

Ali organizacijske inovacije vplivajo na uvedbo novih izdelkov na tržišče?

Rolando Koren¹ – Jasna Prester² – Borut Buchmeister¹ – Iztok Palčič^{1,*}

¹ Univerza v Mariboru, Fakulteta za strojništvo, Maribor, Slovenija

² Univerza v Zagrebu, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Zagreb, Hrvaška

Poglavitni namen prispevka je raziskati razširjenost tipičnih organizacijskih konceptov za dvig inovativnosti (organizacijske inovacije) v slovenskih proizvodnih podjetjih ter preučiti njihov vpliv na sposobnost razvoja in uvajanja novih izdelkov na tržišče. Organizacijski koncepti so sicer precej poznani, vendar je njihov vpliv na inovativnost in poslovanje proizvodnih podjetij slabo raziskan. Z uporabo različnih statističnih metod (deskriptivna statistika, korelacije in regresijska analiza) smo analizirali rezultate anketne raziskave, ki smo jo izvedli v letih 2012 in 2013.

Naša raziskava temelji na podatkih iz največje evropske ankete o proizvodni dejavnosti in vključuje podatke iz slovenskih proizvodnih podjetij. V anketi sprašujemo podjetja o proizvodnih strategijah, rabi tehniških in organizacijskih inovacij, selitvi proizvodnje, tipih proizvodnje in izdelkov, konkurenčnih kriterijih, kvalifikacijah in izobrazbi zaposlenih, energetski učinkovitosti podjetij ter o na izdelek vezanih storitvah. Zbiramo tudi podatke o produktivnosti, fleksibilnosti, kakovosti, donosih ipd.

Predstavili smo 22 tipičnih organizacijskih inovacij in njihovo razširjenost v slovenskih proizvodnih podjetjih. Ugotovili smo, da pri rabi določenih konceptov obstajajo pomembne medsebojne korelacije, npr. med konceptom celovitega zagotavljanja kakovosti (TQM) in konceptom celovitega vzdrževanja proizvodnje (TPM); integracijo nalog in TPM; metodami za kontinuirano izboljševanje procesov (CIP) in TPM ipd. Ugotavljali smo prav tako, kakšen je vpliv organizacijskih inovacij na sposobnost proizvodnje kompleksnih izdelkov. Izsledki kažejo, da ima uvedba večine organizacijskih konceptov pozitiven vpliv na sposobnost proizvodnje kompleksnih izdelkov. Največji fokus raziskave je bil na ugotovitvi, če sploh in kateri organizacijski koncepti imajo največji vpliv na sposobnost razvoja in uvajanja novih izdelkov na tržišče. Ugotovili smo, da imajo pri tem največji vpliv koncepti TQM, integracija nalog, standardi kakovosti ISO 9000 in CIP.

Naša raziskava ima določene omejitve, vezane predvsem na geografsko omejitev (Slovenija) in velikost analiziranega vzorca. V nadaljnjih raziskavah bomo skušali v raziskavo vključiti izsledke partnerskih držav v projektu in analizirati raziskovalna vprašanja znotraj specifičnih industrij.

Smatramo, da je naš prispevek izviren, saj podobnih raziskav s področja organizacijskih inovacij in njihovega vpliva na sposobnost proizvodnje kompleksnih izdelkov ter uvedbo novih izdelkov na tržišče nismo našli. Nasploh je literatura na temo organizacijskih inovacij še precej redka in razpršena, zato menimo, da naš prispevek odpira nove perspektive pri preučevanju značilnosti in vpliva organizacijskih inovacij na poslovanje proizvodnih podjetij.

Članek ima praktični prispevek, saj menedžerjem proizvodnih podjetij jasno nakazuje, kako in katere organizacijske inovacije vplivajo na sposobnost razvoja in uvajanja različno kompleksnih novih izdelkov na tržišče. Jasno je razvidno, da tehniške inovacije in napredna tehnologija niso zadosten pogoj za inovativnost podjetij pri uvedbi novih izdelkov na tržišče.

Ključne besede: inovativnost, organizacijska inovacija, nov izdelek, tržišče, kompleksnost izdelka, anketna raziskava