

Елизабета МИТРЕВА

Основи на менаџмент



Штип, 2023

Елизабета Митрева

ОСНОВИ НА МЕНАЏМЕНТ

Автор:

Ред. проф. д-р Елизабета Митрева

ОСНОВИ НА МЕНАЏМЕНТ

Рецензенти:

проф. д-р Драшко АТАНАСОСКИ
проф. д-р Оливер ФИЛИПОСКИ

Јазична редакција:

Проф.д-р Толе Белчев

Уредник:

проф. д-р Лилјана Колева Гудева

Корица:

Автор: Елизабета Митрева

Издавач:

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип

Објавено во е-библиотека:

<https://e-lib.ugd.edu.mk/1114>

<https://www.doi.org/10.46763/9786082449531>

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

005(075.8)

МИТРЕВА, Елизабета
Основи на менаџмент [Електронски извор] / Елизабета Митрева. - Штип
: Универзитет "Гоце Делчев", Факултет за туризам и бизнис логистика, 2023

Начин на пристапување (URL): <https://e-lib.ugd.edu.mk/1114>. - Текст во PDF формат, содржи 325
стр., илустр. - Наслов преземен од екранот. - Опис на изворот на ден 09.02.2023. - Фусноти кон
текстот. - Библиографија: стр. 322-325

ISBN 978-608-244-953-1

а) Менаџмент -- Високошколски учебници

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП

ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА, ГЕВГЕЛИЈА



Автор:

Редовен проф. д-р Елизабета Митрева

ОСНОВИ НА МЕНАЏМЕНТ

Штип, 2023

Предговор

Целта и намената на ракописот е да ги подготви студентите за успешно совладување на основните знаења од областа на менаџментот кои ќе им помогнат во нивната идна работа.

Идејата во трудот е да се проучат и разберат искуствата што произлегуваат од начинот на кој менаџерите во развиените земји и во Република Северна Македонија успешно ги воведуваат концептите на современиот менаџмент во развојот на нивните бизниси, со што го зголемуваат нивниот стабилен раст и конкурентност. Унапредувањето на конкурентноста на бизнисот во локалната економија е силно поврзано со растечката улога на микро, малите и средни претпријатија, односно со нивно стимулирање на развојот и поттикнување на претприемништвото.

Во функција на унапредување на бизнисот и обезбедување услови за реален раст на македонската економија треба да се гледа преку нови идеи, инвестиции и отворање нови работни места, а пред сè во доживотното учење на македонските менаџери и вработените. Менаџерскиот кадар во претпријатието со својата добра волја и упорност треба да ги вклучи сопствените човечки ресурси, со формирање тимови од сите профили, интегрирајќи ги нивните знаења за да се постигне целосно владеење со квалитетот во сите процеси на претпријатијата, а при најмали трошоци на работење. На ваков начин ќе се овозможи на време да се спречат можните дефекти, на време да се елиминираат проблемите, со отстранување на евентуалните причини. Вообичаениот отпор и страв од промените бргу се надминува и се наметнува силна желба за промена на постојната состојба, со нов пристап кон квалитетот, со целосна посветеност спрема клиентот, вработените, околината и државата. Она што треба да го направат менаџерите е да ги прифатат промените и што побрзо да се вклучат во тековите на пазарното работење, во кое квалитетот на производителите/услугите е главен предуслов за освојување на купувачите.

Во овој труд е дадена примената на разни стратегии, концепти и алатки за создавање и раст на бизнисот.

Комплексното третирање на оваа проблематика во трудот ги оправдува очекувањата за придобивките од него и тоа не само од теоретски, туку и од практичен аспект како современ начин за водење на бизнис. На ваков начин, апстрахирајќи се од чисто теоретски - историски пристап, авторот имаше за цел да даде осврт и свои согледувања за менаџмент на бизнисот, со едноставна мотивација, студентите и читателите да ги осознаат овие феномени кои се во центарот на интересирањето, како од теоретски така и од практичен аспект.

Ја изразувам мојата благодарност до рецензентите за нивните коментари и корисни предлози за подобрување на ракописот.

Авторот

„Тимска работа“

Ова е приказна за четворица луѓе по име Секој, Кој било, Некој и Никој. Требаше да се заврши една важна работа и Секој беше сигурен дека Некој ќе го стори тоа. Кој било можеше да ја заврши работата, но Никој не се зафати.

Затоа Некој се налути, бидејќи тоа беше работа на Секој. Секој мислеше дека Кој било ќе ја заврши работата, но Никој не сфати дека Секој нема да го стори тоа. Се заврши така што Секој го обвини Некој дека Никој не го стори тоа што требаше да го направи Кој било.

Ова е реалистично видување на една компјутерска програма, преку која што Секој, Кој било, Некој и Никој не се обидуваа некако да добијат што било, туку се обидуваа од ништо да добијат нешто.

(Nonsens)

СОДРЖИНА

	ТЕОРЕТСКИ ДЕЛ	
	Вовед	
1	Системи и управување со системи	1
1.1.	Системи	2
1.2.	Менаџерски функции во бизнисот	2
1.3.	Основна поделба на менаџерите во хиерархиската структура	4
1.4.	Поставување менаџерски цели во зависност од нивото во хиерархијата	6
1.5.	Потребни вештини на менаџерите во зависност од нивото во хиерархијата	9
1.6.	Ефективност и ефикасност во водење на бизнисот	10
	Чекори во развој на претпријатија	11
2.	Животен век на организациите	12
2.1.	Етапа на развој на бизнисот	13
2.2.	Стадиум на зреење на бизнисот	15
2.3.	Стадиум на стареење на бизнисот	16
2.4.	Како да се одбегнуваат пречките и замките во животниот циклус	17
2.5.		17
	Планирање на работењето во организациите	19
3.	Основна менаџерска функција - планирање	20
3.1.	Поим за планирање како функција во бизнисот	22
3.2.	Фази во планирањето на бизнисот	24
3.3.	Хоризонти на планирањето на бизнисот	26
3.4.	Подготовка на ефективен бизнис план за развој на бизнисот	28
3.5.	<i>Зошто служи бизнис планот?</i>	28
	<i>Елементи за подготовка на бизнис план (БП)</i>	
	Информации и информативни системи во организациите	37
4.	Потребата од информациона системи во организациите	38
4.1.	Потребата од комуникации во бизнисот	39
4.2.	Основи на комуникациите	40
4.3.	Градење деловни комуникации внатре во организацијата	41
4.4.	Одвивање комуникациски процес во организацијата	43
4.5.	Каналот како медиум кој обезбедува пренесување на информацијата	44
4.6.	Бариери во комуницирањето во самата организација	45
4.7.	Комуникациски текови се основа на информациониот систем во организацијата	46
4.8.	Вертикално комуницирање во компании	47
4.9.	Хоризонтално комуницирање во бизнисот	49
4.10.	Дијагонално комуницирање во организацијата	50
4.11.	Комуникациски мрежи во претпријатијата	51
4.12.		51
	Важноста на донесување одлуки во бизнисот	53
5.	Проблеми, решенија, одлуки во бизнисот	54
5.1.	Донесување менаџерски одлуки во зависност од нивото на менаџерите во хиерархијата на компанијата	55
5.2.	Процес на донесување одлуки во бизнисот	60
5.3.	Видови одлуки и одлучувања	
5.4.		
5.5.		

	Фактори кои влијаат на успехот на бизнисот	62
6.	Поделба и групирање на работите во организациите	64
6.1.	Потребата од организација во водење на бизнисот	65
6.2.	Чекори во организирањето и екипирањето во претпријатија	66
6.3.	Групирање на работите (департаментализација)	69
	<i>Организирање според работни функции</i>	
	<i>Форми на производно/пазарно организирање</i>	
	<i>Што значи производно/пазарно организирање според просторна поделбата?</i>	
	<i>Што значи производно/пазарно организирање според производите?</i>	
	<i>Што значи производно/пазарно организирање според купувачите/корисниците?</i>	
	<i>Што значи матрично организирање?</i>	
	<i>Што значи трендот во светот или стратедиска бизнис единица (СБЕ)?</i>	
	<i>Што значи проектна организациска структура?</i>	
	<i>Што значи тимска организациска структура?</i>	
	<i>Што значи мрежна организациска структура?</i>	
7.	Координација помеѓу деловните единици и служби, опфат на менаџментот и организациски дизајн во претпријатија	81
7.1.	Неопходност од координација на бизнисот	82
7.2.	Пристапи за постигнување ефикасна координација во бизнисот	86
7.3.	Опфат на менаџментот	87
8.	Решавање конфликти во бизнисот	91
8.1.	Видови конфликти во организацијата	92
8.2.	Поделба на конфликтите	92
8.3.	Потреба од управување со конфликтите во бизнисот	95
9.	Проектирање систем на мотивација во организации	98
9.1.	Мотивација и модели на мотивирање на вработените	98
9.2.	Рани погледи на мотивирањето на организациите	99
9.3.	Модел на човечки ресурси според Douglas McGregor теорија (Теорија X и Теорија Y)	99
9.4.	Системско гледање на мотивирањето	99
9.5.	Примена на системот на плаќање на вработените	100
		105
10.	Потребата од екипирање во организацијата	110
10.1.	Потребата од управување со работниот потенцијал во организацијата	111
10.2.	Планирање на кадрите во организацијата	112
	<i>Внатрешната средина како детерминанта при планирањето на кадрите</i>	
10.3.	Регрутирање	115
10.4.	Селекција или оценка на кандидатите при вработување	116
10.5.	Воведување и ориентација	119
10.6.	Обука и развој на вработените	120
10.7.	Оценка на работата	121
10.8.	Трансфери	124
10.9.	Сепарација	125

11.	Раководење во организации	127
11.1.	Власт, моќ и одговорност во раководењето	128
11.2.	Стилови на (рако)водење	130
	<i>Што значат раководните стилови базирани на употреба на власта - според Левин (1944)?</i>	
	<i>Што значат Ликертови четири системи на (рако)водење?</i>	
	<i>Што значи менаџерската решетка развиена од Blake и Mouton</i>	
	<i>Што значи ситуациски пристапи во (рако)водење?</i>	
11.3.	Типови менаџери според животниот циклус на претпријатието	134
11.4.	Типови менаџери според Адиџес	135
11.5.	Разлики помеѓу менаџер и лидер	137
11.6.	Менаџер за пресврт	137
12.	Неопходноста од контрола во бизнисот	139
12.1.	Зошто е потребна контролата во организацијата	140
12.2.	Врската помеѓу планирањето и контролата	140
12.3.	Принципи на контролата	141
12.4.	Што значи поставување стандарди	143
12.5.	Организација на контролата како систем со повратна врска	145
12.6.	Самоконтрола	146
12.7.	Потребата од методи и техники за управување со квалитет во компании	147
13.	Креирање деловна култура во организациите	153
13.1.	Потребата од деловна култура во организациите	154
13.2.	Вредности и норми на деловната култура во организацијата	155
13.3.	Видови деловни култури во организациите	158
13.4.	Аспекти на деловна култура	160
13.5.	Внатрешни аспекти на деловната култура	161
13.6.	Примена на е - комуникација внатре и кон околината во компанијата	166
13.7.	Чекори во креирање деловна култура на стратемско ниво на менаџмент	169
13.8.	Што се очекува од менаџерите во градењето деловна култура во компании	172
13.9.	Во кој правец ќе се движи креирањето деловна култура во иднината и што ќе се очекува од менаџерите	175
13.10.	Општествена одговорност на компаниите	185
13.11.	Поим на општествената одговорност на претпријатијата (ООП)	186
13.12.	Извори и правна рамка на општествената одговорност на претпријатијата (ООП)	188
13.13.	Примена на општествена одговорност во рамките на една компанија	189
13.14.	Значењето на општествената одговорност и нејзиното влијание на деловните перформанси на компанијата	190
	<i>Известување и значење на известувањето за општествената одговорност на претпријатијата (ООП)</i>	
	<i>Клучни прашања на општествената одговорност</i>	
	Литература	194

