

## Model vpliva dodane vrednosti za odjemalce ter inovativnost

Deja Hojč\*

Grm 12, 1296 Šentvid pri Stični  
deja.hojc90@gmail.com

### **Povzetek:**

**Raziskovalno vprašanje (RV):** Ali je inovativnost pomembna za obstoj, uspeh in dodano vrednost za podjetje in kupca?

**Namen:** Z obdelavo in pregledom literature, smo želeli priti do nekih trditev, da je inovativnost, ključna za obstoj in dodano vrednost podjetja in kupca.

**Metoda:** Pregled strokovne in znanstvene literature.

**Rezultati:** Inovativnost, dodana vrednost in kakovost se medsebojno dopolnjujejo in so ena brez druge brezpredmetne.

**Organizacija:** Raziskava pripomore k spoznanju, da je za podjetja dobro, če aktivno deluje na področju dodane vrednosti inovativnosti, ter kakovosti. Pomembno je, da v to aktivno vključuje tudi svoje zaposlene in jih primeroma nagradi.

**Družba:** Boljše poslovanje, pripomore k uspešnejšemu in celovitejšemu obstoju podjetja v okolju.

**Omejitve/nadaljnje raziskovanje:** Veliko člankov na to temo, ki pa se večinoma ponavljajo in so že večkrat obdelani.

**Ključne besede:** kakovost, inovativnost, podjetje, zaposleni, odjemalec, trg, proizvod, dodana vrednost.

## 1 Uvod

V sodobnih časih se dogajajo vse večje spremembe in vse težji časi na področju poslovanja in zagotavljanja kakovosti. Odjemalci oziroma kupci, postajajo vse bolj izobraženi in zato postavljajo vedno večje zahteve po kakovosti izdelkov oziroma storitev. To posledično predstavlja večjo konkurenčnost med podjetji, kateri želijo ostati na trgu. Za nekatera podjetja to predstavlja priložnost, saj se zavedajo, da na trgu ostanejo samo najboljši, za nekatera podjetja pa to predstavlja grožnjo in celo nevarnost. Lahko bi rekli, da je bitka za kakovost pot brez konca, vendar pot, za katero mora organizacija skrbeti, če želi dobiti ali obdržati zaupanje odjemalcev, saj le ti dajejo končno oceno. Sodoben način sistema kakovosti končnega proizvoda ali storitve je, skupni rezultat dela zaposlenih in oddelkov, ter je zanjo odgovoren vsak, ki je na kakršen koli način vključen v proces.

Organizacija naj bi za zagotavljanje kakovosti upoštevala tri načela in sicer, doseganje vse večjega zadovoljstva odjemalcev, stalno izboljševanje procesov ter sodelovanje zaposlenih pri realizaciji ciljev kakovosti. Upoštevanje teh načel, lahko organizaciji pomaga pri zagotavljanju kakovosti, saj odjemalci in tržišče postajata vedno bolj zahtevna ter postavljata vse večje zahteve. Ustrezna kakovost se določi po v naprej določenih kriterijih. Ti so

\* Korespondenčni avtor / Correspondence author

Prejeto: 5. februar 2019; revidirano: 10. februar 2019; sprejeto: 26. februar 2019. /

Received: 5. February 2019; revised: 10. February 2019; accepted: 26. February 2019.

zanesljivost, funkcionalnost, prijaznost do okolja, življenjska doba izdelka, čas dobave ter cena izdelka, njegovo vzdrževanje ter samo svetovanje vezano na izdelek ali storitev.

## 2 Teoretična izhodišča

»Podjetje je odvisno od svojih kupcev, zato mora razumeti njihove potrebe, izpolnjevati njihove zahteve in si prizadevati za doseganje njihovih pričakovanj.« (Koubek, 2016)

Pomen osredotočenosti na odjemalce pravi, da je kakovost doseganje vseh zahtevanih in specificiranih lastnosti izdelka, katere odjemalec pričakuje oziroma, če jih organizacije ne zagotovi proizvod ni ustrezen in delo je neuspešno opravljeno. Le v primeru, da je odjemalec zadovoljen z proizvodom lahko pričakuje organizacija nova naročila in širitev dobrega glasu, saj je ugled organizacije še vedno eden ključnih pogojev za dolgoročno in stabilno sodelovanje med organizacijam. V primeru, da organizacija izpolnjuje vse odjemalčeve zahteve in če v to vključi tudi stabilnost, lahko govorimo o preseganju njihovih pričakovanj.

V samem standardu ISO 9001, je komunikacija z odjemalci zelo velikokrat omenjena, tudi kar zadeva povratne informacije odjemalcev, glede proizvoda ali storitev, vključno z njihovimi pritožbami. Prav reklamacije, pritožbe ali opozorila so viri informacij, s katerimi se spremlja njihovo zadovoljstvo. Reklamacija je najboljša povratna informacija o tem, kaj je dejansko z proizvodom oziroma s storitvijo narobe in omogoča organizaciji, da te pomanjkljivosti ali napake odpravi. Predstavljajo bistven element v sistemu vodenja kakovosti organizacije, pri čemer se postavljajo različna vprašanja, kot so, katere metode se naj uporabijo za reševanje reklamacij, kdo in na kakšen način se naj zberejo povratne informacije, kdo naj jih obdeluje in obravnava ter koga je potrebno vse obvestiti o prejeti reklamaciji. (Koubek, 2016)

Kakovost se opredeljuje v okviru procesa izboljševanja kakovosti, ki je usmerjen na pet področij; odjemalce, ljudi, inovacije, management in sisteme. Glede opredelitve kakovosti, sta Piskar in Dolinšek (2006, str. 32-35) prišla do naslednjih spoznanj:

- kakovosten proizvod oziroma storitev je tista, ki ustreza zahtevam odjemalca. Mogoče je, da kupec že prej določi tehnične specifikacije in jih je potrebno natančno upoštevati, mogoče pa je, da so tehnične specifikacije že določene in se jih kasneje prilagodi odjemalcu;
- ocena kakovosti proizvoda ali storitve, je pogosto odvisna od cene in stroškov, ki nastanejo med uporabo proizvoda, vključujejo ljudi, orodja in čas;
- kakovost proizvoda se izmeri tako, da se izmeri dejavnike, ki vlivajo nanjo. Ti so odvisni drug od drugega. Marsikateri dejavniki so zelo težko izmerljivi. Pri izbiri proizvoda se je potrebno odpovedati nekaterim dejavnikom na račun drugih. Oceno kakovosti se sestavi iz ocen dejavnikov, ki so vključeni v sam proizvod ali storitev;
- obstaja več plati kakovosti, ki si jih lahko predstavljamo kot poglede iz različnih zornih kotov na eno in isto stvar;
- kakovostni proizvod nima škodljivega vpliva na okolje in družbeno okolje;

- odlični proizvodi zvišujejo lojalnost odjemalcev;
- kakovost je prihranek zaradi znižanja stroškov, nastalih kot posledica neustrezne kakovosti;
- odlični proizvodi so najboljši način za pridobitev konkurenčne prednosti in uspešnosti.

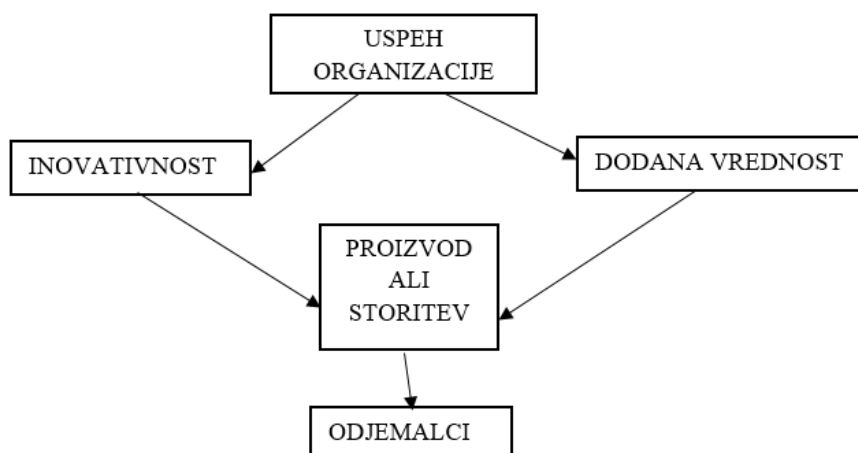
Z obdelavo in pregledom literature, smo želeli priti do spoznanja ali sta dodana vrednost, kakovost in inovativnost proizvoda ali storitve ali procesa, ključna za obstoj in uspeh organizacije.

Likar in Fatur (2009, str. 122) pravita, da je inovacija nov ali bistveno izboljššan izdelek, postopek, ki se pojavi na trgu v obliki inovacije izdelka ali storitve v okviru postopka ali procesa in se izkaže za koristno. Pri tem morajo izdelek, storitev ali postopek predstavljati novost ali bistveno izboljšavo za uporabnika, ni pa njuno, da so na trgu novi.

Inovativnost v organizaciji je misel, katera prežema zaposlene in je sama del procesa v določeni organizaciji. Temelj inovativnosti ali ustvarjanja je znanje, to pa lahko prehaja med zaposlenimi in je zanj pomembna sodelovalna klima, zaradi katere so zaposleni pripravljene deliti svoje znanje. Proizvodi ali storitev ali proces mora predstavljati neko novost ali bistveno izboljšavo za odjemalca ali uporabnika, ni pa nujno, da je na trgu novo – novo je tisto, kar je kakovostno različno od obstoječega. (Likar, 2001, str. 58)

Dogajajo se zelo konkretne spremembe v sodobnem svetu, katere vplivajo na konkurenčnost in obstoj podjetij, zato je vedno bolj pomemben dejavnik razvoja in inovacij znanje. (Žurga, 2006, str. 161)

Na osnovi pridobljenih teoretičnih izhodišč smo si zastavili naše raziskovalno vprašanje, ali je inovativnost pomembna za obstoj, uspeh in dodano vrednost za podjetje in kupca.



Slika 1. Model raziskave

Model prikazuje od česa je odvisen uspeh organizacije; le ta je odvisen od inovativnosti in dodani vrednosti za kupca.

### 3 Metoda

Metodo zbiranja podatkov smo izvedli z študijo literature na obravnavano temo. Gradivo smo iskali v elektronski obliki na portalu google učenjak, cobiss, Dlib ter na spletni strani fakultete FOŠ. Podatke smo iskali s pomočjo ključnih besed, katere so navedene v povzetku. S pregledom podatkov v literaturi smo pridobili podatke za oblikovanje odgovora na zgoraj zastavljeno raziskovalno vprašanje. V razpravi smo ugotovitve dopolnili z lastnimi mišljenji. Pregledana študijska literatura je predstavljena v Tabeli 1.

Tabela 1. Pregled literature

<b>Avtor</b>	<b>Naslov</b>
Baloh, A.	<i>Inovativna naravnost podjetij</i>
Birkingshaw, J. & Duke, L.	<i>Employee – led innovation</i>
Brcar, F. & Lah, S.	<i>Vloga službe kakovost v organizaciji</i>
Koubek, A.	<i>Priročnik ISO 9001:2015 – Razumevanje in izvajanje novih zahtev</i>
Likar, B.	<i>Inoviranje</i>
Likar, B. & Fatur, P.	<i>Kreativnost zaposlenih za inovativnost podjetja</i>
Likar, B., Križaj, D. & Fatur, P.	<i>Management inoviranja</i>
Leber, M.	<i>Management inoviranja</i>
Piskar, S. & Dolinšek, S.	<i>Učinki standarda kakovosti ISO</i>
Satler, I.	<i>Metode in tehnike spodbujanja ustvarjalnosti in inovativnosti</i>
Žurga, G.	<i>Pomen sodelovanja za doseganje odličnosti</i>

*Vir:* Avtor.

## 4 Rezultati in razprava

### 4.1 Rezultati

V Tabeli 2 so predstavljene ugotovitve pregleda literature ter njihovih avtorjev.

Tabela 2. Ugotovitve iz pregleda literature

Literatura	Ugotovitve
Baloh, A.	Nagrade so najboljši motivator za izboljševanje inovativnosti in uspešnosti pri delu.
Birkinshaw & Duke	»Pri inovativnosti, kot eni izmed aktivnosti delovnega procesa, gre za to, da poskušamo narediti stvari, ki presegajo opis naših del in nalog na delovnem mestu.«
Brcar & Lah	»Razmere na trgu se iz dneva v dan zastrujejo in organizacije se morajo sproti prilagajati novim tekmovalnim izzivom.«
Koubek, A.	»Podjetje je odvisno od svojih kupcev, zato mora razumeti njihove potrebe, izpolnjevati njihove zahteve in si prizadevati za doseganje njihovih pričakovanj.«
Likar, B Likar, B. & Fatur, P.	»Inovativnost je sama del procesa v določeni organizaciji.« Inovacija je nov ali bistveno izboljšan izdelek, postopek, ki se pojavi na trgu v obliki inovacije izdelka ali storitve v okviru postopka ali procesa in se izkaže za koristno.
Likar, B., Križaj, D. & Fatur, P.	»Inovativnost je sposobnost za razvoj invencij in njihovo uveljavitvi, ki se odraža v konkretnih rezultatih – inovacijah«
Leber, M.	»Kaizen pomeni spodbudo in izrabo sposobnosti vseh zaposlenih za stalno izboljševanje poslovnih postopkov glede na cilje podjetja.«
Piskar, S. & Dolinšek, S.	»Kakovosten proizvod oziroma storitev je tista, ki ustreza zahtevam odjemalca.«
Satler	Inovativna mora biti celotna organizacija.
Žurga, G.	»Za uspeh in razvoj podjetij je dandanes najbolj pomembno znanje.«

*Vir:* Avtor.

»Razmere na trgu se iz dneva v dan zastrujejo in organizacije se morajo sproti prilagajati novim tekmovalnim izzivom. Strmeti morajo za dosega čim boljših poslovnih rezultatov in kakovost ima pri tem pomembno vlogo – kakovost procesa in kakovost proizvoda, tj. izdelka ali storitve« (Brcar & Lah, 2011, str. 258).

Podjetja, katera se zavedajo, da je uspeh odvisen od izboljšav, na tem tudi intenzivno deluje. Ker je konkurenčnost na trgu zelo velika, je pomembno, da je podjetje stalno posvečeno napredku in izboljšavam, ter da so v koraku s časom.

»Kakovost obravnavamo večdimenzionalno. Pojem kakovosti ne zajema samo kakovosti izdelkov in storitev, temveč tudi kakovost vseh procesov v podjetju, kakovost delovnih pogojev ter kakovosten odnos do okolja.« (Leber, 2004, str. 14)

Kot navaja Leber, je nujno pomembno, da se podjetje zaveda, da je kakovost vezana na celotno okolje v podjetju in izven njega. Če se tega ne zaveda in ne drži, kaj hitro zapade v začaran krog iz katerega se težko reši. Slabo delovno okolje, nezadovoljni zaposleni, nezadovoljno okolje in še kaj, lahko podjetju zelo škodujejo. Odhajanje iz podjetja nezadovoljnih zaposlenih, njihovo slabo mnenje o podjetju se hitro prenaša naprej. Pomembno je, da podjetje deluje na način, ki je prijazen tako zaposlenim, delovnem mestu

kot okolici in tako posledično prispeva k boljši klimi in končnim produktom, katerim zagotavljajo kakovost, ki jo odjemalec pričakuje.

Zelo pomembno je, da podjetje spodbuja zaposlene, da razmišljajo o inovacijah in izboljšavah, zato je pomembno, da lahko vsak posameznik prispeva in odda svoj inovativni predlog. Najboljše inovacije se ustrezno nagrajuje, kar pripomore k še večji motiviranosti zaposlenih za razmišljanje o izboljšavah. Inovativna mora biti celotna organizacija. (Satler, 2010, str. 17) »Podjetja se zavedajo pomena uresničevanja predlogov. Ideja, ki ni uresničena, je brez vrednosti.« (Fatur & Likar, 2009, str. 124).

Vsaka ideja, če je še tako »slaba«, je vredna vsaj da se jo pregleda. Vsako dobro idejo, pa je potrebno konkretno analizirati in čim prej vpeljati v proces. Ko se izkaže za koristno in učinkovito, pa je potrebno lastnika ideje primerno nagraditi in ga motivirati, da še naprej deluje v korist podjetja in podaja ideje. Nikakor pa se ne sme zanemariti dejstva, da vsaka ideja le ni dobra. Potrebno je, da podjetje ustrezno daje povratne informacije zaposlenim, v katero stran se naj usmerjajo pri iskanju idej ali izboljšav.

»Pri inovativnosti, kot eni izmed aktivnosti delovnega procesa, gre za to, da poskušamo narediti stvari, ki presega opis naših del in nalog na delovnem mestu« (Birkinshaw & Duke, 2013, str. 47).

Vsaka nadgradnja ali inovacija, ki pripomore k izboljšanju delovnega procesa je za podjetje dobrodošla, saj tako pomaga k optimizaciji dela, boljši kakovosti produkta in seveda lažjim delovnim pogojem za zaposlene.

Nagrade naj bi bile eden izmed najpomembnejših razlogov za inovativnost ter uspešnost pri delu. Čedalje več organizacij, bi za ohranjanje svoje konkurenčnosti posvečalo pozornost inovativnosti zaposlenih, saj se zavedajo, da je uspeh podjetja odvisen od izboljšav in inovacij tako na produktu, kot delovnemu procesu. Merila za merjenje same uspešnosti zaposlenih po navadi ocenjujejo inovativnost in ustvarjalnost posameznika. (Baloh, 2006, str. 61)

Pomembno je, da se organizacija zaveda, da so dobre ideje oziroma izboljšave temu primerno nagrajene – seveda, če ima organizacija od tega zaznано dodano vrednost. Dobra ali poštena nagrada samo povečuje motivacijo posameznika in drugih zaposlenih. Največkrat dobre ampak pogosto nedefinirane predloge, dajejo ravno zaposleni na delovnem mestu, saj poznajo sam proces delovanja. Pomembno je, da ima vsaka organizacija organiziran tim, ki predloge preučuje in jih ustrezno nadgradi in ovrednoti.

## 4.2 Razprava

Skozi pregled literature, smo prišli do ugotovitve, da je kakovost na prvem mestu, če želi organizacija uspešno delovati na trgu. Kakovost je zagotavljanje zahtevanim standardom in zahtevam kupca, kar pa ni vedno lahko. To je prikazano tudi po ugotovitvah avtorjev, katri so navedeni v tabeli 2.

Po literaturi in mnenjih avtorjev, smo ugotovili, da so pojem inovativnost in dodano vrednost opredelili na enak oziroma podoben način. Njihova mnenja se prepletajo ampak pomen pa je pri vseh povsem identičen. Splošno znano je, da sta inovativnost in dodana vrednost za podjetje in kupca zelo pomembni.

Ali je inovativnost pomembna za obstoj, uspeh in dodano vrednost za podjetje in kupca? Seveda je pomembna, saj v primeru, da podjetje ne napreduje oziroma se ne prilagaja trgu, lahko kaj hitro zaostane za konkurenco. Pomembno je, da sledi zahtevam kupca in samemu razvoju v svoji panogi.

Mislím, da je podjetje, ki daje na inovativnost pomemben poudarek, sposobno ostati na trgu in se spopasti s konkurenco. Tudi kupci želijo vedno več, postavljajo svoje zahteve, ki pa niso vedno najlažje dosegljive. Ko podjetje dobi neke zahteve, se mora le njim prilagoditi, zato je pomembno, da stalno dodaja vrednost že obstoječemu ali pa izdelava nov proces ali produkt.

## 4.3 Primer dobre prakse

Kot primer dobre prakse, bom opisala podjetje, ki deluje na področju avtomobilske industrije. Podjetje ima šest poslovnih enot, vsaka poslovna enota opravlja storitve, oziroma dele, kateri so namenjeni za sestavne in rezervne dele za avtomobile. Glavni kupci so BROSE, DAIMLER, MAHLE, MAN, BMW, VOLVO, RANGE ROWER, JAGUAR in še mnoga podjetja, ki izdelujejo avtomobile. Gre za proizvode, ki so varjeni po strogih zahtevah kupcev in skrbno ter dolgo načrtovani. Vsi proizvodi so izdelani po strogih tolerancah brez odstopanj, saj so namenjeni za avtomobile.

Podjetje dela po sistemu celovitega obvladovanja kakovosti TQM in na tem področju tudi zelo močno medsebojno sodeluje. Kakovost je na prvem mestu, saj kupci zahtevajo, da so proizvodi varjeni in izdelani po varnostnih karakteristikah, kar pomeni, da če kos po opravljenih meritvah odstopa, ni ustrezen zahtevanim standardom in predpisom. To zahteva dobro opremo v sami proizvodnji, kot tudi ustrezne merilne priprave. Seveda, vsak projekt, ki je bil speljan in še bo, kupec sam preveri na FRT-ju (Full run test), kar pomeni, pregled celotnega procesa, od dokumentacije, proizvodnje, meritev do končnega proizvoda. Kupec je cel čas prisoten pri proizvodnji proizvoda (eno uro), zato je še toliko bolj pomembno, da so stvari urejene tako, kot je zahtevano. Podjetje se dobro zaveda reka »Kupec je kralj«, zato je kakovost vedno na prvem mestu.

V tem podjetju imajo portal, ki je dostopen vsem zaposlenim. V proizvodnji imajo računalnike, kjer ima vsak zaposleni možnost vpogleda v portal (računalnik je namenjen izključno temu). Portal omenjam zato, ker je tu možnost oddaje inovativnega predloga. Tu lahko vsakodnevno napiše posameznik toliko kolikor ima idej. Te male ideje se obravnavajo kot *pobuda* in zato ne zahtevajo posebne obdelave. Po navadi so to kakšne male ideje, ki hitro izboljšajo neko obstoječe stanje (npr. Na DM je potrebno zamenjati ekran.). Obdelava teh pobud je hitra oziroma takojšnja, izpeljuje pa jih oseba, ki je za kakšno področje odgovorna (npr. za zgoraj navedeno pobudo je za izpeljavo odgovoren informatik). Naslednja možnost je *izboljšava*. To pomeni, da je ideja takšna, da se na že obstoječem procesu doda neka dodana vrednost (npr. Na DM linije proizvodnje, je potrebno dodati senzor za zaznavanje kosa, da orodje ne zavari nedokončanega proizvoda.). Za takšne vrste izboljšave se izbere tim iz poslovne enote, ki je bodisi tehnolog, kakovostnik, vodja ter seveda avtor ideje, da se le to definira in preuči, nato pa se jo da v izvedbo (za izvedbo je odgovoren tim). Takšne vrste ideje (vse, ki so odobrene in realizirane) podjetje nagradi z 10 €.

Kot zadnjo možnost pa lahko izbere *Ta Prava Ideja*. To je ideja, ki jo tim, ki je zadolžen za to vrsto inovativnih predlogov, skrbno preuči in v primeru, da se odločijo, da je ideja dobra spelje vso proceduro, da se idejo čim prej realizira (izračunajo letne prihranke, dobiček...). Takšnih idej ni veliko, mogoče 5 - 7 na leto, saj zahtevajo veliko znanja in izkušenj.

V letu 2018 je podjetje realiziralo in patentiralo kar 4 ta prve ideje. Ena izmed najboljših inovacij, ki je bila izpeljana na ta način je, »Integrirani zvezni zadrževalnik vrat«. To inovacija, oziroma produkt, kateri je zelo preprost za montažo, kompakten ter primeren za velikoserijsko industrijsko proizvodnjo. Gre za produkt, ki se po montaži v vrata uporablja kot zadrževalec vrat na mestu, kjer mi želimo (sedanja vrata imajo dve točki, na točno določenem mestu možnosti zaustavitve). Inovacija je prejela v letu 2018 dve zlati priznanji za inovacije, ter nagrado za najboljšo inovacijo po izboru javnosti. Vsi, ki so sodelovali na tem projektu, so dobili lepo denarno nagrado ter vikend paket v toplicah.

To podjetje deluje zelo uspešno in se prebija na sam vrh v avtomobilski industriji. Temu primerno je po dolgih letih spremenila tudi vizijo podjetja. Njihova pot je, da sledijo trgu, in so maksimalno inovativni in kakovostni na svojem področju.

## 5 Zaključek

Dodana vrednost je za obstoječe stanje vedno nadgradnja. To pomeni, da so vsake ideje in izboljšave dobrodošle. Veliko podjetij na tem področju aktivno deluje in spodbuja svoje zaposlene, da podajajo svoje ideje, da so ustvarjalni pri delu in da čim večkrat podajo svoje mnenje, saj je to za njih dobro in so temu primerno nagrajeni. Kot že omenjeno, to podjetje male pobude in izboljšave denarno nagrajuje, večje »ta prave ideje« pa z večjo denarno nagrado in materialno nagrado. To daje zaposlenim neko motivacijo in željo, da aktivno sodelujejo pri izboljšavah.



Menedžerji imajo nalogo, da spodbujajo svoje vodje, da prenašajo svoje znanje na zaposlene. To se kaže v tem, da zaposleni na podlagi pridobljenega znanja podajajo svoje ideje in so na tem področju maksimalno ustvarjalni. Je pa to za nekatere težko, saj se dandanes trg tako hitro spreminja, da ga mora podjetje stalno loviti, kar pomeni, da se zaposleni težko hitro prilagodijo spremembam, sploh starejša generacija. Pomembno je, da vodje stalno prenašajo znanje in spodbujajo zaposlene k doseganju lastnih ciljev. Pomembno je, da so zaposleni toliko motivirani, da so njihovi cilji povezani s ciljem podjetja.

Ker je na to temo že tako veliko napisanega, je to za raziskave velik minus. Pomembno bi bilo, da se na to temo, ki je dandanes ena najpomembnejših za sam obstoj podjetja, literatura stalno »posodablja« in nadgrajuje. Zanimivo bi bilo, če bi več uspešnih menedžerjev stopilo skupaj in napisalo knjigo s svojimi izkušnjami in znanji (sploh ti, ki so uspešni danes). To bi z veseljem preučil marsikdo, ki se ukvarja z inovativnostjo ali pa se ima željo.

Odjemalci in sam trg postavljata vedno večje in hujše zahteve, zato je tudi konkurenčnost med podjetji postala zelo močna. Če podjetja ne vlagajo v inovacije in izboljšave tako produktov kot samih procesov, ga lahko konkurenca prehití in tako ostane brez posla. Zato je še toliko bolj pomembno, da združijo kakovost in inovacije skupaj, saj brez kakovostnih in dobrih produktov nebo dolgo poslovalo. Pomembno je, da se takšne raziskave izvajajo tudi v podjetjih in zunaj podjetja, ter se medsebojno primerjajo. Lahko se osredotočijo tudi na mednarodni trg. Predstavljenemu podjetju, ki deluje v mednarodnih vodah in ima v svoji viziji in cilju besedo »inovativnost«, bi predlagali, da se usmeri na raziskavo zunaj naših meja.

Skozi preučevanje literature, smo prišli do spoznanja, da imajo podjetje cilj nenehno izboljševanje kakovosti, saj je le to pomembno za uspešno poslovanje. Vsaka organizacije je integrirana v okolje, kjer deluje, zato je pomembno, da svoj dobiček prispeva tudi za družbeno okolje. To podjetje, ki smo ga opisali to tudi aktivno počne.

## Reference

1. Baloh, A. (2006). *Inovativna naravnost podjetij*. Maribor: Fakulteta za organizacijske vede v Mariboru.
2. Birkinshaw, J., & Duke, L. (2013). *Employee – led innovation*. *Business Strategy Review*, 24(2), 46.
3. Bracar, F. & Lah, S. (2011). *Vloga službe kakovost v organizacijah*. *Organizacija*, 44(6), 258-259.
4. Koubek, A. (2016). *Priročnik ISO 9001:2015 – Razumevanje in izvajanje novih zahtev*. Ljubljana, Prevezeto na <http://kakovosten.si/2017/10/11/osredotocenost-na-odjemalce/>
5. Likar, B. (2001). *Inoviranje*. Koper: Visoka šola za management.
6. Likar, B. & Fatur, P. (2009). *Kreativnost zaposlenih za inovativnost podjetja: Sistemski vidik managementa idej kot gradnika uspešne organizacije*. Koper: Univerza na Primorskem, Fakulteta za management.

7. Likar, B., Križaj, D. & Fatur, P. (2006). *Management inoviranja*. Koper: Fakulteta za management.
8. Leber, M. (2004). *Leksikon metod inovacijskega menedžmenta in menedžmenta kakovosti*. Maribor: Fakulteta za strojništvo.
9. Piskar, S. & Dolinšek, S. (2006). *Učinki standarda kakovosti ISO*. Koper: Univerza na Primorskem, Fakulteta za management Koper.
10. Satler, I. (2010). *Metode in tehnike spodbujanja ustvarjalnosti in inovativnosti*. Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta.
11. Žurga, G., 2017. *Kakovost v javni upravi: Delovanje Odbora za kakovost 1999 – 2012*. Novo mesto: Fakulteta za organizacijske študije.

\*\*\*

**Deja Hojč** je leta 2016 diplomirala na Fakulteti za upravljanje in poslovanje v Novem mestu. Od leta 2017 je zaposlena v podjetju TPV d.o.o. kot Projektant nadzora proizvodnega procesa – kakovost. S področjem kakovosti se je prvič srečala ravno v tem podjetju, kjer je začela kot delavka v proizvodnji in kasneje napredovala v Kontrolor kakovosti, kasneje pa v Projektant nadzora proizvodnega procesa.

\*\*\*

## Abstract:

### Value-Added Impact Model for Customers and Innovation

**Research Question (RQ):** Is innovation important for the existence, success and added value of the company and the customer?

**Purpose:** By processing and reviewing literature, we wanted to come up with some claims that innovation is key to the existence and added value of the company and the customer.

**Method:** Review of professional and scientific literature.

**Results:** Innovation, added value and quality are complementary to each other, and one without another is devoid of purpose.

**Organization:** The research contributes to the recognition that it is good for companies if they actively work on the added value of innovation and quality. It is important to actively involve employees in this, and to award them the prize.

**Society:** Better business, contributes to a more successful and more complete existence of the company in the environment.

**Limitations/Future Research:** Many articles on this subject, which are mostly repeated and have been processed several times.

**Keywords:** quality, innovation, company, employee, customer, market, product, added value.

Copyright (c) Deja HOJČ



Creative Commons License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.