

INOVATIVNOST

Inovativna dejavnost mora postati del kulture podjetja

Ustvarjalnost, kreativnost in inovativnost je treba spodbujati v vseh procesih, na vseh ravneh delovanja.

Barbara Perko

Za podjetje, ki želi izboljševati svojo konkurenčnost, so inovacije vseh vrst nujnost. V **Krki, tovarni zdravil, d. d., Novo mesto**, svojo ponudbo vsako leto dopolnjujejo z novimi izdelki, lastnimi inovativnimi pristopi ter z izboljšanimi razvojno-raziskovalnimi in tehnološkimi rešitvami. Z inovacijami se oredotočajo tudi na procesne izboljšave, s katerimi iščejo notranje rezerve in optimizirajo delovne procese. Najpomembnejše so izdelčne oz. produktne inovacije, saj vodijo do kakovostnih, varnih in učinkovitih zdravil v naprednih terapevtskih oblikah in po dostopnih cenah.

Ustvarjalnost spodbujajo v vseh delovnih procesih na vseh ravneh delovanja. Sistem množične inovativne dejavnosti je postal del njihove kulture in pomembno prispeva k razvoju in širjenju Krkega poslovanja. »S korporativno kampanjo Vaša učinkovitost šteje jih od leta 2003 spodbujamo, da pri opravljanju vsakodnevni nalog nenehno iščejo načine za boljše in kakovostnejše opravljanje dela,« razložijo v Službi za odnose z javnostmi Krke, tovarne zdravil, d. d., Novo mesto. Preprosto izvedljivi, koristni predlogi izboljšujejo rabo notranjih virov in ponostavljajo delovne procese. Izvedbeno

zahtevnejše izboljšave zagotavljajo stalne izboljšave sistema kakovosti, obenem pa ustvarjajo prihranke.

Inovativna miselnost = več investicij

Inovativnost, eden temeljev delovanja **Leka, del Novartisa v Sloveniji**, omogoča optimizacijo vsakdanjih poslovnih operacij in je pot do novih, prebojnih izdelkov oz. storitev. »Prav tukaj smo v Sloveniji izjemno konkurenčni in tudi pionirji v znanju in inovacijah, s pospešeno hitrostjo osvajamo in tudi sami razvijamo nove napredne tehnologije in tehnologije prihodnosti,« pravijo. Ogromno znanja, ki temelji na inovativni miselnosti, je prepoznal tudi Novartis in temu namenil več investicij.

Z različnimi pobudami in dejavnosti stalno spodbujajo inovativnost. »Inovativno okolje se namreč razvije in zaživi predvsem tam, kjer je vzpostavljena močna kultura, ki inovativnost spodbuja in jo nagrajuje,« poudarjajo. Nujne pa so tudi ustrezne in pravočasne investicije v opremo.

Skupinske delavnice za boljše sodelovanje

Danfoss Trata vztrajno vlaga v razvoj novih izdelkov in ostalih relevantnih rešitev na področju prodajnih in tudi poprodajnih aktivnosti. »Gre torej za usmerjenost celotne organizacije k povečevanju zadovoljstva kupcev. Na ta način krepimo tudi zadovoljstvo zaposlenih, saj imamo



Foto: Danfoss Trata

V podjetju Danfoss Trata so prepričani, da zelo pomembno vlogo pri ustvarjanju pogojev za inovativnost igra tudi delovno okolje, npr. odprte pisarne, koticiki za druženje.

vsi skupni cilj, ki nas povezuje,« pomen inovativnosti za **Danfoss Trato** opiše **Saška Rihtaršič, direktorica razvoja**.

Zaposleni morajo imeti jasne vloge, skupen cilj, kot najpomembnejši vzvod pa izpostavlja ekipno delo in sodelovanje v skupini. »Odprtost za nove ideje, sposobnost poslušanja, razumevanje drugače mislečih. To so vse lastnosti, ki vplivajo na inovativnost zaposlenih. Zato se pri že zaposlenih vse več poslužujemo skupinskih delavnic, kreativnih srečanj in na splošno

»Krka s patenti ščiti rezultate svojega razvojnega dela pri razvoju novih izdelkov. O patentiranju se odločamo skozi celoten potek posameznih projektov ter tekom celotnega življenjskega cikla izdelka. Trenutno imamo več kot 260 patentov, ki ščitijo tehnične rešitve, vgrajene v naše izdelke,« pojasnjujejo v **Službi za odnose z javnostmi Krke, tovarne zdravil, d. d., Novo mesto**.

spodbujamo sodelovanje,« poudarja. Pri oblikovanju pogojev za inovativnost je pomembno tudi povezovanje z drugimi podjetji oz. drugimi razvojnimi ekipami znotraj Danfossa.

Inovacijski center povezuje

Uspeh **Hidrie** temelji na kompetentnih, inovativnih in predanih sodelavcih, razvoju in neprestanem iskanju novih rešitev. »Z lastnim modelom inoviranja vzpodbujamo vse zaposlene k razvoju novih izdelkov, tehnologij in poslovnih modelov. Zavedamo se, da bomo na globalnem trgu konkurenčni le s tehnološko dovršenimi izdelki in rešitvami, ki imajo višji delež vgrajenega znanja,« pravijo. S prebojnimi inovacijami, ki so pri njih stalnica, premikajo meje mogočega in nenehno vlagajo v novo, visokotehnološko opremo, raziskave in razvoj. »Še naprej krepimo vlogo enega vodilnih predrazvojnih dobaviteljev in zaupanja vrednega partnerja najpomembnejšim igralcem avtomobilskega in industrijskega sveta,« dodajajo.

Inovacijski center Hidria postaja vse močnejši povezovalni člen na področju razvoja inovativnega okolja za podporo vsakodnevnemu delu, uvajanju novih programov in razvoju inovacijske dejavnosti v korporaciji. »Še posebej podpiramo povezovanje s partnerji, ki jih v okviru modela razvoja celotne verige vrednosti aktivno vključujemo v naše inovacijske procese,« pravijo in dodajajo, da posebno pozornost namenjajo tudi sodelovanju z različnimi raziskovalnimi organizacijami, univerzami in podjetji.

Platforma za odprto inoviranje

V **TPV AUTOMOTIVE** se zavedajo, da inovativnost podjetju omogoča globalno konkurenčnost in prepoznavnost, kar pomeni tudi rast poslovanja, delovnih mest in dolgoročno stabilnost podjetja. »Vpeljali smo popolnoma digitaliziran proces pridobivanja oz. oddajanja inovativnih predlogov, ki nam omogoča lažjo sledljivost in realizacijo. Redno spremljamo ključne kazalnike inovativnosti, beležimo nivo inovativnosti vseh zaposlenih,

kot tudi število oddanih inovativnih predlogov skozi aplikacijo,« pravijo.

Od leta 2007 so nabrali že več kot 21.000 inovativnih predlogov in prejeli več kot 80 nagrad za inovativnost. »Leta 2019 smo proces inoviranja še okrepili in ga z ustanovitvijo inovativnega centra in zagonom platforme za odprto inoviranje TPV INNOVATION STATION odprli tudi navzven,« povedo. »Uspešno smo vzpostavili partnerstva z lokalnimi inkubatorji in razvojnimi centri. V podjetju je vzpostavljen tudi inovativni center, ki skrbi in zaokroža vse inovativne dejavnosti znotraj in izven podjetja.« Povezujejo se s podjetji v obliki združenja avtomobilski grozd ACS, prek ambasadov slovenskega gospodarstva ter s fakultetami in izobraževalnimi ustanovami.

Osredotočeni na potrebe uporabnikov

»Inovacije, ki jih ustvarjamo, morajo imeti oprijemljivo prednost. Zato je naš pristop pri razvoju izdelkov osredotočen na uporabnike in njihove potrebe. Naši oblikovalci, inženirji in strokovnjaki za prodajo snujejo novosti, ki izboljšujejo kakovost življenja,« pravijo v **BSH Hišni aparati d.o.o. Nazarje**. Proces opišejo takole: »Ko imamo izdelane prototipe, uporabnike povabimo k testiranju in z njihovo pomočjo še izboljšujemo uporabniško izkušnjo. Pri snovanju novosti izhajamo tudi iz raziskav o mnenju kupcev glede izboljšav, ki si jih želijo pri obstoječih aparatih. Na ta način skrbimo, da so

naši aparati skozi celoten življenjski cikel uporabni, varni, ergonomsko zasnovani, privlačnega videza in tudi energetsko učinkoviti. Vedno želimo biti prvi, ko gre za izdelke naših blagovnih znamk.«

Odličnost oz. stopnja inventivnosti ter gospodarski učinek sta glavna kriterija pri inovativnosti. Odličnost se nanaša na doseganje kupca glede na novost, ki sploh ni nujno globoko tehnične narave, drugi pa je dodana vrednost oz. monetarizacija novega izdelka.

»Inovativnost spodbujamo procesno tako, da sodelavce mestoma odmikamo od trdih razvojnih faz in jim omogočimo sproščeno in neobremenjeno razmišljanje ob tesnem sodelovanju z oddelkom trženja, od koder dobimo vpogled v svet in navade kupcev. Najboljše ideje seveda tudi ščitimo s patenti, avtorje pa nagradimo tudi s posebnim izplačilom, ki ga določamo glede na razsežnost inovacije,« dodajajo.

Kje je zgornja meja inovacij, ne ve nihče

»Inovativnost nam daje tako prednost pred konkurenco na trgu kot omogoča lažji prehod na ogljično nevtralnost, boljše izkoriščanje novih tehnologij in s tem hitrejšo digitalizacijo,« povedo v **Steklarni Hrastnik**. Izjemno inovativni so na področju izdelave steklenih izdelkov, na izboljšavah procesov in delovnega okolja. »Že nekaj časa dajemo precejšnji poudarek tanjši debelini sten in dna, saj

»Naš pristop k intelektualni lastnini izhaja iz našega širšega poslanstva odkrivanja novih poti za izboljšanje in podaljševanje življenja ljudi. Patente in druge pravice intelektualne lastnine uporabljamo kot sredstvo za odkrivanje in razvoj prebojnih inovacij, za njihovo lažje zagotavljanje bolnikom, ki jih potrebujejo, ter za spodbujanje znanstvenega in tehnološkega napredka za bolnike in širšo družbo,« o patentiranju pravijo v Leku.

z manjšo težo izdelka vplivamo tudi na zmanjšanje transportnih stroškov in izboljšanje ogljičnega odtisa. Stremimo tudi k podaljševanju življenjske dobe izdelkov z inovativnimi tehnologijami dekoriranja,« navedejo nekaj primerov. »Z inovativnimi rešitvami povečujemo izrabo odpadne toplote, nadomeščamo fosilna goriva z okolju prijaznejšimi, višamo izkoriščenost talilnih peči in uvajamo druge novosti, prijazne ljudem in okolju.«

Oktobra 2021 so na trg dali njihovo do sedaj najbolj trajnostno steklenico, narejeno s pomočjo zelenega vodika in recikliranega stekla, ki je nastala kot produktna inovacija, je vsestransko uporabna in naslavlja širok nabor kupcev.

Glavna konkurenčna prednost podjetja so ljudje. »Živimo v svetu, kjer so novosti nekaj, s čimer se sedaj srečujemo praktično dnevno. Kje se nahaja zgornja meja inovacij, verjetno ne ve nihče. Zato bomo inovativno in ustvarjalno kulturo v Steklarni s polno podporo vodstva podjetja, spodbujali še naprej,« pravijo. ■

»Patenti so sestavni del razvoja novega izdelka. Tako, da ja, veliko vlagamo v zaščito naše intelektualne lastnine. Pri tem nam je v veliko pomoč služba, ki je na nivoju korporacije organizirana v ta namen in nam pomaga pri samem postopku patentiranja novih idej,« pojasnjuje **Saška Rihtaršič, direktor razvoja v podjetju Danfoss Trata**.



Foto: Kna

Zadnji patent Steklarne Hrastnik je t. i. steklenica prihodnosti, e.bottle.