

Пред создавање или надополнување на оперативниот систем во компанијата, најважно е да се пристапи стратешки во создавањето на компанијата култура и „живот“ кој се наоѓа над сè останато и ја поврзува компанијата со надворешниот свет, мислејќи на потрошувачите и клиентите, односно ПАЗАРОТ.

Клучни стратешки точки кои ја заокружуваат целата слика:

1. Стратегиска Усогласеност со Пазарот и Потрошувачите

Во Вашата компанија досега главно се размислува за тоа *како* да произведувате ефикасно и безбедно.

Клучното прашање што недостасува е:

Дали го произведуваме вистинското нешто за вистинскиот пазар?

- **Следење на Трендови:** Дали активно ги следите глобалните трендови кај потрошувачите? (На пр. зголемена побарувачка за растителни производи, производи без шеќер, функционална храна, органски производи). Продуктивното производство на производ што никој не го сака е залудно.
- **Анализа на Конкуренција:** Каде се позиционирани вашите конкуренти? Кои се нивните предности и слабости? Како вашиот квалитет и продуктивност се споредуваат со нивните?
- **Агилност и Иновации:** Колку брзо вашата компанија може да развие и лансира нов производ како одговор на потребите на пазарот? Продуктивноста не е само во постоечките линии, туку и во брзината на иновациите.

2. Одржливост и ESG (Environmental, Social, Governance)

Ова е можеби најважниот „следен чекор“ во современиот бизнис, особено за извоз во ЕУ. Големите купувачи повеќе не го гледаат само производот, туку и компанијата позади него.

- **Еколошки отпечаток (Environmental):** Како управувате со отпадот, потрошувачката на вода и енергија? Дали користите амбалажа која може да се рециклира? Ова станува клучен фактор за добивање договори.
- **Социјална одговорност (Social):** Каков е вашиот однос кон вработените, локалната заедница и добавувачите? Дали обезбедувате фер услови за работа?
- **Корпоративно управување (Governance):** Колку е транспарентно вашето работење? Како се справувате со ризиците и етиката?

Заклучок: Денес, брендovите се градат врз основа на доверба и вредности. Одржливоста повеќе не е трошок, туку инвестиција во репутација и долгорочен пристап до пазарот.

3. Дигитална Трансформација и Одлучување базирано на Податоци

Зборуваме за мерење (KPIs), но следниот чекор е целосна интеграција и користење на податоците.

- **Од „Записи“ кон „Аналитика“:** Наместо само да собирате податоци на хартија, дали користите софтвер за да ги анализирате во реално време? Дали можете со еден клик да видите кој е вашиот ОЕЕ за минатата недела или кој е најчестиот причинител за застој?
- **Следливост (Traceability):** Колку брзо можете дигитално да го проследите секој производ од финалниот купувач назад до конкретната тура суровина од која е направен? Во случај на криза, брзината е сè.
- **Индустрија 4.0:** Ова е концептот на „паметна фабрика“ каде машините, сензорите и системите комуницираат меѓусебно за да го оптимизираат процесот, да предвидат дефекти и да ја зголемат ефикасноста.

Аналогија за Крај

Ако ја замислиме вашата компанија како куќа:

- **Темелите** се Стандардите за безбедност на храна (HACCP, IFS/BRC). Без нив сè се руши.
- **Сидовите и структурата** се Продуктивните Процеси и Компетентните Вработени. Тие ја даваат формата и силата.
- **Покривот** е Културата за безбедност и продуктивност. Таа штити од сите временски услови и ги држи сите заедно.