



ТАМАРА ЈОВАНОВ АПАСИЕВА

МАРКЕТИНГ:
ЗНАЕЊЕ И ВЕШТИНИ ЗА
УСПЕШНО ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ

МОНОГРАФИЈА

ШТИП, 2022

Д-р Тамара Јованов Апасиева

**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ**



**МАРКЕТИНГ:
ЗНАЕЊЕ И ВЕШТИНИ ЗА УСПЕШНО ДЕЛОВНО
РАБОТЕЊЕ**

МОНОГРАФИЈА

Штип, 2022

Автор

Професор д-р Тамара Јованов Апасиева

Наслов

МАРКЕТИНГ:

ЗНАЕЊЕ И ВЕШТИНИ ЗА УСПЕШНО ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ

Рецензенти

Професор д-р Митре Стојановски

Професор д-р Елена Веселинова

Лектор

Толе Белчев

Дизајн на корица:

Професор д-р Тамара Јованов Апасиева

Техничко уредување

Професор д-р Тамара Јованов Апасиева

Издавач

Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип

Објавено во е-библиотека:

<https://e-lib.ugd.edu.mk/1042>

[DOI https://www.doi.org/10.46763/9786082448695](https://www.doi.org/10.46763/9786082448695)

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

658.1

ЈОВАНОВ Апасиева, Тамара

Маркетинг [Електронски извор] : знаење и вештини за успешно деловно работење : монографија / Тамара Јованов Апасиева. - Штип : Универзитет "Гоце Делчев", 2022

Начин на пристапување (URL): <https://e-lib.ugd.edu.mk/1042>. - Текст во ПДФ формат, содржи 93 стр., граф. прикази. - Наслов преземен од екранот. - Опис на изворот на ден 22.02.2022. - Фусноти кон текстот. - Слика и биографија: стр. 93. - Библиографија кон главите

ISBN 978-608-244-869-5

а) Деловно работење -- Практикуми

COBISS.MK-ID 56444421

СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР	6
БЛАГОДАРНОСТ	7
1. ПАЗАРНАТА ОРИЕНТАЦИЈА КАКО ДЕЛОВНА ОРИЕНТАЦИЈА КОН КОЈА ТРЕБА ДА СЕ СТРЕМАТ МАЛИТЕ И СРЕДНИ КОМПАНИИ (МСП)	8
2. ВИДОВИ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИИ ЗА НАСОЧУВАЊЕ НА ДЕЛОВНОТО РАБОТЕЊЕ	17
3. АЛАТКИ ЗА ОЦЕНУВАЊЕ НА СТРАТЕГИСКИТЕ БИЗНИС ЕДИНИЦИ ВО МАРКЕТИНШКИТЕ АКТИВНОСТИ НА КОМПАНИИТЕ	31
4. ЗНАЧЕЊЕ НА МАРКЕТИНГ ПЛАНОТ ЗА УСПЕШНО ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ	39
5. СОДРЖИНА НА МАРКЕТИНГ ПЛАНОТ КАКО ВОДИЧ ЗА ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ 46	
6. (МАРКЕТИНГ) ТЕСТИРАЊЕ НА ПАЗАРОТ КАКО ОСНОВА ЗА МИНИМИЗИРАЊЕ НА ДЕЛОВНИОТ РИЗИК	55
7. ПРОЦЕС НА ПРИФАЌАЊЕ НА ПРОИЗВОДИТЕ ОД ПОТРОШУВАЧИТЕ (ДИФУЗИЈА НА ИНОВАЦИИ)	64
8. КОРИСТЕЊЕ НА SIX SIGMA МАРКЕТИНГ КАКО ОСНОВА ЗА РАЗВОЈ НА КОМПАНИЈАТА	72
9. БИЗНИС МОДЕЛИ: ОСНОВНИ КОМПОНЕНТИ И ВИДОВИ	78
10. ДОДАТОК: КОНКУРЕНТНИ ВЕШТИНИ ЗА 21ОТ ВЕК	91
БИОГРАФИЈА	93

ПРЕДГОВОР

Изготвувањето на монографијата со наслов „Маркетинг: Знаење и вештини за успешно деловно работење“ е резултат на зголемување на интересот за областа Маркетинг, како во рамки на научната заедница, така и помеѓу реалниот сектор. Како припадник на академската заедница, авторот на делото смета дека целта на науката не е само да се истражува, туку и да се направат истражувањата достапни за студентите, јавноста и бизнис секторот.

Целта на оваа книга/монографија е да даде преглед на некои од истражувањата од областа маркетинг во нашата земја, со фокус на стручни и научни трудови кои се актуелни до денес. Истата е сочинета од повеќе трудови, кои обработуваат значајни аспекти од областа на маркетингот. Дел од трудовите се претходни публикации, а се вметнати со цел да се направат полесно достапни до целната публика, додека дел се нови, напишани за потребите на ова дело.

Според поставената цел, монографијата претставува елаборација и синтеза на повеќе потребни знаења и вештини за разбирање и изведување на различни маркетинг активности, кои пак, се поврзани со создавање на конкурентност на глобалниот пазар: разбирање и развој на пазарна ориентација како актуелна деловна ориентација за компаниите; анализа на деловни алатки за оценување на работењето на деловните единици при изведување на маркетиншките активности во компаниите; објаснување на значењето на маркетинг планирањето/планот како знаење за кое науката потврдува дека е клучно за развој на одржливо деловно работење; анализа на содржината на маркетинг планот која може да служи како практичен водич при планирање на деловните активности; маркетинг тестирање на пазарот со кое се овозможува намалување на деловниот ризик при работењето и се овозможува опстанок и развој на компаниите; анализа на процесот на прифаќање на производите од страна на потрошувачите, познат како дифузија на иновации, во кој се проучува оптималниот начин за воведување на нови производи и иновации на пазарите, според стапката и времето на нивното прифаќање од страна на потрошувачите; презентирање на т.н. six sigma marketing – процес со кој се подобрува квалитетот на деловното работење и се елиминираат грешките; како и детална елаборација на бизнис моделите – значење и употреба на бизнис модели, различни видови на бизнис модели, основни компоненти од кои се состојат и начин на креирање на бизнис модел преку примерот на бизнис модел Канвас. Како додаток во монографијата е вклучен и краток дел во кој се опфатени бараните вештини кои се сметаат за основа на развој на конкурентност, како на лична основа, така и на ниво на компании, но и општествата во целина.

Авторот на ова дело се надева дека со проучувањето на различните аспекти од областа на маркетингот, ентузијазмот за истата ќе се пренесе и на читателот, како и дека истото ќе послужи како основа за нови истражувања помеѓу академската заедница.

Намената на оваа монографија е пред сè, да служи како дополнителна литература за консултација при проучување на конкретни аспекти од маркетингот како област.

БЛАГОДАРНОСТ

Создавањето на монографијата беше возможно исклучиво поради големата поддршка од моето семејство. Велат дека позади секоја успешна жена, стојат нејзините родители. Моите родители покажаа завидно ниво на енергија и трпение во пружањето помош за чување на моите деца.

Моите деца, Ева (11 години) и Исак (три години), се надминаа себеси во способноста да го разберат значењето кое професијата го има за мене лично и демонстрираа неверојатна зрелост во миговите на мојата континуирана посветеност на пишувањето и творењето, овозможувајќи ми го притоа мирот и просторот кој ми беше потребен.

Мојот сопруг, Димитар, беше секогаш присутен со совет, организација во домот и разбирање за товарот кој го носи творештвото како активност.

Мојот брат, Марио, секогаш беше подготвен да ме сослуша и развесели со својата смисла за хумор, во деновите кога ми недостигаше инспирација за творење.

Им благодарам што постојат и што се дел од мојот живот.

10. ДОДАТОК: КОНКУРЕНТНИ ВЕШТИНИ ЗА 21ОТ ВЕК

Во текот на последните неколку децении, индустриската економија заснована на производство се префрли на услужна економија водена од информации, знаење и иновации. Развиените и економиите во развој, иновативните индустрии и компании, како и работни места со висок раст бараат повеќе образовани работници со способност да реагираат брзо и флексибилно при појава на сложени проблеми, ефективно да комуницираат, да умеат да управуваат со информации, да работат во тимови и да генерираат нови знаења.

Во прилог е дадена табела (бр.1), во која се опфатени дел од вештините за кои побарувачката расте и се сметаат за неопходен дел од биографијата на секоја личност која претендира активно да биде вклучена во градење на сопствениот живот, но и на општеството во целина. Овие вештини ќе ја зголемат веројатноста за вработливост, лична способност, како и можноста за стекнување со државјанства од силни економии со фокус на развој и раст.

Табела 1. Конкурентни вештини за 21от век

Област	Вештини	Опис
Основна (функционална) писменост	<ol style="list-style-type: none"> 1. Читање и пишување 2. Математичка писменост 3. Научна писменост (умеене да се чита и разбира научна литература) 4. Информатичка писменост (умеене за напредна работа со компјутери и употреба на софтвери) 5. Финансиска писменост (да се штеди или да се троши повеќе, извори на финансии, умешност во инвестирање во пензиски или инвестициони фондови итн.) 6. Граѓанска писменост (знаења за културата и општеството) 7. Медиумска писменост (умешност да се разликува кредибилен од некредибилен извор на информации; да се препознаваат дезинформации; да се комуницира во он-лајн просторот). 	Се однесува на умеенето да се применуваат клучни знаења во секојдневни активности и задачи
Компетенции	<ol style="list-style-type: none"> 8. Критичко размислување (Знаење и умеене да се процени кредибилитетот, точноста и вредноста на информациите, да се анализираат и оценуваат информации, да се прават 	Се однесува на умеенето да се пристапи соодветно на комплексни предизвици

	<p>образложени одлуки и да се преземаат намерни активности).</p> <p>9. Решавање на проблеми (Бизнисите очекуваат вработените на сите нивоа да ги идентификуваат проблемите, да размислуваат за решенија и алтернативи, и да умеат да истражат нови опции доколку планираните пристапи не успеат).</p> <p>10. Креативност и претприемачко размислување (способност да се размислува неконвенционално, да се преиспитува мислењето на мнозинството, да се замислуваат нови сценарија, способност да се препознаат и да се дејствува според можностите и подготвеност да се преземе ризик и одговорност).</p> <p>11. Комуницирање и соработка со тимови од луѓе од различни културни, географски и јазични граници.</p> <p>12. Иновативно користење на знаењето, информациите и можностите за создавање нови услуги, процеси и производи.</p>	
Карактерни особини	<p>13. Љубопитност и подготвеност да се истражува</p> <p>14. Преземање на иницијатива – лидерство</p> <p>15. Издржливост/упорност/истрајност</p> <p>16. Прилагодливост</p> <p>17. Социјална и културолошка свесност</p> <p>18. Емоционална интелигенција</p>	<p>Умеене да се пристапи кон променливото опкружување</p>

Извор: Адаптирано од World Economic Forum: *The skills needed in the 21st century*, 2021. [Интернет] Достапно на: <https://widgets.weforum.org/nve-2015/chapter1.html>

Во развојот на новите општества на глобално ниво, сè повеќе ќе доаѓа до израз потребата од напредни вештини кои ќе бидат клучната валута за градење на конкурентност во глобалната економија. Овие вештини треба да бидат дел од образовните програми од најрана возраст, но, доколку не се стекнати преку формално образование, се препорачува да бидат совладани преку неформално образование, со цел лесно интегрирање на пазарот на трудот и активно учество во општествениот живот на секоја индивидуа.



БИОГРАФИЈА

Тамара Јованов (1984) е родена во градот под Исарот, Штип, во источниот дел на Република Македонија. Дипломирала, магистрирала и докторирала на Економскиот факултет, при најстариот и прворангиран македонски Државен универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, отсек: Маркетинг. Наградена е како еден од 20те најдобри студенти на својата генерација, а исто така била и стипендист на Министерството за образование и наука на РМ (четири години). Нејзината магистерска теза го обработува значењето на маркетинг истражувањето за конкурентското позиционирање на компаниите на пазарот, а докторската дисертација го истражува значењето на маркетинг стратегијата и планирањето и нивното влијание врз растот и развојот на малите и средни бизниси.

Две години работела како демонстратор на Економскиот факултет при универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Потоа, продолжува да се надоградува во приватниот сектор како продажен агент на НЛБ Тутунска Банка, а потоа како маркетинг менаџер во домашна компанија за производство на чевли. Во 2008 година почнува со работа на Економскиот факултет при универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип како помлад асистент, каде денес, во звање вонреден професор, предава на предмети од областа на маркетингот. Работи и како маркетинг консултант во приватниот сектор.

Била на студиски престој во Париз, а како визитинг професор држела предавања на студентите од странски универзитети, меѓу кои Универзитетот „Jaume I“ во Кастелон, Шпанија, како и на Економскиот факултет при Универзитетот во Бања Лука, Република Српска. Говори течно на неколку странски јазици, меѓу кои, англиски, германски и српски, а го разбира бугарскиот и шпанскиот јазик.

Член е и рецензент на повеќе уреднички одбори на меѓународни списанија, како и на Македонската Маркетинг Асоцијација. Здружение на бизнис жени во Македонија, Евроазиското здружение за економија и бизнис (Eurasian Economic and Business Society) и др.

Нејзин научен интерес првенствено е маркетингот, маркетинг истражувањето, маркетинг менаџментот, стратегискиот маркетинг и интегрираните маркетинг комуникации, претприемништвото, како и други сродни области од економските науки. Има учествувало на бројни домашни и меѓународни симпозиуми, научни расправи, стручни собири, конференции, средби, семинари, обуки и јавни дебати, во земјата и странство (Франција, Шпанија, Италија, Турција, Грција, Бугарија, Србија, Босна и Херцеговина, Хрватска и др.).

Учествувала во повеќе научно-истражувачки проекти од национален и меѓународен карактер и има објавено над 70 научни и стручни трудови, поглавја, делови од книги, истражувачки студии и есеи. Организатор е и на (бесплатни) обуки за млади лица, претприемачи и невработени, од областа на маркетингот и претприемништвото.

Контакт: tamara.jovanov@ugd.edu.mk

<https://eprints.ugd.edu.mk/view/creators/Jovanov=3ATamara=3A=3A.html>

https://www.researchgate.net/profile/Tamara_Jovanov