

Ustvarjanje vrednosti v slovenskih proizvodnih podjetjih

Iztok Palčič

Univerza v Mariboru, Fakulteta za strojništvo

O raziskavi European Manufacturing Survey

- najbolj obsežna anketa o proizvodni dejavnosti v Evropi;
- koordinator Fraunhoferjev inštitut iz Nemčije s 15-imi partnerji;
- prva skupna izvedba leta 2004, v letih 2015/16 peta izvedba tudi v Sloveniji predvsem za področje kovinsko-predelovalne industrije.

Namen raziskave:

- spremljati proizvodno dejavnost ter trende v Sloveniji in se primerjati z izbranimi evropskimi državami;
- posredovati analize stanja proizvodne dejavnosti slovenskim podjetjem in zainteresirani javnosti, ki lahko na ta način spremljajo trende okoli nas.

Danes:

- **Predstaviti analizo, katere aktivnosti oziroma faze za dodajanje vrednosti vključujejo slovenska proizvodna podjetja pri proizvodnji svojih izdelkov v povezavi s specifičnimi značilnostmi podjetja in njegovega okolja.**

Ustvarjanje vrednosti v proizvodnem podjetju

1.5

Do katerega nivoja izvajate spodaj podane faze ustvarjanja vrednosti za vaš ključni izdelek znotraj vašega podjetja?

Prosimo označite za vsako fazo, do katerega nivoja jo izvajate znotraj podjetja in ne preko zunanjih organizacij.

Prav tako označite, če katera izmed navedenih faz ni del ustvarjanja vrednosti za vaš ključni izdelek.

Delež lastnih aktivnosti v procesu ustvarjanja vrednosti	Faza ustvarjanja vrednosti					
	R&R	Konstruiranje/ Dizajn	Proizvodnja/ procesiranje/recikliranje	Montaža	Vzdrževanje/ nudenje storitev	Pakiranje/ Distribucija
velik delež znotraj podjetja (>85%)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
pomemben delež znotaj podjetja (25 do 85%)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
majhen delež znotraj podjetja (<25%)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ni potrebno za ustvarjanje našega ključnega izdelka	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Značilnosti podjetij glede na R&R aktivnosti

Proizvodna podjetja smo razdelili v 4 skupine glede na delež lastnih aktivnosti v procesu ustvarjanja vrednosti glede na R&R aktivnosti:

1. skupina – podjetja s pretežno lastnimi R&R aktivnostmi (in-house) (nad 85 % aktivnosti znotraj podjetja).
2. skupina – podjetja s pomembnim deležem R&R aktivnosti znotraj podjetja (med 25 in 85 % v podjetju).
3. skupina – podjetja, ki R&R aktivnosti pretežno prepustijo zunanjim partnerjem (outsourcing) (do 25 % v podjetju).
4. skupina – podjetja, ki R&R aktivnosti nimajo ali ne potrebujejo.

Značilnosti podjetij glede na proizvodne aktivnosti

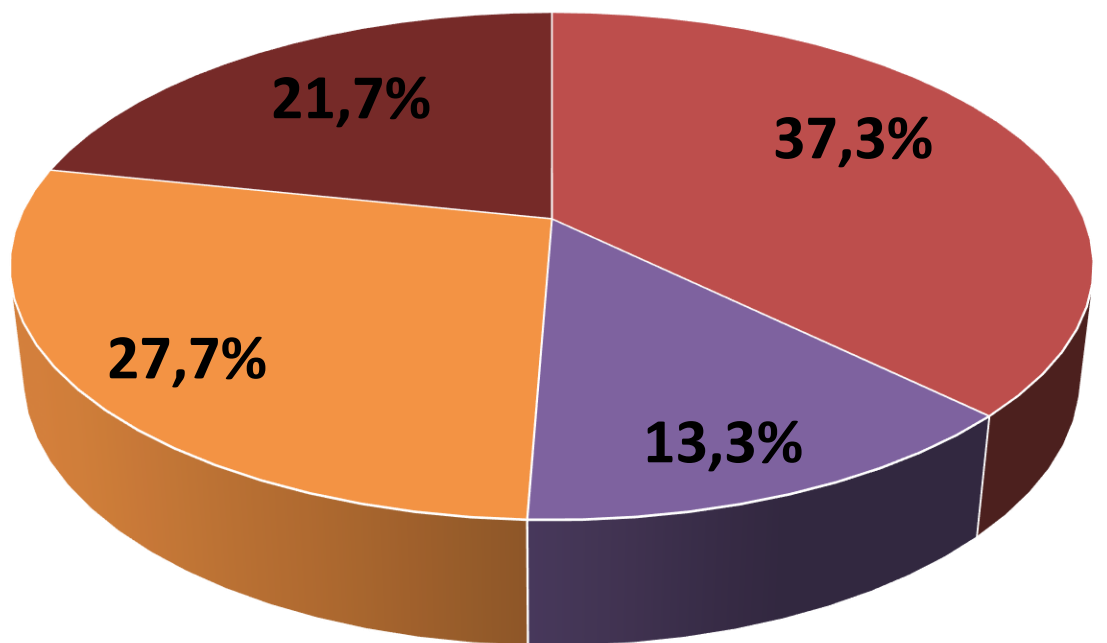
Proizvodna podjetja smo razdelili v 2 skupini glede na delež lastnih aktivnosti v procesu ustvarjanja vrednosti glede na proizvodne aktivnosti:

- 1. skupina – podjetja s pretežno lastnimi proizvodnimi aktivnostmi (nad 85 % aktivnosti znotraj podjetja).**
- 2. in 3. skupina – podjetja s pomembnim oziroma manjšim deležem proizvodnih aktivnosti ter aktivnosti znotraj podjetja (med 25 in 85 % v podjetju oziroma vsaj do 25 %).**

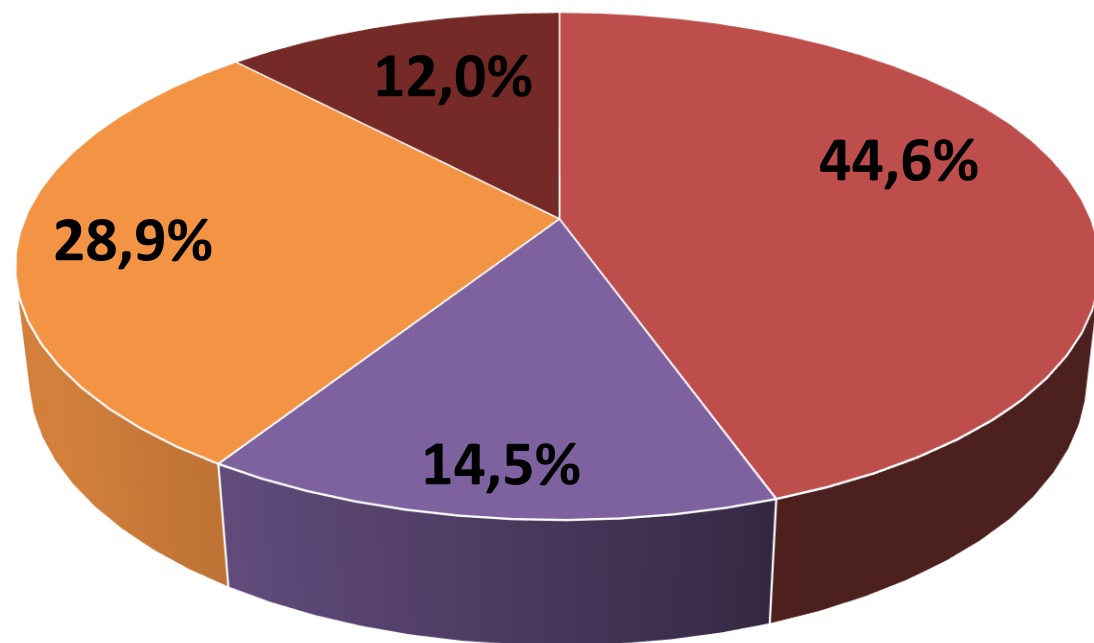
Faze ustvarjanja vrednosti in značilnosti podjetij

- **Konkurenčni kriteriji**
- **Področja inovativnosti**
- **Inovativnost pri razvoju novih izdelkov**
- **Izdatki za R&R aktivnosti**
- **Struktura zaposlenih (izobrazba, področja v podjetju)**
- **Tehnološka intenzivnost podjetij**
- **Končni proizvajalec ali dobavitelj**

Delež podjetij glede na prisotnost R&R aktivnosti in aktivnosti konstruiranja/dizajna izdelkov

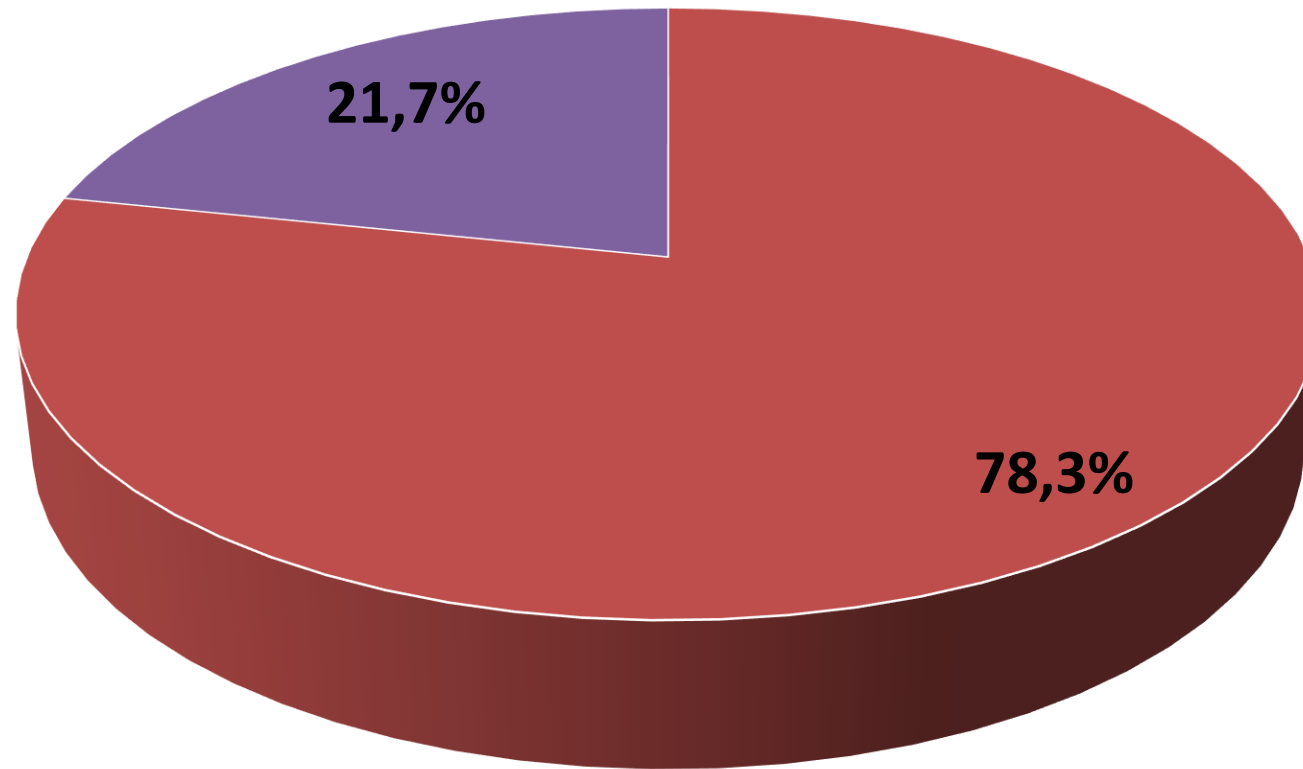


■ Skupina 1 ■ Skupina 2 ■ Skupina 3 ■ Skupina 4



■ Skupina 1 ■ Skupina 2 ■ Skupina 3 ■ Skupina 4

Delež podjetij glede na prisotnost proizvodnje



■ Skupina 1 ■ Skupina 2-3

Značilnosti podjetij glede na lastne R&R aktivnosti ter izbrane konkurenčne kriterije

Skupina podjetij	Cena izdelka	Kakovost izdelka	Inovativnost izdelka	Prilagodljivost željam kupca	Pravočasna dobava	Storitve
1. skupina	3,85	2,37	3,70	2,63	3,37	5,07
2. skupina	3,67	2,11	4,11	3,22	3,44	4,44
3. skupina	2,67	2,38	5,14	2,62	3,10	5,10
4. skupina	3,93	2,29	5,00	2,21	2,93	4,64

Rangiranje od 1 do 6, pri čemer je ocena 1 najbolj pomemben kriterij!

Značilnosti podjetij glede na lastne proizvodne aktivnosti ter izbrane konkurenčne kriterije

Skupina podjetij	Cena izdelka	Kakovost izdelka	Inovativnost izdelka	Prilagodljivost željam kupca	Pravočasna dobava	Storitve
1. skupina	3,47	2,14	4,42	2,70	3,35	4,91
2 in 3. skupina	3,57	3,07	4,50	2,29	2,64	4,93

Rangiranje od 1 do 6, pri čemer je ocena 1 najbolj pomemben kriterij!

Značilnosti podjetij glede na lastne R&R aktivnosti ter področja inovativnosti

Skupina podjetij	Razvoj in nudenje na izdelek vezanih storitev	Novi organizacijski koncepti	Tehnične inovacije v proizvodnem procesu	Razvoj novih izdelkov
1. skupina	2,97	3,59	2,07	1,38
2. skupina	2,67	2,89	2,67	1,78
3. skupina	2,84	2,81	1,77	2,58
4. skupina	2,79	3,14	1,64	2,43

Rangiranje od 1 do 4, pri čemer je ocena 1 najbolj pomembno področje!

Značilnosti podjetij glede na lastne proizvodne aktivnosti ter področja inovativnosti

Skupina podjetij	Razvoj in nudenje na izdelek vezanih storitev	Novi organizacijski koncepti	Tehnične inovacije v proizvodnem procesu	Razvoj novih izdelkov
1. skupina	2,93	3,21	1,82	2,04
2 in 3. skupina	2,53	3,13	2,20	2,13

Rangiranje od 1 do 4, pri čemer je ocena 1 najbolj pomembno področje!

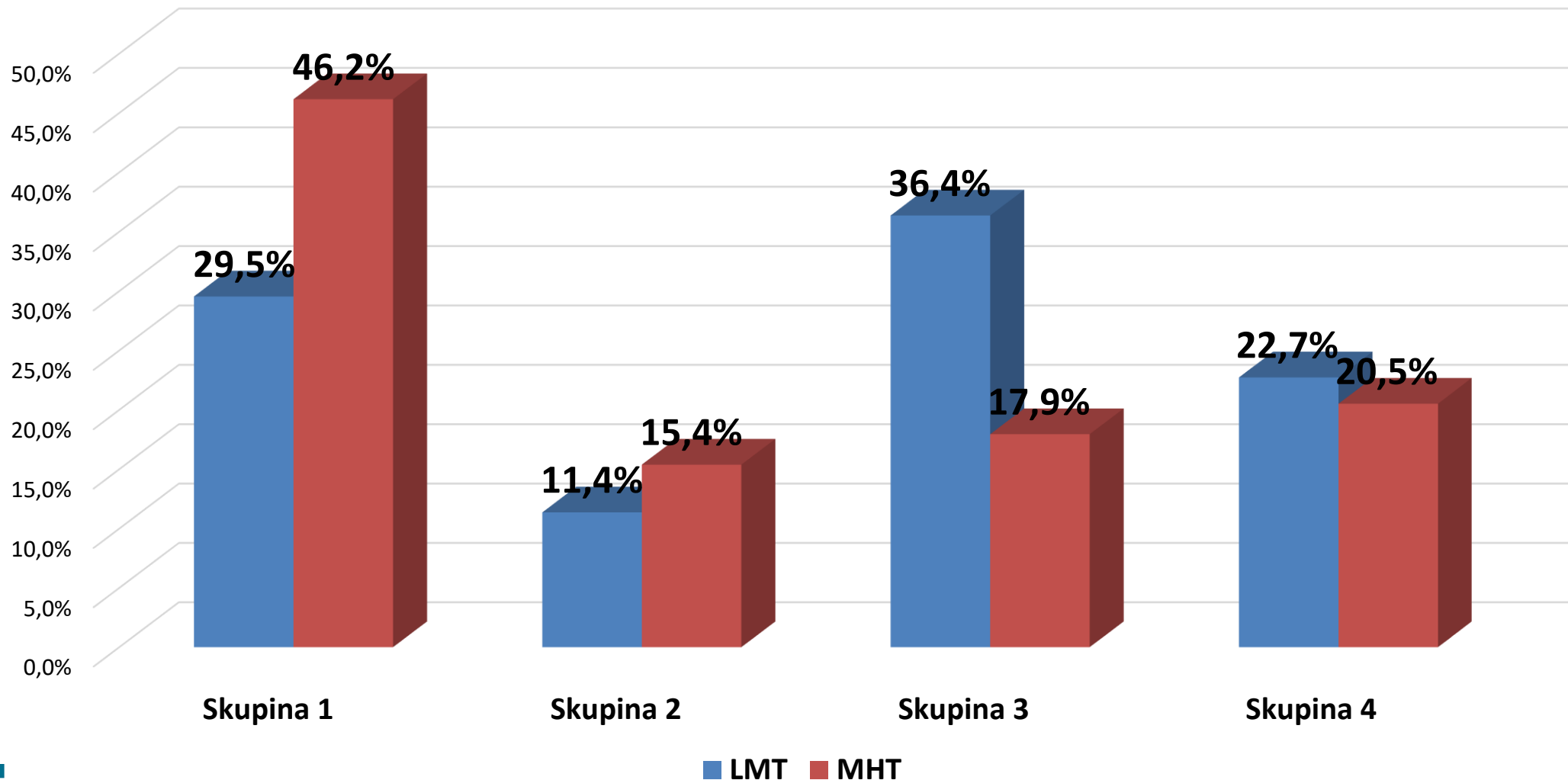
Značilnosti podjetij glede na lastne R&R aktivnosti ter izbrane konkurenčne kriterije

Skupina podjetij	Delež zaposlenih z visoko izobrazbo [%]	Delež zaposlenih v R&R sektorju [%]	Uvedba novih izdelkov na tržišče v zadnjih treh letih [%]	Proizvodnja izdelkov, ki jih ponuja podjetja več kot 10 let [%]	Delež letnih prihodkov za R&R aktivnosti [%]
1. skupina	21,97	13,38	84	100	4,7
2. skupina	17,20	10,56	55	82	2,6
3. skupina	16,64	5,28	35	78	2,7
4. skupina	13,38	1,38	44	100	0,3

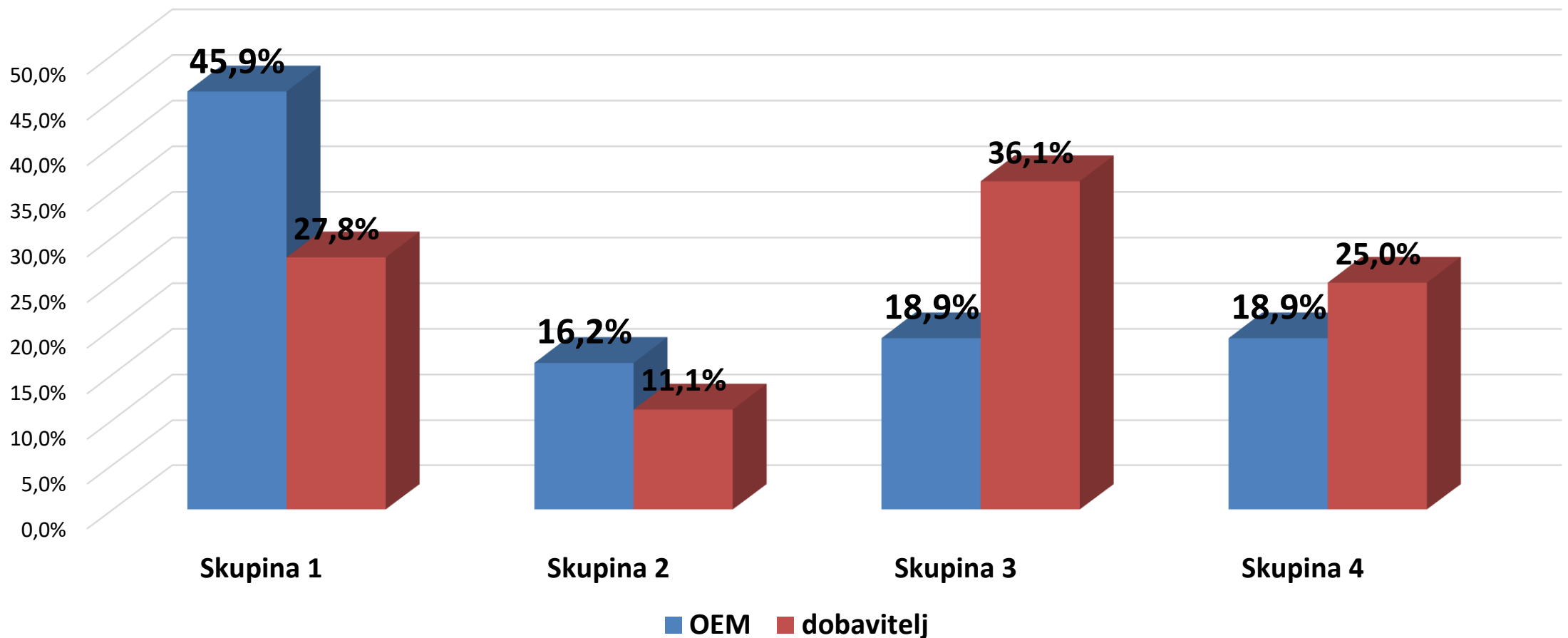
Značilnosti podjetij glede na lastne proizvodne aktivnosti ter izbrane konkurenčne kriterije

Skupina podjetij	Delež zaposlenih z visoko izobrazbo [%]	Delež zaposlenih v R&R sektorju [%]	Uvedba novih izdelkov na tržišče v zadnjih treh letih [%]	Proizvodnja izdelkov, ki jih ponuja podjetja več kot 10 let [%]	Delež letnih prihodkov za R&R aktivnosti [%]
1. skupina	16,49	5,05	58	91	3,0
2. in 3. skupina	21,88	7,12	50	94	2,5

Značilnosti podjetij glede na lastne R&R aktivnosti ter tehnološko intenzivnost panoge



Značilnosti podjetij glede na lastne R&R aktivnosti ter status končnega proizvajalca (OEM) oziroma dobavitelja



Za konec

- **Velikost podjetja**
- **Kompleksnost izdelkov**
- **Vpliv na ekonomski vidik poslovanja podjetja (stopnja donosa)**