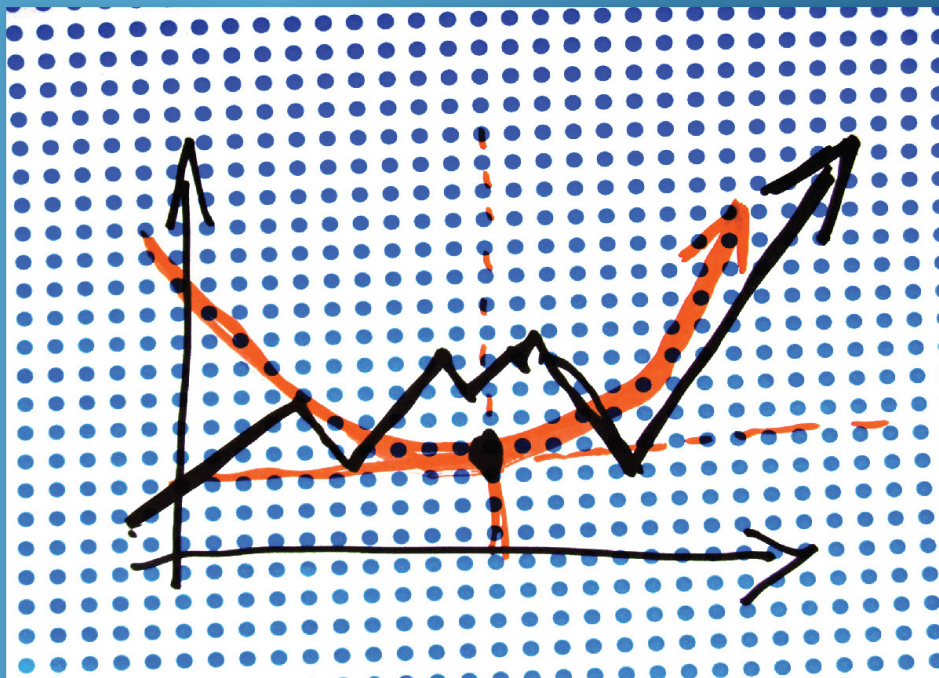


УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ



ISSN 1857-7628

ГОДИШЕН ЗБОРНИК 2020 YEARBOOK



ГОДИНА 12

VOLUME XX

GOCE DELCEV UNIVERSITY – STIP
FACULTY OF ECONOMICS

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

ISSN: 1857-7628



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК
2020**

**YEARBOOK
2020**

ГОДИНА 12

VOLUME XX

GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP
FACULTY OF ECONOMICS



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
YEARBOOK
FACULTY OF ECONOMICS**

За издавачот:

Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска

Издавачки совет

Проф. д-р Блажо Боев
Проф. д-р Лилјана Колева-Гудева
Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска
Проф. д-р Трајко Мицески
Проф. д-р Благица Колева
Проф. д-р Емилија Митева-Кацарски
Доц. д-р Златко Бежовски

Editorial board

Prof. Blazo Boev, Ph.D
Prof. Liljana Koleva - Gudeva, Ph.D
Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska, Ph.D
Prof. Trajko Miceski, Ph.D
Prof. Blagica Koleva, Ph.D
Prof. Emilija Miteva-Kacarski, Ph.D
Zlatko Bezovski, Ph.D

Редакциски одбор

Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска
Проф. д-р Благица Колева
Проф. д-р Трајко Мицески

Editorial staff

Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska, Ph.D
Prof. Blagica Koleva, Ph.D
Prof. Trajko Miceski, Ph.D

Главен и одговорен уредник

Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска

Managing & Editor in chief

Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska, Ph.D

Јазично уредување

Вангелија Цавкова

Language editor

Vangelija Cavkova

Техничко уредување

Славе Димитров

Technical editor

Slave Dimitrov

Редакција и администрација

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип
Економски факултет
бул „Крсте Мисирков“ 10-А
п.фах 201, 2000 Штип,
Република Северна Македонија

Address of editorial office

Goce Delcev University
Faculty of Economics
Krste Misirkov 10-A.,
PO box 201 2000 Stip,
Republic of North Macedonia



СОДРЖИНА CONTENT

- 7** **Станислава Кузманова, Трајко Мицески**
ПРАВИЛНОТО РЕГУТИРАЊЕТО НА КАНДИДАТИТЕ КАКО ФАКТОР ЗА ЕФЕКТИВНО РАБОТЕЊЕ НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ
- 21** **Викторија Ациска, Трајко Мицески**
КРЕИРАЊЕ НА ИНКЛУЗИВНО СОВРЕМЕНО ЛИДЕРСТВО ВО ОРГАНИЗАЦИИТЕ ВРЗ ОСНОВА НА КОРИСТЕЊЕ НА МЕНАЏМЕНТ ТЕОРИТЕ И ПРАКТИКИТЕ
- 39** **Антица Донева, Оливера Ѓоргиева-Трајковска**
ФИНАНСИСКАТА АНАЛИЗА И УПРАВУВАЊЕТО СО КРЕДИТНИОТ РИЗИК ВО БАНКИТЕ
- 47** **Благица Колева, Оливера Ѓоргиева-Трајковска, Весна Георгиева Свртинов**
РАЗВОЈ И ПРИМЕНА НА СМЕТКОВОДСТВЕНИОТ СИСТЕМ ВО ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
- 55** **Емилија Митева-Кацарски, Костадинка Панова, Весна Георгиева Свртинов**
ВЛИЈАНИЕТО НА КОВИД 19 ВРЗ ТРГОВИЈАТА СО УСЛУГИ
- 63** **Весна Георгиева Свртинов , Оливера Ѓоргиева-Трајковска, Емилија Митева-Кацарски, Благица Колева**
ВЛИЈАНИЕТО НА ПАНДЕМИЈАТА ПРЕДИЗВИКАНА ОД ВИРУСОТ КОВИД -19 ВРЗ МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА
- 71** **Мирјана Донева, Еленица Софијанова**
ВЛИЈАНИЕТО НА СУШТИНАТА НА КВАЛИТЕТОТ ВРЗ ЗГОЛЕМУВАЊЕТО НА МОТИВАЦИЈАТА КАКО КЛУЧНА АЛАТКА ВО СЕМЕЈНИОТ БИЗНИС
- 81** **Викторија Јакимова , Јанка Димитрова**
ИНИЦИЈАЛНА ЈАВНА ПОНУДА - ИЛП
- 87** **Елена Зафировска Ѓорчевска**
АНАЛИЗА НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ПРИМЕНАТА И ВЛИЈАНИЕТО НА МЕЃУНАРОДНИОТ СТАНДАРД ЗА ФИНАНСИСКО ИЗВЕСТУВАЊЕ 16-НАЕМИ”

ВЛИЈАНИЕТО НА СУШТИНАТА НА КВАЛИТЕТОТ ВРЗ ЗГОЛЕМУВАЊЕТО НА МОТИВАЦИЈАТА КАКО КЛУЧНА АЛАТКА ВО СЕМЕЈНИОТ БИЗНИС

Мирјана Донева¹, проф. Еленица Софијанова¹
¹Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
mirjana.208200@student.ugd.edu.mk
²Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
elenica.sofijanov@ugd.edu.mk

Апстракт

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството. На формирањето и развојот на семејните бизниси влијаат многу фактори како социо-културни промени во општеството, економски трендови, развојот на технологијата, како и политичката состојба на државата во која функционира бизнисот.

Семејниот бизнис како комплексен и дуален систем е составен од семејството и бизнисот. Членовите од семејството се дел од бизнисот и тие се вклучени во системот на задачи, но истовремено се дел и од семејниот систем. Семеен бизнис значи компанија во која гласачкото мнозинство е во рацете на семејството кое има контрола, вклучувајќи го и основачот(ите) кои имаат намера да го пренесат бизнисот на своите потомци.

Доколку квалитетно работење подразбира коректно и правилно извршена работа, тогаш се чувствува мотивираност кај вработените, развивање на индивидуални способности и вештини инкорпорирани во семејниот бизнис.

Клучни зборови: *квалитет, производ, мотивација, бизнис, менаџер, вработен*

THE IMPACT OF THE ESSENCE OF QUALITY ON INCREASING MOTIVATION AS A KEY TOOL IN THE FAMILY BUSINESS

Mirjana Doneva¹, Prof. Elenica Sofijanov¹
¹Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
mirjana.208200@student.ugd.edu.mk
²Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
elenica.sofijanov@ugd.edu.mk

Abstract

Family businesses are usually long-term oriented or based on the founder's vision that the business he creates will live for many years and provide jobs and livelihoods for family members. The formation and development of family businesses is influenced by many factors such as socio-cultural changes society, economic trends, the development of technology, as well as the political situation of the country in which the business operates.

The family business as a complex and dual system is made up of family and business. Family members are part of the business and they are involved in the system of tasks, but at the same time they are part of the family system. intend to transfer the business to their offspring.

If quality work implies correct and correctly performed work, then one feels motivated by the employees, developing individual abilities and skills incorporated in the family business.

Keywords: *quality, product, motivation, business, manager, employee*

1. Вовед

Во последните неколку години во разни дебати се отвора прашањето за семејните бизниси и се очекува да се протолкува значењето на овој вид бизниси, односно да се одговори на прашањето за просперитетот на семејните бизниси, предностите кои ги повлекува, но и да се дадат корисни информации за потенцијалните ризици и проблеми кои доаѓаат со овој вид на бизниси.

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството. На формирањето и развојот на семејните бизниси влијаат многу фактори како социокултурни промени во општеството, економски трендови, развојот на технологијата, како и политичката состојба на државата во која функционира бизнисот.

Доколку квалитетно работење подразбира коректно и правилно извршена работа, тогаш се чувствува мотивираност кај вработените, развивање на индивидуални способности и вештини инкорпорирани во семејниот бизнис. Квалитет на производот или услугата се одредува преку севкупноста на особините и карактеристиките на производот или услугата кои ги носат во себе за да ги задоволат бараните и зацртаните потреби. Тоа не е нешто што е скапо, па да се оцени дека е квалитет, но тоа што клиентот го бара и му треба и ги исполнува неговите потреби. Мотивацијата е битна алатка во работењето на секое претпријатие, бидејќи преку мотивацијата се настојува да се влијае врз однесувањето на вработените, се настојува да се поттикнат вработените на што поголемо залагање во извршувањето на работните задачи.

Семејниот бизнис како комплексен и дуален систем е составен од семејството и бизнисот. Членовите од семејството се дел од бизнисот и тие се вклучени во системот на задачи, но истовремено се дел и од семејниот систем. Семеен бизнис значи компанија во која гласачкото мнозинство е во рацете на семејството кое има контрола, вклучувајќи го и основачот(ите) кои имаат намера да го пренесат бизнисот на своите потомци.

2. Поим, карактеристики, фактори и фази на квалитетот на производите и услугите

Квалитет ги претставува оние карактеристики на производи или услуги кои ги задоволуваат потребите на клиентите и со тоа обезбедуваат задоволство кај клиентите. Квалитет на производот или услугата се одредува преку севкупноста на особините и карактеристиките на производот или услугата кои ги носат во себе за да ги задоволат бараните и зацртаните потреби. Тоа не е нешто што е скапо, па да се оцени дека е квалитет, но тоа што клиентот го бара и му треба и ги исполнува неговите потреби.

Кога еден производ или услуга ги задоволува потребите на клиентите најверојатно ќе се каже дека е со добар квалитет и исто така кога клиентите не се задоволни се вели дека има лош квалитет. Кога производот или услугата ги надминува потребите најверојатно ќе се каже дека има висок квалитет, а доколку е под очекувањата, се вели дека е со низок квалитет.

Секоја функција или карактеристика на производ или услуга која е потребна за да се задоволат клиентските потреби е карактеристика на квалитет.

Како клучни карактеристики на квалитетот на производот се истакнуваат следниве¹:

1. Пристапност;
2. Достапност;
3. Изглед;
4. Потрошувачка;

¹ Automotive Quality Systems Handbook, David Hoyle, 1po издание, 2000, Butterworth-Heinemann Ltd., стр. 23

5. Флексибилност;
6. Функционалност;
7. Доверливост;
8. Сигурност;
9. Безбедност;
10. Осетливост;
11. Мирис;
12. Вкус;
13. Поправливост;
14. Тежина, итн.

Овие се карактеристики кои треба да бидат специфицирани и нивното постигнување да биде контролирано, проверено, подобро, менаџирано и демонстрирано. Овие се карактеристики кои ја сочинуваат содржината на специфичните барања наведени во ISO 9000².

На квалитетот влијаат бројни фактори, но истите можеме да ги групираме во две групи:

- Човечки фактори и
- Технолошки фактори³

Влијанието на овие фактори е различно, но вообичаено на квалитетот влијае комбинација на овие две групи фактори. За да се добие добар квалитет непоходно е да се знае кој и во колкава мера од овие фактори влијае врз него, и во согласност со тоа да може да се посвети внимание врз него.

Доколку во деловниот субјект преовладуваат човечките фактори тогаш треба да се посвети поголемо внимание на тоа да се обезбеди соодветен тим на луѓе, но доколку повеќе преовладуваат технолошките фактори, тогаш повеќе треба вниманието да се насочи кон изборот на соодветната технологија и опрема, неопходна за добивање на квалитетот.

Човечките фактори може да се поделат на:

1. **Директни фактори** - кои подразбираат образование, знаење, поседување одредена вештина, искуство, способност и сл. кои се разликуваат од човек до човек, и
2. **Индиректни фактори** - кои пред сè се јавуваат во индустрискиот начин на производство и ја претставуваат способноста на раководството на деловниот субјект, а во нив припаѓаат: системот на управување со квалитетот во деловниот субјект, мотивирањето на луѓето за квалитетно извршување на обврските, начинот на оспособување и школување на вработените, начинот на решавање на проблемите коишто произлегуваат поврзани со квалитетот и сл.

Како технолошки фактори кои влијаат врз управувањето со квалитетот може да се наведат следните⁴:

- Производните средства;
- Опремата за мерење, оценка и контрола;
- Материјали и суровини;

² ISO 9000 е збир на интернационални стандарди за менаџирање со квалитет и обезбедување на квалитет, развиен за да им помогне на компаниите ефективно да ги документираат елементите на системот за квалитет за да бидат имплементирани како би се одржал ефикасен систем за квалитет. Тие не се специфични за секоја индустрија и може да се применуваат на организациите од која било големина.

³ Lakhal, L., Pasin, F., Limam, M., Quality management practices and their impact on performance, International Journal of Quality & Reliability Management, бр. 23, јуни 2006, стр. 625-640.

⁴ Maguad, Ph. D. Ben, Krone, Ph. D. Robert, Managing for Quality in Higher Education: A Systems Perspective, 2012, ISBN 978-87-403-0205-9, стр. 89-91.

- Финансиските средства, инвестициите;
- Различни стандарди и прописи и сл.

Што се однесува до технолошките фактори, накратко може да се опише дека, независно за кој од нив станува збор, може многу да придонесе или напротив да направи штета во обезбедувањето на квалитет на производот, како и на обезбедувањето на квалитетен проект.

Поимот „квалитет“ се споменува континуирано низ целиот развој на човековата цивилизација. Но, модерната историја на развојот на квалитетот, започнува паралелно со развојот на технологијата, средствата за работа, со развојот на трудот. Во тој период на развивање на квалитетот се разликуваат неколку степени или фази на развој на квалитетот. Во современи услови на стопанисување, во ситуација кога конкуренцијата е немилосрдна, а барањата на пазарот секојдневно сè поголеми, доаѓа до израз потребата од квалитетни техники на управување. Во такви услови, квалитетот станува фактор на опстанок на пазарот, конкурентност и профитабилност.

3. Осврт кон мотивите и мотивацијата, нивно дефинирање, карактеристики и видови

Мотивација се дефинира како процес на поттикнување, насочување и одржување на нашата активност за постигнување на поставена цел за задоволување на одредена потреба. Мотиви се психолошки фактори кои предизвикуваат активност, насочуваат и одржуваат активност за остварување на поставена цел во задоволување на одредена потреба⁵.

Посебно се истакнуваат три карактеристики на мотивација, и тоа:

- **Предизвикување** (неостварени желби или потреби предизвикуваат акција);
- **Насочување** (целите ѝ го покажуваат патот на акцијата);
- **Јачина** (некои потреби се посилни, некои цели се тешки за остварување).

Со согледување на овие карактеристики на мотивација разбирливо е дека мотивационото однесување го насочува вниманието на поединецот кон одреден објект или цел, го активира вложениот труд во активност и ја одржува таа активност во постигнување на целта. Мотивација е процес на кој влијаат многу фактори и тоа:

1. Надворешни фактори, каде влегуваат: физичка средина, систем на наградување норма, однесување, тип на задачи и организациона култура.

Менаџерите на малите и средни претпријатија применуваат различни видови мотиватори со цел да постигнат висок степен на мотивација кај своите вработени. Според резултатите добиени од извршените истражувања може да се констатира дека видовите мотиватори кои се користат за мотивирање на вработените се поделени на мотиватори кои влијаат на безбедноста на работата и мотиватори кои влијаат на задоволство од работата.

Ефектот од мотиваторите кои влијаат на безбедноста на работата може да се согледа преку процесите на само набљудување на работната средина која може да биде пријатна, позитивна, негативна или непријатна. Мотиваторите кои влијаат на задоволство од работата се состојат од мотиватори кои влијаат на самата работа која што ја извршуваат вработените, признанието за извршената работа, плаќањето за извршената работа, условите во кои се извршува работата.

Иако мотиватори се многубројни, т.е. мотивацијата е комплексна, сепак истата може да се подели од два аспекти и тоа⁶:

⁵ Kordić, B., Pajević, D. (2007), Opšta psihologijasa socijalnom psihologijom, Centar za primenjenu psihologiju, Beograd, str. 108.

⁶ Трајко Мицески (2009), Менаџмент, стр. 229.

1. Внатрешна мотивација (душевна мотивација), т.е. мотивација за задоволување на душата (она што човекот го чувствува во душата). Внатрешната мотивација е долгорочна и таа делува на побудите на душата на човекот кои причинуваат внатрешно задоволство или незадоволство. Тоа внатрешно задоволство води кон успех во работењето, т.е. унапредување на квалитетот. Обратно, внатрешното незадоволство води кон наназад. Значи, внатрешната мотивација произлегува од воодушевувањето (идеализирањето), задоволството и побудите (поттикнувањата) на душата. Таа всушност се рефлектира само на личноста (самиот човек) и преку него се одразува организацијата. Самата личност тоа го чувствува; и

2. Надворешна мотивација (телесна мотивација), т.е. мотивација за задоволување на телото. Всушност добиената плата, со која човекот ги задоволува своите потреби и потребите на семејството (со храна, облека и сл.) претставува *надворешна мотивација*.

Покрај овие два аспекти на мотивација, постои и трет многу важен аспект на мотивација кој човекот го прави активен, енергичен и работлив и кога тој човекот ниту внатрешно, ниту надворешно не е мотивиран од страна на менаџерот, односно менаџментот во организацијата, а тоа е **духовната мотивација**. Оваа мотивација е поврзана со верувањето на човекот и неговата самоверба.

3.1. Мотивираноста на работниците како битна алатка за подобрување на квалитетот на работењето

Мотивираноста на работниците како битна алатка за подобрување на квалитетот на работењето упатува на некои размислувања за тоа кои се основните чинители и извори на мотивираноста за работата и како можат работниците повеќе да се мотивираат за работа, бидејќи мотивацијата е многу комплексен и многу променлив феномен.

Имајќи ги предвид теоретските поставки и истажувањата за мотивацијата, се доаѓа до сознание дека за постигнување на квалитативни и квантитативни резултати во работата најзначајни се неколку фактори и тоа⁷:

- Сигурноста на работата;
- Способни раководители;
- Плата;
- Добри меѓучовечки односи;
- Добри соработници;
- Признание, односно респектирање при работењето;
- Индивидуална можност за изразување на работата;
- Занимливост на работата;
- Праведен и вреден надзор;
- Можност за исполнување на скромните сопствени барања;

Во време на транзициониот период во Р. Македонија, кога стопанството се соочува со голем број проблеми (загуби, немање работа, каснење на плата, отпуштање на вработените и сл.) еден од најважните мотиви на вработените претставува сигурноста на работата. Тоа значи дека кај најголем број вработени постои загриженост од губење на работа, како резултат од влијанието на состојбите во земјата. Но, тоа не значи дека другите мотиви се потиснати, како на пример, мотивот како што е платата е посебно изразен, но не со желба за повисока плата, туку за нејзино редовно и навремено примање.

4. Семејните бизниси како посебна форма за започнување мал бизнис

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството. На формирањето и развојот на семејните

⁷ Трајко Мицески, Штип (2009), Менаџмент, стр. 232.

бизнисите влијаат многу фактори како социокултурни промени во општеството, економски трендови, развојот на технологијата, како и политичката состојба на државата во која функционира бизнисот.

Семејниот бизнис како комплексен и дуален систем е составен од семејството и бизнисот. Членовите од семејството се дел од бизнисот и тие се вклучени во системот на задачи, но истовремено се дел и од семејниот систем. Семеен бизнис значи компанија во која гласачкото мнозинство е во рацете на семејството кое има контрола, вклучувајќи го и основачот(ите) кои имаат намера да го пренесат бизнисот на своите потомци.

4.1. Фази на развој на семејните бизниси

Како почеток на еден мал бизнис претставуваат размислувањата за тоа што би можело да влијае и што е неопходно за да се започне со еден таков потфат. Основањето на мал бизнис не е лесна работа, исто како што не е лесно и да се раководи со него. Многу фактори треба да бидат земени предвид при почетокот, пред што било да се започне, но следните десет се вбројуваат како клучни фактори⁸:

- **Кое е познавањето за бизнисот?** Пред што било да започне да се работи, потребно е да се увиди колкаво е познавањето за бизнисот на идниот сопственик. Тоа се однесува на целокупните информации и податоци со кои располага основачот, а кои се поврзани со работата и влијанието на окружувањето со кое идниот бизнис ќе се соочи. Голема е опасноста од почнување на бизнис без да се има никакво познавање од него. Многу бизниси пропаѓаат и не успеваат поради недостигот од искуство и знаење, затоа што се соочуваат со некои со огромно искуство зад себе, кои ќе ги прегазат уште во првата година од нивното постоење;
- **Целниот пазар.** Пред да го основа бизнисот, сопственикот го истражува целниот пазар што ги претставува потрошувачите кои бизнисот треба да ги задоволи. Истражувањето на целниот пазар претставува истражување и дознавање на преференциите, вкусовите и желбите на потрошувачите кои се наоѓаат во околината во која идниот бизнис ќе работи, со цел запознавање со нивните реални потреби и нивно задоволување, а со тоа и остварување на профит и опстанок на пазарот;
- **Локацијата на бизнисот.** Изборот на вистинската бизнис локација е клуч за успехот на малиот бизнис и на неа сопственикот мора да посвети значително внимание. Пошироко гледано, таа ги опфаќа сообраќајот околу локацијата, близината на пазарот и суровините, достапноста до работна сила, безбедноста на локацијата и некои други фактори, кои непосредно би му влијаеле на бизнисот. Доколку тој е лоциран на локација која е оддалечена и од достапната работна сила и од суровините, многу потешко ќе му биде обезбедувањето на овие важни ресурси, а тоа значи губење време и пари;
- текот на работењето, а со тоа и да го доведат во опасност опстанокот на бизнисот;
- **Поддршката за финансискиот план.** Финансискиот план пред секое започнување со работата на бизнисот ги содржи: почетниот капитал со кој располага сопственикот, потребните финансии за да се започне со бизнисот, како и потребните финансии за да се остане и опстои на пазарот. Тоа значи дека добриот почетен финансиски план ги содржи почетните средства и обврски, односно активата и пасивата на бизнисот, добро пресметаните почетни вложувања и трошоци поврзани со работењето на конкретниот бизнис, како и точна пресметка на неодложните почетни и идните оперативни трошоци, кои ќе се покриваат во оној период кога бизнисот ќе почне да остварува значајни приходи. Несеопфатниот и неквалитетниот изработен финансиски план, како и неизвршувањето и непочитувањето на изработеното е предуслов за лошо и непрофитабилно делување на бизнисот, а дека ќе биде така се знае уште пред тој да биде основан;
- **Времето и управување со времето.** Времето претставува значаен ресурс во економска

⁸ <http://www.naijaonlinebiz.com/factors-to-consider-when-starting-a-small-business/>

смисла и според многумина тој значи пари. „Времето е најскапоцениот ресурс кој во услови на динамично окружување во кое денес се живее треба рационално, квалитетно и ефикасно да се искористи“⁹. Неквалитетно потрошеното време во голема мера значи и пропуштање на можности и губење на финасиски средства. Во случај, кога овој фактор се смета за еден од најважните и најризичните фактори, добро испланираното време од страна на сопственикот пред и формално да започне со работа придонесува неговиот бизнис да успее и да го искористи масимално тоа што му се нуди;

- **Конкурентите.** Конкуренцијата се однесува на бизнисите кои се занимаваат со иста или слична дејност, со која планира да се занимава и новиот бизнис и делуваат во истото подрачје во кое новиот бизнис сака да работи. Во голем број случаи конкуренцијата е позитивна и влијае стимулирачки на малиот бизнис, но во случаи на нелојална конкуренција, каде другите бизниси намерно ги спуштаат цените на производите, вработуваат лица на сиво или незаконски се здружуваат и делуваат заедно, таа влијае деструктивно на малиот бизнис. Истражувањето на условите во конкуренцијата е неопходност пред формално започнување со работа;
- **Профитот во работењето** се добива кога од вкупно добиените приходи ќе се одземаат вкупно вложените трошоци направени за добивање на приходот. За бизнис кој сè уште не започнал со работа, важен е очекуваниот профит, односно профитот кој сопственикот планира и очекува да го оствари при работењето. Доколку тој пресмета дека му одговара и му е доволен, тој се решава да започне нов бизнис, но ако таквиот потфат не е исплатлив, нема ни да се одлучи да го започне затоа што профитот претставува главната економска цел на секое работење;
- **Економијата.** Таа претставува најопсежната целина во која се содржани и дел од претходно наведените фактори, но и други, како на пример: стапката на инфлација, каматната стапка, економскиот раст, приходите на купувачите, вработеноста во таа економија и сл. Негативните тенденции во една економија имаат уништувачко влијание на кој било бизнис, а пред сè на малиот. Пример, рецесијата и падот на економијата се одразува негативно на профитот, но уште полошо и на опстанокот на бизнисот, потоа висока инфлација ги обезвреднува паричните средства со кои бизнисот располага, а евентуално високата каматна стапка му го отежнува пристапот до кредити. Со разработка на сите можни идни тенденции, ризикот од негативно влијание на работењето во голема мера ќе биде намален.

5. Чекори во основањето на малите бизниси

Едни од најопсежните модели на процесот на основање нов бизнис има дадено Американскиот центар за развој на малите бизниси (Small Business Development Center SBDC) од Мичиген. Тој идентификувал и препорачува 7 чекори што треба да се поминат при основањето на малите бизниси, а тие се¹⁰:

1. **Селектирање на бизнис-идеја.** Првиот чекор според овој извор всушност се однесува на типот на бизнисот кој се сака да се започне. Овде се поставува прашањето: кој проблем, бизнис-идејата треба да го решава и која потреба таа ја исполнува? Сопственикот, за почеток формулира повеќе бизнис идеи и ја избира онаа за која смета дека ќе привлече што повеќе потрошувачи и ќе оствари максимален профит;
2. **Истражување на пазарот.** Вториот чекор, истражувањето на пазарот е навистина од голема важност затоа што на пазарот се наоѓаат голем број фактори коишто би можеле да влијаат во текот на целото време на работење. Тоа означува прибирање факти и

⁹ www.napag.mk/wp

¹⁰ <http://www.sbdcmichigan.org/wp-content/uploads/2014/01/Guide-to-Starting-and-Operating-a-SmallBusiness-2014v2.pdf>

податоци за да се изврши правилно информирање за потенцијалот кој го нуди пазарот за бизнисот, за изгледите тој да успее и правецот кој бизнисот ќе го заземе. Тука сопственикот подетално истражува четири битни сегменти кои влијаат на успехот на бизнисот и тоа:

- **Индустијата.** Таа ја дава целосната слика за „светот“ во кој ќе навлезе бизнисот. Прашањата како што се: кои се трендовите во индустијата, потенцијалот за раст, што ја асоцира индустијата, нејзината големина, трендовите за раст и за пад, каналите на дистрибуција, можностите, заканите што ги нуди и сл. се предмет на разгледување и ним им се посветува внимание што се однесува до овој сегмент;
 - **Пазарот** што го сочинуваат потрошувачите или бизнисите кои ќе го купуваат производот или услугата. Тука сопственикот го истражува бројот на потенцијалните потрошувачи, сегментите на пазарот, како и политичките, социјалните и еколошките трендови на пазарот;
 - **Купувачите** ги претставуваат поединците кои ќе го купуваат производот или услугата, а цел на направеното истражување е дознавање на нивната големина, возраста, нивото на образование, приходите, етничката припадност и дознавање на слични други елементи поврзани со купувачите;
 - **Конкуренцијата** што го претставува секој бизнис што продава производ или услуга која е иста или слична на производот или услугата која бизнисот ќе сака да ја продава, а во овој сегмент се истражува директната и индиректната, како и потенцијалната идна конкуренција;
3. **Анализа на трошоците** потребни за старт на бизнисот. Овој чекор е потребен при основањето на бизнисот затоа што бизнисот кој се сака да се основа може да излезе дека е прескап, а сопственикот да ги нема обезбедено потребните средства за покривање на трошоците. Еден од најчестите фактори за бизнисот да не успее претставува немањето доволно готовина, што ќе предизвика т.н. „удирање во финансиски сид“, пред да почне, или веднаш откако ќе почне да работи. Ова се јавува како резултат на влијанието на неколку поединечни фактори, како што се:
- **недоволната проценка на реалните трошоци за почеток на бизнисот и подоцнежното дознавање дека треба да се потроши повеќе од првичното планирање;**
 - **нереално очекување за ресурсите кои би можеле да се добијат затоа што основачите предочна дознале дека не постојат грантови и кредити за стартап;**
 - **заблуда на основачот дека ќе почне брзо да заработува;**
4. **Изработка на бизнис план.** Четвртиот чекор кој според овој модел треба да се помине пред да се основа сопствен бизнис е изработката на еден добар бизнис-план, кој е од голема помош откако бизнисот ќе почне формално да работи. Бизнис планот претставува формален извештај кој е составен од одредени цели и план за постигнување на тие цели;
5. **Развивање на бизнис менаџмент тим** претставува процес во кој основачот ги бира потребните менаџмент кадри при основање на бизнисот, како што се: сметководител, правник, осигурителен агент, кадровски тим и сл., кои му помагаат во формално-правните и останатите работи. Секој основач, пред да основа сопствен бизнис е запознаен со сопствените технички вештини и специфични знаења или искуства кои тој ги има, но и со празнините и недостатоците кои тој ги има во своето знаење;
6. **Комплетирање на списокот за проверка за почнување на бизнисот.** Овде се формира и се финализира самиот бизнис ентитет, со тоа што се одлучува за различни прашања, како што се: името на ентитетот, правната структура, плаќањето на потребните даноци, осигурувањето и сл. Претходно селектираниот менаџмент тим му дава целосна помош

и знаење на основачот во финализирање на овие сегменти и прашања, а тој е задолжен финасиски да ги подмири;

7. **Набавка на финансии**, позајмувања, кредитирање и сл. Најчест извор на финансии се сопствените заштеди и приходи, но основачот пред овој чекор нив веќе ги има обезбедено.

ЗАКЛУЧОК

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството.

Квалитетот на производите и услугите, како и мотивацијата на вработените се многу битен фактор во успешното работење на претпријатијата, а особено со најголем акцент во семејните бизниси.

Доколку квалитетно работење подразбира коректно и правилно извршена работа, тогаш се чувствува мотивираност кај вработените, развивање на индивидуални способности и вештини инкорпорирани во семејниот бизнис. Квалитет на производот или услугата се одредува преку севкупноста на особините и карактеристиките на производот или услугата кои ги носат во себе за да ги задоволат бараните и зацртаните потреби. Тоа не е нешто што е скапо, па да се оцени дека е квалитет, но тоа што клиентот го бара и му треба и ги исполнува неговите потреби. Мотивацијата е битна алатка во работењето на секое претпријатие, бидејќи преку мотивацијата се настојува да се влијае врз однесувањето на вработените, се настојува да се поттикнат вработените на што поголемо залагање во извршувањето на работните задачи.

Користена литература:

- [1] Kordić, B., Pajević, D. (2007), Opšta psihologijasa socijalnom psihologijom;
- [2] Lakhali, L., Pasin, F., Limam, M., Quality management practices and their impact on performance, International Journal of Quality & Reliability Management, бр.23, Јуни, 2006;
- [3] Maguad, Ph. D. Ben, Krone, Ph. D. Robert, Managing for Quality in Higher Education, A Systems Perspective, 2012;
- [4] Automotive Quality Systems Handbook, David Hoyle, 1ro издание, 2000, Butterworth-Heinemann Ltd;
- [5] Трајко Мицески, Штип, 2009 год., „Менаџмент“ (интерен авторизиран материјал);
<http://www.naijaonlinebiz.com/factors-to-consider-when-starting-a-small-business/>
www.napag.mk/wp/
<http://www.sbdcmichigan.org/wp-content/uploads/2014/01/Guide-to-Starting-and-Operating-a-SmallBusiness-2014v2.pdf>