

РЕЦЕНЗИЈА

**НА РАКОПИСОТ „ОРГАНИЗАЦИСКО ОДНЕСУВАЊЕ“ (УЧЕБНИК) ОД
АВТОРИТЕ Д-Р НАКО ТАШКОВ И Д-Р ЕЛИЗАБЕТА МИТРЕВА, ФАКУЛТЕТ
ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА, УНИВЕРЗИТЕТ
„ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“- ШТИП**

Врз основа на одредбите од Статутот и Правилникот за единствените основи за остварување на издавачката дејност на Универзитетот „Гоце Делчев“-Штип, како и Одлуката бр.2602-38/7 од 107. редовна седница на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика, одржана на 17.1.2014 година, избрани сме за рецензенти за изготвување извештај, рецензија на приложениот ракопис „Организациско однесување“ од вон. проф. д-р Нако Ташков и доц. д-р Елизабета Митрева наменет за студентите од прв циклус студии на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“-Штип.

По прегледот на ракописот, до Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика го поднесуваме следниов

ИЗВЕШТАЈ

Учебникот „ОРГАНИЗАЦИСКО ОДНЕСУВАЊЕ“ е наменет главно за студентите од Факултетот за туризам и бизнис логистика. Предметот се изучува во втор семестар во прва година и ја покрива наставната материја со оптовареност 2 (два) часа неделно т.е. 24 (дваесет и четири) часа по семестар.

Податоци за обем на ракописот. Проблематиката што е предмет на обработка е претставена во текст од вкупно 177 страници, од кои на 173 страници е претставен основниот текст, на 4 страници се поместени 119 релевантни библиографски единици од монографски единици, периодични списанија, статии, извештаи и интернет страници, во најголем дел странска литература што ги покрива подрачјата што се третирали во трудот. За полесно совладување на изнесената проблематика авторите даваат голем број шеми (36) за сè што може на сликовит начин да се претстави, сè со цел полесно да се разбере и запамети материјата од страна на читателот.

Обемот на трудот и неговата содржина ги задоволува критериумите според бројот на часови и според одредбите од Правилникот за единствените основи за остварување на издавачката дејност на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип.

Податоци за постоење на сличен или ист наслов. Презентируваниот труд го разработува прашањето на креирањето деловна култура во компаниите како филозофија и стратегија за пазарно работење, но и како процес кој овозможува ефикасно и ефектно планирање и организирање на пазарното функционирање на компаниите. Авторите во трудот прилично амбициозно нудат одговор на прашањата со кои се соочува современото корпорациско опкружување од аспект на резултатите, односно дефинирање на културата како модел на однесување, но и начин на кој вработените ги реализираат работните задачи, ги решаваат проблемите, ги надминуваат конфликтите, се однесуваат едни спрема други и односот спрема купувачите/ корисниците. Примерите од Јапонците и Англичаните во трудот укажуваат како големите нации се приспособуваат на промените. Притоа, треба да се истакне дека и двете нации се големи традиционалисти, не се одрекуваат од вредностите на својата традиција, но само што вклучуваат надворешни ментални модели во градењето на своето ново искуство. Тоа значи, дека треба да се развиваат позитивните особини на нашиот менталитет и да се прифати современ ментален модел, а за сето тоа важна улога има врвниот менаџмент кој треба да е спремен за учење и таа потреба да ја пренесе на вработените.

Јазикот на кој е напишана скриптата е јасен и разбирлив, а дефинициите на поимите во неа се технички прецизни.

Краток опис на содржината

Учебникот „Организациско однесување“ се состои од дванаесет тематски целини: 1. Искуствата за деловната култура во светот споредени со состојбата во македонските компании; 2. Улогата на лидерите во креирањето деловна култура во компанија; 3. Деловната култура и TQM (Total Quality Management) филозофија; 4. Аспекти на деловната култура; 5. Методологија за креирање деловна култура во компании; 6. Деловната култура се гради преку учење; 7. Креирање деловна култура преку тимска работа; 8. Каде лидерите грешат во креирањето деловна култура; 9. Надворешни аспекти при креирањето деловна култура; 10. Градење деловна култура со конкурентите; 11. Градење деловна култура со странски деловни партнери; 12. Корпоративни вредности во креирањето деловна култура на македонските компании.

Пред да ги истакнеме нашите оценки за трудот, како и предлогот, најнапред во скратена форма ќе ја презентираме неговата содржина.

Во првото поглавје од учебникот е опфатено значењето и улогата на организациското однесување во компаниите како филозофија и стратегија за пазарно работење, но и како процес кој овозможува ефикасно и ефектно планирање и организирање на пазарното функционирање на компаниите. Анализите и паралелите што ги направија авторите на овој труд со компаниите и културите на Истокот и Западот им дава за право да им сугерираат на студентите како идни менаџери и македонските компании да го следат ваквиот пример, како и да ги применат овие искуства адаптирани на нашата почва за успешен настап на пазарот и водење постојана конкурентска борба за остварување на што поголем успех, односно привлекување на поголем број купувачи/ корисници, со цел да се оствари поголем профит. Градењето деловна култура значи деловно и развојно партнерство – заедничка работа меѓу купувачите/ корисниците и производителите во правец на развој на нов производ/ услуга, кој мора де се разликува од конкурентите. Деловната култура се третира и од аспект на процесот, односно како систем од неформални вредности, норми, верувања за начинот на кој поединците и тимовите соработуваат меѓусебно како и со надворешната околина.

Во второто поглавје од скриптата е потенцирана улогата на лидерите во водењето успешен бизнис. Менаџерите треба да сфатат и да применуваат систем на потполно согледување, кој се состои од оперативно раководење со организацијата од една страна и унапредување на нејзините перформанси од друга страна, бидејќи со активностите на раководење се вршат превенции на промените, а активностите на подобрувања и иновации се насочени на креирање на промените.

Во третото поглавје авторите се осврнуваат на градењето деловна култура со усвојување на филозофијата на тоталниот менаџмент на квалитет (TQM) што значи фундаментално унапредување на деловните функции и процеси во компаниите што ќе резултира производство на врвни производи кои ги задоволуваат потребите на купувачите/ корисниците, позитивна деловна клима, како и деловни резултати кои ги задоволуваат потребите на сите други корисници на компаниите. Главната поента во ова поглавје се провлекува низ проблематиката на унапредување на квалитетот на деловната култура и нуди решенија за обезбедување ефикасно пазарно функционирање на компаниите.

Проблематиката поврзана со прифаќањето на TQM филозофијата во македонските компании преку спознавање на потребите и очекувањата на купувачите, креирање деловна култура преку ангажирање на сите вработени, анализа на сите трошоците кои се однесуваат на квалитетот („исправно да се направи од прв пат“), како и развој на процесот на континуирани унапредувања на деловните процеси авторите го посветиле четвртото поглавје во трудот.

Петтото поглавје од учебникот авторите го посветиле на креирање методологија за креирање деловна култура во компании. Во трудот се дадени чекори во креирање деловна култура на стратегиско ниво на менаџмент, чекори во креирање деловна култура по менаџерски функции, како и градење деловна култура преку дефинирање, реализација и мерење на целите. Во ова поглавје, студентите како идни менаџери, експертите од областа на менаџментот на квалитет на деловната култура, технолозите кои ги водат процесите, специјалистите за човечки ресурси кои се занимаваат со едукација и мотивација, како и многу други добиваат јасна, разбирлива и применлива методологија за унапредување на

квалитетот на своето работење. Во трудот авторите нагласуваат дека креирањето деловна култура започнува со желбите и потребите на купувачите/ корисниците, а завршува со мерење на нивното задоволство и деловните резултати на компанијата. Со сите насоки што се дадени во овој труд, на студентите како идни менаџери им се проектира сигурен од во иднината на компаниите, се разбира, доколку компаниите ги почитуваат и применуваат постапките, процедурите и рецептурите неопходни за оперативни активности поместени во трудот. Целта е да се користат постојните и да се креираат нови можности за во иднина.

Во шестото поглавје авторите го насочуваат фокусот на вниманието кон процесот на доживотно учење. Во информатичкото општество, знаењето е најважниот фактор на успехот, а знаењето е насочено на вработените. Врвниот менаџмент мора да гради деловна култура во која треба да се развиваат најдобрите таленти, на кои ќе им се остави слобода за личен развој, ќе им се даде доверба да не се плашат од евентуалните грешки и пропусти. Иновативноста е дел од корпоративната култура. Во високо развиените земји, управувањето со иновациите стана една од најважните области на квалитетното управување со компанијата, но и повеќе од тоа. Така што иновирањето престана да биде само збор во мисиите и визиите на компаниите, туку потребна состојба во свеста на секој поединец во истите.

Значајно внимание за потребата од тимска работа во градењето деловна култура во компаниите авторите посветиле во седмото поглавје. На ваков начин се доаѓа до пристапот кој треба да се примени во македонските компании, за мотивирачко вклучување на потенцијалот од вработени во градењето на тимови, во креирање деловна култура внатре во компанијата, како и со околината. Тимската работа ќе овозможи надминување на проблематиката на корпоративниот менаџмент особено во делот на градење на деловна култура, решавање конфликти, унапредување на квалитетот на производите и услугите, особено од аспект на постигнување конкурентска предност и обезбедување соодветна позиција на пребирливиот пазар.

Каде лидерите грешат во креирањето деловна култура авторите ја разработиле во осмото поглавје. Во ова поглавје се фокусираат на примената на различни менаџерски стратегии и вештини кои претставуваат значајни алатки во водењето и развојот на бизнисот. Како што на едно место ќе потенцираат авторите на овој труд „искуствата велат дека при исти технологии на производство и со исти машини се добиваат различни квалитети на производите и услугите“. Како резултат на таквите сознанија е изведен заклучокот дека разликите во квалитетот во најголем процент потекнуваат од човекот, а не од машините“. Притоа останувајќи доследни дека менаџерот е оној активен чинител и одлучувач во комбинирањето на расположливите ресурси и нивно ставање во функција на создавачите на вредности (добра и услуги за пазарот). Основна задача на менаџерите е континуирано подобрување на организационите перформанси, со раководење и ширење на знаењето внатре во компанијата, со нова култура која се темели на континуирано учење, иновација и подобрување. Комплексното знаење за системот по TQM значи дека знаењето треба да се распростира од првиот човек на компанијата – генерален директор до непосреден работник, со различен обем и тежина спрема различните функции од работењето на компанијата.

Надворешните аспекти при креирањето деловна култура се содржани во деветтото поглавје од учебникот. Во ова поглавје е посебно ставен акцентот на деловното и развојното партнерство – заедничка работа меѓу купувачите/ корисниците и производителите во правец на развој на нов производ/ услуга, кој мора да се разликува од конкурентите. Успех можат да постигнат само оние организации кои ќе воспостават процес на иновативни промени.

Во десеттото поглавје авторите ја разработуваат проблематиката во градењето деловна култура со конкурентите. Ова поглавје разработува искуства на некои компании во светот и потребата од „креативна деструкција“.

Прашањата за градење деловна култура со странски партнери се содржани во единаесеттото поглавје од скриптата. Во него се разработени основните правила за успешен контакт со странски деловен партнер, како и деловната култура на некои европски земји.

Неопходноста од креирање корпоративни вредности во креирањето деловна култура на македонските компании е обработена во дванаесеттото поглавје. Успешното функционирање на македонските компании е можно само со прифаќање на TQM филозофијата, градење

деловна култура, добро функционирање на менаџерските тимови, доживотно учење, добра соработка со вработените, постоење јасни стандарди на наградување и казнување, јасни наредби и прецизни инструкции на вработените, наместо договарање со нив, а тоа е можно само со постоење менаџери кои ја развиваат TQM филозофијата. Тоа значи, дека треба да се развиваат позитивните особини на нашиот менталитет и да се прифати современ ментален модел, а за сето тоа важна улога има врвниот менаџмент кој треба да е спремен за учење и таа потреба да ја пренесе на вработените. Значајно место е посветено на идните менаџери и тие што се бават со прифаќање на TQM филозофијата, бидејќи во ова поглавје ќе најдат одговор на голем број прашања кои треба да ги изучат и со кои се среќаваат во секојдневната деловна практика.

ЗАКЛУЧОК

Овој учебник претставува уште еден обид на авторите да претстават научен материјал со висок квалитет во кој се даваат можности за стекнување пошироки знаења од областа на организациското однесување. Анализите и паралелите што ги направија авторите на овој труд со компаниите и културите на Истокот и Западот им дава за право да им сугерираат и на македонските компании да го следат ваквиот пример, како и да ги применат овие искуства адаптирани на нашата почва за успешен настап на пазарот и водење постојана конкурентска борба за остварување на што поголем успех, односно привлекување на поголем број купувачи/ корисници, со цел да се оствари поголем профит. Во таа насока со овој труд се даваат можности за стекнување пошироки знаења од менаџирање со квалитетот на деловната култура како пристап за идентификување и подготвување на неопходни промени и преземање мерки за остварување на утврдените визии за во иднина. Тоа впрочем води во насока на откривање нови идеи и нивно имплементирање, планирање, односно развивање на стратегија и нејзино спроведување, оценување, односно вреднување. Без посветеност на топ менаџментот, забележуваат авторите кон поставените цели за квалитет и доследност во нивното спроведување, сите овие напори би се свеле само на „голо“ трошење време и пари, а тоа истовремено би значело намалена можноста за успешност на следната и иницијатива. Тоа, всушност, значи постојано трагање и изнаоѓање можности, во рамките на расположливите ресурси, за развој на квалитетот на деловната култура што ќе доведе до унапредување на квалитетот на производителите/ услугите што ги нуди компанијата на пазарот. Тој процес на постојано трагање и изнаоѓање можности во себе вклучува три елементи: истражувачко - аналитички активности, формулирање на плански цели и нивно реализирање. Основниот проблем на нашиот народ е, како успешно да ги спои своите традиционални вредности со цивилизациските вредности и со моментално трендовските западни вредности кои владеат во светот.

Трудот, според содржината и начинот на разработка, претставува дело во кое на оригинален начин се претставува можноста на македонските компании во креирање деловна култура и прифаќање на TQM филозофијата. Познато е дека маркетингот, позиционирањето на пазарот и градењето сопствен бренд не се само методи за подобрување на продажбата и зголемување на профитот, туку се посебна состојба во свеста на вработените. Авторите укажуваат на фактот дека еднаш осознаените и усвоените менаџерски вештини и постапки, немаат траен и непроменлив карактер и природа, како варијабли, туку тие се менуваат согласно со условите, можностите и барањата на опкружувањето.

Врз основа на изложеното може да се заклучи дека предложениот ракопис за учебник по предметот „Организациско однесување“ е сосема во согласност со студиската програма и наставниот план на Факултетот за туризам и бизнис логистика. Учебникот од педагошки и научен аспект го поседува потребното ниво соодветно за студентите на прв циклус студии. Според наши сознанија, ваков учебник, кој по обемот и содржината на оригинален начин разработува примери, прашања и нуди решенија, а која одговара на предвидената наставна програма по предметот Организациско однесување на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип не е објавен.

Согласно со ова, на Наставно-научниот совет на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип со задоволство го препорачуваме учебникот „Организациско однесување“ од авторите **д-р Нако Ташков и д-р Елизабета Митрева** да го прифати како **РЕЦЕНЗИРАН УЧЕБНИК**.

РЕЦЕНЗЕНТИ

**Д-р Еленица Софијанова, вонреден професор,
Земјоделски факултет - Штип
Универзитет „Гоце Делчев“- Штип**
**Д-р Круме Николовски, вонреден професор,
Економски факултет - Штип
Универзитет „Гоце Делчев“- Штип**