УДК 005:332.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ

IMPROVEMENT OF PROJECT MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES BASED ON DESIGN THINKING

[1]К.М. Ксенофонтова, [2]А.Л.Золкин, [3]А.А. Зайченко, [4]О.В. Шугаева
[1]K.M. Ksenofontova, [2]A.L.Zolkin, [3]A.A. Zaichenko, [4]O.V. Shugaeva

1. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва, e-mail: ksenofontova-km@rguk.ru

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Russian State University named after. A.N. Kosygina (Technology. Design. Art)», Moscow, e-mail: ksenofontova-km@rguk.ru

2. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики» (ПГУТИ), Самара, e-mail: alzolkin@list.ru

Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics (PGUTY), Samara, e-mail: alzolkin@list.ru

3. Государственное образовательное автономное учреждение высшего образования Курской области «Курская академия государственной и муниципальной службы», Курск, e-mail: zaychencko.2015@yandex.ru

State educational autonomous institution of higher education of the Kursk region «Kursk Academy of State and Municipal Service», Kursk, e-mail: zaychencko.2015@yandex.ru

4. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Юго-западный государственный университет», Курск, e-mail: olga.sop@mail.ru

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «South-West State University», Kursk, e-mail: olga.sop@mail.ru

Аннотация. *В статье рассматривается возможность использования дизайн-мышления для совершенствования проектного механизма управления инновационной деятельностью на корпоративном уровне. При существующей конкурентной конъюнктуре проектный подход признан наиболее эффективным с точки зрения управления процессом разработки и внедрения инноваций. В то же время постоянная необходимость генерации определенного уровня новизны, которая формирует стержневую составляющую инновации, требует интеграции дополнительных инструментов в систему координат проектного менеджмента. Важное место в решении данной задачи отводится дизайн-мышлению, которое позволяет создавать ранее не используемые предметы, технологии и методы, обладающие коммерческим потенциалом и способствующие расширению корпоративных конкурентных возможностей. Дизайн-мышление обеспечивает интеграцию творческого элемента в процесс создания инновации без выхода за рамки проектного управления. Достоинством работы является присутствие практической составляющей, в содержании которой рассматривается пример разработки новой упаковки для продукции мясокомбината по итогам прохождения классических этапов дизайн-мышления. В качестве корпоративного института используется условное предприятие пищевой промышленности, но достигнутые результаты являются актуальными с точки зрения практического применения и обладают значительным коммерческим потенциалом, обеспеченным дополнительными возможностями продвижения продукции в потребительской среде. Представленные прототипы оригинальной упаковки выступают продуктом дизайн-мышления, реализованного в рамках методики коллективного мозгового штурма, и обладают выраженными признаками новизны. В работе авторским коллективом рассматриваются базовые элементы и основные технологии проектного управления, используемые для разработки и внедрения инноваций, конкретизируется цикл реализации инновационного проекта с учетом классической методологии проектного менеджмента, а также представлен механизм разработки инновационного проекта в деятельности предприятия пищевой промышленности на основе последовательного прохождения всех стадий алгоритм дизайн-мышления с целью создания нового вида упаковки, способной сформировать условия для роста продаж за счет увеличения привлекательности в потребительском пространстве.*

Abstract. *The article considers the possibility of using design thinking to improve the project mechanism for managing innovation activities at the corporate level. In the current competitive environment, the project approach is recognized as the most effective in terms of managing the process of developing and implementing innovations. At the same time, the constant need to generate a certain level of novelty, which forms the core component of innovation, requires the integration of additional tools into the coordinate system of project management. An important place in solving this problem is given to design thinking, which allows you to create previously unused items, technologies and methods that have commercial potential and contribute to the expansion of corporate competitive opportunities. Design thinking ensures the integration of the creative element into the process of creating innovation without going beyond the scope of project management. The advantage of the work is the presence of a practical component, the content of which considers an example of developing new packaging for meat processing plant products based on the results of passing the classical stages of design thinking. A conventional food industry enterprise is used as a corporate institution, but the achieved results are relevant from the point of view of practical application and have significant commercial potential, provided by additional opportunities for promoting products in the consumer environment. The presented prototypes of the original packaging are a product of design thinking implemented within the framework of the collective brainstorming technique and have pronounced signs of novelty. In the work, the authors' team considers the basic elements and main technologies of project management used to develop and implement innovations, specifies the cycle of implementing an innovative project taking into account the classical methodology of project management, and presents a mechanism for developing an innovative project in the activities of a food industry enterprise based on the sequential passage of all stages of the design thinking algorithm in order to create a new type of packaging capable of creating conditions for sales growth due to increased attractiveness in the consumer space.*

Ключевые *слова: проектное управление, дизайн-мышление, инновации, инновационная деятельность, корпоративный менеджмент, пищевая упаковка.*

Key *words: project management, design thinking, innovation, innovative activity, corporate management, food packaging.*

Дата поступления статьи в редакцию: 20.02.2025
Дата принятия статьи в печать: 14.03.2025

Введение

Анализ научного пространства позволяет сделать вывод о бесспорной значимости инновационной деятельности для обеспечения прибыльности и конкурентоспособности бизнеса в целом. В этой связи важно сформировать эффективный механизм управления инновациями в корпоративной среде. По мнению А. Бади, наиболее действенным подходом для решения данной задачи выступает проектное управление [1]. В отечественной и зарубежной практике внедрение инноваций именно на основе проектного подхода позволяет получать максимальные положительные результаты. С данным мнением соглашается С.С. Бахтина, которая выделяет ряд положительных аспектов использования проектного управления в инновационном менеджменте:

- четкая фокусировка на достижении общей стратегической цели функционирования предприятия;
- высокая корреляция с возможностями присутствующего ресурсного потенциала компании;
- разделение текущих и проектных процессов, что позволяет соблюсти сроки реализации инновационного проекта. Управление инновацией в рамках текущей деятельности не допустимо, так как может привести к нарушению временных рамок и нивелированию эффекта новизны;
- структурирование инновационных продуктов по типам и использование для каждого продукта в зависимости от его особенностей персонифицированной проектной методологии;
- выделение отдельного структурного подразделения, которое непосредственно занимается проблематикой реализации инновационных проектов [2].

Свое виденье достоинств проектного управления формулирует А.А. Жданов, который выделяет следующие наиболее актуальные аспекты:

- создает условия для устранения лишних процессов и позволяет концентрироваться только на процессах, связанных с разработкой и внедрением инноваций;
- обеспечивает вовлечение наиболее компетентных сотрудников в инновационную деятельность с целью достижения максимального эффекта;
- предоставляет возможность соблюдения временных параметров реализации проекта за счет четкого контроля над сроками выполнения отдельных этапов проектного задания [3].

В современных условиях для повышения эффективности инновационного менеджмента наиболее результативным является проактивный подход в управлении, который опирается на поиск новых идей с учетом виденья будущего состояния рыночной конъюнктуры и потребительского рынка [4]. К числу актуальных достоинств проектного управления инновациями С.В. Глебов относит присутствие гибкости, обеспечивающей требуемую динамику разработки и внедрения инноваций [5]. Обеспечение высокого уровня динамики достигается на основе:

- реконфигурации организационных процессов с учетом особенностей того или иного инновационного проекта;
- варьирования ресурсным потенциалом для реализации, в первую очередь, наиболее приоритетных проектов;
- системного поиска новых резервов для внедрения инноваций по итогам мониторинга бизнес-среды на предмет выявления потенциальных возможностей генерации ранее не существовавших ценностей в продуктовой и технологической сферах [6].

Цель исследования

Цель заключается в рассмотрении перспектив расширения потенциала проектного менеджмента инновационной деятельности на основе интеграции дизайн-мышления. Задачи работы концентрируются на следующих аспектах:

- рассмотреть базовые элементы и основные технологии проектного управления, используемые для разработки и внедрения инноваций;
- конкретизировать цикл реализации инновационного проекта с учетом классической методологии проектного менеджмента;
- представить механизм разработки инновационного проекта в деятельности предприятия пищевой промышленности на основе последовательного прохождения всех стадий алгоритм дизайн-мышления с целью разработки нового вида упаковки, способной сформировать условия для роста продаж за счет увеличения привлекательности в потребительском пространстве.

Методы и материалы исследования.

При выполнении работы были использованы следующие методы исследования: гносеологический, логический, аналитический, графический, экспертный, системный. На основе гносеологического метода раскрывается сущность проектного управления и методические особенности его использования для расширения корпоративного инновационного потенциала. Логический метод позволяет сформировать причинно-следственные связи между организационно-экономическими факторами рыночной конъюнктуры, особенностями потребительской среды и коммерческой эффективность инноваций. На основе аналитического метода в работе была выполнена диагностика направлений совершенствования сбыта продукции предприятия пищевой промышленности с учетом потенциальной интеграции дизайн-мышления. Системный метод обеспечил комплексное изучение проблематики проектного управления, инновационного менеджмента и инструментария дизайн-мышления. На основе экспертного метода были обоснованы и выделены дизайнерские инновации, которые могут быть использованы для интенсификации потребительского спроса на продукцию предприятия пищевой промышленности. В рамках графического метода в работе визуализированы базовые элементы проектного управления, цикл реализации инновационного проекта, экспертные оценки основных характеристик продукции ООО «Мясокомбинат», а также варианты дизайнерской трансформации упаковки продукции. Материалы исследования включают в себя результаты контент-анализа научных публикаций в рамках проблематики проектного управления, инновационного менеджмента, инновационной активности, дизайн-мышления, продвижения продукции. При выполнении практической части работы были использованы результаты экспертных оценок ключевых характеристик продукции предприятия пищевой промышленности по итогам эмпатии и фокусировки профессиональных суждений. Теоретическая значимость работы заключается в уточнении методической составляющей проектного управления инновационной деятельностью. Практическая значимость состоит в разработке конкретных предложений, обладающих признаками инновационности, способных в случае практической интеграции обеспечить формирование дополнительного коммерческого эффекта на основе продвижения продукции в потребительской среде.

Результаты и обсуждения

При рассмотрении методологического инструментария проектного управления необходимо определится с профильной терминологией, раскрывающей сущность таких категорий как проект и проектное управление:

- проект представляет собой комплекс взаимосвязанных между собой действий, задач и ресурсов, направленных на достижение четко сформулированной цели в рамках обозначенного временного интервала;

- проектное управление выступает в качестве механизма организации проектной деятельности путем управления всеми элементами проекта на основе применения специальных знаний, профильных компетенций и релевантных подходов [7].

Как отмечает О.Е. Михненко в рамках инновационного менеджмента в качестве объектов проектного управления могут выступать:

- разработка конкретной инновации от момента творческого замысла и научного обоснования до коммерческого воплощения и оценки инвестиционного эффекта;

- уникальный технологический процесс, связанный с внедрением имеющейся инновации в хозяйственно-экономический комплекс предприятия;

- механизм коммерческого использования инновации для роста прибыльности бизнеса и повышения корпоративной конкурентоспособности во всех аспектах ее проявления [8].

По мнению А.В. Плетнёвой, ключевым достоинством современных технологий проектного управления, применяемых в инновационной деятельности является их гибкость [9]. Достижение гибкости проектного управления инновациями базируется на следующих фундаментальных идеях:

- приоритет отдается процессу взаимодействия с заказчиком и удовлетворению его запросов относительно инновационного продукта;

- готовность к изменениям, которые могут выражаться в отклонении от намеченного проектного плана, в зависимости от требований заказчика и вариативности рыночной конъюнктуры;

- стержневая цель заключается в создании работающего и качественного инновационного продукта.

В целом можно заключить, что методология проектного управления опирается на три базовых элемента, отраженных на рисунке 1.

Рис. 1. Базовые элементы проектного управления

Важнейшим принципом современного проектного менеджмента выступает его человекоцентричность, то есть готовность гибко и оперативно меняться в зависимости от запросов потребительского сообщения и мнения заказчика. Проектное управление инновациями будет носить эффективный характер только в случае погружения в данную среду максимально большого количества элементов хозяйственно-экономического комплекса предприятия [10].

В практике большинства отечественных предприятий на данный момент применяются достаточно жесткие методы проектного управления при создании инновационного продукта, основанные на строгой документационной отчетности и императивной последовательности этапов. Данный факт объясняется необходимостью соблюдения требований действующего законодательства и обеспечения легитимности инновационного менеджмента [11]. Применение гибких методов проектирования инноваций доступно в первую очередь для

субъектов малого бизнеса, которые имеют возможность оперативно переформатировать свои бизнес-процессы на основе вариативности рыночной конъюнктуры и запросов клиентов.

Управление инновационными проектами осуществляется на основе применения определенных технологий, которые в большей степени носят классический характер и активно используются в современной практике менеджмента. В таблице 1 дадим характеристику основным проектным технологиям, применяемым для управления инновациями.

Таблица 1 – Основные проектные технологии, применяемые для управления инновациями

Технология проектного управления	Ключевые особенности и базовые характеристики
Agile	Гибкая технология проектного управления, при использовании которой свойства и функции инновационного продукта могут меняться в зависимости от вариативности требований заказчика. Представители проектной команды находятся в постоянном контакте с заказчиком и учитывают его позицию на каждом этапе реализации проекта
Waterfall	В основе методологии находится четкий алгоритм выполнения последовательных задач в рамках проекта. Окончание одного этапа проекта служит информационным и технологическим фундаментом для начала следующего этапа
Scrum	В соответствии с данной технологией весь цикл реализации проекта делится на короткие временные интервалы, называемые спринтами. По итогам завершения каждого спринта проектная команда демонстрирует промежуточный результат, который в дальнейшем корректируется на основе пожеланий заказчика.
Lean	Фокусным целевым элементом данной технологии выступает создание максимальной ценности для клиента путем непрерывных улучшений проектируемого инновационного продукта. В основе технологии находится инструментарий непрерывного поиска улучшений и бережливого ресурсопотребления
Kanban	Технология планирования проектной деятельности, основанная на четком распределении функций между участниками проектной команды и детерминированном перемещении продукта от одной стадии проекта в другую
Six Sigma	В основе данной технологии проектного управления находится достижение синергетического эффекта путем устранения шести базовых недостатков по итогам системного поиска и контроля ошибок
PRINCE2	Процессный подход проектного управления, сочетающий в себе принципы гибкости и алгоритмичности соблюдения последовательности этапов. К числу его достоинств необходимо отнести максимальную универсальность и адаптивность, позволяющие формировать эффективный механизм проектного управления инновациями

В научном пространстве, помимо отмеченных в таблице приемов проектного управления инновационными процессами, отмечаются положительные стороны и других менее известных технологий. Так И.А. Шинкевич описывает актуальность применения проектной технологии Control Tower или «диспетчерская вышка», которая показывает высокую результативность при турбулентности факторов макросреды [12]. К числу ключевых достоинств данной технологии необходимо отнести: во-первых, сквозное виденье всех участников проектной цепочки и их устойчивое взаимодействие между собой, во-вторых, автоматизацию мониторинга в рамках единой цифровой платформы, обеспечивающей непрерывный обмен информацией.

Соглашаясь с научной позицией Новосельского С.О., можно отметить, что для выбора наиболее оптимального технологического приема проектного управления инновацией необходимо использовать персонифицированный подход, который будет максимально коррелироваться со спецификой разрабатываемого инновационного продукта и корпоративными возможностями [13].

Использование той или иной технологии проектного управления инновациями определяется под воздействием широкого перечня факторов, к числу которых необходимо отнести, во-первых, специфику разрабатываемой инновации, во-вторых, особенности реализуемых корпоративных бизнес-процессов, в-третьим,

емкость ресурсного потенциала предприятия, в-четвертых, доступность инвестиционного финансирования для проектного управления, в-пятых, степень интенсивности и устойчивость коммуникационного взаимодействия с заказчиком, в-шестых, уровень квалификации и выраженности личностно-профессиональных компетенций участников проектной команды. Как отмечает М.А. Розенков использование того или иного приема проектного управления во многом определяется типом инновации [14]. Для каждого отдельно взятого типа инноваций целесообразно использовать для проектирования свои управленческие приемы. С учетом сказанного повышается актуальность классификации инноваций. Ключевым признаком типологизации инноваций является уровень их новизны, в соответствии с которым выделяются следующие их группы:

- базисные: способные внести радикальные изменения в хозяйственно-экономические процессы;
- улучшающие: обеспечивают создание незначительных ценностей, способных повысить уровень конкурентоспособности;
- псевдоинновации: мнимые новшества, которые на практике не представляют коммерческой ценности.

Инновационный проект, как объект управления обладает рядом отличительных признаков, к числу которых Е.П. Солодова относит:

- к числу субъектов, в первую очередь, относятся заказчики, инвесторы и члены проектной команды, обладающие необходимыми профессионально-личностными компетенциями;
- цель проекта концентрируется на создании или внедрении качественного инновационного продукта;
- реализация инновационных проектов всегда связана с высоким уровнем риска и повышенной неопределенностью при достижении конечного успеха;
- конкретная и точная измеримость результатов проекта может быть затруднена в зависимости от его специфики;
- в большинстве случаев при управлении инновационным проектом из трех базовых детерминант приоритет отдается оперативности, так как через короткий временной интервал актуальность инновации может исчезнуть [15].

Важнейшей отличительной чертой любого инновационного проекта выступает его динамизм, который обусловлен потребностью в пионерских разработках [16]. Доминирующая часть инновационных проектов реализуются в рамках высокоскоростной конкурентной среды и затягивание сроков создания инновационного продукта уменьшают его актуальность для заказчика и повышают риски утраты коммерческого эффекта.

По мнению В.Д. Муллашева, на данный момент в России формируется достаточно благоприятная среда для развития инновационной деятельности [17]. Государство в качестве основного приоритета своего развития обосновало необходимость достижения технологического суверенитета. В этой связи реализуется комплекс мер стимулирования инновационной активности компаний особенно в цифровом пространстве. Подобного рода благоприятный инновационный климат должен быть использован отечественными корпорациями для расширения своего инновационного потенциала и максимально возможного роста интенсивности процессов, связанных с генерацией и внедрением инноваций [18].

В классической интерпретации и с учетом материалов научной статьи Д.А. Олейник цикл реализации инновационного проекта может быть представлен следующими сгруппированными на рисунке 2 этапами [19].

Рис. 2. Цикл реализации инновационного проекта

Современная методология проектного управления опирается на результаты цифровой трансформации. В этой связи при управлении инновационными проектами в первую очередь ставится вопрос о присутствии актуальных цифровых технологий, которые должны соответствовать текущему уровню развития информационно-интерактивного пространства. В среднесрочной перспективе важное место в проектировании инноваций будут занимать технологии, связанные с искусственным интеллектом [20].

Разработка инновационного проекта в деятельности ООО «Мясокомбинат» на основе дизайн-мышления в соответствии с представленной методологией требует прохождения всех основных стадий адаптации данной технологии. Первая стадия называется эмпатией и связана с глубоким погружением в существующую проблематику с точки зрения потребительского поведения. Цель данной стадии заключается в выявлении «болевых точек» потребителей, связанных с продукцией компании, которые подлежат устранению по итогам реализации инновационного проекта.

В этой связи в таблице 2 представим результат экспертной оценки основных характеристик продукции ООО «Мясокомбинат».

В качестве экспертов будут задействованы представители различных направлений корпоративного менеджмента, а также получит отражение авторская оценка. По результатам эмпатии можно сказать, что с точки зрения современного потребительского сообщества фундаментальной проблемой продукции ООО «Мясокомбинат» выступает её низкая пищевая ценность и органолептическая ценность.

Таблица 2 - Экспертная оценка основных характеристик продукции ООО «Мясокомбинат»

Критерий продукта	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Средний бал
	Диапазон оценок: min-1; max-10				
Вкусовая ценность (приятный вкус и послевкусие при употреблении)	7	8	8	7	7,5
Временная ценность (безопасная продолжительность потребления)	8	8	9	9	8,5
Пищевая ценность (присутствие набора полезных для организма человека веществ)	5	6	5	5	5,25
Органолептическая ценность (удобство хранения и транспортировки)	7	6	7	6	6,5

Визуализация экспертных оценок отображена на рисунке 3.

На втором этапе технологии дизайн-мышления в работе сфокусируем наиболее актуальные проблемы, подлежащие решению в рамках инновационной деятельности с учетом доступных возможностей ООО «Мясокомбинат». В рамках данного этапа в таблице 3 представим результат фокусировки выделенных проблемных вопросов управления хозяйственно-экономической деятельностью мясокомбината.

В результате использования приемов мозгового штурма, командного диалога и группового мышления в работе предложена управленческая инициатива, связанная с расширением органолептической ценности продукции ООО «Мясокомбинат» на основе создания новых инновационных образов упаковки. Данная инициатива в значительной степени пересекается в сущностным содержание технологии дизайн-мышления и позволит проработать более интересный для потребителя дизайн упаковки.

На следующем этапе дизайн-мышления была выполнена генерация идей, связанных с разработкой нового образа упаковки продукции ООО «Мясокомбинат». По итогам обобщения сгенерированных идей и в результате командного обсуждения были отобраны три наиболее привлекательных варианта с точки зрения дизайнерского подхода, которые отражены в таблице 4.

Суть каждого варианта состоит в следующем:

- вариант №1: «колбаса линейка». Особенности: креативный подход к дизайну внешнего вида упаковки, в рамках которого длина тела колбасы имеет сантиметровую разметку, обеспечивающую не только равномерную нарезку, но и четкую оценку потребляемой калорийности. Целевая аудитория: круг потребителей не ограничен, так как данный дизайн может применятся для мясной продукции любой ценовой категории и ассортиментного перечня;

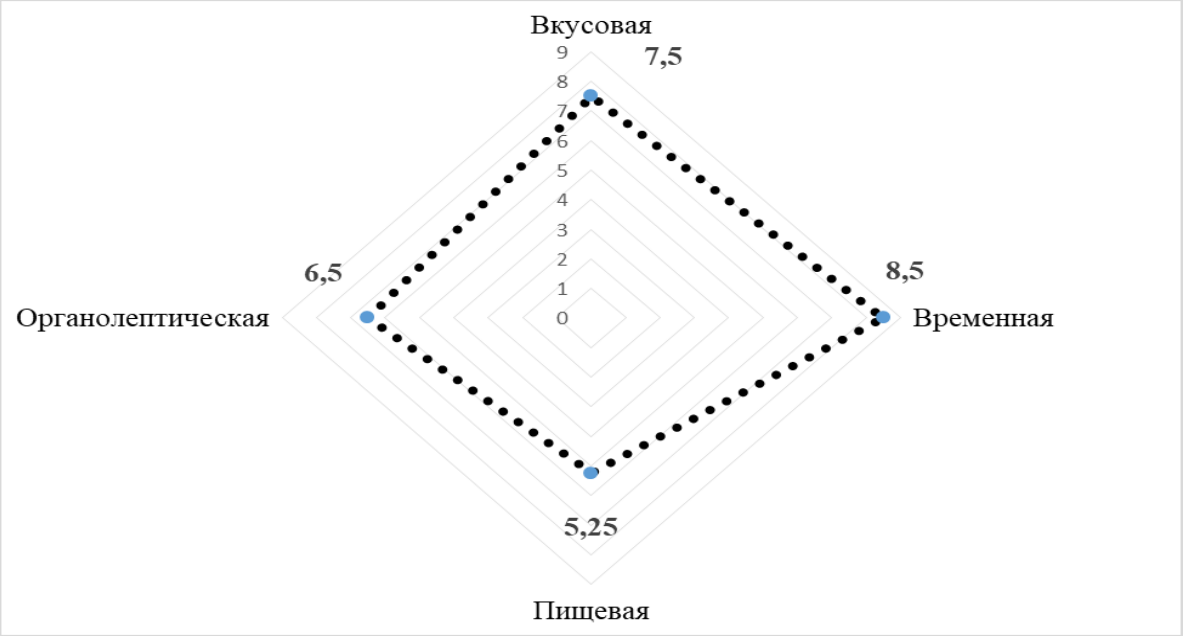

Рис. 3. Визуализация экспертных оценок основных характеристик продукции ООО «Мясокомбинат»

Таблица 3 - Результат фокусировки выделенных проблемных вопросов управления хозяйственно-экономической деятельностью ООО «Мясокомбинат»

Исследуемая проблемная зона	Текущее состояние	Возможности	Ограничения
Вкусовая ценность	Продукция предприятия обладает высокими вкусовыми качества и способна удовлетворить запросы широкого круга потребителей	Реализация инновационного решения не окажет радикального влияния на потребительский спрос, так как в ассортименте продукции представлено уже достаточное разнообразие вкусов	Расширение линейки «вкусов» продукции предприятия возможно только в рамках существующего ассортимента
Временная ценность	Сроки годности продукции соответствуют необходимым требованиям профильных ГОСТов	Увеличение сроков годности продукции за счет использования дополнительных ингредиентов	Расширение сроков годности потребует внесения существенных изменений в технологический процесс и его документальное обеспечение
Пищевая ценность	Пищевая ценность продукции соответствует профильным нормам и требованиям ГОСТа	Применение наполнителей и микроэлементов при производстве продукции	Сложности с изменением технологического цикла и получением дополнительной документации
Органолептическая ценность	Упаковка продукции и ее дизайн имеют в целом классический характер	Создание нового варианта упаковки продукции с учетом дизайнерского подхода	Существенные организационно-экономические ограничения при реализации инициативы отсутствуют

Таблица 4 – Варианты дизайнерской трансформации упаковки продукции ООО «Мясокомбинат»

Новый дизайнерский образ	Описание дизайнерского замысла
	Для потребителей дизайн будет привлекателен своей нестандартной формой. Кроме того, креативным подходом является «линейное» нормирование калорийности продукта
	Мобильный дизайн упаковки обеспечивает удобную транспортировки и крайне приятен для интервальных перекусов
	Презентабельная подарочная дизайн-упаковка для мясной продукции премиального сегмента

- вариант №2: «мясные конфеты». Особенности: упаковка мясной продукции предприятия по внешнему виду схожа с конфетами, что позволяет ее использовать для коротких перекусов. Представленное дизайнерское решение для утоления локального голода не требует распаковки всего продукта, а только дозированной его части. Целевая аудитория: доступна гражданам любого потребительского формата. Упор делается на прием пищи в рабочее время, в пути или для детей в период учебы;

- вариант №3: «подарочная упаковка». Особенности: использование максимально презентабельной подарочной упаковки для мясных деликатесов предприятия. Целевая аудитория: потребители, желающие сделать подарок на событийное мероприятие в виде качественной мясной продукции премиум-класса.

Реализация следующего этапа работы будет опираться на методологию проектного управления, в рамках которой необходимо рассмотреть временные параметры реализации проекта. Для решения данной задачи на рисунке 4 представим диаграмму Ганта инновационного проекта дизайн-продукта ООО «Мясокомбинат»

	Временные интервалы в рамках условного года							
	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Формирование экспертной команды креативщиков								
Эмпатия и погружение в проблемную область								
Генерация идей, их фокусировка и осмысление								
Создание прототипа инновационного дизайн-продукта								
Обоснование стоимостной оценки проекта и зон ответственности								
Разработка технической документации								
Приобретение, доставка и наладка оборудования								
Тестирование производственной модели инновационного продукта								
Коммерческая адаптация инновационного продукта								

Рис. 4. Диаграмма Ганта инновационного проекта дизайн-продукта ООО «Мясокомбинат»

Таким образом, в результате использования технологии дизайнерского мышления в работе были представлены три прототипа инновационного дизайна упаковки продукции ООО «Мясокомбинат».

Выводы. Можно сделать вывод, что при существующей конъюнктуре бизнеса проектное управление выступает наиболее эффективной формой организации инновационной деятельности в рамках корпоративного менеджмента. Базовым достоинством проектного управления выступает рациональное сочетание качества, сроков выполнения работы и доступности ресурсного потенциала. В системе инновационного менеджмента могут быть использованы различные технологии проектного управления, сочетающие в себе многогранность соблюдения принципов гибкости и детерминированности. Каждая технология обладает набором положительных и отрицательных характеристик, которые необходимо оценивать через призму специфических свойств создаваемого инновационного продукта. Классический цикл реализации инновационного проекта в системе корпоративного проектного менеджмента включает в себя исследование и анализ внутренней и внешней среды реализации проекта, концептуализацию идеи проекта с учетом требований заказчика, разработку элементов инновационного продукта, тестирование инновационного продукта, внедрение и коммерциализацию инновационного продукта, масштабирование инновационного продукта и его тиражирование в рыночной среде. На основе использования технологии дизайн-мышления в работе были сгенерированы несколько инновационных идей совершения внешнего вида упаковки продукции ООО «Мясокомбинат». По итогам фокусировки и отбора выделены три наиболее актуальных варианта инновационного дизайн-продукта: «колбаса линейка»,

«мясные конфеты», «подарочная упаковка». Для потребителей дизайн «колбаса линейка» будет привлекателен своей нестандартной формой, а также креативным подходом является «линейное» нормирование калорийности продукта. Креативный подход к дизайну внешнего вида упаковки, в рамках которого длина тела колбасы имеет сантиметровую разметку, обеспечивающую не только равномерную нарезку, но и четкую оценку потребляемой калорийности. Мобильный дизайн упаковки «мясные конфеты» обеспечивает удобную транспортировку и крайне приятен для интервальных перекусов. Презентабельная подарочная дизайн-упаковка для мясной продукции премиального сегмента создаст условия для роста коммерческой событийной эффективности продаж. Использование дизайнерского подхода способствует росту органолептической ценности продукции предприятия, что формирует предпосылки для увеличения коммерческой эффективности его функционирования на конкурентном рынке. На основе диаграммы Ганта было определенно, что период реализации инновационного дизайн-проекта в деятельности ООО «Мясокомбинат» составит восемь месяцев.

Литература:

1. Бади А., Руднева Ю.Р. Международный опыт управления инновационной деятельностью предприятий на основе проектного подхода // Дискуссия. 2024. № 1 (122). С. 35-40.

2. Бахтина С.С. Проектная деятельность как эффективный фактор управления инновационным развитием реального сектора экономики // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2017. № 2-1. С. 30-35.

3. Жданов А.А., Исхакова Э.И. Гибкий подход к проектному управлению как инструмент эффективного внедрения инноваций // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2019. № 1 (145). С. 52-55.

4. Беломестнов И.В. Инновационные основы проектного управления // В сборнике: Обеспечение экономической безопасности пространственного и социально-экономического развития при формировании эколого-ориентированной инновационной экономики. Улан-Удэ, 2022. С. 73-77.

5. Глебов С.В. Гибкое управление портфелем инноваций на промышленных предприятиях // Развитие и безопасность. 2024. № 2 (22). С. 61-76.

6. Новосельский С.О., Пшеничникова О.В., Макин М.В., Садыкова В.И. Оценка развития малого и среднего предпринимательства в РФ: международный аспект

// Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 8-2 (21). С. 120-124.

7. Елисеенко С.А., Дементеева И.И. К вопросу о теоретико-методологических основах управления проектами // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 108-5. С. 62-64.

8. Михненко О.Е., Мельниченко В.Н., Чикаревский В.С. Инновация как объект проектного управления // В сборнике: Цифровая трансформация в экономике транспортного комплекса. Развитие цифровых экосистем: наука, практика, образование. материалы II-ой международной научно-практической конференции. Москва, 2020. С. 222-228.

9. Плетнёва А.В., Насырова Э.А., Аксёнов А.Н., Халимон Е.А. Устойчивое проектное управление как инструмент повышения экономического эффекта от технологических инноваций // Вестник университета. 2021. № 7. С. 151-158.

10. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А. Инновационная проектная деятельность в управлении результативным развитием экономики // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2018. № 4 (45). С. 122-130.

11. Саксин А.Г., Седов И.А. Организационно-экономический механизм проектного управления инновационно-инвестиционной деятельностью интегрированных промышленных структур // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2020. Т. 11. № 3. С. 114-122.

12. Шинкевич А.И., Лубнина А.А. Проектное управление инновациями в условиях турбулентности бизнес-процессов // В сборнике: Актуальные проблемы управления. Сборник научных статей по итогам X Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2024. С. 14-18.

13. Новосельский С.О., Бычкова Л.В., Климов В.А., Коптева Н.А. Управление инвестиционной привлекательностью предприятия пищевой промышленности // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2015. № 8. С. 25-30.

14. Розенков М.А., Лапыгин Ю.Н. Управление инновациями опытно-серийного производства с позиций проектного управления // Вестник Академии знаний. 2021. № 47 (6). С. 313-316.

15. Солодова Е.П. Методические аспекты управления инновационными проектами // Экономика и управление: проблемы, решения. 2021. Т. 1. № 2 (110). С. 112-117.

16. Ярлыченко А.А. Эволюция проектного управления и применение его инструментов для обеспечения сбалансированного инновационного развития // Горизонты экономики. 2024. № 2 (82). С. 80-85.

17. Муллашев В.Д. Современные тенденции проектного управления инновациями // В сборнике: Теория и практика управления в современных условиях. сборник научных трудов по итогам III Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2024. С. 372-375.

18. Новосельский С.О., Кирсанов К.А., Яковлев В.М. Ретроспективный анализ функционирования социально-экономической системы Российской Федерации в условиях геополитической турбулентности. М., 2022. 192 с.

19. Олейник Д.А., Калинина О.В., Вилькен В.В., Зотова Е.А., Шабан А.П., Скрябина С.М., Макаренко Е.А. Современный этап развития подходов к управлению инновационной деятельностью организаций // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 2. № 8 (139). С. 175-182.

20. Кольцова Н.А. Эволюция методов управления проектами и внедрение цифровых технологий // В сборнике: Молодежь третьего тысячелетия. Сборник научных статей XLVIII региональной студенческой научно-практической конференции. В 2-х частях. Омск, 2024. С. 837-841.