

РЕЦЕНЗИЈА

**НА РАКОПИСОТ СО НАСЛОВ „СТРАТЕГИСКИ МЕНАЏМЕНТ ВО
ТЕКСТИЛНАТА ИНДУСТРИЈА“ - ПРАКТИКУМ ОД Д-Р ЕЛЕНА
ВЕСЕЛИНОВА, ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ, 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 Одлука бр. 1202-44/20 од 166. редовна седница на Наставно-научниот совет на Економски факултет, одржана на 7.2.2019 година, избрана е Рецензентска комисија во состав:

- д-р Трајко Мицески, редовен професор, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип;
- д-р Тамара Јованов-Апасиева, доцент, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип,

за изготвување на извештај - рецензија на приложениот ракопис со наслов **„СТРАТЕГИСКИ МЕНАЏМЕНТ ВО ТЕКСТИЛНАТА ИНДУСТРИЈА“ – практикум од д-р Елена Веселинова**, наменет за студентите на прв циклус студии на Економски факултет на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип.

По прегледот на ракописот, Комисијата до Наставно-научниот совет на Економски факултет го поднесува следниов

ИЗВЕШТАЈ

Општи податоци за ракописот: Учебното помагало „Стратегиски менаџмент во текстилната индустрија” - практикум од д-р Елена Веселинова претставува континуирана заложба на авторката да ја оформи потребната литература од областа на стратегискиот менаџмент за студентите кои се соочуваат со анализа на прашања од оваа современа проблематика. Практикумот е подготвен за потребите на студентите од студиските програми: Менаџмент и претприемништво, Маркетинг, Финансиски менаџмент и Бизнис економија на Економскиот факултет во Штип и таа ги содржи сите предвидени содржини што се опфатени во предметната програма за предметите: Стратегиски менаџмент и Бренд менаџмент во трета и четврта академска година (VI и VIII семестар, во зависност од насоката), со неделен фонд на часови 6 (3+2+1), односно 4 (2+1+1).

Податоци за обемот на ракописот: Проблематиката што е предмет на обработка е претставена во текст од вкупно 41 страница. Текстот во трудот е поткрепен со бројни примери и студии на случај. Трудот е пишуван во А4 формат, со нормален проред, употребен е фонд Arial, големина на буквите 11. Обемот на трудот и неговата содржина ги задоволуваат 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: Трудот е напишан на оригинален начин и во него е опфатена комплексноста на проблематиката од областа на стратегискиот бренд менаџмент. И покрај тоа што во нашата земја постои мал број и опфат на јавно презентирани литература од оваа област, сепак проблематиката разработена со оваа методологија и во овој обем е неопходна за студентите на Економскиот факултет, за студентите кои ги изучуваат сродните економски проблематики и други дисциплини. Може да се каже дека трудот претставува научен материјал со висок квалитет кој може да се примени за стекнување на широки знаења од доменот на актуелностите во стратегискиот менаџмент, за студентите, за ентитетите (деловните субјекти) кои тековно или потенцијално се ангажираат во процесот на градење и управување со брендот како едно од највредните средства на бизнисот. Во таа смисла, учебното помагало претставува едукативен пишан стручен труд кој обработува ваква проблематика кај нас, приспособен

на потребите за образование и едукација во областа на економските науки. Затоа сметаме дека овој практикум е особено значаен, како од теоретски, така и од практичен аспект за актуелните и идните професионалци кои се занимаваат со конкретната проблематика.

Краток опис на содржината: Од содржински аспект, во трудот се опфатени 18 тематски целини – вежби: Вежба 1 - Објаснете го местото и значењето на текстилната индустрија во националната економија, земајќи ги предвид учеството во БДП, извозот и вработеноста; Вежба 2 - Анализирајте ги ограничувањата во општото опкружување на текстилните претпријатија; Вежба 3 - Анализирајте ги елементите на структурна анализа на текстилната индустрија; Вежба 4 - Анализирајте ги влезните бариери и очекуваните реакции од постојните претпријатија во текстилната индустрија како два фактори кои влијаат на веројатноста за влез на нови конкуренти; Вежба 5 - Направете проценка на интензитетот на ривалство во текстилната индустрија кој е резултат на наведените структурни фактори со меѓусебно влијание; Вежба 6 - Анализирајте ги основните карактеристики кои ја зајакнуваат преговарачката позиција на снабдувачите; Вежба 7 - Анализирајте ги условите кои ја одредуваат преговарачката позиција на купувачите; Вежба 8 - Комплетирајте го концептот на анализа на конкурентот; Вежба 9 - Класифицирајте ги ресурсите и способностите на текстилните претпријатија според елементите на VRIO моделот; Вежба 10 - Формирајте го синцирот на вредности на текстилните претпријатија; Вежба 11 - Направете споредба помеѓу трошочните фактори и факторите на оригиналност кои имаат влијание врз синцирот на вредности; Вежба 12 - Наведете ги позитивните и негативните страни на аутсорсингот и стратегиските партнерства како стратегиски алтернативи за текстилните претпријатија; Вежба 13 - Наведете ги позитивните и негативните страни на водството во трошоци како стратегиска алтернатива за текстилните претпријатија; Вежба 14 - Наведете ги позитивните и негативните страни на стратегијата на диференцирање како стратегиска алтернатива за текстилните претпријатија; Вежба 15 - Наведете ги позитивните и негативните страни на одделните начини на диференцирање за текстилните претпријатија; Вежба 16 - Наведете ги позитивните и негативните страни на извозот како стратегиска алтернатива за текстилните претпријатија; Вежба 17 - Направете споредба помеѓу директниот и индиректниот извоз како стратегиска алтернатива за текстилните претпријатија и Вежба 18 - Анализирајте ги менаџерските аспекти на одлуката за извоз.

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

Во *првиот дел* од практикумот - *Анализа и оценување на екстерното опкружување на текстилната индустрија* целта е да се направи анализа на текстилната индустрија на макро ниво, преку анализирање на учеството на текстилната индустрија во БДП, вкупниот извоз и увоз на РС Македонија и креирањето на вработеноста, на начин на кој се согледува нејзиното значење и важност за македонската економија. Следува систематска анализа на моменталната конкурентска позиција на текстилните претпријатија во РС Македонија преку модел за анализа на екстерните можности и ограничувања и интерните предности и слабости, за откривање на конкурентска предност и избор на соодветна стратегија за настап на домашниот и странските пазари. Потоа се систематизираат факти за екстерните можности и ограничувања на општото и посебно опкружување на текстилните претпријатија, преку структурната анализа на текстилната индустрија и анализата на конкурентите.

Вториот дел на практикумот - *Анализа и оценување на интерното опкружување на текстилните претпријатија* се состои од вежби кои вклучуваат стратегиска анализа на ресурсите и способностите на претпријатијата, кои претставуваат основа за утврдување на предностите и слабостите на претпријатијата и откривање на потенцијалната конкурентска предност врз чијашто основа ќе се гради стратегијата на текстилните претпријатија. Следува анализа на синцирот на вредности и одделните активности на текстилните претпријатија, со цел да се утврдат оние активности кои додаваат вредност во процесот на создавање на производот за крајниот потрошувач, а да се елиминираат оние активности кои се трошочни носители, но не придонесуваат во додавање на дополнителна вредност на финалниот производ. Преку детална анализа на синцирот на вредности и организациската структура на претпријатијата, во комбинација со анализа на трошочните фактори и факторите на

оригиналност (како основа за диференцирање), се согледуваат изворите на конкурентска предност на текстилните претпријатија.

Во *третиот дел* на практикумот - *Конкурентската предност и стратегијата на текстилните претпријатија* со информациската основа добиена во текот на истражувањето, преку конструираниот модел за создавање и одржување на конкурентска предност, вклучени се вежби за препознавање на потенцијалната стратегија на ниво на претпријатие, како алтернативен начин за идно профитабилно работење на текстилните претпријатија. Станува збор за избор и имплементација на стратегија на диференцирање, како најсоодветна стратегија за позицијата во која се наоѓаат и посакуваат, односно можат да бидат текстилните претпријатија во РС Македонија. Во овој дел се вметнати и вежби за анализирање на стратегиските партнерства и аутсорсингот како стратегиски алтернативи, со акцент на тековната доминантност на лон-системот и идните правци за развој на стратегиските партнерства. Материјалот опфатен во практикумот финализира со разработка на вежби за стратегијата на извоз, несомнено потврдена како најсоодветна стратегија за настап на странските пазари, земајќи ја предвид ограниченоста на македонскиот пазар (големината и куповната моќ на потрошувачите).

ЗАКЛУЧОК

Практикумот „Стратегиски менаџмент во текстилната индустрија“ од д-р Елена Веселинова е систематски и логички подреден на современ начин и во 18 тематски целини се прикажани карактеристиките, значењето и актуелноста на стратегискиот менаџмент како важна научна дисциплина. Материјата е презентирана со јасен, студиозен, стручно-методолошки пристап и низ практични примери. Поради ваквиот стил и модел на презентираниот материјал студентите ќе можат без тешкотија да ја совладаат оваа материја. Трудот е поткрепен со бројни податоци и графички прикази како основа на анализите, истражувањата и констатациите по клучните прашања содржани во трудот. Тие, исто, така претставуваат аргументација и одговор на бројните прашања за улогата, значењето и перспективата на стратегискиот менаџмент како научна дисциплина.

Трудот заслужува внимание поради неговата актуелност и методолошки пристап во истражувањето, кој може да се оцени како интегрален, целисходен и исцрпен според широчината на опфатот на спроведените истражувања и информации. Сметаме дека овој труд ќе предизвика голем интерес кај нашата јавност, ќе им овозможи на студентите и од економските и сродни научни дисциплини да се стекнат со потребните знаења за оваа област, а ќе даде придонес и во научната и стручната јавност.

Од оваа причина, препорачуваме учебното помагало „Стратегиски менаџмент во текстилната индустрија“ да биде објавено, категоризирано како рецензиран е-практикум.

РЕЦЕНЗЕНТИ

Д-р Трајко Мицески, редовен професор, с.р.
Д-р Тамара Јованов-Апасиева, доцент, с.р.