

## ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

***Анотація.** У статті обґрунтовано важливість забезпечення якості продукції при використанні інноваційних можливостей. Окрему увагу приділено дослідженню управління взаємодії якості, досконалості та інновацій. Розглянуто сучасний підхід регулювання якості інноваційної продукції на основі принципів Загального управління якістю.*

***Аннотация.** В статье обоснована важность обеспечения качества продукции при использовании инновационных возможностей. Отдельное внимание уделено исследованию управления взаимодействия качества, совершенства и инноваций. Рассмотрен современный подход регулирования качества инновационной продукции на основе принципов Общего управления качеством.*

***Annotation.** In the article is grounded importance of providing of quality of products is reasonable at the use of innovative possibilities. The special attention is spared the investigation of management of combination quality, excellence and innovations. Modern tendencies of adjusting of quality of innovative products on the basis of the Total quality management principles are considered.*

***Ключові слова.** Досконалість, загальне управління якістю, інновації, інноваційний потенціал, інноваційна стратегія, конкурентоспроможність, продукція, якість.*

**Постановка проблеми.** Глобалізаційні процеси, які дедалі активніше відбуваються у світовій економіці, мають вирішальний вплив на складові соціально-економічного розвитку підприємств. Цей вплив проявляється, насамперед, через посилення інноваційних процесів та їх якості. Саме якість інноваційної продукції є дієвим засобом у конкурентній боротьбі. Досягнення стабільності і зростання економіки і підприємства зокрема можлива за умови,

якщо дана проблема виділяється і вирішується як першочергова.

Складність і багатоаспектність проблеми взаємодії якості та інновацій потребує особливих підходів до її вирішення. Наміри інтеграції України до ЄС вимагає докорінного поліпшення інноваційних процесів у загальному масштабі та суттєвого підвищення ефективності функціонування і конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. За цих умов якість у широкому розумінні має стати пріоритетом держави та перетворитися на загальнонаціональну ідею українського суспільства.

**Аналіз останніх досліджень.** У зарубіжній та вітчизняній науковій літературі проблема забезпечення якості продукції висвітлена у працях Дандона Е., Мясниковича М., Сідоріна В., Новака А. Мітчела Н. та інших. Проте, дана тематика досліджена недостатньо глибоко та комплексно, оскільки перехід на інноваційний шлях розвитку економіки України дуже складний, тривалий і специфічний, що характеризується ринковими трансформаціями в усіх сферах суспільного життя і потребує кваліфікованого та зваженого дослідження досягнення підприємством якості інноваційної продукції.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є дослідження сучасних аспектів забезпечення якості продукції в контексті використання інноваційних можливостей.

### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Як відомо, єдиного трактування поняття „інновація” не існує, однак під ним слід розуміти результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних, економічних новинок, який може бути отриманий на будь-якому інноваційному процесі. У рамках організації інновація об’єднує продукцію, процеси і систему бізнесу. Дійсно, його можна застосовувати в будь-якій галузі організаційної діяльності, включаючи науково-дослідні роботи, технологію та політику.

Моделі „якості” розвивалися навколо повторюваних процесів „більше того ж”. Моделі „досконалості” поєднуються з „більше і краще”, а „інновації” поєднуються з „чимось іншим”. Всі три області працюють у динамічному

напруженні. Наприклад, системи якості гарантують, що бізнес-процеси відповідають технічним умовам, орієнтованим на споживача і продукцію. Це стосується стандартизації, управління та відповідності. Інновації, особливо інновації шляхом мозгової атаки, тягнуть за собою радикальні зміни і, цитуючи відомого економіста в галузі інновацій Йозефа Шумпетера: „Креативне руйнування”. Якщо прослідкувати на практиці, то даних три області з однієї сторони - конфліктують між собою, а з іншої - взаємодіють і доповнюють одна одну.

На даний час діяльність підприємства полягає в менеджменті всіх трьох областей : якості, досконалості та інновацій. У цьому контексті консультанти в області якості можуть працювати разом з менеджерами, розширювати їх горизонт від питань якості до якості інновацій, зрозуміти, і захищати значення якості, визнаючи значення інновації. Як буде показано далі, насправді моделі якості допомагають побудувати інструменти для інноваційного менеджменту.

В контексті висвітлення даної проблеми пропонується коротка інформація по моделі інновацій та їх виміру, яке почалося з пошуку систематичних вимог менеджменту інновацій. В її основі лежить теорія і дослідницька база, яка ставить інновації в контекст якості та досконалості. Модель підтверджена даними бенчмаркінгу, у яких надана велика кількість завдань для менеджерів, що бажають пізнати й опанувати інновації. Модель включає шість складових: загальний менеджмент, стратегія, ретельне вивчення можливостей, маркетинг, виробництво, адміністрування [8, 120-122].

Ще шість функцій, паралельних функціонально зазначеним вище шести, є вимогами до жорсткого і безперервного менеджменту інновацій. Це керівництво інноваціями, стратегія інновацій, активне вивчення можливостей, внутрішній „маркетинг”, що створює правильне внутрішнє середовище або клімат для інноваційних робіт, ключові процеси інноваційного „виробництва”, вимірювання інновацій. За цією моделлю складений інструмент проведення обстеження, названий "WAVE" (хвиля). Практика застосування даної моделі свідчить, що використання принципів і практики якості та досконалості сприяє

удосконаленню менеджменту інновацій.

Для розробки ефективної інноваційної політики суб'єктів господарювання необхідно розглянути якість та інновації в аспекті змісту критерію „якість інноваційної продукції” в рамках сучасних уявлень про критерії оцінки якості як комплексної категорії, що сукупно відбиває техніко-економічні, соціальні, екологічні, інтелектуальні, управлінські та інші аспекти всіх стадій життєвого циклу продукту [6, 213- 216].

Відомі різні концептуальні підходи до визначення змісту критерію „якість” продукції. Наприклад, Комісія Союзу німецьких інженерів визначила вісім ціннісних областей технічної діяльності, що визначають якість: здатність до функціонування, економічність, добробут, здоров'я, безпека, якість навколишнього середовища, якість суспільства, розвиток особистості.

Стабільне становище виробничої структури різної форми власності та призначення визначається багатofакторним критерієм конкурентоспроможності, тобто сукупністю матеріальних, організаційних, інтелектуальних та інших компонентів, що забезпечують переваги продукції (виробів, матеріалів, технологій, послуг тощо) в порівнянні з аналогами.

Серед численних компонентів конкурентоспроможності, визначальну роль якість продукції. Множинність складових критерію конкурентоспроможності зумовила різні концептуальні підходи до управління підприємством. Основу першого складає пріоритет доступності продукції, внаслідок мінімізації її вартості. Цінова політика такого підприємства – основа його розвитку. Стратегія передбачає максимальне використання уніфікованих елементів конструкції, технологій, матеріалів, технологій стандартизованих якості. Як правило, це великі спеціалізовані підприємства з порівняно вузьким номенклатурним діапазоном. Концепція мінімізації вартості переважала в розвинених країнах до насичення ринку. Особливий розвиток ця концепція отримала в СРСР в результаті формування в рамках єдиного народно-господарського комплексу системи управління, що ґрунтується на поєднанні планового й адміністративного ресурсів. Концепція мінімізації вартості

дозволяла досягти комерційного успіху при наявності гарантованого ринку збуту продукції, завдяки твердому плановому розподілу або монопольному становищі на ринку. При цьому витрати виробника на інші компоненти конкурентоспроможності продукції (дослідження ринку, сервісне обслуговування, рекламу, розробку нових технологій та ін) були мінімальні, що забезпечувало оптимальне співвідношення основних показників „якість – ціна” [11, 54-56].

Розвиток маркетингу, як одного з компонентів забезпечення конкурентоспроможності та використання сучасних технологій його проведення на державних і міждержавних ринках, зумовили формування нової концепції забезпечення конкурентних переваг продукції серед аналогів. Зміст цієї концепції складає орієнтація виробника на потреби конкретного споживача. Продукція виробника створюється з максимальним урахуванням вимог споживача, як правило, при формуванні ексклюзивних взаємин, що визначають специфічні форми поставки, взаєморозрахунків, логістичного та сервісного обслуговування.

Елементи розглянутих концепцій обумовили формування сучасної методології управління якістю продукції промислових підприємств, як основи стратегічного розвитку. Високоєфективні підприємства, для забезпечення конкурентоспроможності продукції в якості основного компонента виробничої діяльності, вводять інтелектуальне забезпечення всіх стадій життєвого циклу продукції. Поняття „інтелектуальне забезпечення” включає комплекс заходів щодо розробки і застосування наукоємної науково-дослідної продукції у вигляді нових матеріалів, технологій, устаткування, систем управління, контролю та реалізації на основі використання і розвитку потенціалу виробничого та управлінського персоналу.

Специфікою категорії „якість” відносно інноваційних продуктів є, безумовно, наявність нового компонента хоча б на одній зі стадій життєвого циклу продукту. Як правило, сучасні інноваційні технології забезпечують досягнення економічних, матеріальних, екологічних та інших переваг що

випускається, і, в ряді випадків, призводять до виробництва принципово нових продуктів, що не мають аналогів [7, 14-20]. Розвиток цієї концепції привело до трансформації функціонального змісту концепції якості інноваційної продукції (рис. 1).

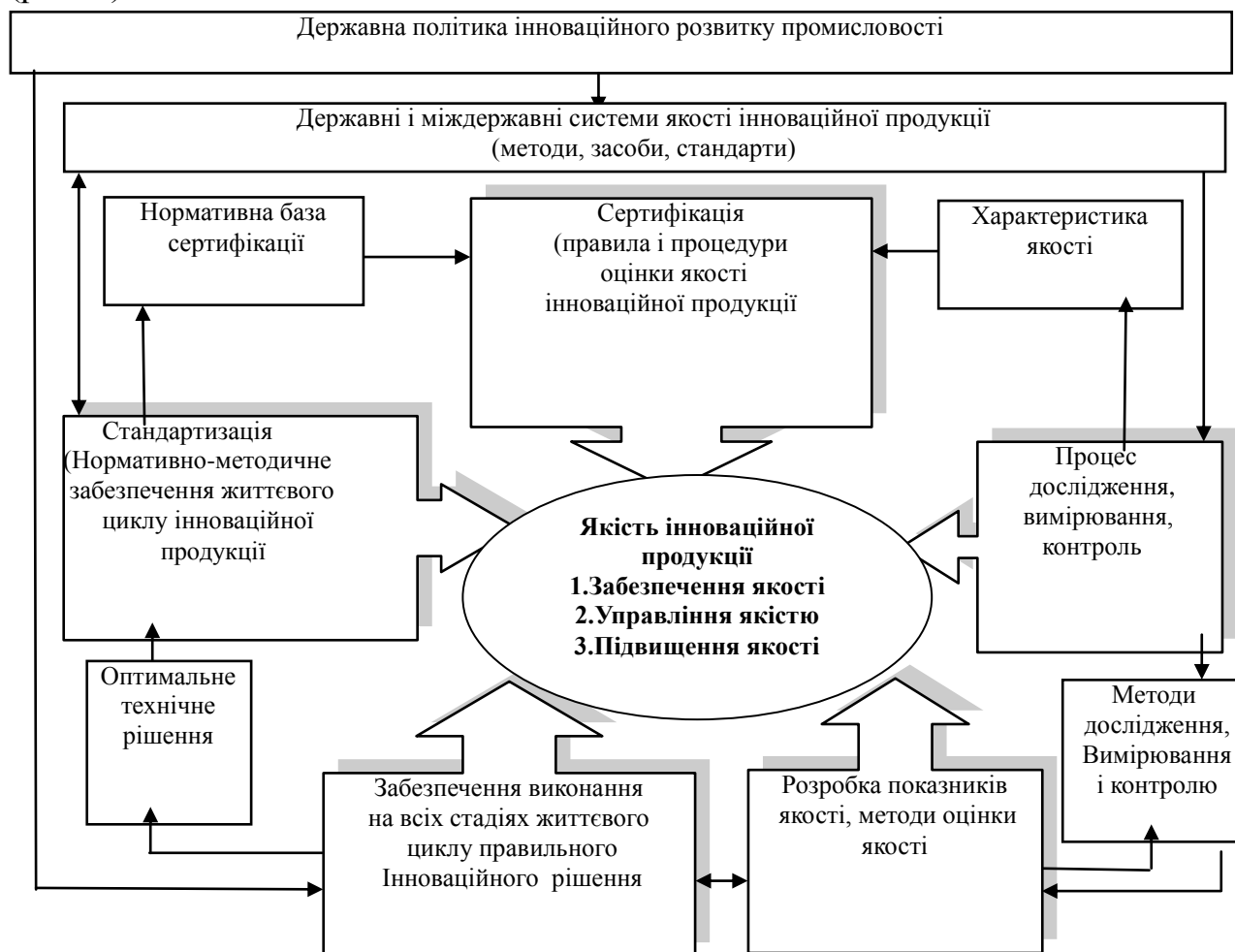


Рис. 1. Функціональний зміст концепції якості інноваційної продукції

Особлива роль у концепції якості інноваційної продукції належить інтелектуальному забезпеченню, яке є багатокomпонентним продуктом творчого процесу на основі практичного застосування досягнень фундаментальних і прикладних наук, системи підготовки персоналу. Характерна риса цього компоненту – безперервність, зумовлена не стільки необхідністю вдосконалення якості продукції, скільки безумовною потребою формування адекватного сприйняття всіх учасників життєвого циклу інноваційного продукту.

Для реалізації концепції якості інноваційної продукції доцільно творчо використати накопичений досвід до практичного втілення основних

компонентів цього багатоаспектного поняття, що базується на ідеології TQM (Total Quality Management) (рис. 2).

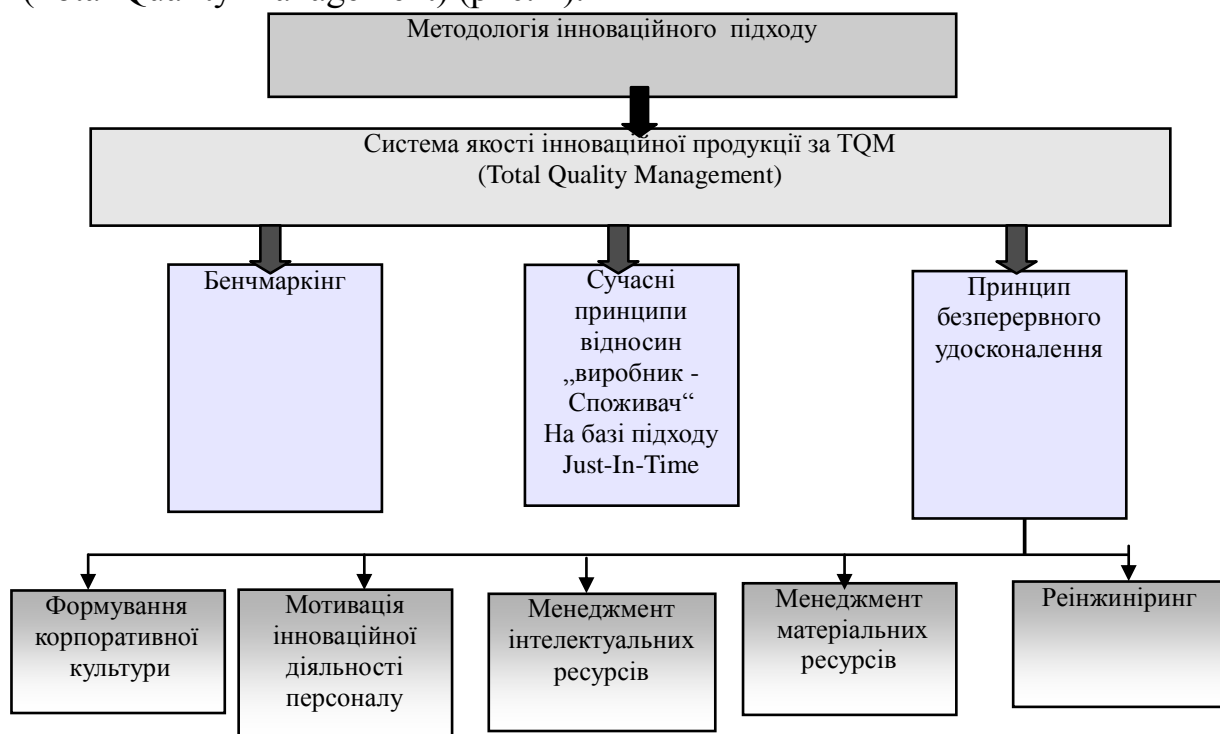


Рис. 2. Методологія забезпечення якості інноваційної продукції

Сучасний підхід до управління якістю інноваційної продукції базується на серії міжнародних стандартів ISO 9000. Стандарти ISO 9000:2000 формалізують принципи TQM, що визначають систему управління якістю. Система менеджменту якості інноваційної продукції містить основні принципи Демінга і додатково включає елементи інтелектуального забезпечення, засновані на високому рівні базової підготовки персоналу, що постійно розвивається. Це не тільки сприяє залученню персоналу в інноваційну діяльність щодо підвищення якості, а й формуванню сприятливого оточення ринку споживання [10, 385-392].

Як відомо, одним з основних елементів TQM є необхідність приділення достатньої уваги клієнтам. Підприємства повинні визначити потреби нинішнього і майбутнього споживача, і рівень їх задоволеності. Можна припустити, що в майбутньому споживачі будуть все більш вимогливими, зокрема, з розвитком менеджменту якості. Тобто будь-які зміни повинні здійснюватися відповідно до потреб клієнтів, тому можна стверджувати що даний аспект системи TQM є стимулом для створення інноваційного продукту.

Крім того, розширення можливостей та роботи в команді, раціональність в

аналізі процесів виробництва та бенчмаркінгу, а також орієнтованість на клієнта та безперервне навчання можуть допомогти підприємствам бути більш винахідливими у своїй діяльності. Однак, для цього концепції TQM повинні бути достатньо зрозумілими для керівництва, а підприємство в цілому повинно прагнути до того, щоб поняття якості та інновації діяли комплексно.

В контексті висвітлення даної проблеми можна констатувати, що методологія менеджменту якості інноваційної продукції, що базується на фундаментальних принципах матеріально-технічного, конструкторсько-технологічного та організаційного забезпечення, доповнюється найважливішим компонентом – інтелектуальним забезпеченням, що представляє комплексне використання фундаментальних і прикладних досліджень у різних галузях знань для формування ефективного життєвого циклу продукції.

У результаті досягається формування інноваційного циклу забезпечення якості продукції не тільки на підприємстві, а й на регіональному та міжрегіональному рівнях (рис. 3).

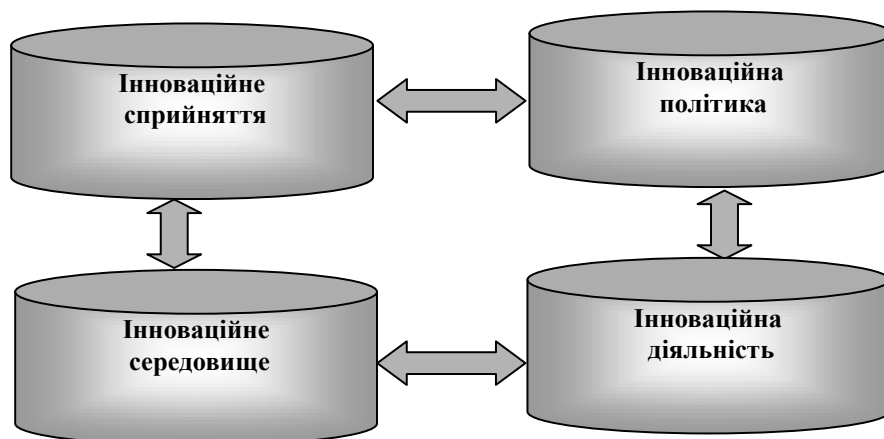


Рис. 3. Інноваційний цикл забезпечення якості

Обов'язкова складова такого циклу – інноваційне сприйняття, що формує оптимальне поєднання науково-дослідних, виробничих, управлінських, соціально-економічних і політичних аспектів сталого розвитку. Формування стратегії сталого розвитку суб'єктів господарювання в сучасних умовах базується на інноваційній державній політиці, що забезпечує законодавчу, правову, адміністративно-управлінську і техніко-економічну базу для комплексного розвитку. Специфічна особливість такої стратегії – принцип



перманентного вдосконалення якості інноваційної продукції на основі нового методологічного підходу, що включає принцип інтелектуального забезпечення всіх стадій життєвого циклу. Ефективне інтелектуальне забезпечення дозволяє формувати інноваційний цикл якості інноваційної продукції.

**Висновки з даного дослідження.** Проведені дослідження показують, що якість та інновації, безумовно, дві ключові стратегії, які підприємства використовують для забезпечення конкурентних переваг на ринку. З іншої сторони, існує досить мало обговорень про те, як ці дві стратегії взаємопов'язані і яким чином вони можуть досягти організаційної цілі разом. Проте, дослідивши дану проблему, можна сказати наступне, що тільки при умові правильного трактування основних концепцій якості щодо впровадження інновацій та першочергового вирішення використання інноваційних можливостей, надасть змогу підприємству досягти високоякісної продукції.

**Перспективи подальших досліджень.** В подальших дослідженнях, на основі визначення сутності понять „інновація” та „якість”, доцільно вдосконалити процеси взаємодії даних категорій та визначити переваги та недоліки їх комплексного функціонування.

### **Література**

1. Будкін Д. Інноваційна модель розвитку національної економіки / Д. Будкін // Економіка України. – 2010. – №6. – С. 67-70.
2. Дандон Э. Инновации: как определять тенденции и извлекать выгоду / Э. Дандон. Пер. с англ. – М.: Варшина, 2006. – 304 с.
3. Кундеева Г. А. Инновационные процессы на микро и макроуровнях / Г. А. Кундеева // Проблемы науки. – 2007. – №11. – С.8-14
4. Мясникович М.В. Научные основы инновационной деятельности. / М.В. Мясникович. – Мн.: «Право и экономика», 2003. – 280 с.
5. Никсон Ф. Инновационный менеджмент М.: Экономика. – 1997. – 240 с.
6. Сидорин В.В. Менеджмент качества как средство управления конкурентоспособностью / Мат. межд. научн.-практ. конференции Intermatic –

2004. – М.: МИРЭА. – ЦНИИ «Электроника». – 2004. – С. 212–224.
7. McAdam R. Reconceptualising quality models to achieve innovation objectives / R. McAdam, N. Mitchell // *International Journal of Technology Management*. – 2007. – Vol. 37, Nos. ½. – Pp.13–28.
  8. Nowak A. Strategic relationship between quality management and product innovation./ A. Nowak // *Mid-Atlantic Journal of Business*. – 1997. – №33(2). – P.119–135.
  9. Perdomo-Ortiz J. Total quality management as a forerunner of business innovation capability / J. Perdomo-Ortiz, J. González-Benito // *Technovation*. – 2006. – Vol. 26, No. 10. – Pp.1170–1185.
  10. Prajogo D. The relationships between quality, innovation and business performance: an empirical study / D. Prajogo, P. Ahmed // *International Journal of Business Performance Management*. – 2007. – Vol. 9, No. 4. – Pp.380–405.
  11. Prajogo D. TQM and innovation: a literature review and research framework. / D. Prajogo, A. Sohal // *Technovation*. – 2001. – №21(9). – Pp.53–58.