

ИССЛЕДОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматривается управление качеством инновационных проектов, как метод повышения конкурентоспособности промышленных предприятий. Для этого проведено исследование методов управления качеством промышленных предприятий, разработана универсальная классификация факторов исследования потребителей промышленного предприятия и предложен собственный метод управления качеством инновационных проектов промышленных предприятий.

Ключевые слова: управление качеством, инновационный проект, промышленные предприятия

Управление качеством инновационных проектов (ИП) является одним из ключевых направлений оптимизации российских промышленных предприятий. Вопрос «качества» российской промышленности и ее готовность к инновационным методам организации производства является особенно актуальным при вступлении нашей страны во Всемирную торговую организацию [2,3].

Внедрение надлежащей системы качества в масштабах промышленного предприятия, позволяет управлять инновационными проектами с точки зрения трех независимых параметров [1,4]:

- § инновационная ценность проекта: предприятия получают дополнительную возможность привлечения новых потребителей, улучшение отношений с существующими потребителями, выявление новых рынков сбыта и разработка новых продуктов и услуг.
- § затраты на производство и эффективность: предприятия оптимизируют распределение и использование существующих ресурсов и капитала для того, чтобы получить прирост эффективности и оптимизировать расходы для слияния с целями предприятия и ее стратегией.
- § упреждающее управление рисками: предприятия снижают собственную уязвимость и укрепляют уверенность в плановых показателях проекта за счет сбора аналитической информации по характеристикам реализации проекта и выявления потенциальных рисков и подготовкой упреждающих действий.

Каждый из этих параметров является важной частью инновационного проекта, изменение показаний одного параметра будет иметь последствия для других. **В соответствии с данными параметрами формируются технические требования инновационного проекта.**

Для организации постоянного анализа и корректировки ключевых параметров инновационного проекта рассмотрим различные методы

управления качеством промышленного предприятия (Таб. 1) [5,6,7].

Таб. 1. Методы управления качеством промышленных предприятий

№	Методы управления качеством	Характеристика метода	Цель реализации метода
1	Метод «5эС»	метод определяет стабильность производимых операций, необходимую для создания и поддержки непрерывных усовершенствований на предприятии	устранение видимых затрат, за счет создания ясной, понятно организованной окружающей среды, где определено место для каждой вещи, и все они находятся на своем месте.
2	Метод «Шесть Сигм»	метод точной настройки бизнес-процессов, применяемая с целью минимизации вероятности возникновения дефектов в операционной деятельности.	повышение рентабельности всех видов деятельности в результате достижения уровня дефектности не более 3 – 4 дефекта на миллион изделий (возможностей)
3	Метод FMEA (Failure Mode and Effects Analysis – анализ видов и последствий отказов)	метод анализа возможности возникновения дефектов и их влияния на потребителя	снижение риска потребителя от потенциальных дефектов
4	Метод РФК – развертывание функции качества	метод обеспечивает системный подход к определению требований потребителей к качеству продукции, намечает пути их удовлетворения и направляет усилия производителя на обеспечение этих требований	создание конкурентных преимуществ как для существующих, так и для новых продуктов
5	Метод всеобщего обслуживания оборудования	создание высокого качества непосредственно в процессе работы.	создание механизма на предотвращение всех видов потерь на протяжении всего жизненного цикла производственной системы
6	Функционально-стоимостной анализ	метод технико-экономического исследования систем, направленный на оптимизацию соотношения между их потребительскими свойствами (качество	достижение наивысших потребительских свойств продукции при одновременном снижении всех видов производственных

№	Методы управления качеством	Характеристика метода	Цель реализации метода
		функций) и затратами на достижения этих свойств	затрат

На основе анализа приведенных методов была разработана концепция метода качества инновационных проектов (МКИП).

МКИП – представляет собой концептуальный метод интеграции потребителей в процесс подготовки и реализации инновационного проекта на промышленном предприятии, что позволяет достичь целевых качественных показателей с наименьшими издержками и минимальным риском.

Схема применения МКИП и параметров инновационных проектов представлена на Рис. 1.

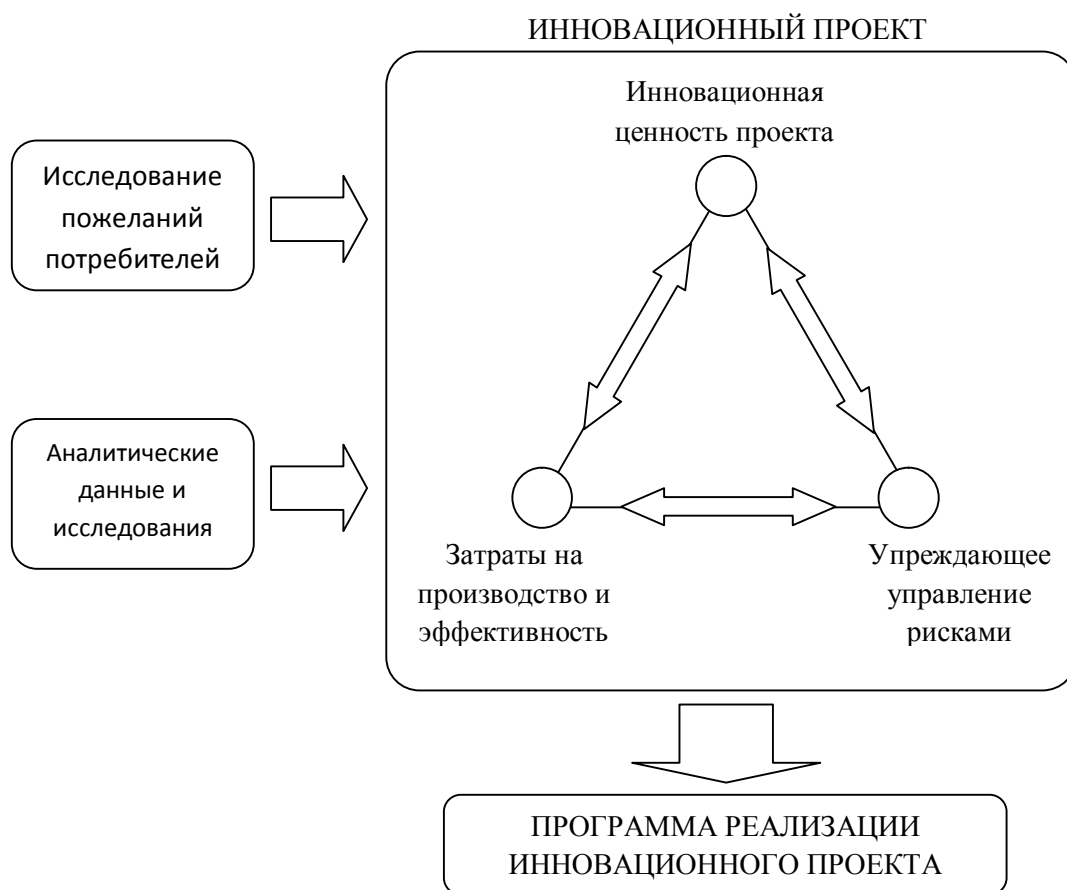


Рис. 1. Схема применения метода качества инновационных проектов и параметров инновационных проектов промышленных предприятий

На основании представленной схемы, в рамках реализации инновационного проекта, появляется необходимость исследования предпочтений потребителя в части управления его качеством.

В процессе реализации метода качества инновационных проектов проводится исследование пожеланий потребителя (анкетирование, интервьюирование) и в соответствии с факторами поведения потребителя формируются структура потребительских предпочтений к качеству инновационного проекта.

На основе анализа факторов отечественной и зарубежной литературы представленных нами разработана универсальная классификация факторов потребительского поведения (Таб. 2).

Таб. 2. Классификация факторов потребительского поведения

Внутренние (индивидуальные) факторы	Внешние факторы	Факторы (средства) комплекса маркетинга фирмы и ее конкурентов
Физиологические характеристики: пол, возраст, состояние здоровья, этап жизненного цикла семьи и др.	Внешняя культура среды: ценности и нормы, традиции, этническая принадлежность, религиозная среда и др.	Факторы товарной политики: упаковка товара, качество товара, уровень дифференциации товара, ассортиментная политика, гарантии и обслуживание потребителей, факторы марочной политики и др.
Образование и род занятий: уровень образования, интеллект, эрудиция, профессия и др.	Природные, географические и климатические условия: плотность населения, природные ресурсы, климатические особенности региона и др.	Факторы ценовой политики: уровень цен, система скидок и надбавок, условия поставки товара и его оплаты, кредитная политика и др.
Внутренняя культура: индивидуальные ценности, морально-этические нормы, убеждения, вероисповедание и др.	Социальные факторы: социальный класс, референтные группы, роли и статусы, семья и др.	Факторы распределительной политики: использование каналов распределения товара, маркетинг-логистика, средства сбыта, условия поставок, условия складирования продукции и др.
Личностно-психологические характеристики: тип личности, жизненный стиль, вкусы и привычки, мотивация, восприятие, усвоение, отношения и др.	Политические факторы: уровень стабильности политической обстановки; правовая база и др.	

Внутренние (индивидуальные) факторы	Внешние факторы	Факторы (средства) комплекса маркетинга фирмы и ее конкурентов
Экономические ресурсы (доход потребителя): текущий доход, наличие сбережений, возможности получения кредита и др.	Макроэкономические факторы: темпы инфляции, размер процентной ставки, валютный курс, дефицит бюджета, уровень безработицы, нормы налогообложения, размер валового национального продукта и др.	Факторы коммуникативной политики: организация взаимодействия оферента с субъектами системы маркетинга, планирование бизнес-коммуникаций, рекламная политика, стимулирование продаж, личная продажа, организация связей с общественностью, политика спонсирования, политика бренда и др.

На основании проведенного исследования формируется матрица качества инновационного проекта. При формировании матрицы качества необходимо учесть, что инновационный проект обладает рядом характеристик отличных от классического промышленного проекта:

- § уникальность результата проекта: в основе реализации проекта (программы реализации инновационного проекта) находятся уникальные результаты, достижения, продукты; в противном случае такое предприятие становится серийным производством;
- § интеграция потребителей в процесс проектирования и реализации инновационного проекта;
- § постоянная оптимизация инновационного проекта: проходя через определенные ранее этапы или шаги, при этом постоянно происходит поиск возможностей оптимизации проекта.

Постоянное управление качеством инновационных проектов подстегивается необходимостью постоянного совершенствования производственного процесса, спросом на новые продукты, услуги и технологии.

На Рис. 2 изображена матрица качества МКИП

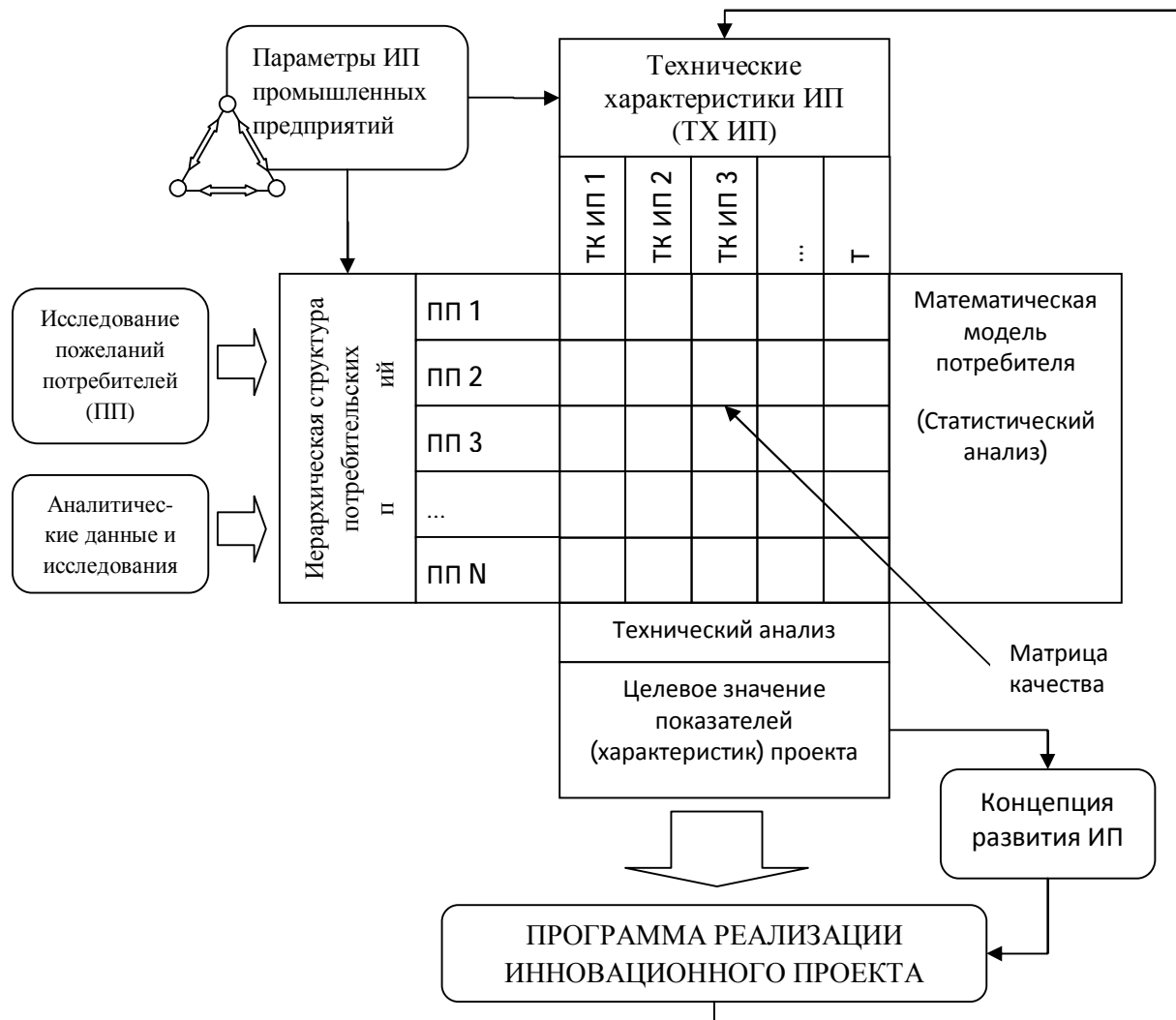


Рис. 2. Матрица качества МКИП

Результатом реализации МКИП является программа реализации инновационного проекта.

В заключении необходимо отметить, что в ходе реализации данного подхода российские предприятия смогут постепенно перейти на инновационный путь ведения хозяйственной деятельности и быстро интегрироваться в условиях высокой конкуренции и постоянно изменяющейся конъюнктуры рынка стран участников Всемирной торговой организации.

Список литературы

1. Хомутский Д., Управление инновациями в компании М.: СОЛОН-Пресс, 2012.
2. Гутникова Т. Управление инновациями М.: Альпина, 2008.

3. Лидбитер Ч., Мы-думаем. Массовые инновации, не массовое производство , М.: Аквамарин-книга, 2009.
4. Carr, N. G. Marketing. The economics of customer satisfaction. *Harvard Business Review* 77, 1999.
5. Cole, R. *Managing Quality Fads How American Business Learned to Play the Quality Game*. New York: Oxford University Press, 1999.
6. Natarajan, R. N., Martz, R. E., and Kurisaka, K. Applying QFD to internal service system design. *Quality Progress* 32(2), 1999.
7. Roche, E. Product development. *Harvard Business Review* 77(1), 1999.