



Подкаст "претприемачки пат"

Епизода #12: "Отпадоци или расфрлања во бизнисот и начин на справување"

Со Драган Шутевски

Датум на објава: 09/09/2013

Здраво и голем поздрав до сите слушатели на претприемачки пат - подкаст на претприемач точка ком чија цел е да ви помогне во креирање на ваш сопствен и уникатен претприемачки пат, а во оваа епизода ќе зборуваме за „**Отпадоци во бизнисот и справување со истите**“.

Стигнавме до дванаесетата епизода од подкастот насловен како „претприемачки пат“ на претприемач.ком. Јас сум Драган Шутевски, основач на Шутевски Консалтинг и автор на претприемач.ком и во оваа епизода ќе зборувам како што кажав во најавата за "Отпадоци во бизнисот и справување со истите."

Темава е доста интересна бидејќи според некои мои анализи и истражувања од терен скоро 60% од деловните активности на малите бизниси припаѓаат на онаа што се нарекува отпадоци. И оваа не се однесува само за малите бизниси, туку и за средните и големите, а да не споменувам пак за државните служби и органи.

Какво значење има процентот кој го кажав погоре?

60% на отпадоци значи дека само 40% трошите на креирање на вредност за вашите купувачи, вашите корисници, оние на кои им служите, оние кои ги опслужувате... Ако нормалното функционирање на вашиот бизнис бара еден милион денари за цела година, тогаш 600.000 денари ви се едноставно фрлени. Што е многу многу е дури и со оваа најмала можна цифра која ја треснав.

Затоа сметам дека темава е интересна и не само интересна туку и важна за сите претприемачи, менаџери во компании, менаџери во јавни служби и сите кои на некаков начин имаат овластување и моќ да влијаат нивниот организациски систем да работи колку што може поотпимално.

Знаете дека една од повеќето особини на Toyota производствениот систем е токму фокусот на елимирање на отпадоците кои постојат во нивните процеси. Сигурно знаете дека тој начин на размислување и таа филозофија обезбеди невиден успех за компанијата.

А, кога станува збор за отпадоците сигурно знаете што правите со нив дома и каде завршуваат. Дали сакате да ги имате во вашиот дом? Сигурно не! Па затоа зошто и да ги имате и во вашиот бизнис.

Во оваа епизода на „претприемачки пат“ ќе зборувам за тие отпадоци кои не ви ги треба. Кои треба да ги елиминирате. Освен тоа ќе се обидам да дадам и неколку препораки како да се справите со нив, сепак земете во предвид дека станува збор за подкаст епизода ограничена на само 30 минути, па затоа и препораките не можат да бидат во една поспецифична форма.

Но, како прво мора да напоменам дека оваа подкаст епизода ви е обезбедена од [премиум претприемач](#), онлајн платформа за претприемачко учење и виртуелен консултант за малите бизниси. Можете да откриете повеќе детали за премиум претприемач на премиум точка претприемач точка ком.

Па да започнеме со содржината на оваа епизода...

И сега кога завршивме со воведните излагања може да започнеме со главната содржина на оваа дванаесета по ред епизода на претприемачки пат.

За да навлеземе подобро во значењето на отпадоците мора да започнеме со вредноста. Што претставува вредност?

И не можеме ниту да замислиме да ја дефинираме вредноста, а таа да не е од гледна точка на еден купувач за бизнисот. Па, така Џим Вомак еден од авторите на ремек делото насловено како „Лин размислување“ ја дефинира вредноста како:

Вистински производ кај вистински купувач со вистинска цена во вистинско време.

Кога станува збор за производ како дел од оваа дефиниција тој може да биде било што што се испорачува од страна на една компанија до купувачите. Така производ е физички производ, или пак услуга, или пак софтвер, или пак мобилна апликација...

Сепак, сметам дека оваа дефиниција иако добро го опфаќа надворешниот фактор - купувачот, не е доволна кога станува збор за самата компанија која е креатор на вредноста. Зошто компанијата креира вредност? Само за да креира вредност? Само за да ги задоволи купувачите? Или пак заради нешто друго?

Затоа вредноста опишана погоре од перспектива на купувачите мора да содржи и повратен ефект за компанијата како профит и конкурентска предност. Значи вредноста претставува:

вистински производ кај вистински купувачи со вистинска цена во вистинско време која генерира профит и соодветна конкурентска предност за компанијата.

За да креира вредност, една компанија спроведува голем број на активности кои може да бидат како истражување и развој, проектирање и дизајн на производ, креирање или производство на производот, испорака на производот, маркетинг, продажба, финансии... Сега ајде да видиме кои се активностите на компанијата за да креира и испорача вредност опишана како погоре, но вредност која ќе генерира профит и конкурентска предност.

Не, нема да одам во детали на дизајн на еден процес, но согласно онаа што го кажав можеме да ги поделиме активностите на две главни групи на активности:

Активности кои ја креираат вредноста. Тоа се сите оние активности кои се преземаат од страна на еден бизнис за да се креира вистински производ за вистински купувачи, со вистинска цена и да се достават до купувачите во вистинско време. И втората група на активности се...

Активности кои не допринесуваат во креирање на вредноста. Овие активности претставуваат отпадоци кои не се воопшто вклучени во креирање и дистрибуција на вредноста и се предмет на наше разгледување во оваа епизода.

Сепак, забележувате дека е многу важно да ја знаете вредноста доколку сакате јасно да ги гледате отпадоците на чие елиминирање ќе треба да работите.

Морам да напоменам дека и оваа класификација не е доволна за онаа што сакам да го зборувам во оваа епизода на претприемачки пат. Зошто?

Затоа што активности кои не допринесуваат директно во креирање на вредноста не значи дека и 100% се непотребни во компанијата. На пример, дефекти на машини не се потребни и тоа се вистински отпадоци каде се губи време, не се потребни ниту шкарт производи како излез од производствениот процес, не се потребни непотребни движења на материјалот и на луѓето во креирање и испорака на вредноста, не се потребни рекламни кампањи кои не носат купувачи за бизнисот, не се потребни чекори во продажниот процес кои не додаваат вредност на купувачите... Но, сепак имаме активности кои не се директно вклучени во креирање на вредноста но индиректно придонесуваат системот да функционира беспрекорно како превентивно одржување, документирање на процеси, документирање на движење на финансии, документирање на ефикасност и ефективност на маркетинг активности...

Значи, ќе имаме непотребни и потребни активности кои не ја креираат ниту ја испорачуваат вредноста на купувачите, а сите оние непотребни активности претставуваат отпад кој навистина не ви е потребен во вашиот бизнис и треба да се однесувате како што се однесувате со секој отпад - го елиминирате, исфрлате...

Сега ќе зборувам малку за десет критични отпадоци во бизнисот на кои ќе треба да се фокусирате и да ги елиминирате. Седум од отпадоците се оние познати 7W на Тојота, додека осмиот вид на отпад е добро дефиниран од страна на Jeffrey Liker, авторот на книгата *The Toyota Way*. Деветиот вид на отпадоци се препорачува од некои експерти како нешто за кое новото време го налага кај бизнисите и секако десетиот вид на отпадоци го додавам јас кои пак се цврсто врзани со сегашниот начин на работа на луѓето во компаниите.

Првиот отпадок за кој ќе зборуваме претставува...

1. Прекумерно производство

Овој отпадок или едноставно како што уште може да се нарекува и рафрлање претставува еден од најчестите и најнепосакуваните во еден бизнис. Иако првенствено се однесува за производствените компании, сепак истото се забележува и кај многу други видови на бизниси од услужниот сектор, но и во новите бизнис модели како дел од онлајн бизниси или виртуелни бизниси.

Расфрлањето се појавува кога произведувате повеќе отколку што имате нарачки и на таков начин предизвикувате и други отпадоци кои се дел од листата на отпадоци за кои ќе зборуваме. На пример, прекумерно производство ќе бара повеќе персонал отколку што навистина е потребен, нели за да произведете повеќе, ќе креира поголеми залихи, ќе ги зголеми трошоците...

Прекумерно производство се отсликува и во лин стартап методологијата и тоа најчесто преку додавање на карактеристики на производ или услуга се со цел да се елиминира стравот од неуспех и синдромот „да не е малце“ кај стартап претприемачите. Во такви ситуации често пати се доаѓа да имате производ или услуга чии само 30% од карактеристиките навистина се потребни и барани од купувачите, а вие сте потрошиле драгоцено време за дизајн и развој на 70% нешто навистина непотребно.

Се што е претерано не е добро ниту во личниот живот, ниту во бизнисот, а прекумерно производство претставува опасност за секој бизнис. Зошто да не произведете токму онолку колку што ви е потребно, односно нарачано? Зошто да не поставите на вашата веб страна за е-трговија токму онолку производи или услуги кои се бараат и кои едноставно се трошат? Зошто да не произведете производ со најоптимални карактеристики, или токму онаа што купувачот го сака и да го испорачате вистинскиот производ, во вистинско време со вистинска цена на вистинскиот купувач? Тоа е вредност која вие ја креирате и испорачувате.

Сега прашањето е како да се „отарасите“ од ваквиот отпадок во вашиот бизнис, односно како воопшто да го немате?

Првиот мој совет е да работите со ум, а не со сила. Кога сакате на сила да работите работите прекумерно, ги вложувате сите ваши напори без притоа да обезбедите оптимално работење на вашиот бизнис. Морате да креирате системи кои ќе следат и мерат се што се случува во и надвор од вашиот бизнис, и особено вашите купувачи. Оваа тема беше дел од [првиот подкаст](#) на претприемачки пат.

Следно нешто што треба да го направите е да ги вложите сите ваши напори во елиминирање на стравот дека доколку не произведувате повеќе без разлика дали станува збор за производ, услуга, некои резултати или било што друго што бара напор од ваша страна ќе потфрлите во креирање и испорака на вредност за вашите купувачи. Еден начин е да започнете интензивно се креирање на сосема нови односи со вашите купувачи што

значи и почесто да разговарате со нив, да ги вклучите во некои од вашите бизнис процеси и постојано да знаете што тие сакаат од вас или што ќе сакаат во иднина.

Да знаете што навистина претставува вредност за вашите купувачи, ќе знаете и што се треба да правите за да ја испорачате таа вредност. Освен потребите на купувачите, многу е важно да имате систем кој ќе гарантира навремени нарачки со што би можеле целиот производствен систем да го менаџирате многу поедноставно. Сепак, прекумерно производство е резултат на некои постари размислувања и филозофии за да се намалат стресовите кога непредвидено ќе се зголеми нарачката и вие ќе треба да ги произведете во определен рок, а немате капацитети за тоа. Сега темава е доста широка и навистина не можеме да навлеземе во повеќе детали, иако мислам дека овие идеи кои ги нфрлав тука ќе ви помогнат барем малку да започнете со поинакво размислување и поинаков пристап во водење на вашиот бизнис.

Вториот отпадок претставува...

2. Време на чекање

Време на чекање е време кога машината или операторот стојат, односно чекаат за да пристигне до нив парчето или работата која треба да ја изведат од претходниот процес од неговиот. Оваа време воопшто не додава вредност за производот или услугата, а на крајот сепак се калкулира во цената на производот бидејќи едноставно вие операторот го плаќате во секој случај, дали стои или работи не е важно.

Кај услужните компании, можеме да кажеме еден пример. На пример, да земам една банка и верувам дека сите сте го виделе тоа додека чекате да завршите некоја работа. Вие сте на ред и операторот кој треба да ве послужи ви побара некои документи за да може да ги ископира. Вие додека стоите на шалтерот забележувате дека операторот оди кон фотокопирот и застанува на ред по други оператори кои исто така чекаат да ископираат некој документ. Иако можеби оваа активност, мислам на фотокопирање е дел од

креирање на вредноста за банката, сепак чекање од неколку минути за копирање на еден документ не можеме да кажеме дека претставува вредност. Што се случува? Вие како клиент станувате нервозни, клиентите кои исто така чекаат на ред стануваат нервозни затоа што забележуваат дека работата не врви како би требала да врви. А, кога има нервоза кај клиенти, лесно се пренесува и кај оператори со што се мултиплицира истата и создава негативен ефект.

Чекање е една од најчестите активности во повеќето бизниси.

Чекање за повратен email. Чекање на одобрение од менаџерот. Чекање за тестирање на тоа и тоа. Чекање за пристигнување на репроматеријал. Чекање на добивање на понуда од снабдувачите. Чекање за пристигнување на транспортно средство. Еден куп чекања.

Ги имам анализирано чекањата во десетици компании кај нас. И знаете што, резултатот е катастрофален. Можам да кажам само дека во просек околу 25 до 30% на времето за креирање на вредност отпаѓа токму на тие такви чекања за нешто.

Кои се причините за појава на овој отпадок?

Најчеста причина е несоодвете дизајн на процесите во компанијата со што се појавуваат т.н „тесни грла“. Претходен процес произведува повеќе, но заради тој процесот кој следува и процес по него чека за да се заврши работата. Мора да се преземе нешто преку редизајн на процесите за да се обезбеди нормално функционирање на сите процеси без да се појават „тесни грла“. На пример, банката може да постави уште фотокопир и врз основа на анализа на потребите и целосно да го елиминира времето на чекање за фотокопир.

Друга причина може да бидат снабдувачите, кога чекате да ги добиете репроматеријалите и да започнете со вашето производство. Во голем број на случаи претприемачите креваат раменици бидејќи снабдувачите се надвор од нивната компанија. Но, за Тојота тоа не е

случај. Тојота знае дека многу работи во нивниот процес зависат токму од снабдувачите, па затоа и развива сосема поинакви односи со истите со што обезбедува да не се случи чекање кај нивните процеси заради снабдувачи.

Чекање се јавува и при дефекти на некоја опрема, но причината не е во опремата, туку во менаџментот кој не успева да изгради ефикасен и ефективен систем за превентивно одржување на тековната опрема.

Чекањето се јавува и поради човечкиот фактор. Различен потенцијал и капацитет на различни луѓе не обезбедува исто ниво на работа кај истите. Но, тие не се криви, криви се оние кои што ги довеле тука.

И да не зборувам за државни институции каде чекањето е главна пречка за нивната ефикасност. На пример, никаде не функционира ништо беспрекорно, но моето искуство со Фонд за здравство е катастрофално и слободно можам да кажам дека таа институција е една од најзаостанатите кај нас. Првиот проблем е дека не сфаќаат дека тие креираат вредност за своите клиенти и тие се сервис за граѓаните на Македонија. Па така кога еден од граѓаните се побуни слушнав како еден службеник во таа институција вели кој си ти бе мене да ми кажуваш кога јас ќе работам, да не те видам веќе на мојот шалтер. А, кој си ти пак да одлучуваш кој смее а кој не смее да биде пред твојот шалтер? Па има случаи кога клиентите чекаат бидејќи само еден работи еден вид на работа и во моментов е на одмор, боледување или некое отсуство. Иако целта на овој подкаст не се државни институции сепак претставуваат одличен пример за несоодветно менаџиран и организиран организациски систем кај нас. Не можев да одолезм да не ги споменам како пример.

Следниот отпадок или расфрлање е...

3. Непотребен транспорт, движења на материјал

Точно, движењето на материјалот од едно место до друго место е нешто што не додава во креирање на вредност за вашата компанија.

Движење од снабдувач до магацин за репроматеријал, движење од магацин за репроматеријал до магацин за подготовка на производство, движење во самиот процес на производство, движење од производство до магацин за готови производи, движење од магацин за готови производи до магацин за големопродажба, движење од големопродажба до малопродажба...

Премногу движења, премногу транспорти и премногу време и пари кои не се нешто неизбежно во креирање и испорака на вредноста за купувачите. Од друга страна, има и случаи кога се враќа завршен производ од магацин за готови производи заради некоја доработка или пак исправка на истиот само затоа што не е од првпат направен со квалитет кој треба да го има.

Како еден претприемач, мора да обезбедите дека некои од овие отпадоци или ќе ги елиминирате целосно или ќе ги намалите максимално онаму каде што како активност мора да постојат.

Првин морате да започнете со анализа на движењата кои се клучни во креирање на вашата вредност, производ или услуга. Едноставно мапирајте ги сите тие движења без разлика дали станува збор за репроматеријал до готов производ, или пак хартија за креирање на услуга, вашата работа е да мапирате се што на некој начин се движи низ процесите во вашата компанија. Откако ќе ги анализирате сите тие движења лесно ќе забележите дека голем дел од нив воопшто не се потребни и се резултат на тоа што дизајнот на самиот процес или лејаутот на работната просторија го бара тоа од вас. Ќе забележите и дека некои се навистина потребни но може да се намалат преку преземање на конкретни дејствија од ваша страна.

Следниот чекор е да работите на елиминирање на сите непотребни движења без никакви образложенија или пак барања на можности за да останат присутни во вашите процеси без разлика дали станува збор за некои подпроцеси, или некои најситни движења кои се мерат во секунди или пак за меѓупроцеси кои може да се мерат во часови или пак движењата помеѓу вашиот бизнис и надворешноста кои може да бидат мерени во денови или недели. Едноставно барате начин за елиминирање на истите бидејќи тие не се потребни за креирање и испорака на вредноста.

Со елиминирање на овие движења ќе заштедите и време и пари, а со тоа и крајната цена на вашиот производ и услуга ќе биде пониска и поприфатлива за вашите купувачи што е и дел од дефиницијата на вредноста за која зборував на почетокот од овој подкаст.

Четвртиот отпадок претставува...

4. Непотребни процеси на кои не им е место тука

Понекогаш едноставно претеруваме во компликација на работите кои што ги изведуваме. Подобро нека има работа отколку да нема. Но, сепак оваа не е точно. Подобро е кога нема навистина потребна работа секој во вашата компанија да се насочи на креативноста, идеи за подобрување, подготовка на ситуации кога ќе има работа итн.

Едноставно комплицирање на работите е потребно. Ако ги анализирате вашите процеси, лесно ќе забележите дека во нив имате интегрирано одредени чекори кои воопшто не се нешто важно за креирање на производ или пак документ како дел од вашите услужни активности.

Колку документи се потребни за иницирање на дизајн и развој на нов производ? Колку документи треба да се потпишат од колку луѓе и колку пати за да се започне со некоја клучна активност? Колку чекори имате во самиот процес на производство и дали навистина сите тие се потребни за добивање на вредноста која треба да ја добиете? Зошто

купувачот при нарачка преку интернет треба да внесе два пати информации за него (еднаш да креира акаунт) и вторпат кога ја внесува картичката за плаќање? Дали се потребни три состаноци пред да донесеме одлука за започнување на имплементација на план за подобрување? Зошто операторот мора да ги фотокопира документите на клиентот? Дали мора секогаш да се печати документот добиен преку email кога сеуште не е во завршна фаза?

Забележувате дека сите овие прашања поттикнуваат размислување за некои непотребни процеси или чекори инсталирани во самите процеси во вашиот бизнис.

Се што не е потребно едноставно треба да се елиминира, и во таков случај да успеете да го намалите времето и непотребното рафрлање на пари за чекори кои навистина не се потребни.

Следниот отпадок за кој ќе зборуваме е...

5. Складирање

Оваа расфрлање претставува уште едно расфрлање кое во најголем дел се базира на нашиот страв да не се случи да недостасува нешто. Што ако купувачот побара 15 наместо 10 парчиња? Што ако немам 15 парчиња? Подобрно е да имам на залиха и секогаш да сум си сигурен отколку да се оставам во една таква неизвесна ситуација.

Но, преголем износ на нивото на складирање на репроматеријал и готови производи доведуваат до зголемување на времето потребно од креирање до испорака на вредноста. Од друга страна, складираните производи брзо стануваат застарени или пак самото преместување од едно место до друго може да доведе и до нивно оштетување.

А, што станува со трошоците за вработени кои ќе оперираат во складиштето, што е со врзани или заробени пари во производи кои сеуште ниту ги користите ниту ги продавате,

што е со вистинските проблеми кои што постојат во испораката, во квалитетот на производите, проблеми со снабдувачите, проблеми со дефекти во опремата, проблеми со предолго време за подесување на производство и несоодветно избалансиран производствен систем.

Да, складиштето и складирање како процес го користите токму заради решавање на тие проблеми, но сепак вие суштински не го решавате проблемот туку го прикривате.

Целта е да се постигне безскладишно работење. Но, предуслов за ваквото работење е да постои реална и доста квалитетна проценка на побарувачката на која можете да се ослоните или пак доколку не постои да ги вложите сите ваши напори во обезбедување на такви проценки и при тоа грешките да ги доведете на минимум.

Освен финансиските ефекти што ќе се стекнат со безскладишно работење постои една уште позначајна придобивка, а тоа овозможување на откривање на сите проблеми кои што постојат во производството а со тоа и нивно решавање со што ќе се изврши промена со која доаѓа до подобрување на севкупното работење на организацијата. Ова вообичаено се претставува како намалување на нивото на водата во езеро (складиштето) при што ќе можат да се видат гребените (проблемите) кои се криеле под нивото на водата, односно складираните производи.

Значи, создадете систем со кој ќе го намалите или елиминирате во целост складиштето. Знам дека целосно елиминирање понекогаш е невозможно, но сепак морате да се обидете да направите нешто, доколку успеете ќе поттикнете серија на подобрувања во останати процеси во вашиот бизнис.

Шестиот отпадок за кој ќе зборувам тука се...

6. Непотребни движења од страна на вработени

Кога се работи се спроведуваат различни движења за изведување на работата. Еден вработен во производствен погон, може да го зема работниот предмет на кој работи, да постави навртки, да го земе алатот, да ги стегне навртките, да го одложи предметот за понатамошна обработка и повторно повторување на циклусот со земање на следно парче...

Добро проучување на сите движења на сите работни места ќе ви ги отвори очите за можностите за намалување и на бројот на движењата, но и на времето кое еден вработен ќе го троши за изведување на работата. Тоа значи завршување на повеќе работа за исто време. Тоа значи поголема продуктивност. Тоа значи намалување на трошоците. Тоа значи намалување на цената на чинење на крајниот производ или услуга во вид на вредност кои што вие ги испорачувате на вашите купувачи.

Секое движење од страна на вработените кое не додава вредност на производот или услуга се смета како фрлено време, расфрлање, отпад, губре... Во најголем број на случаи овие движења може да бидат земање на алат или работно парче, или пак нешто друго. Вакво движење може да биде непотребно одење до друга канцеларија за да се земе нешто потребно за изведување на работата. Непотребно читање на документи. Неергономски работни места итн.

Повторно, анализирајте ги сите процеси во најситни детали до најмалиот подсистем човек-машина и редирајте ги работните активности за секое работно место. Добро е да ги користите и предлозите за подобрување од страна на вашите вработени, сепак тие најдобро си ја познаваат работата која ја изведувате. Користете камери за снимање на работните движења, не за да ги казнувате вработените, туку за да го подобрите самото работно место, да обезбедите подобри услови за работа, а со тоа и поголема индивидуална продуктивност на секое работно место.

Седмиот и последниот отпад, односно расфрлање кој е дел од Тојота производствениот систем претставува...

7. Производство со грешки, односно дефекти, шкарт

Производство со грешки, дефектно производство или шкарт бара повторно да се вратите на иста работа за да преработувате, поправате или доработувате. Не само што сте потрошиле време и пари залудно за нешто што не можете да го продадете туку и повторно треба да инвестирате време и пари за да ги поправите грешките како би го задоволите купувачот кој ви ги нарачал тие производи. Но, не е само тоа, туку проблем е и времето на одложување на испорака на целата нарачка само затоа што не сте постигнале да произведете се согласно планот за производство.

Ваквата практика ќе бара и дополнителни напори и вложувања од страна на вашиот бизнис. Доколку знаете дека се случуваат такви грешки ќе мора да ја зајакнете инспекциската функција во вашиот бизнис, со што ќе се обезбеди контрола на квалитет за да се вратат дефектните производи на доработка. Тоа се дополнителни трошоци кои ќе треба да ги вкалкулирате во крајната цена на вашиот производ или услуга.

Вашата цел како еден претприемач е да успеете да постигнете ниво во кое ќе ја креирате вредноста без притоа да се појави ниедна грешка на крајната вредност. Знајте, не е лесно, но сепак не е и нешто неостварливо. Можеби не може да се постигне утре, но може за една година или неколку години само доколку работите поумно.

Со соодветен систем за анализа и постојано подобрување, но и со елиминирање на сите претходно споменати отпадоци вие имате можност да постигнете ниво на 0 грешки. Можеби со соодветно одржување на технологијата која ја имате, или пак со имплементација на контрола во самиот процес така да не дозволите дури кога работата ќе биде завршена да откриете дека има грешка можете да дојдете до драстични подобрувања.

Сега како осмо рафрлање кое денес често се споменува претставува...

8. Неискористена креативност на вработените

Овој отпадок во еден бизнис за првпат се додава од страна на Jeffrey Liker, авторот на книгата *The Toyota Way* како што веќе напоменав претходно и целосно се согласувам со него.

Иако претходните седум отпадоци за кои зборував секогаш ќе бидат актуелни сепак денес не се доволни. Тие седум се дизајнирани за индустриска револуција во која се базира на добро планирање и постојано подобрување преку анализа и имплементација на работни процедури. Денес креативноста е еден од најголемиот потенцијал на секој бизнис без разлика за каков вид на бизнис станува збор и без разлика за кое работно место во самиот бизнис се однесува креативноста.

Креативноста води до креативно решавање на проблеми, креативни подобрувања, креативни промени... А, тоа денес е суштинска конкурентска предност за секоја компанија.

На пример, Google користи или можеби веќе може да се каже користеше правило со кое на своите инженери им дава можност 20% од своето работно време да го користат на нешто лично што на некој начин може да биде поврзано со компанијата. Така секоја идеја на некој инженер лесно се претвора во проект и резултатот од ваквите проекти беа голем број на нови производи или додатоци на постоечки производи за компанијата.

Секој човек е креативен, само зависи колку вашите менаџерски правила и процедури ќе им ја потиснат нивната креативност. А, вам ви е потребна креативноста на сите вработени. Тоа значи поголем потенцијал за вашиот бизнис.

Секој вработен вам ве чини пари. Пари кои што сте ги вложиле за да го најмите, обучите и пари кои ги давате за неговата секојдневна работа. Мора да барате да бидат креативни, мора да обезбедите услови за поттикнување на нивната креативност.

Доколку не го слушате вашиот вработен кој ви доаѓа со идеја за подобрување на производот или процесот на работата претставува загубена можност за подобрување. Да не им обезбедите услови на вашите вработени да бидат креативни, да доаѓаат до идеи и да имплементираат разни идеи во секојдневна работа исто така претставува загубена можност за подобрување.

Деветиот отпадок претставува...

9. Еколошки трендови

Овие отпадоци всушност претставуваат загубена можност на вашата компанија да се приклучи кон еколошки трендови со кои се обезбедуваат големи заштеди за вашиот бизнис.

На пример, користење на сончева енергија наместо електрична енергија за обезбедување на топла вода, за дел од производствените процеси, за греење... Тоа се големи заштеди за секоја компанија. Па, не сме за да бе сведоци на големите компании како Apple и Google кои вложуваат во целосно зелени решенија кога креираат вредност за нивните купувачи.

Добро е да ги разгледате сите оние трошоци кои не додаваат вредност и спаѓаат во оваа подрачје како намалување на користење на пластика за пакување, замена на сијалици за осветлување, користење на обновливи извори на енергија... Не само што ќе станете позелено претпријатие со што ќе обезбедите солидна репутација за вашиот бизнис туку и ќе заштедите голем износ на пари.

И како последен десети отпадок за кој ќе зборувам во оваа епизода е...

10. Непотребна комуникација

Оваа рафрлање се наметна како неминовно особено што денес голем дел од работата се базира на комуникација.

Денес во секојдневна комуникација вие и вашите вработени меѓу вас самите но и со надворешниот свет користите епошта и социјални мрежи, а тоа време кое го поминувате во комуникација навистина иако изгледа незабележително може да биде доста големо.

Едно истражување на McKinsey Global Institute објавено во Јули минатата година и насловено како “Социјална економија” вели дека вработените кои имаат одредена интерактивна работа, а денес и воопшто не можеме да зборуваме за неинтерактивна работа, 28% од нивната работна недела читаат епошта и одговараат на епошта. 28% од еден работен ден е повеќе од два часа, за една недела тоа е повеќе од 11 часови. Што е многу многу е?

Логично прашање кое следува е дали тоа време од 11 часа неделно служи за креирање и испорака на вредност за вашите купувачи? Ако направите анализа на една недела и време кое го трошите на читање на епошта и одговарање на епошта лесно ќе забележите дека ни 50% од тоа време не учествува во креирање и испорака на вредноста. Што едноставно значи тоа време претставува отпадок и треба да се елиминира.

Од друга страна комуникација значи и комуницирање со купувачи и снабдувачи, состаноци во самата компанија и состаноци со надворешни стејкхолдери, комуникација на социјални медиуми итн. Ако сето тоа се собере оваа време ќе излезе доста големо.

Иако дел од тоа комуникациско време учествува во креирање и испорака на вредност сепак 100% сум убеден дека повеќе од половина претставува расфрлање. Мора ли да имаме 3 состаноци за усвојување на нова линија на производи? Мора ли состанокот да трае 2 часа, не ли може да биде помалку од еден час? Мора ли да добијам 20 пораки преку

епошта и да ги читам сите? Мора ли веднаш да одговорам на пораката од пријателот на Facebook?

Сите овие прашања покажуваат една денешна реалност во сите бизниси. Но, како да се справите со овие расфрлања? Мора да бидете систематичен, а не диктатор кој утре ќе забрани користење на нова технологија во комуникација. Сепак комуникацијата е важна за вас и вашиот бизнис бидејќи може да се каже дека во голем број на случаи преку ефикасна и ефективна комуникација се обезбедува успешна работа на вашиот бизнис.

Сепак, нема бегање од одговорноста да го елиминирате непотребното потрошено време во комуникација како вашето така и на сите ваши вработени.

Забележувате дека елиминирање на овие десет отпадоци или расфрлања кои што постојат не само во вашиот бизнис туку и кај сите бизниси што го знам од лично искуство, може да доведе до серија подобрувања на севкупното работење на вашата компанија. А, таа серија на подобрувања ќе ви обезбеди огромна конкурентска предност. Ако успеете да елиминирате навистина се што треба да елиминирате, нема да може никој да ве стигне, единствени на пазарот ќе биднете.

Па, едноставно завратете ги ракавите и започнете прво со анализа на сите 10 отпадоци, видете што треба целосно да елиминирате и подгответе план за подобрување на работењето на вашиот бизнис. Но, не смеете да заборавите на имплементацијата, сепак само со имплементација ќе постои подобрување.

И како и секогаш би поставил едно прашање кое има за цел да ве натера да го преземете првиот чекор, а тоа е да започнете со анализа. Кој вид на расфрлување по вашата анализа е најштетно за вашата компанија?

За да одговорите на оваа прашање од оваа епизода, одете на www.pretpriemac.com/category/podkast/ и на постот за оваа епизода оставете коментар.

И за крај само најава дека следниот подкаст ќе биде на тема „Како да го преживеете преоптеретувањето со информации и при тоа да ги трансформирате во резултати за вашиот бизнис“. Интересна тема особено поради фактот што денес голем број на претприемачи се соочуваат со овој проблем.

Па тоа е тоа, за оваа епизода на претприемачки пат. Се надевам дека барем малку помогнавме во расветлување на тој ваш пат.

Исто така би бил благодарен доколку го оцените овој подкаст на [iTunes](#). Така ќе помогнете истиот да биде видлив за други луѓе. Доколку веќе сте го сториле тоа навистина ви благодарам. Прекрасни сте.

Се до следната епизода, запомнете вие сте креатор на вашиот претприемачки пат. Се е во ваши раце. Голем поздрав и довидување.

Ресурси кои беа споменати во подкастот или пак кои може да ви бидат од корист:

Книга: [The Toyota Way](#) од Jeffrey Likker

Претприемач линкови: [методи и техники за лин стартап](#) и [лин менаџмент како филозофија](#).

Курс: [премиум претприемач](#)

Подкаст: [Мерење и следење на резултати/перформанси](#)