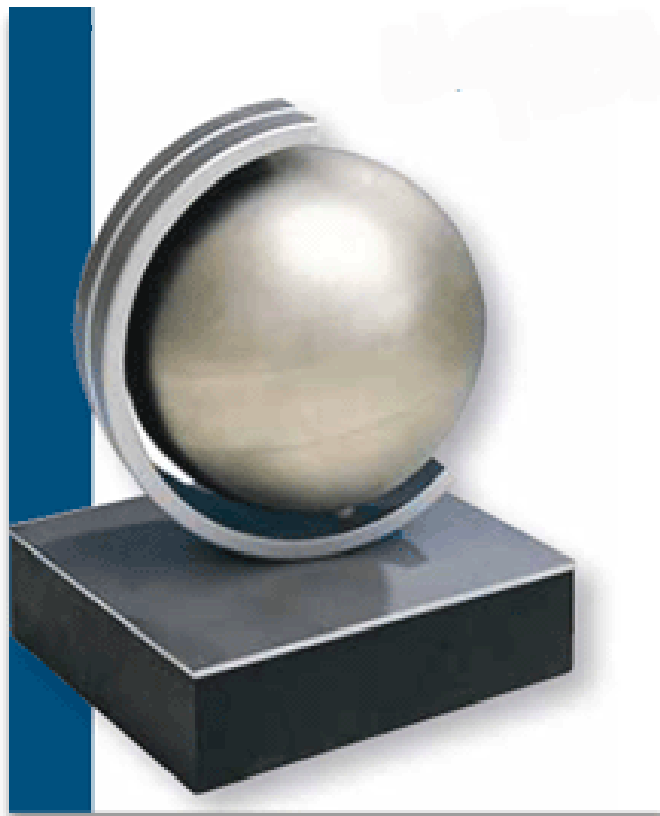


Anmälan till tävlingen om Stora Produktivitetspriset!



Bakgrund

Stora produktivitetspriset, som har delats ut vartannat år sedan 1990, är ett nordiskt leverantörspris som avser att uppmärksamma genomförda underhållsinsatser som resulterat i en ökad lönsamhet hos anläggningsägare. Utmärkelsen syftar till att stimulera både leverantörer och köpare av underhåll att konkretisera nyttan av underhåll i ekonomiska termer, att sprida kunskap om lönsamt underhåll samt att stimulera leverantörernas och branschens utveckling.

Det övergripande bedömningskriteriet vid utvärderingen av inlämnade ansökningar är ökad lönsamhet utifrån kundens perspektiv. Med kund avses det eller de företag som köper produkter och/eller tjänster från den leverantören som anmälan avser.

Genom att fokusera på lönsamhet uppmärksammas även förmågan hos både den tävlande leverantören och kunden att identifiera och kunna underbygga denna med relevant data. Ansökan blir därför även ett mått på företagets kunskaper om effekterna av de olika underhållsinsatserna. Det är enbart lönsamheten och/eller besparingarna i relation till nuvarande lösningar som beaktas, vilket innebär att det enbart är en förbättring som är intressant. Faktorer som inte innebär en förbättring utelämnas i beräkningen.

Bedömningsunderlag

De förändringar som åberopas måste kunna beläggas på ett trovärdigt sätt. Detta gäller bl.a. påverkan på intäkter, t.ex. en tillgänglighetsökning, vilken kan vara svår att bevisa samtidigt som den ger en stor effekt. För de produkter och tjänster som framförallt medför ökad tillgänglighet och andra intäkter är det viktigt att också uppmärksamma den status i vilken kundens produktionsutrustning befinner sig.

Några av de vanligaste exemplen på lönsamhetsfaktorer har specificerats i denna anmälan. Vid en stor spridning av de produkter och tjänster som kan komma i fråga kan listan på exempel inte göras komplett. Det är därför viktigt att det tävlande företaget själva identifierar faktorer som påverkar lönsamheten. Många gånger finns sådana angivna i produktbeskrivningar, men då utan siffror. I många fall går det dock att hyggligt uppskatta effekterna med angivande av relevanta antaganden.

Det finns ingen gräns för hur länge en viss produkt erbjudits på marknaden för att kunna accepteras, men kan dock endast prisbelönas vid ett tillfälle. Fokus riktas primärt mot att uppmuntra utvecklingen av nya produkter varför juryn vid valet av likvärdiga tävlingsbidrag kommer att välja det som innehåller mest aktuella produkter på marknaden. Produktens resultat måste dock ha verifierats och kan inte bara bygga på förväntningar.

En beskrivning av produktens historik och nyhetsvärde samt det ansökande företags arbetsätt vid produktutvecklingen utgör en del av det material juryn bedömer. I slutet av anmälan finns anvisningar om i vilken form denna information kan lämnas.

Hänvisa till relevanta Bilaga som stöd för beskrivningen.

Tidigare vinnare

Vinnande företag/organisationer sedan 2004:

- 2016 Scania Industrial Maintenance AB
- 2014 SSG AB
- 2012 SPM Instruments AB
- 2010 Chalmers University of Technology
- 2008 SemaTec AB/DynaMate AB
- 2006 Fortum Service AB
- 2004 Europafilter AB

Anmälan

Tävlingsbidraget skickas senast den 23 februari 2018 till:

Riksorganisationen Svenskt Underhåll
Vretenvägen 13 B
171 54 Solna
kansli@svuh.se

Företagsuppgifter (Tävlande företag)

Företag:

Datum: Klicka här för att ange datum.

Adress:

Postadress:

Kontaktperson:

E-post:

Telefon:

Signatur:

Beskrivning av underhållssituationen före och efter förbättringsåtgärder	
Beskriv underhållssituationen hos kunden före och efter förbättringsåtgärdena.	Bilaga

Beskrivning av produkten/tjänsten som skapat förbättringen	
Beskriv produkten, tjänsten, åtgärden etc. som skapat förbättringen.	Bilaga

Beskrivning av produktens/tjänstens historik	
Beskriv produktens/tjänstens historik med angivande av viktiga tidpunkter.	Bilaga

Beskrivning av produktens/tjänstens nyhetsvärde			
Bedömning sker gällande produktens/tjänstens nyhetsvärde, d.v.s. i vilken utsträckning den bygger på nytänkande gällande teknik, leveransform och finansiering. Utgå från nedan angivna nivåer.			
Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Nivå 4
Produkten/tjänsten har lågt nyhetsvärde. Den bygger endast på tidigare kända lösningar.	Produkten/tjänsten har visst nyhetsvärde. Den bygger huvudsakligen på tidigare känd teknik med inslag av nya lösningar.	Produkten/tjänsten har stort nyhetsvärde. Den bygger på tillämpning av ny teknik i relativt stor utsträckning.	Produkten/tjänsten har avsevärt nyhetsvärde. Den är resultatet av ett visionärt nytänkande där utveckling av ny teknik spelat en avgörande roll.
Beskriv produktens/tjänstens nyhetsvärde.			Bilaga

Beskrivning av grad av risktagning samt utveckling av produkter/tjänster

Bedömning av graden av risktagning samt medvetenheten vid utveckling, inklusive framtagning och lansering av produkten/ tjänsten. Utgå från nedan angivna nivåer.

Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Nivå 4
Produkten/tjänsten är framtagen genom en icke faktabaserad risktagning. Företaget har inte något strukturerat arbetssätt för utveckling.	Produkten/tjänsten är framtagen genom en viss faktabaserad risktagning. Företaget har använt sig av ett strukturerat, men personbundet, arbetssätt för utveckling.	Produkten/tjänsten är framtagen genom en väl underbyggd risktagning. Företaget har använt sig av en definierad process för utveckling. Vissa resurser har avsatts för långsiktig utveckling.	Produkten/tjänsten är framtagen genom en mycket väl underbyggd risktagning. Företaget har använt sig av en tydligt definierad process för utveckling. Resurser har dedikerats för långsiktig utveckling.

Beskriv grad av risktagning samt struktur vid utveckling av produkter/tjänster

Bilaga

--	--

Beskrivning av den befintliga marknaden och en framtida spridning

Bedömning av produktens/tjänstens totala lönsamhet kräver utöver en förbättring hos kunden även en uppskattning befintlig och potentiell spridning på marknaden. Avslutningsvis skall den generella användbarheten inom olika branscher (spridningen) beskrivas.

Befintlig/potentiell marknad	Befintlig marknad (i SEK)	Potentiell marknad (i SEK)
I Skandinavien		
I övriga Europa		
I övriga delar av Världen		
Summa:		

Beskriv kvalitativa aspekter på den marknadspotential som uppskattats för den aktuella produkten/tjänsten samt generell användbarhet inom olika branscher.

Bilaga

--	--