МЕЃУНАРОДЕН СЛАВЈАНСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
ГАВРИЛО РОМАНОВИЧ ДЕРЖАВИН - СВЕТИ НИКОЛЕ - БИТОЛА - Р.МАКЕДОНИЈА
СВЕТИ НИКОЛЕ: ул. Маршал Тито 77; 032 440 330; 032 440 202; e-mail: info@slavinst.edu.mk;
БИТОЛА: ул. Новачки Пат бб; 047 238 077; 047 222 503; e-mail: info@slavinst.edu.mk;
www.msu.edu.mk

Факултет: Факултет за економија и организација на претприемништво

Студиска програма: Менаџмент со човечки ресурси во мали и средни претпријатија

Име, име на родител и презиме на кандидатот: **Марија Љупчо Трифуновска Тасеска**

Број на индекс:М 161009

Улогата на менаџерските способности и локацијата како клучни фактори при основање на нов бизнис

- магистерски труд –

Ментор:

доцент д-р Дејан Крстевски

Битола, 2021

СОДРЖИНА

Вовед……...7

1. ВОВЕД ВО МАЛ БИЗНИС.....10

1.1. Причини за започнување со мал бизнис.....12

1.1.1. Неограничен профит……....12

1.1.2. Лична исполнетост и задоволство……..13

1.1.3. Независност и целосна контрола на бизнисот……..13

1.1.4. Потреба за предизвик и постигнување поголеми успеси……....14

1.2. Приоди на започнување со бизнис……...14

1.2.1. Основање на мал бизнис……....15

1.2.2. Наследување на фамилијарен бизнис……....16

1.2.3. Купување на бизнис……18

1.2.4. Изнајмување на бизнис – Франшиза…….....20

2. ОСНОВАЊЕ НА МАЛ БИЗНИС.....23

2.1. Предности и слабости на основање нов бизнис.....23

2.2. Постапка за основање нов бизнис.....25

2.3. Бизнис план.....28

2.4. Закони, норми и правила за основање мал бизнис
во Република Северна Македонија.....29

**3. КЛУЧНИ ФАКТОРИ ЗА УСПЕХ ПРИ ОСНОВАЊЕ
НА НОВ БИЗНИС**.....31

3.1. Избор и улога на локација при основање бизнис.....31

3.1.1. Фактори при избор на локација.....32

3.1.2. Постапка за избор на локација/Анализа.....36

3.2. Способности и карактеристики на менаџерите**.....38**

3.2.1. Лични карактеристики потребни за успешно раководење

со мал бизнис**.....39**

3.2.2. Видови менаџери и менаџерски способности**.....42**

3.2.2.1. Видови менаџери**.....43**

3.2.2.2. Менаџерски способности**.....44**

3.2.3. Видови лидери и лидерски способности**.....46**

3.2.3.1. Видови лидери**.....47**

3.2.3.2. Лидерски способности**.....48**

4. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ ЗА УЛОГАТА НА МЕНАЏЕРСКИТЕ СПОСОБНОСТИ И ЛОКАЦИЈАТА НА БИЗНИСОТ КАКО КЛУЧНИ ФАКТОРИ ЗА УСПЕХ

4.1. Предмет на истражувањето**.....52**

4.2. Оправданост и цел на истражувањето**.....52**

4.3. Методологија на работа – Постапки и инструменти

за собирање на податоците**.....53**

4.4. Етички прашања**.....54**

4.5. Анализа на резултатите од истражувањето**.....54**

4.5.1. Анализа и графички приказ на резултати

од Прашалникот број 1**.....54**

4.5.2. Анализа и графички приказ на резултати

од Прашалникот број 2**.....64**

4.6. Дискусија, препораки и потврда на хипотетската рамка**.....72**

Заклучок.....76

Користена литература.....78

Прилози:

Прилог 1 – Нацрт на Бизнис план за основање на мал бизнис**.....84**

Прилог 2 – Прашалник број 1

(за сопственици и вработени на мал бизнис)**.....97**

Прилог 3 – Прашалник број 2

(за потрошувачи и соработници на мал бизнис)**.....100**

ABSTRACT

In the modern society, the number of individuals who decide to found a business has been increasing through the years. Due to that reason, small businesses and medium-sized businesses are the subject of permanent study and research for the experts. Those businesses are the instigators of the economy in the small and big countries as they contribute in the progress of the economy. Because of them, the chance of increasing the rate of employment and the place on the market of one country is greater. Despite of the fact that the rate of failure of small businesses in the first year, or more concrete in the first five years is high, a large percentage of the new small businesses gain success.

There are many reasons for the failure of small businesses and one of those reasons is the fact that not enough focus is put on the elements and factors that are crucial for a business. Therefore, with this master research, we are trying to highlight the most significant managerial characteristics necessary for operating a business, as well as the role of the business location as one of the essential factors for the foundation, development and the success of the small business.

Small businesses offer the possibilities of starting and working in various economic areas with less capital. In many countries the percentage of small businesses is high. For instance, in the European Union, 91.5% of the total businesses are small businesses. Moreover, 67% of the job positions in the European private sector are positions in small and medium-sized businesses. Also, in our country, the number of small companies is constantly increasing and because of that the focus is put on researching and studying the advantages and disadvantages of small businesses.

Key words: small business, managers, personal characteristics, capabilities, location.

АПСТРАКТ

Сè повеќе поединци во современово општество, се одлучуваат за основање на сопствен бизнис во споредба со поранешните години. Од таа причина, малите и средни бизниси се предмет на перманетно учење и истражување од страна на научната јавност. Тие се основни двигатели во економијата и на малите и на големите држави за постигнување забрзан економски раст. Тие создаваат можности за зголемување на вработеноста и конкурентноста на една земја. Иако стапката на морталитет на малите бизниси во првата година, односно во првите пет години е доста голема, сепак голем дел од новите мали бизниси доживуваат успех.

Причините за неуспех на овие бизниси се повеќе, а меѓу нив е и недоволно посветување внимание на оние елементи и фактори кои се клучни за бизнисот. Токму затоа, овој магистерски труд прави обид да се истакнат значајните карактеристики на менаџерот во водење на малиот бизнис, и улогата на локацијата на бизнисот како едни од клучните фактори за создавање, развој и успех на малиот бизнис.

Малите бизниси даваат можност за започнување и дејствување во повеќе стопански области со мал капитал. Во многу држави овие мали фирми учествуваат со огромен процент во вкулниот број на бизниси. На пример, во Европската Унија, тие учествуваат дури со 91,5 %, и тоа дека 67% од работните места во Европскиот приватен сектор припаѓаат на малите и средни бизниси. И во нашата држава, бројот на мали претпријатија е во постојан пораст, и затоа се посветува повеќе внимание во истражување и изучување на низните предностите и недостатоци.

Клучни зборови: мал бизнис, менаџери, лични карактеристики, способности, локација.

Вовед

Во последните години, во целиот свет сè повеќе луѓе се одлучуваат за основање на сопствен бизнис во споредба со луѓето што преферираат да работат во фирми и да имаат надредени. Дел од новите малите бизниси доживуваат успех, но за жал уште е голем бројот на мали бизниси што доживуваат голем неуспех или пропаѓаат во текот на првите три години. Најчесто неуспехот е резултат на невнимание и недоволно посветување внимание на оние елементи што се клучни за бизнисот. Токму поради тоа, овој магистерски труд ги содржи основните информации што треба секој основач на мал бизнис да ги знае. Исто така овој труд е еден обид за потенцирање на најбитните фактори што неизбежно би помогнале бизнисот да биде успешен уште од самиот почеток.

Првата глава претставува **вовед во малиот бизнис**. Во оваа глава се посветува внимание на причините за основање на еден мал бизнис. Се зголемува бројот на луѓе што не се пронаоѓаат во организацијата во која работат па одлучуваат да отворат сопствен бизнис. Исто така висок е и бројот на луѓе кои добиваат нови и уникатни идеи и сакаат да ги реализираат со основање на мал бизнис при што и самите ќе можат да го управуваат. Освен причините за започнување, во овој дел има јасен приказ за тоа како еден основач може да започне мал бизнис. Конкретно, во првата глава се прикажаничетири приоди на започнување со бизнис:

1. Основање на мал бизнис

2. Наследување на мал бизнис

3. Купување на мал бизнис

4. Изнајмување на мал бизнис

Во првата глава исто така се споменуваат имерките и грантовите за основање мали бизниси што се нудат во нашата држава во последните неколку години. Со овие мерки значително се олеснува процесот на основање мал бизнис а воедно и се поттикнува желбата кај граѓаните да бидат основачи на мали бизниси.

Во втората глава се направи пообемна анализа на самиот **процес на основање на мал бизнис**. Обработени се одредени **предности и слабости** со кои се соочуваат основачите при самото основање на мал бизнис врз основа на приодот со кој би го започнале бизнисот. Втората глава исто така е посветена и на самата **постапка за основање на мал бизнис**. Се дава комплетна слика на **сите фази што се неопходни за да се основа еден мал бизнис.** Во овој дел од трудот се прикажани и **постоечките закони, норми и принципи што се однесуваат на отворањето мали бизниси во нашата држава.** Покрај неопходните фази, при основањето бизнис, еден од клучните чекори е **создавањето на бизнис план**. Токму поради тоа, има посебен осврт и на тоа како треба да се изработи и што треба да содржи еден добар бизнис план што би помогнало за успех на бизнисот.

Третата глава е посветена на **факторите што се потребни за успех на новиот мал бизис.** Во оваа глава посебно внимание се посветува на **улогата на локацијата и карактеристиките на менаџерите како клучни фактори за успехот на малиот бизис**. Малите бизниси најчесто наидуваат на потешкотии и неуспех токму поради посветување внимание на фактори со помало значење, а изоставање на факторите што се најбитни за успехот. Затоа во третата глава се прикажани информации за **локацијата и факторите при изборот на локацијата, како и се обработуваат личните карактеристики, менаџерските и лидерските способности на менаџерите**. За еден нов мал бизнис да доживее успех и да не се затвори во првите три години, потребно е да се направи длабоко истражување за да се пронајде вистинската локација во зависност од видот на бизнисот, клиентите и достапноста на локацијата. Исто така, еден од клучните фактори за успех е да се одбере правилниот менаџер што ќе ги поседува сите неопходни карактеристики и способности за да може да го води целиот процес како и да управува со луѓето што ќе работат.

Во четвртата глава се прикажани **податоци за анкетата** што се спроведе меѓу сопственици на мали бизниси како и клиенти. Даден е **приказ на прашањата** кои доведоа до потребните одговори за носење заклучоци за овој труд. Сумирани се заклучоците од истражувањето и се востанови дали хипотезата е точна. Исто така, се кажува дали и други фактори имаат одредено влијание врз успехот на бизнисот. Со оваа анализа ќе се помогне

на многу идни основачи да ги избегнуваат грешките што би ги довеле до неуспех и затворање на новиот мал бизнис. Овие информации би им биле од голема помош за да ги донесат правилните одлуки уште пред да го започнат бизнисот со што успехот би бил полесно стекнат уште на почетокот од основањето на бизнисот.

Последниот дел на овој труд е заклучокот кој е оформен врз основа на обработката на добиените резултати од спроведената анкета. Овој заклучок ќе им биде од големо значење на сите идни основачи на мали бизниси кои полесно би имале увид во сите информации потребни за основање на бизнисот. Користејќи го овој труд како план и водич за основање на мал бизнис би се олеснил патот на успехот при создавањето на самиот бизнисот.

1. ВОВЕД ВО МАЛ БИЗНИС

„Под поимот „бизнис“ се подразбира организација или економски систем каде се разменуваат услуги или производи за други услуги или производи или за финансиски средства. За секој бизнис потребна е одредена инвестиција и доволен број на клиенти на кои постојано ќе им се продава она што се нуди со цел да се направи профит и да се одржува бизнисот. Според друга дефиниција, бизнисот се однесува на сите активности кои се поврзани со производство, продажба, услуги за да се направи профит.“ (K. Venugopal, 2006).

Во Р. Македонија според Законот за трговски друштва, деловните субјекти можат да бидат организирани како: трговец – поединец, јавно трговско друштво, командитно друштво, друштво со ограничена одговорност, акционерско друштво и командитно друштво со акции (Закон за трговски друштва, Службен весник на Р.М. 28/2004).

Според големината, бизнисите се делат на мали бизниси и големи бизниси.

Нашето внимание во овој магистерски труд го насочуваме кон основање и започнување на нов мал бизнис. Малите бизниси ги имаат следните карактеристики: можат брзо да се прилагодат на променливите услови, држат мали залихи или воопшто немаат залихи, имаат ограничен број на човечки ресурси, имаат мала финансиска моќ, грешките може да бидат фатални за бизнисот, односите со клиентите им се лични и блиски, немаат многу средства за маркетинг, вообичаено нудат дополнителни услуги.

Од друга страна, големите бизниси ги имаат следните карактеристики: односите со клиентите не им се лични и блиски, залихите им се во голем број, не даваат дополнителни услуги, имаат повеќе средства за вложување во маркетинг, цените им се пониски, не можат лесно да се менуваат и имаат потешкотии при прилагодување на новите услови, имаат голем број на човечки ресурси и имаат поголема финансиска моќ.

За еден бизнис да се нарече мал бизнис се земаат предвид повеќе критериуми како големина во однос на вработени, годишен обрт на средства, вкупна вредност на деловна

актива и слично. Во различни земји има различни мерки според кои еден бизнис се класифицира како микро, мал, среден или голем бизнис. Според статистиките, малите бизниси најчесто се во секторот на услужните или трговските дејности. Како мали бизниси најчесто се регистрираат продавници за облека, продавници за храна, козметички салони, продавници за играчки, продавници за бела техника и слично.

Основните форми на малите и средни претпријатија се следните: единствен сопственик, партнерство и корпорација.

Во Р.С. Македонија, според Законот за трговски друштва, за мали бизниси се сметаат оние кои ги исполнуваат следните критериуми:

1. Врз основа на часови на работа, просечниот број на вработени да е поамл од 50 работници;

2. Годишниот приход да е помал од 2.000.000 евра во денарска противвредност, вкупниот обрт да е помал од 2.000.000 евра во денарска противвредност.

3. Просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на вкупните средства (во активата) да е помала од 2.000.000 евра во денарска противвредност.

Класифицирањето на претпријатијата се одвива преку следните критериуми: број на вработени, вкупен приход или обрт на средства и просечна вредност на вкупните средства. Во Р. Македонија постојат различни дефиниции за одредување на претпријатијата кои се дадени од трите основни закони за регулирање на малите и средни претпријатија: Законот за сметководство, Законот за основање на Агенцијата за поддршка на претприемништвото на Република Македонија (АППРМ) и Законот за трговски друштва. Исто така Република Северна Македонија нуди одредени грантови и мерки за поттикнување да се започне со нов бизнис. Сите грантови, субвенции и активни мерки може да се најдат на интернет страницата на Агенцијата за вработување на Република Северна Македонија, а дел од нив се следните:

- Претприемништво – Самовработување со кредитирање
- Субвенции – Финансиска поддршка за создавање на нови работни места
- Субвенции – Кредитирање на правни субјекти

- Субвенции – Субвенционирано вработување
- Претприемништво – Самовработување со грант
- Обуки – Практиканство

(Агенција за вработување на Р. С. Македонија)

1.1.Причини за започнување со мал бизнис

Поголемиот дел од луѓето во светот тежнеат кон наоѓање на работа во некоја стабилна фирма со што би си ја загарантирале сигурноста. Повеќето сакаат да имаат сигурна работа со која ќе имаат обезбедени финансиски средства за живот. Некои луѓе не сакаат да ризикуваат, туку им е подобро кога некој им ги дефинира задачите и обврските што треба да ги прават секој ден. Меѓутоа, во последните години, се зголемува бројот на луѓе кои повеќе сакаат независност од безбедност. Тие луѓе се стремат кон предизвик и сакаат да ризикуваат за да можат да се изразат себеси без ограничувања. Постојат повеќе различни причини за започнување на сопствен мал бизнис, а во продолжение ќе бидат обработени најчестите причини.

1.1.1. Неограничен профит

Како примарна причина за започнување со мал бизнис, најчесто се појавува можноста за неограничен профит, односно финансиските средства. Најголем мотиватор за повеќето сопственици е заработувањето пари. Профитот исто така се појавува и како првата цел на бизнисмените. Кога се започнува со бизнис, се отвораат неограничени можности за заработка и профитот зависи само од трудот и посветеноста на сопственикот. Токму поради ова, многу луѓе ги напуштаат фирмите во кои работат и кои им нудат ограничена плата без разлика на тоа колку напор и посветеност вложуваат во работата. Доколку некоја личност е работник во одредена фирма, платата ќе се формира според критериумите во фирмата и проценката на надредените. Додека па, доколку е сопственик на мал бизнис, за платата ќе биде одговорна самата работа на таа личност, односно нејзиниот вложен труд и нејзината способност.

1.1.2. Лична исполнетост и задоволство

.Големото задоволство од работата го подобрува квалитетот на животот и е многу битен аспект кој поттикнува да се започне со мал бизнис. (Lalani, J., 2015).Како втора најчеста причина за започнување со мал бизнис се појавува личната исполнетост бидејќи се работи нешто што се сака. Кога луѓето го работат она што го сакаат тие го постигнуваат својот максимален потенцијал. Исто така, тие ја изразуваат својата креативост и целосно ги користат своите таленти што доведува до лично задоволство. Кога страста кон некоја област се претвора во бизнис, може да се постигне многу повеќе отколку кога се работи некоја работа што не се сака.„Започнувањето и водењето на бизнис може да биде возбудливо и прекрасно искуство. Во однос на личното задоволство, нема ограничувања за можностите бидејќи сè може да се постигне преку сопствен бизнис.“ (Hegar, К., 1988).

1.1.3. Независност и целосна контрола на бизнисот

Според Шуклев, задоволство се должи на тоа што сопственикот на мал бизнис нема надреден кој би му кажувал што да работи и на кој начин да работи. Туку тој самиот е оној што е одговорен за сите одлуки поврзани со бизнисот. (Шуклев, Б., 2006)

Повеќето луѓе избираат да основаат свој бизнис поради чувството на слобода и независност. Самото тоа што нема друг да им го диктира начинот на живот преку одредени распореди, работни часови, ограничено време за одмор и правила им носи чувство на задоволство и исполнетост. Сопствениците на мали бизниси сами се одговорни за своето време и имаат целосна слобода да ги организираат работните часови и денови според нивните желби и планови. Освен тоа, сопственикот сам одлучува со кои луѓе ќе биде опкружен секојдневно со тоа што тој е оној што ги одбира своите вработени. Исто така го одбира и начинот на работа и сам си креира свој углед и креира слика за својот бизнис онаква каква што мисли тој дека е соодветна.

1.1.4. Потреба за предизвик и постигнување поголеми успеси.

„Не постојат многу работни места што би претставувале толку голем предизвик колку основањето на сопствен бизнис. Целосната одговорност за сите процеси и одлуки со бизнисот е на основачот на бизнисот. При основањето на нов бизнис, мора да се посвети многу повеќе време и да се работат разновидни обврски и задачи од повеќе области за да може бизнисот да почне да функционира. Со основање нов бизнис се отвораат и можности за тестирање на нови производи или услуги и нивната вредност може да се определи врз основа на успехот на бизнисот.“(Entrepreneurship and starting a business, 2014).

Кај поголемиот дел од амбициозни и успешни работници се јавува еден вид незадоволство поради разните ограничувања во работата што ја работат. Некои вработени не можат да се истакнат ниту па да ги развијат своите вештини и да се усовршуваат поради монотоните и ограничени обврски изадачи што им се задаваат од надредените. Токму поради оваа ограниченост и недоволните можности за нови усовршувања или нови предизвици, вработените што имаат одлични карактеристики и способности си даваат отказа и започнуваат со основање на сопствен бизнис каде би имале целосна слобода се ги изразат своите амбиции и креативни идеи. А самиот факт што целосната заслуга за секој успех и секоја иновација на нивниот бизнис ќе им припаѓа нив, а не на надредени е уште поголем мотиватор за да основаат бизнис.

1.2. Приоди на започнување со бизнис

Започнувањето со мал бизнис не е едноставен процес. Кога се носи одлука дали да се започне со бизнис или да не се започне, може многу лесно да дојде до откажување од идејата да се има бизнис. Започнувањето со бизнис е возбудливо, но во исто време може да изгледа и страшно како и ризично. За да се започне еден бизнис успешно, потребно е прво да се проучи сè што е поврзано со процесот на започнување со мал бизнис.

1.2.1 Основање на мал бизнис

Според Колин Бероу, „за еден нов бизнис да биде успешен на пазарот може да се искористи диференцијација, односно да се понуди нешто различно. Бизнисот не мора да има целосно нов производ или услуга туку доволно е да се разликува и според мали ситници кои ќе го привлечат вниманието на потрошувачите. Пример за такви разлики се SONY, Apple и BMW кои си имаат свој белег по кој се разликуваат од останатите компании со слични производи. Исто така, како пример за користење на нешто различно со цел да се привлече вниманието, може да се посочи книжарата Ватерстоун која беше отворена и во вечерните часови како и во недела кога повеќето други книжари беа затворени. Со тоа што оваа книжара работеше кога другите не работеа, привлече многу клиенти кои чекаа во редици за да купат книги.“(Barrow, C., 2011). Диференцијацијата е само еден од повеќето фактори кои може да се употребат за да се истакне новиот бизнис на пазарот. Сепак, на успехот на бизнисот имаат големо влијание и истражувањата кои сопственикот треба да ги направи пред да започне со работа. Според Шуклев, физибилити студија е примарниот чекор при почнување со бизнис. Тоа значи дека треба да се направи финансиска анализа како и да се проучат и други фактори како локација, пазар и правни обврски. (Шуклев,Б., 2006)

Основањето сопствен бизнис секогаш звучи како возбудлива идеја со која лесно може да се доживее успех и да се живее според свои правила. Секој бизнис си има одредени предности како големата флексибилност. Сопствениците на бизниси имаат можност да работат според работно време што сами ќе си го испланираат. Уште поголема предност која воедно можеби е и најпривлечна за основачите е неограничената можност за заработка на финансиски средства. Додека вработените во фирмите имаат ограничена плата и имаат мали можносто или воопшто немаат можност за заработување поголема плата, сопствениците на бизниси имаат неограничени можности и платата што ја заработуваат единствено зависи од нивниот вложен труд и нивните способности. „Други предности при основање на сопствен бизнис се следните: создавање работни места за семејството и можност за работа со семејството, намалување на притисок и стрес во текот на работењето, носење сопствени одлуки, вработување луѓе што сопствениците сметаат

дека се соодветни, одлучување за износот на платите, одлучување за локацијата и името на бизнисот, работење без потреба да се зависи од други луѓе.“ (Barrow, C., 2011)

Иако можеби се значително помалку, сепак основањето на бизнис освен предности има и слабости поради кои одреден број на луѓе се откажале од помислата да започнат сопствен бизнис. Како најчеста причина поради која се откажуваат луѓето да започнат свој бизнис е вложувањето на голем труд и многу време барем во почетната фаза на бизнисот. Додека бизнисот да се стабилизира и да почне да работи беспрекорно потребно е да се направат многу жртви, а најголемата жртва е слободното време на човекот. На почетокот, основачите често неопходно е да работат и повеќе од десет часа во денот додека да се развие самиот бизнис. Целата одговорност е само на сопственикот и треба да помине одредено време да се видат резултатите од одлуките и активности па да може да се процени дали бизнисот е стабилен или не. Веројатноста за да се доживее неуспех, одредено неискуство во секторот, силната конкуренција, неповолни закони за бизнисот, вработени што не се соодветни се само дел од останатите слабости што ги споменува и професорот Шуклев. (Шуклев, Б., 2006)

1.2.2. Наследување на фамилијарен бизнис

Друг начин на почнување со бизнис е преку наследување на бизнисот.Постојат повеќе различни дефиниции за тоа што всушност е фамилијарниот бизнис. Најопшто кажано под поимот „фамилијарен бизнис“ се подразбира бизнис кој е управуван од членови на фамилијата и во кој работат членови на фамилијата. Уште една поконкретна дефиниција за фамилијарен бизнис е следната: „Фамилијарен бизнис е оној бизнис каде повеќе членови од фамилијата се сопственици и фамилијата има одреден вид на контрола“ (Alderson, K., 2011) Фамилијарниот бизнис уште и се смета за најстара форма на бизнис. Најчести причини за наследување на фамилијарен бизнис се желбата да се работи со својата фамилија, создавање на бизнис за идните генерации, споделување на семејните вредности и слично.

Во однос на основање на нов бизнис, наследувањето на фамилијарен бизнис има одредени **предности и слабости.** Како предности може да се истакнат следните работи:

роднините полесно и подобро се разбираат едни со други, структурата на организацијата е едноставна и ефективна, членовите на фамилијата се целосно посветени, веќе е познат начинот на работа.

Како најголема предност во наследувањето на фамилијарен предност е разбирањето и односите меѓу членовите на фамилијата. Со оглед на тоа што се познаваат подолго време, роднините имаат помалку недоразбирања и несогласувања во текот на работата. Па така и кога некој го наследува фамилијарниот бизнис, полесно може да ги продолжи идеите на оние кои го воделе претходно. Друга предност е тое што хиерархијата е многу едноставна па поради тоа е полесно да се води фамилијарниот бизнис. Најчесто во хиерархијата на фамилијарните бизниси има сопственик или сопственици и вработени. Кога се наследува фамилијарен бизнис може да е полесно отколку да се основа нов бизнис бидејќи членовите на фамилијата кои работат се многу повеќе посветени на работата за да опстане бизнисот или да се сочува репутацијата на семејството.

Меѓутоа, да се наследи фамилијарен бизнис може да претставува и голем проблем поради одредени слабости како што се: мешање на емоциите во работата, непрофесионално работење, субјективно раководење на бизнисот, ривалство меѓу членовите на семејството. Кога се работи заедно со членовите од семејството, мора да се разгранилат личните односи од професионалните. Односно, доколку се дозволи некои лични несогласувања или кавги кои започнале во домот да се продолжат и во фирмата, тогаш тоа може значително да влијае врз лошо работење на бизнисот.

Исто така, некогаш може да се случи некои членови кои се вработени да не работат професионално и да не се целосно посветени токму поради тоа што знаат дека се во фамилијарен бизнис. Дуга слабост на наследување на фамилијарен бизнис е тоа што најчесто се вработуваат членови од семејството без разлика дали ги имаат потребните компетенции. Па така, кога ќе се вработат луѓе кои не се способни за одредено работно место ќе има големи последици врз целото функционирање на бизнисот. Од една страна можеби е добро тоа што членовите на фамилијата работат заедно и се познаваат подолго време па се разбираат меѓусебе. Но, од друга страна, тоа може да ѝ штети на фирмата поради тоа што некои членови може да се натпреваруваат кој да биде погоре во хиерархијата.

Наследувањето на фамилијарен бизнис може да биде навистина добар приод за започнување со бизнис бидејќи на тој начин се одржуваат врските со семејството и може да се постигне значителен успех. Но, секогаш постојат и некои тешкотии што може да водат кон неуспех. За да успее фамилијарниот бизнис, потребно е да се има совршен баланс меѓу личните односи и професионалните односи.

1.2.3. Купување на бизнис

Еден од приодите на започнување со бизнис е купувањето на постојно претпријатие. Кога се носи одлука за овој начин на започнување мора да се направи темелна анализа пред да се купи некое претпријатие. За да се има успех со работа со постојно претпријатие, најдобро е одлуката за купување да се направи врз основа на детални истражувања. Првото нешто што е потребно пред започнување со бизнисот е анализирање на факторите. (Шуклев,Б., 2006)

Анализа на екстерно окружување.

Сите елементи што не се дел од внатрешното опкружување на бизнисот, се нарекуваат надворешно опкружување на бизнисот. кога станува збор за надворешно опкружување нема никакви ограничувања и ги вклучува сите фактори што се надвор од бизнисот, а имаат големо влијание врз истиот. Дел од тие елементи се фактори поврзани со културата, технологија, економски фактори и демографски. Анализата на екстерното окружување опфаќа: скенирање, предвидување, набљудување и проценување на факторите кои создаваат можности или ограничувања за претпријатието. (Шуклев, Б., Дракулевски, Љ., 2001)

Анализа на правна документација

Анализата на правната документација подразбирање детално истражување на сите документи и договори што се поврзани со бизнисот и неговото работење. Тука спаѓа анализа на сите договори кои се направени со банките како и истражување дали е подигнат кредит, договорите направени со клиентите, со доставувачи, со други компании

како и договорите со вработените. Најголемо внимание треба да се посвети на анализирање на документите за сопственост на бизнисот за идниот сопственик да има сигурност дека нема да има никакви проблеми кога ќе го купи претпријатието. Оваа анализа е клучна за согледување на реалната вредност на претпијатието. Само преку детално истражување на сите постојани трошоци и приходи може да се согледа дали претпријатието има превисока цена и да се преговара за истата. Уште една причина за да се постави фокусот на оваа анализа е тоа што преку правната документација може да се согледа дали претпријатието добро работи. На овој начин може да се најдат и многу работи кои можеби претходниот сопственик сакал да ги сокрие или да се откријат некои работи за кои претходниот сопственик не ни знаел.

Преку деталната анализа на окружувањето и на правната документација може да се дојде до реалната слика на профитабилност и вистинските причини за продавање. Профитабилноста може да се согледа и преку компаративна анализа на профитот во текот на годините во кои работеле претпријатието и да се размислува како би можело да се зголеми истиот. Некогаш и намалувањето на профитот може да е причина за продавање на претпријатието. Тоа може да се потврди и со оценката на работењето на бизнисот. За идниот сопственик најсигурни извори за вистинската причина за продавање би биле претходните две анализа, како и разговор со соседните бизниси доколку има, разговор со клиенти, добавувачи, банки и други страни кои се поврзани со бизнисот.

Купувањето на постојно претпријатие има одредени предности во однос на основањето на нов бизнис. Според Џек Гибсон, предностите се следните:

„1. Автоматското елиминирање на иден конкурент.

2. Помалку се троши време и финансиски средства.

3. Веќе се остварува профит со што се овозможува поголема стабилност уште од првиот ден.

4. Доколку се воспостави добар однос со претходниот сопственик, има можност да се добијат многу вредни совети со кои би напредувало претпријатието.

5. Може да има висококвалификувани работници кои се искусни и соодветни како и веќе познат начин на работа и процедури што доведува до поефикасно работење.“(Gibson, J., 2017)

И покрај тоа што вклучува помал ризик и има одредени предности, купувањето постојно претпријатие има и слабости. Некои од тие слабости се лоша локација, погрешна деловна политика, несоодветна залиха.

Да се купи бизнис е добар приод за започнување со бизнис. Меѓутоа купувањето постојно претпријатие е како да се купува користен автомобил. Може да се наиде на навистина добар бизнис, но може да се наиде и на бизнис што воопшто не просперира. За да се избегне купувањето на лош бизнис, потребно е темелно да се истражат сите аспекти на тој бизнис и да се донесе одлука врз база на детални информации и податоци.

1.2.4. Изнајмување на бизнис – Франшиза

„Изнајмувањето на бизнис – франшизата е систем за проширување на бизнисот и дистрибуција на добра и услуги како и можност да се води бизнис со препознатлив бренд. Таа е врска меѓу сопственикот на брендот и локалниот оператор на бизнисот.“ (Seid, M., Thomas, D., 2006)

Франшизата во суштина е вид на лиценца која ја добива едната страна – франшизантот и со која му се дозволува да има пристап до бизнисот кој му се изнајмува односно има целосен пристап до знаењето, обележјата и процесите на франшизерот со цел да продава одреден производ или да дава одредена услуга користејќи го името на бизнисот. Во замена за користењето на франшизата, франшизантот му плаќа на франшизерот одреден почетен годишен надомест за лиценцата. За франшизата може да се каже и дека е„метод на дистрибуција или маркетинг каде сопственикот на бизнисот кој е изнајмувач преку договор со примачот на бизнисот, поединец или претпријатие му овозможува да го извршува бизнисот на ист начин на однапред позната локација за определен временски период“. (Здравко, Г., 1991)

„Од аспект на организацијата, франшизата може да се согледа на три различни начини:

1. Како маркетинг стратегија

2. Како посебен вид на внатрешни одннoси во организацијата и

3. Како посебен вид на организација“ (Hoy, F., Stanworth, J., 2003)

„За франшизантот најбитно е да биде подготвен да работи на свој начин, да ги инвестира парите во франшизата и да ја тестира во пракса. Можеби ќе биде потребно, а исто така е и препорачливо да го тестира бизнисот на неколку локации за да може да согледа како би се одвивал бизнисот под различни околности и во различни услови.“ (Mendelsohn, M., 2005)

Франшизата е многу популарен метод за започнување на бизнис. Најчесто овој приод го практикуваат оние кои сакаат да работат во индустрија каде конкуренцијата е многу голема како на пример оние кои работата во индустријата за брза храна.

Најголемата предност на започнувањето бизнис преку купување франшиза е тоа што франшизантот има пристап до веќе познат бренд што значи дека нема да има потреба да троши ресурси за да го рекламира брендот и да привлекува клиенти.

Трите основни видови на франшизирање се следните: бизнис – формат франшиза, дистрибуција на производ ипроизводствена франшиза.

Започнувањето на бизнис преку изнајмување на бизнис, односно преку франшиза си има одредени предности во однос на основањето на нов бизнис. Како голема предност се смета тоа што бизнисите кои започнале да работат преку франшизирање имаат мал ризик за неуспех. Кога се почнува преку франшиза, брендот е веќе прифатен од одредена група на клиенти и помала е веројатноста за недостиг на профит. Исто така, полесно е да се биде во конкуренција со големите компании кои работат во истата област. Бизнисот ги добива и сите видови на маркетинг и начини на работење, како и знаење за процесите на работа со што може да се истакне на пазарот. И покрај сите придобивки, со купувањето на франшиза доаѓаат и одредени слабости. Со добивањето на франшиза може да се добијат многу поволности доколку брендот е добро разработен и прифатен. Меѓутоа, доколку матичната компанија наиде на проблеми, со тие проблеми ќе треба да се соочи и

корисникот на франшизата. На пример, доколку излезе некоја неповолна работа поврзана со брендот на глобално ниво и почне да опаѓа бројот на клиенти тогаш таа ситуација ќе има големо влијание и врз бизнисот на корисникот на франшизата. Исто така, корисникот на франшизата е и ограничен од многу аспекти. Доколку франшизантот не се согласува со одредени политки или начини на работа на франшизерот не може да се спротивстави или да работи по своја волја. Работата мора да се извршува како што се налага од матичната компанија. Како многу голема слабост може да се земе високата цена за купувањето на франшиза. Вообичаено е трошоците за купување франшиза да бидат многу повисоки отколку планираните.

2. ОСНОВАЊЕ НА МАЛ БИЗНИС

Кога станува збор за тоа кој може да основа бизнис, не постојат никакви ограничувања. За основање на нов бизнис не се секогаш потребни многу финансиски средства, искуство или дипломи. Меѓутоа, потребен е многу добро направен план врз основа на веродостојни информации. Впуштањето во бизнис водите е навистина предизвикувачко искуство за кое мора да се биде добро подготвен. Неопходно е да се вложи многу време и труд како и напорно да се работи за да се постигне посакуваната цел. Основањето нов бизнис е комплексен процес и треба да се направат повеќе анализи и истражувања.

За бизнисот да може да функционира успешно, потребно е да се дизјанира и соодветната организациска структура. Дизајнот на организациската структура е составен од следните елементи: специјализација, департментализација, дистрибуција на авторитет, распон на контрола. Изборот на елементи и на кој начин ќе се искористи секој елемент зависи од посакуваната структура на организацијата. Во одреден бизнис како на пример фирма за програмирање пожелно е да има децентрализирана моќ додека пак во големи фирми како фабрики пожелно е моќта да е централизирана.

Кога станува збор за организациска структура, не постои една одредена структура што би можело да се имплементира во еден бизнис од почеток до крај. Бизнис структурата е нешто што постојано се менува бидејќи е тесно поврзана со надворешното и внатрешното окружување на самиот бизнис. Кога условите надвор и внатре во бизнисот се менуваат тогаш и структурата се менува. Создавањето на структурата зависи од неколку фактори: надворешно опкружување, животниот циклус на бизнисот, технологијата, човечките ресурси и стратегијата на организацијата. На пример, во развојната фаза на еден бизнис може да се употреби таков дизајн каде ќе има децентрализирана моќ, помал распон на контрола, додека со текот на времето тие елементи се менуваат во текот на бизнсиот.

2.1. Предности и слабости на основање нов бизнис

Основачите на мал бизнис првично се одлучуваат за основање на бизнис поради многубројните предности што произлегуваат при изборот на овој приод за започнување со бизнис. Некои од бројните предности при основање на сопствен бизнис се следните: нема

можност да се добие отказ, нема други надредени што би давале наредби, сами може да си го креираат работното време, сопственикот сам одлучува за делегирање на задачи и обврски, сопственкот сам ја контролира иднината, неограничена можност за изразување на креативноста, задоволство од создавање нови работни места, добивање заслуги за сопствениот труд, неограничена можност за профит, неограничена слобода при спроведување и реализирање проекти.

Една од најголемиот предности е што основачот на бизнис самиот си е свој шеф што значи дека „самиот носи одлуки за типот на бизнисот, видот на процеси, производи и услуги. Како и за начинот на кој ќе се работи и работните часови во фирмата.“(Entrepreneurship and Starting a Business, 2014).

Друга привлечна предност за основачите е неограничената можност за профит. Според Шуклев, тоа што целиот остварен профит и раководењето со истиот му припаѓа само на сопственикот е голема предност. Доколку е некој сопственик на бизнис би заработувал многу повеќе пари отколку кога би работел за некој друг. Исто така многу е важно тоа што нема никакви ограничувања кога станува збор за профит бидејќи тоа зависи од самата работа на сопственикот. (Шуклев, Б., 2006).

Луѓето почесто се одлучуваат за основање сопствен бизнис, а одбиваат да работат во фирма на некој друг токму поради целосната слобода во секој можен аспект на работата. „Да поседуваш сопствен бизнис ти овозможува да ја контролираш сопствената судбина. Како сопственици на бизниси, луѓето се свесни дека успехот на бизнисот зависи само од самите нив. Основачите нема да бидат обврзани да слушаат наредби од некој друг и да почитуваат одлуки донесени од некој над нив. Како сопственици на бизниси, нема веќе да зависат од милоста на некој друг и да работат во време кое го одредуваат другите. Успехот на сопствениот бизнис зависи од одлуките и направениот избор од сопственикот. Како и задоволството што доаѓа со растот на бизнисот, успехот на вработените и придонесот во општеството.“ (Busch, M., 2013)

Покрај разновидните предности, основањето на сопствен бизнис има и одредени недостатоци на кои треба да се посвети внимание за да не доведат до фатален неуспех. Несигурноста на постојани финансиски примања, потреба од вложување премногу труд и време, ризик од губење на финансиски средства или недоволно финансиски средства,

недоволна побарувачка на производите или услугите што се нудат, многу посилна конкуренција, лош избор на вработени или лошо управување со вработени се само дел од недостатоците што произлегуваат од основањето на бизнис. Основачот мора да биде свесен дека со основањето на мал бизнис, барем во почетната развојна фаза на бизнисот, целиот товар ќе биде на него. Односно треба да согледа дека функционирањето на бизнисот зависи од него како што се: квалитетот на услугата, работата на вработените, пласирањето на производот или услугите на пазарот, профитот или загубата, работните часови, платите и слично.

„Трите основни грижи на секој што размислува да основа мал бизнис се следните: Непостојани и несигурни финансиски примања, потреба за вложување на многу труд и време и ризикот за загуба на финансии. Кога станува збор за сопствен бизнис, тогаш сопствениците треба да знаат дека не можат да се потпрат на сигурна и редовна плата секој месец бидејќи голема е можноста за флуктуации. Одредени измени во работењето на бизнисот како пад на профитот може да се случуваат многу често и тоа во повеќе случаи тој намален профит не е врз основа на одлуките на сопственикот, туку е поради причини врз кои сопственикот нема контрола. Покрај променливите примања, сопствениците треба да знаат дека основањето на сопствен бизнис бара многу голема посветеност. Тоа значи дека мора да се жртвува своето слободно време и барем на почетокот на развој на бизнисот треба да се работи многу повеќе часови што доведува до намалување на времето поминато со семејството или пријателите. Исто така, оние што размислуваат за нов бизнис се грижат за што би се случило ако ги изгубат финансиските средства и треба да имаат резервни планови бидејќи доколку дојде до загуба во бизнисот ќе мора да бараат инвеститори или да вложуват сопствени финансиски средства за да не пропадне бизнисот.“ (Entrepreneurship and starting a business, 2014.)

2.2. Постапка за основање нов бизнис

Кога одлуката за основање на нов бизнис е донесена, прво и основно нешто што треба да се направи е физибилити студија. Оваа студија всушност е анализирање на факторите кои

влијаат врз бизнисот. Физибилити студијата според Шуклев е анализа на следните фактори:

- пазарот за пласирање на услугите/производите,

- локацијата каде ќе работи бизнисот,

- потребните финансии и дали може да се покријат трошоците,

- обврските и барањата што треба да се исполнат според законите и прописите.

Пазарот за вашиот производ

Пред развивањето на успешна бизнис стратегија, мора претприемачот да го разбери пазарот во кој ќе го отвори бизнисот. Исто така, неопходно е да се истражува сè што е поврзано со конкуренцијата со цел да се овозможи бизнисот да биде успешен. „Истражувањето на пазарот се прави со цел да се соберат доволно информации за клинетите, конкуренцијата и областа во која ќе се работи за да може да се направи соодветна влезна бизнис стратегија“ (Barrow, C., 2011). Со други зборови, треба да се знае дали доволен број на клиенти се заинтересирани да го купуваат она што бизнисот ќе го продава за цена што ќе биде поволна и за опстанокот на бизнисот и за купувачите. „Пазарната студија опфаќа анализа на клиентите, конкуренцијата, производот, цената, промоцијата и каналите на дистрибуција.“ (Barrow, C., 2011).

Кога се истражуваат клиентите се мисли на тоа да се даде опис на населението и кој би можел да ги купува производите што се нудат. Односно, како што се споменува и во книгата на Шуклев, конкретно треба да се проучат информации поврзани со возраста на луѓето, дали приходите се високи или пониски, какво образоване поседуваат и слично. (Шуклев,Б., 2006).

Под истражување на конкуренцијата се подразбира анализа на тоа кои се конкурентите, кои се нивните предности и слабости, кои производи ги нудат, кои се нивните клиенти и слично.

Анализа на производот вклучува наоѓање начини за да се создаде производ или услуга што ќе ги исполни барањата на клиентите, а истовремено што ќе биде уникатен и ќе овозможи истакнување на пазарот.

За цената мора да се истражува која вредност би ја прифатиле клиентите, што е она што би ги поттикнало да платат и да останат лојални купувачи.

Истражување на методите за промоција претставува анализа на тоа кои промотивни материјали и ги користат клиентите, кои весници ги читаат, кои интернет страници ги разгледуваат и слично. Клучот за идентификување на тоа каде и како да се промовира бизсниот е во откривањето кои пораки всушност влијаат врз клинтите за да го купат производот или услугата, а не само да кликнат за да прочитаат информации.

Локацијата на претпријатието

Локацијата е една од најважните фактори кога станува збор за успехот на бизнисот. Од клучно значење е да се направи добро истражување и да се одлучи каде треба да е бизнисот за да може производите или услугите да им бидат достапни на клинетите, а цената на киријата да е поволна. За да се одлучи правилно, треба да се согледа видов на бизнисот, какви производи или услуги ќе се нудат, дали е потребно да е во близина на клиентите, дали има достапна работна сила, да се осигура дека ќе има доволно простор за проширување и слично.

Финансиските барања за работење и способност да се реализираат

Кога се спроведува физибилити студија многу важен дел е делот за финансиските барања. Пред да се започне со бизнис, мора да се согледаат сите финансиски трошоци што се потребни за започнување на бизнисот како и трошоците што се потребни за одржување на истиот. Доколку има недостиг на финансиски средства, влезот на пазарот ќе биде оневозможен или отежнат па затоа може да се преземат дополнителни мерки како земање кредити од банки или други институции. Кога ќе се направи анализа на потребните трошоци, следен чекор е да се направи проценка колку бизнисот би имал профит и дали би можело да се заработат доволно финансиски средства за да се покријат сите тековни трошоци. На овој начин се согледува дали бизнисот би бил профитабилен и дали вреди да се започне со работа.

Правните барања за работење

Работењето на мал бизнис како и областите во кои се работи се регулираат со бројни закони и правила како на ниво на државно така и на ниво на локално ниво. Пред да се основа нов бизис, неопходно е да се знаат сите правни барања кои се потребни за работа. Мора да се имаат предвид сите закони и правила, дали се потребни одредени дозволи за работа, дали има одредени правила за локацијата, да се знае сè што е потребно за даночниот систем, да се знаат и почитуваат законите за правни односи, да се озбездат правилни санитарни и пазарни услови и слично. Малиот бизнис мора да дејствува во согласност со сите правни регулативи што се однесуваат на областа и видот на работа на истиот.

2.3. Бизнис план

За да има поголема веројатност за успех на бизнисот уште на самиот почеток, потребни се многу информации. Поради тоа се прават повеќе анализи пред основањето на бизнисот за да се добие сознание за тоа како да се делува во повеќе области. Со помош на анкети и прашалници се добиваат основни информации за потрошувачите и нивните финитети па од тука се дознава на што да се посвети повеќе внимание во однос на производите или услугите што ќе се нудат. Исто така преку анкети и прашалници може да се дојде до значајни информации за локацијата на бизнисот со што би се направил попристапен и попривлечен за потрошувачите. Откако ќе се направат одредени првични анализи, пред да се основа бизнисот неопходно е да се подготви бизнис план. Денес, не може да се започне со постапката за основање на бизнис без претходно да се креира бизнис планот. Во него се претставени сите информации потребни за започнување на бизнисот, како и за почетната фаза на работа на истиот. Бизнис планот е во суштина еден вид на патоказ за тоа како ќе се одвива целиот процес на основање на бизнисот како и сите потребни активности што ќе се преземат за истиот да функционира успешно во првите фази на постоење. За да се создаде еден бизнис план, прво треба да се земат предвид сите информации добиени од претходните истражувања бидејќи бизнисот планот зависи од видот на бизнисот за кој се прави. Постојат примери за бизнис план што се лесно достапни до сите преку Интернет

или преку агенции за развој и помош на бизнисите. Меѓутоа, нема еден универзален бизнис план што би бил соодветен за секој бизнис и токму поради тоа секој нов бизнис мора да си има нов бизнис план што ќе биде соодветен. Може да се искористат некои бизнис планови само како пример за да се дојде до сознание кои податоци би требало да ги содржи бизнисот планот и на што најмногу треба да се посвети внимание. Еден основен бизнис план би требало да ги содржи следните податоци:

- Насловна страница

-Содржина

- Бизнис портфолио (Општи податоци за фирмата)

- Мисија и цели

- Дефинирање на производот/услугата

- Анализа на пазарот

- Продажба и маркетинг план

- Организациска структура и човечки ресурси

- Финансиска анализа

- Прилози

Овие елементи може да варираат од еден до друг бизнис план. Секој од елементите опфаќа повеќе информации .кои може да бидат групирани и на друг начин. Во основа, еден бизнис план се темели на горенаведените елементи и укажува кои активности треба да се преземат како и кои анализи се потребни пред основање и на почеток на работа на новиот бизнис. Во прилог на овој магистерски труд има целосно изработен бизнис план.

2.4. Закони, норми и правила за основање мал бизнис во Република Северна Македонија

Во Република Македонија постои Закон за трговски друштва (објавен во Службен весник број 28, 2004 година) со кој се регулира основањето на мали претпријатија. Во Законот

постојат сите информации што се потребни за едно претпријатие да функционира во согласност со сите правила на територијата на Република Северна Македонија. Во продолжение е претставен само дел од основните информации од законот што е потребно да се знаат пред да се основа мал бизнис.

Секој сопственик на мал бизнис или иден сопственик неопходно е да го проучи Законот што се однесува на малите бизниси за да ги добие сите потребни информации. Во Законот има инаформации за следното:

- Кој и на каков начин може да основа бизнис;
- Како се определува секторот на бизнисот;
- Како треба да функционира бизнисот според секторот во кој припаѓа;
- Кои податоци се потребни да се достават од страна на сопственикот како лични податоци, податоци за име и седиште на фирмата, за време на траење на фирмата, сопственици на фирмата и слично.
- На кој начин се доставуваат податоците и како се доставуваат во Централен регистар.
- Сите белези и поими поврзани со бизнисот што ќе се основа.

3. КЛУЧНИ ФАКТОРИ ЗА УСПЕХ ПРИ ОСНОВАЊЕ НА НОВ БИЗНИС

Успехот на организациите зависи од многу фактори, но најзначајни се локацијата на бизнисот и менаџментот на човечките ресурси.

Правилно избраната локација има голема улога во успехот на бизнисот. Доколку не се посвети доволно внимание и анализи на локацијата тогаш бизнисот ќе биде подложен на неуспех. Изборот на локација е многу сложен и деликатен процес токму затоа што е еден од најбитните фактори за бизнисот.

Исто така, за организацијата да може да просперира потребно е да е добро управувана. Вработените се основната алатка со која една организација може да се искачи на врвот доколку се правилно распоредени и менаџирани. Додека па, ако не им се обрнува големо внимание и ако не им се придава значење на вработените, организацијата никогаш нема да биде успешна без разлика колку пари се вложени во материјали, машинии слично. Бидејќи колку и да е добра и квалитетна опремата во една организација, доколку нема вистински вработени, таа нема да функционира. Затоа е многу битно во една организација да има добар менаџмент на човечките ресурси. Менаџментот на човечки ресурси претставува процес во кој треба да се најдат соодветните луѓе и да се вработат на соодветни работни места во соодветното време. Менаџментот на човечки ресурси опфаќа голем број активности како планирање на човечките ресурси, регрутирање, селекција на кандидати, обука и развој, оценување на перформансите на вработените, здравје и сигурност и слично.

3.1. Избор и улога на локација при основање бизнис

Одлуката за избор на локацијата на мал бизнис е еден од најбитните аспекти што треба да се согледаат при основањето на мал бизнис. Кога станува збор за мал бизнис, локацијата е факторот што диктира број на клиенти, профит, долгорочен успех и слично. Пронаоѓањето на добра локација подразбира целосно разбирање на сите квалитети што

треба еден простор да ги содржи. Суштински аспекти во изборот на локацијата се длабоките анализи како проучувањето на демографијата, анализирање на локацијата на конкуренцијата како и проучување на областа. Исто така, од витално значење е да се согледаат и потребните на бизнисот што ќе биде на одредената локацијата. Доколку се работи за ресторан тогаш локацијата треба да биде на некое прометно место каде полесно би се привлекувало вниманието на клиентите. Од друга страна па, доколку бизнисот е во областа на производство или доколку се работи за складиште (магацин) тогаш треба да се земе предвид дека мора да има поголем простор како и пристапни патеки за камиони и комбиња.Локацијата има високо влијание врз позиционирањето на бизнисот на пазарот. Исто така, огромното значење на локацијата може да се согледа и во поглед на маркетингот на бизнисот. Доколку за видот на бизнисот соодветна локација е одредено прометно место, тогаш самата адреса на локацијата може да укажува на квалитетот на бизнисот. На пример, во Битола, купувачите ги сметаат за полуксузни и поквалитетни продавниците што се наоѓаат на самиот Широк Сокак од продавниците на другите места во градот. Освен тоа, самата локација може да е многу добар елемент во маркетинг стратегијата. Кога локацијата е некое прометно место каде има голем број на минувачи тогаш нема да има потреба да се спроведуваат многубројни кампањи и реклами во почетокот за купувачите да дознаат за самиот бизнис. Ова се само дел од причината за тоа од колку големо значење е улогата на самата локација како и носењето одлука за избор на соодветната локација што би довела до успех на бизнисот.

3.1.1. Фактори при избор на локација

Веќе споменавме колку е значајно за еден бизнис да се направи вистинскиот избор на локацијата. За да се одлучи правилно и да се одбере соодветната локација, прво треба да се согледаат и анализираат повеќе фактори. Избирањето на вистинска локација што ќе донесе успех за бизнисот е многу комплексен процес. Да се избере локација не значи да се најде простор во најпопуларната зграда во градот или па да се најде простор со најниски трошоци. Токму поради тоа, во овој дел се разгледуваат потребните фактори што имаат влијание врз изборот на локацијата.

Според Тим Мартинез, „еден од најбитните фактори што треба да се разгледаат е **далечината од конкуренцијата**. Локацијата на конкуренцијата е важна бидејќи доколку на пример се отвора нова продавница во која сопственикот би продавал облека од одреден бренд, а во близина има друга продавница што го продава истиот бренд, тогаш можеби нема да добие дозвола од брендот таа облека да се продава на локацијата што ја избрал“ (Martinez, T., 2006). Затоа потребно е да се истражи дали во близина има други бизниси кои веќе го продаваат истото она што би сакале да го продаваат новите сопственици и како тоа би имало влијание врз новиот бизнис.

Друг фактор што се потенцира во книгата на Мартинез е „**атмосферата или амбиентот на бизнисот**. Треба да се внимава и на изгледот бидејќи многу потрошувачите одат во одредени места токму поради изгледот односно амбиентот. На пример, секој може да пие кафе дома, но повеќето одат некаде и плаќаат за кафе само да можат да уживаат во амбиентот што го нуди бизнисот“(Martinez, T., 2006). Доколку потрошувачите се чувствуваат пријатно во просториите на бизнисот тогаш поголеми се шансите да ги купуваат производите/услугите што се нудат.

Мартинез исто така како клучен фактор го посочува и „**договорот со сопственикот на просторот** што се изнајмува. Треба внимателно да се пристапи кон договорот за изнајмување на просторот што ќе се користи за бизнисот. Не е препорачливо да се прифатат веднаш сите услови што ги нуди сопственикот, туку треба да се разгледаат сите можности и да се преговара за договорот да биде прифатлив за двете страни, за сопственикот на просторот и за сопственикот на бизнисот. На пример, сопствениците на просторот што се издава секогаш нудат договори на подолг период како пет години. Но сопственикот на бизнисот може да преговара тој услог да се измени и да се направи на пример договор на две години со можност за продолжување на пет години. Треба добро да се размислува за секој услов и подуслов бидејќи може да се дојде до несакани ситуации како на пример договорот да е на две години и по две години бизнисот да почне да станува успешен, па сопственикот на просторот да ја зголеми цената за издавање доколку сопственикот на бизнисот сака да продолжи да го користи просторот и понатаму. Некогаш сопствениците на бизниси се откажуваат поради зголемување на цената и мора повторно

да бараат нова локација што ќе има големо влијание врз успехот на бизнисот.“ (Martinez, T., 2006)

Според Шуклев Б., ресурсите што се на располагање, како и подрачјето во градот, дали потрошувачите може да стигнат до локацијата, какво е окружувањето на бизнисот и како е наклонет сопственикот кон бизнисот се дел од најбитните фактори што треба да се разгледаат кога се избира локацијата. (Шуклев, Б., 2006)

Достапноста до потрошувачот

Постојат производи кои за да донесат профит неопходно е локацијата на истите да биде во близина на потрошувачите како на пример фризерски салони, одреден вид на храна и бензинот. Бидејќи доколку не се во близина, голема е веројатноста потрошувачите да ги користат производите на конкуренцијата. (Шуклев, Б., 2006)

Потребно е да се има информација за тоа дали таргетната група потрошувачи живее или често се движи во близината на локацијата на бизнисот. Доколку бизнисот е таков каде е потребно потрошувачите да доаѓаат на избраната локација тогаш мора да им е лесно пристапна бидејќи доколку е подалеку или не е пристапна тогаш може да се доживее неуспех поради мала посетеност.

Условите на окружувањето на бизнисот

Успехот на еден мал бизнис во голема мера зависи од условите на опкружувањето.Еден таков пример се базените за капење и климатизерите чија продажба зависи од временските услови. (Шуклев, Б., 2006)

„Од клучно значење е за секој сопственик на мал бизнис да умее да ги препознае сите фактори на опкружувањето од кои зависи успехот или неуспехот на нивниот бизнис. Опкружувањето е просторот во кој претпријатието дејствува и трпи влијанија од него. Во интерното опкружување се јаките и слабите страни на бизнисот, а во екстерното опкружување се наоѓаат можностите и заканите. Со помош на овие четири елементи се прави SWOT анализа која е од голема помош за успех на бизнисот. За да биде успешен, секој бизнис треба да ги употребува јаките страни, да ги подобрува слабите страни, да ги

искористува можностите и да ги избегнува заканите:“ (Ефтимоски, Д., Златковски, З., Ковачевска, В., С., 2010)

Расположливоста на ресурсите

Работната сила и транспортот кои се достапни, како и суровините се дел од ресурсите што имаат големо влијание врз локацијата. (Шуклев, Б., 2006)

Доколку видот на бизнисот условува да се најдат вработени од одредени струки тогаш локацијата мора да е во место каде има расположлива работна сила во тие струки. Бидејќи ако се избере локација каде има недостиг на работна сила од таа струка тогаш бизнисот уште од почеток е осуден на пропаст со тоа што нема да може да функционира без доволен број на квалификувани вработени. Исто така и доколку се неопходни одредени суровини за функционирање на бизнисот тогаш локацијата треба да е во близина на тие суровини или во место каде лесно ќе може да се набават бидејќи доколку е тешко да се набават потребните суровини на избраната локација тогаш бизнисот ќе има огромни пречки дури можеби и стагнирање со работата поради недостиг на суровини. Треба да се фокусира на сите елементи потребни за бизнисот да може непречено да функционира и да се бара локација каде има доволно од сите елемнти што се потребни за да може бизнисот да биде успешен.

Личната склоност на сопственикот

Еден од најмногу потенцираните фактори на локацијата е личната склоност на сопственикот. На пример, сопственикот на еден мал бизнис би имал поголема сигурност и контрола доколку бизнисот е во место каде има повеќе пријатели и роднини, односно во градот каде живее. Доколку бизнисот е во неговиот град, тогаш сопственикот ќе може полесно да процени како да ги привлече потрошувачите бидејќи ќе има подобри информации за желбите на истите. Исто така, пријателите може да бидат од голема помош при промовирање на производите односно услугите. (Шуклев, Б., 2006)

Доколку сопственикот е повеќе склон кон локацијата тогаш ќе биде и помотивиран и поисполнет во текот на работењето што би довело до поголема креативност и создавање

подобра работна атмосфера за вработените. А спротивно на тоа, доколку сопственикот не се чувствува пријатно и удобно на одредена локација тогаш тоа би резултирало со создавање на поголема тензија и напнатост меѓу него и вработените како и можност за лош однос со потрошувачите. Во овој случај, сопственикот би имал помал или воопшто не би имал ентузијазам ниту па мотивираност за работа што може да доведе до лошо работење на бизнисот и неуспех на истиот.

Расположливоста на потенцијалното подрачје и трошоците.

Кога се размислува за локацијата треба да се проучи какви можности има во посакуваното подрачје, како и да се анализираат трошоците. Доколку трошоците се преголеми тогаш подрачјето и да има поволни можности можно е да доведе до неуспех поради преоптоварување на буџетот. Неопходно е да се размисли дали поисплатливо би било да се изнајми или да се купи одредениот простор што ќе се користи.(Шуклев. Б., 2006)

Треба да се посвети внимание и на можности за проширување на бизнисот во иднина како и на трошоците на околните достапни простории/згради или на достапноста на простор на друга локација. Доколку во иднина се планира проширување на бизнисот и е потребно да се закупи поголем или повеќе простор во близина на постоечкиот, тогаш треба да се земе во предвид дали постојат такви можности. Дали во близина има уште простор на располагање или тоа би било невозможно бидејќи нема доволно простор. Ако нема можност да се закупи повеќе простор во иднина тогаш тоа може да потегне сериозни проблеми и пречки за бизнисот бидејќи можеби ќе треба бизнисот целосно да се премести на друга локација.

3.1.2. Постапка за избор на локација/Анализа

Правилно избрана локација значи успех за малиот бизнис. Но, за да се донесе правилна одлука и да се избере вистинската локација за еден мал бизнис потребно е да се вложи труд и да се направи обемна анализа на многу фактори. Со помош на горенаведените фактори може да се стигне до посакуваната локација.

Локацијата е всушност местото каде клиентите добиваат целосна слика за бизнисот и ја носат одлуката дали да го купат производот или дали да ја искористат услугата.

За да се дојде до вистинската локација, прво и основно нешто е **да се одреди типот на бизнисот.** За одреден тип бизниси, локацијата е од клучно значење бидејќи од местото зависи профитот. На пример, за ресторaните и бизнисите на трговија на мало како продавници за облека, играчки и слично, локацијата има големо значење. Доколку се отвори ресторан во место каде нема во близина живеалишта или раздвиженост тогаш нема да има посетеност што значи нема да остварува доволно профит. Додека пак, за други бизниси како онлајн трговија, локацијата не е од суштинско значење туку сопствениците треба да се насочат на други фактори.

Откако ќе се одреди типот на бизнисот, следен чекор е д**а се одреди буџетот што сопственикот го има на располагање за локацијата**. Вообичаено, сопствениците на мали бизниси изнајмуваат простор и затоа е потребно да одберат место кое се нуди за цена пристапна за буџетот на бизнисот. Доколку цената на просторот е превисока ќе го преоптоварува буџетот што ќе има лоши последици врз други елементи на бизнисот. Може да се случи да е превисока цената за изнајмување и да мора поголемиот дел од профитот да се одвои за тоа, а последиците да се гледаат во недостаток на квалитет на производот или да треба да се намали платата на вработените. Доколку не се распореди буџетот соодветно тоа може да доведе до фатално негативно влијание врз работата или угледот на бизнисот.

Откако типот на бизнисот и буџетот се одредени, неопходно е **да се проучат законите и прописите што се однесуваат на бизнисот и на локацијата** каде сакате да ви биде бизнисот. Во одредени држави и градови постојат различни прописи за бизниси во различни области. Во некои области има повисоки цени за даноци како и построги прописи и закони. Токму поради тоа, кога се разгледува некоја локација треба да се дознаат сите важечки правила за да не дојде до несакани ситуации како добивање казни од инспекција или потреба од плаќање повисоки цени за непланирани трошоци.

Доколку горенаведените три чекори се исполнат соодветно, следно е вниманието да се насочи на останати фактори кои за секој бизнис се различни. Сопственикот на бизнисот, во зависност од бизнисот што го основа, сам одлучува на кој од останатите фактори ќе посвети внимание. Анализирањето на факторите и чекорите за избор на локацијата треба да се направи темелно бидејќи одлуката за локација е комплексна. Иако звучи како

едноставно, најчесто малиот бизнис доживува неуспех токму поради недоволно посветено внимание на локацијата. Многу од сопствениците често забораваат на одредени работи што им изгледаат како ситници, а токму тие се скапоцени како на пример, достапноста на бизнисот до потрошувачот, осветлување на паркинг, безбедносни прописи во просторот и надвор од него, фреквенција на луѓе на таа локација и слично. Не смее да се потцени ниту па да се запостави ни еден детал што е поврзан со локацијата бидејќи токму тој може да е клучот до успехот на бизнисот.

3.2. Способности и карактеристики на менаџерите

Успехот на секоја организација зависи од човечките ресурси и од начинот на кој тие се менаџирани. Многу јапонски компании докажаа дека успехот се постигнува преку вработените на организацијата. Акио Морита, основачот на „Сони корпорацијата“, кажа дека нема никаква магија што помогнала за успехот на јапонските компании. Тајната на нивниот успех е едноставно начинот на кој ги третираат своите вработени.

Она што прави навистина голема разлика во организацијата се луѓето, затоа целиот тој процес од планирање, селектирање па сè до нивниот развој игра голема улога во една организација. Со тоа што ги имаат вистинските луѓе, организациите ги постигнуваат посакуваните цели и успеси без разлика на препреките кои може да ги најдат. Затоа доброто менаџирање со човечките ресурси е витално за една организација.Менаџментот на човечки ресурси всушност се однесува на привлекување, развивање и одржување на ефективна работна сила (Griffin, R., Ebert, R., 2002). Целите на менаџментот на човечки ресурси се да се осигураат дека:

- Организацијата ги исполнува сите можности за вработување

- Организацијата спроведува работни анализи за да востанови кои специфични вештини се потребни за работните позиции

- Организацијата ги предвидува точно барањата за човечки ресурси што се потребни за да успее и да ги постигне зацртаните цели.

- Регрутирање и селектирање на соодветни вработени.

- Подготвување дополнителни обуки за потребите на вработените.

- Оценување на перформансите на вработените со цел да се мотивираат и наградат оние кои добро ја работат работата и да им помогнат во развивање на вештини на оние кои имаат недостатоци.

3.2.1. Лични карактеристики потребни за успешно раководење со мал бизнис

Во секој бизнис неопходно е да има соодветни менаџери кои ќе го водат целиот процес за да може бизнисот да функционира успешно. Менаџерите се луѓе што имаат одредени способности и карактеристики потребни за да раководат со другите. За еден менаџер успешно да се справи со сите предизвици накои ќе наидува прво мора да има одредени лични карактеристики како: комуникација, амбиција, брзо и рационално носење одлуки, откривање и решавање на проблеми, да биде инспиративен (способност за говорење), да воспоставува интерперсонални односи, да воспостави авторитет, да има храброст да преземи ризик, да има чувство за темпирање, интуиција, трпение, да бидат мотивирани, прилагодливи на промени, способни да работат под притисок, желба за нови постигнувања.

1. Способност за комуникација

„Способноста за комуникација, размена на информации, идеи, чувства, стравови, најверојатно е највлијателниот фактор во човековиот развој. Ефективната комуникација се состои од шест елементи:

1. извор (говорител)

2. порака (зборови)

3. комуникациски канал (писмо, разговор)

4. примател (тој што слуша)

5. повратна информација (пишуван текст, зборови)

6. контекст (јазик, култура, историја на врската).“ (Stainsby, K., 2007)

Најсуштинска лична карактеристика што еден менаџер треба да ја поседува е комуникативноста. Доколку менаџерот не умее да комуницира со вработените тогаш ќе настанат голем број на пречки што ќе направат штета на бизнисот. Секој поединец е различен, доаѓа од различна средина со свои ставови и размислување, како и има различна реакција на одреден начин на давање задачи. Токму поради тоа менаџерот мора да знае да ги процени вработените и да го одбере правилниот начин на делегирање задачи како и давање забелешки за подобрување во работата. Кога се делегираат задачи, истите мора јасно и прецизно да се изнесат за да не остане простор за недоразбирање или различно толкување на истите. За бизнисот да успее неопходна е многу добра комуникација со сите што се вклучени во процесот.

2. Калкулирано преземање ризик

Друга лична карактеристика е калкулирано преземање ризик. Доколку некој само чека прво да се осигура дека условите се поволни па потоа да преземе некоја акција тогаш мала е веројатноста да успее во полето на бизнисот. За да се доживее успех, потребно е да се биде храбар и да се преземе ризик, односно тоа значи да се преземат одредени акции додеке уште условите не се сосема поволни или не е целосно загарантирано дека ќе се доживее успех. Меѓутоа, не треба само да се избрзува и да се презема каков било ризик, прво треба да се процени дали ризикот би се исплатил и доколку не е успешно, дали штетата може да се поправи или ќе биде фатална. „ Многу луѓе мислат дека успешниот менаџер е коцкар кој презема големи ризици. Но, тоа не е вистина. Успешниот менаџер не е ниту коцкар, ниту избрзува со преземање големи ризици. Успешните менаџери преземаат прецизно пресметани и проценети ризици што не би ги довеле во голема финансиска опасност.“ (Entrepreneurship and starting a business, 2014).

3.Прилагодливи на промени

„Успешните менаџери мора да бидат секогаш отворени за промени, да не очекуваат стабилност и безбедност во полето на работата, туку напротив треба постојано да се подготвени брзо и успешно да се прилагодуваат на промените околу нив.“ (Entrepreneurship and starting a business, 2014).

Во светот на бизнисите, надворешните и внатрешните услови се во постојано движење и се подложни на промени. Секојдневно се создаваат нови трендови и се внесуваат многубројни иновации во работењето на бизнисот и токму поради тоа, од клучна важност е менаџерот да може да предвиди одредени промени и да знае брзо и успешно да ги прилагоди сите активности во бизнисот така што промените би им биле од корист за бизнисот.

Доколку еден менаџер не успева да се прилагоди на промените околу бизнисот тогаш бизнисот ќе заостанува во овој свет на брзи промени и нема да може да опстане покрај силната конкуренција која се зголемува секој ден.

4. Постојана потреба за нови достигнувања

Неопходноста од нови достигнувања како на бизнисот така и на менаџерите е диктирана од начинот на живот во денешницата. Шансите за успех на бизнисот би биле минимални доколку менаџерот на тој бизнис е задоволен само со своите поранешни достигнувања и не се стреми кон многу повеќе. Денес, веќе не е доволно само да се има завршено одредено образование, да се има обуки и постигнувања пред да се почне да се работи туку потребата за истите се зголемува во текот на годините работа. „Успешните менаџери си поставуваат високи цели и кога ќе ги исполнат поставените цели веднаш поставуваат нови цели на уште повисоко ниво. Способни се да работат многу часови за да ги исполнат своите цели.Успешните менаџери секогаш се натпреварuваат со нивните високи стандарди и се обидуваат да ги надминат за да станат уште подобри.“ (Entrepreneurship and starting a business, 2014)

5. Брзо носење соодветни одлуки

Менаџерите секојдневно носат разни одлуки врз кои се заснова функционирањето на бизнисот. Умеењето да се носат добри одлуки за кратко време е клучен елемент во развој на еден бизнис. За организацијата да функционира ефективно и без проблеми, неопходно е да се донесат вистинските одлуки. Менаџерот ја сноси целосната одговорност за секоја донесена одлуки и треба да ја прифати одговорноста за резултати што ќе се добијат врз основа на донесената одлука. Успешниот менаџер мора да има способност да направи вистинска проценка и да донесе одлука која ќе го диктира успехот на бизнисот, како и успехот на самиот менаџер. „На успешните менаџери не им претставува проблем кога се наоѓаат во ситуација во која тие се одговорни за успехот или неуспехот на одредена задача. Секој проблем или пречка го гледаат како предизвик со кој треба да се соочат и да го надминат.“ (Entrepreneurship and starting a business,2014)

3.2.2. Видови менаџери и менаџерски способности

Брзите промени во светот имаат големо влијание врз работата на организациите. Поради зголемената конкуренција, секоја организација е во трка да пронајде што е можно повеќе иновации, подобар квалитет и подобар начин на работа. Доколку организациите не ги следат промените и не го следат ритамот на работата тогаш мали се шансите за успех. За една организација да биде навистина успешна и профитабилна во денешницата, потребно е да се постават вистинските луѓе кои ќе ја водат и контролираат.

Организациите денес имаат потреба да бидат управувани на вистинскиот начин за да опстанат. Конкуренцијата меѓу бизнисите е голема, како и постојаните пречки и проблеми на кои се наидува. Менаџментот и луѓето кои се поставени за менаџери играат клучна улога во успехот или неуспехот на една организација.

За поимот “менаџмент“ постојат повеќе дефиниции кои ќе се наведат.Според Питер Ф. Дракер, „менаџментот и менаџерот се неопходност за организациите од најмалите до најголемите. Тие се специфичен орган на секоја институција. Тие се онаа алка која сè држи заедно и поради неа сè функционира како што треба. Ниедна организација не би функционирала без менаџери“(Drucker F. P., 1999). Според друга дефиниција,

„менаџментот е дисциплина која ги систематизира правилат, принципите и теориите. На база на тоа, менаџментот се препознава како посебна дисциплина која ги остварува поставените цели со потенцирање на најефикасно искористување на човечкиот напор и со помош на ресурсите“ (HeyelC., 1968).

3.2.2.1. Видови менаџери

Менаџерот е личност која е од витално значење за организацијата. Дали организацијата ќе биде успешна или неуспешна во голем дел зависи од менаџерот кој ја води. Менаџерите имаат различни функции во организациите, но глобално земено, има неколку основни функции. Менаџерот е задолжен за планирање, организирање, планирање на персонал, водење и контрола. Во зависност од тоа каква е организацијата, треба да се постави соодветен менаџер бидејќи постојат различни видови на менаџери. Според неколку истражувања издвоени се четири видови на менаџери: менаџер-учител, менаџер кој поттикнува, менаџер кој е секогаш достапен и совршен менаџер.

1. Менаџер-учител

Менаџерите кои се во оваа група се луѓе кои ги учат вработените брз основа на сопственото знаење и искуство. Тие им даваат на вработените повратни информации во вид на совети и лично ги насочуваат кон напредок. Повеќето имаат големо познавање на технологијата и имаат поминато години придонесувајќи за организации.

2. Менаџер кој поттикнува

Овие менаџери вообичаено не им се мешаат на вработените и не им даваат наредби туку ги остават да ја работата работата на сопствен начин. Тие на вработените им даваат контруктивни критики. Овие менаџери се секогаш достапни и ги поддржуваат вработените. Единствена слабост на овој вид менаџери е што не се многу ориентирани кон развивање на способностите на вработените.

3. Менаџер кој е секогаш достапен

Овие менаџери постојано ги насочуваат вработените и ги водат кон постојано напредување. На разни начини им укажуваат како да ја подобрат работата. Овие менаџери се целосно посветени на подобрување на вештините на вработените. Усовршувањето на вработените и на целиот процес на работа е нивна дневна задача и нивна цел.

4. Совршен менаџер

Овој вид менаџери се екстремно компетентни. Тие се отворени личности и прифаќаат идеи кои може да придонесат за бенефити на тимот. Тие исто така имаат големо разбирање и се свесни за проблемите кои може да настанат во текот на работата и во животот на вработените. Овие менаџери ќе направат сè што можат за да им помогнат на вработените. Не само што се совршени менаџери туку се и совршени пријатели.

Како и успешните лидери, така и успешните менаџери секогаш се истакнуваат и се разликуваат од останатите во група. Некои луѓе веќе имаат одредена основа за менаџери, но сепак не стигнале на врвните места без вложување во себе и многу труд. Потребно е многу време за да се изградат одредени способности за да може да се менаџери во една организација. Следните карактеристики се одвоени како основните според истражувањата: способност за справување со различни типови луѓе, способност за ефективна комуникација и способност за користење на модерната технологија (технолошки savvy – напредни познавања на модерната технологија).

3.2.2.2. Менаџерски способности

За еден нов бизнис да биде успешен, неопходно е да е биде управуван од вистинските луѓе. Под ова се подразбира дека менаџерот кој ќе го води бизнисот мора да ги поседува вистинските способности, односно мора да има лидерски и менаџерски способности.

Некои од најклучните менаџерски способности што еден менаџер треба да ги поседува за да го води бизнисот кон успех се следните: способност за справување со различни типови луѓе, способност за ефективна комуникација, способност за користење на најнова

технологија и усовршување во истата, организациски способности, способности за делегирање, способности за контролирање.

1. **Способност за справување со различни типови луѓе**

Менаџерите треба да работат со луѓе кои многу се разликуваат едни од други поради различна култура, возраст, животен стил, способности. Според Парвис, „широкиот спектар на луѓе има свои предности, во смисла на идеи, креативност и иновации на работното место. Секој чин на расизам или сексизам може да предизвика огромна организациска загуба на иновативен потенционал или неуспех, посебно на глобалниот пазар“(Parvis, L., 2003). Ова е важна причина зошто глобалните менаџери мора да поседуваат способност за справување со различни видови луѓе, да можат да ги разбираат и почитуваат разликите меѓу вработените и да се подготвени за соочување со предизвиците. Улогата на менаџерот бара тој цело време да се справува со луѓе кои работите ги гледаат од различен аспект најмногу поради влијание на различните околности, затоа и способноста за справување со различни типови луѓе е една од најважните која тој мора да ја има и постојано да ја развива. Различните фактори како пол, раса, возраст и културни вредности мора се земат предвид бидејќи сите овие фактори имаат одредено влијание врз начинот на кон менаџерите ги водат вработените. Задача на менаџерите е да препознаат кои фактори, какво влијание имаат врз работната средина за да можат да го насочат своето работење во правилна насока.

2. Способност за ефективна комуникација

„За вработените да можат ефективно да ги извршуваат нивните обврски и да ја направат компанијата успешна, менаџерот мора да најде соодветен начин на комуникација. Доколку менаџерот не комуницира добро со вработните тогаш нив нема да им е јасно што треба да направат и на кон начин треба да го направат тоа. Тука доаѓа до израз способноста на менаџерот за ефективна комуникација. Отворената и искрена комуникација создава солидна конекција меѓу менаџерот и вработените, како и поттикнување на почит и доверба во менаџерското лидерство“(Mendez-Russel, A., 2001).

3. Способност за користење на модерната технологија (технолошки savvy – напредни познавања на модерната технологија)

„Живееме во ера на технологија која постојано се менува и овозможува да се работи во глобална средина каде луѓето можат да соработуваат без никакви географски граници. Брзиот развој на технологијата не само што им помага на организациите да го зголемат производството и профитот, туку исто така им е од помош на менаџерите кога станува збор за зајакнување на ефикасноста на тимската работа и тимските активности, на пример, онлајн дискусија“(Dubrin, A., 2004).Менаџери мора да имаат напредно познавање на денешната технологија за да можат да ја искористат со цел организацијата да биде понапредна од конкуренцијата. Денес, доколку менаџерите не учат постојано за најновата технологија и не размислуваат како да ја користат и приспособат во организацијата, тогаш брзо ќе ја изгубат нивната позиција на конкурентност на пазарот поради заостанатост во однос на другите. Тие мора секогаш да ги знаат предностите и недостатоците на модерната технологија. Со познавање на недостатоците може да ги избегнат бариерите кои би предизвикале негативни последици за организацијата. Додека па, со познавање на предностите, ќе можат да ја искористат технологијата на соодветен начин со што би стекнале предност на пазарот. Според Голдсмит, Волт и Доусет, „технолошките способности (технолошките savvy) се клучни способности кои менаџерите мора да ги имаат бидејќи овие способности имаат значително влијание врз организациското јадро на бизнисот“(Goldsmith, M., Wolt, C., Doucet, K., 1999). Технологијата не само што е важна за комуникација, туку има значајно влијание и врз производствените процеси на организацијата. Во денешниот свет кој брзо напредува, одредени производи, процеси и услуги може многу брзо да застарат и да заостанат.

3.2.3.Видови лидери и лидерскиспособности

Поимот “лидерство“ не може да се долови само преку една дефиниција бидејќи во текот на годините различно се гледало на тоа што е всушност лидерството. Овој поим може да се објасни преку неколку дефиниции кои не се конечни бидејќи сè уште не

постои едногласна согласност за значењето на “лидерство“. Една од дефинициите гласи: „Лидерството претставува интеракција меѓу членовите во групата. Лидерите се агенти на промени, личности чии акции влијаат врз другите луѓе. Лидерството е всушност кога еден член од групата ја поттикнува мотивацијата кај другите луѓе“ (StogdillR., 1974).Слично, според друга дефиниција, лидерството е влијанието од еден член од група или организација врз другите членови, со намера да се помогне да се постигнат целите (Jones G., George J., 2008). Поимот “лидерство“ е дефиниран и како процес во кој една индивидуа влијае врз другите за да ги постигнат посакуваните цели без никакво присилување (Gibson, L., J.,et al.,2012)

Постојат илијадници различни дефиниции за тоа што претставува лидерството, меѓутоа кога ќе се разгледаат подобро, повеќето дефиниции укажуваат дека лидерството во суштина е влијание врз другите. Лидерството е тесно поврзано со лидерите и не може да се дефинира само по себе бидејќи го претставува начинот на кој одредена личност се однесува со другите членови за на крајот да се исполнат одредени планови или цели.

3.2.3.1. Видови лидери

Во некои организации постојат и луѓе кои ги имаат способностите да бидат и лидер и менаџер, што би била совршена компбинација за некој да ја води целата работа.

Според едно долгогодишно истражување направено од професорката Патриција Питчер, постојат три видови на лидери: лидер-уметник, лидер-занаетчија и лидер-технократ. (Pitcher P., 1997)

1. Лидер - Уметник

Според резултатите од истражувањето, уметникот е емотивен, интересен и креативен. Овие лидери се храбри и сакаат предизвици. Тие исто така се непредвидливи и визионери со истакнати претприемнички вештини. Овој тип лидери, ги поттикнуваат другите да размислуваат за својот поглед кон светот и постојано да смислуваат некои нови и подобри работи.

2. Лидер - Занаетчија

Лидерите кои се квалификирани во „занаетчии“ се смета дека се реални, одговорни и искрени. Според истражувањето, овие лидери се луѓе на кои може секогаш да се потпрете и кои ќе ви помогнат во секој момент. Исто така, лидерите-занаетчии се предвидливи и стабилни личности. Тие учат од грешките и им помагаат и на другите да прават така со тоа што знаат дека кога станува збор за иновации мора да има и грешки.

3. **Лидер - Технократ**

Овој тип лидери се покажа дека се одлучни, тврдоглави и напнати. Лидерите-технократи се фокусираат на деталите и не прифаќаат бесмислени работи како ни компромиси. Тие се интелектуалци кои бараат логика во сè што работат и се концентрираат на фактите и се насочени кон барање на вистинскиот начин како да се извршат работите.

Според Питчер, лидерите-технократи моментално управуваат со 80% од компаниите и таа во ова ја гледа причината за таканаречената криза на лидерство во многу од компаниите. Таа предлага дека лидерите кои се квалификирани како уметници се оние кои им се потребни на организациите бидејќи преземаат ризици и се инспиративни и визионери.

Постојат различни верувања во однос на тоа дали лидерите се раѓаат такви или тие се создаваат со текот на времето. Многу истражувања потврдуваат дека успешните лидери навистина се разликуваат од другите луѓе и веднаш се истакнуваат. Секако дека не се доволни само одредените способности кои некој ги поседува туку потребен и многу труд и време за да се постигне успех. Меѓутоа, според резултатите од едно истражување (KirkpatrickS., Locke E., 1991), квалитетните лидери ги поседуваат следните основни способности: постојана потреба за нови постигнувања, амбиција, енергија и издржливост.

3.2.3.2. Лидерски способности

Во минатото, се верувало дека менаџерите се оние кои и ја организираат работата и ги водат луѓето. Меѓутоа, во поново време, веќе почнува да се дава големо значење и на поимот „лидерство“, а не само на поимот „менаџмент“. Иако се верувало дека да се биде лидер и менаџер е истата работа, тоа во последните години се докажува дека не е точна

хипотеза и се прават многу истражувања на оваа тема. Да се биде лидер и да се биде менаџер се две различни работи. Разликите главно се состојат во суштината на работата, односно во начинот на кој лидерот и менаџерот работата со луѓето околу нив. Но за успехот на бизнисот најдобрата варијанта е да се најде менаџер кој поседува вистинска мешавина од менаџерски и лидерски способности. Неопходни и суштински лидерски карактеристики се следните: постојана потреба за нови постигнувања, амбиција, енергија, издржливост, силна мотивација, желба за независност, желба за водење други луѓе.

1.Постојана потреба за усовршување

Една од карактеристиките по кои лидерите се издвојуваат од другите во групата или организацијата е токму чувството за нови постигнувања. Оваа нивна потреба е многу важен мотив за еден лидер да биде ефективен, а уште побитна е за успешните претприемачи. Преку исполнување на нови планови и цели, лидериите се чувствуваат задоволни и исполнети. Тие сакаат задачи кои ќе им бидат предизвик и тежнеат кон достигнување на совршенство со постојано усовршување на својата личност. Се усовршуваат во секој поглед, ги подобруваат техничките вештини, наоѓаат подобри начини за работа, го надоградуваат знаењето и така се искачуваат на врвот во организацијата.

2. Амбиција

Лидерите се многу амбициозни кога станува збор за нивната работа и кариера и секогаш имаат желба да одат напред. За да се надоградат, лидерите секогаш преземаат одредени чекори со кои покажуваат колку се поттикнати и одлучни. Амбициите ги поттикнуваат лидерите да си поставуваат тешки и предизвикувачки цели.

3. Енергија

За да се постигнат високи достигнување и секогаш да се биде понапред од другите, лидерот мора да има многу енергија. За да се работи долги часови под притисок во текот на целата недела (и викенди), многу години, потребно е лидерот да има физичка, ментална

и емоционална виталност. Лидерите се разликуваат од другите по тоа што се постојано активни и неуморни. Денес е многу поголема потребата за енергија отколку во минатото бидејќи организациите имаат многу повисоки и побројни очекувања од своите вработени.

4. Издржливост

Успешните лидери се подобри од другите во надвладување на пречки и проблеми бидејќи имаат повисок степен на сила и упорност. Лидерите се неуморни и упорнни во исполнувањето на сите задачи од организациските планови и програми. Вообичаено, програмите со воведување промени траат со месеци и може да поминат и години додека да се согледаат придобивките. Токму затоа, потребно е да се има издржливост и целосна посветеност. Треба да се држат до чекорите и насоките на програмите и да не се откажуваат брзо.

„Основна разлика меѓу менаџментот и лидерството е во нивната различна функција. Менаџментот се соочува со комплексноста, а лидерството се соочува со промените.“ (Николовски Д., 2016)

„Доколку некој сака да направи разлика меѓу лидерството и менаџментот, тогаш треба да знае дека лидерите создаваат и менуваат култури, додека менаџерите живеат и работат според тие промени.“(Sadler, P., 2003).Може да се каже дека менаџментот е рационален процес за кој се потребни вербални и нумерички способности, додека па лидерството повеќе бара интуиција и емоционална интелигенција. Секоја организација има одредена структура за да може да функционира успешно. Постојат повеќе нивоа и оддели и луѓе кои се поставени да ги водат останатите. Во зависност од типот на организацијата и работата која треба да се исполни, се поставуваат одреден вид на луѓе.

Вообичаено во организациите се поставуваат менаџери и лидери кои ќе го водат целиот процес на работа. Лидерството почнува да се истражува во поново време и во глобала претставува влијанието на една личност врз другите со цел да се исполнат задачите без притисок и сила. Додека менаџментот во организацијата претставува низа на активности како организирање, планирање и преку следење на правила се организираат сите ресурси за да се постигнат одредените цели. Лидерите и менаџерите треба да поседуваат одредени

карактеристики за да бидат успешни. Успешните лидери поседуваат карактеристики како амбиција, енергија издржливост и чувствуваат постојана потреба за напредување. Успешните менаџери од друга страна, поседуваат способност за справување со различни типови луѓе, за ефективна комуникација и способност за користење на модерната технологија за да можат да помагаат организациите да напредуваат.

Лидерите и менаџерите се неопходни елементи во секоја организација. Во некои организации постојат луѓе кои се способни да бидат и лидери и менаџери, но сепак меѓу лидерите и менаџерите има многу разлики, како во карактеристиките така и во начинот на кој работата. Една низа на основни разлики меѓу лидерот и менаџерот се состои во нивниот став кон целите, концепција на работа, односот кон другите и погледот кон себеси. Разликата меѓу лидерите и менаџерите е во нивната концепција на работите. Менаџерите се повеќе насочени кон процесот, бараат стабилност и контрола и сакаат веднаш да ги решаваат проблемите. Спротивно на тоа, лидерите го толерираат хаосот и некогаш прифаќаат и одложување на решението на проблемот со цел да го разберат проблемот целосно.

За навистина да успеат, на организациите им се потребни и лидери и менаџери. Но, за да се развиваат и лидерите и менаџерите треба да се намали фокусот на логистиката и статистиката и други сегменти за да може да се создаде средина во која ќе се овозможи да се поттикнуваат креативноста и иновативноста.

4. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ ЗА УЛОГАТА НА МЕНАЏЕРСКИТЕ СПОСОБНОСТИ И ЛОКАЦИЈАТА НА БИЗНИСОТ КАКО КЛУЧНИ ФАКТОРИ ЗА УСПЕХ

4.1. Предмет на истражувањето

Предмет на ова научно истражување е утврдување на факторите што се клучни и суштински за еден нов мал бизнис да доживее успех. Во овој случај тоа се менаџерските способности и локацијата на бизнисот. Овој магистерски труд се темели на задолжителните информации кои мора да ги знае секој кој планира да основа мал бизнис или почнува со основање на мал бизнис. При основањето на еден бизнис има многу фактори што треба да се анализираат и да се земат во предвид, но според хипотезата на истражувањето најбитни и клучни фактори за успех при основање на еден мал бизнис се менаџерските способности и локацијата. Во овој магистерски труд се обработуваат сите менаџерски и лидерски карактеристики кои е пожелно еден менаџер да ги поседува за да го доведе бизнисот до успех. Исто така се обработуваат и сите услови, околности и фактори што имаат влијание врз изборот на локација како и начин на избирање локација бидејќи локацијата е еден од најбитните столбови на нов мал бизнис.

4.2. Оправданост и цел на истражувањето

Основањето на мал бизнис можеби звучи возбудливо и изгледа како лесна процедура, но во никој случај не е така. Да се основа еден мал бизнис е непредвидлив процес во кој може да се наиде на многу неочекувани пречки и незамисливи потешкотии. Овој труд ќе се пишува со цел да се избегнат или во краен случај полесно да се надминат сите потешкотии и проблеми што може да се појават при основањето на мал бизнис. ***Целта*** *на овој труд е да се потврди и нагласи улогата на овие два значајни фактори: способноста на менаџерите и изборот на локацијата во остварување позитивни резултати при започнување на сопствен бизнис.*

Истот така, цел на трудот е и да помогне да се намалат долготрајните часови потрошени во потрага на сите оние фактори на кои треба да се посвети внимание, како и

да се потенцира на сите најклучни околности и фактори што во никој случај не смеат да се заборават пред да се започне со процесот на основање.

На овој труд може да се гледа како на еден мал прирачник со основни информации потребни за секој нов основач на бизнис. Сите информации и податоци во овој труд ќе бидат добиени врз основа на веродостојна светска и наша литература како и врз основа на анкетни прашалници и одговори добиени од професионалци во одредени области. Овие информации ќе им бидат од голема полза на идните основачи на мали бизниси бидејќи може да им послужат како појдовни точки од кои треба да тргнат кога ќе донесат одлука за почнување со бизнис.

Имајќи во предвид дека од една страна, бројот на мали бизниси во последните години е во пораст, но од друга страна и процентот на неуспех на малите бизниси во првите години е поразителен, **целта на овој труд е***да се помогне бројот на мали бизниси да продолжи да расте, а процентот на неуспех дасе намалува*.

Најчеста причина за неуспех на малите бизниси е потенцирање и вложување на повеќе труд во фактори кои немаат најголемо значење за бизнисот, а изоставање или посветување недоволно внимание на најклучните фактори за успех на бизнисот. Токму поради ова е направен и изборот на темата за овој труд. Главна идеја за трудот е да се потенцираат вистинските есенцијални фактори што ќе овозможат малиот бизнис да доживее побрзо успех и истиот и да го задржи во долгогодишен период на функционирање.

Основната цел е да им се овозможат релеванти информации на идните основачи преку посочување на факторите на кои треба да се посветат и на кој начин да носат одлуки што ќе им помоогнат да создадат успешен мал бизнис.

4.3. Методологија на истражување

Собирањето податоци што ќе бидат релевантни и веродостојни за да се искористат за целите на овој труд, се обезбеди со помош на онлајн алатка на која беа поставени два анкетни прашалници. Секој од прашалниците беше составен од десет прашање во кои

можеше да се изберат одреден број од понудените одговори. Едниот прашалник беше составен со прашања наменети за сопственици на бизниси и вработени во бизниси, а другиот прашалник беше со прашања што требаше да се одговорат од аспект на клиенти и соработници на бизниси.

Обработката на податоците добиени во истражувањето ќе се прави со помош на основна постапка на научно заклучување – анализа и помошна постапка на научно заклучување – компаративна анализа. Резултатите ќе се прикажат со помош на графички приказ.

4.4. Етички прашања

Во процесот на спроведување на истражувањето е добиена согласност од анкетираните личности. Анкетата со прашалници е спроведена анонимно со помош на онлајн алатки. Анкетирањето беше само со цел да се добијат информации и податоци кои послужија единствено за постигнување на целите и задачите на овој магистерски труд.

4.5. Анализа и графички приказ на резултатите од истражувањето

Истражувањето за добивање податоци за овој магистерски труд се спроведе во месец Јануари 2021 година. Со помош на онлајн алатка се поставија два прашалници со по десет прашања и беа пратени на вкупно седумдесет испитаници.

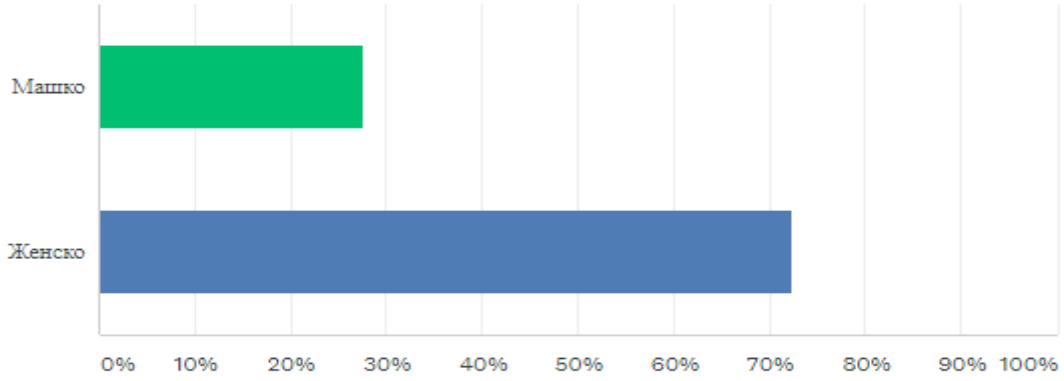
На двата прашалници вкупно одговорија 66 испитаници.

4.5.1. Анализа и графички приказ на резултатите од Прашалникот број 1

(наменет за сопственицци и вработени во мал бизнис).

На прашалникот наменет за сопственици и вработени во мал бизнис одговорија 29 испитаници. Од вкупно анкетирани сопственици и вработени во мал бизнис, 8 беа од машки, 21 беа од женски пол. Односно 27.59% што одговориле беа од машки пол и 72.41% што одговориле беа од женски пол.

Графикон број 1: Приказ на пол на сопственици и вработени во мал бизнис

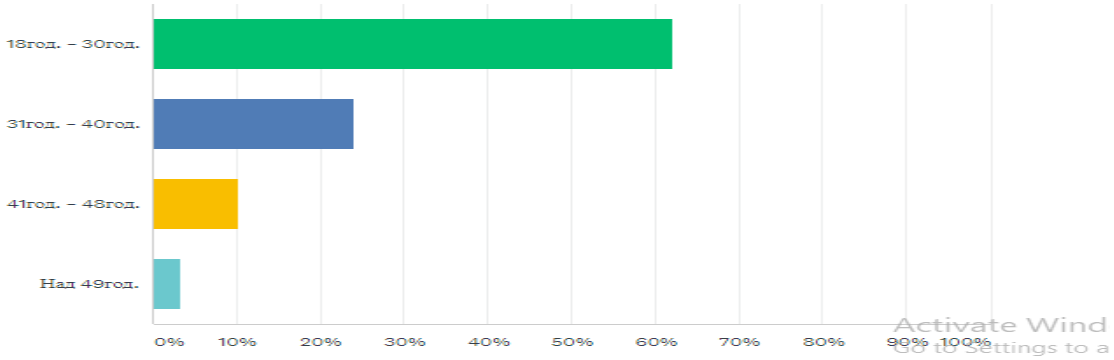


Извор: сопствени истражувања

Во однос на возраст на испитаниците, добиени се следните податоци:

- 18 испитаници или 62.07% од испитаниците беа на возраст од 18 години до 30 години,
- 7 испитаници или 24.14% од испитаниците беа на возраст од 31 година до 40 години,
- 3 испитаници или 10.34% од испитаниците беа на возраст од 41 година до 48 години и
- 1 испитаник или 3.45% од испитаниците беа на возраст над 49 години.

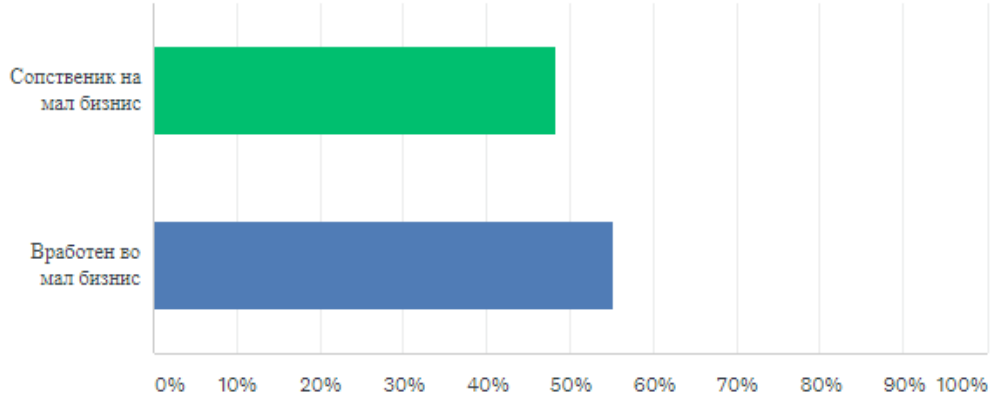
Графикон број 2: Возраст на сопственици и вработени во мал бизнис



Извор: сопствени истражувања

Од вкупно 29 анкетирани со овој прашалник, 14 анкетирани или 48.28% од анкетиранитесе сопственици на мал бизнис. Додека па 16 анкетирани или 55.17% од анкетираните се вработени во мал бизнис.

Графикон број 3: Улога на анкетираните во малиот бизнис

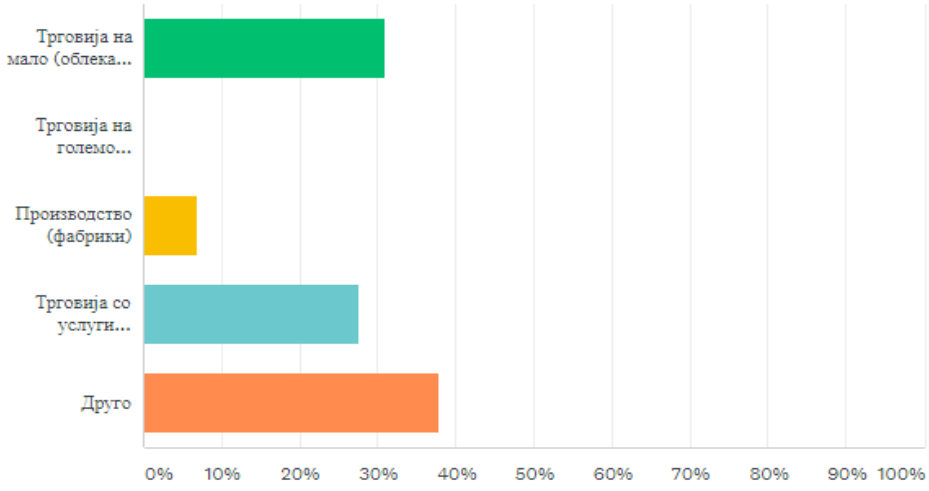


Извор: сопствени истражувања

Во однос на секторот во кој е малиот бизнис на кој се сопственици или во кој се вработени, добиени се следните одговори:

- За секторот *Трговија на мало (облека, играчки, храна и слично)* има одговор од 9 испитаници односно 31.03% од испитаниците.
- За секторот *Производство* има одговор од 2 испитаници односно 6.90% од испитаниците
- За секторот *Трговија со услуги* (едукативни, козметички и слично) има одговор од 8 испитаници или 27.59% од испитаниците
- Во друг сектор освен наведените има одговор од 11 испитаници, односно 37.93% од испитаниците.

Графикон број 4: Сектор на малиот бизнис



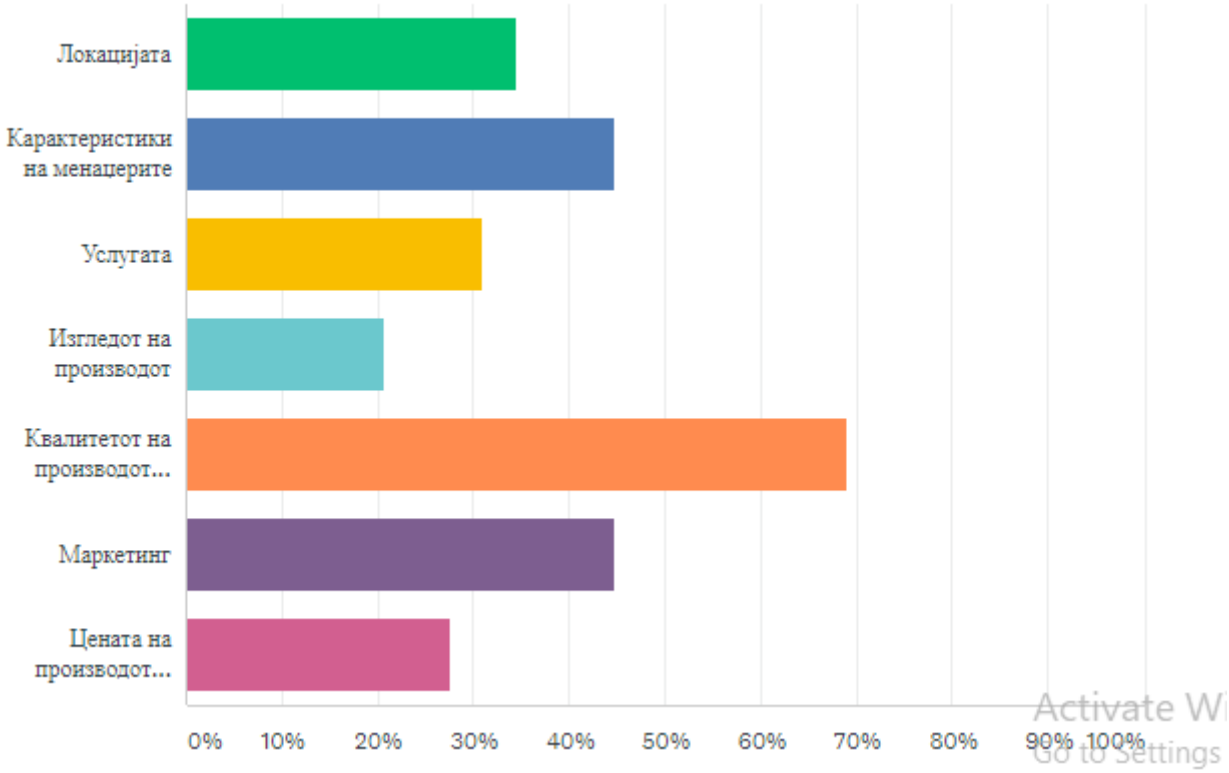
Извор: сопствени истражувања

На прашањето број 5: Што е најбитно за успехот на еден бизнис, според понудените одговори и изборот на испитаниците добиени се следните податоци:

- *Локацијата* е најбитна за 10 испитаници или 34.48% од испитаниците
- *Карактеристиките на менаџерите* се најбитни за 13 испитаници или 44.83% од испитаниците
- *Услугата* е најбитна за 9 испитаници или 31.03% од испитаниците
- *Изгледот на производот* е најбитен за 6 испитаници или 20.69% од испитаниците
- *Квалитетот на производот/услугата* е најбитен за 20 испитаници или 68.97% од испитаниците
- *Маркетингот* е најбитен за 13 испитаници или 44.83% од испитаниците
- *Цената на производот/услугата* е најбитна за 8 испитаници или 27.59% од испитаниците

Според овие податоци може да се согледа дека квалиетот на производот/услугата е најбитен за поголемиот дел на испитаници, како и дека локацијата и карактеристиките на менаџерите се едни од клучните фактори за успех на бизнисот.

Графикон број 5: Најбитни фактори за успех на мал бизнис



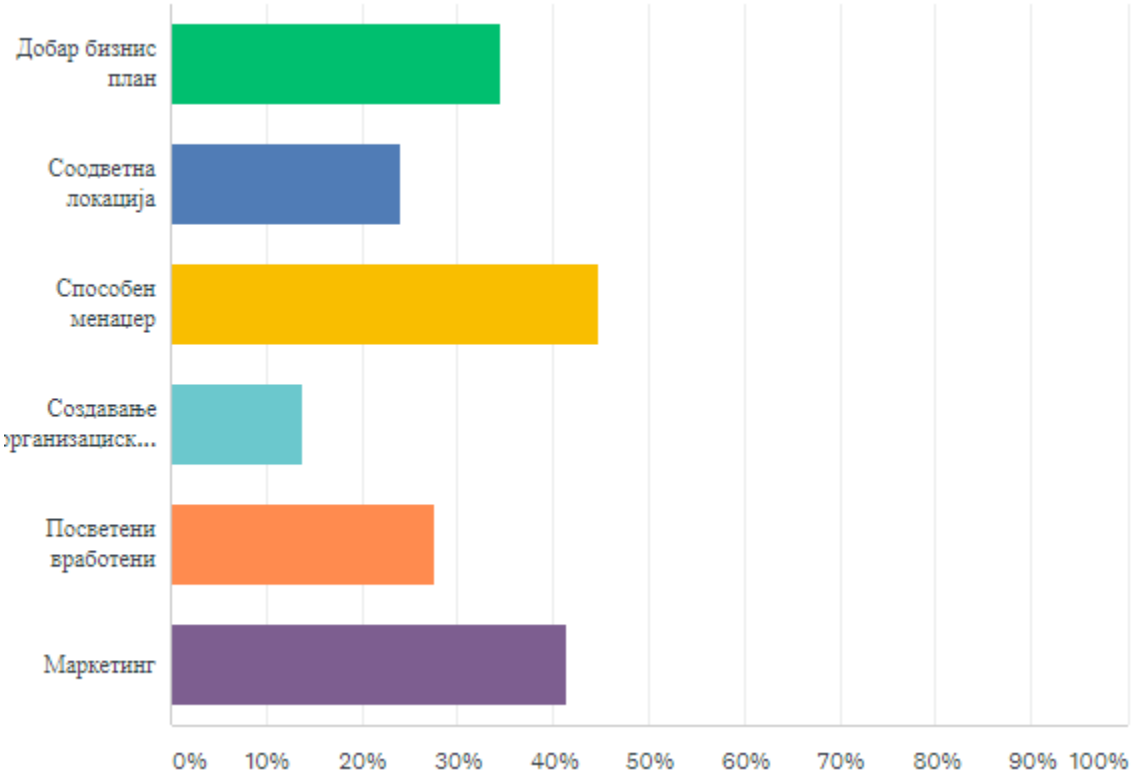
Извор: сопствени истражувања

На прашањето број 6: Што има најголемо значење во почетната развојна фаза на бизнисот, добиени се следните податоци:

- *Добар бизнис план* имаа одбрано 10 испитаници или 34.48% од испитаниците
- *Соодветна локација* одбраа 7 испитаници или 24.14% од испитаниците
- *Способен менаџер* одбраа 13 испитаници или 44.83% од испитаниците
- *Создавање организациска култура* одбраа 4 испитаници или 13.79% од испитаниците
- *Посветени вработени* одбраа 8 испитаници или 27.59% од испитаниците
- *Маркетинг* одбраа 12 испитаници или 41.38% од испитаниците

Од овие информации може да се согледа дека според сопствениците и вработените во мал бизнис, за успех на истиот во почетната развојна фаза најзначајни се способностите на менаџерите.

Графикон број 6: Најголемо значење во почетната развојна фаза на мал бизнис



Извор: сопствени истражувања

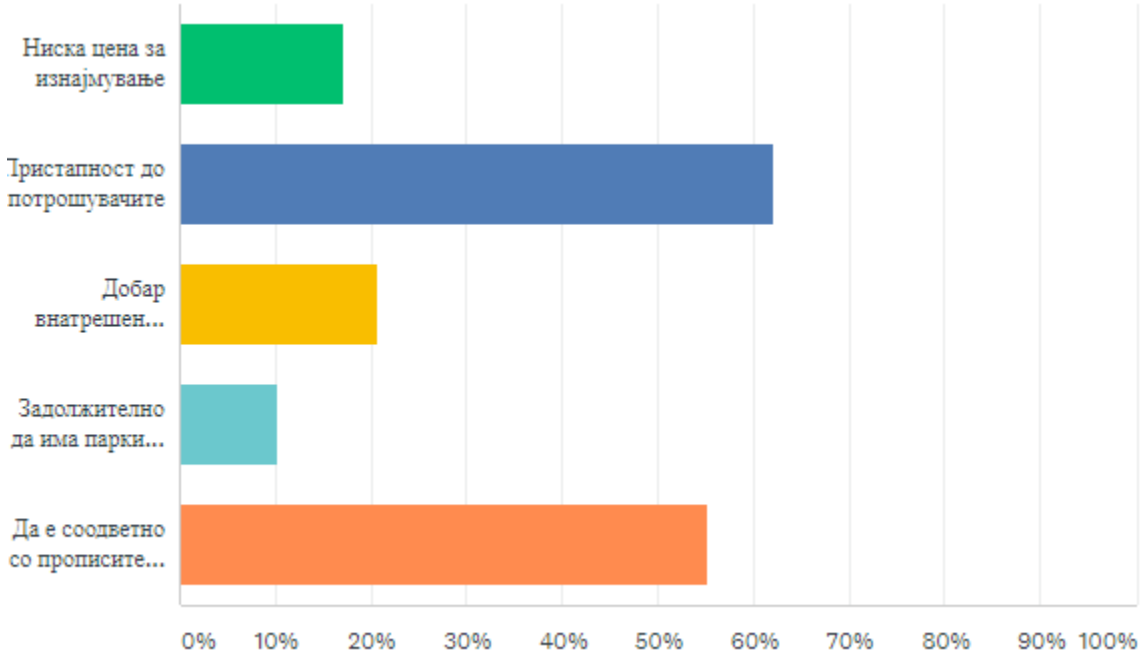
Кога станува збор за локацијата и избор на истата, на прашање број 7: На што најмногу е фокусот кога се избира локација, добиени се следните одговори:

- На *ниска цена за изнајмување* фокусот би го ставиле 5 испитаници или 17.24% од испитаниците.
- На *пристапност до потрошувачите*, фокусот би го ставиле 18 испитаници или 62.07% од испитаниците
- На *добар внатрешен дизајн*, фокусот би го ставиле 6 испитаници или 20.69% од испитаниците

- На *задолжително да има паркинг*, фокусот би го ставиле 3 испитаници или 10.34% од испитаниците
- На *соодветност со прописите* за видот на бизнисот, фокусот би го ставиле 16 испитаници или 55.17% од испитаниците.

Најголем дел од анкетираните мислат дека при изборот на локација фокусот прво треба да биде ставен на тоа локацијата да биде пристапна до потрошувачите како и да се во согласност со прописите за одредениот вид на бизнис.

Графикон број 7: На што се става фокус при избор на локација



Извор: сопствени истражувања

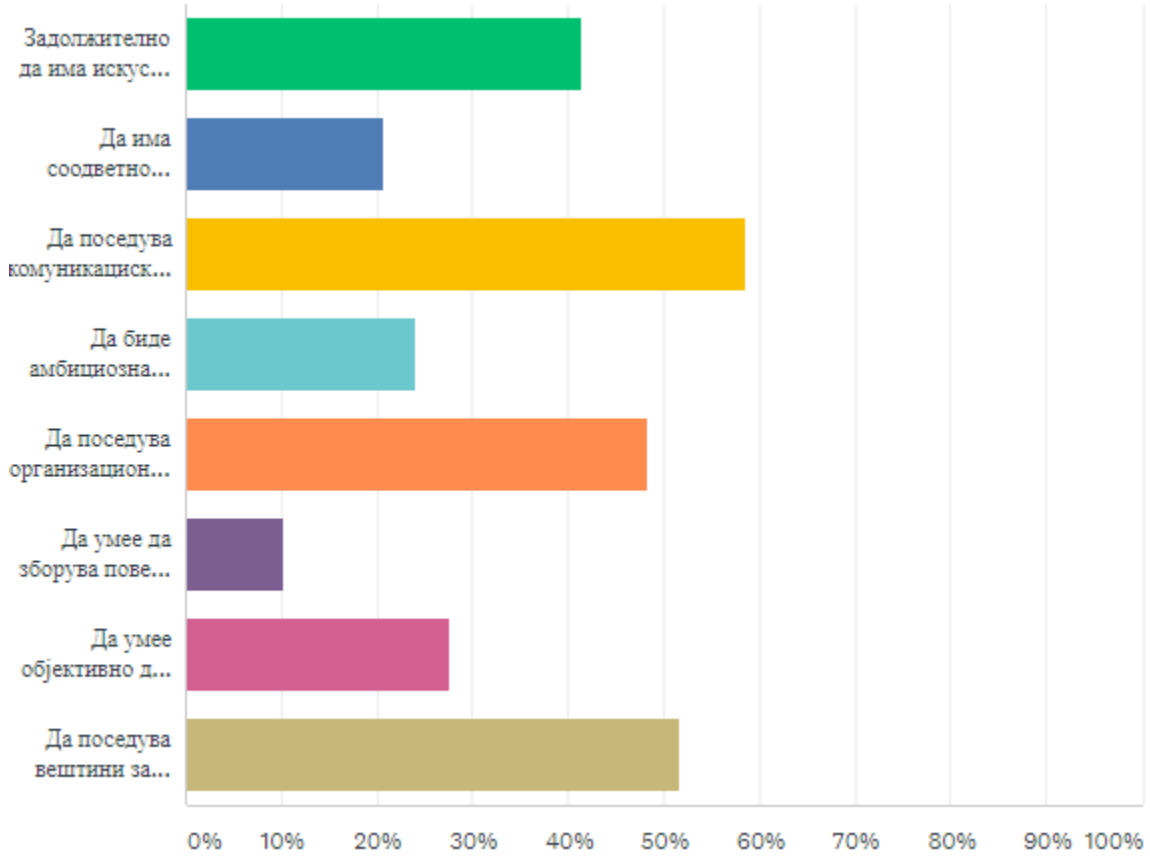
На прашањето број 8: На што треба да се посвети внимание кога се избира менаџер за бизнисот, добиени се следните податоци:

- Менаџерот *задолжително да има искуство* во одредениот сектор е значајно за 12 испитаници односно за 41.38% од испитаниците.

- *Соодветното образование* на менаџерот е значајно за 6 испитаници или 20.69% од испитаниците
- *Комуникациските вештини* на менаџерот се значајни за 17 испитаници или 58.62% од испитаниците.
- *Амбициозноста* на менаџерот е битна за 7 испитаници или 24.14% од испитаниците
- *Организационите вештини* на менаџерот се битни за 14 испитаници или 48.28% од испитаниците
- *Умешноста да зборува повеќе јазици* е битна за 3 испитаници или 10.34% од испитаниците.
- *Објективно оценување на перформансите на вработени и способноста да дава повратна информација* е битна за 8 испитаници или 27.59% од испитаниците
- *Вештините за мотивирање на вработените* се битни за 15 испитаници или 51.72% од испитаниците

Од горенаведените податоци се заклучува дека сопствениците и вработените мислат дека при изборот на менаџер најмногу внимание треба да се посвети на комуникациските вештини на менаџерот, организаионите вештини и искуството во одредениот сектор.

Графикон број 8: Менаџерски способности на кои треба да се посвети внимание

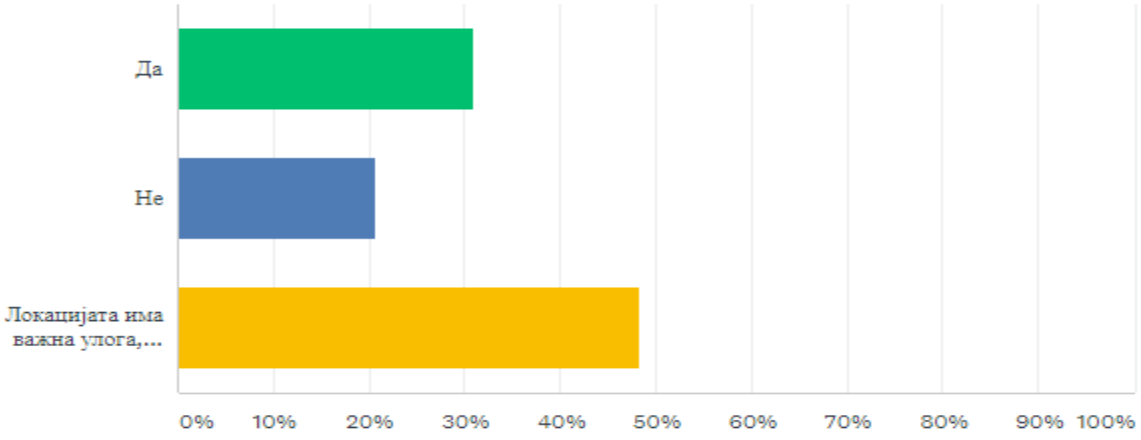


Извор: сопствени истражувања

Од вкупно 29 испитаници, поголемиот дел или конкретно 14 испитаници (48.28%) мислат дека локацијата има важна улога во успехот на малиот бизнис, но исто така мислат дека има други фактори што се побитни од локацијата. Додека па 9 испитаници или 31.03% од испитаниците мислат дека локацијата е најбитниот фактор за успех на еден мал бизнис. Според 6 испитаници или 20.69% од испитаниците, локацијата нема клучна улога за успехот на бизнисот.

Во согласност со овие податоци се потврдува дека изборот на соодветна локација има големо влијание врз тоа дали малиот бизнис ќе доживее успех.

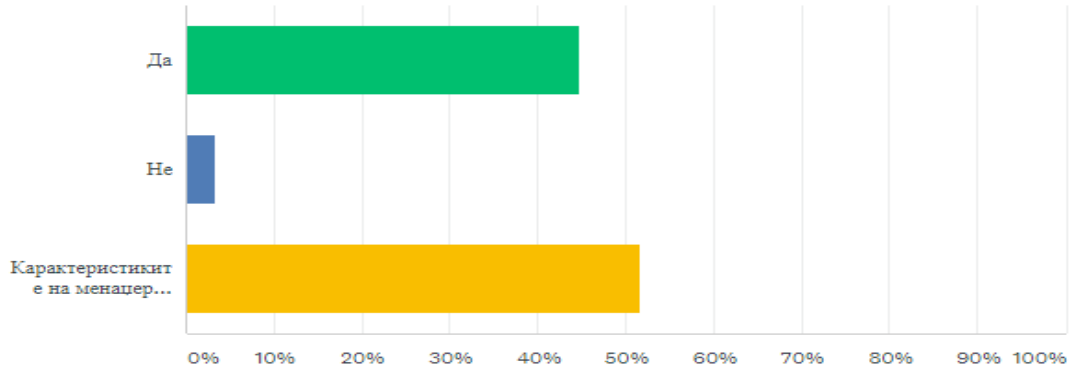
Графикон број 9: Дали локацијата има клучна улога за успех на мал бизнис



Извор: сопствени истражувања

Во однос на карактеристиките и способностите на менаџерите, 13 од испитаниците или 44.83% се изјаснија дека менаџерските карактеристики имаат клучна улога за успешен мал бизнис. Додека 15 испитаници или 51.72% мислат дека карактеристиките на менаџерите се многу битно, но има и други значајни фактори што придонесуваат за успех на бизнис. Значително е помал бројот на испитаници што не се согласуваат дека менаџерските карактеристики имаат суштинско значење за успешен бизнис или поточно 1 испитаник односно 3.45% од испитаниците одговорија така.

Графикон број 10: Дали менаџерските карактеристики имаат клучна улога за успех на мал бизнис.

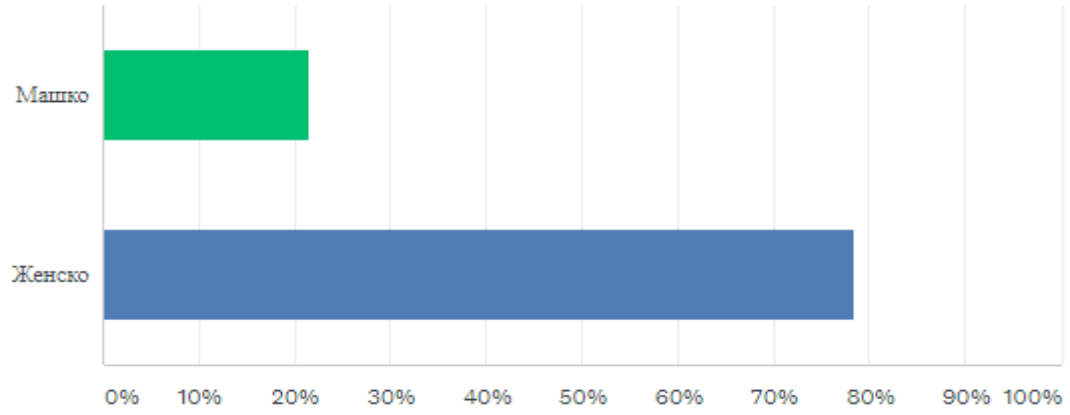


Извор: сопствени истражувања

4.5.2. Анализа и графички приказ на резултатите од Прашалникот број 2 (наменет за клиенти и соработници на мал бизнис)

На прашалникот наменет за клиенти и соработници на мал бизнис одговорија 37 испитаници. Од вкупно анкетирани сопственици и вработени во мал бизнис, 8 беа од машки, 29 беа од женски пол. Односно 21.62% што одговориле беа од машки пол и 78.38% што одговориле беа од женски пол.

Графикон број 1: Пол на испитаници

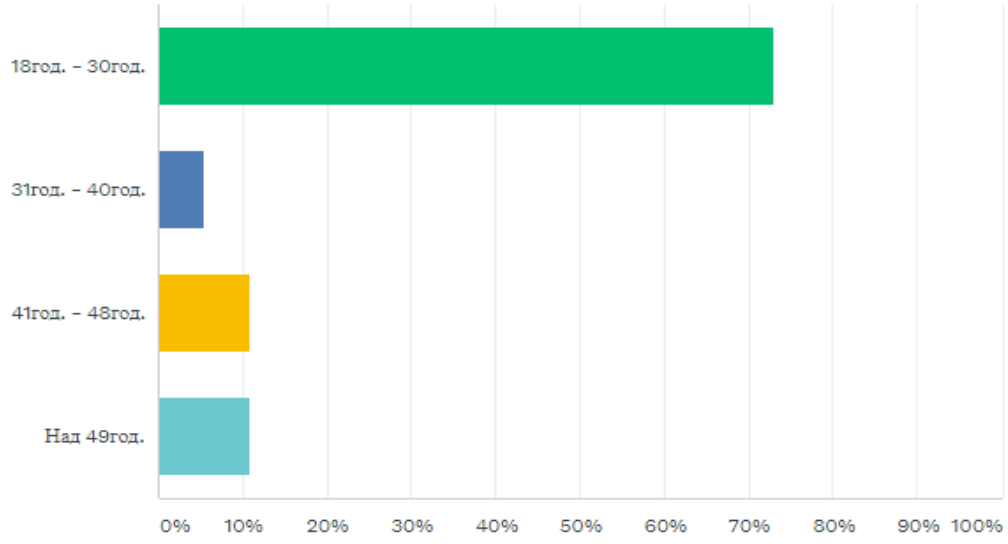


Извор: сопствени истражувања

Во однос на возраст на испитаниците, добиени се следните податоци:

- 27 испитаници или 72.97% од испитаниците беа на возраст од 18 години до 30 години,
- 2 испитаници или 5.41% од испитаниците беа на возраст од 31 година до 40 години,
- 4 испитаници или 10.81% од испитаниците беа на возраст од 41 година до 48 години и
- 4 испитаници или 10.81% од испитаниците беа на возраст над 49 години.

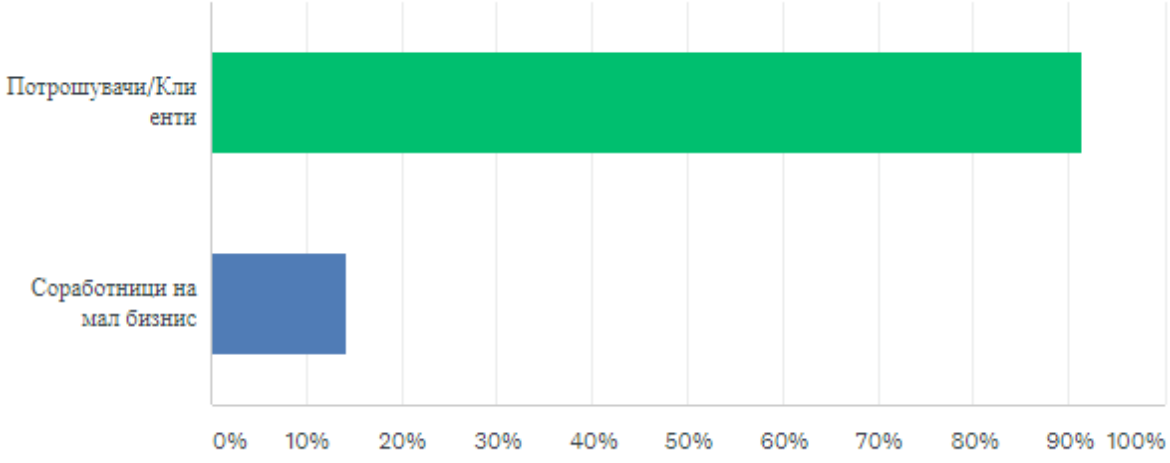
Графикон број 2: Возраст на испитаниците



Извор: сопствени истражувања

Од вкупно 37 анкетирани со овој прашалник, 32 анкетирани или 91.43% од анкетиранитесе клиенти/потрошувачи во мал бизнис. Додека па 5 анкетирани или 14.29% од анкетираните се соработници на мал бизнис.

Графикон број 3: Улога на испитаниците во малиот бизнис

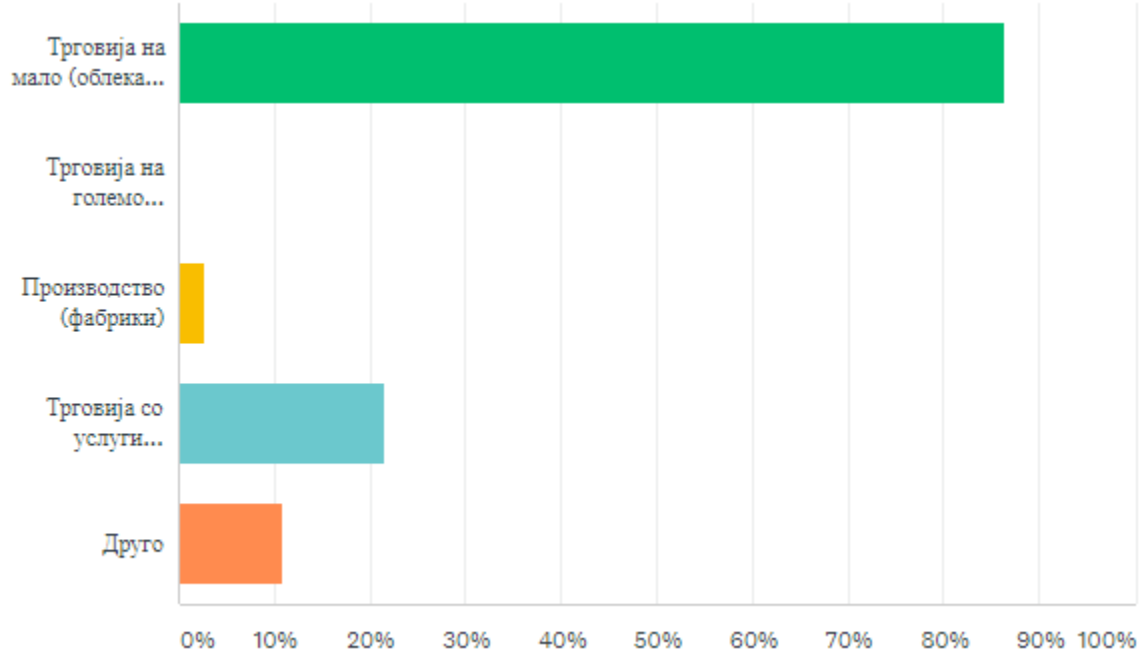


Извор: сопствени истражувања

Во однос на секторот во кој е малиот бизнис, добиени се следните одговори:

- За секторот *Трговија на мало (облека, играчки, храна и слично)* има одговор од 32 испитаници односно 86.49% од испитаниците.
- За секторот *Производство* има одговор од 1 испитаник односно 2.70% од испитаниците
- За секторот *Трговија со услуги* (едукативни, козметички и слично) има одговор од 8 испитаници или 21.62% од испитаниците
- Во друг сектор освен наведените има одговор од 4 испитаници, односно 10.81% од испитаниците.

Графикон број 4: Сектор на малиот бизнис



Извор: сопствени истражувања

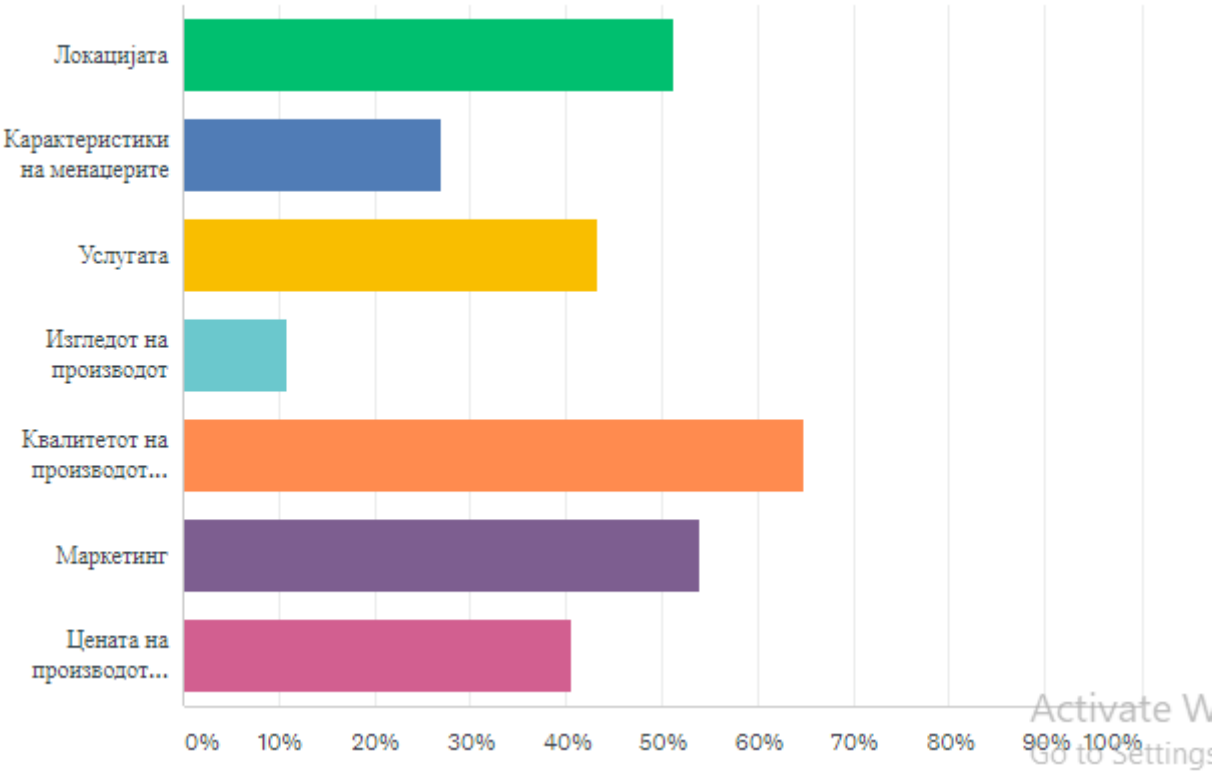
На прашањето број 5: Што е најбитно за успехот на еден бизнис, според понудените одговори и изборот на испитаниците добиени се следните податоци:

- *Локацијата* е најбитна за 19 испитаници или 51.35% од испитаниците

- *Карактеристиките на менаџерите* се најбитни за 10 испитаници или 27.03% од испитаниците
- *Услугата* е најбитна за 16 испитаници или 43.24% од испитаниците
- *Изгледот на производот* е најбитен за 4 испитаници или 10.81% од испитаниците
- *Квалитетот на производот/услугата* е најбитен за 24 испитаници или 64.86% од испитаниците
- *Маркетингот* е најбитен за 20 испитаници или 54.05% од испитаниците
- *Цената на производот/услугата* е најбитна за 15 испитаници или 40.54% од испитаниците

Според овие податоци може да се согледа дека квалиетот на производот/услугата е најбитен за поголемиот дел на испитаници, како и дека локацијата и маркетингот се едни од клучните фактори за успех на бизнисот.

Графикон број 5: Најбитни фактори за успех на мал бизнис



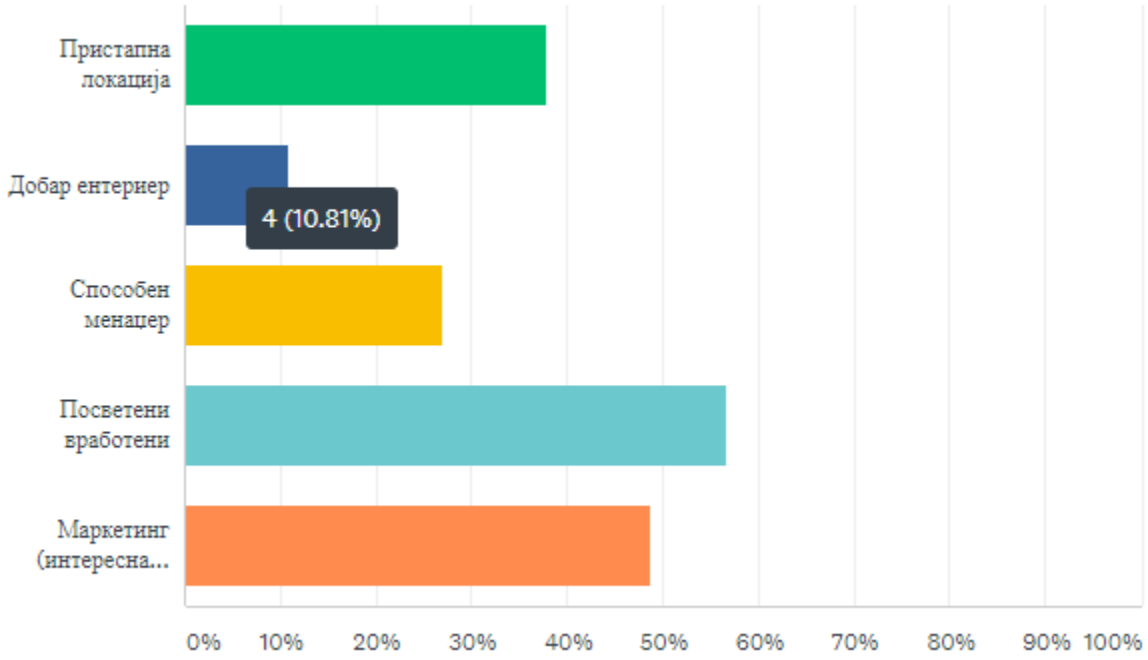
Извор: сопствени истражувања

На прашањето број 6: Што ви го привлекува најмногу вниманието на еден нов мал бизнис, добиени се следните податоци:

- *Пристапна локација* имаа одбрано 14 испитаници или 37.84% од испитаниците
- *Добар ентериер* одбраа 4 испитаници или 10.81% од испитаниците
- *Способен менаџер* одбраа 10 испитаници или 27.03% од испитаниците
- *Посветени вработени* одбраа 21 испитаници или 56.76% од испитаниците
- *Маркетинг* одбраа 18 испитаници или 48.65% од испитаниците

Од овие информации може да се согледа дека според клиентите и соработниците на мал бизнис, за успех на истиот во почетната развојна фаза најзначајни се посветени вработени, маркетинг како и пристапна локација.

Графикон број 6: Најпривлечни елементи на нов мал бизнис



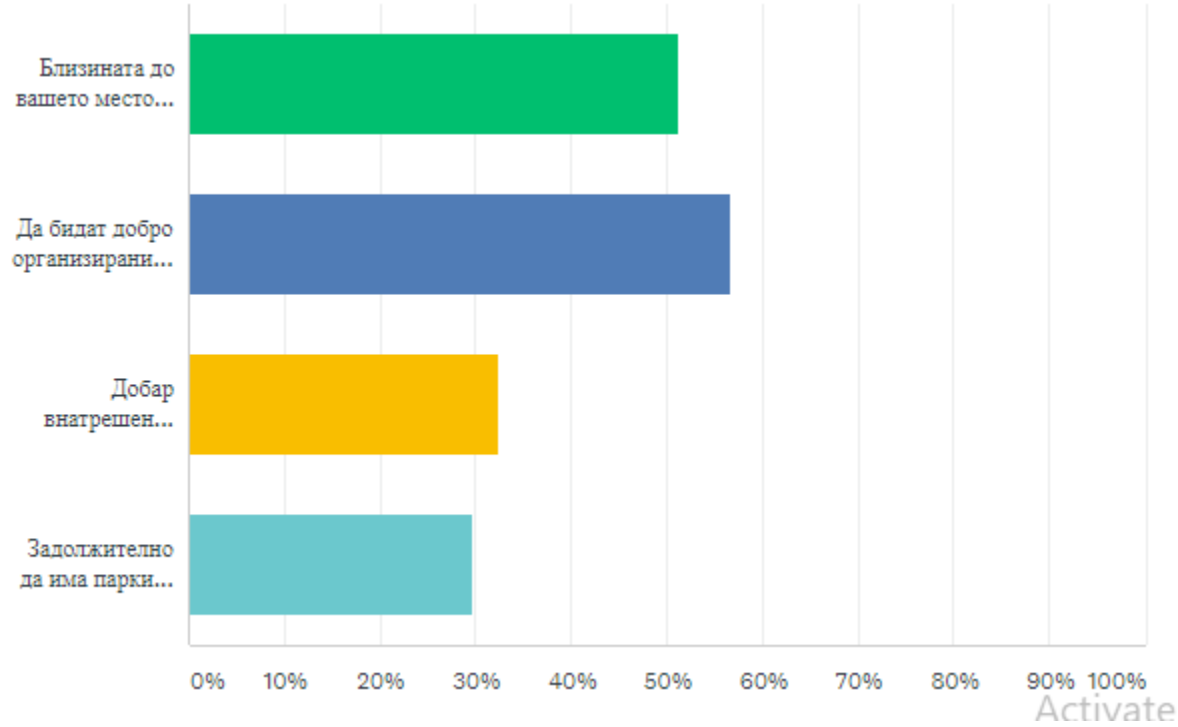
Извор: сопствени истражувања

Кога станува збор за локацијата и избор на истата, на прашање број 7: Што ви е најважно во однос на локацијата за да го изберете тој бизнис, добиени се следните одговори:

- На *близината до местото на живеење* фокусот би го ставиле 19 испитаници или 51.35% од испитаниците.
- На *добро организирани производи*, фокусот би го ставиле 21 испитаници или 56.76% од испитаниците
- На *добар внатрешен дизајн*, фокусот би го ставиле 12 испитаници или 32.43% од испитаниците
- На *задолжително да има паркинг*, фокусот би го ставиле 11 испитаници или 29.73% од испитаниците.

Според потрошувачите и соработниците на мал бизнис, сопствениците при избор на локација треба да посветат најмногу внимание на близината до местото на живеење и добра организација на производите.

Графикон број 7: Најбитни фактори при избор на локација



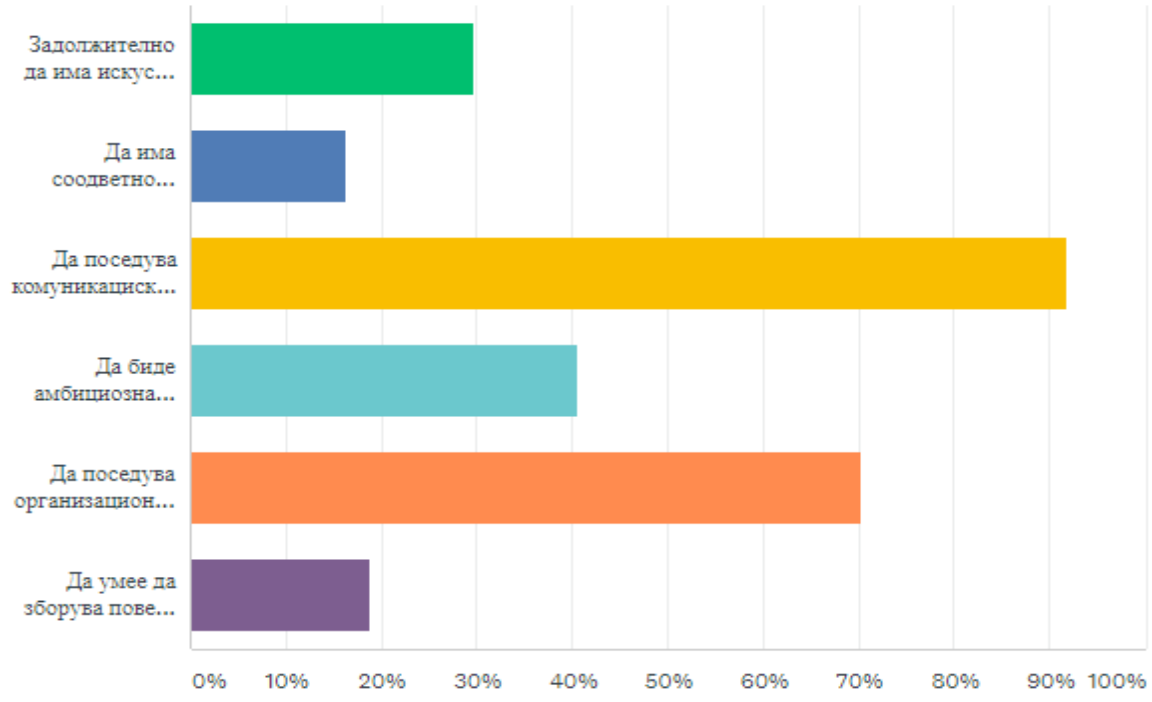
Извор: сопствени истражувања

На прашањето број 8: Кои карактеристики и способности би требало да ги поседува еден менаџер на мал бизнис:

- Менаџерот *задолжително да има искуство во одредениот сектор* е значајно за 11 испитаници односно за 29.73% од испитаниците.
- *Соодветното образование* на менаџерот е значајно за 6 испитаници или 16.22% од испитаниците
- *Комуникациските вештини* на менаџерот се значајни за 34 испитаници или 91.89% од испитаниците.
- *Амбициозноста* на менаџерот е битна за 15 испитаници или 40.54% од испитаниците
- *Организационите вештини* на менаџерот се битни за 26 испитаници или 70.27% од испитаниците
- *Умешноста да зборува повеќе јазици* е битна за 7 испитаници или 18.92% од испитаниците.

Од горенаведените податоци се заклучува клиентите и соработниците мислат дека при изборот на менаџер најмногу внимание треба да се посвети на комуникациските вештини на менаџерот, организационите вештини и амбициозноста.

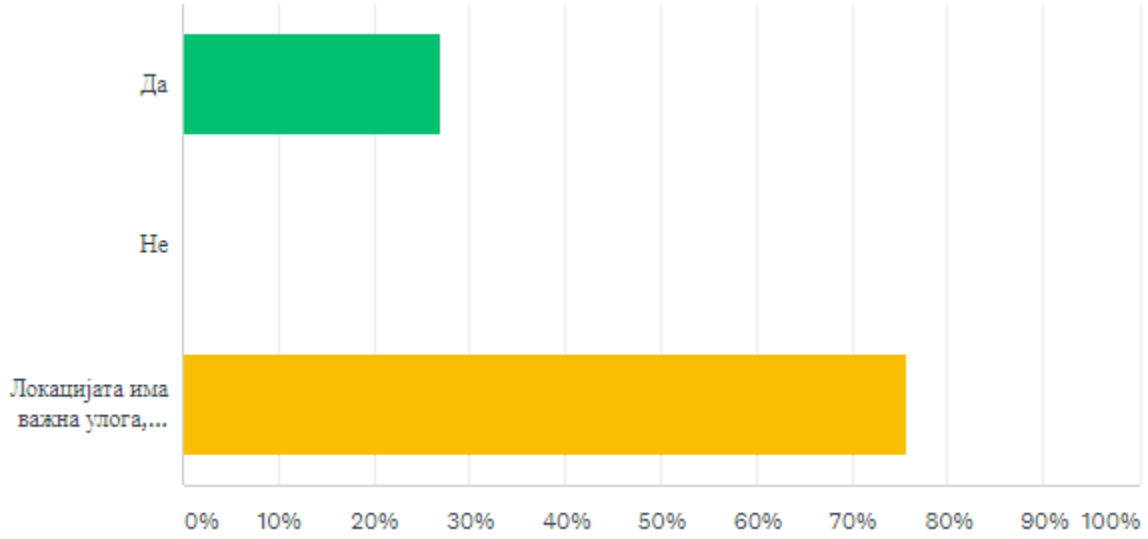
Графикон број 8: Менаџерски карактеристики клучни за мал бизнис



Извор: сопствени истражувања

Од вкупно 37 испитаници, поголемиот дел или конкретно 28 испитаници (75.68%) мислат дека локацијата има важна улога во успехот на малиот бизнис, но исто така мислат дека има други фактори што се побитни од локацијата. Додека па 10 испитаници или 27.03% од испитаниците мислат дека локацијата е најбитниот фактор за успех на еден мал бизнис. Немаше испитаници кои не се согласуваа дека локацијата е еден од најбитните фактори за успех на малиот бизнис.

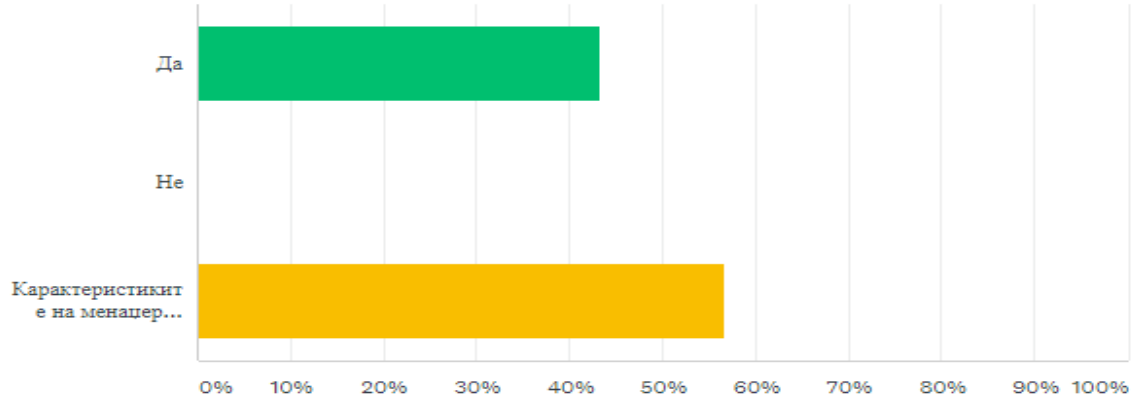
Графикон број 9: Дали локацијата има клучна улога за успех на мал бизнис?



Извор: сопствени истражувања

Во однос на *карактеристиките и способностите на менаџерите*, 16 од испитаниците или 43.24% се изјаснија дека менаџерските карактеристики и способности имаат клучна улога за успешен мал бизнис. Додека 21 испитаници или 56.76% мислат дека способностите и карактеристиките на менаџерите се многу битно, но има и други значајни фактори што придонесуваат за успех на бизнис. Немаше испитаници кои мислеа дека улогата на менаџерските карактеристики и способности нема големо значење за успехот на мал бизнис.

Графикон број 10: Дали менаџерските способности се клучни за успех во мал бизнис?



Извор: сопствени истражувања

4.6. Дискусија, препораки и потврда на хипотетската рамка

Според добиените податоци од прашалникот наменет за сопственици и вработени во мал бизнис и прашалникот наменет за потрошувачи и соработници на мал бизнис доаѓаме до заклучок дека локацијата и менаџерските способности се една навистина битна алка на патот кон успехот на секој бизнис. Податоците добиени од спроведеното научно истражување се индикатори дека сопствениците на нови бизниси не смеат да ги занемарат овие два фактори доколку сакаат успех. Исто така, треба да посветат и внимание на маркетинг како и на квалиетот на производот/услугата што ќе ја нудат. Во однос на локацијата, податоците од одговорите укажуваат дека сопствениците треба да посветат внимание локацијата да е пристапна до потрошувачите односно да е во близина на местото на живеење на потрошувачите како и да биде според сите прописи определени за видот на бизнисот. Кога станува збор за менаџерските карактеристики, анкетираните испитаници укажуваат дека сопствениците пожелно е да постават амбициозен менаџер кој ќе има добри комуникациски способности и организациони вештини, како и да умее да ги мотивира вработените од кои исто така зависи успехот на еден мал бизнис.

Врз основа на резултатите од истражувањето може да заокружиме одредени констатации кои понатаму се делегираат како препораки во научниот труд.

Тргнувајќи од насловот на нашиот труд: ,,*Улогата на менаџерските способности и локацијата како клучни фактори при основање на нов (мал) бизнис*,, фактички ја поставивме и нашата главна хипотеза во која се содржани посебна хипотеза број 1 и посебна хипотеза број 2. Тие се:

Посебна хипотеза број 1:

- ***Карактеристиките и способностите на менаџерот имаат значајна улога во создавањето и развојот на малиот бизнис,***

Посебна хипотеза број 2:

- ***Локацијата на малиот бизнис влијае за поголем пристап до потрошувачите и поголем успех на бизнисот,***

Нашата главна хипотеза е:

Менаџерските способности и локацијата имаат клучни улога при основање на нов (мал) бизнис.

Врз основа на резултатите од одговорите на двата Прашалници, Прашалник број 1 и Прашалник број 2, првиот наменет за менаџерите и вработените, а вториот наменет за корисниците и клиентите на услугите заокружуваме повеќе значајни аспекти во однос на поставените тези.

Заради тоа, подетално ги селектираме **значајните аспекти на карактеристиките на менаџерот во создавање и развој на малиот бизнис.** ***Од одговорите на прашалникот број 1, под број: 8, 10, и одговорите на прашањата под број: 8, 9, и 10, од прашалникот број 2, кои се однесуваат на потребните карактеристики и способности на менаџерите, ги донесуваме следните заклучоци:***

- За да може успешно да се справи со сите предизвици на бизнисот, менаџерот треба да ***поседува посебни лични карактеристики и способности.***

- Како значајни карактеристики на личноста и способности со кои треба да арсполага менаџерот се наведуваат: ***способност за комуникација, желба и амбиција, брзо и рационално носење одлуки, откривање и решавање на проблеми, да биде инспиративен (способност за говорење), да воспоставува интерперсонални односи, да воспостави авторитет, да има храброст да преземи ризик***, да има чувство за темпирање, интуиција, трпение, да бидат мотивирани, прилагодливи на промени, способни да работат под притисок, желба за нови постигнувања.
- Во развојот на бизнисот менаџерот треба да поседува способност за: ***брзо реагирање и расудување, донесување одлуки во вистинско време,***
- Способност за ***градење на тим, односно соработници со кои ќе ги дели обврските*** и задачитеи во кои ќе има целосна доверба,
- ***Лидерските способности за водач во бизнисот.*** Тоа значи менаџерот како лидер да ги мотивира, да ги учи, да ги организира, да создаде препознатлив стил на лидер кој ке биде стимулатор и мотиватор во работата на своите соработници.

Улогата на локацијата во создавање и развој на нов (мал) бизнис*, ги потврдуваме преку одговорите на прашањата од Прашалникот број 1: 5, 7 и 9, и одговорите на прашањата од Прашалникот број 2: 6, 7, и 9.* Затоа следат следните констатсции:

- Во создавањето на нов, мал бизнис, изборот на локацијата на малиот бизнис е еден од најбитните аспекти што треба да се согледаат при основањето на бизнисот. Пронаоѓањето на добра локација подразбира целосно разбирање на сите квалитети што треба еден простор да ги содржи.
- Суштински аспекти во изборот на локацијата подразбира **да се направат подлабоките анализи за: демографијата,** локацијата на **конкуренцијата** како и проучување на дејноста, секторот. Доколку се работи за ресторан тогаш локацијата треба да биде на некое прометно место каде полесно би се привлекувало вниманието на клиентите.
- Да се земе во предвид **областа, дејноста во која ќе дејствува бизнисот**. Доколку бизнисот е во областа на производство или доколку се работи за складиште

(магацин) тогаш треба да се земе предвид дека мора да има поголем простор како и пристапни патеки за камиони и други поголеми возила.

- Исто така, огромното значење на локацијата може да се согледа и во поглед на **маркетингот на бизнисот**. Доколку за видот на бизнисот соодветна локација е одредено прометно место, тогаш самата адреса на локацијата може да укажува на квалитетот на бизнисот. На пример, во Битола, купувачите ги сметаат за луксузни и поквалитетни продавниците што се наоѓаат на самиот Широк Сокак од продавниците на другите места во градот. Освен тоа, самата локација може да е многу добар елемент во маркетинг стратегијата.
- Еден од најбитните фактори што треба да се разгледаат е **далечината од конкуренцијата**. Локацијата на конкуренцијата е важна бидејќи на пример, отворање на нова продавница која е во непосредна близина на иста од таков вид и асортиман на производи претставува непосредно соочување со ризик од неуспех.
- Исто така, и создавање на пријатна **атмосфера или амбиентот** на бизнисот имаат суштинско значење во овој вид на значајни фактори за создавање на нов бизнис.

На крај, може да констатираме дека нашата главна теза која е содржана во насловот на нашиот труд е потврдена. Според неа: ***Менаџерските способности и локацијата имаат клучна улога при основање на нов (мал) бизнис.*** Резултатите од теоретските и емпириските истражувања ја потврдија основната теза на која беше поставено вкупното истражување на овој труд.

ЗАКЛУЧОК:

При основањето на мал бизнис треба да се земат предвид повеќе фактори од кои први ги издвојуваме локацијата на малиот бизнис и менаџерските способности и нивната клучна улога. Еден иден основач на мал бизнис не треба да посвети малку внимание или да не прави никакви анализи кога ја избира локацијата за својот нов бизнис. Одлуката за локација нема да доведе до успех само ако се базира врз основа на висината на финансиите што ќе треба да се одделат за истата.

1) ***Локацијата има суштинска улога во развојот и успехот на еден мал бизнис.*** Имајќи во предвид дека доколку се одбере вистинската локација профитот на малиот бизнис ќе биде значително висок, се гледа неопходноста за вистинска обработка на сите фактори што имаат влијание врз таа локација. Доколку локацијата не е соодветна за видот на бизнисот тогаш несомнено ќе се појавуваат многу проблеми што би оневозможиле непречено функционирање на бизнисот, а тоа доведува до неуспех. Ова е уште еден индикатор за тоа колку соодветно избраната локација може да биде двигател на успех или неуспех. Исто така, влијанието на достапноста на локацијата е незанемарливо значајно. Мора да се посвети многу внимание на целната група клиенти и на сите фактори што имаат улога во достапноста на локацијата. Доколку бизнисот е во областа на трговија со облека и локацијата е надвор од населено место тогаш несомнено ќе се добијат непожелни резултати. Но, доколку локацијата е во населено место во близина на целната група клиенти веројатноста дека тој избор ќе резултира со успех за бизисот е голема. Од овој пример може да се согледа дека пред да се донесе одлука за вистинската локација, потребно е темелно истражување и анализа за да се добијат професионални резултати. Токму поради тоа во овој труд посебен осврт се прави на у***логата на локацијата***, се анализираат сите податоци и фактори поврзани со локацијата за да им се излезе во пресрет на идните основачи на мали бизниси да ја изберат локацијата која неизбежно ќе им донесе успех.
2) Покрај изборот на соодветната локација, од непроценлива вредност за успешно основање на мал бизнис се и ***менаџерските карактеристики***. Во секој бизнис,

менаџерите се тие кои ги водат вработените во посакуваната насока на бизнисот. Менаџерските способности и карактеристики се витални за успехот на бизнисот како и за исполнување на целите и остварување на поголем профит. За просперитет на еден нов мал бизнис неопходни се менаџери кои поседуваат одредени лидерски и менаџерски способности. Не треба да се занемарува влијанието на менаџерот и да се одбере личност што ќе го води бизнисот без да се посвети внимание на способностите и карактеристиките што ги поседува. Доколку се избере менаџер што ги нема потребните лидерски способности, без разлика дали во бизнисот се вклучени најспособните вработени, сепак може да не се исполнат целите и задачите бидејќи не биле правилно распоредени задачите. Исто така доколку менаџерот не умее правилно да планира персонал, односно доколку вработи помал број на луѓе од потребниот или доколку луѓето ги постави на несоодветни работни места, тоа негативно ќе се одрази на целиот бизнис и ќе води кон неуспех. Менаџерите имаат различни функции во организациите, но глобално земено, има неколку основни функции. Менаџерот е задолжен за планирање, организирање, планирање на персонал, водење и контрола. Во зависност од тоа каква е организацијата, треба да се постави соодветен менаџер бидејќи постојат различни видови на менаџери. Токму поставувањето на соодветен менаџер е и целта на истражувањето за овој труд. Прикажани се информации за видовите менаџери и лидери како и за нивните каракеристики кои ќе им бидат од голема корист на идните основачи. Со помош на овој труд, идните основачи ќе имаат посериозен пристап кон изборот на менаџерите, како и подобра слика за тоа каков менаџер би бил соодветен за нивниот бизнис.

Со помош на анализите и резултатите од овој труд, основачите полесно и поуспешно ќе можат да ги користат насоките и препораките за основање на мал бизнис избегнувајќи создавање на непотребни тешкотии и пречки со тоа што фокусот ќе го насочат кон клучните фактори за успех.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Дракулевски, Љ., Шуклев, Б., „Стратешки менаџмент, второ издание“, Економски факултет, Скопје, 2001
2. Ефтимоски, Д., Златковски, З., Ковачевска, В., С., „Основи на бизнисот“, Графички центар, Скопје, 2010
3. Здравко, Г., „Франшизинг“, Економски факултет, Нови Сад, 1991
4. Ивановска, Ш., „Интернационален развоен менаџмент“, Меѓународен центар за славјанска просвета, 2016.
5. Јанкуловска, М., „Менаџмент на човечките ресурси во организациите“, Меѓународен центар за славјанска просвета, 2014.
6. Николовски, Д., „ Организациско однесување – основи“. МЦСП, 2016.
7. Шуклев, Б., „Менаџмент на малиот бизнис“, Економски факултет, Скопје, 2006.
8. Alderson, K., “Understanding the Family Business”, Business Expert Press, 2011.
9. Ashton, R., “How To Start Your Own Business For Entrepreneurs”, Pearson Education Limited, 2009.
10. Barrow, C., “Starting a Business For Dummies”, John Wiley & Sons, 2011
11. Book, E. W.,“Why the best man for the job is a woman.“ New York: HarperCollinsPublishers, 2000.
12. Busch, M., “Be the Boss: How to Start a New Business, How to Buy and Existing Business, How to Purchase a Franchise!”, Author House, 2013.
13. Causin, G., F., G., “A Study to Examine the Preparation and Training of Hospitality Expatriatecs”, ProQuest, 2007.
14. Confederation College, “Entrepreneurship and Starting a Business”, Productive Publications, 2014.
15. Cullen, J. B.,“Multinational management: A strategic approach (2nd ed.).“,Cincinnati, OH: South-Western, 2002.
16. Deb, T., “Performance Appraisal and Management“, India: Excel books, 2009.
17. Dubrin, A., “Leadership: Researching findings, practice, and skills (4th ed.).“,Boston: Houghton Mifflin Company, 2004.

18. Drucker, P., F., „ Management“. Taylor & Francis, 1999.
19. Ebert, J., R., Griffin, R., W., “Business”, Prentice-Hall, 2002.
20. Enterpreneur Media Inc, “Start Your Own Business, Sixth Edition: The Only Startup Book You'll Ever Need”, Enterpreneur Press, 2015
21. Gardenswartz, L., Rowe, A., Digh, P. and Bennett, M., “The global diversity desk reference: Managing an international workforce.” San Francisco: John Willy & Sons, 2003.
22. Gibson, J., “How to Buy a Business without Being Had”, Page Publishing Inc, 2017.
23. Gibson, L., J., et al.,„Organizations : behavior, structure, processes“. New York, NY, 10020, 2012.
24. Goldsmith,M., Walt, C. and Doucet, K., “New competencies for tomorrow’s global leader.” CMA Management, 1999.
25. Griffin, W., R., and Ebert, J., R., “Business”, Prentice Hall, 2002.
26. Hackman, M. Z., & Johnson, C. E., “Leadership: A communication perspective (4th ed.).” Long Grove, IL: Waveland Press, 2004.
27. Hall, R., “Starting a Small Business”, Infinitiy Publishing, 2003.
28. Hegar, K., “Opening a Business”, Houghton Mifflin College Division, 1988.
29. Heyel, C., „ The encyclopedia of management“. Reinhold Publishing Corporation, 1968.
30. Hoy, F., Stanworth, J., “Franchising: An International Perspective”, Psychology Press, 2003.
31. Hurd, A., R., Barcelona, R., J., and Meldrum, J., T., “Leisure Services Management“, Human Kinetics, 2008.
32. Jay, L., “Self Employment-The Secret to Success, Essential Tips for Business Start-Up Beginners Guide to Setting up and Managing a Small Business”, L&J Business Solutions, 2015.
33. Jones, G., R., George, J., “Contemporary Management”, McGraw-Hill/Irwin, 2008.
34. Kedia, B.L., and Mukherji, A., “Global managers: developing a mindset for global competitiveness.” Journal of World Business, 1999.
35. Kirkpatrick, S., Shelley, Locke, E., „ Leadership: Do Traits Matter?“ ABI/INFORM Global, 1991.
36. Lussier, R. N., “Human relations in organization.” New York: McGraw-Hill Irwin, 2005.

37. Małgorzata R., Łukasz S., Magala S., “Intercultural Interactions in the Multicultural Workplace: Traditional and Positive Organizational Scholarship”, Springer, 2016.
38. Martinez, T., “Start and Run Your Own Skate Shop”, Lulu, 2006.
39. Mendelsohn, M., “The Guide To Franchising”, Cengage Learning EMEA, 2005.
40. Mendez-Russell, A.,“Diversity leadership.“Executive Excellence, 2001.
41. Mone, M., E., and London, M., “Employee Engagement Through Effective Performance Management“, Routledge, 2014.
42. Nguyen, N. T. B., & Umemoto, K. “Understanding leadership for cross-cultural knowledge management.“Journal of Leadership Studies, 2009.
43. Parvis, L., “Diversity and effective leadership in multicultural workplaces.” Journal of Environmental Health, 2003.
44. Pitcher, P., „The Drama of Leadership“. Wiley & Sons, Incorporated, John, 1997.
45. Rausch, E., Halfhill, S. M., Sherman, H., &Washbush, J. B., “Washbush Practical leadership-in-management education for effective strategies in a rapidly changing world.“Journal of Management Development, 2001.
46. Sadler, P., „Leadership“. Kogan Page Publishers, 2003.
47. Seid, M., H., Thomas, D., “Franchising For Dummies”, John Wiley & Sons, 2006.
48. Sims, R., R., “Organizational Success Through Effective Human Resources Management”, Greenwood Publishing Group, 2002.
49. Stainsby, K., “Develop Your Interpersonal and Self-Management Skills:, Radcliffe Publishing, 2007.
50. Stogdill, R., „ Handbook of leadership: A survey of theory and research“. York: The Free Press, 1974.
51. Timm, P. R., & Peterson, B. D., “People at work: Human behavior inorganizations.“ Cincinnati, Ohio: South-Western College, 2000.
52. Venugopal, K., “Business Economics Volume I”, 2006.
53. Ward, P., “360-degree Feedback“, CIPD Publishing, 1997.
54. Zaleznik, A., „Managers and Leaders: Are they different?“ Harvard Business Review, 2004.

Користени линкови:

1. https://sigmasb.com.mk/osnovanje-na-kompanija/
2. http://www.pretpriemac.com/biznis/
3. http://www.pretpriemac.com/zapochnuvanje-na-biznis-prednosti-i-nedostatoci/
4. http://www.officeplus.com.mk/319/Human_Resources_Manager/Content
5. http://www.mhra.mk/
6. http://www.pretpriemac.com/planiranje-na-chovechki-resursi/
7. https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/marketing-basics/promotional-activities
8. http://smallbusiness.chron.com/methods-performance-evaluation-1869.html
9. http://www.hrzone.com/community-voice/blogs/elan/what-are-the-different-types-of-performance-appraisal-system
10. https://www.sumhr.com/top-performance-appraisal-methods-startups-small-businesses/
11. http://biznis101.com/planiraj-biznis/biznis-plan.html
12. http://www.fznh.ukim.edu.mk/images/stories/rezultati/akotevska/v1-biznis_plan.pdf
13. http://www.businessdictionary.com/definition/business.html
14. https://www.accountingverse.com/accounting-basics/types-of-businesses.html
15. https://www.school-for-champions.com/business/defining_your_purpose.htm#.X7FWpchKjIV
16. https://smallbusiness.chron.com/5-key-reasons-start-business-19.html
17. https://www.legalzoom.com/articles/top-reasons-people-start-their-own-business
18. https://www.entrepreneur.com/article/297899
19. https://www.thebalancesmb.com/starting-a-small-business-4161641
20. https://www.businessnewsdaily.com/4686-how-to-start-a-business.html
21. https://www.fakulteti.mk/news/18-04-09/knigi_shto_treba_da_gi_prochitate_pred_da_pochnete_sopstven_biznis
22. https://books.google.mk/books?id=dYp3Nnu8_AAC&printsec=frontcover&dq=founding+a+new+business&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjQmuj84I_eAhVvpYsKHXCJAE8Q6AEIWDAI#v=onepage&q=founding%20a%20new%20business&f=false

23. https://books.google.mk/books?id=JvqFHtc-MLwC&printsec=frontcover&dq=franchise&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiG74qFn5PfAhXBEywKHSMXBqIQ6AEILjAB#v=onepage&q=franchise&f=false
24. https://books.google.mk/books?id=v_RandLSSDAC&printsec=frontcover&dq=franchise&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiG74qFn5PfAhXBEywKHSMXBqIQ6AEINTAC#v=onepage&q=franchise&f=false
25. https://en.wikipedia.org/wiki/Startup_company
26. https://www.businessnewsdaily.com/4686-how-to-start-a-business.html
27. https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2018/07/15/35-step-guide-entrepreneurs-starting-a-business/?sh=133bbb4d184b
28. https://entrepreneurhandbook.co.uk/starting-a-business/
29. https://www.doingbusiness.org/en/data/exploretopics/starting-a-business
30. https://howtostartanllc.com/start-a-business?ref=truGdsab&gclid=Cj0KCQiAwMP9BRCzARIsAPWTJ_HAqcX58wUODWR8SeLyUf8-F-Txo8nwXFtwVzZk3ET4TfTh8B-3j60aAik8EALw_wcB
31. https://www.encyclopedia.com/finance/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/starting-business
32. https://www.usa.gov/start-business
33. https://www.justbusiness.com/starting-a-small-business/how-to
34. https://www.investopedia.com/articles/pf/08/make-money-in-business.asp
35. https://data.oecd.org/entrepreneur/starting-a-business.htm
36. https://www.success.com/how-to-start-a-business-in-a-day/
37. https://medium.com/@KeithKrach/9-of-the-most-important-steps-for-starting-a-business-63cff2802680
38. https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/starting-your-business/8-steps-to-starting
39. https://www.bizfilings.com/toolkit/research-topics/launching-your-business/how-to-start-a-business
40. https://www.businessnewsdaily.com/15760-choosing-business-location.html
41. https://businesstown.com/factors-consider-choosing-business-location/

42. https://smallbusiness.patriotsoftware.com/how-to-choose-small-business-location-factors-analysis/
43. https://www.morebusiness.com/ah_busplanan/
44. https://alltopstartups.com/2018/03/15/the-importance-of-location-in-business/
45. https://www.thebalancecareers.com/what-is-a-manager-2276096
46. https://corporatefinanceinstitute.com/resources/careers/soft-skills/management-skills/
47. https://www.mastercardbiz.com/2013/06/10/6-skills-every-small-business-manager-needs-to-succeed/
48. https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/starting-your-business/business-skills
49. https://www.prospects.ac.uk/jobs-and-work-experience/job-sectors/business-consulting-and-management/7-skills-for-a-successful-management-career

ПРИЛОЗИ:

Прилог број 1: Нацрт на бизнис план за основање на мал бизнис



Центар за странски јазици ДООЕЛ „Лондон“

„Секогаш различни“

Бизнис план

Услужен бизнис

Марија Трифуновска Тасеска

e-mail: marija_trifunovska@yahoo.com

СОДРЖИНА:

1. Општо за фирмата.....4

1.1 Вработени.....4

1.2 Локација.....5

2. Почетни трошоци и потребни инвестиции.....7

3. Услуги.....8

3.1 Опис на услугите.....8

4. Анализа на пазарот и индустријата.....10

5. SWOT Анализа.....11

6. Маркетинг и продажба.....12

6.1 Маркетинг цели.....12

6.2 Целен пазар.....12

6.3 Конкурентски предности.....12

6.4 Ценовна стратегија.....13

6.5 Промотивни тактики.....13

7. Финансиски план.....14

1. ОПШТО ЗА ФИРМАТА

Краток вовед

Центарот за странски јазици ќе се основа како ДООЕЛ (Друштво за трговија, производство и услуги) под името „Лондон“. Матичната просторија ќе биде во близина на ОУ „Стив Наумов“, Битола. Бизнисот ќе биде во сопственишство на Марија Трифуновска Тасеска која ќе биде основач и управител на истиот и учествува во основањето со опрема и пари во вредност од 5000 евра.

ДООЕЛ „Лондон“ ќе се лоцира во близина на ОУ „Стив Наумов“ Битола и за почеток ќе има двајца вработени. Ќе се нудат следните услуги: приватни часови по англиски и германски јазик за деца и возрасни и нашиот предвиден годишен обрт е 850 000 денари.

1.1 Вработени

Основачот, Марија Трифуновска Тасеска има дипломирано на Филолошки факултет, Скопје (Дипломиран преведувач и толкувач од англиски јазик на македонски и обратно)(наведи квалификации) и се има стегнато со Пефагошка доквалификација на Педагошки факултет во Битола.Има 2 години работно искуство како професорка по англиски јазик. Нејзини клучни вештини се познавање на англиски и македонски јазик, превод, толкување, предавање англиски јазик, претприемачки вештини добиени на дополнителни обуки и таа ќе биде одговорна за предавање англиски јазик на одреден број групи и водење на менаџерските работи во фирмата.

ДООЕЛ „Лондон“ има двајца други членови на персоналот. Тие се следните:

Маја Димовска е вработена и е професорка по англиски јазик. Нејзините задачи ќе вклучуваат предавање англиски јазик на одреден број групи, правење подготовки за часовите, издавање фискални сметки, водење евиденција за присуство на своите ученици, помагање во организирање на настани и забави во центарот.

Даниела Марковска е вработена и е професорка по германски јазик. Нејзините задачи ќе вклучуваат предавање германски јазик, правење подготовки за часовите, издавање фискални сметки, водење евиденција за присуство на своите ученици, помагање во организирање на настани и забави во центарот.

Во прилог на нашиот менаџмент тим, ќе користиме услуги од сметководителка, Ирена Нешовска.

1.2 Локација

ДООЕЛ „Лондон“ има потреба од една просторија која ќе се користи како училница, со можност за проширување во иднина, на истата локација или различна локација (зависно од потребите на потрошувачите). Просторијата ќе биде во близина на ОУ „Стив Наумов“ во Битола бидејќи има голем број на згради кои се населени и во кои има голем број на деца што всушност е и примарната целна група. Исто така, се наоѓа и во близина на центарот на градот со што би им било подостапно на поголем број потрошувачи.

Просторијата треба да е опремена со соодветна опрема. Просторијата ќе биде и поголема, ќе има и мала канцеларија во која ќе се чуваат сите потребни документи за вработените, бизнисот и потрошувачите и ќе се извршува наплаќање на услугите. Главната опрема се голема магнетна табла и маркери, клупи, столчиња, компјутер, телевизор, фискална каса, печатар и останати помошни материјали (училишен прибор, канцелариски материјали, учебници и слично).

Предностите на локацијата како што е напоменато и погоре се тоа што е блиску до центаротт на градот и до ОУ училиште кое има најголем број на деца, исто така е и во место кое е претежно со населени згради во кои има голем број на деца. Исто така има и голем паркинг што може да се користи кога родителите ги носат децата и да не се прави метеж во сообраќајот. Просториите се на видно место, добро осветлени и може да го привлечат вниманието на случајни минувачи.

Слабости на локацијата се што во близина има и друго приватно училиште кое е добро разработено. Како можна слабост може да се смета и тоа што улиците во близина на локацијата се прометни, па можеби тоа ќе биде пречка за некои родители да ги праќаат децата сами да одат на часови.

Локацијата е погодна бидејќи има повеќе деловни простории кои се слободни и може без никаков проблем да се изнајми уште една просторија доколку се појави потреба за тоа. Исто така и во близина на оваа локација има продавница за фотокопирање со која може да се соработува за потребите на центарот.

2. ПОЧЕТНИ ТРОШОЦИ И ПОТРЕБНИ ИНВЕСТИЦИИ

ОПРЕМА	ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА
Трошоци за регистрација Бесплатна електонска регистрација преку агент, но потребни се пари за проценувачи на опремата (еднократно)	6000 денари
Кирија (месечно)	18 000 денари
Сметководител (месечно)	3000 денари
Банка (месечно)	500 денари
Интернет (месечно)	1000 денари
Сметки (месечно)	5000 денари
Фискална каса (еднократно)	15 000 денари
Сервис за фискална каса (годишно)	4000 денари
Фирмарина (годишно)	8000 денари
Табла магнетна (еднократно)	4000 денари
Столчиња 10 (еднократно)	15 000 денари
Компјутер (еднократно)	16 000 денари
Печатар/копир (еднократно)	6000 денари

Клупи (еднократно)	7 000 денари
Клима (еднократно)	30 000 денари
Телевизор (еднократно)	15 000 денари
Обезбедување (месечно)	1000 денари
Останати материјали	7000 денари
Промотивни флаери и визит карти	3000 денари
Промотивни материјали	3000 денари
Учебници	30 000 денари
Вкупно	197 000 денари

Потребните средства за трошоци и инвестиции ќе се обезбедат од лични финансиски средства на основачот. Доколку бидат потребни повеќе средства, а основачот не е можно да ги обезбеди во моментот, тогаш ќе се побара кредит од банка или инвестициски фонд.

3. УСЛУГИ

Во овој дел од бизнис планот следи детален опис на услугите кои ги нуди центарот за странски јазици. Тука ќе се опишат и посебните карактеристики кои ги прават услугите различни од оние на конкуренцијата. Во денешно време, најактуелни јазици се англискиот јазик и германскиот, токму затоа првично се нудат часови за овие два јазици. Наставата се одвива по определена програма зависно од возраста на потрошувачите. Освен редовните курсеви, се нудат и специјализирани курсеви во посебни области и специјализирани курсеви направени посебно за потребите на потрошувачите.

3.1 Опис на услугите

ДООЕЛ „Лондон“ ќе ги нуди следните курсеви за јазици:

- Редовни курсеви по англиски јазик за деца од претшколска возраст

- Редовни курсеви по англиски јазик за деца од прво одделение до петто одделение по програмата „Family & Friends“

- Редовни курсеви по англиски јазик за деца од VI одделение до IX одделение по програмата „English Plus“

- Редовни курсеви по англиски јазик за средношколци по програмата „English Plus“

-Редовни курсеви по англиски јазикза возрасни по програмата „New English File“

- Спремање по англиски јазик за деца од основно и средно по школска програма

- Специјализирани курсеви по англиски јазик во различни области (бизнис, медицина, технологија, трговија и слично) по соодветната програма

- Курсеви направени специјално за потребите на потрошувачите

- Курсеви за подготовка за полагање на меѓународни тестови (APTIS, TOEFL, IELTS)

- Редовни курсеви по германски јазик за деца од основно и средно по програмата „Schritte“

- Редовни курсеви по германски јазик за возрасни по програмата „Schritte“

- Специјализирани курсеви по германски јазик за сите возрасти за посебни намени (работа во Германија)

Како предности на овој бизнис во споредба со конкурентите се смета дека се различниот начин на предавање. Односно, користењето на најсовремени методи кои не ги користи никој друг. Наставата вклучува многу настани кои досега не биле одржувани од другите, како и работилници и слични активности кои учењето го прават забавно. Исто, центарот ќе соработува и со други бизниси надвор од нашата држава, со што клиентите ќе имаат можност да се вклучат во различни проекти.

4. АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ И ИНДУСТРИЈАТА

Малите и микро фирми во Република Македонија имаат годишен обрт на вкупните средства од 0,81%. Бизнисот е дел од приватниот сектор кој зафаќа голем процент од целиот пазар во државата. ДООЕЛ „Лондон“ е дел од секторот образование според Националната класификација во Република Македонија.

Во Битола во 2016 година, според статистиката се регистрирани вкупно 2760 активни деловни субјекти (микро претпријатија). Според Националната класификација на дејности на Република Македонија овој бизнис спаѓа во дејноста наречена „Друго образование, неспомнато на друго место (85.59)“ – курсеви за странски јазици. Бизнисот е во услужната дејност.

Конкуренцијата е голема. Има доста центри за странски јазици кои работат со години и во последните години се бележи пораст на отворање на нови. Целниот пазар не е ограничен. Клиенти може да бидат сите, без разлика на возраст, плата, пол, образование, професија и слично. Примарна цел се млади луѓе од 5 години до 25 години, но не се исклучуваат ни деца од претшколска возраст, ни возрасни лица на 25 години.

Иако конкуренцијата е голема и веќе имаат редовни клиенти, интересот за вакви услуги од страна на потрошувачите е во пораст поради брзите промени и работата во странство, како и соработката со странски компании. Врз основа на тоа се предвидува дека бизнисот ќе има успех, бидејќи пазарот не е презаситен. И покрај големата понуда, побарувачката е доволна за да може да работат сите вакви бизниси.

5. SWOT АНАЛИЗА

Во овој дел се спроведува анализа во која се гледа кои се јаки страни на бизнисот, односно предности, кои се слабите страните, какви можности ќе има и кои се заканите. Исто така врз основа на оваа анализа се развиваат одредени стратегии кои ќе му помогнат на бизнисот да се развие.

Strengths – силни страни, предности	**Weaknesses – слаби страни, недостатоци**
Барана услуга Врвен квалитет на услуга Голем избор на услуги Добар однос со клинетите Дополнителни бесплатни настани Промотивни попусти за верни клиенти Квалитетен кадар Локација Поволни цени	Голема конкуренција Неповолна економија Недоволно искуство во менаџирање Нови на пазарот Поголеми трошоци за привлекување на клиенти
Opportunities – можности	**Threats – закани**
Развој на нови услуги Соработка со други бизниси Намалување на цените	Нередовно плаќање од страна на клиентите Зголемување на трошоците Квалитетна конкуренција Недоволен број на клиенти

6. МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖБА

6.1 Маркетинг цели

Како нов бизнис на пазар каде конкуренцијата е многу голема, ќе биде потребна добра реклама за центарот за јазици со цел да се привлечат повеќе клиенти. Основната цел е привлекување на што е можно поголем број клиенти кои ќе ги користат услугите.

6.2 Целен пазар

За овој бизнис, нема ограничувања кога зборуваме за целен пазар бидејќи овие услуги може да му се потребни на секој. Меѓутоа, примарна таргет група се млади луѓе од 5 годиини до 25 години, бидејќи се смета дека тие би имале најголема корист од изучување на странски јазици. Но, не мора да значи дека услугите се наменети само за нив, со оглед на тоа што англискиот и германскиот јазик во денешно време им се потребни и на многу возрасни што се на возраст и од 50 години. Со развивање на технологијата и употреба на истата во компаниите, а исто така и соработката на домашно фирми со странски или интернационализацијата на домашните фирми, на многу возрасни им се бара да имаат познавање од овие јазици со цел да се вработат или да ја задржат работата.

6.3 Конкурентски предности

Како што веќе се спомена, конкуренцијата е во голем број. Со порастот на побарувачка за странски јазици, порасна и бројот на центри кои нудат вакви услуги. Во суштина сите центри за јазици ги нудат истите услуги, односно часови по странски јазици, меѓутоа она што го прави овој бизнис различен е начин на кој ќе се одвиваат тие часови. Ќе се користат современи методи на настава и пренесување на знаење, а целосно е исфрлен од употреба класичниот начин на предавање кој се користел во минатото. Предавањата ќе бидат придружени со многу останати активности и ауди-визуелни записи.

Исто така ќе се организираат многу настани преку кои ќе се пренесува знаење. Клиентите ќе имаат единствена можност за изучување јазици на современ, креативен и забавен начин. Ќе добијат и можности за учество во проекти кои ќе бидат дел од наставата и кои ќе се одвиваат во соработка и со центри надвор од државата.

6.4 Ценовна стратегија

Цените на услугите се разликуваат во различни центри за странски јазици, но постои некоја средна вредност до која сите се придржуваат. Овој бизнис нуди квалитетни услуги за кои цените нема да бидат многу ниски, меѓутоа ќе бидат пристапни. Цените ќе се искористат и како маркетинг средство со тоа што ќе има одредени попусти за оние кои ќе се запишат први во центарот, како и за оние кои ќе бидат верни клиенти. Цените зависат од тоа кој тип на услуга ќе се избере и за која возраст. Ќе има одредени промотивни пакети по повод отворањето на центарот од кои потрошувачите ќе може да го одберат оној кој најмногу ќе им одговара. Во текот на работењето ќе има и наградни конкурси на кои ќе може да се добијат одредени попусти, а во иднина се планира и доделување на стипендии.

6.5 Промотивни тактики

За рекламирање, прво и основно ќе се користат креативни флаери кои ќе се делат на неколку места низ градот. Исто така, флаери ќе се стават и во поштенските сандачиња во згради низ градот, а ќе се остават и низ кафулиња во Битола и во други услужни и трговски објекти. Освен флаери, ќе се споделуваат информации и на социјалните мрежи, а ќе се направат реклами кои ќе бидат поставени на неколку билборди низ градот.

7. ФИНАНСИСКИ ПЛАН

Во овој дел од бизнис планот се разгледуваат финансиите кои се потребни за почнување на бизнисот како и оние за негово одржување. Исто така се разгледуваат и потребните средства за задоволување на животните потреби и непречено работење на бизнисот. Се разгледува и предвидениот приход.

Вкупно потребни почетни средства	200 000 денари
Лични средства на основачот кои се на располагање	300 000 денари

Потребни еднократни финансиски средства	
Трошоци за регистрација Бесплатна електонска регистрација преку агент, но потребни се пари за проценувачи на опремата	6000 денари
Табла магнетна	4000 денари
Столчиња 10	15 000 денари
Компјутер	16 000 денари
Печатар/копир	6000 денари
Клупи	7 000 денари
Клима	30 000 денари
Телевизор	15 000 денари
Фискална каса	15 000 денари
Учебници	30 000 денари
Останати материјали	7000 денари
Вкупно:	151 000 денари

Потребни средства на годишно ниво	
Фирмарина	8000 денари
Сервис на фискална каса	4000 денари
Промотивни флаери и визит карти	3000 денари
Промотивни материјали	3000 денари
Вкупно:	18 000 денари

Потребни средства на месечно ниво	
Кирија (месечно)	18 000 денари
Сметководител (месечно)	3000 денари
Банка (месечно)	500 денари
Интернет (месечно)	1000 денари
Сметки (месечно)	5000 денари
Обезбедување	1000 денари
Плати	40 000 денари
Вкупно	68 500 денари

Предвидени приходи	
Месечно ниво (во месеците од Септември до Јуни)	90 000 денари
Месечно ниво (во месеците Јули и Август)	20 000 денари
Годишно ниво	850 000 денари

Според расположливите средства за основање на бизнисот и започнување со работа во првите месеци, се смета дека нема да има потреба од дополнителни средства (барање кредити). Исто така според очекуваните приходи и расходи се предвидува бизнисот да остварува профит.

Прилог број 2:

<u>Прашалник број 1</u> (наменет за сопственици и вработени во мал бизнис)

Овој прашалник е составен со цел за собирање информации за магистерски трудна тема „Улогата на менаџерските способности и локацијата како клучни фактори при основање на нов бизнис “. Ве замолувам да ги одговорите прашањата со означување на дадените одговори. Вашите одговори ќе ми бидат од голема помош. Ви благодарам.

1. Пол

а) Машко

б) Женско

2. Возраст

а) 18год. – 30год.

б) 31год. – 40год.

в) 41год. – 48год.

г) Над 49год.

3. Која е вашата улога во малиот бизнис?

а) Сопственик на мал бизнис

б) Вработен во мал бизнис

4. Во кој сектор е малиот бизнис на кој сте сопственик/односно во кој сте вработени?

а) Трговија на мало (облека, чевли, храна, играчки, лекови и слично)

б) Трговија на големо (магацини, складови)

в) Трговија со услуги (козметички, едукативни и слично)

г) Производство (фабрики)

д) Друго

5. Според вас, што е најбитно за успехот на еден мал бизнис? (Може да се заокружат најмногу три одговори)

а) Локацијата

б) Карактеристики на менаџерите

в) Услугата

г) Изгледот на производот

д) Квалитетот на производот (услугата)

ѓ) Маркетинг

е) Цената на производот (услугата)

6. Што од следното има најголемо значење во почетната развојна фаза на малиот бизнис?

а) Добар бизнис план

б) Соодветна локација

в) Способен менаџер

г) Создавање организациска култура

д) Посветени вработени

ѓ) Маркетинг

7. Кога избирате локација за бизнисот, на што се фокусирате? (Може да се заокружат најмногу два одговори)

а) Ниска цена за изнајмување

б) Пристапност до потрошувачите

в) Добар внатрешен дизајн на просторот

г) Задолжително да има паркинг простор

д) Да е соодветно со прописите за видот на бизнисот

8. Кога се избира менаџер за бизнисот, на што треба да се посвети внимание? (Може да се заокружат најмногу три одговори)

а) Задолжително да има искуство во одредениот сектор

б) Да има соодветно образование

в) Да поседува комуникациски способности

г) Да биде амбициозна личност

д) Да поседува организациони вештини

ѓ) Да умее да зборува повеќе од два јазици

е) Да умее објективно да ги оценува перформансите на вработените и да дава повратна информација

ж) Да поседува вештини за мотивирање на вработените

9. Дали мислите дека изборот на соодветна локација игра клучна улога за успехот на бизнисот?

а) Да

б) Не

в) Локацијата има важна улога, но не е најважна.

10. Дали мислите дека карактеристиките на менаџерот имаат клучна улога за успех на бизнисот?

а) Да

б) Не

в) Карактеристиките на менаџерот се битни, но не се најважни за успехот.

Прилог број 3:

<u>Прашалник број 2:</u> (наменет за потрошувачи-клиенти и соработници на малиот бизнис)

Овој прашалник е составен со цел за собирање информации за магистерски труд на тема „Улогата на менаџерските способности и локацијата како клучни фактори при основање на нов бизнис “. Ве замолувам да ги одговорите прашањата со означување на дадените одговори. Вашите одговори ќе ми бидат од голема помош. Ви благодарам.

1. Пол

а) Машко

б) Женско

2. Возраст

а) 18год. – 30год.

б) 31год. – 40год.

в) 41год. – 48год.

г) Над 49год.

3. Која е вашата улога во малиот бизнис?

а) Потрошувачи/Клиенти

б) Соработници на мал бизнис

4. Во кој сектор е малиот бизнис чии производи (услуги) ги користите, односно со кој соработувате?

а) Трговија на мало (облека, чевли, храна, играчки, лекови и слично)

б) Трговија на големо (магацини, складови)

в) Производство (фабрики)

г) Трговија со услуги (козметички, едукативни и слично)

д) Друго

5. Според вас, што е најбитно за успехот на еден мал бизнис? (може да се заокружат најмногу три одговори)

а) Локацијата

б) Карактеристики на менаџерите

в) Услугата

г) Изгледот на производот

д) Квалитетот на производот (услугата)

ѓ) Маркетинг

е) Цената на производот (услугата)

6. Што од следното ви го привлекува најмногу вниманието на еден нов мал бизнис?

а) Пристапна локација

б) Добар ентериер

в) Способен менаџер

д) Посветени вработени

ѓ) Маркетинг (интересна реклама)

7. Кога ќе помислите на локацијата на еден бизнис, што ви е најважно за да ги одберете нивните производи/услуги? (Може да се заокружат најмногу два одговори)

а) Близината до вашето место на живеење

б) Да бидат добро организирани производите внатре

в) Добар внатрешен дизајн на просторот

г) Задолжително да има паркинг простор

8. Кога ќе помислите на менаџерот на бизнисот, што според вас треба да поседува? (Може да се заокружат најмногу три одговори)

а) Задолжително да има искуство во одредениот сектор

б) Да има соодветно образование

в) Да поседува комуникациски способности

г) Да биде амбициозна личност

д) Да поседува организациони вештини

ѓ) Да умее да зборува повеќе од два јазици

9. Дали мислите дека изборот на соодветна локација игра клучна улога за успехот на бизнисот?

а) Да

б) Не

в) Локацијата има важна улога, но не е најважна.

10. Дали мислите дека карактеристиките на менаџерот имаат клучна улога за успех на бизнисот?

а) Да

б) Не

в) Карактеристиките на менаџерот се битни, но не се најважни за успехот.