



**ПРВ ПРИВАТЕН УНИВЕРЗИТЕТ - ЕВРОПСКИ
УНИВЕРЗИТЕТ - РМ**

**ФАКУЛТЕТ ЗА ЕКОНОМСКИ НАУКИ
СКОПЈЕ**

Доц. др. Ристе Темјановски

ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ

Скопје, 2008 година

ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ

Издавач

**ПРВ ПРИВАТЕН УНИВЕРЗИТЕТ - ЕВРОПСКИ
УНИВЕРЗИТЕТ - РМ**

За издавачот

Проф.д-р Бојо Андрески

Рецензенти

**Проф.д-р Алекса Стаменковски
Доц.д-р Ленче Петреска**

Лектура и редактура:

Проф. д-р Живко Андревски

CIP – Каталогизација во публикација
Народна и универзитетска библиотека
"Св.Климент Охридски", Скопје

334.7
330.16

ТЕМЈАНОВСКИ Ристе

ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ/ Темјановски
Ристе . -Скопје: Европски универзитет, 2008. - 269 стр.: граф. прикази ;
24 см
Фусноти кон текстот. - Библиографија стр. 267.

ISBN _____

а) Претприемништво - Маркетинг менаџмент - Високошколски
учебници

COBISS.MK-ID

СОДРЖИНА НА ПРЕДМЕТОТ

ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ

Глава 1

ПРЕТПРИЕМНИЧКИОТ МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ КАКО РЕАЛНОСТ 13

1. Карактеристики на претприемничкиот маркетинг менаџмент 13
2. Примената на маркетинг менаџментот во претприемништвото 13

Глава 2

ПРЕТПРИЕМНИЧКИОТ МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ И СОВРЕМЕНИТЕ ЕКОНОМСКИ ТЕОРИИ 25

1. Теорија на Стивен Химер за специфичните предности на фирмата 25
2. Теорија на животниот циклус на производот на Рајмонд Вернон 26
3. Парадигмата на Џон Данинг 28
4. Теоријата на Мајкл Портер за конкурентската предност на нациите 29

Глава 3

СУШТИНА НА ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО 35

1. Појава и развој на претприемништвото 35
2. Универзалната улога на претприемништвото 38
3. Поединецот и претприемништвото 40
4. Поимно дефинирање на претприемачот и претприемништвото 42

4.1. Претприемач	42
4.2. Претприемништво	44
4.2.1. <i>Современи гледишта за претприемништвото</i>	48
4.2.2. <i>Тренд во развојот на претприемништвото</i>	48
5. Суштина на претприемништвото	52
5.1. Улогата на претприемачот	54
5.1.1. <i>Менаџерите versus претприемачите</i>	55
5.2. Профил на претприемачот	59
6. Школа за претприемнички маркетинг менаџмент	63
6.1. Процес на претприемништво	68
6.2. Модел на претприемништво	70
6.2.1. <i>Независност на акцијата</i>	72
6.2.2. <i>Ризикот</i>	72
6.2.3. <i>Иновацијата</i>	73
6.2.4. <i>Профитот</i>	73

Глава 4

АНАЛИЗА НА ПРЕТПРИЕМНИЧКАТА МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ ОКОЛИНА	77
1. Претприемништвото и економската еволутивност - <i>Дали претприемништвото припаѓа само во стопанските дејности?</i>	77 80
2. Претприемништвото во современите бизнис процеси	83
3. Економската околина и претприемништвото	86
3.1. Бихејвиористички пристап на претприемништвото	89
3.2. Тенденции на претприемништвото	90
4. Пазарот и конкуренцијата во претприемништвото	93
5. Приод кон пазарот	94
6. Значење на иновациите	96
7. Ризикот во работење	97
8. Комбинација, рекомбинација и супституција на производствените фактори	98
9. Реалокација на ресурсите и оптимизација на приносите	102
9.1. Човечкиот фактор како најзначаен ресурс	106

Глава 5

РАЗВИВАЊЕ ПАЗАРНИ СТРАТЕГИИ **113**

1. Модел за планирање во мали фирми 113
2. Почетни стратегии 115
3. Стратегиско планирање и почетни стратегии 121
4. Стратегии на инвестирање 123
 - 4.1 Бизнис ангели 123
 - 4.2. Сфери на пласман - кога и каде инвестираат бизнис ангелите? 125
 - 4.3. Видови бизнис ангели 127
5. Мотиви и критериуми за инвестирање 128

Глава 6

МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ И РАЗВИВАЊЕ ПРЕТПРИЕМНИЧКИ ПЛАН **133**

1. Планирањето и претприемништвото 133
2. Значење на бизнис планот 134
3. Карактеристики на бизнис планот 137
4. Структура на бизнис планот 138
5. Кој го изготвува бизнис планот? 142
6. Видови бизнис планови 143
 - 6.1. Пазарен план 143
 - 6.2. План за менаџмент 147
 - 6.3. План за финансиски менаџмент 148
7. Буџет 148
8. Изработка на планот 149
9. Улогата на маркетинг активностите во планирањето 152

Глава 7

ОРГАНИЗАЦИЈА И ПРЕТПРИЕМНИЧКО ОДНЕСУВАЊЕ **159**

1. Мотивацијата во развојот на функционирањето на претприемништвото 159
2. Претприемничко однесување 162

3. Улогата на претприемничката идеја во функционирањето на капиталот	163
4. Улогата на организацијата во функција на претприемништвото	166
5. Управување со развојот и промените	167
6. Претприемничко однесување во претпријатието што расте	169
7. Култура	175
7.1. Културата и улогата на основачот	177
7.2. Култура и изведба	179
7.3. Етика	180
7.4. Претприемништвото и организациската култура	182
8. Креативноста - фактор за успешен претприемач	184
8.1. Извори на креативноста	185
8.2. Дали имаме доволно креативни кадри	186

Глава 8

КОНТРОЛА НА ИЗВРШУВАЊЕТО НА ПРЕТПРИЕМНИЧКИТЕ МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ **191**

1. Целта на претприемничката контрола	191
2. Контрола на маркетинг системот во претприемништвото	197

Глава 9

ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МАРКЕТИНГ МЕНАџМЕНТ И ПРЕТПРИЕМНИЧКА ЕКОНОМИЈА **205**

1. Институционалните проблеми и претприемништвото	205
2. Мерки на поддршка на локалното претприемништво	206
- <i>Моделот за економски бум на Емилија Ромања</i>	208
3. Бизнис инкубатори и научни паркови	210
3.1. Изборот на локација на бизнис инкубаторите	211
3.2. Научни паркови	214
4. Business link организации	216
5. Бизнис мрежи - Business network	217

Глава 10	
КОРПОРАЦИСКИ МАРКЕТИНГ МЕНАџМЕНТ	223
1. Корпорациско претприемништво	223
2. Интрапретприемач (intrapreneur)	226
2.1 Карактеристики на интрапретприемач (intrapreneur)	229
3. Корпорациски потфати	230
4. Пречки за примена на претприемништвото во големите претпријатија	233
5. Надминување на проблемите од примената на претприемништвото во големите претпријатија	233
6. Планирањето и претприемништвото	236
Глава 11	
ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	241
1. Придружни проблеми во македонската економија по осамостојувањето како предуслов за развој на претприемништвото	241
2. Политика на поддршка на малите и средни претпријатија и на претприемништвото во Република Македонија	248
3. Стратегиска рамка	249
4. Претприемништвото во европските земји и примената во Република Македонија	253
5. Развивање на претприемничката свест во економијата на Република Македонија	255
6. Претприемнички инкубатори и зони	256
- <i>Каде се македонските бизнис ангели?</i>	258
7. Без добра инвестициска клима не се појавуваат "ангелските инвеститори"	259
ЛИТЕРАТУРА	267

ПРЕДГОВОР

Трудот **ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МАРКЕТИНГ МЕНАџМЕНТ** е во согласност со наставната програма што се изучува на *втор циклус на студии на Факултетот за економски науки при Првиот приватен универзитет - Европскиот универзитет - Република Македонија - Скопје*.

Основна цел на книгата е да даде можности за разбирање и совладување на теоретските и практичните познавања од областа на претприемништвото да ги оспособи студентите за спознавање, разликување и критичка анализа на следните прашања: Што претставува претприемништвото и каква е неговата улога во стопанството? Како и кога настанува? На што се темели неговото значење и суштината? Кои се елементите на неговата виталност, како еден раширен феномен? Какви се тенденциите на неговиот развој?

Во содржината се опфатени и определени теоретски и методолошки знаења и искуства кои се неопходни за согледување на основните карактеристики во развојот на претприемништвото во Република Македонија.

Концепцијата на книгата е базирана на современ начин, и во 11 глави се прикажани теми со соодветна поврзаност на теоријата и практиката на основната проблематика на претприемништвото кај нас и во светот, со цел на што поедноставен начин и низ практични примери, студентите да можат без тешкотии да ја совладаат оваа материја. Во секојдневниот живот претприемништвото се претставува како деловна активност која донесува материјална корист на поединецот или колективот. Од аспект на развој, тоа се толкува како тежнение за успех и постигнување парична корист. Претприемништвото денес стана значаен фактор на реструктурирање на фирмите и корпорациите, на цели национални економии, на цели региони на светското стопанство. Со овој труд се настојува да се истакне и потребата за објективна научна анализа на нашата економија, оценката на вистинските

можности за модернизацијата и вклучување во светските глобални економски текови.

Сепак, најзначајно место во анализата е отстапено на новите промени и содржини на економскиот развој во национални рамки. Нашиот систем и метод на модернизација на економијата мора да се темели на реалните основи на односите "делови" и "целина" во согласност со научните сознанија, со што се овозможува одржување на виталноста на современата економска наука во решавањето на најразлични економски проблеми.

Во изготвувањето учебникот **ПРЕТПРИЕМНИЧКИ МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ**, е консултирана широка литература, од најразлични области: макроекономијата, микроэкономијата (менаџментот, маркетингот, економиката на мали претпријатијата и др.), економика на одделни регионалните економски збиднувања и трансформации, глобалните и политичко-економски влијанија, анализи итн. со единствена цел изворно и компетентно презентирање на материјата.

Чувствувам неизмерна потреба да изразам искрена благодарност на стручната помош и искрените совети на рецензентите проф.д-р Алекса Стаменковски и доц.д-р Ленче Петреска кои помогнаа во дефинирањето на стручните термини и моделирањето на овој труд. Благодарност упатувам и кон Деканот на Факултетот за политички науки проф.д-р Живко Андревски, кој несебично одвои доволно време и енергија, и со максимално внимание да го прочита, лекторира и корегира овој труд. Секако тука е помошта и од асс. Елена Стоичкова и останатите соработници кои овозможија комплетно оформување на овој труд.

Сакам во овој труд да ја истакнам значајната стимулаторска улога на Првиот приватен универзитет Европскиот универзитет на РМ во доменот на научните истражувања како и неговата професионална подготвеност напишаните трудови да ги направи достапни во јавноста.

Скопје, октомври 2008

Авторот