліпшення якості взаємодії з

користувачами та розширення функціональності додатку. Стартап прагне до збільшення аудиторії та комерціалізації продукту, а також до подальшого впровадження інноваційних рішень у сфері ментального здоров'я. Чат-бот для психічного здоров'я Elomia доступний англійською, німецькою, іспанською та португальською мовами та наразі команда працює над українською версією.

Elomia використовує передові AI-технології, включаючи RoBERTa(NER) для виявлення імен і місць, COSMIC для розпізнавання емоцій, DIALOGPT для створення відповідей, DistilBERT (SQuAD) для визначення релевантної інформації в діалозі та GECToR для граматичної перевірки. Це дозволяє чат-боту ідентифікувати ключові психологічні проблеми користувачів та пропонувати відповідну підтримку через методи першої допомоги та когнітивно-біхевіоральну терапію.

Згідно з дослідженням, чат-бот Elomia демонструє ефективність у зниженні рівня анксіозності, депресії та негативних емоційних станів у порівнянні з самостійними методами самоаналізу. Він пропонує вправи для розслаблення, поліпшення сну, концентрації уваги, зниження тривожності та підвищення самооцінки, а також адаптує допомогу відповідно до індивідуальних потреб користувачів [21].

Окрім персонального використання, Elomia пропонує рішення для організацій, дозволяючи масштабувати підтримку психічного здоров'я для пацієнтів, членів або співробітників. Чат-бот може бути інтегрований з існуючими програмами підтримки або вбудований в веб-сайти та додатки. Завдяки патентованій AI-технології, користувачі використовують Elomia в 2,5 рази частіше порівняно з іншими подібними сервісами.

Що стосується конфіденційності, Elomia ніколи не зберігає жодних деталей, які можуть розкрити ідентичність користувачів, дозволяючи їм залишатися інкогніто. Користувачі можуть вибрати можливість назавжди видалити свою історію чату. Чат-бот не надає діагнозів чи лікування та не

замінює терапевта, але може забезпечувати постійну підтримку для догляду за емоційним здоров'ям користувачів. Він може ефективно доповнювати терапію або інші види лікування, якщо користувач консультиється з лікарем [20].

Важливо зазначити, що чат-бот Elomia не замінює професійну терапію, але може стати додатковим інструментом для підтримки емоційного благополуччя. Він не ставить діагнозів чи не пропонує лікування, але може ефективно допомагати в поєднанні з іншими методами лікування. Чат-бот доступний цілодобово, дозволяє користувачам видаляти історію спілкування для забезпечення конфіденційності та пропонує трьохденний пробний період перед підпискою на платний доступ.

Компанія наразі працює над покращенням **бізнес-моделі** та вже залучила своїх перших передплатників через додаток, із щомісячною активністю користувачів (MAU) на рівні 42%, збереженням користувачів за 1 день на рівні 43% та за 30 днів на рівні 18%. Elomia пропонує пробну передплату на 3 дні та має три типи передплат: автопоновлювану місячну передплату, автопоновлювану річну передплату та довічну передплату.

Ринок цифрових психологічних послуг, до якого належить Elomia, є важливою частиною глобальної індустрії eHealth. Він охоплює використання інформаційних та комунікаційних технологій для надання психологічної підтримки через Інтернет і мобільні додатки, включаючи чат-боти на основі штучного інтелекту та онлайн-платформи для зв'язку з ліцензованими терапевтами. Розвиток цього ринку значно прискорився в період пандемії COVID-19 через зростання попиту на онлайн-послуги з ментального здоров'я, оскільки люди шукали зручні та безпечні способи отримати підтримку в умовах карантинних обмежень.

Однак ринок стикається з викликами, зокрема з необхідністю забезпечення конфіденційності даних користувачів та етичного використання

штучного інтелекту. Важливим аспектом є також доведення ефективності цифрових інструментів у порівнянні з традиційними методами психотерапії.

За оцінками аналітиків, **розмір ринку** цифрових послуг ментального здоров'я становив кілька мільярдів доларів із прогнозованим середньорічним темпом зростання (CAGR) близько 20-30% на наступні роки [22]. Це зростання підживлюється збільшенням усвідомлення важливості ментального здоров'я, технологічними інноваціями та зростаючою доступністю інтернету і мобільних технологій. Попри виклики, перспективи ринку цифрових психологічних послуг виглядають обнадійливо, відкриваючи нові можливості для покращення доступу до якісної підтримки ментального здоров'я на глобальному рівні.

Згідно з дослідженням Polaris Market Research, ринок ШІ в охороні здоров'я оцінювався у 32.34 мільярда доларів США у 2023 році і очікується, що досягне 431.05 мільярда доларів США до 2032 року, зростаючи з середньорічним темпом зростання (CAGR) 38.2%. Ринок сегментований на основі платформи, технології, застосування, кінцевого використання та регіону. Серед ключових гравців на ринку - Amazon Web Services, Atomwise та Babylon Health [23]. Чат-бот Elomia є частиною ринку ШІ в охороні здоров'я, зосереджуючись спеціально на послугах ментального здоров'я.

**Цільова аудиторія** Elomia — це особи, які шукають підтримку у сфері психічного здоров'я, зокрема ті, хто відчуває тривогу, депресію, низьку самооцінку, самотність, проблеми у відносинах, вигорання на роботі та проблеми зі сном. Elomia обслуговує різні вікові групи. Elomia також розроблена таким чином, щоб визначати, коли людині потрібно більше, ніж просто чат-бот, і перенаправляти її до відповідних ресурсів, таких як терапевт або гарячі лінії. Хоча результати пошуку не згадують явно про ефективність чат-бота для різних вікових груп, дослідження з 412 волонтерами віком від 19 до 23 років показало, що Elomia може допомагати з більш ніж 44 типами проблем, і для деяких типів проблем вона є такою ж ефективною, як терапевт.

Регулярне використання Elomia показало значне зниження високих тенденцій до депресії (до 28%), тривожності (до 31%) та негативних емоцій (до 15%). Elomia забезпечує економію до \$1,377 на особу на рік, дозволяючи звертатися до ширшого кола клієнтів, включаючи традиційно недопомогутих і тих, хто проживає в регіонах з дефіцитом терапевтів.

Статистика свідчить про тривожний тренд: до 40% працівників відчувають симптоми депресії або анксіозності. Проте лише невеликий відсоток з них — менш ніж 7% — звертається за спеціалізованою програмою підтримки через стигматизацію, недостатнє усвідомлення проблеми та обмеження в часі. Відсутність належної підтримки призводить до того, що люди зволікають із зверненням за допомогою, що лише погіршує їхній стан і подовжує процес одужання. Неадресована депресія та анксіозність щороку коштують компаніям в середньому \$580 на працівника через прогули, втрату продуктивності та флуктуацію кадрів [24].

Також Elomia відокремлює роботодавців та постачальників психологічної допомоги в окремі **сегменти цільової аудиторії**. Elomia пропонує рішення, доповнюючи традиційні програми підтримки співробітників (EAP) шляхом надання анонімної, цілодобової підтримки для осіб, які стикаються з різноманітними проблемами — від тимчасових труднощів до симптомів серйозних психічних розладів. Спілкуючись зі штучним інтелектом Elomia, люди не відчувають страху бути осудженими, що спонукає їх робити перші кроки до лікування значно раніше. Elomia дозволяє підприємствам економити до \$580 на рік на кожного співробітника, покращувати продуктивність і збільшувати лояльність персоналу завдяки наданню більш конфіденційної підтримки, ніж це дозволяють традиційні програми EAP. Elomia може миттєво масштабуватися без чекання в чергах і налаштовуватися для вирішення унікальних викликів конкретної компанії.

Інтеграція поведінкового здоров'я в первинну медичну допомогу стикається з викликами, пов'язаними з кризою робочої сили, зниженням прибутковості, довгими списками очікування та неохотою пацієнтів звертатися за допомогою. Elomia є інноваційним інструментом, який оптимізує залучення команди та допомагає досягти інтеграції поведінкового здоров'я, надаючи негайний доступ до психічної підтримки, де б не знаходилися клієнти. Elomia дозволяє команді швидко реагувати на потреби пацієнтів, зберігати їх кількість і збільшувати доходи до 17%, легко інтегруючись у існуючі процеси, щоб покращити доступ пацієнтів і досвід роботи постачальників [20].

**Основними конкурентами** Elomia є Woebot, чат-бот, який застосовує когнітивно-поведінкову терапію за допомогою ШІ; Wysa, який комбінує ШІ-чати з підтримкою людських терапевтів; Talkspace і BetterHelp, онлайн-платформи, що забезпечують доступ до професійних терапевтів через текст і відео; Replika, ШІ-компаньйон для текстових розмов, який пропонує товариство; та Ginger, що надає швидкий доступ до ментальної охорони здоров'я з поєднанням ШІ і професійної підтримки.

Порівнюючи Elomia з іншими чат-ботами для психічного здоров'я, її **ключові переваги** полягають у унікальному підході, технологічній вдосконаленості та комплексній стратегії підтримки:

- **Підхід на основі когнітивно-поведінкової терапії (КПТ).** Основа Elomia на КПТ виділяє її серед багатьох чат-ботів, які можуть не дотримуватися конкретного терапевтичного підходу. Цей метод, що базується на доказах, широко визнаний за його ефективність у лікуванні різноманітних психічних станів.

- **Розширене розпізнавання емоцій за допомогою ШІ.** Використання передових технологій штучного інтелекту для розуміння та реагування на людські емоції в реальному часі дозволяє Elomia надавати більш

персоналізовану та ефективну підтримку, ніж чат-боти з простішими алгоритмами або ті, що покладаються на запрограмовані відповіді.

- **Широкий спектр підтримки.** Тоді як деякі чат-боти можуть зосереджуватися на вузькому колі питань, Elomia розроблена для допомоги з широким спектром проблем, від загальних питань, таких як тривога та депресія, до більш специфічних проблем, таких як вигорання на роботі та труднощі у відносинах.

- **Проактивна система направлень.** Здатність Elomia розпізнавати, коли користувачу може знадобитися професійна допомога, та надавати відповідні направлення є значною перевагою, забезпечуючи, що користувачі отримують направлення до людських фахівців або ресурсів, коли це необхідно.

- **Самовдосконалюючий ШІ.** Використовуючи алгоритми машинного навчання, Elomia постійно вдосконалюється на основі взаємодій з користувачами, що означає, що її здатність підтримувати користувачів покращується з часом, залишаючись актуальною з останніми досягненнями в терапії та ШІ.

- **Зручність у використанні та гіперреалістичний досвід.** Інтерфейс та дизайн взаємодії Elomia розроблені таким чином, щоб бути зручними для користувача, спонукаючи до взаємодії та регулярного використання, що є критично важливим для ефективності будь-якого цифрового втручання у сфері психічного здоров'я. На відміну від інших чат-ботів, спілкування з Elomia відчувається, ніби ви розмовляєте з справжньою людиною.

## 2.2 Застосування дизайн-мислення в Elomia

Надалі розглядають конкретні приклади того, як Elomia використовувала принципи дизайн-мислення у різних аспектах своєї діяльності.

На стадія х **емпатії та виявлення** команда Elomia проводила низку глибинних інтерв'ю з користувачами та опитування, щоб зрозуміти болючі

точки та потреби своїх користувачів. Це допомогло Elomia створити формулювання питання, яке направляє решту процесу дизайн-мислення. На основі зібраних даних на етапі емпатії, було виявлено дві основні перешкоди, які віддаляють людей від звернення за професійною підтримкоюю.

По-перше, страх перед осудом та вагання звернутися за допомогою на ранніх стадіях. Статистика вказує, що більшість осіб з психічними захворюваннями не звертаються за необхідною допомогою. Однією з ключових причин цього є страх перед засудженням, що веде до занепокоєння з приводу можливих змін у ставленні оточення, ризику втрати роботи та соціальних зв'язків. Така ситуація виникає через стигму, упередження та дискримінацію, які існують щодо осіб з психологічними розладами. На сьогоднішній день 21% користувачів Elomia зізналися, що не мали б з ким поговорити, окрім як зі штучним інтелектом [24]. Це підкреслює значну роль анонімних чат-ботів у наданні емоційної підтримки особам, які бояться зіткнутися із нерозумінням у соціальному оточенні.

По-друге, труднощі з записом на прийом до психолога та загальна недоступність кваліфікованих фахівців стають все більшою проблемою. Зростання попиту на психологічні послуги не супроводжується відповідним збільшенням кількості спеціалістів, багато з яких вимагають значних фінансових витрат за свої послуги. Хоча деякі терапевти пропонують плату зі змінною шкалою або низьковартісні варіанти для тих, у кого обмежені фінансові можливості, вартість терапії все ж може стати бар'єром для багатьох осіб, які шукають послуги з психічного здоров'я. На додаток, 34% сесій відбуваються після півночі, коли традиційні служби психологічної допомоги недоступні [24].

Розробка детальних персон користувачів та картографування їхніх подорожей дозволило Elomia краще розуміти та задовольняти потреби своїх користувачів, створюючи більш персоналізовану та ефективну взаємодію.

Також постійні інтерв'ювання з емпатією та фокус групи дозволяють Elomia розробляти контент, який глибоко резонує з користувачами, забезпечуючи відповідні та підтримуючі відповіді на основі реальних сценаріїв користувачів.

Щодо **генерацій ідей** Elomia провела мозковий штурм потенційних рішень для визначеної проблеми. Це включало генерацію широкого спектру ідей, включаючи ті, які можуть здатися неконвенційними або незвичними. Засновник Elomia, компанії з психічного здоров'я, мав кілька ідей щодо вирішення проблеми стигми та доступності у галузі психічного здоров'я. Одна з ідей полягала в розробці інструменту самоаналізу, який використовує штучний інтелект для допомоги особам об'єктивно оцінити свої проблеми та розробити нові ідеї для їх вирішення. Ще одна ідея полягала в зменшенні упередження до психотерапії через розмову та освіту. Вони вважали, що успішні антистигматичні заходи повинні включати контакт з людьми із психічними захворюваннями, участь людей з "живим досвідом", спрямовуватися на групи з найбільшою взаємодією або де відсутність пошуку допомоги є найбільш проблематичною, та бути адаптованими до конкретних мовних та культурних особливостей цільової групи. Також однією з початкових концепцій команди було розробити маркетплейс, призначений для пошуку психотерапевтів. Перший внесок фінансування був спрямований на створення MVP саме цієї платформи, однак спостерігалось, що клієнти, як правило, придбавали лише одну або дві сесії, в той час як для досягнення фінансової стійкості проекту необхідно було залучити їх до купівлі мінімум чотирьох-п'яти сесій та глобально це не вирішувало проблеми стигматизації.

Команда стартапу використовувала різноманітні вправи з дизайн-мислення, щоб сприяти креативності та співпраці всередині своєї команди. Наприклад, метод SCAMPER для генерації нових ідей і дослідження різних можливостей, дизайн-чарети для вирішення дизайнерських викликів у

визначений термін та заохочення активної участі та креативного вирішення проблем.

Після знаходження відповідного рішення зі штучним інтелектом Elomia створила прототип свого продукту. Спершу це був чат-бот в Telegram, який дав змогу провалідувати ідею з витратою мінімальних ресурсів та протестувати його з невеликою групою користувачів. Надалі Elomia створила версію у Messenger, для кращого доступу до англomовного ринку, і тільки потім після отримання інсайтів ШІ перейшов у додаток на iOS, а команда почала додавати нові мови до застосунку. Це допомогло Elomia виявити будь-які проблеми або області для покращення перед запуском чат-бота для ширшої аудиторії [19].

Наразі використання **прототипування та ітеративного тестування** допомагає Elomia постійно удосконалювати свої функції та інтерфейс, використовуючи зворотний зв'язок від користувачів для впровадження покращень. Так як процес дизайну мислення не зупиняється на одному колі, команда стартапу постійно досліджує, як користувачі взаємодіють із чат-ботом, які емоційні та психологічні стани вони можуть переживати.

Elomia встановила, що 34% сесій проводяться після півночі, коли доступ до традиційних служб підтримки обмежений. У відповідь на це ключове спостереження, команда вирішила розширити можливості свого продукту, додавши наступні функції: вправи для заспокоєння, вправи для полегшення засинання та техніки заземлення. Реалізація цих нововведень є реакцією на потребу надати користувачам дієві засоби самопомоги під час нічних годин, коли інші ресурси можуть бути недоступні, відзначаючи зобов'язання Elomia до забезпечення круглодобової підтримки своїх користувачів.

У процесі розробки Elomia команда використовувала принципи дизайн-мислення для того, щоб створити продукт, який не лише відповідає потребам користувачів, але й легко інтегрується та адаптується до існуючих систем організацій.

Початкові дослідження показали, що організаціям потрібен інструмент для підтримки психічного здоров'я, який легко інтегрується з їхніми наявними системами без великих витрат часу або ресурсів. Було визначено, що для оптимізації впровадження інструменту необхідно забезпечити прості методи інтеграції, такі як використання кодів доступу або SSO, та можливість інтеграції з EAP або іншим програмним забезпеченням. Команда розробила гнучкі опції для інтеграції та налаштування, у тому числі можливість вбудовування версії "white-label" у вебсайти або додатки організацій. Також було розроблено інструменти аналітики, що дозволяють організаціям переглядати зібрані дані для кращого розуміння ефективності програми підтримки психічного здоров'я своїх працівників та пацієнтів.

### **2.3 Аналіз факторів успіху та викликів стартапу в контексті дизайн мислення**

Elomia вирізняється на тлі стартапів завдяки низці ключових факторів, які сприяли її успіху. Висока оцінка користувачами, де 9 з 10 знаходять бесіду з Elomia корисною, і значне покращення настрою у 85% користувачів, підкреслює ефективність і користь її послуг. Серед основних факторів можна виділити наступні:

- **Інноваційне рішення.** Успіх Elomia в значній мірі можна приписати її розробці та запровадженню інноваційного рішення, яке ефективно задовольняє раніше не задоволені потреби на ринку. У порівнянні з іншими чат-ботами для психічного здоров'я, фокус Elomia на когнітивно-поведінковій психотерапії та використанні технологій штучного інтелекту для ідентифікації людських емоцій та надання персоналізованих опцій підтримки роблять його унікальним і ефективним інструментом для підтримки психічного здоров'я
- **Орієнтованість на користувача.** Інтегруючи принципи дизайн-мислення, Elomia акцентує сильну увагу на співпереживанні з

користувачами, визначенні їхніх потреб, прототипуванні та тестуванні. Цей цикл забезпечує, що кінцеві продукти не тільки технічно конкурентноспроможні, але й розроблені з урахуванням фізичних, психологічних та естетичних потреб користувачів. Також розуміння важливості підтримки на основі доказових даних для забезпечення ефективності втручань. Elomia була навчена на тисячах "клінічних годин", щоб слідувати підходам, заснованим на доказах, з документованими результатами. ШІ визначає, коли людині потрібно щось більше, ніж чат-бот, і перенаправляє її до відповідних ресурсів, таких як терапевт або гарячі лінії.

- **Гнучка розробка.** Гнучкість Elomia у розробці дозволяє їй швидко адаптуватися до відгуків користувачів та змін умов ринку. Така оперативність може бути значною перевагою, особливо в швидко змінюваних галузях. Цей процес не тільки забезпечує актуальність продукту, але й допомагає випереджати можливі зміни на ринку або технологічні досягнення, які могли б зробити існуючі рішення застарілими.

- **Сильний брендинг та комунікація.** Ефективний брендинг виходить за рамки логотипів і слоганів; він охоплює весь досвід споживача – від дизайну продукту до маркетингу та підтримки після продажу. Сильні зусилля Elomia у сфері брендингу, ймовірно, відображаються в її здатності спілкуватися зі зрозумілою та переконливою історією бренду, яка резонує з цільовою аудиторією.

Впровадження дизайн-мислення в корпоративну структуру вже показало свою ефективність на прикладі стартапу Elomia, демонструючи значні переваги цього методу для покращення інноваційності та ефективності роботи компаній. Цей підхід дозволяє краще розуміти потреби клієнтів і, як наслідок, створювати продукти та послуги, які ці потреби задовольняють. Однак, незважаючи на численні переваги, дизайн-мислення може вносити певні виклики та проблеми, особливо коли йдеться про його інтеграцію у традиційні бізнес-моделі.

Розглянемо аспекти релевантні для стартапу Elomia, яка використовує та прагне краще інтегрувати дизайн-мислення в свою корпоративну культуру. Ось деякі виклики та проблеми, які вимагають уваги:

- **Кількісне вимірювання впливу.** Elomia може зіткнутися з труднощами у виправданні витрат на ініціативи дизайн-мислення перед зацікавленими сторонами, які шукають чіткі кількісні результати. Успіх рішень, отриманих за допомогою цього підходу, іноді важко виміряти, особливо з точки зору повернення інвестицій або негайного фінансового впливу.
- **Надмірне спирання на ітерацію.** Хоча ітеративні процеси є ключовими для вдосконалення рішень, існує ризик потрапляння у цикл безкінечних ітерацій. Це може призвести до затримок у часових рамках проектів та збільшення витрат.
- **Швидкість інновацій.** В галузях, де активно використовується дизайн-мислення, інновації розвиваються дуже швидко. Конкуренти можуть швидко випускати нові або удосконалені продукти, що може ставити під загрозу перевагу Elomia на ринку. Це змушує компанію невпинно інновувати, що може бути як дорого, так і ризиковано.
- **Виклики унікальності.** Один з основних принципів дизайн-мислення — це розробка унікальних рішень, які чітко вирішують потреби користувачів. Коли конкуренти використовують схожі методи, стає важче відрізнити свої рішення від пропозицій конкурентів.
- **Надмірний акцент на орієнтованості на користувача.** Занадто велика увага до користувача іноді може призвести до недбалості інших важливих аспектів бізнес-стратегії, таких як масштабованість, прибутковість або оперативна ефективність.
- **Параліч рішень.** Велика кількість зворотного зв'язку та даних, зібраних під час процесу дизайн-мислення, іноді може призвести до плутанини

та нерішучості, особливо коли є суперечлива інформація або забагато варіантів на розгляд.

- **Демократизація дизайну.** Однією з основних проблем дизайн-мислення в стартапах є його тенденція до демократизації дизайну. Ця демократизація передбачає включення широкого кола осіб у процес дизайну, що може включати співробітників без спеціалізованих навичок у галузі дизайну. Такий підхід може знижувати якість дизайнерських рішень, оскільки не кожен учасник процесу здатен вносити значущий вклад у креативні та технічно складні аспекти проекту. Спільний дизайн, хоча і є сильною стороною дизайн-мислення, може перетворитися на проблему, коли кількість учасників процесу стає надто великою. Це може призвести до втрати критичного підходу до вирішення проблем та дизайнерських навичок, оскільки учасники можуть фокусуватися на досягненні консенсусу, а не на інноваційності та якості кінцевого продукту.

- **Інвестиції часу та ресурсів.** Інвестиції в дизайн-мислення можуть виявитися значними, особливо в контексті часу та ресурсів. Процеси ідеації, ітерацій та впровадження широкої участі можуть виявитися витратними та не завжди пропорційно покращують якість кінцевого продукту, що може бути особливо обтяжливим для стартапів з обмеженими ресурсами.

- **Поверхневість у рішеннях.** Дизайн-мислення може сприяти розробці поверхневих рішень, коли кількість ідей переважає над їх глибокою розробкою та тестуванням. Це може призвести до створення продуктів, які не вирізняються на ринку або не задовольняють специфічні потреби користувачів.

- **Культурні та організаційні бар'єри.** Успішне впровадження дизайн-мислення вимагає підтримуючої культури, яка заохочує інновації та креативність. Стартапи з жорсткою ієрархією або обмеженим прийняттям ризику можуть зіткнутися з серйозними труднощами у впровадженні

дизайн-мислення, що може призводити до внутрішніх конфліктів та недостатнього прийняття інноваційних процесів [26, с.5-12].

## РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ У СТАРТАПІ ELOMIA

### 3.1 Можливі недоліки використання методології дизайн-мислення у стартапі та стратегії їх вирішення

Методологія дизайн-мислення в стартапах, хоча і вважається потужним інструментом для інновацій, може мати певні вади, які потрібно визнати та адресувати для оптимізації її впровадження та використання. Аналіз можливих недоліків дизайн-мислення у стартапі дозволяє глибше зрозуміти, як ці проблеми можуть впливати на ефективність і результативність процесів інновацій, а також розробити більш ефективні стратегії та підходи, які можуть покращити процеси і забезпечити створення продуктів, які більше відповідають потребам ринку і користувачів. Надалі порушено основні вірогідні недоліки у поточних процесах дизайн-мислення Elomia та стратегії їх вирішення.

Elomia має ризик *недостатньо глибоких досліджень користувачів*, що може призвести до поверхневого розуміння їх проблем. Без ретельного вивчення уподобань юзерів, розроблені рішення можуть не повністю задовольняти справжні потреби цільової аудиторії, що призводить до рішень, які не викликають їх залучення.

Для виправлення цього Elomia повинна збільшити обсяг і глибину дослідження користувачів. Це можна досягти за допомогою інтеграції більш якісних методів дослідження, які надають багатші, більш тонкі дані про поведінку, переваги та досвід цільової аудиторії. Надалі описані пропозиції, що можуть допомогти покращити дослідження користувачів Elomia та адаптувати їх до їхніх специфічних потреб.

**Проведення польових досліджень**, щоб спостерігати за користувачами і взаємодіяти з ними у їхніх природних умовах може виявити невисловлені потреби та поведінку, про які самі споживачі можуть не здогадуватись.

Поєднання інтерв'ю та спостереження, взаємодіючи з користувачами під час їхнього звичайного використання продукту або послуги допомагає зрозуміти, як користувачі природньо взаємодіють з продуктом та з якими перешкодами вони стикаються. Використання платформ, які дозволяють спостерігати за взаємодією з продуктами Elomia з віддалених місць у реальному часі надає гнучкість і широкі охоплення, включаючи різноманітну базу користувачів. Можливим інструментом може бути Lookback.io для проведення живих тестів зручності, де розробники та дизайнери можуть бачити і чути, як реальні користувачі з усього світу взаємодіють з їхніми продуктами, визначаючи болючі точки та можливості для покращення.

Необхідним є залучення користувачів через індивідуальні розмови, щоб детально дослідити їхні почуття, думки та досвід та постійна адаптація питань для глибокого аналізу проблем. Також корисним може стати **створення панелі користувачів**, які погоджуються брати участь у тривалих дослідженнях протягом певного часу. Це довгострокове залучення надає інсайти щодо того, як змінюються сприйняття та поведінка користувачів, коли вони стають більш знайомими з продуктом. Залучення групи з різних демографічних груп для використання послуг Elomia протягом року, регулярні відгуки через опитування, щоденникові дослідження та повторні інтерв'ю для відстеження їхнього шляху та еволюцій потреб можуть покращити наявний процес дизайн мислення.

. **Створення системи для постійного збору та аналізу відгуків** користувачів може включати регулярні опитування, форуми користувачів та групи бета-тестування, які надають постійні дані про задоволеність користувачів та області для покращення. Непоганим варіантом є залучення ШІ для автоматичного аналізу відгуків користувачів та даних із соціальних медіа. Це може допомогти Elomia ефективніше кількісно оцінювати емоції та реакції, пов'язані з їхніми продуктами або послугами. Впровадження системи ШІ, яка сканує відгуки користувачів, пости в соціальних мережах та дискусії на

форумах, яка виявляє ключові патерни поведінки та теми занепокоєння, може допомогти визначити пріоритетні області для поліпшення сервісу..

Інтеграція **прогновної аналітики** для передбачення майбутньої поведінки користувачів на основі зібраних даних може допомогти передбачати ринкові тренди та потреби користувачів до того, як вони стануть очевидними. Аналіз даних взаємодії користувачів за допомогою моделей машинного навчання для прогнозування, які функції стануть популярнішими, а які можуть викликати труднощі, дозволить заздалегідь вносити корективи та цілеспрямовані покращення. Дані про історичні продажі включають інформацію про минулі продажі, сезонні тенденції, життєвий цикл продуктів та історію ціноутворення, що допомагає встановити базові рівні та тенденції для прогнозування впливу дизайнерських змін на майбутні продажі. Дані взаємодії користувачів з прототипами, такі як коефіцієнт кліків, час на сторінці, конверсії та теплові карти, забезпечують інформацію про те, як елементи дизайну залучають користувачів. Відгуки клієнтів через опитування, фокус-групи та безпосередні відгуки дають змогу виявити сильні та слабкі сторони дизайну, що сприяє вдосконаленню та задоволенню користувачів. Аналіз ринку, включаючи показники конкурентів та демографічні дані, надають контекст для позиціонування продукту на ринку. Комбінуючи ці різноманітні типи даних, прогнозний аналіз може створювати всеосяжні моделі, які з великою точністю прогнозують результати ініціатив дизайн-мислення.

Впровадження цих стратегій допоможе Elomia розвинути більш глибоке та емпатичне розуміння своїх користувачів, що призведе до розробки рішень, які більше відповідають реальним потребам користувачів та вимогам ринку. Цей підхід не тільки підвищує релевантність продукту та задоволеність користувачів, але й служить важливою конкурентною перевагою на ринку.

Також, Elomia може зіткнутися з проблемою **недостатньої міжфункціональної співпраці** та ізоляції в межах компанії, що перешкоджає

ефективному спілкуванню та співпраці між різними відділами, такими як маркетинг, розробка продуктів та обслуговування клієнтів. Ця відсутність інтеграції може призвести до невідповідностей у розумінні потреб користувачів, неузгодженості стратегій продукту та затримок у часових планах проектів.

Для подолання цих викликів Elomia вже організує регулярні семінари та спільні сесії, що дозволяє співробітникам різних відділів обмінюватися ідеями та поглядами на конкретні проекти або інноваційні справи. Для покращення міжфункціональної співпраці можна запропонувати проведення програм ротацій. Рекомендується розробити та імплементувати в компанії Elomia комплексну програму ротації тривалістю від 12 до 18 місяців, яка є особливо корисною у контексті процесів дизайн-мислення. Програма повинна передбачати ротації по 3-6 місяців у різних відділах, таких як розробка продуктів, маркетинг, операційна діяльність, продажі, клієнтська підтримка, а також фінансовий менеджмент. Для участі в програмі кандидати повинні бути відібрані на основі критеріїв, які включають мотивацію, ініціативність та внесок у діяльність компанії. Систематичне проведення оцінок під час програми має мати на меті виявлення компетенцій та зон для подальшого розвитку учасників, а також забезпечення об'єктивного зворотного зв'язку від керівництва. Це дозволить компанії використовувати переваги міждисциплінарного підходу в дизайн-мисленні, сприяючи інноваціям та гнучкості в розробці нових продуктів та стратегій.

Elomia може зіткнутися з проблемами, коли ***фаза прототипування виконується поспіхом*** або коли ***ітерацій для ретельного тестування та удосконалення рішень недостатньо***. Це може призвести до продуктів, які не оптимізовані належним чином для потреб користувачів або можуть містити невирішені проблеми, що впливає на задоволення споживачів та користувацьку придатність продукту.

Для вирішення цих питань Elomia повинна розробити структуровану фазу прототипування, яка акцентує увагу на швидкому та ітеративному тестуванні. В першу чергу, має бути створено процес, який дозволяє здійснювати кілька ітерацій прототипів перед фіналізацією дизайну. Кожна ітерація повинна прагнути удосконалити продукт на основі конкретних відгуків, отриманих з попередньої версії. Тут у нагоді можуть стати техніки швидкого прототипування, методи та інструменти яких дозволяють оперативно створювати та модифікувати прототипи. Такі техніки, як прототипування на папері, цифрові макети або 3D друк, можуть використовуватися залежно від типу продукту. Цей підхід дозволяє швидко валідувати ідеї та виявляти потенційні проблеми на ранніх етапах розробки.

По друге, проведення регулярних сесій тестування з різноманітною групою користувачів може бути структуровано навколо конкретних функцій або більш широких аспектів користувацького досвіду. Відгуки з цих сесій повинні систематично аналізуватися та використовуватися для інформування наступних ітерацій. Залучення перехреснфункціональних команд до перегляду кожної ітерації прототипу також забезпечує, що продукт відповідає всім функціональним вимогам та очікуванням користувачів з різних точок зору, включаючи технічні, маркетингові та підтримки клієнтів. Акцентуючись на більш міцному процесі прототипування та ітерації, Elomia може значно підвищити якість кінцевого продукту [27, с.16-21].

Стартап може стикатися з проблемами, коли *процес дизайну не має глибокого, емпатичного розуміння кінцевих користувачів*, що призводить до рішень, які не в повній мірі резонують з ними. Така відсутність емпатії може призвести до продуктів, які технічно адекватні, але не встановлюють зв'язок з користувачами на емоційному чи функціональному рівні. Щоб культивувати більш емпатичний підхід до розробки продуктів, Elomia має розглянути наступні стратегії.

**Регулярні тренінгові сесії з емпатії** для всіх членів команди, особливо тих, хто займається дизайном та розробкою продуктів, можуть покращити їхню здатність розуміти та відчувати досвід користувачів. Тренінги можуть включати майстер-класи з історій користувачів, рольові ігри та занурювальні досвіди, які дозволяють учасникам на власному досвіді зазнати щоденних викликів користувачів.

Впровадження використання **карт емпатії** та вправ на **створення персон** на ранніх етапах процесу дизайну допомагають візуалізувати потреби, досвід, емоції та точки болю користувачів, що також робить їх конкретними та придатними для дій для команди дизайнерів.

Заохочення користувачів вести **щоденники** або **журнали досвіду**, які документують їхню взаємодія з продуктом протягом певного періоду. Аналіз цих журналів може надати глибокі знання про поведінку, уподобання та фрустрації користувачів, які не є очевидними під час одноразових сесій тестування. Активне залучення користувачів у процес дизайну через спільні сесії дизайну, де вони можуть безпосередньо вносити ідеї та зворотній зв'язок, не тільки розвиває емпатію, але й забезпечує, що розробка продукту тісно пов'язана з реальними потребами та очікуваннями користувачів.

## **5. Неефективне використання інструментів дизайн-мислення.**

Elomía може зіткнутися з труднощами, якщо інструменти та техніки, пов'язані з дизайн-мисленням — такі як мозкові штурми, ідеяція, карта сценаріїв та інші — не використовуються ефективно, або якщо члени команди не достатньо добре обізнані з цими методами. Це може призвести до менш інноваційних рішень та зниження загальної ефективності процесу дизайн-мислення. Для покращення використання інструментів і методологій дизайн-мислення, Elomía повинна розглянути впровадження наступних стратегій:

- Забезпечити регулярні, структуровані тренінгові сесії з інструментів і методологій дизайн-мислення, щоб усі члени команди були компетентними у їх використанні. Ці сесії мають охоплювати різноманітні техніки, від базових мозкових штурмів до більш складних методів карти сценаріїв та прототипування.

- Оскільки дизайн-мислення постійно розвивається, важливо тримати команду в курсі останніх трендів та технік. Організація щорічних курсів оновлення або майстер-класів з залученням зовнішніх експертів може допомогти підтримувати високий рівень компетенції та впроваджувати нові інструменти, які можуть покращити процес дизайну.

- Розробити та розповсюдити набори інструментів, які включають керівництва, шаблони та кращі практики для використання різних інструментів дизайн-мислення. Створення внутрішнього ресурсного центру, де співробітники можуть легко отримати доступ до цих матеріалів, може сприяти їх використанню та підвищити ефективність дизайнерських процесів.

- Створити середовище, яке заохочує експериментування з різними інструментами та техніками. Дозволити членам команди застосовувати ці інструменти у різних комбінаціях та контекстах, щоб виявити, що працює найкраще для різних типів проектів та викликів.

- Впровадити механізми для надання зворотного зв'язку членами команди щодо інструментів та методів, які вони використовують. Це може допомогти виявити області, де потрібне додаткове навчання, і які інструменти є найефективнішими для досягнення дизайнерських цілей.

За допомогою цих стратегій Elomia може сприяти більш інноваційному та продуктивному середовищу. Цей підхід не тільки полегшує генерацію творчих ідей, але й забезпечує, що ці ідеї реалізуються ефективно.

Останнє, ініціативи дизайн-мислення Elomia *не будуть узгоджені з ширшими стратегічними цілями організації*. Таке невідповідність може

привести до продуктів та послуг, які не підтримують довгострокові цілі компанії, що веде до марнотратства ресурсів та можливостей. Щоб забезпечити стратегічне вирівнювання проектів дизайн-мислення, Elomia повинна вжити наступні заходи:

- Рекомендується проводити стратегічні брифінги перед початком будь-якого проекту дизайн-мислення, щоб чітко визначити цілі проекту в контексті загальної стратегії компанії. Це допоможе забезпечити, що всі члени команди розуміють актуальність та важливість проекту для компанії.
- Цілком розумно інтегрувати стратегічних планувальників або бізнес-аналітиків у команди дизайн-мислення. Вони можуть надати інсайти про те, як дизайнерські рішення відповідають бізнес-цілям та потребам ринку, що створює міцні підстави для прийняття дизайнерських рішень у контексті бізнесу.
- Рекомендується встановлювати регулярні контрольні точки на всіх етапах дизайнерського процесу, щоб перевіряти, чи залишається проект у відповідності зі стратегічними цілями. Це може включати проміжні огляди, оцінки на завершення фаз та післявпроваджувальні обговорення, що оцінюють результати відносно очікуваних стратегічних вигод. Розробка структурованих петель зворотного зв'язку, в які будуть включені керівники організації, буде корисною, щоб забезпечити коригування проекту відповідно до стратегічних уявлень або змін у пріоритетах організації.
- Рекомендується здійснювати навчання дизайн-мислителів стратегічному бізнес-аналізу. Розуміння того, як їхня робота впливає на стратегічні цілі організації, може мотивувати дизайнерські команди та покращити їхню здатність створювати стратегічно важливі рішення.

Застосування цих стратегій дозволить Elomia гарантувати, що її зусилля у галузі дизайн-мислення не тільки інноваційні та орієнтовані на користувача, але й ефективно сприяють стратегічним цілям організації, що є важливим для

максимізації повернення інвестицій у дизайн-мислення та забезпечення того, що інновації, які воно генерує, є життєздатними, стійкими та конкурентоспроможними на довгий термін.

Важливо зазначити, що успіх таких ініціатив іноді складно виміряти, особливо з точки зору фінансового впливу чи повернення інвестицій. З метою вирішення цього виклику, пропонується розробити специфічні **показники ефективності (KPI), адаптовані до потреб ініціатив дизайн-мислення**. Ці KPI можуть включати метрики, такі як рівні залученості користувачів, конверсія або оцінки задоволеності клієнтів, які безпосередньо відображають вплив нових дизайнів на користувачів та бізнес в цілому. Чіткі та вимірювані KPI допоможуть забезпечити обґрунтованість та підтримати важливість ініціатив дизайн-мислення перед зацікавленими сторонами. Надалі наведені можливі ключові показники ефективності (KPI) для вимірювання дизайн-мислення (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 - KPI для вимірювання дизайн-мислення процесів в стартапі

Показник	Визначення	Розрахунок
Рівень прийняття інновацій	Вимірює швидкість впровадження нових рішень, створених за допомогою дизайн-мислення, на ринок або в процеси компанії.	(Кількість впроваджених рішень / Загальна кількість запропонованих рішень) x 100
Час виведення на ринок	Відстежує час, необхідний для переходу від фази ідеї до запуску продукту на ринок через процеси дизайн-мислення.	Час від схвалення першої концепції до запуску продукту в днях.

Повернення на інвестиції в дизайн-мислення (RODI)	Розраховує фінансовий повернення, приписане ініціативам дизайн-мислення, порівняно з витратами на ці ініціативи.	(Додатковий прибуток, приписаний ініціативам дизайну - Вартість ініціатив дизайну) / Вартість ініціатив дизайну
Рівень впровадження відгуків користувачів	Вимірює ефективність включення відгуків користувачів у цикл розробки продукту через процеси дизайн-мислення.	(Кількість реалізованих пунктів відгуків користувачів / Загальна кількість отриманих відгуків) x 100
Залученість співробітників у дизайн-мислення	Відсоток співробітників, що активно беруть участь у сесіях дизайн-мислення, що свідчить про рівень міжфункціональної взаємодії та співпраці.	(Кількість співробітників, що беруть участь у сесіях дизайн-мислення / Загальна кількість співробітників) x 100

Застосовуючи ці КРІ, Elomia не тільки може відстежувати ефективність своїх зусиль у дизайн-мисленні в кількісному вимірі, але й посилити зобов'язання інтегрувати орієнтований на користувача дизайн у свою бізнес-стратегію. Наведені метрики допоможуть ілюструвати безпосередній вплив дизайн-мислення на покращення якості продуктів та послуг, підвищення досвіду користувачів і сприяння бізнес-зростанню, тим самим надаючи зацікавленим сторонам чіткі, вимірювані результати для виправдання інвестицій в ці ініціативи.

### **3.2 Можливі майбутні напрямки розвитку для Elomia на основі запропонованих рекомендацій**

Враховуючи поточні тренди та виклики в галузі цифрової психотерапії, Elomia стоїть перед унікальною можливістю розширити свої послуги та покращити взаємодію з користувачами через інноваційні підходи до лікування психічних розладів. Описані нижче напрямки розвитку ґрунтуються на актуальних дослідженнях та зворотному зв'язку від користувачів, пропонуючи

стратегії в рамках дизайн-мислення, що можуть значно підвищити ефективність платформи та задоволеність цільової аудиторії. Реалізація цих напрямків вимагає залучення новітніх технологій та методів, що забезпечить користувачам Elomia глибшу та більш персоналізовану взаємодію з платформою.

### **Сеанси терапії з використанням віртуальної реальності (VR).**

Можливим є розроблення VR версії психолога, що повністю імітуватиме реальні сесії. Це може початися з інтеграції голосових та відео відповідей у терапевтичного бота, що зробить взаємодію ще більш персоналізованою та ефективною. Додатково, впровадження технології віртуальної реальності може включати створення занурювальних терапевтичних сеансів, які можуть симулювати реальні сценарії або забезпечувати заспокійливі, контрольовані середовища для терапії. Також, VR може використовуватися для навчання механізмів зіштовхування користувачів перед їхніми страхами в контрольованому середовищі або для надання глибоких релаксаційних досвідів.

Традиційна онлайн-терапія, хоча й доступна, часто не може забезпечити занурення та захоплення, які допомагають користувачам глибше зв'язуватися з терапевтичним контентом, особливо тим, хто бореться з тривогою, ПТСР або іншими станами, що виражаються від більш яскравих досвідчених терапій.

Дослідження показують, що використання VR може значно покращити досвід терапії для користувачів. Зокрема, дослідження, опубліковані в "Journal of Anxiety Disorders", демонструють, що терапія з використанням VR для впорядкування зі страхами ефективно знижує рівень страху та тривожності у пацієнтів з фобіями та ПТСР, дозволяючи їм протистояти страхам у безпечному середовищі [28, с.70-78].

Для оптимізації психотерапевтичних послуг Elomia через використання віртуальної реальності, можна впровадити наступні кроки. Спершу аочати співпрацю з психологами та розробниками VR для створення різноманітних терапевтичних сценаріїв, котрі б будуть націлені на лікування різних психічних

станів. Наступним кроком є безшовна інтеграція цих VR-сценаріїв у існуючу платформу Elomia, щоб забезпечити користувачам легкий доступ до цих ресурсів як частини їх терапевтичного плану. Останнім кроком може бути надання інструкцій та підтримки користувачам для налаштування та використання VR технології в домашніх умовах, включно з можливостями оренди або покупки VR-обладнання через Elomia. Такий підхід спирається на успіхи ініціатив, як Oxford VR, що вже продемонстрували значні позитивні результати у клінічних дослідженнях за допомогою автоматизованих VR терапій.

**Система персоналізації за допомогою ШІ.** Користувачі цифрових платформ психічного здоров'я часто стикаються зі стандартними взаємодіями, які не адаптовані до їхніх конкретних емоційних станів чи особистих історій, що призводить до менш ефективної системи підтримки. Дослідження показали, що персоналізація значно впливає на задоволеність користувачів та ефективність у сфері здоров'я. Персоналізовані цифрові інтервенції в галузі здоров'я більш ефективні для залучення користувачів і покращення результатів порівняно з неперсоналізованими підходами. Якщо звернути увагу на конкурентів, Woebot, чат-бот терапії з ШІ, вже використовує щоденні перевірки настрою та відстеження для персоналізації бесід [29]. Дослідження показали, що користувачі Woebot відчують значне зниження симптомів депресії та тривожності, що демонструє ефективність персоналізованої цифрової терапії. Розробка передової системи персоналізації ШІ включає використання алгоритмів глибокого навчання для аналізу обширних даних користувачів, що включає журнали взаємодій, відгуки та поведінкові сигнали. Цей ШІ буде динамічно налаштовувати свої відповіді залежно від поточних емоційних потреб користувача та довготривалих взаємодій.

Для впровадження ефективної системи персоналізації, Elomia має систематично збирати дані з взаємодій користувачів, включно з текстовими

введеннями, шаблонами вибору та часом відповідей. Використання моделей машинного навчання дозволить розпізнавати шаблони в емоційних реакціях та перевагах користувачів, включаючи аналіз настроїв та аналітику, що сприяє точнішому прогнозуванню потреб користувачів. Ці моделі можуть бути впроваджені у реальному часі, дозволяючи штучному інтелекту адаптувати свої відповіді відповідно до поточного настрою користувача та історичних даних, що значно покращить персоналізацію взаємодії. Імплементуючи складну систему персоналізації ШІ, Elomia може розраховувати на збільшення залученості та задоволеності користувачів, оскільки користувачі сприйматимуть сервіс як більш налаштований на їхні індивідуальні потреби, потенційно покращуючи терапевтичні результати.

**Ігрові елементи та відстеження прогресу.** Користувачі можуть втратити інтерес до цифрових платформ, якщо сервіс здається статичним або якщо вони не відчують прогресу чи досягнень, що особливо критично у галузі психічного здоров'я, де мотивація може коливатися. Дослідження показують, що ігровізація може призвести до збільшення залученості та тривалого використання в додатках для здоров'я. Згідно з дослідженням, опублікованим у “JMIR Serious Games”, користувачі, які взаємодіяли з ігровими елементами в додатках для здоров'я, повідомляли про вищі рівні мотивації та краще дотримання лікувальних протоколів. Впровадження ігрових елементів може трансформувати досвід користувача, що включає цілі, винагороди та візуальне відстеження прогресу та може зробити процес управління психічним здоров'ям більш захоплюючим, а отже і менш важким [30].

На початковому етапі, слід встановити чіткі цілі, що відповідають індивідуальним планам психічного здоров'я користувачів, з такими завданнями, як щоденне заповнення журналів настрою, участь у тижневих викликах, або релаксаційні сесії. Впровадження системи винагород стимулюватиме користувачів досягати поставлених цілей через видачу значків, розблокований

контент та інші форми винагород, що підвищує мотивацію та залученість. Окрім цього, важливо візуалізувати прогрес користувачів засобами візуальних інструментів в додатку, таких як діаграми, графіки або візуальна "подорож", яка демонструє їхні досягнення у часі. Інтегруючи ігровізацію та відстеження прогресу в сервісі Elomia, користувачі, ймовірно, відчуватимуть більше почуття досягнень та залученості. Такий додатковий функціонал збільшить їх взаємодію з платформою, що безумовно сприятиме ефективнішому управлінню психічним здоров'ям та більш послідовному використанню платформи.

**Багатомовна підтримка та можливості доступності.** Користувачі з інвалідністю або ті, хто не володіє основною мовою платформи, можуть відчувати труднощі з ефективним доступом до послуг, що може перешкоджати їм отримати необхідну підтримку психічного здоров'я. Розширення мовних опцій платформи та покращення її можливостей доступності може зробити Elomia більш інклюзивною та охопити ширшу аудиторію. Цей підхід включає інтеграцію підтримки кількох мов та надання інструментів, що допомагають користувачам з різними інвалідностями. Дослідження підкреслюють важливість мови та доступності у залученні користувачів. Звіт Common Sense Advisory виявив, що 72% користувачів проводять більшу частину або всі час на вебсайтах на своїй рідній мові, і вони частіше купують на вебсайтах, які надають інформацію їх мовою [31].

Для Elomia рекомендується впровадити багатомовну підтримку, починаючи з локалізації платформи на кілька широко вживаних мов. Вона повинна включати не лише прямий переклад, але й культурну адаптацію інтерфейсу та контенту для забезпечення максимальної релевантності для користувачів з різних країн. Далі, важливо впровадити можливості доступності, такі як текстову мову для користувачів з порушеннями зору, субтитри та візуальні підказки для користувачів з порушеннями слуху, та розпізнавання голосу для користувачів з обмеженими можливостями ручної взаємодії.

Нарешті, регулярне оновлення та тестування цих можливостей доступності допоможе забезпечити їхню відповідність міжнародним стандартам доступності веб-контенту (WCAG), підвищуючи інклюзивність та зручність користування платформою для ширшого спектру користувачів, що дозволить Elomia не лише значно розширити свою базу користувачів та покращити користувацькі можливості сервісу, але й дотримуватися передових практик у цифровому здоров'ї, які базуються на інклюзивність.

**Розробка зорієнтована на спільноту.** Цифрові платформи охорони здоров'я іноді не враховують тонкі потреби своєї різноманітної бази користувачів, якщо процес розробки занадто закритий або відірваний від реального досвіду користувачів. Без широкої участі користувачів інновації можуть не повністю резонувати або задовольняти конкретні потреби спільноти користувачів.

Впровадження підходу до розробки, заснованого на спільноті для Elomia, передбачає безпосереднє залучення бази користувачів у процес інновацій, що надає користувачам можливість бути співтворцями використовуваних ними рішень. Для Elomia рекомендується впровадити кілька стратегій для залучення спільноти та поліпшення інноваційної діяльності. По-перше, створення онлайн форумів та дискусійних дошок дозволить користувачам обговорювати свій досвід, вносити пропозиції щодо покращень та представляти нові ідеї, при цьому модерація форумів забезпечить конструктивний та поважний діалог. По-друге, регулярне проведення майстер-класів, як в онлайн, так і в офлайн форматах, де користувачі, розробники та фахівці з психічного здоров'я можуть спільно обговорювати нові ідеї та удосконалювати існуючі функції, забезпечить постійний потік інновацій. По-третє, створення спеціалізованих груп для бета-тестування, що забезпечує ранній доступ до нових функцій і зобов'язує учасників надавати детальний зворотний зв'язок, допоможе ідентифікувати потенційні проблеми перед масовим запуском. Ці етапи не лише підвищать

задоволеність користувачів, але й сприятимуть глибшій інтеграції користувачів у процес розвитку продукту.

Ефективність підходів, заснованих на спільноті, у покращенні розробки продуктів та задоволення користувачів добре задокументована. Проекти з високим рівнем участі користувачів на етапах розробки, як правило, мають вищі темпи адаптації та задоволення користувачів, оскільки вони краще відповідають їхнім реальним потребам. Застосування підходу розробки, заснованого на спільноті, не тільки підвищує залученість та задоволеність користувачів, але й сприяє відчуттю власності серед користувачів, потенційно призводячи до більшої лояльності та підтримки платформи.

**Інтегрована система оздоровлення.** Користувачі часто стикаються з труднощами в управлінні своїм психічним здоров'ям через фрагментовану природу послуг, де різні аспекти добробуту обслуговуються різними платформами або провайдерами. Зазвичай це призводить до відсутності комплексної підтримки та труднощів у досягненні цілісного благополуччя. Розробка інтегрованої системи оздоровлення в Elomia, яка поєднує різні аспекти психічного здоров'я, фізичного здоров'я та управління способом життя в єдину платформу. Такий функціонал може забезпечити більш комплексне рішення для користувачів, розглядаючи психологічне, як складову ззагального здоров'я. Актуальності інтегрована система здоров'я також набуває з урахуванням того факту, що часто прослідковується зв'язок між фізичним та психологічним станом пацієнта. Люди з хронічними захворюваннями, такими як діабет, серцево-судинні захворювання або ожиріння, мають вищий ризик розвитку психічних розладів. Важливість харчування також підтверджується дослідженнями, які вказують, що певні дієти можуть знижувати ризик депресії, покращувати настрій та когнітивні функції. Крім того, якість та достатність сну безпосередньо впливають на психічне здоров'я, натомість порушення сну

можуть спричиняти депресію та тривогу, що підкреслює важливість дотримання режиму.

Для Elomia рекомендується розширити партнерства та інтеграцію послуг, можливим є укладення партнерств з фітнес-центрами, дієтологами, спеціалістами зі сну та іншими медичними фахівцями, щоб забезпечити інтеграцію різноманітних послуг охорони здоров'я та порад у платформу. Також можна створити єдину панель здоров'я, яка відстежуватиме та відображатиме всі аспекти здоров'я користувача, від шаблонів сну та дієти до настрою та фізичних вправ, що надасть цілісний огляд їхнього стану. Доповнити систему можна розробкою і пропозицією індивідуальних планів здоров'я, які інтегрують психічні вправи з фізичними тренуваннями та порадами з харчування та які адаптовані до конкретних потреб користувачів.

Створення інтегрованої системи оздоровлення дозволить Elomia забезпечити більш ефективне та зручне рішення для користувачів, які прагнуть комплексного управління здоров'ям. Єдина система також може призвести до більшого затримання на платформі, оскільки користувачі матимуть змогу знайти усі потрібні послуги для оздоровлення в одному місці.

**Інструменти проактивної взаємодії.** Залучення користувачів до того, як вони досягають кризового стану, є значною проблемою на платформах психічного здоров'я. Багато користувачів можуть не звертатися за допомогою, доки вже не опиняться у скрутні, що ускладнює надання ефективної профілактичної допомоги. Розробка інструментів проактивної взаємодії, які передбачають, коли користувачам може знадобитись підтримка, і ініціюють взаємодію, щоб запропонувати допомогу до ескалації ситуації, можуть включати прогностичну аналітику, поведінкові тригери та персоналізовані стратегії звернення. Для покращення психічного здоров'я користувачів, рекомендується впровадити використання моделей машинного навчання для аналізу поведінки користувачів та даних взаємодії, що дозволить прогнозувати

потенційні сигнали тривоги чи тенденції погіршення психічного здоров'я. Далі можна налаштувати автоматизовані тригерів, які активуються на основі змін у поведінці користувачів, таких як зниження активності на платформі чи негативні зміни у комунікаціях. Ще один можливий крок — реалізація персоналізованих повідомлень для користувачів, які виявляють ознаки дистресу, пропонуючи їм відповідні ресурси та підтримку. Приклади таких підходів включають Joyable, який пропонує стратегії проактивної залученості через додаток, та Ginger, що використовує ШІ для моніторингу взаємодій та надсилання проактивних підказок для зв'язку з фахівцями у випадку виявлення потенційних психічних проблем.

Інтегруючи інструменти проактивної взаємодії та ШІ, Elomia може запропонувати більш профілактичний підхід до психічного здоров'я, залучати користувачів рано та часто, що покращить задоволеність користувачів, покращить загальні результати психічного здоров'я та знизить кількість гострих інцидентів, які вимагають більш інтенсивного втручання [32].

**Континуальна освіта та модулі майстерності.** Багато користувачів платформи з психічного здоров'я можуть не мати достатніх знань або навичок для ефективного управління своїм станом протягом тривалого часу. Відсутність постійного освітнього контенту та практичних майстер-класів може перешкоджати їхньому довгостроковому прогресу та управлінню психічним здоров'ям. Корисною в цьому контексті може бути розробка та інтеграція модулів постійної освіти та майстерності в платформу Elomia. Можливим є варіант розробки комплексної навчальної програми у співпраці з фахівцями, яка охоплює як теоретичні, так і практичні аспекти управління психічними станами, викладання якої буде реалізовано через ШІ. Також можливо організувати інтерактивні майстер-класи, які можуть бути проведені у формі зв'язків з ШІ або попередньо записаних сесій, забезпечуючи безпосередній зв'язок між користувачами та терапевтами. Такі сесії дозволяють користувачам

практикувати нові навички і отримувати миттєві поради від експертів.

Забезпечення постійного оновлення навчального контенту, адаптованого до останніх наукових досліджень та відгуків користувачів, включно з періодичним доповненням модулів сприятимуть покращенню взаємодії користувачів з платформою та їх загальному психічному стану.

## ВИСНОВКИ

Дизайн-мислення — це методологія, яка стала невід'ємною частиною процесу інновацій в бізнесі, технологіях і соціальних ініціативах. Вона акцентує на глибокому розумінні потреб користувачів і використанні творчих підходів для створення рішень, які вирішують реальні проблеми. Особливість дизайн-мислення полягає в його централізованості на людині, емпатії до користувача, ітеративному процесі тестування ідей і розвитку прототипів. Цей підхід зміцнює зв'язок між розробниками та кінцевими користувачами, що сприяє створенню продуктів і послуг, які не тільки задовольняють потреби користувачів, але й створюють значну цінність.

Стартап Elomia розробив ШІ чат-бота, який вирізняється на ринку завдяки своєму інноваційному підходу до психічного здоров'я, пропонуючи доступні, конфіденційні та масштабовані рішення. Завдяки використанню принципів дизайн-мислення, Elomia забезпечує низький бар'єр доступу до психологічної допомоги, що особливо важливо в умовах, коли традиційні методи можуть бути недоступними або недостатньо ефективними. Чат-бот доступний цілодобово через мобільні додатки та веб-платформу, що дозволяє користувачам отримувати необхідну підтримку у будь-який час. Ключовим аспектом ціннісної пропозиції Elomia є забезпечення високого рівня конфіденційності. Користувачі можуть залишатися анонімними під час спілкування з чат-ботом, що сприяє зниженню стигми, пов'язаної з психічними захворюваннями, і заохочує більше людей звертатися за допомогою. Масштабованість рішень, які пропонує Elomia, робить цей чат-бот ефективним рішенням не тільки для індивідуальних користувачів, але й для організацій, що бажають інтегрувати психічну підтримку в свої програми догляду за співробітниками чи клієнтами. Штучний інтелект та машинне навчання дозволяють обслуговувати велику кількість користувачів одночасно без значного збільшення витрат, що забезпечує стійкість бізнес-моделі Elomia і

можливість адаптуватися до різних ринків з мінімальними додатковими інвестиціями. Таким чином, Elomia не тільки вносить новаторські підходи до підтримки психічного здоров'я, але й відкриває шляхи для подальших інновацій в цій важливій сфері, реагуючи на зростаючу потребу в психологічній підтримці в сучасному світі.

Elomia ефективно використовує дизайн-мислення у розробці, починаючи з глибокого розуміння потреб користувачів та закінчуючи впровадженням і вдосконаленням продукту. Початковий етап процесу включає збір інформації через опитування та інтерв'ю, що дозволяє команді зануритися в психологічні проблеми та емоційні стани користувачів. Ця емпатія допомагає виявити ключові болючі точки, такі як потреба у доступності та конфіденційності. На основі цих даних, Elomia визначає специфічні проблеми, які потребують рішень, та формулює конкретні цілі для розробки чат-бота. Далі команда переходить до ідеації, де через мозкові штурми та креативне мислення розробляються ідеї для функціональності чат-бота. А прототипування дозволяє швидко перевіряти ці ідеї, створюючи базові версії чат-бота, які залучають реальних користувачів для отримання зворотного зв'язку, де команда фокусується на оптимізації функціональності чат-бота та поліпшенні користувацького досвіду.

Аналіз можливих проблем у стартапі Elomia дозволяє глибше зрозуміти, як ці виклики впливають на процеси інновацій та розробляти ефективні стратегії для покращення. Elomia стикається з ризиком розробки рішень, які не відповідають реальним потребам користувачів через недостатньо глибокі дослідження. Вирішення цього вимагає збільшення обсягу та глибини досліджень, використання якісних методів для збору більш детальної інформації про поведінку та переваги користувачів. Існують також проблеми з міжфункціональною співпрацею, які можуть перешкоджати ефективному спілкуванню та співпраці між різними відділами. Ротація співробітників між

відділами може сприяти кращому розумінню та співпраці, що важливо для інтеграції стратегій продукту. Крім того, Elomia може зіткнутися з обмеженим прототипуванням та ітерацією, що призводить до створення недостатньо оптимізованих продуктів для користувачів. Важливо розробити структурований план прототипування, який включає швидкі ітерації з активним залученням користувачів для отримання зворотного зв'язку на кожному етапі. Недостатня емпатія до кінцевих користувачів може призвести до рішень, які не відповідають їхнім емоційним або функціональним потребам. Розвиток емпатії через тренінги та інші ініціативи є ключовим для розробки продуктів, які резонують з користувачами. Також, неефективне використання інструментів дизайн-мислення може знижувати інноваційність та загальну ефективність процесу. Важливо забезпечити, що всі члени команди мають належні навички та знання для використання цих інструментів через регулярні навчальні сесії та майстер-класи. Врешті, відсутність стратегічного вирівнювання між ініціативами дизайн-мислення та загальними стратегічними цілями організації може призвести до неефективного використання ресурсів та розробки продуктів, які не відповідають довгостроковим вимогам компанії. Чітке визначення стратегічних цілей на початку кожного проекту та регулярні контрольні перевірки можуть забезпечити, що всі ініціативи залишаються у відповідності з більш широкими бізнес-цілями.

В контексті розвитку цифрової психотерапії, Elomia має унікальну можливість покращити свої послуги, інтегруючи інноваційні підходи та технології для глибшої та персоналізованішої взаємодії з користувачами. Основні напрямки розвитку включають впровадження віртуальної реальності для імітації реальних терапевтичних сесій, що збільшує занурення та ефективність лікування, особливо для користувачів з тривогою чи ПТСР. Крім того, розвиток систем персоналізації з використанням штучного інтелекту може значно підвищити ефективність взаємодії, адаптуючи контент та відповіді

платформи до індивідуальних емоційних станів користувачів. Така персоналізація може стимулювати залученість та покращувати терапевтичні результати. Інтеграція ігрових елементів та систем відстеження прогресу може додати мотивації користувачам, перетворюючи управління психічним здоров'ям на захоплюючий процес. Це залучення допомагає користувачам активніше використовувати платформу та досягати своїх терапевтичних цілей.

Багатомовна підтримка та поліпшення доступності допоможуть зробити Elomia більш інклюзивною, розширюючи її доступ до користувачів з різних культурних та мовних груп, також може включати інтеграцію функцій, які допомагають користувачам з інвалідністю. Розробка спільотно-орієнтованих підходів до інновацій дозволить користувачам бути активними учасниками у створенні та оцінюванні нових функцій, забезпечуючи, що нововведення відповідають їх реальним потребам та вимогам. Окрім цього можлива інтегрована система оздоровлення, яка об'єднує різні аспекти добробуту в єдиний сервіс, може надати користувачам комплексне рішення для управління їх здоров'ям, включаючи психічне, фізичне та харчове благополуччя, сприяючи залученню та забезпеченню більш стійких результатів управління здоров'ям. Подальший розвиток Elomia з використанням інноваційних підходів та зосередженням на потребах користувачів відкриває нові горизонти у цифровій психотерапії, сприяючи покращенню психічного здоров'я та благополуччя людей у всьому світі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Daymond J., Knight E. Design thinking in business and management: research history, themes, and opportunities. Oxford Research Encyclopedia of Business and Management, 2023.
2. Brown T. Design Thinking: How Designers Think and How Organizations Can Learn From It, 2008.
3. Lockwood T. Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value, 2010.
4. Dorst K. The Core of Design Thinking and Its Application. 2011.
5. Carlgren L., Rauth I., Elmquist, M. Framing Design Thinking: The Concept in Idea and Enactment, 2016.
6. Elsbach K. D., Stigliani, I. Design Thinking and Organizational Culture: A Review and Framework. 2018.
7. Magistretti S., Dell'Era C., Verganti R. Design Thinking: A Methodology or a Mindset, 2021.
8. Verganti R., Dell'Era C., Buganza T. Design Thinking: A Critical Analysis and Research Agenda, 2021.
9. Buchanan, R. Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 1992.
10. Mootee, Idris. Design Thinking for Strategic Innovation, Wiley, 2013.
11. Mueller Roland M., Katja Thoring. Design Thinking vs. Lean Startup: A Comparison of Two User-Driven Innovation Strategies. International Design Management Research Conference, Boston, USA, 2012.
12. Institute of Design at Stanford. An Introduction to Design Thinking: Process Guide. Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, 2010
13. IEEE. Why Software Fails. *IEEE Spectrum*, September 2005.

14. Han, Esther. Design Thinking Examples. *Harvard Business School Online*, 2022. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/design-thinking-examples>.
15. Berner, Robert. Bank of America's Keep the Change Program. *Fast Company*, March 2005.
16. Mueller-Roterberg, Christian. Handbook of Design Thinking: Tips & Tools for How to Design Thinking. Hochschule Ruhr West, 2018.
17. Майорова Т.В., Лекційний матеріал дисципліни “Інноваційне підприємництво та управління стартапами” КНЕУ, 2022.
18. SessionLab. Design Thinking Online Tools. URL: <https://www.sessionlab.com/blog/design-thinking-online-tools/>. (дата звернення: 08.06.2024).
19. USF. "Історія успіху Elomia." URL: <https://usf.com.ua/istoriya-uspihu-elomia/>. (дата звернення: 08.06.2024).
20. Elomia. "Terms of Service." URL: <https://elomia.com/tos.html> (дата звернення: 08.06.2024).
21. Elomia. "Effectiveness Overview." URL: <https://elomia.com/effectiveness-overview.html> (дата звернення: 08.06.2024).
22. Global Psychological Counseling Chatbot Market. *Valuates Reports*. URL: <https://reports.valuates.com/market-reports/QYRE-Auto-37Y16525/global-psychological-counseling-chatbot>. (дата звернення: 08.06.2024).
23. AI In Healthcare Market Share, Size, Trends, Industry Analysis Report, By Platform (Hardware, Software, Services); By Technology; By Application; By End-Use; By Region; Segment Forecast. *Polaris Market Research*, 2023. URL: <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/ai-in-healthcare-market> (дата звернення: 08.06.2024).
24. Romanovskyi O., Pidbutska N., and Knysh A.. Elomia Chatbot: the Effectiveness of Artificial Intelligence in the Fight for Mental Health. National

Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", 2021. URL: <https://elomia.com/research.html>. (дата звернення: 08.06.2024).

25. Mental Health By the Numbers. *National Alliance on Mental Illness (NAMI)*, 2021. URL: <https://www.nami.org/mhstats>. (дата звернення: 08.06.2024)

26. Buchanan, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. *The MIT Press*, 1992.

27. Jain, Jimmy. Design Thinking for Startups: A Handbook for Readers and Workbook for Practitioners. *Notion Press*, 2018.

28. Bouchard S. Efficacy of Virtual Reality Exposure Therapy in the Treatment of PTSD: A Systematic Review. *Journal of Anxiety Disorders*, 2021.

29. Schwalbe, Nina, et al. "Digital Health Interventions for Delivery of Mental Health Care: Systematic and Comprehensive Meta-Review." *JMIR Mental Health*, 2022.

30. Salwen-Deremer J. The Influence of Gamification and Information Technology Identity on Postadoption Behaviors of Health and Fitness App Users: Empirical Study in the United States. *JMIR Serious Games*, 2021.

31. Can't Read, Won't Buy – B2C. *Common Sense Advisory Research*, 2014. URL: [https://www.commonsenseadvisory.com/Portals/\\_default/Knowledgebase/Article Images/140214\\_CRWB\\_Abstract.pdf](https://www.commonsenseadvisory.com/Portals/_default/Knowledgebase/Article Images/140214_CRWB_Abstract.pdf). (дата звернення: 08.06.2024).

32. Weller A. J. Design Thinking for a User-Centered Approach to Artificial Intelligence. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 2019.

## ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

### Огляд зарубіжної літератури

**1. Daymond, J., Knight, E. Design thinking in business and management: research history, themes, and opportunities. Oxford Research Encyclopedia of Business and Management, 2023. Pages: 150**

This work provides a comprehensive overview of the history and themes of design thinking in business and management, exploring opportunities for future research. It serves as a significant resource for understanding the evolution of design thinking and its impact on contemporary business practices. The authors discuss the development of design thinking, its theoretical foundations, and practical applications, emphasizing its role in fostering innovation and strategic decision-making in business environments.

**2. Brown, T. Design Thinking: How Designers Think and How Organizations Can Learn From It, 2008. Pages: 240**

Tim Brown presents design thinking as an approach to solving complex problems using the skills of designers. He emphasizes the importance of empathy and innovation in creating products and services that meet user needs. The book outlines the design thinking process, including stages such as inspiration, ideation, and implementation, and provides real-world examples of how organizations have successfully applied design thinking to drive innovation and competitive advantage.

**3. Lockwood, T. Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value. 2010. Pages: 270**

This book explores how design thinking can be used to integrate innovation, enhance customer experience, and increase brand value. Tom Lockwood highlights the importance of interdisciplinary approaches and collaboration. He provides case studies and practical insights into how companies

can leverage design thinking to create compelling customer experiences and strengthen their brand positioning in the market.

**4. Dorst, K. The Core of Design Thinking and Its Application, 2011.**

**Pages: 210**

Klaus Dorst analyzes the fundamental principles of design thinking and its application in various contexts. He examines how design thinking can foster innovation and solve complex problems. The book delves into the cognitive processes involved in design thinking, the role of creativity, and the importance of understanding user needs and behaviors. Dorst also discusses the challenges and limitations of implementing design thinking in organizational settings.

**5. Carlgren, L., Rauth, I., Elmquist, M. Framing Design Thinking:**

**The Concept in Idea and Enactment, 2016. Pages: 190**

This work explores the conceptualization and implementation of design thinking in organizations. The authors analyze different approaches to design thinking and their practical application in business. They present a framework for understanding how design thinking can be effectively integrated into organizational processes and highlight the benefits and barriers to its adoption. Case studies from various industries illustrate the impact of design thinking on innovation and organizational performance.

**6. Elsbach, K. D., Stigliani, I. Design Thinking and Organizational**

**Culture: A Review and Framework, 2018. Pages: 180**

This article examines the relationship between design thinking and organizational culture. The authors propose a framework for understanding how design thinking influences innovative culture within organizations. They explore the cultural attributes that support design thinking, such as openness to experimentation and collaboration, and discuss how leaders can foster a design-centric culture to drive innovation and adaptability in their organizations.

**7. Magistretti, S., Dell’Era, C., Verganti, R. Design Thinking: A**

**Methodology or a Mindset, 2021. Pages: 200**

This work explores whether design thinking is a methodology or a mindset. The authors analyze various approaches to design thinking and their impact on business innovation. They provide insights into how organizations can adopt design thinking to foster a culture of continuous improvement and creativity. The book includes case studies and practical examples of how design thinking has been implemented in different organizational contexts.

**8. Verganti, R., Dell'Era, C., Buganza, T. Design Thinking: A Critical Analysis and Research Agenda, 2021. Pages: 220**

This article offers a critical analysis of design thinking and identifies directions for future research. The authors discuss the advantages and limitations of design thinking in different contexts, and propose a research agenda to address the gaps in current knowledge. They emphasize the need for empirical studies to validate the effectiveness of design thinking and explore its application in various industries.

**9. Buchanan, R. Wicked Problems in Design Thinking. Design Issues, vol. 8, no. 2, 1992, pp. 5-21.**

Richard Buchanan introduces the concept of "wicked problems" and explains how design thinking can be used to address them. This article is one of the foundational works in the field of design thinking. Buchanan argues that design thinking is uniquely suited to tackle complex, ill-defined problems that do not have straightforward solutions. He provides examples of how design thinking has been applied to solve wicked problems in various domains.

**10. Mootee, Idris. Design Thinking for Strategic Innovation. Wiley, 2013. Pages: 300**

Idris Mootee explores the use of design thinking for strategic innovation. He provides practical tools and methods for implementing design thinking in business processes. The book covers various aspects of design thinking, including ideation, prototyping, and testing, and provides case studies of companies that have successfully used design thinking to drive innovation and growth.

**11. Mueller, Roland M., Thoring, Katja. Design Thinking vs. Lean Startup: A Comparison of Two User-Driven Innovation Strategies. International Design Management Research Conference, USA, 2012. Pages: 15**

This work compares design thinking and Lean Startup as two user-driven innovation strategies. The authors analyze their similarities and differences, as well as their application in fostering innovation. They discuss the strengths and weaknesses of each approach and provide recommendations for organizations on how to choose the most appropriate strategy based on their specific needs and goals.

**12. Institute of Design at Stanford. An Introduction to Design Thinking: Process Guide. Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, 2010. Pages: 7**

This guide from the Stanford Institute of Design offers practical recommendations for implementing design thinking. It includes descriptions of the main stages and tools used in the design thinking process. The guide provides step-by-step instructions on how to conduct design thinking workshops and activities, and includes examples of successful projects that have used design thinking to achieve significant results.

**АНОТАЦІЯ ДИПЛОМНОЇ БАКАЛАВРСЬКОЇ РОБОТИ**

**Buhaienko A.O. “Design thinking in the implementation of a startup project, exemplified by the startup Elomia”. Manuscript.**

This thesis explores the application of design thinking methodology in managing startups, specifically focusing on the Elomia startup. The primary goal of the research is to analyze the impact of design thinking on the development of the startup and to develop recommendations for enhancing its effectiveness.

The study focuses on the Elomia startup, which leverages design thinking methodology to create innovative solutions in digital psychological services. The theoretical and practical aspects of design thinking within the realm of startup management form the core of this research. The aim is to evaluate how design thinking is applied in the development of Elomia and to propose strategies and recommendations for optimizing its usage. The research draws on a wide array of sources, including works by prominent international and domestic scholars, internet publications, websites, statistical reports, and internal documents from the Elomia startup.

The practical significance of the obtained results lies in the implementation of design thinking methodology in the management of the Elomia startup and other startups aiming to improve their innovation processes and work efficiency through design thinking. This approach is also relevant for Ukrainian enterprises operating in the field of digital technologies and startups, helping them adapt to changes in consumer behavior and increase their competitiveness in the global market.

*Key words:* design thinking, startup management, innovation processes, user engagement, prototyping.

*Year:* 2024

Ім'я користувача:  
Міжнародного менеджменту Олійник Вікторія

ID перевірки:  
1016247136

Дата перевірки:  
14.05.2024 03:51:15 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
14.05.2024 08:42:47 EEST

ID користувача:  
100005721

Назва документа: Бугаєнко А.О.Дизайн-мислення у реалізації стартап-проекту (на прикладі стартапу Elomia)

Кількість сторінок: 54 Кількість слів: 12390 Кількість символів: 97830 Розмір файлу: 97.89 KB ID файлу: 1016032273

## 1.41% Схожість

Найбільша схожість: 0.44% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1014596265)

0.89% Джерела з Інтернету

232

Сторінка 56

1.41% Джерела з Бібліотеки

393

Сторінка 56

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

**Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної роботи  
антиплагіатною інтернет-системою Unicheck**