Број 09-3/1
18.01.2021 год.
Скопје

УНИВЕРЗИТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ ВО СКОПЈЕ

УНИВЕРЗИТЕТСКИ БИЛТЕН
Број 1/2021

18 јануари, 2021 година
Скопје

Издавач
Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје

ИЗВЕШТАЈ НА РЕЦЕНЗЕНТСКАТА КОМИСИЈА

ЗА ИЗБОР НА ЕДЕН НАСТАВНИК ОД НАУЧНО ИСТРАЖУВАЧКО ПОДРАЧЈЕ ОПШТЕСТВЕНИ НАУКИ, НАУЧНО ИСТРАЖУВАЧКО ПОЛЕ 506: Организациони науки и управување (менаџмент), 50600 Наука за организацијата, 50615 Менаџмент во администрацијата и 50624 Друго НА УНИВЕРЗИТЕТОТ ЗА ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ ВО СКОПЈЕ
врз основа на Конкурс објавен во Нова Македонија на 26 мај 2020 година

Д-р Сашо Кожухаров, редовен професор, претседател, Универзитет за туризам и мернаџмент во Скопје, Република Северна Македонија,

д-р Зоран Ивановски, редовен професор, член, Универзитет за туризам и мернаџмент во Скопје, Република Северна Македонија,

д-р Јулијана Ангеловска, вонреден професор, член, Универзитет за туризам и мернаџмент во Скопје, Република Северна Македонија.

	До Наставно научниот совет на **Економскиот факултет Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје**

Предмет: Извештај на Рецензентска комисија која дава мислење во постапка за избор на д-р Борче Сибиновски, во наставно-научно звање насловен доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, поле: 506: Организациони науки и управување (менаџмент), 50600 Наука за организацијата, 50615 Менаџмент во администрацијата и 50624 Друго.

Врз основа на член 92 став 1 алинеја 2 и 14 од Статутот на Универзитетот за туризам и менаџмент, согласно Законот за високото образование (82/2018), ННС на Економскиот факултет на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, донесе одлука за започнување постапка за избор на еден (1) наставник во наставно-научно звање насловен доцент, за научно-истражувачко подрачје Општествени науки, 50624 Друго, на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

На истата седница, именувана е и Рецензентска комисија за давање на мислење во постапката за избор на еден наставник во наставно-научно звање насловен доцент за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, научно-истражувачко поле: 506: Организациони науки и управување (менаџмент), 50600 Наука за организацијата, 50615 Менаџмент во администрацијата и 50624 Друго. на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, и тоа во состав:

Д-р Сашо Кожухаров, редовен професор, претседател, Универзитет за туризам и мернаџмент во Скопје, Република Северна Македонија,

д-р Зоран Ивановски, редовен професор, член, Универзитет за туризам и мернаџмент во Скопје, Република Северна Македонија,

д-р Јулијана Ангеловска, вонреден професор, член, Универзитет за туризам и мернаџмент во Скопје, Република Северна Македонија.

Во својство на членови на Рецензентската комисија за давање мислење во постапката за избор на еден наставник во наставно-научно звање насловен доцент за научно-истражувачко подрачје Општествени науки, и 50624 Друго, на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, го прифативме именувањето.

Рецензентската комисија утврди:
- дека Конкурсот е објавен во дневниот весник „Нова Македонија“ на 25 мај 2020 година и на веб страницата на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје (www.utms.edu.mk) на 25 мај 2020 година;
- дека во предвидениот рок за поднесување пријава на конкурсот се пријавил еден кандидат, и тоа: д-р Борче Сибиновски,
- дека со пријавата на конкурсот, кандидатот ги доставил сите потребни документи според условите на конкурсот.
Врз основа на поднесената пријава, приложената документација и поднесените трудови на кандидатот,
Рецензентската комисија ја проучи научната, наставната и стручната дејност на кандидатот, ги усогласи ставовите и го поднесува до Сенатот на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, следниот заеднички

И З В Е Ш Т А Ј

За кандидатот д-р Борче Сибиновски.

Извештајот опфаќа:
1. Биографија на кандидатот,
2. Анализа и оценка на научната дејност на кандидатот,
3. Анализа и оценка на наставната дејност на кандидатот,
4. Анализа и оценка на стручната дејност на кандидатот, и
5. Заклучна оценка, мислење и предлог на Рецензентската комисија.

Во прилог на извештајот се дадени:

1. Табеларен приказ на научните трудови на кандидатот *(Прилог 1),*
2. Список на научните и стручните трудови според категории *(Прилог 2),*
3. Доказ за исполнување на условите за вреднување на трудовите во релевантни бази на податоци врз основа на критериумите за избор во наставно-научно звање – доцент и вонреден професор, пропишани во Законот за Високото образование на Република Македонија („Службен весник на Република Македонија“бр. 82/2018) *(Прилог 3),* како и
4. Примерок од анализираните научни трудови на кандидатот релевантни во постапката за избор во доцент и вонреден професор *(Прилог 4),*
5. Потврда за учество во научно-истражувачки проект *(Прилог 5),*
6. Извештај од самоевалуација на Универзитетот *(Прилог 6),*
7. Извештај од Рецензентската комисија за избор во наставно-научно звање звање насловен доцент за група предмети од областа на претприемачкиот бизнис *(Прилог 7).*

8. Одлука од Сенатот за избор во наставно-научно звање доцент *(Прилог 8).*

1. БИОГРАФИЈА НА КАНДИДАТОТ — д-р Борче Сибиновски

Кандидатот, д-р Борче Сибиновски е роден на 24.10.1962 година во Тетово. Средното образование во гимназија Кирил пејчиновиќ во Тетово. Дипломирал на Шумарскиот факултет, како и на Економскиот факултет на УТМС и стекнува стручен назив дипломиран шумарски инженер и дипломиран економист.

Завршил постдипломски студии на во областа на економика и организација, како и на областа менаџмент на банкарскиот, профитниот и непрофитниот сектор.

Завршил докторски студии на избор на тема за докторатот под наслов: „Современи организациски промени и менаџерски процеси во управувањето со стопанството и јавниот сектор во Република Македонија“на Универзитетот во Бања Лука, при што се стекнал со називот доктор на економски (PhD).

Работното искуство на кандидатот е исклучително богато:

- ХЕК Југохром, Јегуновце - раководител на рецепција Попова Шапка (1987-1988 година)
- ШИК Јелак, Тетово – референт по арондација на шуми и шумско земјиште (1988-1990 година)
- ШИК Јелак, Тетово – раководител по откуп на ШСП (1990-1991 година)
- ШИК Јелак, Тетово – ЈП Лешница- раководител на организационата единица (1991-1992 година)
- Претседател на Управен одбор на ЈП Лешница, Тетово (1993 година)
- Член на Извршен одбор на Собрание на Општина Тетово (1993 година)
- Претседател на Управен одбор на ЈП Лешница Тетово (1996-1998 година)
- Во 1998 година избран за пратеник во Парламентот на Република Македонија (мандат од 1998-2002 година)
- Извршен директор на А.Д. Медицинска пластика, Тетово (2001-2003 година)
- Надворешен соработник на катедрата за економика при Шумарскиот факултет во Скопје и Горски факултет во Софија
- Раководител на ДОО
- Потпретседател на У.О. А.Д. ВАРДАР, Брвеница (2004-2016 година).

Членувал и во повеќе советодавни тела и комисии

- Претседател на Собраниска Комисија за ЗШВ
- Член на Комисија за меѓународна соработка со Република Албанија
- Член на Комисија за меѓународна соработка со Република Монголија
- Член на Комисија за меѓународна соработка со Република Израел

- Потпретседател на Управен одбор на ЈП Македонски шуми
- Член на Управен одбор на Агенција за приватизација
- Владин повереник во ХЕК, Југохром-Јегуновце
- Член на Управен одбор на ВШИ БУДО- Софија (Балкански универзитет за дистанционо образование)
- Комисија за разграничување земјоделско, градежно, шумско и неплодно земјиште во општина Тетово (1989-1992 година)
- Комисија за разграничување на пасишта и шумско земјиште (1989-1993 година)
- Потпретседател на ОПК – Општинска пописна комисија (1994 година)
- Потпретседател на манифестација Гоцеви денови (1993-1998 година)
- Член на Фудбалски Сојуз- Тетово (1990-1995 година)
- Член на Управен одбор на О.У., Братство''- Челопек (1991-1994 година).

Учествувал на повеќе научни собири, конференции, семинари и советувања од областа на економијата, претприемаштвото и бизнис менаџментот во земјата и странство. Ги користи англискиот и германскиот јазик. Поседува солидни компјутерски вештини, вклучувајќи напредно познавање и работа со Windows, Microsoft Office пакетот: Word, Excel, PowerPoint, и Интернет.

Досегашната научна и истражувачка активност на кандидатот ни укажува на научен интерес насочен кон различни теми и проблематики во состав на основното научно поле на проучување. Најпрвин со магистерскиот труд, а подоцна и со докторската дисертација, кандидатот ја дефинирал својата истражувачка ориентација кон проучување на полето на економските науки

2. АНАЛИЗА И ОЦЕНКА НА НАУЧНАТА ДЕЈНОСТ НА КАНДИДАТОТ

Овој дел на Извештајот содржи:
2.1. Досегашни избори на кандидатот во соработнички и наставно-научни звања,
2.2. Преглед на научната дејност и анализа на научниот придонес на кандидатот, и
2.3. Оценка на севкупната научна дејност на кандидатот.

2.1. Досегашни избори на кандидатот во соработнички и наставно-научни звања

2.2. Преглед на научната дејност и анализа на научниот придонес на кандидатот

Д-р Борче Сибиновски во неговата научна и истражувачка активност, до изборот во наставно-научно звање доцент напишал докторска дисертација и објавил 9 трудови во зборници од меѓународни и домашни научни конференции.

Во продолжение на извештајот е даден приказ на поединечна анализа и оценка на објавените научни трудови, и тоа:

2.2.1. Докторска дисертација
2.2.2. Објавени научни трудови

2.2.3. Анализа на објавените научни трудови и научниот придонес на кандидатот
2.2.4. Учество во научни проекти

2.2.1. Докторска дисертација

Докторската дисертација на тема: ”**Современи организациски промени и менаџерски процеси во управувањето со стопанството и јавниот сектор во Република Македонија**” успешно е одбранета на ден 17.07.2017 година, на економскиот факултет во Бања Лука на универзитетот Нубл (независен универзитет Бања Лука) пред комисија во состав проф.др.Слободан С.Жупланин, претседател на комисијата, проф.др.Зоран Калиниќ ментор и член на комисијата двајцата редовни професори на економскиот факултет при Нубл универзитетот во Бања Лука, и проф.др.Мирко Трипуновски член на комисијата, редовен професор на економскиот факултет при ФОН универзитетот во Република Македонија. Со одбраната на докторската дисертација се стекнав со академска титула **доктор по економски науки.**
Докторската дисертација претставува квалитетен истражувачко-научен труд кој дава значаен придонес во областа на менаџментот, со посебен акцент на примената на современиот менаџмент. Во овој труд авторот ги детерминира како една од најзначајните карактеристики на современите компаниите со добри практики на современ менаџмент - нивната посветеност да одржуваат висок степен на транспарентност што се демонстрира преку постојано известување за состојбите во компаниите. Во терминологијата на современиот менаџмент ваквата транспарентност е позната како обелоденување на податоци и информации за компаниите. Компаниите се придржуваат кон посебни правила за известување. Ова има посебно значење за компаниите кои излегуваат на пазарот на капитал. За да можат да донесат одлука дали да инвестираат во некоја компанија, инвеститорите сакаат да бидат сигурни каде вложуваат со цел таквите вложувања да не им донесат штети или загуби.
Примената на современиот менаџмент, неговите практики и принципи наметнати со процесот на глобализација, технолошкиот развој и светската економска криза, е нужна за современите копмании да опстанат на меѓународниот економски пазар, да ја зголемат својата конкурентска предност и услов за развој на стопанството и јавниот сектор. За што е и потребно градење на регулативи во земјите врз основа на принципи за кои е постигнат договор во меѓународни рамки. Кога ја развива сопствената регулатива, секоја земја треба да поаѓа од специфичностите на нејзиното окружување, но во исто време, треба да се труди колку што е можно повеќе истата да ја втемелува врз општоприфатените стандарди и принципи.

Дисертацијата е компонирана во 6 делови, односно во 6 логично поврзани поглавја.

Предмет на истражување во докторската дисертација се менаџерите во јавниот и приватниот сектор во Република Македонија (Р.М). Истражувањето опфаќа големи и средни фирми, поради тоа што овие фирми имаат изразен менаџмент како и дел од организациите од државна сопственост, односно јавниот сектор.

Во првиот дел од дисертацијата преовладуваат предметот и методологијата на третираната проблематика, како и осврт на досегашните истражувања на истата во литературата и индустриската практика.

Во вториот дел е дефиниран концептот на организациски дизајн, фактор за оптимална употреба на организацискиот менаџмент, додека во третиот дел е детално разработен моделот на ПУП. Во четвртиот дел е поместено резимето од истражувањата.

Во *првото поглавје*, односно во воведното излагање презентирани се предметот и потребата од вакви

истражувања, користената методологија и очекуваните резултати од истите.

Во *второто поглавје* се поместени сознанијата за третираната проблематика во светската литература и индустриска практика, јапонското искуство, македонското искуство и осврт на одделни пристапи и решенија презентирани во повеќе објавени трудови и литература. Од спроведеното истражување може да се донесе заклучок дека организацискиот дизајн е клучен дел кој игра голема улога во работењето на една компанија. Организацискиот дизајн е оној кој и помага на компанијата и дава насоки како треба да функционираат активностите во истата. Затоа во овој труд има детално објаснување за типот на организациски дизајн, како истиот функционира и со кој тип во кој тип на организациска култура може да биде применет. Исто така дадени се насоки за избор на правилен организациски дизајн. Понатаму, даден е опис за човечки ресурси како битен фактор при креирање на организацискиот дизајн, затоа што тие се грижат за регрутација на вработените кои треба да го применуваат и да бидат дел од тој дизајн. Дадени се совети за мали и за големи компании, кој тип на организациски дизајн може да се примени, како и моќта на организациската култура и каков е впечатокот за една компанија според нејзината организациска култура. Тука се истакнува јазот помеѓу организацискиот дизајн и култура, едното не може без другото, ако се применува организациски дизајн кој е соодветен на организациската култура и се почитува односот помеѓу вработените во една компанија, каде некаде е поформален а некаде понеформален во зависност од типот на работа која ја извршува компанијата, тогаш истата ќе биде многу успешна.

Менаџерските функции и улоги на менаџерите во стопанските субјекти се претставен во *третото поглавје*. Менаџерскиот систем претставува систем на хиерархиски однос кој има потреба од успешно извршување на сите човекови активности и менаџерски функции. Овој хиерархиски однос во менаџментот се состои од три нивоа на менаџмент и менаџерските улоги. Структурата на организацијата е формален систем на взаемни односи на задачи и одговорности што ги координира и мотивира членовите на организацијата со цел да работат заедно за да ги постигнат целите на организацијата. Организирањето во менаџментот е процес што го користат менаџерите за да воспостават една структура на работни односи што им овозможува на членовите на една организација да работат заедно за да ги постигнат целите на организацијата. Организирањето, значи групирање на луѓе во сектори според видот на задачите специфични за работата што тие ја изведуваат.

Во *четвртото поглавје* е разработена поврзаноста на менаџерските улоги и лични карактеристики кај македонските менаџери. Процесите од формирањето на раководните кадри, преку работата на тимот па до неговото распуштање е главна преокупација на менаџерот.Денес да се биде успешен менаџер, најпотребно е да се има развиено вештина, модел или да се поседува лична карактеристика. Целите, во најголем процент не можеме да ги остваримe сами – потребен е соодветен кадар. Кадарот може да се најде на многу места, на различни начини и под различни услови. Мудриот менаџер секогаш ќе избере кадар појак од него, а оној кој има просечни или под просечни познавања или ниво на свест би избрал послаб кадар од него, а со тоа и послаби карактеристики би поседувал за една одлучувачка моќ.

Денес успешни менаџери се луѓе кои имаат изразена индивидуалност и препознатливост. Тоа се харизматични луѓе кои потполно се окупирани со визијата и мисијата на својот работен тим. Откако ќе ги запознаеме, не ги забораваме и секогаш ги доживуваме како „идеални“ водачи, бидејќи се работи за луѓе со цврсти начела, стабилни и доследни во борбата за остварување на поставените цели.Тие се способни многу јасно, едноставно и атрактивно да комуницираат со своите

„подредени“, па едноставно ги фасцинираат, освојуваат и придобиваат членовите на својот тим.
Типологијата и менаџментот на јавни услуги е презентирана во *петтото поглавје* во кое се објаснува колебливоста на професионалците во јавниот сектор дали да го прифатат менаџментот, што ја одразува филозофската антипатија што ја чувствуваат кога станува збор за ваков комерцијален концепт. Ваквото очигледно однесување на професионалците во јавниот сектор кога станува збор за прифаќање на менаџмент начелата се објаснува со перцепцијата дека јавниот сектор и услугите што тој ги нуди се уникатни и различни, а јавниот сектор е тој што се придржува кон утврдените трансакциски концептуализациите на менаџментот.
Карактеристиките на јавните услуги влијаат врз динамиката и операциите на политички наметнатите структурни уреди, како што се квазипазарните механизми и конкурентните процедури, правејќи ги различни од практиките на приватниот сектор. Менаџментот во јавниот сектор се разликува од сите примени на менаџментот во приватниот сектор, и наместо да се редефинира што тој претставува, неговите суштински концепти треба да се приспособат и да ги одразуваат контекстот и карактеристиките на јавните услуги.

Во *шестото поглавје* се претставени резултатите од истражувањето. Според досегашните истражувања Менаџментот во Република Македонија се карактеризира со некомпетентни и нестручни менаџери. Тие менаџери се едноставни т.н послушни менаџери кои освен послушност и хиерархиска оданост, не се способни да понудат ништо друго. Кај многумина, главна цел им е да ја задржат стекнатата-незаслужена позиција. Се претпоставува дека сето тоа ќе постои се додека не се заврши процесот на трансформација и приватизација на општествениот капитал, како и севкупната транзиција на општествено-економскиот и политичкиот систем. Потребно е функционирање на вистинска правна држава, за развој на современиот менаџмент и рамноправни услови за развој на стопанството и функционирање на сите стопански и други субјекти.

Истражувањето покажа дека во Р.М развојот на стопанството и јавниот сектор е условено од примената на современите менаџерски практики, но тие во нашите фирми и организации се недоволно и неефикасно применети од страна на менаџментот. Тоа е така, поради влијанието на многу други околности и фактори, пред се поради квалитетите на самите менаџери, стравот од промени и недоволната мотивација од страна на владината институционална и правна рамка.

Од анализата на социометеискиот прашалник, спроведен на 100 испитаници во приватни и јавни компании во Република Македонија добиени се повеќе заклучоци.

Согласно анализата на дадените одговори и мислења, во дисертацијата се изведени предлог решенија:

1. Промени во рамките на правната регулатива од страна на владата!
2. Рамноправност помеѓу сите облици на сопственост!
3. Обезбедени континуирани обуки од страна на владата, за развој на современите менаџерски вештини и практики!
4. Задолжително формирање и почитување на етичките кодекси од сгтрана на компаниите и нивна контрола од страна на државата!
5. Нови државни регилации за подобрување на работничките права!
6. Организирање на настани и форуми за македонските менаџери, водени од светски познати лидери!
7. Формирање на посебно тело за регулација на менаџментот на компаниите во приватниот и јавниот сектор во Република Македонија!
   Подобри бенифиции за приватниот домашен сектор!
8. Економски стандарди за задолжителна примена на современите менаџерски практики!

9. Иницирање на континуирано подобрување на знаењето и вештините на македонските менаџери, како и стекнување на нови вештини и знаења!

Научен придонес на докторската дисертација

Докторската дисертација на кандидатот Борче Сибиновски, претставува квалитетен истражувачко-научен труд кој дава значаен придонес во областа на менаџментот, со посебен акцент на креирањето на квалитетна менаџерска структура. Организациите својата функција ја остваруваат преку работа во деловното окружување, кое претставува комплексна структура составена од интерни и екстерни елементи. Денес современото деловно окружување го детерминира функционирањето и резултатите на организациите, информациите за трендовите и карактеристиките во него претставуваат почетна основа во процесот на одлучување и остварување на целите. Преку често и систематско истражување на окружувањето, организациите ги идентификуваат своите интерни предности и слабости, како и екстерните шанси и опасности. Користејќи ги достапните информации, организациите настојуваат ефикасно да ја активираат својата моќ (сила), да ги отстранат слабостите и искористат приликите, избегнувајќи ги надворешните препреки и опасности. Современото деловно окружување континуирано и брзо се менува , изложувајќи ги организациите на нови предизвици, како што се: глобалната конкуренција, брзиот технолошки развој, демографските промени, диверзифицираност на работната сила и многу други. Во рамките на современо динамично општество, организациите мора да се прилагодуваат на глобалните промени и условите во турболентното деловно окружување, затоа што во прашање не е само нивната успешност, туку и нивниот опстанок. Затоа потребна е примена на современите менаџерски практики при управувањето со организациите, како и користење на нови организациони форми и нови структурни решенија, доволно флексибилни и прилагодливи. Современите организации денес постојано се изложени на промени и се повеќе ја губат традиционалната пирамидална структура за сметка на хоризонталната. Без обзир на постојаните промени и предизвици, главни носители на сите активности во деловното окружување се и понатаму луѓето. Тие со своето знаење, вештини и способности, се значаен фактор за примена и развој на практиките на современиот менаџмент. Современиот менаџмент како процес на ефикасно и ефективно управување со луѓето, денес во современото, глобално деловно окружување е битен фактор за развојот на една организација, нејзината конкурентска предност на пазарот како и значаен услов за развој на стопанството и јавниот сектор во една земја.

Свесни сме дека полека но сигурно менаџментот е далеку по впечатлив во однос на минатото, сега управувањето со современи организациски промени и менаџерски процеси во управувањето со стопанството и јавниот сектор активно создава вредности, ги следи правилата на игра на пазарот и рутината поставена од страна на конкуренцијата.
Без оглед на дефиницијата за успех, постојат голем број на заеднички карактеристики за успехот во управувањето со современи организациски промени и менаџерски процеси во управувањето со стопанството и јавниот сектор. Потребно е развивање на победничкиот став, особено во оние моменти кога се поставуваат целите, истите да бидат реални и се разбира придржување до стратешкото планирање и надградување на целите во неколку различни мерливи фази.
Според досегашните истражувања Менаџментот во Република Македонија се карактеризира со некомпетентни и нестручни менаџери. Тие менаџери се едноставни т.н послушни менаџери кои

освен послушност и хиерархиска посветеност, не се способни да понудат ништо друго. Кај многумина, главна цел им е да ја задржат стекнатата-незаслужена позиција. Се претпоставува дека сето тоа ќе постои се додека не се заврши процесот на трансформација и приватизација на општествениот капитал, како и севкупната транзиција на општествено-економскиот и политичкиот систем. Потребно е функционирање на вистинска правна држава, за развој на современиот менаџмент и рамноправни услови за развој на стопанството и функционирање на сите стопански и други субјекти.

Во таа смисла, најопштото дефинирање на доброто управување во економска смисла опфаќа: постигнување состојба кога донесувањето и на јавните и на приватните одлуки, како и нивното имплементирање, се прави без злоупотреба на делегираната моќ, со почитување на законитоста и без корупција, но истовремено и со перманентно водење сметка за односот што (т.е. колку) се вложува и што (т.е. колку, или колкав ефект) се добива од вложеното. Практицирање на доброто управување, во основа, опфаќа два дела: (1) процес на донесување одлуки и (2) процес со кој донесените одлуки се спроведуваат во практиката. Јавните организации, нормално, ги раководат јавните (или заедничките) работи, а приватните ги раководат приватните работи но, како што е претходно истакнато, двата дела имаат големо влијание врз успешното работење и унапредување на една (секоја) економија. Доброто управување претставува многу интересен, но и значаен концепт за истражување и во случајот на Република Македонија, најмалку од следните две причини: (1) тој е релативно малку истражуван до сега; и (2) покрај недоволната истраженост, постојат и индикатори и перцепција дека доброто управување претставува сегмент во кој Македонија покажува релативно големо заостанување. Со други зборови, интересот за проучување на доброто управување во Македонија доаѓа оттаму што има што да се истражува, и бидејќи постои силно уверување дека ќе се постигне значаен ефект во практиката со примената на сознанијата од истражувањето.

Одлуките во претпријатијата се користат врз основа на анализа на историските податоци во однесувањето, пред одлуките, и нивните добиени резултати. Зголемувањето на потребата на одлуки во претпријатието е со цел да се пренесе прецизност, конзистентност, и агилност во процесот на донесување одлуки. Одлуките во европските претпријатијата, покажуваат дека се базирани врз аналитички модели за овозможување на автоматско донесување решенија. Организациите кои сакаат да ја подобрат нивната одлука во имплементирањето на бизнис процедурата се фокусираат на пет клучни атрибути на донесување одлуки и тоа: повеќе насочени одлуки (прецизност); на ист начин, повторно и повторно (конзистентност); состојба на прилагодување "on-the-fly" (бизнис агилност), и намалување на трошоците и подобрување на брзината. Последната е главна одлика која ги посочува останатите четири одлуки како одговорен показател за тоа колку добро организацијата функционира и ја прави да биде посебна а со тоа и да донесе правилна одлука или решение.

Примената на методологијата на истражување, се покажа успешна за истражување на примената на практиките на современиот менаџмент од страна на топ менаџерите, и нивното влијание врз равојот на стопанството и јавниот сектор во Р.М. Истражувањето покажа дека во Р.М развојот на стопанството и јавниот сектор е условено од примената на современите менаџерски практики, но тие во нашите фирми и организации се недоволно и неефикасно применети од страна на менаџментот. Тоа е така, поради влијанието на многу други околности и фактори, пред се поради квалитетите на самите менаџери, стравот од промени и недоволната мотивација од страна на владината институционална и правна рамка.

Клучните активности и практики на топ менаџерите во фирмите и организациите во Република Макеоднија, се одредени со примена на квалитативни методи и анализи. Дефинирањето на современиот менаџмент и улогите и активностите на менаџерите, овозможуваат брза и ефикасна анализа на моменталната состојба и степенот на примена и развој на пракитиките на современиот менаџмент. Анализата на резултатите овозможува да се утврдат причините за недоволната примена на практиките на современиот менаџмент, што резултира со низок развој на стопаството и јавниот сектор во Р.М.

Анализата исто така им укажува на менаџерите и владата кон што треба да се фокусираат и каде да

вложат напор за да се унапреди примената и развојот на современиот менаџмент од страна на топ менаџментот во фирмите и организациите во Р.М., што би довело до побрз и поефикасен развој на стопанството и јавниот сектор воопшто.
Врз основа на овие резултати, формилирани се неколку предлог-решенија за подобра примена на практиките на современиот менаџмент од страна на менаџерите како услов за развој на стопанството и јавниот сектор во Република Македонија:
Практично, овие предлог-решенија претставуваат најважни задачи за менаџерите. За чија примена исто така неопходна е промена во законската регулатива и институционалната рамка од страна на државата, за подобрување на условите за поуспешна, ефективна и ефикасна примена на истите. Исполнувањето на овие предлози, односно задачи, работата на менаџерите во фирмите и организациите во Република Македонија, би била ефективна и ефикасна. Тоа би довело и до решавање на дел од проблемите поврзани со примената на практиките на современиот менаџмент со кои се соочуваат менаџерите во пракса, а со тоа нивната фирма би остварила значително подобри резултати, а тоа би довело и до развој на стопанството и јавниот сектор во Р.М.
Утврдувањето на условите и практиките кои ги опишуваат клучните активности на топ менаџерите и дефинирањето на предлози за подобра примена на практиките на современиот менаџмент од страна на менаџерите како услов за развој на стопанството и јавниот сектор во Република Македонија, потврдена е основната хипотеза во ова истражување.
Дефинирањето на факторите, кои ги опишуваат клучните практики и активности на топ менаџерите во Р.М кои имаат позитивно влијание врз развојот на современиот менаџмент, потврдена е првата посебна хипотеза. Анализата на состојбата и ефикасноста на нормативната рамка создадена од државата за создавање на услови за развој на современиот менаџмент од страна на фирмите и организациите, потврдена е и втората посебна хипотеза. Дефинирањето на предлози за подобрување на ефективноста и зголемување на ефикасноста за пиримена на современите менаџерски практики од страна на фирмите и организациите, заради развој на стопанството и јавниот сектор во Р.М, потврдена е и третата посебна хипотеза во овој труд.
Врз основа на утврдените наоди, како и врз основа на претходната дискусија на резултатите, јасно е дека се потврдени основната и сите три посебни хипотези поставени на почетокот на ова истражување.
Авторот покажал широко и длабоко познавање на обработената проблематика и во својот труд применил современи пристапи и методи кои содветно организирани во рамките на еден модел обезбедуваат реализација на зацртаните цели.

2.2.2. Објавени научни трудови
2.2.2.1. Пред избор во звање доцент

Во својот професионален и научен развој, до изборот во наставно-научно звање доцент,

д-р Борче Сибиновски покрај докторската дисертација објавил 9 научни трудови.

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци (а1)

б) Научни трудови објавени во зборници на трудови од меѓународни научни конференции (а2)

Пред изборот во звање доцент, д-р Борче Сибиновски објавил 9 научни трудови.

2.2.3.1. Пред избор во звање доцент

Рецензентската комисија после прегледот на сите трудови на кандидатот, за приказ и оценка од посебно значење за научниот придонес во областа и предметот во кој кандидатот се избира, посебно земајќи го во предвид меѓународниот карактер, ги издвои следните трудови:

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци

б) Научни трудови објавени во зборници на трудови од меѓународни меѓународни научни конференции (а2)

1. Сибиновски, Борче; Трипуноски, Мирко; Ферати, Фисник. 25.10.2019 - *„Маркетинг комуникации во животната средина и свесност за одржлив развој''*- Универзитет за национално и световно стопанство - Факултет "Меѓународна економика и политика" - 12та меѓународна научна конференција, UNWE – Софија.
   -(„Marketing Communications in the Environment and Awareness of Sustainable Development''-UNWE-12-th International Scientific Conference- Sofia).
2. Трипуноски, Мирко; Сибиновски, Борче; Ферати, Фисник. 27/28.10.2017-*„Стратешко управување, организациски модели и одржливост на деловното претприемништво во Република Македонија''* - Паневропски универзитет апеирон - факултет за деловна економија - VII меѓународна научна конференција за економски развој и животен стандард - ЕДАСОЛ –Бања Лука
   -(„Strategic management, organizational models and sustainability of business entrepreneurship in the Republic of Macedonia, Pan-european university apeiron - faculty of business economics - VII International scientific conference on economic development and standard of living - EDASOL, Banja Luka'').
3. Сибиновски, Борче; Трипуноски, Мирко; Ферати, Фисник. 20.10.2017-*„Градење корпоративен маркетинг бренд и комуникација со јавноста преку социјалните медиуми''*- Универзитет за национално и световно стопанство-Софија
   -(„Building a corporate marketing brand and communicating with the public through social media„- University of national and world economy – Sofia).
4. Трипуноски, Мирко; Трипуноска, Маја; Сибиновски, Борче; Ферати-Мустафи Влера. 23.05.2017-*Развој на институции, економска соработка и политика за регионален развој, можни економски позиции во 21 век- Осма научна конференција на Универзитетот* Едуконс - „Економското позиционирање на Србија во новите геополитички околности"-Сремска Каменица
   -(„Development of institutions, Economic collaboration and Regional development policy, possible economic positions in the 21st century„- Eighth Scientific Conference at Educons University - "Economic positioning of Serbia in the new geopolitical circumstances",Sremska Kamenica).
5. Арсовски, Лазар; Трипуноска, Маја; Сибиновски, Борче. 03/05.02.2017 - „*Знаење и управување со промените како фактори за успех и развој на деловното работење*„-Трета меѓународна конференција за климатски промени – ФОН Универзитет – Скопје
   -(„Knowledge and change management as factors for business success and development-Third International Conference for climate changes''- FON University –Skopje).
6. Трипуноски, Мирко; Ферати, Фисник; Сибиновски, Борче. 07.10.2016-*„Современ менаџмент во ерата на глобализацијата - индикатор за динамично општество''*- Дванаесетта меѓународна научна конференција - УНИВЕРЗИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНА И СВЕТСКА ЕКОНОМИЈА - ФАКУЛТЕТ „Меѓународна економија и политика"
   -(„Modern management in the era of globalization – an indicator for dynamic society''- Twelfth international scientific conference - UNIVERSITY FOR NATIONAL AND WORLD ECONOMY - FACULTY "International economy and politics", Софија).
7. Трипуноски, Мирко; Сибиновски, Борче; Жупановиќ, Иво; Видаковиќ Слободан; Димитијевиќ Бојан. 25.09.2016- „*Маркетинг менаџмент, стратешко позиционирање на производството и*

потрошувачката во зафаќањето на институционалната криза"- Седми научен собир на Универзитетот ЕДУКОНС-Сремска Каменица
-(„Marketing management, strategic positioning of production and consumption in the capture of istitucionalna crisis''- Седми научни скуп Универзитета EDUCONS – Sremska Kamenica).

8. Трипуноски, Мирко; Сибиновски, Борче; Ферати, Фисник. 03.06.2016- *„Глобализацијата како реалност или идеологија на модерното време''*- Осма меѓународна научна конференција на - „Конфликтна глобализација – нови свет у настајању"-Белград
-(„Globalization as a reality or ideology of the modern times'' - Eighth international scientific conference on –Belgrade).
9. Ферати, Фисник; Сибиновски, Борче; Трипуноски, Мирко. 27/28.05.2016- *„Современи комуникациски вештини во интегрираното управување со односите со јавноста во локалните заедници''*- V меѓународна научна конференција за развој на пазарните комуникации - Моќна комуникација 2016 година - комуникација во јавната администрација и контакт со корисниците на услуги-Белград
-(„Modern communication skills in integrating management of public relations in local communities''- Power of communication 2016 Beograd – Belgrade).

2.2.3. Анализа на објавените научни трудови и научниот придонес на кандидатот

Објавените научни трудови, Рецензентската комисија темелно ги проучила и оценила и ги смета за валидни во постапката за избор на кандидатот д-р Борче Сибиновски во наставно-научно звање доцент.

2.2.3.1. Пред избор во звање доцент

Рецензентската комисија после прегледот на сите трудови на кандидатот, за приказ и оценка од посебно значење за научниот придонес во областа и предметот во кој кандидатот се избира, посебно земајќи го во предвид меѓународниот карактер, ги издвои следните трудови:

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци

б) Научни трудови објавени во зборници на трудови од меѓународни меѓународни научни конференции (а2)

1. Сибиновски, Борче; Трипуноски, Мирко; Ферати, Фисник. 25.10.2019 *„Маркетинг комуникации во животната средина и свесност за одржлив развој''*- Универзитет за национално и световно стопанство - Факултет "Меѓународна економика и политика" - 12та меѓународна научна конференција, UNWE – Софија.

-(„Marketing Communications in the Environment and Awareness of Sustainable Development''-UNWE-12-th International Scientific Conference- Sofia)

- *Достапност на трудот:* unwe.bg
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Македонски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Комуникациите за маркетинг на животната средина и подигањето на свеста за одржлив развој, следење и управување со податоци се меѓусебно поврзани. Тие не можат да бидат поделени и управувани независно. Развојот на стратегија за секој од нив мора да ги земе во предвид нивните интеракции. Затоа, комуникацијата е широк спектар на размена на информации. Перцепцијата на пренесената информација зависи од предметот и нејзината правилна презентација. Оттука, информациите во овој труд не се алатка која недостасува помеѓу проблемот и негово решавање, каде што кажаното не значи слушнато, слушнатото не значи разбрано, разбрано не значи прифатено и прифатеното не значи направено. Од овие причини, маркетинг комуникацијата во животната средина мора да биде испланирана и стратешки искористен процес на комуникација на меѓусебни производи што содржат ефективна политика, учество на јавноста и имплементација на проектот за одржлив развој.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања за процесот на развој на маркетинг комуникацијата и анализата на нејзиното влијание врз општеството и животната средина.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење за користење на стратешки испланирана маркетинг комуникација и воедно подигање на свеста за одржлив развој.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

2. Трипуноски, Мирко; Сибиновски, Борче; Ферати, Фисник. 27/28.10.2017-*„Стратешко управување, организациски модели и одржливост на деловното претприемништво во Република Македонија''* - Паневропски универзитет апеирон - факултет за деловна економија - VII меѓународна научна конференција за економски развој и животен стандард - ЕДАСОЛ –Бања Лука

-(„Strategic management, organizational models and sustainability of business entrepreneurship in the Republic of Macedonia, Pan-european university apeiron - faculty of business economics - VII International scientific conference on economic development and standard of living - EDASOL, Banja Luka'')

- *Достапност на трудот:* www.edasol-au.com
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Технолошкиот развој, иновациите и глобализацијата во основа генерираат постојани промени во структурата на деловно претприемништво во Република Македонија, додека забележителна е и појавата на други мали и средни претприемништва. Од една страна, постои крајна реткост на оние кои постојат подолго, напредуваат и успешно се надоградуваат. Од друга страна, има честа појава

на голем број мали и средни бизниси, меѓутоа, според искуствата и забелешките направени од експерти и консултанти, новите бизниси поседуваат ограничен капацитет за стратешко управување и планирање, бидејќи им е тешко да ги дефинираат среднорочните и долгорочните цели при изготвувањето на нивните деловни планови. Деловните претприемачи треба да можат да одговорат на промените и предизвиците, да обезбедат постојан успех и да се заштитат од изненадувања; оттука, во процесот на нивниот ангажман е неизбежно да користат различни методи, концепти и техники кои ќе придонесат за постигнување на максимална ефикасност и ефективност на компанијата. Соочувајќи се со брзата променливост и турбулентното и сложено социјално опкружување, МСП прифаќаат стратешко управување како противтежа каде од современите менаџери се бара да поседуваат вештини и знаење за спроведување на напредни концепти за целите на организацискиот развој каде главната задача ќе биде да овозможат рационална и навремена реакција на промените во нивното работно опкружување. Без оглед на тоа дали се мали, средни или големи, менаџерите и претприемачите во деловната област претежно се преокупирани со своите тековни задачи и справување со тековните проблеми, додека во основа губат перцепција за нивните приоритети и крајни цели. Затоа, потребно е да се практикува стратешко управување.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставува новината и вредностите на технолошкиот развој, иновациите и глобализацијата. Тие генерираат константни промени во структурата на бизнисот и претприемништвото во Република Македонија и генерираат изникнување на нови мали и средни претпријатија.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на проблематиката на иновациите и бизнис и претприемничката структура во Република Македонија.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

3. Сибиновски, Борче; Трипуноски, Мирко; Ферати, Фисник. 20.10.2017-*„Градење корпоративен маркетинг бренд и комуникација со јавноста преку социјалните медиуми''*- Универзитет за национално и световно стопанство-Софија

-(„Building a corporate marketing brand and communicating with the public through social media„- University of national and world economy – Sofia)

- *Достапност на трудот:* unwe.bg
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Македонски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%
- *JEL класификација:* D11, M15, M31, M37, O35.

Опис на трудот (кратко резиме)

Во овој труд "Градење на онлајн бренд преку користење социјални медиуми", преку истражувања и

анализи на моменталните трендови во општеството, ќе се обидам да ја доловам ситуацијата во маркетингот и економијата воопшто, со цел да им се помогне на компаниите кои денес се соочуваат со бројни предизвици. Имено, живееме во време во кое животот на луѓето се одвива на социјалните мрежи од една страна, а од друга страна компаниите и брендовите, кои се предмет на интерес во овој труд, се соочени со огромен конкурентски притисок. Од тие причини сметам дека неопходно е да се постапува на современ, маркетиншки начин, односно добро да се познаваат производот и брендот како најважни елементи околу кои се прави маркетинг стратегијата. Земајќи го предвид фактот дека производите и брендовите не опстојуваат изолирано, туку во околина со најразлични влијанија, истите мора да се адаптираат на неа, а во денешни услови несомнено тоа подразбира развивање на онлајн компонента. Онлајн компонентата може да се развива преку бројни маркетиншки и останати алатки, од кои сметам дека најзначајни се социјалните медиуми со оглед на нивното општествено значење. Токму во овој труд истите ќе бидат разработени, за да се осознаат можностите кои ги нудат и ризиците кои ги носат, а што може да се претворат во клуч за успех доколку на истите им се даде стратешко значење и примена.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на моменталните трендови во општеството во поглед на маркетингот и економијата воопшто. Препораката на овој труд е да се постапува на современ, маркетиншки начин, односно добро да се познаваат производот и брендот како најважни елементи околу кои се прави маркетинг стратегијата. Земајќи го предвид фактот дека производите и брендовите не опстојуваат изолирано, туку во околина со најразлични влијанија, истите мора да се адаптираат на неа, а во денешни услови несомнено тоа подразбира развивање на онлајн компонента.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на моменталните трендови во општеството во поглед на маркетингот и економијата воопшто.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

4. Трипуноски, Мирко; Трипуноска, Маја; Сибиновски, Борче; Ферати-Мустафи Влера. 23.05.2017- *Развој на институции, економска соработка и политика за регионален развој, можни економски позиции во 21 век*- Осма научна конференција на Универзитетот Едудонс - „Економското позиционирање на Србија во новите геополитички околности“-Сремска Каменица

-(„Development of institutions, Economic collaboration and Regional development policy, possible economic positions in the 21st century„- Eighth Scientific Conference at Educons University - “Economic positioning of Serbia in the new geopolitical circumstances”,Sremska Kamenica).

- *Достапност на трудот: educons.edu.rs, ISBN-978-86-87785-77-9-Зборник*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Новите геополитички околности и нивната феноменологија бараат индикатори за вредност според кои ќе се позиционираат современите економски движења на почетокот на 21 век. Фактот дека живееме во ера на глобализација и мултинационализација како процес во кој различни локални економии, култури и општества се поврзуваат преку глобалните комуникации, технологии, транспорт и финансиски системи, овозможува услови за почеток на реални доминации на општествените и економските доктрини на развиените земји како основа врз која се темелат активностите до денес. Сегашната состојба што го опфаќа целиот свет е доказ дека без заемна активност на целокупната заедница не може да има ефикасно уредување на промените. Неизбежноста на промените во економското позиционирање и преуредувањето на силите во рамките на глобалната економија зборуваат за големата револуција во смисла на развој на културата, технологијата, финансиите и науката како важно прашање на оваа дисперзија во однос на економските сили на одредени земји и институциите што се пренесуваат во системите на меѓународната политика и стратегии. Дефинирање на нови и ефикасни структури за меѓународна соработка станува неопходност во денешно време. Човештвото стои на сериозна раскрсница и овој вид економски систем мора да биде заменет со нов. Затоа, сите светски економисти се согласуваат дека ова е глобално прашање и единственото решение е глобално решение како сеопфатен и општ пристап.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на новите геополитички околности според чии индикатори ќе се формираат модерните движења на економијата во 21 век.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на модерните економски движења во ерата на глобализацијата.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

5. Арсовски, Лазар; Трипуноска, Маја; Сибиновски, Борче. 03/05.02.2017, - *„Знаење и управување со промените како фактори за успех и развој на деловното работење,,*-Трета меѓународна конференција за климатски промени – ФОН Универзитет - Скопје

-(„Knowledge and change management as factors for business success and development-Third International Conference for climate changes''- FON University –Skopje)

- *Достапност на трудот:* fon.edu.mk *ISBN -978-608-4832-00-3*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Многумина сметаат дека основниот предуслов за успех во 21 век е знаење и инвестирање во човечки ресурси. Назад во деновите, инвестирањето во знаење и човечки ресурси се сметаше за трошок. Како

и да е, во денешно време кога квалитетните човечки ресурси се основа за развој на претпријатијата и економијата воопшто, овој став е целосно занемарен, бидејќи продуктивноста на трудот, како еден од најважните индикатори за економската конкурентност, во голема мера зависи од инвестициите направени во трудот и едукација на вработените. Знаењето и човечкиот капитал играат значајна улога во смисла на стимулација на економскиот раст и развој. Квалитетните човечки ресурси, нивната обука и капацитет за стекнување нови знаења и вештини, во голема мера зависат од образовниот систем во домашните земји. Квалитетниот образовен систем во основа го зголемува нивото на иновации и примена на нови технологии, со што истовремено се потенцира потребата од континуирано образование и обука на вработените како основа за идниот развој на општествата во однос на заштитата на животната средина како одржлива иднина.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на знаењето и човечките ресурси. Квалитетните човечки ресурси се базата за развојот на претпријатијата и економијата во целост.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на управувањето со човечки ресурси како база за развојот на претпријатијата и економијата во целост.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

6. Трипуноски, Мирко; Ферати, Фисник; Сибиновски, Борче. 07.10.2016-*„Современ менаџмент во ерата на глобализацијата - индикатор за динамично општество''*- Дванаесетта меѓународна научна конференција - УНИВЕРЗИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНА И СВЕТСКА ЕКОНОМИЈА - ФАКУЛТЕТ „Меѓународна економија и политика“

-(„Modern management in the era of globalization – an indicator for dynamic society''- Twelfth international scientific conference - UNIVERSITY FOR NATIONAL AND WORLD ECONOMY - FACULTY “International economy and politics”, Софија)

- *Достапност на трудот: unwe.bg, ISBN-978-954-644-976-4*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Во современ-глобален свет, улогата на организацијата се изведува со работа во деловно опкружување кое е комплексна структура составена од внатрешни и надворешни елементи. Денес функционирањето и перформансите на организациите се утврдени од современото деловно опкружување. Информациите за трендовите и карактеристиките на денешното глобално деловно опкружување се почетна точка во процесот на донесување одлуки и постигнување на целите. Преку често и систематско истражување на животната средина, организациите ги идентификуваат нивните внатрешни јаки и слаби страни, како и надворешните можности и закани. Користејќи ги достапните

информации, организациите настојуваат ефективно да ја активираат својата моќ, отстранувајќи ги слабостите и искористувајќи ги можностите, избегнувајќи ги пречките и надворешните закани. Современото деловно опкружување денес постојано се менува и рапидно ги изложува организациите на нови предизвици, како што се глобална конкуренција, брз технолошки развој, демографски промени, диверзификација на работната сила и многу други. Сведоци сме на денешната глобална економска криза и негативните последици што ги има врз сите национални економии, како и многу национални и мултинационални организации. Во рамките на современото динамично општество, организациите мора да се прилагодат на глобалните промени и услови во ова турбулентно деловно опкружување, бидејќи и нивниот успех и нивното постоење зависат од тоа. Затоа се бара да се применат современите практики на управување во организациите и да се користат новите организациски форми и структурни решенија, кои се доволно флексибилни и прилагодливи. Современите организации денес постојано се изложени на промени и сè повеќе ја губат традиционалната пирамидална структура за сметка на хоризонталната. Без оглед на постојаните промени и предизвици, главните носители на сите активности во деловното опкружување сепак се луѓето. Со своите знаења, вештини и способности тие се важен фактор за имплементација и развој на современите практики на управување.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на модерниот глобален свет каде улогата на организациите се врши преку работа во бизнис околина со комплексна структура составена од интерни и екстерни елементи.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на приликите на бизнис околината и нејзината комплексна структура составена од интерни и екстерни елементи.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

7. Трипуноски, Мирко; Сибиновски, Борче; Жупановиќ, Иво; Видаковиќ Слободан; Димитијевиќ Бојан. 25.09.2016- *„Маркетинг менаџмент, стратешко позиционирање на производството и потрошувачката во зафаќањето на институционалната криза”***-** Седми научен собир на Универзитетот ЕДУКОНС-Сремска Каменица

-(„Marketing management, strategic positioning of production and consumption in the capture of istitucionalna crisis’’- Седми научни скуп Универзитета EDUCONS – Sremska Kamenica)

- *Достапност на трудот: educons.edu.rs, ISBN-978-86-87785-71-7*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Економското ниво на производство и потрошувачка е најдискутираниот елемент што странските инвеститори го прилагодуваат на своите инвестиции. Фазите на квалитетот на економскиот развој

влијаат на ставовите на странските инвестициски активности при купување производи, веродостојноста на дистрибутивните системи и влијанието на целиот процес на управување со продажбата. Сегашното ниво на економски развој ги диктира видот и степенот на потенцијалот на пазарот, додека познавањето на динамиката на економијата овозможува управување со маркетингот да се подготви за процесите на економски развој на пазарите. Маркетинг менаџментот како економски арбитер помеѓу производството и потрошувачката во економиите во развој мора да сфати зошто потрошувачката станува непроменета, а маркетингот не е ништо повеќе од спроведување на мерки каде разликата во потрошувачката на динамични економии се менува со голема брзина, а маркетингот постојано се соочува со предизвици за откривање и обезбедување на нови нивоа на клиенти, додека стратегиите за маркетинг се усогласуваат со променливите побарувања на пазарот и потребите на клиентите.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на нивото на производство и потрошувачка при адаптација на странските инвестиции. Анализирани се активностите за набавка на производи, ефикасноста на системите на дистрибуција и влијанието на целосниот процес на управување со продажбата.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на активностите за набавка на производи, ефикасноста на системите на дистрибуција и влијанието на целосниот процес на управување со продажбата.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

8. Трипуноски, Мирко; Сибиновски, Борче; Ферати, Фисник. 03.06.2016,- *„Глобализацијата како реалност или идеологија на модерното време''*- Осма меѓународна научна конференција на - „Конфликтна глобализација – нови свет у настајању“-Белград

-(„Globalization as a reality or ideology of the modern times'' - Eighth international scientific conference on –Belgrade)

- *Достапност на трудот:* *e-mail -office@vssp.edu.rs*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Општо кажано, економската глобализација подразбира поврзување на националните економии во единствена светска економија, при што врската на националната економија се прави на глобалниот пазар. Глобалниот пазар е местото каде што се вршат сите меѓународни текови на капитал, меѓународен трансфер на технологии и демографски транзиции. Овие движења или текови се активираат од земјите или националните економии. Од друга страна, според економистите, економската глобализација, во потесна смисла, се спроведува преку меѓународни деловни активности, односно движење на стоки, услуги, знаење или капитал како директни странски инвестиции, што влијае на поголемо движење во финансиите, технологиите или сопственоста.

Очигледно е дека процесот на глобализација носи бројни позитивни, како и негативни последици што предизвикаа значителен отпор во некои развиени, но и во претежно неразвиени земји. Сепак, факт е дека овој процес не подразбира претходна согласност од земјите и економските субјекти; дека е истрајно и тешко е да се запре, што значи дека секој што се противи е маргинализиран. Неразвиените земји се во особено деликатна позиција кога се соочуваат со избор дали да останат надвор од меѓународниот пазар, без никакви развојни перспективи или да прифатат глобализација и да им ја препуштат својата судбина на меѓународните центри на економска моќ, што може да генерира економска предност, но и губење на економската и политичката независност.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на способноста на глобализацијата за поврзување на националните економии во уникатна светска економија кадешто поврзувањето на националните економии се врши на глобален пазар.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на моменталните трендови на протокот на меѓународниот капитал и меѓународното движење на технологија.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

9. Ферати, Фисник; Сибиновски, Борче; Трипуноски, Мирко. 27/28.05.2016- *„Современи комуникациски вештини во интегрираното управување со односите со јавноста во локалните заедници''*- V меѓународна научна конференција за развој на пазарните комуникации - Моќна комуникација 2016 година - комуникација во јавната администрација и контакт со корисниците на услуги-Белград

-(„Modern communication skills in integrating management of public relations in local communities''- Power of communication 2016 Beograd – Belgrade)

- *Достапност на трудот: www.stk.edu.rs, ISBN-978-99955-91-90-8*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%
- *JEL класификација:* M31, Q13.

Опис на трудот (кратко резиме)

Техничката и технолошката иновација и притисокот на глобалното влијание, предизвикуваат трајни промени во структурата на локалната заедница и нејзините системи за контрола. Доколку сакаме локалната заедница да може да одговори на промените и предизвиците, имено да обезбеди континуиран успех и да се заштити од изненадувања, потребно е во процесот на работа да користи различни методи, концепти и техники како современи комуникациски вештини при интегрирано управување со односите со јавноста во локалната заедница, што пак ќе придонесе за целосна ефикасност и ефективност на воспоставениот систем на работење. Авторите на овој труд ќе го истакнат дизајнот и адаптацијата на инструментите за да ги утврдат потребните комуникациски вештини во промените во управувањето со маркетингот во местото и улогата на јавниот сектор, во новото разбирање на јавниот сектор, дефинирање на институционалниот капацитет како

организациско зајакнување, институционални реформи и во поврзувањето на реформите со нивното градење на капацитети. Во исто време, тука ќе бидат и факторите што ги регулираат реформите во јавниот сектор, анализираните трендови и предизвици за модернизација на локалниот јавен сектор, иновациите, животната средина и можностите на технологијата.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на техничката и технолошката иновација и притисокот од глобалните влијанија како причинители за промените во структурата на локалните заедници и системите на контрола.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на структурата на локалните заедници и системите на контрола.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

2.2.4. Учество во научни проекти

2.2.4.1. Пред избор во звање доцент

1. Кандидатот д-р Борче Сибиновски учествувал во Програма Erasmus +: Проект CRAYON, Erasmis +KA2: Стратегиски партнерства за високо образование во периодот Септември 2015 година до Септември 2017 година.

Д-р Борче Сибиновски учествувал во изработката на студијата за поврзаноста на студиските програми со потребите на пазарот на трудот во Република Македонија. Посебен фокус од студијата се однесуваше на анализата на користени алатки кои од бизнис окружувањето се користат во наставата во високообразовните институции во делот на претприемачкото образование.
2. Кандидатот доц.д-р Борче Сибиновски учествувал во проектот Мерење и споредување на квалитетот на кластерите според стандардите на ЕУ. Овој проект бил финансиран од Министерството за економија и е реализиран во периодот Мај 2015 - Декември 2015 година.

Во вкупната оценка на научната дејност на кандидатот, се потенцира следното:

- Кандидатот е 25 *години активен во научно-истражувачката работа;*
- Изработил и одбранил докторска дисертација;
- Во зборници на трудови *категорија на трудови а2,* објавил вкупно *9 трудови*;
- Учествувал како соработник – истражувач во 4 научни проекти: (1) Програма Erasmus, (2) Министерството за економија, (3) меѓународен проект Implementation of the Strategic Piloting, (4) Проект на креативни бизниси“, Скопје, Република Македонија, *(Прилог).*
- Научни трудови објавува на англиски јазик (9);
- Сите вреднувани и анализирани трудови се објавени во рамките на научното подрачје на општествени науки и научното поле на организациските науки;
- Активно учествувал на вкупно 9 *меѓународно научни конференции* , со што покажала дека се вклучува во актуелни научни дебати од научното подрачје со кое се занимава, резултатите од

сопствените концептуални и емпириски истражувања ги презентира и за нив критички дискутира со научни и други учесници на научни конференции, и придонесува во обликување на критички ставови, предлози и препораки за унапредување на применетата економија во доменот на економика на претпријатија и економска пракса.

Разгледувајќи и оценувајќи ги објавените научни трудови, Рецензентската комисија заклучува дека резултатите од научната дејност на доц. д-р Борче Сибиновски по својот оспег, квлитет и научен придонес, значајно ја збогатуваат организацијата на работата и претпријатијата во целост како наука, а особено областа на примената на претприемаштвото и менаџментот во претпријатија и друго. Исто така, Рецензентската комисија заклучува дека кандидатот, доц. д-р Борче Сибиновски во научното подрачје за кое бара избор во наставно-научно звање, како и дека нејговите научни трудови и научен придонес ја афирмираат како научник во подрачјето на општествените науки, полето на организациони науки и управување (менаџмент), област Претприемништво, Бизнис менаџмент, Стратешки менаџмент и Друго.

Оценувајќи ја научната дејност на кандидатот, очигледно е дека кандидатт ги задоволува потребните критериуми. Според тоа, Рецензентската комисија заклучува дека кандидатот доц. д-р Борче Сибиновски во целост е квалификуван за избор во наставно-научно звање доцент за научно-истражувачко подрачје 5 *Општествени науки*, научно-истражувачко поле: 506: Организациони науки и управување (менаџмент), 50600 Наука за организацијата, 50615 Менаџмент во администрацијата и 50624 Друго.

3. АНАЛИЗА И ОЦЕНКА НА НАСТАВНАТА ДЕЈНОСТ НА КАНДИДАТОТ

3.1. Наставна дејност

Во учебната 2018/2019 година бил ангажиран во наставата на првиот циклус на студии и тоа:
а) додипломски студии: Претприемаштво и мал бизнис.
Кандидатот континуирано учествува во иновирањето на предметните и студиските програми.

3.2. Оценка од самоевалуација

Во 2018/2019 година на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје била спроведена самоевалуација на наставниот кадар. Во анкетните прашалници пополнети од страна на студентите на Универзитетот за туризам и менаџмент евалуацијата на наставниот кадар се врши со оценки од 1–5.
Според анализата на резултатите од објавената самоевалуација за 2018/2019 година, д-р Борче Сибиновски по предметот Претприемаштво и мал бизнис од студентите позитивно е оценет со оценка 4,73.

3.3. Оценка на севкупната наставна дејност

Во рамки на наставната активност, доц. д-р Борче Сибиновски, самостојно ја подготвува и изведува наставата на додипломските студии. На асистентите и соработниците им помага во наставно-научниот развој.
Активно учествува во поврзување на наставата на сите нивоа со практичната настава при што дел

од наставните активности со студентите ги изведува преку наставни практикуми и преку редовни посети на институции и компании, но и вклучување на гости предавачи од практиката во рамките на предавањата.
Кандидатот значително содржински и методолошки го унапредила наставниот процес и кај студентите поттикнува развој на критички начин на размислување и потреба за постојано стручно усовршување. Воедно има изградено правилен однос во комуникацијата со студентите.
Се залага за поврзување на теоретската настава со практичната со што студентите полесно би ја совладале материјата и активно учествува во избор на практичари во наставниот процес. Освен тоа постојано настојува да го подобри наставниот процес преку постојано иновирање на своите наставни активности.
Комисијата смета дека вкупната наставна активност на кандидатот до сега покажува дека содржински и методички го унапредила својот наставен процес на Факултетот за претприемачки бизнис особено по предметите Претприемаштво и мал бизнис, Стратегиски менаџмент, Иновациски менаџмент, Бизнис план, Оперативен менаџмент и Деловно одлучување. Исто така, кандидатот во средината ужива углед на амбициозен и посветен наставник, кој ги прати светските трендови во областа на претпеиемаштвото и менаџментот и на адекватен начин ги интерпретира и пренесува на студентите.

4. АНАЛИЗА И ОЦЕНКА НА СТРУЧНАТА ДЕЈНОСТ НА КАНДИДАТОТ

- 4.1. Рецензии

Кандидатот, доц. д-р Борче Сибиновски не бил член во рецензентски комисии за изготвување на извештаи за избор на соработници и наставници за група предмети од соодветната област.

- 4.2. Оценка на севкупната стручна дејност

Наведените факти создаваат заокружена слика за кандидатот, доц. д-р Борче Сибиновски, како активна и стручно определена личност, која со своите пишани стручни трудови и низата на стручни предавања, своите широки познавања несебично ги пренесува и на поширокаша јавност, како што се модерните трендови во општите постапки на примена на новите современи менаџерски техники и концепти заради унапредување на менаџерските вештини и иновирање на делувањето на современите организации.

Во своите стручни трудови, кандидатот успешно ги применува своите теоретски и практични знаења за решавање на проблематики во подрачјето на претприемаштвото и менаџментот. Вкупниот стручен придонес на кандидатот е исклучително плоден, при што посебно се потенцира синтезата на различните, но меѓусебно комплементарни дисциплини кои се во фокус на нејзиниот интерес (иновациски менаџментт, стратегиски менаџмент, претприемачки бизнис, оперативен менаџмент, бизнис план и деловно одлучување), како и интеграцијата и поврзувањето на знаењата и мислењата за идното успешното менаџирање со организациите и институциите.

1. ЗАКЛУЧОК, МИСЛЕЊЕ И ПРЕДЛОГ НА РЕЦЕНЗЕНТСКАТА КОМИСИЈА

Откако направивме увид во севкупното научно, научно-стручно и стручно творештво на д-р Борче Сибиновски, увид во одбранетите и објавени трудови, увид во биографските податоци и наставната ангажираност, ние како Комисија заклучивме дека врз основа на член 125 став 3 од Законот за високото образование на Република Северна Македонија за Критериуми за избор во наставно-научно звање вонреден професор:

1. Кандидатот д-р Борче Сибиновски има научен степен доктор на науки од научната област во која се избира.
2. Кандидатот д-р Борче Сибиновски има објавено девет научно-истражувачки трудови во соодветната област во меѓународни научни списанија кои се од соодветната област.
3. Кандидатот д-р Борче Сибиновски има учество во два научно-истражувачки проекти.
4. Кандидатот д-р Борче Сибиновски има придонес во оспособувањето на помлади наставници и соработници.
5. Кандидатот д-р Борче Сибиновски има покажува способност за изведување на разни видови високообразовна дејност.
6. Кандидатот д-р Борче Сибиновски била ментор на над 10 дипломски работи, 5 магистерски трудови и член на комисија за изработка и одбрана на над 20 магистерски трудови.
7. Кандидатот д-р Борче Сибиновски има позитивна оценка од самоевалуација.
8. Со содржината на трудовите што ги достави кандидатот доц. д-р Борче Сибиновски и неговото работно искуство без сомнение укажуваат дека станува збор за веќе оформен научен работник со богато академско искуство.
9. Исто така, врз основа на биографските податоци на кандидатот, како и презентираните согледувања за неговите постигнувања на полето на научно-истражувачките и наставните активности (научни и стручни трудови, семинари, конференции, наставна дејност и слично) во земјата и странство – можевме да зклучиме дека станува збор за професионално изграден кандидат со исклучителна комуникативност и успешност во извршување на работните обврски.
10. Затоа цениме дека кандидатот може со успех да ја обавува наставната дејност по група предмети од областа на претприемачки и менаџмент дисциплини на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

Земајќи ги во предвид сите горенаведени заклучоци, Комисијата има исклучително задоволство да му предложи на ННС на Факултетот за претприемачки бизнис на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, д-р Борче Сибиновски да го избере во наставно-научно звање *доцент во научно-истражувачкото подрачје 5 Општествени науки, Научно-истражувачко поле 506 поле: 506: Организациони науки и управување (менаџмент), 50600 Наука за организацијата, 50615 Менаџмент во администрацијата и 50624 Друго.*

Рецензентска комисија:

Д-р Сашо Кожухаров, редовен професор, претседател, с.р
Д-р Зоран Ивановски, редовен професор, член, с.р
Д-р Јулијана Ангеловска, вонреден професор, член, с.р

Табела 1. Рекапитулација на научните и стручните трудови на кандидатот

Тип на трудот	Пред избор во доцент	Вкупно
НАУЧНИ ТРУДОВИ 1. Научни трудови објавени во списанија со меѓународно призната рецензија		
2. Научни трудови објавени во зборници од меѓународни научни конференции	9	
3. Научни трудови објавени во зборници од домашни научни конференции 4. Книги		
ВКУПНО НАУЧНИ ТРУДОВИ	9	
СТРУЧНИ ТРУДОВИ 5. Стручни трудови објавени во списанија, ревии		
6. Проекти студии и рецензии 7. Прирачници	2	
ВКУПНО СТРУЧНИ ТРУДОВИ	9	
8. Други трудови		
ВКУПНО НАУЧНИ И СТРУЧНИ ТРУДОВИ	9	

ИЗВЕШТАЈ НА РЕЦЕНЗЕНТСКАТА КОМИСИЈА

ЗА ИЗБОР НА ЕДЕН НАСТАВНИК ОД ОБЛАСТА НА ИНФОРМАТИКАТА ПРИ УНИВЕРЗИТЕТОТ ЗА ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ ВО СКОПЈЕ
врз основа на Конкурс објавен во Нова Македонија на 17 Декември 2020 година

Содржина

ВОВЕДНИ НАПОМЕНИ И ОПШТИ ОДРЕДБИ

Врз основа на Конкурсот за избор на наставници и асистенти - докторанти на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, објавен во Нова Македонија на 17 декември 2020 година, во врска со изборот на наставник во областа информатика се пријавила д-р Билјана Стојчевска, вонреден професор.

Во пријавата за конкурсот, кандидатката ги достави сите потребни документи според условите на конкурсот и соодветните прописи.

Со одлука на Наставно-научниот Совет при Факултетот за информатика при Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје определена е рецензентска комисија во состав:

- Д-р Пеце Митревски, редовен професор, Факултет за информатички и комуникациски технологии, Универзитет „Св. Климент Охридски“ во Битола;
- Д-р Невена Ацковска, редовен професор, Факултет за информатички иауки и компјутерско инженерство, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, и
- Д-р Симе Арсеновски, редовен професор, Факултет за информатика, Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје.

Оваа Комисија доби задача да напише рецензија во врска со изборот за наставник за научно-истражувачко поле 110 Информатика, област 11000 Информатика, 11003 Програмски јазици и системи и 11011 Друго.

Во својство на членови на Комисијата го прифативме именувањето. Откако ја прегледавме пријавата и приложената документација и после анализа на научната, наставната и стручната дејност на кандидатот, а врз основа на член 92 став 1 алинеја 2 и 14 од Статутот на Универзитетот за туризам и менаџмент согласно член 52 став 1, алинеја 2 од Законот за високото образование (Сл. Весник на Р.М. број 35/2008 103/2008, 26/2009, 83/2009, 99/2009 и 115/2010), го поднесуваме овој извештај.

БИОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ НА КАНДИДАТОТ

Кандидатката Билјана Стојчевска е родена во Скопје на 20 јануари 1969 година, каде завршила основно и средно образование. На Природно-математичкиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“, на студиите по информатика, се запишала во учебната 1987/1988 година. Студиите ги завршила во 1992 година со одбрана на дипломска работа под менторство на проф. д-р Оливер Попов под наслов “EXPENDO - Експертен систем во областа на ендокринологијата”.

На 23.06.2003 година го одбранила магистерскиот труд под наслов „Подобрување на перформансите на TCP во хетерогени мрежи“ на Институтот за информатика при Природно-математичкиот факултет во Скопје, под менторство на проф. д-р Оливер Попов, редовен професор на Department of Information Technology and Media, Mid Sweden University, Сундсвал, Шведска. Магистерскиот труд го работела од областа на интелигентни, мрежни и дистрибуирани системи, а со неговата одбрана се стекнала со звањето магистер на информатички науки.

На 24.12.2010 година ја одбранила докторската дисертација под наслов „Влијанието на TCP на перформансите на сметачко-комуникационите мрежи“ пријавен на Институтот за информатика при Природно-математичкиот факултет во Скопје, под менторство на проф. д-р Оливер Попов, редовен професор на Department of Computer and Systems Sciences, Stockholm University, Стокхолм. Докторската дисертација е од областа на сметачко-комуникационите мрежи и со нејзина одбрана Билјана Стојчевска се стекнала со звањето доктор на информатички науки.

По завршувањето на студиите се вработила како стручен соработник во Отсекот за информатика при Министерството за одбрана на Република Македонија, каде што останала до септември 1994 година.

Од септември 1994 година била вработена на Институтот за информатика при Природно-математичкиот факултет во Скопје, како стручен соработник, а од 2004 година како асистент. Во рамките на наставната дејност на Факултетот држела аудиториски вежби, лабораториски вежби и консултации по повеќе предмети од наставно-научната област информатика.

Од февруари 2008 година преминала на Универзитетот Американ Колеџ Скопје, на Факултетот за компјутерска техника и информатика, како асистент. Во тек на работењето на Факултетот држела предавања под менторство, аудиториски вежби, лабораториски вежби и консултации. При тоа, на дел од предметите наставата ја изведувала на англиски јазик. Во април

2011 година е избрана за доцент на истиот факултет. Во април 2016 година е избрана за вонреден професор на Факултетот за компјутерска техника и информатика.

Во септември 2018 преминува на новоформираниот Факултет за информатика при УТМС – Скопје, во звање вонреден професор, каде е задолжена за предмети од областа на програмирањето, софтверското инженерство и компјутерските мрежи во рамки на наставата на студиите на прв и втор циклус.

Во доменот на научноистражувачката работа, нејзиниот интерес во најголем дел е во рамките на истражувањата од областа на сметачко-комуникационите мрежи, програмирањето и оперативните системи.

НАУЧНИ КВАЛИФИКАЦИИ

Магистерски труд

Основни податоци

На 23.06.2003 година **Д-р Билјана Стојчевска** го одбранила магистерскиот труд под наслов „Подобрување на перформансите на TCP во хетерогени мрежи“ на Институтот за информатика при Природно-математичкиот факултет во Скопје, при Универзитетот Св. Кирил и Методиј во рамки на последипломски студии по Информатика.

Трудот е изработен под менторство на проф. д-р Оливер Попов, редовен професор на Department of Information Technology and Media, Mid Sweden University, Сундсвал, Шведска.

Со одбраната се стекнала со звањето **магистер на информатички науки**.

Комисијата за одбрана на магистерскиот труд била во состав:

- проф. д-р Ѓорѓи Јованчевски, Природно-математички, Универзитет Св. Кирил и Методиј, Скопје, претседател,
- проф. д-р Марјан Гушев, Природно-математички, Универзитет Св. Кирил и Методиј, Скопје, член и
- проф. д-р Оливер Б. Попов, Природно-математички, Универзитет Св. Кирил и Методиј, Скопје, ментор.

Анализа на магистерскиот труд

Научното поле на интерес на д-р Билјана Стојчевска спаѓа во доменот на компјутерските мрежи, а особено се однесува на контролата на задушување кај TCP/IP мрежите. Истражувањата во оваа област д-р Билјана Стојчевска ги започнува во рамки на својот магистерски труд. Фокус на истражувањето е протоколот TCP, особено неговото однесување кај мрежите со голема честота на случајно губење на пакети. Кај ваквите хетерогени мрежи, стандардизираните TCP механизми за

контрола на грешки и избегнување на задушување не се адекватни и ги намалуваат перформансите на протоколот, од каде се појавува потреба за негово адаптирање на новите услови. Во магистерскиот труд е проучен проблемот на подобрување на перформансите на TCP во хетерогени мрежи, прво преку преглед и анализа на истражувањата во таа област, а потоа и преку воведување на нова модификација на стандардизираните TCP Reno и TCP Newreno протоколи.

Едно од основните својства на TCP е настојувањето да се зголемува надежноста на транспортната врска, со тоа што постојано ќе се контролира и отстранува соодветно задушувањето. Кај жичаните мрежи загубите на пакетите се резултат на задушувањето, односно преполнувањето на редиците кај упатувачите. Кај хетерогените мрежи, кои содржат безжични и мобилни сегменти, потеклото и причината за загубите на пакети најчесто е од друга природа и се должи на пренесување на врската од една на друга базна станица, физички пречки, интерференција, шум, промена во насоката на простирање на сигналите, и слично. Повикувањето и активирањето на TCP механизмите за контрола на грешки и избегнување на задушување во овие услови е несоодветен одговор на загубата, што доведува до сериозно деградирање во перформансите на протоколот и хетерогената мрежа. Ова однесување налага потреба за промени во структурата и механизмите за контрола на задушување на TCP протоколот.

Првиот дел од истражувањето се состои во проучување на актуелните истражувања во оваа област и класификација и споредба на предложените решенија. Со цел да се изврши подобрување на перформансата на протоколот, се воведува нова модификација на протоколот TCP наменета за негово подобрување при оперирањето кај мрежи со линии кај кои има голема честота на губење на пакети при преносот. Понатаму, извршени се серии од испитувања на модифицираниот протокол во низа од сценарија со примена на симулациска програмска платформа за да се согледаат неговите својства и неговата оперативност во рамки на TCP/IP архитектурата. Резултатите од испитувањата покажуваат значајно зголемување на податочниот проток од 10% до 70% во однос на протоколот Reno во различни симулациски сценарија. Освен зголемувањето во овој параметар, останати позитивни својства на модифицираниот протокол се во тоа што тој не бара измени на останатите слоеви од TCP/IP, ја запазува семантиката од-крај-до-крај, и ја задржува оперативноста кај стационарните мрежи.

Во првата глава од трудот се објаснети поимите за сметачко-комуникациски мрежи, мрежна програмска опрема и мрежниот модел на Интернет архитектурата. Потоа се опишани карактеристиките на безжичните мрежи и нивното влијание врз складот од Интернет протоколи.

Во втората глава детално се разгледува функцијата на TCP механизмите за контрола и

избегнување на задушување и опишани се верзиите на TCP во кои овие алгоритми се воведени: Tahoe, Reno и Newreno.

Во третата глава се изложува влијанието на карактеристиките на хетерогените мрежи, како што се: зголемен број на грешки и доцнење при пренос, мобилност, ограничен извор на енергија, „кратки“ врски и линии со голем капацитет на однесувањето на TCP. Потоа следува детален преглед на релевантната литература во која се предложени низа предложени пристапи и решенија за неговото прилагодување во хетерогени мрежи, при што тие се класифицирани во три групи: решенија кај слој на податочна врска, делење на врската и TCP-насочени протоколи. На крај е дадена квалитативна и квантитативна споредба на разгледуваните протоколи.

Четвртата глава е посветена на предложената модификација на контролата на задушувањето на протоколот TCP која е базирана на концептот на “изгубени двојки“. Имено, според концептот на “изгубени двојки“ на пакети може да се извлече заклучок за причината за губење на испратен пакет врз основа на повратното време на другиот пакет од двојката. Применувајќи го овој концепт, воведени се два нови алгоритми: за набљудување на повратните времиња и откривање на причината за губење на пакет. Тие се потоа вградени и испитани кај TCP верзиите Reno и Newreno и потоа се спроведени истражувања во кои се набљудуваат однесувањата на алгоритмите. Постигнатите резултати на модифицираниот протокол се споредуваат со резултатите на верзијата Reno. За имплементација и извршување на симулации со модифицираните протоколи е употребен симулаторот ns-2 и испитување на мрежни топологии кај кои се воведуваат линии со индуцирани загуби на пакети. Основниот параметар кој се набљудува е податочниот проток, а се набљудува и бројот на загубени пакети и рамноправноста на протоколот. Прикажаните резултати се добиени врз основа на серии експерименти за различни симулациски сценарија, со цел да се испитаат својствата на протоколот во што е можно повеќе карактеристични ситуации и со масовен број на податоци.

Во петтата глава се анализираат резултатите и се изложени крајните заклучоци и идните насоки на истражување.

На крај е дадена литературата која е користена за изработка на овој магистерски труд.

Кон трудот е приклучен Прилог А кој е посветен на описот на мрежниот симулатор ns и имплементацијата на модификацијата. Во вториот прилог Б, поместен е мал појмовник на основните зборови и концепти употребени во трудот.

Д-р Билјана Стојчевска ја одбранила својата докторска дисретација со наслов **Влијанието на TCP на перформансите на сметачко-комуникационите мрежи**, на Институтот за информатика при Природно-математичкиот факултет, при Универзитетот Св. Кирил и Методиј во декември 2010 година.

Дисертацијата е изработена под менторство на проф. д-р Оливер Б. Поповв.

Со одбраната на дисертацијата кандидатот Д-р Билјана Стојчевска стекнала научно звање **доктор на информатички науки**.

Комисијата за одбрана на докторската дисертација била во состав:

- проф. д-р Ѓорѓи Јованчевски, редовен професор на Универзитет Американ Колеџ Скопје, Скопје, претседател
- проф. д-р Жанета Попеска, редовен професор на Природно-математички факултет, Универзитет Св. Кирил и Методиј, Скопје, член
- проф. д-р Ана Мадевска-Богданова, вонреден професор на Природно-математички факултет, Универзитет Св. Кирил и Методиј, Скопје, член
- проф. д-р Анастас Мишев, доцент на Природно-математички факултет, Универзитет Св. Кирил и Методиј, Скопје, член
- проф. д-р Оливер Попов, редовен професор на Department of Computer and Systems Sciences, Stockholm University, Стокхолм и Department of Information Technology and Media, Mid Sweden University, Сундсвал, Шведска, ментор

Анализа на докторската дисертација

Докторската дисертација на Билјана Стојчевска е во областа на сметачко-комуникационите мрежи и Интернет технологијата. Темата на трудот е сконцентрирана на протоколот TCP, неговите карактеристики и оперативност кај мрежите кои се базираат на TCP/IP складот од протоколи. Овие мрежи се најчесто хетерогени и се базираат на множество различни технологии на пренос на податоци, кои може да вклучуваат жичана или безжична инфраструктура. Една од основните цели на TCP/IP складот од протоколи е да се воспостави однесување во кое технолошката подлога нема да влијае на упатувањето и преносот на податоците. Токму тоа е и главна мотивацијата во овој труд, постигнување на стабилна и ефикасна операција на TCP независно од тоа дали врска се одвива врз жичана или безжична мрежа.

Покрај хетерогеноста, при остварувањето на независност на комуникаците од физичката инфраструктура се јавува уште еден проблем кој произлегува од фактот дека сметачко-комуникационите мрежи споделуваат ресурси кои имаат конечен капацитет. Упатувачите, нивните редици и комуникациските линии, кои го сочинуваат капацитетот на мрежата, можат да

претставуваат тесни грла ако нивниот капацитет не може да ги задоволи сите побарувања од сметачките системи. Внесување на сообраќај кој е поголем од капацитетот на ресурсите на мрежата може да доведе до нејзино задушување. За да се обезбеди правилна работа и стабилност на мрежата неопходно е постоење на соодветни механизми за контрола на задушувањето.

TCP е комплексен протокол дизајниран да обезбеди надежен пренос на податоци преку мрежа која не гарантира сигурно доставување на пакетите. Основната функција на протоколот TCP е да обезбеди од-крај-до-крај комуникација на транспортен слој помеѓу два TCP ентитети на Интернет. TCP извршува множество на услуги кои можат да се поделат во три групи: управување, контрола и обезбедување надежност. Функцијата за контрола на задушувањето има клучен значај во глобалната мрежа. Таа спречува преполнување на редиците кај упатувачите и обезбедува оперативност на целата мрежа. На протоколот TCP се базираат голем број на апликации на Интернет кои побаруваат надежен транспортен сервис. Од тие причини, може да се каже дека ефикасното функционирање и стабилност на Интернет директно произлегуваат од оперативноста на протоколот TCP. Оттука потекнува и интересот за протоколот TCP и потребата за неговото проучување и истражување.

Интернет надминува повеќе од четири децении постоење. Иако од самиот почеток се базира на TCP/IP архитектурата таа минува низ постојан процес на промени и растеж кој произлегува од технолошкиот развој и разновидноста на новите технологии. TCP/IP складот од протоколи успешно се прилагодува на промените. Тоа се должи на самата флексибилност на дизајнот на складот, но и на тоа што таа минува низ постојано проширување и прилагодување на нејзините основни протоколи во однос на промените на физичката мрежна инфраструктурата кои перманентно се воведуваат. Во рамки на тие прилагодувања е и адаптирањето на протоколот TCP, кој е основен дел од архитектурата на Интернет од самиот нејзин почеток и е еден од најважните чинители во успешната операција на мрежата. TCP е клучен во контролата на задушувањето и во тек на развојот на Интернет тој исто така минува низ низа од модификации со цел да се овозможи неговата адаптација. Развојот на TCP и развојот на Интернет се взаемно поврзани и се одвиваат во спрега, придвижени од технолошките и инфраструктурните промени.

Од претходно кажаното може да се увиди и потврди дека прилагодувањето на однесувањето на TCP на постојаните трансформации на Интернет е актуелен и релевантен проблем. Во оваа област постојано се одвиваат огромен број на истражувања од кои произлегуваат голем број на предложени механизми од кои дел се внесени во стандардната спецификација на протоколот. Овој процес не завршува, бидејќи самата потреба од адаптација е постојана заради постојаниот технолошки развој. Така, и зголемувањето на хетерогеноста на мрежите со воведување на сегменти со безжичен медиум

на пренос, мобилноста на направите и корисниците, предизвикува значително намалување на ефикасноста на стандардизираните верзии на TCP кај овие мрежи. Појавата на мрежи со високи перформанси исто така налага измени, бидејќи постојните верзии на TCP не обезбедуваат ефикасно и оптимално искористување на нивните ресурси. Исто така, постојат многу отворени проблеми на кои сеуште нема соодветно и оптимално решение. Меѓу нив е и самата методологија која се користи за испитување и евалуација на предложените нови механизми кај TCP. Се применуваат голем број на средства и методи за истражување, но не е развиен стандардизиран методолошки пристап кој ќе пропише кои особини треба да ги има едно ново решение што се вградува кај протоколот TCP и ќе содржи рамка за негова евалуација.

Во рамки на своите истражувања, кандидатот д-р Билјана Стојчевска го проучува протоколот TCP, неговите карактеристики и оперативност кај хетерогените мрежи, од која работа произлегува нејзината докторска дисертација. Таа ги содржи следните иновации: нова TCP варијанта именувана SACK PR наменета за оперирање кај мрежи со голема честота на губење пакети, итеративна симулациска платформа за евалуација на транспортни протоколи базирана на ns-2 и tcpeval, и низа од резултати кои го потврдуваат подобрувањето во смисла на постигнатиот податочен проток на перформансата на SACK PR, кој е евалуиран преку систематско тестирање и темелно испитување со употреба на симулациска платформа.

Дисертацијата е организирана во неколку поглавја.

Првата глава дава даден краток вовед во научната област на трудот. Изложени се предметот и методологијата на истражувањето, мотивацијата и очекуваните придобивките на истражувањето.

Во втората глава најпрвин се изложени основните принципи на контролата на задушување. Дефиниран е поимот на задушување и прикажани се основните шеми на кои се заснова контролата на задушување кај TCP и основните метрики и критериуми за евалуација на неговите перформанси. Следи опис на TCP алгоритмите за контрола на проток и обезбедување надежност. Прикажани се стандардизираните механизми на TCP за контрола на проток и задушување: „бавен старт“, „избегни задушување“, „брзо препраќање“ и „брзо опоравување“ и стандардизираните верзии на TCP: Tahoe, Reno, SACK и Newreno. На крај се изложени стандардизираните техники за избегнување и контрола на задушување базирани на мрежна поддршка: експлицитно известување за задушување и активно управување со редици.

Третата глава дава исцрпен преглед и класификација на решенијата предложени во литературата од оваа област. Механизмите се класифицирани во две основни категории: протоколи за мрежи со голема честота на губење пакети и протоколи за мрежи со високи перформанси. Протоколите наменети за мрежи со голема честота на губење пакети се поделени на решенија кај

слојот на податочна врска, делење на врска и TCP варијанти. Во рамки на категоријата на протоколите за мрежи со високи перформанси се разгледуваат предложените стандардни решенија и најактуелните TCP варијанти денес. На крај е дадена квалитативна и квантитативна споредба на двете основни групи протоколи.

Основна тема во четртата глава е модификација на изворната контрола на задушување на TCP која е дел од авторскиот придонес на оваа дисертација. Целта на модификацијата наречена PR (Prompt Recovery) е подобрување на перформансата на протоколот кај мрежи со голема честота на губење пакети. Таа се базира на методот „изгубена двојка" и спаѓа во групата на LDA (Loss Differentiation Algorithms) TCP варијанти. Воведените механизми кај PR тежнеат кон надминување на опаѓањето на податочниот проток кој е резултат на непотребното намалување на прозорецот на задушување кога причината за губење на пакет не е задушување. Во оваа глава прво е даден модел на PR, а потоа анализа на особините на повратните времиња кај една TCP врска во зависност од тоа дали мрежата се наоѓа во состојба на задушување или не. Врз основа на анализата дефинирани се два нови алгоритми кои се воведуваат кај стандардизираните механизми за контрола на задушување на TCP. За имплементирање и тестирање на протоколот употребени се мрежниот симулатор ns-2 и алатката tcpeval. Протоколот е испитан и спореден со перформансите на изворниот протокол во однос на основните метрики: проток, рамноправност, стабилност и одзивност. Потоа е извршена споредба на перформансите на новиот протокол во зависност од промените на параметрите на симулирана топологија. Прикажаните резултати покажуваат дека модификацијата дава зголемување на податочниот проток во однос на изворниот протокол, при што не настанува влошување на перформансите во однос на останатите основни метрики.

Во петтата глава е опишано испитувањето на перформансите на SACK PR со помош на симулациска платформа која се базира на ns-2 и tcpeval изградена за потребите на истражувањето. Платформата ја применува методата на независни репликации за да се постигне определената релативна точност на симулациите за даден интервал на доверба. Опишана е структурата на платформата, текот на извршување на операциите и нејзината перформанса. Креирано е множество од 12 различни експерименти со динамична средина и различни видови со цел протоколот да се тестира во услови блиски на условите во една реална мрежа. Во продолжение се дефинирани 16 различни симулациски сценарија и прикажани се резултатите од извршените експерименти. Бидејќи целта на модификацијата е зголемување на податочниот проток во услови кога има случајно губење на пакети, изложените резултати го прикажуваат вкупниот постигнат FTP проток и индексот на рамноправност, номинално и во споредба со истите постигнати кај изворниот протокол.

Шестата глава ги содржи сите поважни заклучоци од извршените анализи и испитувања, како

и правци за иден можен развој.

Резиме

Кандидатката својот магистерски и докторски труд ги реализирала на Природно-математички факултет, Универзитет Св. Кирил и Методиј во Скопје, при што двата труда се под менторство на проф. д-р Оливер Попов.

Магистерската теза го започнува истражувањето на кандидатката во областа на сметачко-комуникационите мрежи во кое го проучува проблемот на подобрување на перформансите на TCP во хетерогени мрежи. Развитокот на Интернет постојано ја зголемува хетерогеноста на мрежата и неизбежно налага еволуција на протоколите на кои таа се заснова. Истражувањето во трудот е токму во рамки на овој процес и резултира со иновација која постигнува подобрување на перформансите на TCP во однос на стандардната верзија.

Докторската дисертација продолжува во истата област на истражувањето започнато во магистерскиот труд. Се воведува нова TCP варијанта наречена SACK PR, мрежи со голема честота на губење пакети. Дополнително, изградена е нова итеративна симулациска платформа, која има вредност како алатка за проверка и евалуација на TCP, што е исто така отворено прашања во научните истражувањата во областа.

Со оглед на претходно изложеното, може да се се заклучи дека кандидатката со одбраната на магистерскиот и докторскиот труд дала глобален научен придонес во рамки на соодветните области, што е покажано и преку објавените меѓународни научни публикации.

НАУЧНИ ТРУДОВИ

Трудови пред до конкурсот за кој се јавува

[1] Markovski, S., Gligoroski, D., Stojcevska, B., "Secure two-way on-line communication by using Quasigroup Enciphering with an almost Public Key" Proc. of the Third International Conference on Theoretical Aspects of Informatics and Applications, TARA 2000, Novi Sad, Yugoslavia, September 2000

[2] Popov, O. B., Stojcevska, B., “Some Issues in Mobile Computing”, Proc. of the Second Conference on Informatics and Information Technology, Bitola, Macedonia, Dec 2001, pp. 144-153

[3] Stojcevska, B., Popov, O. B., "TCP in Heterogeneous Environments" - Proc. of the Third Conference on Informatics and Information Technology, Bitola, Macedonia, December 2002, pp 42-53

[4] Stojcevska, B., "ns Simulator in Computer Networks", Proc. of the Workshop on Lab Practicing on Computer Science Education, Nis, Serbia and Montenegro, June 2003

[5] Stojcevska, B., Popov, O. B., “A Loss Pair Approach towards Congestion Management”, Proc. of the Fourth Conference on Informatics and Information Technology, Bitola, Macedonia, Dec 2003

[6] Stojcevska, B., Popov, O. B., “Loss Pairs for Congestion Detection and Control”, Proc. of the 8th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics SCI2004, Orlando, Florida, June 2004, Vol. XI, pp. 263-267

[7] Stojcevska, B., and Popov, O. B.,: “Packet Pairing for TCP in heterogeneous networks”, ACTA ELECTROTECHNICA ET INFORMATICA, No.4, Vol. 6: pp. 1- 12, 2006

[8] Stojcevska, B., Popov, O. B., "Primers of Using Analytical Tools to Capture TCP Behavior”, Proc. of the Sixth Conference on Informatics and Information Technology, Bitola, Macedonia, January 2007

[9] Stojcevska, B., Popov, O. B., Milenkoski, A., “The Performance of a Packet Pairing TCP Modification in Networks with Lossy Links”, ICT Innovations 09, poster presentation, Ohrid, Macedonia, September 2009

[10] Stojcevska, B., Popov, O. B., Milenkoski, A., " Iterative System for Simulation of E2E Transport Protocols in Heterogeneous Networks", Proceedings of EUROSIM 2010, September 2010

[11] Milenkoski, A., Stojcevska B., “Loss Differentiation Algorithms vs. Congestion Control Schemes: Dynamics and Performance”, International Journal of Distributed and Parallel Systems (IJDPS) Vol.1, No.1, September 2010

[12] Milenkoski, A., Stojcevska, B., Popov, O. B., " Transport Protocol Evaluation System with Automatic Statistical Accuracy Calculation and Distributed and Parallel Execution", Proc. of SIMUTools2011, 4th International ICST Conference on Simulation Tools and Techniques, poster presentation, Barcelona, Spain, March 2011

[13] Dobre Blazhevski, Adrijan Bozhinovski, Biljana Stojchevska, Veno Pachovski, Modes of operation of the AES algorithm, The 10th Conference for Informatics and Information Technology (CIIT 2013), Bitola, 18-20 April 2013, Web proceedings, ISBN 978-608-4699-01-9, pp.212-216

[14] Adrijan Bozhinovski, Biljana Stojchevska, Veno Pachovski, Enumeration, Ranking and Generation of Binary Trees Based on Level-Order Traversal Using Catalan Cipher Vectors, Journal of Information Technology and Applications - JITA, (Exchange of Information and Knowledge in Research), Volume 3 Number 2 Banja Luka, December 2013 (61-116) ISSN 2232-9625 (Print) UDC 004, pp 78-87

[15] MarjanTanevski, AdrijanBozhinovski, Eva Blazhevska, Biljana Stojchevska (2014) Using the Spring Framework with Java Enterprise Edition when Creating MVC Platform, CIIT 2014 Bitola, 11-13.04, 2014, Web proceedings, ISBN 978-608-4699-04-0, pp.67-71

[16] Davor Naumoski, Biljana Stojcevska, Zlatko Ivanovski (2014) Next Generation Wireless Technology: The 802.11ac Wireless Network, CIIT 2014 Bitola, 11-13.04, 2014, Web proceedings, ISBN 978-608-4699-04-0, pp. 81-83

[17] Aleksandar Milenkoski, Biljana Stojcevska, Oliver Popov, Statistical framework for ns-3: terminating simulation and regression analysis, World Journal of Modelling and Simulation, ISSN: 1746-7233, UK, Volume 10 Number 2, May 2014, pp 81-160

[18] Bane Georgievski, Veno Pachovski, Biljana Stojcevska (2014) An Implementation Of A NoSQL Based Web Crawler For Image Storage And Retrieval, ICT-Innovations, 2014 Ohrid, 11-13.09, Web Proceedings, ISSN 1857-7288, pp 326-335

[19] Nenad Trajkovski, Biljana Stojcevska, Ivana Stojanovska (2015) Wireless Charging – Concept, Theory and Applications, CIIT 2015 Bitola, Web Proceedings, ISBN 978-608-4699-05-7, pp 192-196

[20] Arbnor Grubi, Biljana Stojcevska, Ivana Stojanovska (2015) Better IT Administration with the help of Network Data Acquisition, CIIT 2015 Bitola, Web Proceedings, ISBN 978-608-4699-05-7, pp 203-206

[21] Kocho Hrisafov, Adrijan Bozinovski, Ivana Stojanovska, Biljana Stojcevska (2015) Cloud Computing – Challenges and Demands of the Business Sector, CIIT 2015 Bitola, Web Proceedings, ISBN 978-608-4699-05-7, pp 83-86

[22] Ivana Stojanovska, Marjana Vaneva, Biljana Stojcevska, (2015) E-Inclusion: Digital Divide and ICT Acceptance among Elderly People in Macedonia Compared to Bulgaria and Romania, 10th annual international academic conference on European integration, EUROPEAN INTEGRATION - NEW PROSPECTS, May 21

[23] Viktor Denkovski, Biljana Stojchevska, Martin Nikolovski, Monika Dovenska, Toni Dovenski (2015) "Wireless sensors for heard health monitoring and production management in dairy farming", Proceedings of the 6th International Scientific Meeting Days of veterinary medicine 2015,

Struga Macedonia, September 24-26, Macedonia, 2015, poster, Mac Vet Rev 2015; 38 (Suppl. 1), ISSN 1409-7621, pp 41

[24] Viktor Denkovski, Biljana Stojcevska, Toni Dovenski, Veno Pachovski, Adrijan Bozinovski (2015) Performance evaluation of routing protocols in a wireless sensor network for targeted environment, Journal of Information Technology and Applications, Volume 5, Number 2 Banja Luka, December 2015 (77-132), ISSN 2232-9625 (Print) UDC 004, pp 110-116

Научни трудови објавени во меѓународни научни списанија, пријавени за избор

Adrijan Božinovski, George Tanev, Biljana Stojčevska, Veno Pačovski, Nevena Ackovska (2016) **TIME COMPLEXITY ANALYSIS OF THE BINARY TREE ROLL ALGORITHM**, Journal of Information Technology and Applications, Volume 6, Number 2 Banja Luka, December 2016, ISSN 2232- 9625 (Print) UDC 004, pp 53-62

Просторната комплексност на алгоритмите е нивна клучна карактеристика и се однесува на количеството меморија потребно за нивно извршување. Дрвото е фундаментална податочна структура која се користи за прикажување на податоци со хиерархиска структура и има широка примена во многу области од математиката и компјутерските науки, од што произлегува постојаниот интерес за нивно истражување. Во рамки на трудот се извршува анализа на просторната комплексност на Binary Tree Roll алгоритмот за ротација на бинарни стебла со цел да се одреди количеството на меморија зафатена при извршување на алгоритмот и изведување на неговите функции. Анализата е извршена во однос на бројот на јазли на дрвото, n, за најлоши и најдобри сценарија. Во емпириската анализа на комплексноста на просторот се мерат максималните и минималните количества на меморија зафатена за време на извршувањето на алгоритмот, за сите биолошки топологии на дрвјата со број на јазли n. За просторната комплексност, и теоретски и емпириски, се покажува дека таа е логаритамска во најдобар случај, линеарна во најлош, а доминантно логаритамска во просечен случај.

Kristina Jakimovska, Biljana Stojcevska, Anita Vasileva (2020) **ASSESSMENT OF INTELLIGENT SOLUTIONS FOR IMPROVING ELEVATORS' PERFORMANCES**, Journal of Information Technology and Applications, Volume 10, Number 2 Banja Luka, December 2020, ISSN 2232-9625 (Print) UDC 004, pp 112-119

Основната тема во овој труд се однесува на подобрување на перформансите на современите лифтови, преку воведување на интелигентни уреди кај нив. Во фокус на интересот е надминување на недостатоците на лифтовите во однос на ефикасноста во оперирањето и грешките кај нивните безбедносни системи. Се анализира воведување на три можни решенија: PLC контролна табла, Rescue Device и процесирање на слика. Во трудот се прикажуваат и

анализираат предностите и недостатоците на користењето на трите вида интелигентни уреди во лифтовите. Дополнително, се извршува анализа на различните опции со примена на Multi-Criteria Decision-Making. За рангирање на презентираните решенија се користи TOPSIS методата.

Научни трудови објавени во меѓународни научни публикации, пријавени за избор

Slavcho Andreevski, Adrijan Bozinovski and Biljana Stojcevska, **VPN server versus Proxy server privacy** (2017) CIIT 2017, Mavrovo, Web Proceedings, ISBNT978-608-4699-07-1, pp 93-96

Приватноста на Интернет го претставува нивото на приватност на податоците и информациите произведени како резултат на користење на мрежата и е од клучен значај за безбедноста на нејзините корисници. Виртуелните приватни мрежи и прокси-серверите се широко користени од корисниците на Интернет за да ја обезбедат нивната приватност. Постојат милиони прокси и VPN сервери на кои може да се пристапи бесплатно или може да побаруваат такси за пристап. Двете го поврзуваат корисникот со оддалечен компјутер, преку безбедна врска, но може да содржат пропусти во безбедност. Токму тоа е прашањето од најголем интерес во овој труд. Во него прво се објаснуваат и анализираат особините на прокси и VPN серверите во општ случај. Понатаму, се спроведува детална анализа и споредба на два претставници на VPN сервери и два прокси-сервери, заедно со нивните предности и недостатоци. Серверите се тестирани преку батерија од шест тестови кои ја мерат нивната перформанса и откриваат ранливости во безбедноста. Резултатите од тестовите детално се анализираат и дискутираат. Трудот завршува со заклучоци и препораки за начини на постигнување што поголема безбедност при употреба на прокси и VPN сервери.

Kocho Hrisafov, Veno Pachovski, Adrijan Bozinovski and Biljana Stojcevska (2017) **Reviving the legacy computer systems – a case of a cement factory**, ICT INNOVATIONS 2017, Ohrid, Web Proceedings, ISSN 1865-0937, pp 68-77

Кога еден компјутерски систем или софтвер е изграден со застарена технологија, веќе не е компатибилен со новите оперативни системи, повеќе нема поддршка од производителите тој преминува во застарен (legacy) систем. Сепак, застарен систем може сè уште да ги задоволува потребите за кои првично бил дизајниран и да продолжи да се користи. Причини за тоа може да има многу и се најчесто индивидуални во секоја компанија. Може да се работи за тесно специјализиран систем со високи перформанси за кој нема соодветна замена или да биде масивен и скап напорот да се промени системот.

Во овој труд се разгледува на фабрика за производство на цемент, која сака да продолжи

да го користи својот постоен наследен систем DEC Alpha OpenVMS со базата на податоци на Oracle RDB. Постоечкото ERP решение не може да се пренесе на современа компјутерска архитектура и тоа е една од главните причини за продолжување со употреба на постоечкиот компјутерскиот систем. Дополнително, управата на компанијата не сака да инвестира во современи компјутерски сервери и нов ERP систем и затоа е донесена одлука да се имплементира хибридно решение - модерна .NET клиентска апликација со користење на постојниот наследен DEC Alpha како сервер. Во трудот се прегледани потребните технологии што се користат за развој на софтверското решение и се опишани сите негови делови. На крај, прикажани се придобивките и ефективноста на ваквото хибридно решение.

Bogdan Jeliskoski, Biljana Stojcevska and Adrijan Bozinovski (2018) **Securing a Home Network by Using Raspberry Pi as a VPN Gateway**, CIIT 2018 Mavrovo, Web Proceedings, ISBN 978-608-4699-08-8, pp 129-134

Интернет на нештата (IoT) е мрежа која се состои од физички уреди опремени со технологии кои овозможуваат нивно поврзување на Инернет и размена на податоци. Ваквите уреди поседуваат сензори и софтвер кои можат да се користат за набљудување и управување на објекти, процеси и околини. Употребата на IoT апликации во домашни услови рапидно се зголемува, бидејќи расте леснотијата за пристап и разновидноста на технологиите. Централната тема во овој труд е обезбедување заштита за IoT уредите во домашна мрежа и нивно безбедно поврзување со Интернет. Безбедносните закани и ризиците од користење на IoT уреди на Интернет се наведени и дискутирани и е претставено решение за безбедност во домашна мрежа на IoT. Заштитата што се користи во домашната мрежа на IoT се заснова на уредот Raspberry Pi кој е инсталиран како Gateway на внатрешната мрежа, со сите IoT уреди кои се поврзани со него како портал или преку VPN тунели. Трудот ги објаснува проблемите, предизвиците и улогата на портата во заштитата на уредите во мрежата и прикажува анализа на резултатите од тестирањето на презентираното решение.

Temelkovska, S., Božinovski A., Stojmenovska, I., Stojcevska, B. (2019) **Sorting Algorithms and Their Complexities: A Case Study**. Proceedings of the 16th International Conference for Informatics and Information Technologies - CIIT 2019, ISBN 978-608-4699-09-5, p. 150-154

Алгоритам за сортирање врши преуредување на дадена низа на елементи во растечки или опаѓачки редослед со употреба на споредба помеѓу елементите и постојат различни видови на алгоритми за сортирање со различна сложеност. Целта на трудот е да се изврши споредба меѓу пет познати алгоритми (Selection Sort, Insertion Sort, Bubble Sort, Quick Sort и Merge Sort) во однос на нивната комплексност. За спроведување на споредбата креирана е десктоп

апликација, во која големината на низата и максималната вредност на елементите може да се изберат произволно или случајно. Еден или сите пет алгоритми за сортирање можат да бидат избрани за тестирање, како и бројот на повторување тестовите. Извршени се серии од по 30 тестови за сите различни случаи: фиксна големина на низа и случајна максимална вредност на елементот, случајна големина на низата и фиксна максимална вредност на елементот, и фиксна и случајна големина на низата и максимална вредност на елементот. Резултатите од извршувањата покажуваат дека алгоритмот Bubble Sort е најбавен, а алгоритмот Quick Sort е најбрз.

Boro Sitnikovski, Biljana Stojcevska, Lidija Goracinova-Ilieva and Irena Stojmenovska (2020) **PubSub implementation in Haskell with formal verification in Coq**, CIIT 2020, Skopje, Proceedings of the 17th International Conference for Informatics and Information Technologies, ISBN 978-608-4699-10-1, pp 181-184

Пресметувањето во облак (cloud computing) овозможува испорака на компјутерски услуги, кои вклучуваат сервери, складирање, мрежи, софтвер итн, преку мрежа, без потреба од додатна инсталација на локалниот компјутерски систем. Софтвер како услуга е една од многуте архитектури кај пресметување во облак. PubSub (publishers and subscribers) моделот на пораки е софтвер заснован на облак како решение за услуги и се користи во сложени системи, особено во делот за известувања каде има потреба да се испрати порака од една единица до друга единица или од една единица до повеќе единици. Haskell е генерички програмски јазик кој е пионер во неколку напредни програмски јазични карактеристики. Се заснова на ламбда калкулус и припаѓа на семејството на функционални програмски јазици. Coq, кој е заснован на построга верзија на ламбда калкулус, е програмски јазик што има понапреден систем на типови отколку Хаскел и главно се користи за докажување на теореми т.е. исправност на софтвер. Овој труд покажува како може PubSub да се користи во облак (софтвер како Услуга), како и да се претстави пример за имплементација на PubSub во Хаскел и доказ за коректност на имплементацијата во Coq.

Останати трудови презентирани на меѓународни конференции по изборот во вонреден професор

Markoska, J., Stojmenovska, I., Pachovski, V., Božinovski A., Stojcevska, B. (2019) **Visual approach to teaching basic function properties - composition of two functions and inverse of a function**. Eighth International Conference of FMNS-Modern Trends in Science, Book of Abstracts, Bulgaria, Blagoevgrad, 26-30 June, 2019

Потребата од примена на визуелен пристап во наставата за воведување на состав на две функции доаѓа од можноста да дојде до несоодветно разбирање на концептот кога тој е презентиран на традиционален начин. Како последица може да се создадат грешки во процесот на понатамошно образование, почнувајќи од основни проблеми со калкулус, определување на домен и опсег на функција, примена при пресметување на изводи итн. Како можно решение за справување, во трудот предлага и аргументира користење на Geogebra аплет за визуелизирање на процесот на наоѓање на состав од две функции. Geogebra алатките обезбедуваат геометриско толкување на стандардниот метод за одредување на состав на функции и придонесуваат за подлабоко разбирање на значењето на инверзна функција.

Boro Sitnikovski, Lidija Goracinova-Ilieva, Biljana Stojcevska, **MODELS FOR SOFTWARE VERIFICATION: PROVING PROGRAM CORRECTNESS**, ICON BEST 2020, Proceedings of the 7th International Scientific Congress for Business, Education, Sport and Tourism, November, 2020

Една од најважните очекувани карактеристи на компјутерските системи е нивната точност, но честопати тие даваат неточни или погрешни резултати. Докажување на точност е комплексен и скап процес за чие решавање постојат различни приоди чиј преглед е цел на овој труд. Најприменувано решение во пракса е дизајнирање и изведување на тестови. Негов недостаток е што тестовите можат да детектираат само специфичен сет на проблеми и не ги потврдуваат сите можни случаи на извршување. Решение е да се направи формален, математички доказ за исправност за даден код, што е многу поскап процес. Математичките докази ги опфаќаат сите можни случаи и токму овие докази потврдуваат дека кодот го прави токму она што е наменето да го изврши. Постојат неколку платформи и математички модели за верификација на софтвер кои се засноваат на математички докази. Кај дел од нив се врши рачно верификување на софтвер и нивни преставници се програмските јазици Coq и Идрис. Друго семејство на докажувачи на теореми се таканаречените автоматски докажувачи, кои користат алгоритми за автоматско заклучување на дадена теорема. Програмскиот јазик Дафни е еден од нивните најдобри претставници.

Резиме

Од аспект на публицирање на научни трудови во научни списанија и научни конференции, кандидатот доставил листа од 33 објавени труда, објавени самостојно или во коавторство со соработници. При анализата трудовите можат да се поделат во следните категории:

- 24 трудови објавени пред неговиот избор за вонреден професор
- 7 трудови објавени во меѓународни научни списанија и публикации (зборници)

– 2 трудови презентирани на меѓународни конференции

Трудовите објавени пред изборот за вонреден професор, Рецензентската комисија не ги ценеше поради тоа што вообичаено тие трудови не се анализираат во ваков вид рецензија туку само се констатираат.

Научните одбори на списанијата и конференциите во кои се објавени 7 труда го задоволуваат стандардот од ЗВО како меѓународни научни списанија и публикации, па оттука тие трудови можат да се третираат како формално задоволувачки при изборот во звањето редовен професор.

Од овој аспект, кандидатот објавил 7 релевантни трудови и го исполнил условот од ЗВО.

ПРОЕКТИ

Во досегашната работа, кандидатката учествувал во повеќе меѓународни и национални научно-истражувачки проекти. Во оваа прилика навела позначајни проекти реализирани во последните две децении од нејзината научна и академска дејност.

Национални проекти

2020 **Онлајн обуки за младинска поддршка за вработување**, ЕРЦ соработка Битола, поддржан од Агенција за млади и спорт на РСМ, Предавач од областа на ИТ вештини

2019 **Со повисоки компетенции до поголема вработливост на младите**, Здружение на граѓани за истражувања, обуки, анализи и развој на јавни политики ВИЗИЈА 2020 Штип, во соработка со Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје, поддржан од Агенција за вработување на Република Македонија, Предавач од областа на ИТ вештини

2003-2005 **Информациски систем во Биро за развој на образование**, финансиран од Министерството за образование на Република Македонија,истражувач

2002-2003 **Комбинирање и оптимирање на класификатори за препознавање облици**, финансиран од Министерството за образование на Република Македонија, истражувач

2002-2003 **Ericsson Wireless Application Development лабораторија** при Институтот за информатика при Природно-математичкиот факултет во Скопје, истражувач

Меѓународни проекти

2005 **ICT4ICT** раководен од IKS одделот при ITM, Mid Sweden University од Шведска во соработка со Институтот за информатика при ПМФ, Македонската академија на науки и уметности, и Универзитетската библиотека „Св. Климент Охридски“ во Скопје, Јереванскиот државен универитет во Јереван - Ерменија, CEENet, и SIDA, раководител при Институтот за информатика

2001-2003 **SINSEE** (Scientific Information Network of South-East Europe), Max Plank Institute, German Federal Ministry for Education and UNESCO, истражувач

Резиме

Кандидатката учествувала во низа проекти кои спаѓаат во меѓународни, национални научно-

истражувачки и национални апликативни проекти, во областите на информатиката, компјутерските технологии и математиката.

Врз основа на погоре изложеното, може да се заклучи дека кандидатката ги исполнува условите од ЗВО предвидени за избор во наставно-научно звање, а поврзано со учество и работа на проекти.

АКАДЕМСКА РАБОТА

Настава и наставна кариера

Речиси од почетокот на својата работна кариера, д-р Билјана Стојчевска работи во високообразовната дејност, при што ги поминала сите наставнички и соработнички позиции во високообразовниот процес до овој избор.

Во 1994 година е избрана како стручен соработник на Институтот за информатика на Природно-математичкиот факултет во Скопје. По нејзиното магистрирање во 2003 година е избрана за асистент.

Во 2008 преминува на Факултетот за компјутерска техника и информатика на Универзитетот Американ Колеџ Скопје, каде што по завршувањето на докторските студии во 2011 година е избрана за доцент, а во 2016 година за вонреден професор.

Од 2018 година е вработена на Факултетот за информатика при УТМС – Скопје, во звање вонреден професор.

Во досегашната наставна активност, кандидатката била задолжена за повеќе предмети, во рамки на студиите на прв и втор циклус. Предметите може да се групираат во фундаментални (концептуални) или апликативни (модерни), како што е прикажано во табелата.

Фундаментални	**Апликативни**
Основи на програмирање Објектно програмирање Софтверско инжињерство Оперативни системи Програмски јазици Компјутерски мрежи Други...	Компјутерски апликации 1 Компјутерски апликации 2 Мрежни технологии и администрација Други...

Во рамки на наставната дејност д-р Билјана Стојчевска била член во голем број на комисии за одбрани на дипломски трудови, како ментор и како член; 1 комисија за одбрана на специјалистички труд, како ментор; и 6 комисии за одбрана на магистерски трудови, од кои на 2 како ментор.

Кандидатката за својата наставна работа по предметите од областа на информатичките

технологии има позитивна оценка од самоевалуација извршена на Универзитетот УАКС во 2016 година.

Стручни книги и учебници

д-р Билјана Стојчевска е коавтор на неколку книги, меѓу кои и учебник и збирка задачи за студентите по информатика. Во продолжение е дадена нивната листа.

[1] Јованчевски Ѓорѓи, Ацковска Невена, Стојчевска Билјана, *„***Збирка Алгоритми и Програми***“*, за студентите по информатика – ГОЦМАР 2005

[2] Јованчевски Ѓорѓи, Стојчевска Билјана, Ацковска Невена, *„***Основи на програмирање - C++***“*, учебник за студентите по информатика - ГОЦМАР 2006

[3] Јованчевски Ѓорѓи, Миле Јованов, Ацковска Невена, Стојчевска Билјана, *„***Збирка Алгоритми и Програми во C++***“*- ГОЦМАР 2007

[4] Јованчевски Ѓорѓи, Зоранчо Алексов, Билјана Стојчевска, Татјана Иванова, Елизабета Џонова, *„***Информатика за 5-то одделение за осумгодишно основно образование***“*, 2009

Резиме

Кандидатот д-р Билјана Стојчевска во својата досегашна наставна работа има спроведувано настава од повеќе предмети на 1 и 2 циклус на високо образование, на повеќе универзитети. За квалитетот на нејзината наставата сведочат и објавените книги и учебници од областа на информатиката. Предметите што ги предавала се од низа различни области, што го демонстрира високото познавање на информатичките технологии на кандидатката. Таа исто така ја остварува својата кариера во континуитет, преминувајќи во секоја наредна позиција по изминувањето на законски определениот рок.

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Рецензентска комисија вложи напор во констатирањето и оценувањето на богатиот опус на научната и наставната, како и на целокупната дејност на кандидатката д-р Билјана Стојчевска. Во оваа рецензија, во секоја секција е дадено резиме за соодветната дејност. Во овој дел, рецензентската комисија ќе даде заклучна констатација и предлог.

Врз основа на целокупната дејност претставена во оваа рецензија, може да се согледа дека вонредниот професор д-р Билјана Стојчевска има објавено значаен број трудови од повеќе области, публицирано општествено значајни публикации, има учествувано или водено повеќе развојни и истражувачки проекти и има менторирано поголем број млади истражувачи.

Согледувајќи ја целокупната научно-истражувачка и наставна активност на кандидатката д-р Билјана Стојчевска, Рецензентската комисија оценува дека таа ги исполнува сите услови и поседува квалитети да биде избрана во наставно-научното звање редовен професор. Од тука, Рецензентската комисија има чест и задоволство да му предложи на Сенатот на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, да ја избере вонреден професор д-р Билјана Стојчевска во звање редовен професор во научно-истражувачко поле поле 110 Информатика, област 11000 Информатика, 11003 Програмски јазици и системи и 11011 Друго.

Рецензентска комисија:

Д-р Пеце Митревски, редовен професор, с.р.

Д-р Невена Ацковска, редовен професор, с.р.

Д-р Симе Арсеновски, редовен професор, с.р.

ИЗВЕШТАЈ НА РЕЦЕНЗИОНАТА КОМИСИЈА
ЗА ИЗБОР НА
д-р ВИКТОРИЈА ТРАЈКОВ

ВО НАСТАВНО - НАУЧНО ЗВАЊЕ ДОЦЕНТ
ОД НАУЧНО-ИСТРАЖУВАЧКО ПОДРАЧЈЕ ОПШТЕСТВЕНИ НАУКИ, НАУЧНО-ИСТРАЖУВАЧКО ПОЛЕ ЕКОНОМСКИ НАУКИ, ОБЛАСТ МАРКЕТИНГ (50325), МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ (50608) И ДРУГО (50329) НА УНИВЕРЗИТЕТОТ ЗА ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ ВО СКОПЈЕ

д-р Далиборка Блажеска, вонреден професор, претседател
Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент
Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

д-р Зоран Стрезовски, вонреден професор, член
Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент
Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

д-р Валентина Муцунска Палевска, вонреден професор, член
Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент
Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

	До Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје Република Македонија

Предмет: Извештај на Рецензентска комисија која дава мислење во постапка за избор на **д-р Викторија Трајков**, во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје Општествени науки, научно-истражувачко поле Економски науки, област 50325 Маркетинг, 50608 Маркетинг менаџмент и 50329 Друго

Врз основа на член 92 став 1 алинеја 2 и 14 од Статутот на Универзитетот за туризам и менаџмент, согласно член 166 и 173 од Законот за високото образование (сл.весник на РМ бр.82/2018) Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, на седницата одржана на ден 28.12.2020 година, донесе одлука за започнување постапка за избор на еден (1) наставник во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, научно-истражувачко поле Економски науки, област Маркетинг (50325), Маркетинг менаџмент (50608) и Друго (50329), на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.
На истата седница, **именувана е и Рецензентска комисија за давање на мислење во постапката за избор** на еден наставник во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, научно-истражувачко поле Економски науки, област Маркетинг (50325), Маркетинг менаџмент (50608) и Друго (50329), на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

1. **д-р Далиборка Блажеска**, вонреден професор, претседател, Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент, Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија
2. **д-р Зоран Стрезовски,** вонреден професор**,** член, Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент**,** Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија,
3. **д-р Валентина Муцунска Палевска**, вонреден професор, член, Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент, Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

Во својство на членови на Рецензентската комисија за давање мислење во постапката за избор на еден наставник во наставно-научно звање доцент, 5 Општествени науки, научно-истражувачко поле Економски науки, област Маркетинг (50325), Маркетинг менаџмент (50608) и Друго (50329), на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

Рецензентската комисија утврди:

- дека Конкурсот е објавен во дневниот весник „Нова Македонија“ на 17 декември 2020 година и на веб страницата на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје (www.utms.edu.mk) на 17 декември 2020;
- дека во предвидениот рок за поднесување пријава на конкурсот се пријавил еден кандидат, и тоа: д-р Викторија Трајков, и
- дека со пријавата на конкурсот, кандидатот ги доставил сите потребни документи според условите на конкурсот.

Врз основа на поднесената пријава, приложената документација и поднесените трудови на кандидатот,

Рецензентската комисија ја проучи научната, наставната и стручната дејност на кандидатот, ги усогласи ставовите и го поднесува до Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, следниот заеднички

И З В Е Ш Т А Ј

За кандидатот д-р Викторија Трајков.

Извештајот опфаќа:

1. Биографија на кандидатот,
2. Анализа и оценка на научната дејност на кандидатот,
3. Анализа и оценка на наставната дејност на кандидатот,
4. Анализа и оценка на стручната дејност на кандидатот, и
5. Заклучна оценка, мислење и предлог на Рецензентската комисија.

Во прилог на извештајот се дадени:

9. Табеларен приказ на научните трудови на кандидатот *(Прилог 1),*
10. Список на научните и стручните трудови според категории *(Прилог 2),*
11. Доказ за исполнување на условите за вреднување на трудовите во релевантни бази на податоци врз основа на критериумите за избор во наставно-научно звање – доцент и вонреден професор, пропишани во Законот за Високото образование на Република Македонија („Службен весник на Република Македонија“ бр. 82/2018) *(Прилог 3),* како и
12. Примерок од анализираните научни трудови на кандидатот релевантни во постапката за избор во доцент и вонреден професор *(Прилог 4),*
13. Потврда за учество во научно-истражувачки проект *(Прилог 5),*
14. Извештај од самоевалуација на Универзитетот *(Прилог 6),*
15. Извештај од Рецензентската комисија за избор во наставно-научно звање звање насловен доцент за група предмети од областа на претприемачкиот бизнис *(Прилог 7).*
16. Одлука од Сенатот за избор во наставно-научно звање доцент *(Прилог 8).*

1. БИОГРАФИЈА НА КАНДИДАТОТ — д-р Викторија Трајков

Кандидатката Викторија Трајков е родена на 28.11.1985 година во Битола.Таа се стекнала со средно образование во гимназија, ДСУ „Таки Даскало“, Битола, а дипломирала на ФОН универзитет, на Факултетот за применети странски јазици, насока англиски јазик и книжевност со шпански јазик, во 2008 година. Таа во 2006 година станува сертифициран новинар од страна на Данската школа за новинарство и Македонскиот институт за медиуми, Скопје завршувајќи ја Едногодишната школа за новинарство. Кандидатката Викторија Трајков се запишала на втор циклус студии на Универзитетот за туризам и менаџмент, Скопје, каде се стекнала со звање магистер по односи со јавноста во 2011 година, а во 2013 год. се запишала на докторски студии на Економскиот факултет - Прилеп при Универзитетот „Св. Климент Охридски“, Битола.

Кандидатката Викторија Трајков, се стекнала со практично искуство, и тоа:

-2000 – 2007 година - новинар во ТВ Орбис, Битола;
-2006 година - проект менаџер во ТВ Орбис, Битола;
-Јули 2007- јули 2008 година - директор на маркетинг во Јазичен центар „Sky“ - Скопје;
-Септември 2008 - јуни 2009, Професор по англиски и шпански јазик, Јазичен центар „Sky“ Скопје;
-2008 - 2011 година проект лидер, Македонско-американско друштво за пријателство и соработка „4-јули“ - Битола;
- Мај 2009 - јуни 2009 година, проект лидер, Јазичен центар „Малиот принц“ Битола;
-2009 година, мониторинг асистент за медиуми, Македонски институт за медиуми, Скопје;
- јуни 2010 - септември 2010 година, проект лидер, Јазичен центар „Малиот принц“ Битола;
- март 2011 - септември 2011 година, трет секретар Амбасада на РМ во Мадрид, Шпанија;
- мај 2010 - ноември 2012 година, заменик портпарол, Министерство за надворешни работи на РМ;
- ноември 2012 година, волонтер, Генерален конзулат на РМ во Њујорк.

Таа присуствувала на семинари и обуки, и тоа:

-2006-2007 година сертифициран новинар, Македонски институт за медиуми и Данска школа за новинарство;
-Reporting on food safety, European Center for journalism, Budapest, Hungary, 2008 год.
-Истражувачко новинарство помеѓу Македонија и Романија, Центар за граѓански комуникации, Скопје, Р. Македонија, 2008
-Обука на Аластаир Кемпел, По агенција, 2010
-Едукативна програма за изучување на трикови за пишување на успешна новинарска сторија, Американска амбасада, Скопје, 2010
-Изучување на шпански јазик, Lexis escuela, Малага, Шпанија, 2009-2010
-2011 год. Положен државен дипломатски испит, Министерство за надворешни работи на РМ;
-NET Institute Conference on Network Economics, NYU Stern School of Business, New York City, USA, 2015
-Beyond Deep Breaths: Transforming the Workplace through Mindfulness, NYU Stern School of Business, New York City, USA, 2015
-Global Business for Speed and Scale, NYU Stern School of Business, New York City, USA, 2015
-NYU 2015 Conference on digital big data smart life and mobile marketing analysis, NYU Stern School of Business, New York City, USA, 2015
-Dan Scgulman, CEO and President of Paypal, NYU Stern School of Business, New York City, USA, 2015
-12th Annual Social Entrepreneurship Conference, NYU Stern School of Business, New York City, USA, Northeastern D'Amore-McKim School of Business, 2015
-Global Business for Speed and Scale, NYU Stern School of Business, New York City, USA, 2015
-International Economics Workshop, Columbia University, New York City, USA, 2015
-Economic Theory Workshop, Columbia University, New York City, USA, 2015
-PhD talk panelist, NYU Stern School of Bussines, New York City, 2015 год.

Кандидатката Викторија Трајков ги објавила следниве трудови:

- Trajkov V., Trajkov G., **THE INFLUENCE OF PUBLIC DIPLOMACY ON THE STATES VISIBILITY IN THE INTERNATIONAL RELATIONS;** Journal of Liberty and International Affairs, Vol. 1, No. 2, 2015| UDC 327 | ISSN 1857-9760, Published online by the Institute for Research and European Studies – Bitola at www.e-jlia.com
THE REPUBLIC OF MACEDONIA; Horizons, International Scientific Journal, Series A, pp.109. ,University "St.Kliment Ohridski", Bitola, ISSN 1857 -9884

- Trajkov V., **CONSUMER BEHAVIOUR IN USA AND EUROPE WITH CASE STADY ; BEE CONFERENCE, University of Zagreb, Zagreb, Croatia, pp.151.**

- Trajkov V.," ADVERTISING AND ITS EFFECTS ON CHILDREN AS CONSUMERS IN SMALL COUNTRIES WITH CASE STUDY", CON BEST- INTERNATIONAL CONGRESS FOR BUSSINESS, EDUCATION, SPORT AND TOURISM, The 7-th International Scientific Congress, Skopje, 2020

Кандидатката има солидни познавања од информациско-комуникациската технологија и користи Microsoft Office (како и Adobe Premiere, Power Point, AutoCAD и др.), а флуентно ги владее англискиот и шпанскиот јазик и има познавања од италијанскиот јазик.

Кандидатката има способност за планирање и организирање, тимска работа, а располага со комуникациски, интерперсонални и координирачки вештини, како и презентерски способности.

2. АНАЛИЗА И ОЦЕНКА НА НАУЧНАТА ДЕЈНОСТ НА КАНДИДАТОТ

Овој дел на Извештајот содржи:

2.1. Досегашни избори на кандидатот во соработнички и наставно-научни звања,

2.2. Преглед на научната дејност и анализа на научниот придонес на кандидатот, и

2.3. Оценка на севкупната научна дејност на кандидатот.

2.1. Досегашни избори на кандидатот во соработнички и наставно-научни звања

2.2. Преглед на научната дејност и анализа на научниот придонес на кандидатот

Д-р Викторија Трајков во нејзината научна и истражувачка активност, до изборот во наставно-научно звање доцент напишала докторска дисертација и објавила 4 трудови во зборници од меѓународни и домашни научни конференции.

Во продолжение на извештајот е даден приказ на поединечна анализа и оценка на објавените научни трудови, и тоа:

2.2.1. Докторска дисертација

2.2.2. Објавени научни трудови

2.2.3. Анализа на објавените научни трудови и научниот придонес на кандидатот

2.2.4. Учество во научни проекти

2.2.1. Докторска дисертација

Како **м-р Викторија Трајков** поднесов предлог тези за изработка на докторска дисертација со

предложен наслов: **„Улогата на меѓународната маркетинг комуникација за брендирање на Р. Македонија“**. По одбраната на докторската дисертаџција се стекнав со академската титула **доктор на економски науки со специјалност во областа на маркетингот.**
Во однос на структурата, докторската дисертација го обработува темите линеарно, што може да се види од следниот приказ:

1. Стратегија за маркетинг комуникација на Р. Македонија на меѓународниот пазар
1.1 Примена на маркетинг концептот и стратегија за маркетинг комуникација на Р. Македоинија на меѓународниот пазар
1.2Диференциран маркетинг
2.Брендирање и имиџ на Р. Македонија
2.1. Меѓународна маркетинг стратегија на Р. Македонија
2.2 Брендирање на Р. Македонија
2.3 Глобално позиционирање на брендот на Р. Македонија
3.Стратегиски менаџмент со маркетинг комуникацијата на Р. Македонија на меѓународниот пазар
3.1 Управување, план, стратегија за маркетинг комуникација на меѓународниот пазар
2.4 Модели за стратегиско менаџирање/управување со глобалниот имиџ на домашните производи
2.5 Customer Relationship Marketing-CRM
4.Глобални МАС медиуми
4.1Телевизијата како медиум
4.2 Видови телевизиски маркетинг
4.3. Barter vs. Trade advertising
4.4. Импактот од нов натпревар на медиумите
4.5 Весникот како медиум
5.Однесување на потрошувачите на глобален пазар
5.1 Фактори за однесување на потрошувачите на глобален пазар
5.2 Процес на истражување на задоволството на потрошувачите на глобален пазар
5.3 Методи за истражување на задоволството на потрошувачите на глобален пазар
6. **Позиционирање на производите на глобалниот пазар – перцептивна мапа**
7. **Студија на случај: истражување на улогата на меѓународната маркетинг комуникација на Република Македонија и нејзиното брендирање за зголемувањето на извозот на домашни производи/услуги на меѓународниот пазар**

3. Образложение на темата

Проблем и цели на истражување

Брендирањето има голем потенцијал во меѓународниот маркетинг. Но, овој потенцијал не е целосно искористен од повеќе причини. Од маркетиншка гледна точка, брендот е значењето за потрошувачите да ги разликуваат производите и услугите базирани на нивните атрибути а со тоа тие стекнуваат диференцијална предност во однос на конкурентските.

Kotler and Keller (2006) забележуваат дека брендот е потребен зтоа што токму тој го идентификува производот а со тоа и одговорноста за производот се наоѓа во рацете на производителите.

Мотивот за согледување и проценка на актуелната состојба поврзана со развој на стратегија за меѓународна маркетинг комуникација на Р.Македонија при процесот на брендирање и нејзиното влијание врз зголемувањето на извозот на домашни производи/услуги на меѓународниот пазар, претставува клучен поттик за реализација на предметната докторска дисертација и главни цели кои треба да се постигнат со соодветни истражувачки активности.

Хипотези за истражување

За реализација на овие главни цели, како **предмет на истражување** се постави проблематиката поврзана со добивањето на одговорите на следните истражувачки прашања:

1. *хипотеза:* Кои се досегашните сознанија, планови, програми и стратегии за меѓународна маркетинг комуникација за глобално брендирање на Р. Македонија?
2. *хипотеза:* Врз основа на кои клучни постулати за проценка може да се процени нивото на примена на маркетингот на меѓународно ниво?
3. хипотеза: Кои се сознанијата со теоретски фокус поврзани со маркетиншкит ориентиран процес во стратегиско планирање на државата, вклучително и брендирање на националните услуги и производи?
4. хипотеза: Како Р. Македонија да ја искористува националната култура за да помогне при зголемувањето на извозот?
5. *хипотеза:* Каква сратегија се употребувала до сега за користење на мас медиумите при градење на ефективни маркетинг комуникациски алатки и техники за оддржливост на националниот бренд кај потрошувачите на меѓународниот пазар?
6. *хипотеза:* Кој е најповолниот пристап кој треба да се употреби, во иднина, за подобар пласман на македонските производи/услуги при процесот на брендирање?
7. *хипотеза:* Дали една мала држава како што е Македонија може да биде конкурентна на интернационалниот пазар и каков е нејзиниот правец на тоа поле?
8. *хипотеза:* Кои услуги и производи се доволни за брендирање, а по кои Македонија би била препознатлива на меѓународниот пазар?
9. *хипотеза:* Која е улогата на информациите што ги обезбедува маркетинг истражувањето во функција на реализација на маркетиншки ориентиран процес на стратегиско планирање на Р. Македонија?

10.хипотеза: Кои се потребите на клиентите на меѓународниот пазар во процесот на препознатливост при брендирање на националнот производ?

Брендовите се важни и за потрошувачот но и за пазари бизнис-за-бизнис, каде што е потребна одлука за купување на даден просизвод или услуга. Силниот бренд креира висока дивиденда на за акционерите за разлика од слабиот бренд. Брендот е во срцето на маркетингот и бизнис стратегијата (Doyle, 1998, p.165) и градењето на силен бренд се смета за еден од клучните двигатели на успешноста на бизнисот (Prasad& Dev, 2000, p.22).

Современиот свет и брзиот развој на технологијата се карактеризира со секојдневни промени а клучот на економскиот успех лежи во оптималното прилагодување на новонастанатото деловно опкружување. Конкуренстоста е главен атрибут на глобалната светска економија, па од тука се поставува прашањето како Република Македонија, како мала држава може да се носи со конкурентоста на пазарот односно како може да се остварат компаративни предности кои ќе овозможат нејзино позиционирање на пазарот.

Процесот на глобализација и создавањето на нови пазари придонесе да се јави потребата од уникатност во презентирање на државата на меѓународно ниво, а со цел зголемување на извозот на сопствените производи и услуги. Од 2006 година Република Македонија има изградено национална стратегија за презентација на државата на меѓународно ниво, вметнувајќи ја економската дипломатија во Програмата на Владата на Република Македонија. За таа цел во рамките на Министерството за надворешни работи се преземаа низа мерки во насока на промоција на Република Македонија како привлечна дестинација за странски инвестиции, промоција на предностите за правење бизнис, како и поттикнување на македонскиот извоз и зајакнување на земјата како доверлив бизнис партнер. Исто така, за да се зајакне презентацијата на Македонија на меѓународно ниво во делот на реализација на наведените активности се направија сериозни чекори за зајакнување на перформансите на Агенцијата за странски инвестиции, при што се ангажираа економски промотери кои имаат задача да ја зголемат перцепцијата за Република Македонија, нејзините убавини, нејзиниот идентитет, нејзината култура и сл. Меѓутоа, еден дел, кој сепак е значаен од маркетиншка гледна точка, е изоставен или недоволно искористен за целосно да биде опфатена истата. Така неопходно е масовното искористување на медиумите за примена ефективни маркетинг комуникациски алатки и техники за оддржливост на националниот бренд кај потрошувачите на меѓународниот пазар.

Методологија на истражувањето

Во функција на остварување на целите на оваа докторска дисертација, првенствено ќе се спроведат два чекори од истражувачкиот процес и тоа: теориското и примарното (апликативно) истражување.

Секундарните податоци би се добиле при преглед на расположливата литература (книги, учебници, научни и стручни списанија, извештаи, публикации, анализи и податоци добиени од интернет и сл.), каде што егзистираат најновите сознанија до кои дошле голем број значајни (домашни, но пред сè странски) автори, коишто се занимаваат со истражување на слична проблематика.

При нивната употреба ќе се дојде до стекнување целосна претстава за целите на истражувањето, обезбедување на одговорите на голем дел од истражувачките прашања, како и за поставување на клучната хипотеза/претпоставка во експлораторната фаза на примарното истражување.

Примената на искуствата од домашни и странски автори ќе придонесе соодветана употреба на поимите клиенти, конкуренти, теории за мотивација, процес на носење одлука, анализа на заинтересираните страни, поими за брендирање, идентитет, имиџ, вредност на брендот, задоволство на клиентите и имиџ на домашните производи и услуги.

Како странски автори, истражувачки трудови кои би помогнале во успешна реализација на истражувачкиот проблем, би биле користени: Ashworth и Voogd (1990); Holcomb (1990); Kotler, Haider и Rein (1993); Kotler (1994); Gold и Ward (1994); Sheth и Parvatiyar (1995); Woodruff и Gardial (1996); Kotler и др. (1999); Gumesson (1999); Grönroos (2000; 2004); Hankinson (2001); Marušić и Vranešević (2001); Kotler и др. (2002); Hil и Alexander (2002); Rainisto (2003); Paliaga (2004; 2007); Kavaratzis (2004; 2008); Hill, Roshe и Allen (2007); Braun (2008); Kavaratzis и Ashworth (2008); Anholt (2007; 2010); Moilanen и Rainisto (2009); Gasko-Hernández и Torres-Coronas (2009); и др.

Од домашните автори: Илиеска и Ристеска (2014); Шуклев и Дракулевски

(2001); Секуловска и Башеска-Ѓорѓиеска (2004); Башеска-Ѓорѓиеска, Секуловска и Петковска-Мирчевска (2007); Вртески, Стојков и Линкола (2007; 2009); Перишиќ и др. (2013) и др.

Притоа, најголемиот дел од истражувачките трудови на посочените (странски) автори како и останатите со кои би се сретнала во понатамошниот процес на истражување би биле обезбедени од едногодишна посета на кандидатката на NUY Stern School of Business, New York City, нивната база на податоци како и нивниот богат библиотечен фонд. Исто така при нејзината посета на различни семинари, обуки и конференции Columbia University во New York City разменети се искуства на слични теми поврзани со меѓународната промоција на прозиводи и услуги со докторанти на маркетинг кои се во почетна или завршна фаза на своите истражувања.

Во експлоаторната фаза планирано е да се направи преглед на повеќе од 60 држави кои го имаат брендирано своето име, одделни нивни градови, домашни производи и услуги за да се добие појасна слика за истражувачката цел за развој на развој на стратегија за меѓународна маркетинг комуникација на Р.Македонија при процесот на брендирање и нејзиното влијание врз зголемувањето на извозот на домашни производи/услуги на меѓународниот пазар.

За реализација на дескриптивното истражување планирано е да биде применет методот на испитување со помош на структуиран немаскиран (откриен) прашалник. Притоа, во функција на поефикасно собирање на потребните податоци (од временски и финансиски аспект), ќе биде употребена „техниката на самоизвестување“ со користење on-line анкета (CAWI метод со e-mail покани). Рамката на примерокот за конкретното истражување, база на податоци на e-mail адреси на гледачи (200 e-mail адреси) на кои ќе им биде дистрибуиран прашалникот. Дополнително прашалникот ќе биде дистрибуиран и до 500 компании на територијата на Р. Македонија.

Изборот на соодветна популација која ќе биде вклучена во истражувањето е исто така важна за добивање на посакуваните резултати. Во трудот, тоа ќе биде возрасна рамка од 18-70 години. При поставувањето на онлајн-прашалникот ќе се постави ограничување за можност за еден одговор од само една IP адреса и само од една e-mail адреса.

Примерок од 700 испитаници, распоредени по области во Република Македонија, ќе овозможи да се почитува принципот за минимум испитаници по сегмент (област) кој за истражувања од овој тип изнесува 50 респонденти, како и минималниот вкупен број испитаници (од Република Македонија), кој вообичаено изнесува 200 респонденти[1].

Покрај горенаведените научно- истражувачки методи, како истражувачки инструменти за донесување на конкретни заклучоци, беа употребени и вообичаените методи на секој научно заснован истражувачки процес (анализа и синтеза, апстракција и конкретизација, индукција и дедукција, квалитативен и квантитативен метод, компаративен и историски метод и сл.).

Концептуална рамка

На денешниот глобален пазар, брендовите се централна тема на маркетингот. Брендовите се релативно нов феномен во меѓународниот маркетинг, но брендирањето постои во одделни држави во доминантна форма уште на почетокот на 20-ти век. Таргетирани на масовен потрошувачки пазар, брендираните продукти

[1] Hill, N., Roche. G. and Allen, R. (2007), *Customer Satisfaction, The customer experience through the customers eyes*, Cogent Publishing, pp.78-79

се подобро познати од индустриските производи или брендови на услуги (Bradley, 2005). Во поновата историја на медиумите како весниците, телевизиите, радијата, билбордите па и банерите кои не преплавуваат секојдневно на интернет страниците, појавата на односите со јавноста, различни маркетинг агенции, начини на изразување во областите кои се дејствува, секојдневно се зборува за создавање на бренд.

Истражувачкиот труд се состои покрај вовед и заклучок од 7 последователни и логички поврзани целини.

Во првиот дел фокусот е ставен врз краток осврт на предизвиците со кои се соочуваат малите држави како Република Македонија, еволутивните историски фази во практична примена на маркетинг концептите од нивната страна. Потоа беа истражени нивните искуства во брендирањето на градовите, производите и услугите на меѓународниот пазар како и тоа која и каква маркетинг комуникација користат при тој процес.

Во вториот дел се презентирани досегашните применети стратегии на Р.Македонија во меѓународната маркетинг комуникација, со посебно внимание на процесот на брендирање на државата, влијанието на националната култура во тој процес како и глобалното позиционирање на брендот на Р. Македонија.

Третиот дел е посветен на управување, план, стратегија за маркетинг комуникација на меѓународниот пазар како и на градење модели за стратегиско менаџирање/управување со глобалниот имиџ на домашните производи. Презентирани се и кратки расправи кои се однесуваат на процесот на стратегиски менаџмент (во бизнис-контекст), основните поими за брендирање, идентитет и имиџ на градовите и примената на релацискиот маркетинг со клиентите (Customer Relationship Marketing-CRM), како маркетиншка ориентација во процесот на стратегиско планирање/менаџмент на населените места. Врз основа на овие сознанија, како и согласно чекорите во моделите за стратегиско маркетинг планирање и во моделите за стратегиско менаџирање/управување со имиџот/брендот на државата (развиени од страна на некои од највлијателните автори во овие области), се предложи модел за реализација на маркетиншки ориентиран процес на стратегиско планирање/менаџмент, и детално објаснување на фазите во истиот.

Четвртиот дел е посветен на моќноста на МАС медиумите во меѓународната маркетинг комуникација, а особено на телевизијата. Детално се разработени стратегиите на комуникација преку телевизискиот маркетинг, концептот на Barter vs. Trade advertising, импактот врз маркетингот од натпреварот на медиумите. Исто така се посвети внимание и на весникот и интернетот како медиум и нивниот потенцијал и искористеност во меѓународната комуникација во процесот на брендирање на Р. Македонија.

Во петтиот дел се посвети внимание на елаборација на соодветни методи и техники за истражување на однесувањето на потрошувачите на глобалниот пазар. Се истражи задоволството на потрошувачите како и препораки за воспоставување систем за следење на жалби и сугестии и анализа на изгубени клиенти на глобалниот пазар и кои се причините за тоа.

Шестиот дел е посветен на истражување на позиционирањето на производите на глобалниот пазар и примена на перцептивна мапа како основа за преземасе соодветни стратегии за унапредување на позицијата на македонските производи/услуги на меѓународниот пазар.

Седмиот дел опфаќа студија на случај односно истражување на улогата на меѓународната маркетинг комуникација на Република Македонија и нејзиното брендирање за зголемувањето на извозот на домашни производи/услуги на

меѓународниот пазар. Во овој дел, кој е апликативен, се анализира актуелната состојба, можностите и перспективите за практикување на маркетинг/маркетиншка ориентација од страна на Р. Македонија и нејзиното брендирање за зголемувањето на извозот на производите. За таа цел, откако се истражија карактеристиките на системот на маркетинг комуникација на Република Македонија на меѓународно ниво, ќе се прикажат и резултати/заклучоци/препораки од истражување кое ќе се спроведе со примена на соодветена методологија.

Очекувани резултати

Покрај истакнувањето на голем број сознанија поврзани со одговарањето на истражувачките прашања, како краен производ и придонес на докторската дисертација би се издвоиле повеќе корисни препораки, со чија примена треба да се направи значителен прогрес во насока на развој на стратегија за меѓународна маркетинг комуникација на Р.Македонија при процесот на брендирање и нејзиното влијание врз зголемувањето на извозот на домашни производи/услуги на меѓународниот пазар. Тоа претставува клучен поттик за реализација на оваа докторска дисертација и главни цели кои треба да се постигнат со преземените истражувачки активности.

Како научен придонес на истражувањето што ќе се реализира во докторската дисертација е креирање теоретски модел за проценка на нивото на примена на маркетиншката ориентација во Р. Македонија. Тој ќе може да се користи/развива и при научно-истражувачки проекти кои ќе се реализираат од научната јавност, чиј предмет на интерес е конкретната проблематика, во иднина. Исто така, посебно е значајно креирањето на модел за развој на стратегија за меѓународна маркетинг комуникација на Р.Македонија при процесот на брендирање и нејзиното влијание врз зголемувањето на извозот.

Со своето практично значење се издвојуваат и предложените методолошки пристапи за реализација на целосни процеси на истражување на задоволството на потрошувачите и истражување на имиџот на државата на меѓународно ниво, каде што се наведени голем број на корисни техники и истражувачки инструменти, како и алатки за анализа и прикажување на добиените резултати.

Научен придонес на докторската дисертација

Докторската дисертација на кандидатот Викторија Трајков методолошки пристап кој би можел да се искористи и како солидна база при креирањето методологија според која производите/услугите на Република Македонија ќе можат да се рангираат според определени индекси (на задоволство, брендинг-индекси и сл.), во регуларни временски интервали (пр. еднаш годишно), со што би се направил дополнителен чекор во насока на побрзо прифаќање и соодветна примена на маркетиншката филозофија во работењето на процесот на брендирање и позиционирање на Р.Македонија на глобалниот пазар. Во фокусот на компаниите ширум светот е како својот производ или услуга да биде актуелна за потрошувачите, односно тој призвод да допре до секој оној кој што купува.

При тоа се одбираат различни начини за пристап до купувачите, а еден од позначајните е процесот на брендирање. Со тоа, производот или услугата добива значајно место на пазарот, препознатливост како и зголемена побарувачка за истиот. Иако брендовите се релативно нов феномен во меѓународниот маркетинг кој го преокупирал светот во 20-тиот век, сепак брендирањето

како процес е доста актуелен и зазема се поголем замав во секојдневните “игри” на маркетарите. Таргетирани како масовен потрошувачки пазар, брендираните продукти се подобро познати од индустриските производи или брендови на услуги (Bradley, 2005). Во поновата историја на медиумите како весниците, телевизиите, радијата, билбордите па и банерите кои не преплавуваат секојдневно на интернет страните; појавата на односите со јавноста, различни маркетинг агенции, начини на изразување во областите кои се дејствува, секојдневно се зборува за создавање на бренд. Но, за да се брендира еден производ или услуга, тој процес не може да се изедначува со процесот на брендирање на една земја, особено ако се работи за мала економија, за држава со буџет кој би го имал еден средно-голем град во САД.

Секојдневните случувања на економски и политички план со кои се соочуваат земјите на почетокот на новиот милениум се огромни. Главни предизвикувачи на тој т.н земјотрес во светот секако се економските политичките случувања но исто така и технолошкото опкружување (Kotler и др., 1999).

Глобализацијата на економски план, информатичко-комуникациската технологија (ИКТ) и нејзиниот развој, регионалното ниво на интеграцијата (ЕУ, НАФТА), но исто така и огромното влијание на медиумите во светото особено на Интернетот и телевизијата , евтините авионски летови како и заканите од глобалниот тероризам се клучните промени кои се случуваат во големата слика за состојбата во која се наоѓаат државите Braun, 2008; Ecorys, 2008).

Водени од сето ова, производителите или давателите на услуги во процесот на брендирање наоѓаат различни начини како да му пристапат на клиентот но и на потрошувачот кога се занимаваат со брендирање на производ или држава. Брендот е создаден да делува на потрошувачкиот ум. Од потрошувачка гледна точка, брендирањето (place branding) на едно место е всушност “пакет” на се она што нуди една земја. На пример, ако еден турист реши да ја посети Самоиловата тврдина во Охрид, тој нема да го гледа само Охрид како град, туку целиот “брендиран пакет” поврзан со Самоиловата тврдина и Охрид непосредно. По неговата посета, неговите впечатоци ќе бидат базирани врз неговите очекувања и исполнувања на лице место. Од кога ќе среди впечатоци, сигурно ќе се запраша дали посетата на Самоиловата Тврдина е тоа што всушност брендот ветувал? Односно, како таа Самоилова Тврдина која се наоѓа во градот Охрид, градот на 365 цркви и сл., го пречекала него како турист.

Вака поставените темели на една земја чија што цел е да остави позитивен впечаток кај секој посетител, доколку се размислува градовите секој за себе да привлекува и се преставува пред светот со тоа што го има, тогаш тие ќе станат главни главни двигатели на економскиот и културниот развој на државите, при што „сите населени места без разлика дали се наоѓаат во Европа,Азија, Латинска Америка или САД, ќе треба да почнат да развиваат нови способности“ (Kotler и др., 2002, цитиран во Rainisto, 2003).

Или, како што заклучува Rainisto (2003, стр. 10), “**сега е време и за населените места,вистински да ги почувствуваат бенефитите од примената на успешните маркетинг практики на приватниот сектор**“, чии маркетери веќе подолго време размислуваат да креираат производи/услуги, за компанијата како и за целокупниот правец на „водење на бизнисот“од гледна точка на потрошувачот/клиентот (Kavaratzis и Ashworth, 2004), секако во правец на понудите на конкуренцијата.

Разменувањето мислења за проширување на концептот на маркетинг ориентација и од страна

на населените места, се главен фокус на се поголем број познати автори кои ја истражуваат областа на маркетингот. Зголемениот број на "постиндустриски" градови кои бараат „нови начини на решавање на своите проблеми "(Barke, 1999), веќе ја препознаваат огромната потреба на еден маркетиншки стил на управување, однесувајќи се спрема себеси како една приватна фирма.

Па така, светски познатите градови според Paddison(1993)„претставува рефлексија на „урбаното претприемништво" и одговор на модерното време", во кое сè повеќе се забележуваат и успешни примери на „*брендирање на населените места*" (пр.:**„I♥NY" (го сакам Њујорк), „I♥Amsterdam" (го сакам Амстердам), Berlin "The City of Design" (Берлин "градот на дизајнот"), Uzbekistan "The heart of Central Asia" (Узбекистан "срцето на централна азија"),** и др**)**, чија моментна популарност според Kavaratzis (2008) е предвесник на новата историска фаза во еволуцијата на практичната примена на маркетингот од страна на градовите и државите.

Како почеток на оваа научна дициплина се смета објавувањето на првото американско издание на капиталното дело: „*Маркетинг на населени места" („Marketing places") во нетака далечната 1993 година*, чиј главен автор е Kotler. По огромната популарност што ја доживува, следува неговото европско (во 1999 година), но и азиско (во 2002 година) издание.

Во изданијата Kotler се фокусира на алатките за маркетингот за градови и со тоа придонесува да се истакне значењето на поголем број маркетиншки дисциплини како што се :маркетинг истражување, диференциран маркетинг, однесување на потрошувачите, имиџ маркетинг и сл. со посебен акцент на менаџерските аспекти на маркетингот.

Авторот покажал широко и длабоко познавање на обработената проблематика и во својот труд применил современи пристапи и методи кои соодветно организирани во рамките на еден модел обезбедуваат реализација на зацртаните цели.

2.2.2. Објавени научни трудови

2.2.2.1. Пред избор во звање доцент

Во својот професионален и научен развој, до изборот во наставно-научно звање доцент, д-р Викторија Трајков покрај докторската дисертација објавил 4 научни трудови.

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци (а1)

б) Научни трудови објавени во зборници на трудови од меѓународни научни конференции (а2)

Пред изборот во звање доцент, д-р Викторија Трајков објавила 4 научни трудови.

2.2.3.1. Пред избор во звање доцент

Рецензентската комисија после прегледот на сите трудови на кандидатот, за приказ и оценка од посебно значење за научниот придонес во областа и предметот во кој кандидатот се избира, посебно

земајќи го во предвид меѓународниот карактер, ги издвои следните трудови:

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци

б) Научни трудови објавени во зборници на трудови од меѓународни меѓународни научни конференции (а2)

1. Trajkov V., Trajkov G., **THE INFLUENCE OF PUBLIC DIPLOMACY ON THE STATES VISIBILITY IN THE INTERNATIONAL RELATIONS;** Journal of Liberty and International Affairs, Vol. 1, No. 2, 2015| UDC 327 | ISSN 1857-9760, Published online by the Institute for Research and European Studies – Bitola at www.e-jlia.com

2. Trajkov V., **THE ROLE OF ADVERTISING ON THE POLITICAL CAMPAIGNS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA; Horizons, International Scientific Journal, Series A, pp.109.** ,University "St.Kliment Ohridski", Bitola, ISSN 1857 -9884

3.Trajkov V., CONSUMER BEHAVIOUR IN USA AND EUROPE WITH CASE STADY ; BEE CONFERENCE,University of Zagreb, Zagreb, Croatia, pp.151.

4. Trajkov V.," ADVERTISING AND ITS EFFECTS ON CHILDREN AS CONSUMERS IN SMALL COUNTRIES WITH CASE STUDY", CON BEST- INTERNATIONAL CONGRESS FOR BUSSINESS, EDUCATION, SPORT AND TOURISM, The 7-th International Scientific Congress, Skopje, 2020

2.2.3. Анализа на објавените научни трудови и научниот придонес на кандидатот

Објавените научни трудови, Рецензентската комисија темелно ги проучила и оценила и ги смета за валидни во постапката за избор на кандидатот д-р Борче Сибиновски во наставно-научно звање доцент.

2.2.3.1. Пред избор во звање доцент

Рецензентската комисија после прегледот на сите трудови на кандидатот, за приказ и оценка од посебно значење за научниот придонес во областа и предметот во кој кандидатот се избира, посебно земајќи го во предвид меѓународниот карактер, ги издвои следните трудови:

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци

б) Научни трудови објавени во зборници на трудови од меѓународни меѓународни научни

конференции (а2)

1. Trajkov V., Trajkov G., **THE INFLUENCE OF PUBLIC DIPLOMACY ON THE STATES VISIBILITY IN THE INTERNATIONAL RELATIONS;** Journal of Liberty and International Affairs, Vol. 1, No. 2, 2015| UDC 327 | ISSN 1857-9760, Published online by the Institute for Research and European Studies – Bitola at www.e-jlia.com

- *Достапност на трудот:www.e-jlia.com*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Јазик на кој е напишан трудот:* англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 60%

Опис на трудот (кратко резиме)

Главниот фокус на овој труд е влијанието на односите со јавноста во меѓународната комуникација. Јавната дипломатија, исто така, е многу значајна во делот како дел од комуникацијата во меѓународните односи. Главната цел на трудот е преку конкретни примери да се прикажат главните инструменти во јавната дипломатија кои се достапни при комуникација помеѓу земјите: прво, да се избегне негативната слика од нивното минато, второ, да се истакнат нивните вредности и модели на управување со земјата а како трето, кој е најзастепен во овој научен труд, да се прикажат и применат современите методи за економски и трговски предности за странски инвестиции. Како студија на случај особено фокусот е ставен на македонската држава, анализа за состојбите за североатланските аспирации на земјата.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања за процесот на развој на дипломатската комуникацијата и анализата на нејзиното влијание врз општеството и животната средина.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 60 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење за користење на стратешки испланирана дипломатска комуникација во односите со јавноста а воедно усовршување на методите за истата да биде уште поуспешна.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

Трајков Викторија- „Улогата на рекламирањето на политичките кампањи во Република Македонија, Интернационално научно списание „Хоризонти“ , Серија А, страна 109, Универзитет Св.„Климент Охридски“, Битола

(THE ROLE OF ADVERTISING ON THE POLITICAL CAMPAIGNS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA; Horizons, International Scientific Journal, Series A, pp.109. *,University "St.Kliment Ohridski", Bitola, ISSN 1857 -9884)*

- *Достапност на трудот:* http://eprints.ugd.edu.mk/14333/7/horizonti.pdf

- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)

- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 100%

Опис на трудот (кратко резиме)

Олитичките платформи кои се подготвуваат како дел од секоја политичка кампања се фокусирани на информациите од електоратот односно подготовка на програми кои би го заинтересирале и привлекле секој гласач. Но, често се случува количеството на рекламирање кое се користи пред секоја кампања да доведе до негативен ефект кај гласачите.

Целта на овој истражувачки труд е да ја нотира и дефинира улогата на рекламирањето за време на кампања со посебен фокус на телевизиското рекламирање преку емириско истражување. Трудот дава одговори на повеќе научо поставени тези на задоволството на ТВ публика од понудената програма, нивните преференци како и предлог за нови понуди каде се гледа потребата од добро смилена маркетинг стратегија во целиот процес.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставува новината на применети методи за пристап до гласачите во нашата земја. Иако од особена важност е следењето на секој нов тренд во делување и вредностите на технолошкиот развој, иновациите и глобализацијата. Константните промени во комуникациите за време на една политичка кампања генерираат нови идеи и начини за пристап до гласачите.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 100 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на проблематиката во политичкиот маркетинг во Република Македонија.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

Трајков Викторија -*„Навики при купување на потрошувачите во САД и Европа“* - BEE Конференција, Загребски универзитет, Хрватска

(*Trajkov V., CONSUMER BEHAVIOUR IN USA AND EUROPE WITH CASE STADY* ***; BEE CONFERENCE,University of Zagreb, Zagreb, Croatia)***

- *Достапност на трудот:* https://bee-conference.com/conference-publications/
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Јазик на кој е напишан трудот:* англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 100%

Опис на трудот (кратко резиме)

Во овој труд "Навики на купување кај потрошувачите во САД и Европа“, преку една компаративна анализа се следат навиките за купување на два континенти во светот. Имено, живееме во време во кое животот на луѓето се одвива на социјалните мрежи од една страна, а од друга страна компаниите и брендовите, кои се предмет на интерес во овој труд, се соочени со огромен конкурентски притисок. Од тие причини сметам дека неопходно е да се постапува на современ, маркетиншки начин, односно

добро да се познаваат производот и брендот како најважни елементи околу кои се прави маркетинг стратегијата. Земајќи го предвид фактот дека производите и брендовите не опстојуваат изолирано, туку во околина со најразлични влијанија, истите мора да се адаптираат на неа, а во денешни услови несомнено тоа подразбира развивање на онлајн компонента. Онлајн компонентата може да се развива преку бројни маркетиншки и останати алатки, од кои сметам дека најзначајни се социјалните медиуми со оглед на нивното општествено значење.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на моменталните трендови во САД и Европа во поглед на маркетингот и економијата воопшто. Препораката на овој труд е да се постапува на современ, маркетиншки начин, односно добро да се познаваат производот и брендот како најважни елементи околу кои се прави маркетинг стратегијата. Земајќи го предвид фактот дека производите и брендовите не опстојуваат изолирано, туку во околина со најразлични влијанија, истите мора да се адаптираат на неа, а во денешни услови несомнено тоа подразбира развивање на онлајн компонента. Разликите во начинот на купување се огромни и тоа во овој труд е одлично прикажано.

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 100 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на моменталните трендови во општеството во поглед на маркетингот и економијата воопшто.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

Трајков Викторија, „ Рекламирањето и неговите ефекти кај децата како потрошувачи во мали држави со студија на случај“, Трипуноски, Мирко; Трипуноска, Маја;

(Trajkov V.,” ADVERTISING AND ITS EFFECTS ON CHILDREN AS CONSUMERS IN SMALL COUNTRIES WITH CASE STUDY”, CON BEST- INTERNATIONAL CONGRESS FOR BUSSINESS, EDUCATION, SPORT AND TOURISM, The 7-th International Scientific Congress, Skopje, 2020)

- *Достапност на трудот: educons.edu.rs, ISBN-978-86-87785-77-9-Зборник*
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,9 а.а.
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%

Опис на трудот (кратко резиме)

Соединетите Американски Држави е најдобро ориентирана држава во светот, каде трендовите на рекламирање го достигнуваат максимумот на пазарот не само за интерна туку и за надворешна употреба. Користејќи различни методи за пристап до потрошувачите, изборот е огромен но и специфичноста на секоја кампања е приказна сама за себе. Главната цел на убедувањето за одреден производ не само да се убедат родителите, но и децата исто така. Во минатото, одлуката за да се купи одреден производ, по мислењето на потрошувачите беше само одлука на родителите, но денес во современиот свет децата играат огромна улога во изборот на еден производ.

Главната цел на овој труд е да ги нотира и прикаже главните фактори на избор за одреден производ кај децата. Тинејџерите во Македонија, како одвоена група, имаат интересни преференци кои беа цел на истражување во овој труд.

Научен придонес на трудот

Научен придонес на трудот претставуваат истражувања и анализи на новите различи методи на рекламирање особено во изборот на децата како потрошувачи .

Личен научен придонес на авторот

Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 100 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на модерните економски движења во ерата на глобалното рекламирање кај децата како потрошувачи.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

2.3. Оценка на севкупната научна дејност

Научниот придонес и објавените научни трудови на кандидатот ја потврдуваат нејзината повеќегодишна активна научна дејност, и ја афирмираат д-р Викторија Трајков како признат научник.

Научниот и истражувачкиот опус на кандидатот, д-р Викторија Трајков, опфаќа 4 научни трудови, од кои сите 4 трудови се од категорија а2, со оглед на тоа што се објавени во зборници на трудови од меѓународни научни конференции.

Анализираните научни трудови на кандидатот посветени се на научни истражувања и изучување на проблематики од областа на маркетинг.

Кандидатот во својата научно-истражувачка работа покажала способност за критичко размислување и интерпретација на научни сознанија од други автори, способност за примена на научни методи, интерпретација, споредување на теоретски сознанија, изведување на сопствени валидни заклучоци, како и надградување или продлабочување на постојните сознанија со што со своите трудови дава значаен научен придонес во областа на маркетингот, за која се предлага избор во наставно-научно звање доцент. Д-р Викторија Трајков успешно ги користи современите научно-истражувачки методи и ги прилагодува на предметот на истражување. Врз основа на досегашните светски и домашни научни достигнувања, правилно го нагласува нивниот научен придонес, ги прилагодува и ги надградува со свои истражувачки научни сознанија и на тој начин значително придонесува за теоретските знаења од областа на маркетингот.
д-р Викторија Трајков поседува систематски и аналитички пристап кон проблемот на истражувањето, доследно ја применува научно-истражувачката методологија и се обидува да го презентира специфичното подрачје на проблематика кое го изучува на научно соодветен начин, користејќи релеванти домашни и странски библиографиски извори.

Анализирајќи и оценувајќи ја научно-истражувачката дејност на кандидатот, може да се заклучи дека д-р Викторија Трајков е квалификувана со соодветни научни методи квалитетно да обработува актуелни теми од областа на маркетингот. Кандидатот континуирано ја следи современата домашна и странска научна и стручна литература од доменот на научната проблематика која ја истражува. Во своите трудови покажува дека добро ги владее методите на научни истражувања, дека ја владее материјата од научното подрачје кое го истражува, дека критички интерпретира научни сознанија на други автори, како и дека на соодветен научно-истражувачки начин, не само што ги проширува и продлабочува постојните сознанија, туку и дава нов придонес во научното подрачје за кое се избира.

Во вкупната оценка на научната дејност на кандидатот, се потенцира следното:

- Кандидатката е ***активна во научно-истражувачката работа****;*
- Изработила и одбранила докторска дисертација;
- Во зборници на трудови ***категорија на трудови а2,*** објавила вкупно ***4 трудови***;
- Научни трудови објавува на англиски јазик (4);
- Сите вреднувани и анализирани трудови се објавени во рамките на научното подрачје на општествени науки и научното поле на маркетинг;
- Активно учествувала на вкупно ***4 меѓународно научни конференции*** *(2 одржани во во земјата)*, со што покажала дека се вклучува во актуелни научни дебати од научното подрачје со кое се занимава, резултатите од сопствените концептуални и емпириски истражувања ги презентира и за нив критички дискутира со научни и други учесници на научни конференции, и придонесува во обликување на критички ставови, предлози и препораки за унапредување на применетата економија во доменот на маркетингот и маркетинг практиката.

Разгледувајќи и оценувајќи ги објавените научни трудови, Рецензентската комисија заклучува дека резултатите од научната дејност на д-р Викторија Трајков по својот оспег, квлитет и научен придонес, значајно ја збогатуваат економската наука, а особено областа на маркетинг. Исто така, Рецензентската комисија заклучува дека кандидатот, д-р Викторија Трајков, е активен истражувач и со својата научна работа значајно ги унапредила научните сознанија во научното подрачје за кое бара избор во наставно-научно звање, како и дека нејзините научни трудови и научен придонес ја афирмираат како научник во подрачјето на општествените науки, полето на маркетинг.

Оценувајќи ја научната дејност на кандидатот, очигледно е дека кандидатт ги задоволува потребните критериуми. Според тоа, Рецензентската комисија заклучува дека кандидатот д-р Викторија Трајков во целост е квалификувана за избор во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, научно-истражувачко поле Економски науки, област Маркетинг (50325), Маркетинг менаџмент (50608) и Друго (50329), на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, во согласност со условите дефинирани во Законот за Високото образование на Република Македонија („Службен весник на Република Македонија“ бр. 82/2018).

3. АНАЛИЗА И ОЦЕНКА НА СТРУЧНАТА ДЕЈНОСТ НА КАНДИДАТОТ

- 3.1. Рецензии

Кандидатот, доц. д-р Викторија Трајков не била член во рецензентски комисии за изготвување на извештаи за избор на соработници и наставници за група предмети од соодветната област.

- 3.2. Оценка на севкупната стручна дејност

Наведените факти создаваат заокружена слика за кандидатот, д-р Викторија Трајков, како активна и стручно определена личност, која со своите пишани стручни трудови и низата на стручни предавања, своите широки познавања несебично ги пренесува и на поширокатa јавност, како што се модерните трендови во општите постапки на примена на новите современи маркетинг техники и концепти заради унапредување на политичкито маркетинг како во земјата така и надвор од неа.

Во своите стручни трудови, кандидатот успешно ги применува своите теоретски и практични знаења за решавање на проблематики во подрачјето на економијата но исто така и маркетингот и односите со јавноста во државата и во меѓународните односи. Вкупниот стручен придонес на кандидатот е исклучително плоден, при што посебно се потенцира синтезата на различните, но меѓусебно комплементарни дисциплини кои се во фокус на нејзиниот интерес (политички маркетинг, јавна дипломатија, односи со јавноста, економија, маркетингот како рекламирање) како и интеграцијата и поврзувањето на знаењата и мислењата за идното успешното претставување на одреден производ или државен бренд во и надвор од Македонија .

4. ЗАКЛУЧОК, МИСЛЕЊЕ И ПРЕДЛОГ НА РЕЦЕНЗЕНТСКАТА КОМИСИЈА

Откако направивме увид во севкупното научно, научно-стручно и стручно творештво на д-р Викторија Трајков, увид во одбранетите и објавени трудови, увид во биографските податоци и наставната ангажираност, ние како Комисија заклучивме дека врз основа на член 125 став 3 од Законот за високото образование на Република Македонија за Критериуми за избор во наставно-научно звање доцент:

11. Кандидатот д-р Викторија Трајков има научен степен доктор на науки од научната област во која се избира.
12. Кандидатот д-р Викторија Трајков има објавено четири научно-истражувачки трудови во соодветната област во меѓународни научни списанија кои се од соодветната област.
13. Исто така, врз основа на биографските податоци на кандидатот, како и презентираните согледувања за нејзините постигнувања на полето на научно-истражувачките и наставните активности (научни и стручни трудови, семинари, конференции) во земјата и странство – можевме да зклучиме дека станува збор за професионално изграден кандидат со исклучителна комуникативност и успешност во извршување на работните обврски.
14. Затоа цениме дека кандидатот може со успех да ја обавува наставната дејност по група предмети од областа на маркетингот на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

Земајќи ги во предвид сите горенаведени заклучоци, Комисијата има исклучително задоволство да му предложи на **Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, д-р Викторија Трајков** да го избере во наставно-научно звање *доцент во научно-истражувачкото подрачје* 5 Општествени науки, научно-истражувачко поле Економски науки, област Маркетинг (50325), Маркетинг менаџмент (50608) и Друго (50329), на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

Рецензентска комисија:

д-р Далиборка Блажеска, вонреден професор, претседател, с.р.

д-р Зоран Стрезовски, вонреден професор, член, с.р.

д-р Валентина Муцунска Палевска, вонреден професор, с.р.

Табела 1. Рекапитулација на научните и стручните трудови на кандидатот

Вид на трудот	Пред избор во доцент		Вкупно
НАУЧНИ ТРУДОВИ 1. Научни трудови објавени во списанија со меѓународно призната рецензија	0		0
2. Научни трудови објавени во зборници од меѓународни научни конференции	4		4
3. Научни трудови објавени во зборници од домашни научни конференции			
4. Книги			
ВКУПНО НАУЧНИ ТРУДОВИ			4
СТРУЧНИ ТРУДОВИ 1. Стручни трудови објавени во списанија, ревии			
2. Проекти и рецензии			
3. Прирачници			
ВКУПНО СТРУЧНИ ТРУДОВИ			
4. Други трудови			
ВКУПНО НАУЧНИ И СТРУЧНИ ТРУДОВИ			4

ИЗВЕШТАЈ НА РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

ЗА ИЗБОР НА

д-р МИЛЕ ЈАКИМОВСКИ

ЗА НАСТАВНИК ВО НАСЛОВНО ЗВАЊЕ ДОЦЕНТ ЗА НАУЧНО-ИСТРАЖУВАЧКО ПОДРАЧЈЕ ОПШТЕСТВЕНИ НАУКИ,НАУЧНО –ИСТРАЖУВАЧКО ПОЛЕ ЕКОНОМСКИ НАУКИ, ОБЛАСТ 50310 ПРОСТОРНА ЕКОНОМИЈА И ЕКОЛОГИЈА,50314 ЕКОНОМИКА НА АГРАРОТ И ШУМАРСТВОТО И 50329 ДРУГО НА УНИВЕРЗИТЕТОТ ЗА ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ ВО СКОПЈЕ

1. ВОВЕДНИ НАПОМЕНИ И ОПШТИ ОДРЕДБИ

Во врска со објавениот конкурс во дневниот весник „Нова Македонија“ од 18.04.2017 година, во предвидениот рок за поднесување пријава на конкурсот се пријави единствениот кандидат, д-р Миле Јакимовски, за насловно звање доцент во

научно-истражувачко подрачје општествени науки, научно –истражувачко поле економски науки, област 50310 Просторна економија и екологија, 50314 Економика на аграрот и шумарството и 50329 Друго.

Вработен во А.Д ЕЛЕМ- Дирекција Скопје како одговорен инг.за заштита на животната средина. Во пријавата за конкурсот, кандидатот ги достави сите потребни документи според условите на конкурсот и соодветните прописи.

На седницата на Сенатот на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје одржана на 15.05.2017 година, определена е рецензентска комисија во состав :

1. Проф. д-р Драги Димитриевски – Факултет за земјоделски науки и храна, Универзитет„ Св.Кирил и Методиј„ во Скопје, Република Македонија, редовен професор, Претседател
2. Проф. д-р Сашо Кожухаров – Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје, Република Македонија, редовен професор, член
3. Проф. д-р Јулијана Ангеловска – Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје, Република Македонија, вонреден професор, член

Оваа Комисија доби задача да напише рецензија во врска со изборот за наставник за група предмети од областа на економските дисциплини.

Во својство на членови на Комисијата го прифативме именувањето. Откако ја прегледавме пријавата и приложената документација и после анализа на научната, наставната и стручната дејност на кандидатот, а врз основа на член 92 став 1 алинеја 2 и 14 од Статутот на Универзитетот за туризам и менаџмент согласно член 52 став 1, алинеја 2 од Законот за високото образование (Сл. весник на Р.М. број 35/2008. 103/2008, 26/2009, 83/2009,99/2009,115/2010,17/2011,51/2011,123/2012,15/2013,24/2013,41/2014,116/2014,130/2014,10/2015,20/2015,98/2015,145/2015,154/2015,30/2016 и 127/2016), го поднесуваме следниот

ИЗВЕШТАЈ

2. БИОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ НА КАНДИДАТОТ

Д-р Миле Јакимовски е роден на 08. 03. 1967 година во Скопје. Основно и средно училиште – гимназија го има завршено во Куманово.

Дипломирал на универзитетот “Св. Кирил и Методиј” во Скопје, Шумарски факултет – општа насока 1992 година,со просечна оцена 8,06 каде што ги завршил и постдипломски студии, (со просечна оценка 9,25), на 05. 03. 2009 година го одбрани магистерскиот труд со наслов **„Истражување на квалитетот на стеблата и сортиментната структура на вештачки подигнатите насади од црн бор во Република Македонија“.** при што се стекнал со звање Магистер на биотехнички науки од областа на шумарството - искористување на шумите,.

Одбранил Докторска дисертација од областа на земјоделски науки на 02.07.2014 година на Факултетот на земјоделски науки и храна при универзитетот “Св. Кирил и Методиј” во Скопје под наслов **„Анализа на маркетинг синџирот кај дивите прехранбени плодови во Република Македонија“**

Учествувал во повеќе домашни и меѓународни проекти како што се за заштита на биодиверзитетот, за заштита од дезертификација, заеднички проект со ФАО, за биолошко сузбивање на штетници, од областа на енергијата и др.

Рецензент на околу 150 планови за управување и стопанисување од областа на ловството и 50 труда од областа шумарство.

Бил дел од тимовите кои учествувале во изработка на повеќе законски и подзаконски акти кои се донесени во рамиките на секторите кои ги покриваа Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство и Министерството за животна средина и просторно планирање во изминатите неколку години.

Во период март 1999 до ноември 2003 година вработен во Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство како: Помошник на министерот одговорен за работата на шумската полиција, Помошник на министерот за земјоделство, Директор на државниот инспекторат за шумарство и ловство, Државен советник и Државен секретар во истото министерство.

Од декември 2003 до октомври 2006 година е вршител на должниоста Директор на приватно претпријатие Агрокор-Интернационал, ДОО од Куманово на кое основна дејност му беше земјоделство.

За Директор на Управата за животна средина во Министерството за животна средина и просторно планирање е назначен од октомври 2006 до октомври 2008 година. Во текот на мандатот беше назначен за Раководител на преговарачкиот тим на министерството за издавање на А-Интегрирани дозволи. Национален кординатор на стратегијата за справување со медицински отпад (2007-2009), учесник во изработка на стратегијата за справување со отпад (2006 – 2009), и националниот план за справување со отпад (2008 – 2009). Извршен директор на проектот на УНДП за изготвување на планови за управување на заштитени подрачја од пониски категории според ICCN категоризација, кој се реализира во перод 2008 – 2009 година во Република Македонија.

Член е на Советот на општина Куманово во мандатниот пероод 2009 – 2012, и претседател на општинската Комисија за заштита на животна средина и просторно планирање. 2009-2012 Заменик на Директорот на "ЈП Чистота и зеленило" Куманово член на надзорниот одбор на проектот кој го води канцеларијата на Европска унија во Скопје. „Проект за институционално зајакнување во областа за управување со отпад„.

2012-2013 вработен во А.Д ЕЛЕМ- Дирекција Скопје како одговорен инг.за заштита на животната средина ,каде што работи и денеска.

2013-2016- Назначен за директор на ЈСП-ТУРС-ЈСП Скопје.

2016- Шеф на кабинет на Министерот за Внатрешни работи

2017- Советник на директорот на Јавното претпријатие за управување и заштита на повеќенаменско подрачје „ЈАСЕН" Скопје

Кандидатот е овластен проценител од областа на земјоделство, како и овластен судски вештак од областа на земјоделството.Работи како надворешен соработник на Бирото за судско вештачење-Скопје. Има напредно познавање на оперативните ситеми Windows и Linux (Ubuntu) и на апликациите Microsoft Office (Word, Excell, PowerPoint, Access и Open Office (Writer, Calc и др.)

3. ОДБРАНЕТИ НАУЧНИ ТРУДОВИ

3.1 Магистерски труд

Д-р Миле Јакимовски во 2009 година на Шумарски Факултет при Универзитетот Свети Кирил и Методиј во Скопје, го одбрани магистерскиот труд со наслов **„Истражување на квалитетот на стеблата и сортиментната структура на вештачки подигнатите насади од црн бор во Република Македонија".** Магистерскиот труд е изработен под менторство на проф. д-р Кирил Крстевски.

Комисијата за одбрана на магистерскиот труд беше во состав: проф. д-р Панде Трајков, Претседател на Комисија, проф. д-р Љупчо Несторовски, член и проф. д-р Кирил Крстевски, сите од Шумарски Факултет при Универзитетот Свети Кирил и Методиј во Скопје.

Со одбрана на магистерскиот труд, се стекна со титула: **Магистер по биотехнички науки од област Шумарство Искористување на шумите.**

3.2 Докторска дисертација

Д-р Миле Јакимовски на 02.07.2014 година, одбранил Докторска дисертација од областа на земјоделски науки на Факултетот на земјоделски науки и храна при универзитетот "Св. Кирил и Методиј" во Скопје под наслов „**Анализа на маркетинг синџирот кај дивите прехранбени плодови во Република Македонија"**

Комисијата за изработка и одбрана на докторската дисертација работеше во состав: проф.д-р Ненад Георгиев, ментор и член, проф. д-р Драги Димитриевски, Претседател на Комисија, проф. д-р Драган Ѓошевски, член, проф. д-р Миле Пешевски, член и проф. д-р Јован Аждерски, член.

Со одбрана на докторската дисертација, кандидатот се стекна со титула **доктор по земјоделски науки.**

Од досегашната научна и истражувачка активност на кандидатот ни укажува на научниот интерес насочен кон различни теми и проблематики во состав на основното научно поле на проучување. Најпрвин со магистарскиот труд, а подоцна и со докторската дисертација, кандидатот ја дефинирал својата истражувачка ориентација кон проучување на шумарството,земјоделството како и заштитата на животната средина, преку воспоставување на механизми на одржливо користење на природните ресурси а особено неговата улога и значење во функција на подобрување на јавната свест,правната свест, како и воспоставување на систем на вредности во овие области.

4. ПРЕГЛЕД НА НАУЧНАТА АКТИВНОСТ НА КАНДИДАТОТ

4.1. Научни трудови објавени во списанија со меѓународно призната рецензија, како и слични списанија и публикации

Во овој дел од извештајот, се дава преглед на научните трудови кои кандидатот ги објавил според категоријата на трудовите. На крајот се дава рекапитулација и оценка на научната дејност на кандидатот.

Во текот на својот професионален ангажман, д-р Миле Јакимовски има објавено и учествувано во повеќе научни трудови и научно- истражувачки проекти:

1..L Nestorovski, M Jakimovski – „Recent institutional developments in the forestry sector in the Republic of Macedonia"- Seminar on recent institutional developments in the forestry sector in Central and Eastern European countries, Banska Stiavnica (Slovak Republic), 2-5 Dec 1999

2 „Истражување на можностите за производство и користење на шумска биомаса како обновлив енергетски ресурс во Република Македонија"

Главен истражувач К. Крстевски, соработници истражувачи : М. Нацевски, Љ. Несторовски, З. Трајанов, М.Јакимовски

- Научно- истражувачки проект финансиран од Министерство за образование и наука на Р.М. 01.07.2000 – 30.06.2003.

.

3.„Борба против Дезертификација„- Шумарски Факултет Скопје, Универзитет"Св. Кирил и Методиј" во Скопје 19.10.2001. Координативно тело за изработка и инплементација на проектот, претседател М.Јакимовски, членови К.Бахчаванџиев,Љ.Несторовски,Д.Колевска,Н.Николов

4. Стоилов.Г, М.Јакимовски, 2012. „Инженерските придобивки од изградбата на хидро системите Бошков Мост и Луково Поле"

ЗЕМАК- здружение на енергетичари на Р.М. –Меѓународен симпозиум „ ЕНЕРГЕТИКА 2012 ",

4-6 октомври 2012.Охрид
5.Jakimovski, M., Georgiev, N., Nacka, M. 2013 MARKET ANALYSIS OF THE MEDICINAL AND AROMATIC PLANTS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND THE ECONOMIC ASPECTS OF THE CULTUVATION PROCESS “Journal ofAgricultural, Food and Environmental Sciences” – JAFES (e-ISSN: 2545-4315 - Online)

6. Jakimovski M., Georgiev N., Nacka M. 2014. International trade of wild gathered mushrooms of Republic of Macedonia. Proceeding of papers: The role of Agricultural Economic Sciences in Agriculture and Rural Development in the Balkan Countries. 9th AAEM International Conference, 24-25 April , Ohrid, Republic of Macedonia.

7. Jakimovski, M., Georgiev, N., Nacka, M. 2015. Wild Gathered Mushrooms in Republic of Macedonia – An Overview and Export activities.. 2nd International Symposium for Agriculture and Food, 7-9 October, Ohrid, Republic of Macedonia.

5. ПРИКАЗ И ОЦЕНКА НА НАУЧНИОТ ПРИДОНЕС ВО ОБЈАВЕНИТЕ НАУЧНИ ТРУДОВИ

Рецензентската комисија после прегледот на сите трудови на кандидатот за приказ и оценка од посебно значење за научниот придонес во областа и предметот во кој кандидатот се избира посебно земајки го во предвид меѓународниот карактер, ги издвои следните трудови:

5.1 Приказ и оценка на научни трудови со меѓународно призната рецензија

1. *Магистерски труд*

Миле Јакимовски, Истражување на квалитетот на стеблата и сортиментната структура на вештачки подигнатите насади од црн бор во Република Македонија , Шумарски Факултет-Скопје, Универзитетот Свети Кирил и Методиј, Скопје

Магистерскиот труд под наслов „ Истражување на квалитетот на стеблата и сортиментната структура на вештачки подигнатите насади од црн бор во Република Македонија" има вкупно 146 страници, содржани во: вовед, шест глави, заклучок и користена литература .Во магистерскиот труд има 149 графикони и 53 табели.

Во **воведот** се образложени: потребата за истражување на оваа проблематика, бидејќи стопанисувањето на шумите во Република Македонија се заснова на користење на неколку важни дрвни видови меѓу кои е и црниот бор. Поради тоа, црниот бор покрај тоа што бил пошумуван во услови на месторастење каде што е природно застапен, се користи и за пошумување на голините во Република Македонија. Црниот бор во изминатите години има учество од околу 74,8% од пошумувањето со иглолисни насади, од што може да се заклучи дека тој е еден од најважните стопански видови.

Иглолисните видови партиципираат со 9,3% од вкупната површина под шума во Република Македонија, но учеството на квалитетна сортиментна структура во добивање на повредните шумски сортиментни изнесува околу 37%, што само по себе кажува за вредноста на овој вид.

Првата глава „Цел и задачи на истражување" на трудот зборува за досегашните активности при пошумувањата на црниот бор, при што се констатира дека истите се доста успешни, особено во освојувањето на голините.Се дава осврт на густината на пошумување низ годините кој претставува еден од главните фактори, искуствено таа со години е намалувана од 12000 садници на хектар, до 1500-2500 садници на хектар што се покажало како најпродуктивен нажин на пошумување на овие наши простори. Потенцирани се и квалитетните одгледувачки мерки манифестирани низ вршење на прореди кои претставуваат еден од главните фактори за квалитетна сортиментна структура на стеблата од црн бор.

Токму заради тоа целта на овој труд е да се направи анализа на квалитетот на вештачки подигнати насади од црн бор во Република Македонија во различни услови на месторастење, како и различна старосна структура, надморска височина и сл. Исто така поставена е и целта да се истражи влијанието на проредата врз квалитетот на овие насади.

Спрема тоа поставената задача на овој труд е да се извршат истражувања и анализи на следните компаративни параметри:

-Возраста на вештачки подигнатите насади

- Обемот и начинот на спроведување на одгледувачките мерки

- Надморската височина на месторастење

Врз основа на горенаведените параметри ќе се даде одговор на наведените цели и задажи.

Втората глава „ Предмет и објект на работа" е дефиниран црниот бор како предмет на работа и тоа во насадите кои се подигнати по вештачки пата на следните локации:

Ранковце, Куманово, Штип, Радовиш, Виница, Берово, Неготино, Кавадарци, Лабуништа(Струшко).

Вкупно се поставени 13 пробни површини во кои е извршено испитувањето предвидено со целите на овој труд. При поставување на пробните површини земени се во вид разнобразните климатски услови како и тоа да пробните површини според густина дебелина и височина го карактеризираат целиот насад.

Третата глава „Метод на работа„ на трудот ги разработува начинот на извршување на теренските работи на поставување на пробните површини(40x25 метри) или 0,1 ха во истите се мерени следните таксациони елементи: Дијаметар на градна височина, височина на стеблата, бројот на стебла,дебелина на кората на различни височини,соборување и премерување на средни моделни стебла и мерење на повеќе елементи(дрвна запремина,вкупна височина,височина на прва жива гранка,должина на крошната,должина на вршката,учество на гранките, релевантна стандардна сортиментна структура на секое моделно стебло и сл.)

Врз основа на прибраните теренски мерења извршена е канцелариска обработка на податоци. При тоа влезните параметри се земени како основа во изработката, додека другите изведени податоци се добиени со вообичаено познати и признати методи и постапки во шумарската наука. Пресметани се следните елементи:

Број на стебла на хектар, кружна површина на хектар,дрвна маса на дебловината и гранките на хектар, дрвната маса на моделните стебла, сортиментната структура на стеблата согласно македонските стандарди за дрво и тоа по следната поделба: Обло техничко дрво(трупци,обла граѓа и ситно техничко дрво), просторно дрво(огревно и целулозно дрво), гранки и ситни гранки.

Четвртата глава „Природни карактеристики на месторастење на истражуваните објекти“ на трудот е посветена на на следниве карактеристики:

Орографски услови,геолошки услови,педолошки услови,климатски услови, фитоценолошки карактеристики и сл..

Петтата глава„Резултати од истражувањата за квалитетот на стеблата„

Поделена е на 4 подпоглавија:

„ Резултати од истражувања на основните структурни елементи на насадите“

Основните структурни елементи на насадите се прикажани преку: возраста на насадите, бројот на стеблата на единица површина, распоред на стеблата по дебелина, распоред на стеблата по височина и по бонитетот на месторастење.

„Резултати од истражувања на квалитетот на стеблата“

Во овој поднаслов се анализирани средните моделни стебла преку следниве структурни елементи:

Граден дијаметар,височина, чистота на деблото од гранки, вкупна дрвна маса на моделните стебла,учество на гранките во дрвната маса, учество на дебловината во дрвната маса и учество на кората во дрвната маса на стеблото.

„Резултати од истражувања на квалитетот на дрвната маса на 1 ха“

Во овој поднаслов е прикажан квалитетот на дрвната маса на проучуваните насади прикажани за единица површина(ха), дрвната маса на дебловината, дрвната маса на гранките и учество на кората во вкупната дрвна маса на насадите.

„Резултати од истражувања на сортиментна структура на насадите“

Во овој поднаслов е прикажана истражуваната сортиментна структура диференцирани по нивната старост и начинот на одгледување (проредени и непроредени). Сортиментната структура е прикажана за трупци, обла граѓа, просторно дрво и гранки.

Шестата глава „Дискусија“

Во оваа глава содржани се кратки анализи и коментари на претходно изнесените резултати од истражувањето.

Во **Заклучокот** на трудот се логично изведени заклучните констатации од истражувањата 28 по број изведени во претходните глави на трудот, во кои сумарно се изведуваат основните специфики на истражувањето. Покрај тоа се даваат насоките за понатамошните истражувања во оваа

област.

Користена литература

Цитирани се 41 извор литература од домашни и странски автори поврзани со проучуваната проблематика.

Научниот придонес на магистерскиот труд се состои во теоретско-истражувачките вредности. Магистерскиот труд обработува една извонредно комплексна и актуелна тема од областа на користење на шумите.

Предметот на истражувањето е актуелен и значаен за стопанисувањето со шумите особено со вештачки подигнатите насади од црн бор. Обработениот предмет на проучување е дефиниран и детално проучен. Добиените резултати од истражувањето практично се применливи при реални ситуации во шумарската практика, при подигање и стопанисување на вештачките подигнати насади.

Приложениот научен труд во целост ги задоволува очекувањата на поставената цел за поуспешно стопанисување со вештачко подигнатите насади од црн бор во Република Македонија. Со него се дава значаен прилог во развојот на научната мисла од областа на шумарската наука и практика, а претставува добра основа за понатамошно истражување во оваа проблематика.

2. **Докторска дисертација**

Миле Јакимовски, „Анализа на маркетинг синџирот кај дивите прехранбени плодови во Република Македонија“ Факултетот на земјоделски науки и храна при универзитетот “Св. Кирил и Методиј” во Скопје

Докторскиот труд „Анализа на маркетинг синџирот кај дивите прехранбени плодови во Република Македонија“ е составен од вовед, четири дела и заклучок.Истиот содржи 181 страница во која покрај текстот поместени се 26 табели 24 графикони и 9 слики

Во **воведниот дел** претставен е историскиот развој на оваа област како и поимот самоникнати диви плодови.Опишана е активноста собирање на диви прехранбени плодови која се занимавало месното население со години наназад. Оваа дејност има третман на дополнителна дејност, од која делумно се задоволуваат потребите во процесот на исхрана, додека вишокот се пласира преку откупни центри што сезонски егзистирале на тие простори па поради тоа никогаш не се сметало за сериозна комерцијална и стопанска активност, па оттука и нејзините инпути во македонската економија биле занемарувани

Даден е осврт на терминологијата во различна литература така да , во шумарството овие производи се сретнуваат како „споредни шумски производи“, „недрвни шумски производи“ или „други шумски производи“.Во фармацијата и медицината овие производи се нарекуваат „ароматични и лековити билки“ независно дали се собрани во шуми, пасишта или подигнати на плантажи како култивирани видови и сл. Во поново време се појавуваат и различни класификации. Самоникнатите диви видови се делат на: шумско овошје и плодови, див зеленчук, растенија со подземен јадлив дел, зачински растенија, чајни растенија, јадливи печурки .

Понатаму во воведот дадени се можностите и капацитетот на Република Македонија благодарејќи на својот богат биодиверзитет. Во нашата земја има околу 3.700 вида на виши (васкуларни) растенија, во стручната литература познати и како флора, Од овој богат фонд само околу 120 се употребуваат за различни намени. Авторот ја потенцира важноста на овој ресурс кој треба да се искористи за да се обезбеди дополнителен извор на приходи не само за руралното население што се занимава со собирање на овие видови туку и за бизнис за мали и средни претпријатија во руралните и урбаните области. Секако, тука не треба да се занемари инпутот за преработувачката индустрија, за создавање на додадена вредност на овие производи и можноста за култивирање на дел од видовите и нивно организирано производство. Во исто време, овој потенцијал е загрозен од несоодветната практика на собирање, ниското управување со квалитетот, како и распределба на вредноста по должината на синџирот на пласманот.

Во **првиот дел** насловен како „Цел на истражување“ тука е нагласено дека целта на

истражувањето е утврдување на цените преку моделирање на системот на маркетингот на диви прехранбени видови што се собираат од природата.

За развивање на ваквиот модел се јавува потреба од насочување на истражувањето кон следниве потцели, анализа на маркетинг синџирот на дивите прехранбени плодови во Република Македонија, анализа на пазарните цени на дивите прехранбени плодови, споредливост на цените на култивираните и дивите прехранбени плодови во Република Македонија, пазар и цени во маркетинг синџирот на дивите прехранбени плодови во Република Македонија, утврдување на можностите за повисока финализација на производите, препознатливоста на производите, преку утврдување на можноста за поврзување со локалните и регионалните карактеристики, што во услови на запазување на квалитетот би придонело до креирање марка на производите, распределба на додадената вредност кај учесниците во прометот.

Со темелна анализа понатаму во трудот треба да се детектираат слабите точки на маркетинг синџирот на дивите прехранбени плодови во Република Македонија, а со тоа да се дадат насоки за подобрување на целокупниот амбиент во оваа област од социоекономските стимуланси за сите засегнати страни во прометот и во заштитата на биодиверзитетот, со приоритетна цел создавање услови за одржливо користење на овој ресурс.

Во **вториот дел** насловен како „**материјал и метод на работа**“При анализа на синџири на додадена вредност, во основата е користен методот на Портер во истражувањето и анализата на маркетинг синџирот на дивите прехранбени производи.

Вредносниот синџир опишува како една организација ја спроведува својата бизнис-стратегија. Вредносни активности се активности во рамките на една организација што создава производ или услуга. Вредносните активности можат да се класифицираат во две главни категории: основни активности и активности на поддршка.

Основните активности се тие што се вклучени во развој, производство, продажба и дистрибуција на организација на производи и услуги на своите клиенти и поддршка по продажбата.

Активности за поддршка со кои се одржуваат основните и други активности: набавка на материјали/инпути што се користат во организација на синџирот на вредност, развој на технологии и за подобрување на производ или процес, поддршка на активности како што се планирање, финансии, сметководство, законски и информативни системи за управување.

Активностите во синџирот на вредност се структура на независни активности поврзани со врски во рамките на синџирот на вредност. Врски можат да постојат помеѓу активности во истата категорија или меѓу категории во рамките на една организација (на пример, квалитетот на купената стока влијае врз цената на производството, квалитетот на производот има влијание на цената на одржување).

Опишан е начинот на анализа на цените и тоа:

–Анализа на извозните цени на сите групи по години, како и анализа на цените на секоја група поединечно по години, Анализа на извозните цени кон земјите во кои се врши извозот, заедно за сите групи, како и на секоја група поединечно, анализа на увозните цени на сите групи по години, како и анализа на цените на секоја група поединечно по години, анализа на увозните цени кон земјите од кои се врши увозот, заедно за сите групи, како и на секоја група поединечно, анализа на разликите помеѓу извозните и увозните цени.

Цените се изразени во евра/тон, евра/кг, како и во денари/тон и денари/кг.

За пресметка на цените од евра во денари е земен средниот курс на НБМ по години за кои се однесува анализата.

Со поставување на целта на истражувањето се наметнува потреба од примена на анализа преку индуктивни и дедуктивни методи во зависност, што од методите има поголемо влијание на истражуваната појава и наметнатата потреба.

Методот на набљудување е користен за добивање податоци од пазарите на кои се одвива прометот со дивите прехранбени видови. Тука се вклучени и директните интервјуа на учесниците во прометот.

Дескриптивниот метод овозможува да се сознае состојбата на структурата, фреквенцијата и развојот. Состојбите се регистрирани на терен како промени во време – лонгитудинални, регистрирање на состојбата за најважните пазарни показатели и регистрирање на состојба во даден момент.

За утврдување на резултатите што се од интерес на темата се користени економско-финансиски показатели преку утврдување и математичко-статистичка обработка прикажана со соодветни индекси и коефициенти, трендови и др., што се обработени и прикажани табеларно и графички.

Направено и подетално објаснување на терминот „самоникнати диви плодови“. „Плод“ е термин избран не во физиолошка смисла, туку под „плодови“ се подразбираат производи во економска смисла што служат за задоволување на човековите потреби. Под самоникнати диви плодови се подразбираат сите видови на: виши (васкуларни) растенија, габи, мовови и лишаи или нивни делови што се собираат во природата, притоа задоволувајќи ги стандардите за органското производство, служат за задоволување на човековите потреби и се предмет на промет.

третото поглавие. **„Преглед на литературата“** Поделено е на две подпоглавија и тоа подпоглавие „Економска теоретска рамка“, и подпоглавие „Теорија на конкурентност“

Во првото подпоглавие **Економска теоретска рамка**

Опфатена е литературата што е обработена при проучување на самоникнатите диви плодови. Пред сè, тука е прикажана теоретската рамка во која е сместена оваа група производи од економски, биолошки и законодавно-правен аспект во смисла на актуелна законска регулатива што е во важност во Република Македонија, како и апроксимираното европско законодавство во смисла на стандардизација, прифатените меѓународни уредби и конвенции.

Секако, примарно значење е дадено на економскиот аспект во овој сектор, поточно на сите досегашни проучувања и сработени трудови од областа на маркетингот, конкуренцијата и анализа на вредносниот синџир на самоникнати диви плодови. Анализирани се и веќе проучуваните примери на користење на самоникнатите диви плодови во функција на додадена вредност.

Самоникнатите диви прехранбени плодови како група производи имаат одредени карактеристики, поради што не можат да се сместат во класичните земјоделски производи. Овие карактеристики ќе се објаснат во наредното поглавје, низ елаборација на економски пристап што во последните години е сè поактуелен, што одредени автори го нарекуваат „нов инвајронментализам“ (С. Арсов, 2003).

Со развојот на економијата како наука, а посебно при проучување на јавните добра, заедничките ресурси и животната средина воопшто, се наметнува и терминот неупотреблива вредност, вредност што на некое добро или на некој ресурс се придава и покрај тоа што тоа не служи за никаква употреба или, пак, оној што го вреднува не црпи никаква употреблива корист од него, ниту сега, ниту во иднината (Krutilla, 1967).

Оваа вредност некои уште ја нарекуваат и вредност на постоење. Одредени економисти предлагаат наместо терминот неупотреблива вредност да се користи терминот пасивна употреблива вредност (Boardman, 1996).

Бидејќи самоникнатите диви плодови се дел од животната средина, овој факт треба да се земе предвид или, поточно, може да се заклучи дека тие немаат само употреблива вредност туку и таканаречена неупотреблива вредност.

Неупотребливата вредност се расчленува на: чиста вредност на постоење, опциска вредност и вредност на наследство (M. Ahlheim, 2002).

Може да се заклучи дека врз база на оваа поделба, вреднувањето на оваа група добра претставува особено сложена задача, но истовремено таа е обврска согласно концептот на одржлив развој. Во практиката, често овие вредности при проценатa се потценети и недоволно високо вреднувани. Сепак, општеството мора да ги има предвид и со корпус мерки да дејствува за да се постигне крајната цел: одржливо користење што само по себе е придонес за благосостојбата на идните генерации.

Пазарен неуспех е кога слободните пазари не даваат резултати што се доследни на желбите на општеството (Е. Х. Драмонд и В. Џ. Гудвин, 2010).

Токму таков е примерот што може да се појави со прекумерна експлоатација на самоникнатите диви прехранбени плодови што може да доведе до уништување на одредени биолошки популации и природни ресурси што претставуваат заеднички јавни добра, спротивно од желбата на општеството за нивен опстанок.

Во понатамошниот текст на користена литература се опишани мерките кои се превземаат за заштита од прекумерна експлатација на овие видови.

Според Перман, Ма, Мек Гилврej (R. Perman, Y. Ma, and J. McGilvray, 1996), сите мерки за зачувување на обновливите ресурси, поточно видовите, што ги презема државата можат да се поделат во три групи: правни мерки, технички мерки (мерки за квантитативно ограничување) и економски мерки.

Правни мерки

Под оваа група мерки најчесто се подразбираат мерките што го дефинираат сопственичкиот статус на ресурсите, независно од тоа дали се приватни или јавни. Целта е да се воспостави спречување на слободен пристап и неконтролирано искористување. Важно е да се конотира дека сами по себе овие мерки не даваат резултати, туку треба да се комбинираат со мерките за принуда, како и со техничките мерки (мерки за квантитативно ограничување).

Технички мерки

Овие мерки, што се нарекуваат и мерки на квантитативно ограничување, можат да се поделат на две подгрупи: мерки за ограничување на трудот и мерки за ограничување на експлоатираниот материјал. Во првата подгрупа спаѓаат мерките што ги ограничуваат алатките и опремата на берачите што според законодавецот или имаат голем ефект на принос или нанесуваат индиректна или директна штета на еко-системите. Во втората група спаѓаат мерките што се врзани за ограничување на максималната количина на собраниот материјал или улов, доколку се работи за лов и риболов. Иако присутни во практиката, имаат слаби страни од аспект на надгледување, надзор и санкционирање на прекршителите на мерките.

Економски мерки (мерки што се втемелени на база на пазарните законитости)

Тие се делат на две подгрупи: фискални мерки и систем на индивидуални и трансферабилни квоти. Во првата подгрупа на фискални мерки спаѓаат даноците и субвенциите. Предмет на оданочување во функција на заштита на обновливите ресурси може да биде опремата со која се врши дејноста експлоатација или, пак, да има оданочување на количината што е предмет на експлоатацијата (килограми уловена риба, собран растителен материјал или кубни метри исечено дрво) или, во крајна мера, остварената добивка од посочената дејност.

Субвенциите како економска мерка најчесто се користат во шумарството и тоа во форма на надоместок за неисечена дрвна маса што била предвидена за сеча и претставува инструмент за зачувување на непродуктивните ресурси што имаат поголемо значење со вршење на своите општокорисни функции во природата, отколку економска вредност на дрвесината или растителниот материјал

Втората подгрупа во оваа група мерки, системот на индивидуални трансферабилни квоти, функционира на база на научно-фундирана процена на посочениот ресурс во еден одреден регион. Доколку истиот систем се воведе на ниво на цела држава, тогаш имаме еден вид на планско производство или принос што на макроекономски план има многу компаративни предности, во смисла на планирање на производството, изградба на капацитети за преработка, доработка, пакување и сл., што само по себе доведува до создавање на додадена вредност, што ангажира поголем капитал и апсорпција на повеќе вработувања во секторот. Покрај тоа, системот на индивидуални трансферабилни квоти претставува и моќна алатка во борба за зачувување на биолошките популации на обновливите ресурси што се основна премиса за зачувување на

биодиверзитетот и постојните еко-системи.

Во второто подпоглавие **„Теорија на конкурентност“** се зборува за конкурентноста, незаобиколив е авторот Мајкл Портер (Michael Porter), кој во редицата на свои дела се занимава со оваа проблематика. Во воведот на своето дело „За конкуренцијата“ (On competition), тој ја дефинира конкуренцијата: „Конкуренцијата е еден од најважните фактори за подобрување на нештата на многу полиња на човековата активност. Проучувањето на конкуренцијата и на создавањето на вредноста, во полно значење на зборот, ме преокупира неколку децении. Конкуренцијата е проникliва, било да ги засега компаниите што се борат на пазарот, било земјите зафатени со глобализацијата или општествените организации што се грижат за социјалните потреби. Секоја организација има потреба од стратегија за да обезбеди највисоки вредности на своите корисници“ (Porter, 2009).

Од дефиницијата може да се заклучи дека конкуренцијата е влезена во секоја пора на човековото општествено и економско живеење и дека овој вид натпревар е вграден во крајна мера и во човековото битие. Тој како рационално суштество се натпреварува како да испорача вредност што ќе ги задоволи или надмине очекувањата на корисниците на услугите, притоа задоволувајќи го начелото на ефикасност. Со други зборови, натпреварот се води во функција на задоволување на сè поголемите потреби во сферите на човековото живеење, притоа употребувајќи исти или намалени извори на средства.

Конкуренцијата се одвива на различни нивоа: помеѓу претпријатијата, помеѓу секторите, како и помеѓу државите. Според тоа, мора да се направи дистинкција помеѓу: микроконкурентност (конкурентноста помеѓу претпријатија во државата) и макроконкурентност (конкурентноста помеѓу државите).

„Конкурентноста е патот на оздравување на стопанството и земјоделството што се наоѓаат во длабока и сеопфатна криза. Притоа, нераздвојни се макро- и микро-нивото на конкурентноста. На макониво важни се подготвеноста, организираноста, стручноста и компетентноста на државата, како и квалитетот на нејзините инструменти, сè со цел да ја поттикнат, да ја помогнат и да ја поддржат конкурентноста на стопанството на државно, гранково, секторско ниво и на нивото на стопански субјекти. Микронивото подразбира преструктуирање на субјектите – сопственичко, организациско, управувачко, производно и пазарно“ (Р. Пејановиќ, Н. Тица, Н. и Б. Влаховиќ, 2003).

„Стратегија на конкурентност е поврзување на компанијата со својата околина. Иако релевантната околина е многу широка и опфаќа како социјални, така и економски сили, клучните аспекти на околината на фирмата се секторот или секторите во кои таа се натпреварува. Структурата на секторот има силно влијание како во определување на правилата на игра на конкурентноста, така и на стратегиите што потенцијално ѝ се достапни на фирмата. Силите надвор од секторот главно се значајни во релативна смисла“ (Porter, 2004).

Портер (Porter, 1998) ги дава карактеристиките на оваа стратегија. Накратко, тие се: целта на оваа стратегија се базира на пониски трошоци во однос на конкуренцијата, иако квалитетот, услугата и другите карактеристики не треба да се игнорираат. Со тоа се придонесува претпријатието да остварува натпросечни приноси во секторот. Тоа го штити од моќни купувачи (нивната моќ на намалување на цените), моќни доставувачи, обезбедува моќни бариери за влез на други субјекти во областа, како и во доминантна улога на супститутите во таа област. Со еден збор, оваа стратегија се справува со сите пет сили на конкурентноста. За успешно да се реализира оваа стратегија потребни се одредени предуслови, како што се: претпријатието да поседува голем дел од пазарот или поповолен пристап до суровините со кои тоа произведува. Тоа треба да има голем почетен капитал за инвестирање во нова опрема, почетна загуба поради освојување на нови пазари со ниски цени. По постигнување на ефектот и стекнување со позиција на најниски трошоци, претпријатието обезбедува големи маржи што потоа можат да се реинвестираат во нова опрема и современи капацитети. Овој тип на стратегија може да донесе и револуционерни промени во еден сектор доколку конкуренцијата со години била поинаква.

Во **четвртиот дел**, кандидатот ги елаборира **резултатите од истражувањето**
Овој дел содржи 8 подпоглавија

Самоникнати диви плодови во Република Македонија

Република Македонија зафаќа 0,26% од површината на европскиот континент, при што европскиот биодиверзитет на васкуларните растенија е застапен со 33,64% или околу 3.700 вида. Најголема група се скриеносемените растенија, по нив се мововите, па на крајот се папратите (UNDP, 2010).

Тука не треба да се занемари фактот дека за развој на предметната стопанска гранка како потенцијална површина за собирање на самоникнати диви плодови е на располагање повеќе од половината од вкупната територија на Република Македонија, што изнесува 2.571.300 ха и тоа 1.159.600 ха шуми и шумско земјиште и околу 611.000 ха пасишта (МЗШВ, 2010). Годишниот пораст на побарувачката на овој тип на самоникнати диви производи на светско ниво, за секоја година се движи помеѓу 5 и 10% (IFOAM, 2012).

Самоникнати диви плодови во Република Македонија како природен обновлив ресурс

На територијата на Република Македонија проценето е дека од вкупниот број растенија, габи, мовови и лишаи, што се водат како самоникнати диви производи, околу 700 имаат полезни својства за употреба (лековити, хранливи, декоративни, како база на други хемиски производи и сл.). Од нив се користат, а со тоа и се стават во промет, околу 120 вида. Во таа бројка, најмногубројни се вишите (васкуларни) растенија, што, пак, се најзастапени со тревната вегетација, па потоа растенијата со грмушеста вегетација и на крајот се дрвенестите видови.

Национална регулатива и легислатива

Врз основа на потпишани меѓународни протоколи и конвенции, Република Македонија како држава се обврза да ги почитува истите. Во делот на меѓународната трговија со самоникнати диви прехранбени плодови најважни се:

Конвенција за заштита на дивиот свет и хабитатите во Европа (Бернска конвенција), со сите нејзини анекси што се донесуваат во континуитет.

Конвенција за меѓународна трговија со загрозени видови CITES (Вашингтонска конвенција).

Овие конвенции ја регулираат меѓународната трговија со овие видови.

Република Македонија во согласност со нив ја развива и законската регулатива, во согласност со своите специфики на биодиверзитетот.

Од 2013 година изготвува регистар на претпријатија што се занимаваат со откуп на шумски производи (самоникнати диви прехранбени плодови) на просторите и површините на кои врши стопанисување.

Во другото претпријатие што управува со големи површини што се потенцијал за собирање на самоникнати диви плодови, ЈП „За стопанисување со пасишта“, не се забележани покрупни активности во оваа област.

Националните паркови оваа проблематика ја уредуваат во рамки на нивните планови за управување или менаџмент-планови, издаваат дозволи за собирање, работат со големи тешкотии на регистрација на собирачите и откупните претпријатија. Забележано е дека дозволи за собирање издаваат парцијално, само за одредени видови што имаат комерцијално значење.

Класификација на самоникнатите диви плодови

Иако во воведниот дел се споменати неколку класификации, изработени од различни автори

и за различна намена, авторот ја наметнува потребата да се предвиди изработка на класификација што ќе биде во функција на анализата на самоникнатите диви плодови.

Авторот самоникнатите диви плодови ги има класифицирано во 5 групи и тоа:

1 група- Мовови и лишаи кои воглавном имаат декоративна функција

2 група- печурки свежи или замрзнати

3 група- сушени пежурки

4 група- бобинки од смрека

5 група- Лековити и ароматични растенија

Како основа на оваа класификација ја зима „Одлука за распоредување на стоките на форми на увоз и извоз“ што е со важност во Република Македонија, а е усогласена со Меѓународната регулатива за трговија и промет. На база на оваа регулатива сите производи се сместени во одредени поглавја, на број 99. Со конкретните тарифни броеви, што се единствени во светската трговија, следењето на нивниот прометот е поедноставено и систематизирано. Оваа одлука претставува база на царинското работење на секоја царинска управа.

Самоникнатите диви плодови што се истражувани во периодот од десет години, што се земени како критериум, беа предмет на одредени измени во класификацијата на потпоглавјата, што претставуваа отежителна околност во истражувањето. При класификацијата на одредена група производи наведени се сите тарифни броеви, под кои таа можела да се најде во последните десет години.

Без разлика на овие 437 вида, реално, според барањата на извозниците за извоз, економските видови што се предмет на трговија и промет се некаде околу 120 на број. Но, и покрај тоа што предмет на трговија се околу 120 вида, бројот на овие видови варира зависно од годината на собирање. Значи, во одредени години поради послабиот интерес на откупувачите и депласираните цени на пазарот доаѓа до незаинтересираност на собирачите да ги собираат. Заради неисплатливоста, видовите не се собираат. Тоа се случува секоја година за различни видови, па така слободно може да се каже дека во трговијата и прометот на самоникнатите диви плодови во Република Македонија учествуваат околу осумдесетина вида .

Анализа на трговијата и прометот на самоникнатите диви плодови во Република Македонија

Во овој дел се анализирани извозот, увозот и домашниот пазар на самоникнатите диви плодови што се одвиваат во Република Македонија.

Податоците се обезбедени и систематизирани од повеќе релевантни институции (Државен завод за статистика, Internacional trade centar, UNCTAD) и претставуваат официјални годишни извештаи на земјите-увознички и земјите-извознички. Анализирани се остварениот финансиски ефект, извозот и увозот (изразен во евра), според веќе елаборираната класификација за групите на производи, по земји-увознички и земји-извознички, како и вкупно за целиот сектор и структурата на извозот и увозот по групи производи во Република Македонија.

Анализирани се извезени и увезени количини на растителен материјал (во тони), за групите, земјите-увознички и земјите-извознички и секторот, структурата на извозот и увозот по групи производи во Република Македонија, извозните и увозните цени по единица маса (евро/тон, евро/килограм), покриеноста на извозот со увоз во секторот, споредба на количините и цените на самоникнати диви плодови во Република Македонија со земјите во опкружувањето, на количините и цените на самоникнатите диви плодови со светската трговија на овие видови, на секторот на самоникнати диви плодови со други сектори во земјоделството, што се извозно и увозно важни за Република Македонија.

Извоз на самоникнати диви плодови од Република Македонија на база на остварен финансиски ефект

Оваа анализа авторот ја има извршено на база на податоците кои Државниот завод за статистика како извоз ги има доставено до УНКТАД(UNCTAD).

Но ако од истата база на податоци се земат податоците на истите земји кои во овој случај го регистрираат како увоз од Република Македонија, доставени до оваа организација, на база на билатерални трговски договори тогаш се добива друга слика. Имено тогаш се покажува дека извозот на Република Македонија е поголем во сите групи на производи. Токму заради тоа се нагласува дека анализите ќе бидат правени на база на билатералните трговски договори, а податоците кои ги има доставено ДЗС до УНКТАД ке бидат користени за компарирање.

Според овие податоци, се забележува различна слика од претходната табела, па така, најмал обем на извоз е регистриран во 2003 година, со вкупен извоз од 7.371.250 евра. Најголем извоз се забележува во 2005 година, со 14.488.320 евра. Во 2004 година има помал извоз за околу 130.000 евра, додека сите други години има донекаде урамнотежен извоз, што се движи помеѓу десет милиони евра и 11,5 милиони евра.

Најголем пораст на извозот се забележува во 2004 година, 11.358.170 евра, што претставува зголемување за 54 проценти во однос на 2003 година, кога извозот изнесувал 7.371.250 евра.

Најголемо намалување во однос на минатата година има во 2007 година, кога во однос на 2006 година се бележи намалување од околу 23,98 проценти.

Процентуалниот сооднос по групи производи за вкупниот извоз за десет последователни години е: мовови и лишаи 4,37%, свежи печурки 27,94%, суви печурки 29,41%, бобинки од смрека 12,96%, ЛАР 25,32%.

Најголемо учество во извозот имаат сувите печурки, втори се свежите или разладени печурки, па лековитите и ароматични растенија, бобинките од смрека и на крајот мововите и лишаите.

Во однос на структурата, според податоците од ДЗС се гледа дека сувите печурки го задржуваат приближно истото процентуално учество во вкупниот обем на извоз. Намалувањето е најголемо кај свежите или разладени печурки (од 36,51 на 27,94%), во однос на вкупниот извоз, и кај мововите и лишаите (од 6,05 на 4,37%), додека кај другите две групи се забележува зголемување на процентуалното учество: ЛАР (од 16,27 на 25,32%), бобинки од смрека (од 11,32 на 12,96%).

Најголем увозник од Република Македонија е Италија, со вкупен увоз за десет години од околу 54.554.490 евра, што е 48,43% од целокупниот извоз. По неа е Германија, со 15.938.600 евра, или 14,15%, и Франција, со 11.358.690 евра со 10,08%. Тоа се единствените три земји што покриваат над десет проценти од македонскиот извоз. Од четвртото до тринаесеттото место се земјите чијшто обем на увоз се движи помеѓу 3,38 и 1,11%. Останатите земји зафаќаат помалку од еден процент поединечно од извозот на Република Македонија. Тоа значи дека 26 земји заедно имаат увоз што изнесува 9,12%. Треба да се наспомене и дека следната земја по Турција и Русија на 16-тото место е тогашната Србија и Црна Гора, со 0,69%, па ако тој процент се додаде на Србија, што е и донекаде реално, тогаш процентот без овие три земји на останатите 23 држави ќе изнесува 6,81%, што е уште понезначително. Ако овие проценти се прикажат во евра, на првите 16 земји отпаѓаат 108.463.940 евра, а на останатите 23 држави вкупно 4.171.770 евра за десет години.

На крајот може да се резимира дека, иако има релативно голем број на земји-увознички на овие производи, сепак во најголем процент тие завршуваат на неколку пазари на европските земји; единствено околу 2,77% од извозот е наменет за Соединетите Американски Држави, но таму се извезуваат само лековити и ароматични растенија чијашто вредност изнесува 3.124.790 евра во период од десет години или просечно 312.479 евра годишно.

Според овие податоци, најголема количина на извоз се забележува кај свежите печурки, втори по количина се мововите и лишаите, па бобинките од смрека и ЛАР, а сувите печурки партиципираат со најмал процент.

Истите количини за десет години во тони: мовови и лишаи 4.589 тони, свежи печурки 4.901 тон, суви печурки 1.048 тони, бобинки од смрека 2.091 тон, ЛАР 1.943 тони.

Извозот во количини расте континуирано од 2003 до 2005 година, кога и го достигнува максимумот за овој анализиран период, а потоа опаѓа до 2008 година, за во наредните две години да има благ пораст, па повторно опаѓање во наредните две години, кога и го достигнува својот

минимум, во 2012 година. Процентуалниот однос на групите за десет години е следен: мовови и лишаи 12,95%, свежи печурки 13,04%, суви печурки 3,96%, бобинки од смрека 29,68%, ЛАР 40,38%.

Вкупно за десет години, во тони, групите производи ги имаат следните количини: мовови и лишаи 4.589 тони, свежи печурки 4.621 тон, суви печурки 1.402 тони, бобинки од смрека 10.520 тони, ЛАР 14.315 тони.

Разликата е во тоа што учествуваат повеќе земји што партиципираат со над 1% и во оваа структура првите три земји имаат повеќе од половина од извозот, додека во минатото само Италија партиципираше повеќе од половината. Просечно, годишниот извоз на самоникнати диви плодови изнесува 3.544,5 тони.

Увоз на самоникнати диви плодови во Република Македонија

Република Македонија најголем увоз во десет последователни години остварила во 2011 година, со вредност од 1.222.840 евра, а најмал во 2003 година, со вредност од 411.630 евра. Увозот во годините: 2003, 2004, 2005 и 2007 е под еден милион евра, додека во останатите анализирани години се движи од 1.029.470 евра во 2010 година, до 1.555.840 евра во 2010 година. За 2008 година нема податоци. Најголем скок на увозот има во 2006 година во однос на 2005 година и тој изнесува 232%. Најголемиот пад на увозот е во 2007 година во однос на 2006 година, тој пад изнесува 59%. Во однос на процентуалниот однос на учество на групите производи во вкупниот увоз, го има следниот сооднос: мовови и лишаи 0,76%, свежи печурки 0,82%, суви печурки 7,05%, бобинки од смрека 15,47%, ЛАР 75,89%. Во увозот најмалку учествуваат мововите и лишаите, со 0,76%, сличен е процентот и на свежите печурки, со 0,82%. Најголемо учество во увозот е на ЛАР, со 75,89%, и на бобинките од смрека, со 15,47%, а сувите печурки партиципираат со 7,05%.

Најголем пораст на увозот има во 2011 во однос на 2010 година, а тој пораст изнесува 51,69% во однос на претходната година. Најголем пад на увозот има во 2012 во однос на 2011 година, а тој изнесува 18,98% во однос на минатата година.

Процентуалниот однос на групите производи во вкупниот извоз за десет години е следниот: мовови и лишаи 0,36%, свежи печурки 1,16%, суви печурки 2,91%, бобинки од смрека 1,26%, ЛАР 94,31%.

Вкупните суми во евра за десет години, по група производи, се: мовови и лишаи 59.460 евра, свежи печурки 188.950 евра, суви печурки 475.600 евра, бобинки од смрека 206.560 евра, ЛАР 15.414.350 евра.

Разликата од податоците доставени од страна на ДСЗ до УНКТАД е особено голема. Еве ја разликата за десетте последователни години: мовови и лишаи 0 евра, свежи печурки 124.670 евра, суви печурки 75.480 евра, бобинки од смрека 1.002.070 евра, ЛАР 9.486.090 евра.

Се гледа дека состојбата кај мововите и лишаите е непроменлива. Податоците од билатералните трговски договори според ДСЗ се поголеми во групите на свежите печурки за 126.670 евра за десет години, а особено значајно е зголемувањето кај ЛАР, што е поголемо за 9.486.090 евра за десет години. Помали се вредностите кај бобинките од смрека за 1.002.070 евра за десет години и кај сувите печурки – 75.480 евра за десет години. Вкупната разлика за сите групи за десет години изнесува 8.533.210 евра. Вкупниот увоз на сите групи за десет години изнесува: кон земјите-извознички 16.344.920 евра, додека кон ДСЗ 7.811.710 евра. За сите групи производи има просечен годишен увоз од 1.634.492 евра, според билатерални трговски договори, а 781.171 евро според ДСЗ.

Според податоците, најголем увоз Република Македонија остварува во 2006 година – 644 тони, а најмал е увозот во 2005 година, со 130 тони.

Најголем пораст на увозот се случува исто така во овие две години, зголемувањето во 2006 година изнесува 395% повеќе во однос на 2005 година.

Најголемиот пад се случува во 2007 година во однос на 2006 година и тој изнесува 67% во однос на претходната година. Процентуалниот однос на групите производи за сите анализирани десет години изнесува: мовови и лишаи 1,09%, свежи печурки 0,93%, суви печурки 1,99%, бобинки од смрека 35,69%, ЛАР 60,30%.

Количините на увоз изразени во тони: мовови и лишаи 35 тони, свежи печурки 30 тони, суви

печурки 64 тони, бобинки од смрека 1.150 тони, ЛАР 1.943 тони. Повторно се гледа дека најголем е увозот на ЛАР, со 1.943 тони, по нив се бобинките од смрека, со 1.150 тони. Останатите три групи имаат вредности на количините за десет години: од 30 тони кај свежите печурки до 64 тони кај сувите печурки. Просечно се остварува увоз од 322 тони годишно.

Анализа на извозните и увозните цени на самоникнати диви плодови во Република Македонија

Групата мовови и лишаи има извозни цени од 1 евро/кг или 61 ден./кг во 2003 и 2012 година, до максимално 1,16 евра/кг или 71 ден./кг или средно за девет години (за 2008 година нема податоци) 1,07 евра/кг или 66 ден./кг. Во оваа група се забележува релативна уедначеност на цените, максималната разлика од најниската годишна извозна цена до највисоката изнесува околу 15%. Цените немаат апсолутен тренд на покачување, туку зависно од година до година растат и опаѓаат.

Групата свежи печурки има просечни годишни извозни цени од 5,41 евро/кг или 331 денар во 2007 година, па сè до 8,96 евра/кг или 552 ден./кг. Просечно за сите десет години, цената изнесува 7,23 евра/кг или 443 ден./кг. Овде се забележува поголема дискрепанција помеѓу најниската и највисоката цена, таа изнесува околу 66,76% во овој десетгодишен период.

Групата на суви печурки, што воедно е и група на производи што достигнува највисока извозна цена, е група во која има најголем процент на додадена вредност. Во овој десетгодишен период забележува најниска цена во 2004 година – 15,01 евро/кг или 921 ден./кг, а највисока во 2008 година, со просечна годишна извозна цена од 36,88 евра/кг или 2.260 ден./кг. Просечната извозна цена за десет години изнесува 24,19 евра/кг или 1.484 ден./кг. Истовремено, треба да се потенцира дека во оваа група се јавуваат најголеми разлики. Од најниската до највисоката цена се јавува разлика од 145,7%.

Бобинките од смрека најниска просечна извозна цена имаат во 2003 година – 1,18 евра/кг (73 ден./кг), највисока во 2011 година, со цена од 1,75 евра/кг или 108 ден./кг. За десет години просечната извозна цена изнесува 1,41 евро/кг или 87 ден./кг. Разликата од највисоката до најниската цена во овој период изнесува 47,95%.

Лековитите и ароматични растенија, најниска цена имаат во 2003 година – 1,62 евра/кг или 99 ден./кг, а највисока во 2011 година – 2,54 евра/кг или 156 ден./кг. Просечно, за десет години, цената е 2,04 евра/кг или 125 ден./кг. Разликата изнесува 57,58%.

Просечната годишна извозна цена за сите групи производи најниска вредност има во 2003 година – 2,04 евра/кг или 125 ден./кг, а највисока во 2012 година, со 3,25 евра/кг или 254 ден./кг. За десет години сите производи постигнуваат просечна извозна цена од 3,25 евра/кг или 199 ден./кг. Разликата од најниската до највисоката цена изнесува 104%.

Разликата на просечни годишни извозни цени се должи на повеќе фактори, а тие се:

- Квалитетот на собраниот материјал.
- Односот на понуда и побарувачка, што е различен од година до година.
- Структурата на видовите што го сочинуваат извозот (некои видови имаат пониски цени во однос на другите).
- Сезоната на берба (одредена сезона има повисоки цени).
- Годишно време на берба.
- Земјите-увознички (во одредени земји се постигнува повисока продажна цена).
- Структурата на извозниот асортиман (дали се извезуваат суви, свежи, замрзнати, саламурени или разладени).
- Амбалажа (помали или поголеми пакувања, карактеристики на амбалажата).
- Временските услови во сезоната на собирање (во влажни и врнежливи години приносот е поголем, а со тоа цените се пониски и обратно).

Покрај овие фактори, карактеристично е што на групите производи што имаат повисок процент на додадена вредност, има поголеми разлики во цените, најчесто тоа се должи на квалитетот на доработка што може да биде различен.

Република Македонија највисоки извозни цени постигнува во реализацијата на извозот со

Италија, просечно 9,94 евра/кг или 612 ден./кг, на последното место на табелата е Словачка, со 0,82 евра/кг или 51 ден./кг. Интересно е тоа што втората земја, Австрија, реализира увоз по просечна цена од 3,22 евра/кг или 198 денари (оваа беше и просечната извозна цена за десет години на сите групи во претходната табела) или трипати пониски од Италија, понатаму, следна е Бугарија, со 3,14 евра/кг или 193 ден./кг, па Франција, со просечна цена од 2,8 евра/кг или 172 ден./кг итн

Меѓународна трговија со самоникнатите диви плодови

Република Македонија се наоѓа на 26-тото место на земји-извознички, со 0,53% од целокупниот светски извоз, во кој учествуваат околу 220 земји.

Првите 15 земји со својот обем на извозот претставуваат 74,5% од целокупниот светски извоз. Останатите 25,5% припаѓаат на останатите 205 земји што го сочинуваат извозот.

Во количини, повторно најголем светски извозник е Кина, со 267.082 тони просечен годишен извоз во периодот 2003-2012. За тие десет години Кина има остварен извоз од 2.670.819 тони. Процентуално, ова претставува 34,07% од вкупниот светски извоз, што изнесува 7.840.091 тон за десет години или просечно 784.009 тони годишно.

Втор извозник е Индија, со извоз од 594.446 тони за десет години или просечно годишно 59.445 тони, што е 7,58% од светските извозни количини. Трета е Полска; таа е прва европска земја-извозничка по количини и партиципира со 4,46%. Следува првата земја од американскиот континент, Мексико, со 4,27%, Египет е на петтото место, со 3,31% од вкупните извозни светски количини. Египет е првата земја-извозник од африканскиот континент. На шесто место е Германија, со 2,76%; следуваат Хонг Конг, САД, Холандија и Чиле, што е десетти. Најголемиот извоз од балканските земји го остварува Бугарија, на единаесеттото место, со 1,49%, а по неа во првите петнаесет се: Мароко, Франција, Пакистан и Јужна Кореја. Од балканските земји, на 19-тото место е Албанија, со 0,92%, Србија е на 22-то место, со 0,4%. Македонија се наоѓа на 24-то место, со 0,24% од светските извозни количини. Првите 15 земји остваруваат 70,2% количини од вкупниот извоз, а останатите 205 земји остваруваат 29,8% од количинскиот извоз.

Светскиот увоз на самоникнатите диви плодови

Карактеристично е што најголемите светски увозници истовремено се и едни од најразвиените земји во светот. Ова укажува дека тие земји со висока технологија ја увезуваат оваа група производи за доработка што понатаму ја пласираат на пазарот, како што е примерот со Германија, што, и покрај тоа што е еден од најголемите увозници, истовремено е и една од најголемите земји-извознички. Сличен е примерот со Франција, САД, Хонг Конг, Италија, Холандија, Сингапур, Белгија. Во одредени земји овие прехранбени продукти се консумираат како „здрава храна“ и тоа е тренд во високоразвиените земји. Таков е примерот со Јапонија, Велика Британија, Швајцарија. Ова не значи дека првата група земји не ја консумираат, туку покрај консумацијата тие развиваат технологија на доработка со која остваруваат висока додадена вредност.

Местото на увозната листа на Македонија и на другите балкански земји е над стотото и е занемарливо, што само по себе ја дава сликата дека балканските земји претставуваат само суровинска база на поразвиените земји.

Првите 15 земји апсорбираат 74,5% од вкупните расположливи вредносни количини. Ова само говори за финансиската моќ на овие земји-увознички. Кога се разгледува состојбата со увозот на количини на самоникнати диви плодови, имаме уште појасна слика за развиеноста на преработувачката индустрија на земјите-увознички.

Во количинската распределба на светскиот увоз прва е Германија, со 717.498 тони растителен материјал за десет години или просечно годишно 71.750 тони, што претставува 9,76% од вкупниот светски извоз, што изнесува 7.354.120 тони за десет години или 735.412 тони просечно годишно. Втори се САД, со 9,41%, односно со 692.227 тони за десет години, или 69.223 тони просечно годишно. Понатаму следат Хонг Конг, Јапонија, Кинески Тајпеј, Кина и Јужна Кореја. Тоа се едни

од најразвиените земји од Далечниот Исток што ги консумираат овие производи како во исхраната, така и во нивната традиционална медицина. Во првите десет се уште и: Франција, Велика Британија и Индија. Од десеттото до петнаесеттото место следуваат: Италија, Шпанија, Сингапур, Мексико и Малезија. Сите овие 15 земји вкупно увезуваат 71,24% од вкупно расположливите количини за увоз што се достапни на светскиот пазар, додека останатите 28,76% се распределени на останатите 200 земји.

Можности за култивирање на самоникнатите диви плодови во Република Македонија

Самоникнатите диви растенија со развојот на концептот на органско производство заземаат сè поважно место во процесот на производство на храна во светот. Со тоа што се зголемува побарувачката за оваа група производи, постои реална опасност за загрозување на еко-системите, а во крајна рамка и на биодиверзитетот во целина. Оттука се поставува и нова задача за земјоделското производство: култивирање на одредени видови што се собираат во природата, а служат за човекова исхрана. Доколку се работи за култивирање на самоникнати диви плодови, секако најважно место заземаат лековитите и ароматични растенија (ЛАР). Тие го заземаат првото место по важност поради неколку причини:

Во однос на другите групи (печурки, мовови, лишаи), тие се наједноставни за култивирање, многубројни се како група, имаат широка палета на користење во различни индустрии (козметичка, фармацевтска, хемиска, прехранбена) итн.

Република Македонија особено заостанува во однос со другите земји во светот во овој тип на производство. Кај нас најзастапено е производството на традиционални култури со класичен начин на производство. Оттука е и предизвикот за анализа на темата „култивирање“, потенцирајќи ги најважните аспекти во оваа област поради унапредување на култивирањето во земјата.

Пред сè, овде ќе се сублимираат искуствата на земјите во опкружувањето што во областа на култивирањето на лековитите и ароматични растенија се понапред од нас, компарирајќи ги нивните искуства со условите што ги има Република Македонија за развој на оваа гранка, потенцирајќи ги можностите за овој тип на производство кај нас и, секако, анализирајќи ги и слабостите и проблемите со кои би се соочиле во евентуалното интензивирање на култивирањето на ЛАР.

Цели и задачи на култивирањето на самоникнатите диви плодови во Република Македонија

Со култивирање на видовите се реализираат повеќе цели и задачи − активирање на природните потенцијали и ангажман на човечките ресурси. Со овој начин на производство се создаваат услови за одржливо користење, пред сè на ЛАР како природни ресурси, бидејќи се намалува притисокот на побарувачката што се рефлектира преку поголем ангажман на собирачите врз природните станишта на овие билки, а со тоа и поголема веројатност за нивно исчезнување. Со овој начин на производство се враќаме на органското производство. Се зголемува разновидноста на земјоделското производство, со тоа се зголемува производниот асортиман. Потенцијали за овој тип на производство се понеквалитетните и напуштените земјоделски површини, а со тоа се зголемуваат капацитетите на земјоделското земјиште.

Состојбите во Република Македонија на култивирањето на самоникнатите диви плодови

Според податоците со кои се располага, во Република Македонија нема некоја база на податоци што ги евидентира површините и видовите на ЛАР што се предмет на култивирање. Забележани се одредени случаи на ваква дејност на одредени парцели што се засадуваат претежно со камилица, оригано (во тетовскиот регион), што е плод на искуства на култивирање во Турција, па така и расадничкиот материјал и технологијата на производство се резултат на апсолвирање на искуствата на производство во таа земја. Покрај овие примери, карактеристичен е примерот на обид на култивација на шарпланинскиот чај од одредено претпријатие во гевгелискиот регион (планинската област на Кожув), засега без објавени резултати и искуства. Во последно време, ЈП

„Македонски шуми“ се обидува да произведе расаднички материјал од неколку видови, со што во наредните години може да се очекува зголемување на култивираните површини. Значи, најголем дел од табеларните прикази што се однесуваат за Република Македонија се однесуваат за количини собрани во природата.

Меѓународните искуства во областа на култивирање на самоникнати диви плодови

Од прегледот на литературата од оваа област констатирано е дека сите земји-извознички на ЛАР извезените количини со околу 90% ги обезбедуваат од лековитите и ароматични растенија собрани од природата, а 10% од површини на кои ги култивираат истите билки. Размножувањето во култивираните површини се врши на следниве начини:

- Директна сеидба – преку сеење на семето на површината;
- Расад – расадот се произведува во топли леи, па потоа се пикираат на површината;
- Комбинација на првите два начина;
- Резници на жили од корен;
- Резници со комбинација;
- Ризоми;
- Столони.

Материјалот од ЛАР на пазарите може да се најде во различна форма: flos (сушен цвет), folium (сушен лист), radix (корен), herba (сув надземен дел од растението најчесто во фаза на цвет), aetherol (етерично масло), fructus (плод), semen (семе).

ЛАР можат да се одгледуваат на два начина:

На класичен начин;

На органски начин, исполнувајќи ги стандардите на органското производство.

Можности за култивирање на лековити и ароматични растенија во Република Македонија

За да се реализира производство на одредени видови на ЛАР, потребни се задоволителни агро-еколошки услови. Тие услови се: соодветно земјиште, адекватна температура, влажност на воздух, надморска височина, светлина и други фактори. Овие услови кај нас во Македонија се на задоволително ниво, бидејќи ние имаме развиен релјеф, различни типови на почва, развиен биодиверзитет, така што голем број од овие билки што имаат и природно станиште кај нас можат да се култивираат. Различните климатски услови што владеат се само предност, значи, ние можеме да култивираме видови што природно растат во субалпска клима, па сè до видовите во медитеранска и умерено медитеранска клима.

За да се дојде до задоволителни резултати во одгледувањето потребно е прво да се има подготвеност за ризик, бидејќи ова е релативно нова гранка. Потребен е ангажман на работна рака за рачна работа. Многу битна е и личната иницијатива, како и натпросечното знаење во оваа област, за да може работата да се заврши докрај. Повеќето билки не се едногодишни, туку се повеќегодишни, што бара долгогодишно планирање и работење. Треба да се има добро познавање и примена на агротехнички мерки, како што се употребата на механизација и наводнување. Покрај тоа, треба да се воздржува од примена на пестициди и, секако, еден од најважните сегменти е адекватна опрема за сушење и преработка, за производите да можат да излезат со квалитет на пазарот.

Анализа на вредносниот синџир на самоникнатите диви плодови во Република Македонија

Учесници во вредносниот синџир на самоникнати диви плодови

При анализа на вредносниот синџир на самоникнатите диви плодови прво треба да се

дефинираат субјектите кои партиципираат во маркетинг каналите на дистрибуција. Во овој случај учесници во домашниот (извозниот) промет се: собирачите, преработувачите, откупувачите и стопанските субјекти од индустриите (прехранбена, фармацевтска, хемиска и др.), стопански субјекти од областа на извозната трговија, секако и субјекти кои се занимаваат со внатрешна трговија на големо, трговци на мало и домашните потрошувачи и на крајот државата, преку своите органи на управување (министерства и органи на управа задолжени за оваа област).

Во увозниот промет учесници се: стопански субјекти од областа на увозната трговија, стопански субјекти од преработувачки индустрии, субјекти кои се занимаваат со трговија на големо, трговци на мало и потрошувачите. При анализа на вредносниот синџир на самоникнатите диви плодови во Република Македонија во делот на учесниците е констатирано дека треба да се има предвид оти тие имаат одредени карактеристики.

Сите активности и мерки што треба да ги направи државата, како и изготвувањето на одредени законски, подзаконски прописи, регистри и бази на податоци во оваа област, влијаат на вредносниот синџир и на учесниците во него. Од тие причини, потребно е да се завршат обврските што ги има државата во процесот на апроксимација на законодавството, што претставува обврска што произлегува од веќе прифатени конвенции.

Анализа на секторот преку Портеровиот модел на вредносниот синџир

За идентификација за главните проблеми што можат да го ограничат секторот во смисла на забавување на развојот, намалување на неговиот капацитет да реализира и да остварува додадена вредност, ќе го користиме Портеровиот модел на вредносниот синџир (M. Porter, 1990).

Согласно неговиот модел, сите активност ќе ги систематизираме во две групи активности: примарни и секундарни активности или активности на поддршка.

Примарните активности се анализирани од аспект на логистика на инпути, логистика на аутпути, маркетинг и услуги и сервис.

Секундарните активности се анализираме од аспект на управување со човечки ресурси, финансирање на секторот, развој на технологијата во конкретната област и набавките.

ПРИМАРНИ АКТИВНОСТИ

Логистика на инпутот

Еден од главните проблеми во инпутот се административните бариери што се присутни во оваа област. Тие административни бариери не се само одраз на политиката што ја спроведува државата туку претставуваат и генерална светска политика во областа на животната средина и заштита на биодиверзитетот. Покрај тоа, и во домашни услови собирачите се соочуваат и со внатрешни административни бариери од страна на управувачите со шумите и пасиштата. Имено, процесот на остварување на правото на собирање не е доволно транспарентен и доволно јасен. Таква е ситуацијата и за обезбедување дозволи за трговија, собирање, увоз, извоз како и контролата.

Бараната сертификација зависи од големи сертификациски компании што наплаќаат високи надоместоци поради големата површина што е предмет на сертификација.

Управувачите со шумите и пасиштата не се во можност да ја платат оваа сума поради релативно лимитирачката состојба во однос на финансиите, а тоа само по себе создава бариера при учество на претпријатијата што се занимаваат со откуп, трговија и меѓународен промет на самоникнати диви плодови на светскиот пазар, бидејќи се соочени со фактот нив да ги продаваат по пониски цени од сертифицираните. Во одредени држави веќе влегуваат на сила прописите со кои се забранува увоз на несертифицирани производи, што претставува дополнителна административна бариера за домашните претпријатија.

Можноста за култивирање исто така е лимитирана, затоа што во Република Македонија не постојат дистрибутери од кои може да се набави адекватно семе и саден материјал за овие видови поради малиот пазар. Доколку истото семе и истиот саден материјал се планира да се обезбедат од странство, повторно ќе се соочиме со административни бариери, затоа што овие сорти ги нема на

официјалната сортна листа. Претпријатијата што се специјализирани за таа намена не го прифаќаат тоа поради големиот ризик.

Високите трошоци на транспортот се едни од најважните ставки на логистиката на инпутот. Тој се јавува како трошок во повеќе наврати. Прво, собирачите мораат да го користат при собирање на материјалот, потоа купувачите праќаат возила за да го откупат материјалот од собирачите, а доколку се работи за посредништво, тогаш треба да се организира транспортот до други купувачи. Работата се усложнува и поради малите количини, така што транспортот не е доволно економичен. Според извршени интервјуа со откупувачи, трошоците за транспортот претставуваат околу 20% од целокупните трошоци. Честопати трошоците на транспортот по единица килограм одредуваат дали тој вид е економски исплатлив за собирање.

Операции

Во вредносниот синџир на самоникнати диви плодови се јавуваат следниве операции: складирање, преработка и пакување, контрола на квалитет.

Складирањето како операција се јавува во два случаја: првиот случај е кога дел од собирачите врши складирање во нивните објекти пред да го предаде материјалот до купувачот; вториот случај, пак, е кога откупувачите го складираат материјалот во откупни станици.

Констатирано е дека најголем дел од домаќинствата и откупните станици немаат соодветни услови за складирање. Суровините најчесто се спакувани во пластични торби или во торби од јута или во вреќи ставени на подот од складиштето. Нема адекватна заштита од штетници, недостига контрола на влажноста на воздухот, контрола на температура во просторијата, а со тоа се зголемува ризикот од губење на својствата и расипување на растителниот материјал. Лековитите и ароматични растенија, бобинките од смрека и сувите печурки се задржуваат подолго време во складот. Има случаи кога овие материјали стојат два и повеќе месеци до преработката. Свежите печурки се транспортираат секојдневно до секундарните купувачи. Еден дел од компаниите имаат камиони и комбиња ладилници, па со тоа поефикасно го вршат транспортот, истовремено зачувувајќи го квалитетот на печурките, додека одреден дел од откупувачите сè уште немаат адекватен транспорт за растителниот материјал во свежа состојба.

Преработка и пакување

Од операции што се користат во процесот на примарна преработка на самоникнати диви плодови, најважни се: сушење, мелење, дестилација поради добивање на етерично масло, разладување, замрзнување, саламурење.

Собирачите во Република Македонија многу ретко се занимаваат со примарна преработка. Тие плодовите им ги продаваат на купувачите во свежа форма. Печурките вообичаено се продаваат свежи од страна на собирачите, бидејќи цената по килограм е често повисока. Понекогаш можат да се продаваат како сушени. Купувачите преферираат да продаваат свежи печурки од прва класа до преработувачите, но ги сушат печурките од втора класа пред да ги продадат. Посериозните собирачи сами ги сушат суровините, но некои од интервјуираните компании оваа операција од страна на собирачите ја посочуваат како проблем, така што повеќето би инвестирале во одржлива опрема за преработка и пакување. На пример, бобинките од смрека се сушат со распостелување по под и се превртуваат додека не се суви. Условите за сушење не се хигиенски и процесот на сушење не е адекватен, што резултира со загуби дури до 10% поради расипување.

Покрај тоа, во Република Македонија многу видови, се чини, се сушат на сонце, што веројатно го намалува квалитетот на некои видови. Ризомите на салепот се вријат во вода со додавање шеќер за да се спречи микробиолошко расипување и се складираат. Шипката се продава свежа во Бугарија бидејќи таму постои неопходната опрема за преработка. Една интервјуирана компанија што не употребува големи пакувања за своите производи, ги пакува своите печурки во пластични пакувања соодветни за супермаркетите, додека другите ги пакуваат во пакувања што се карактеристични за продажба на големо. Компаниите ретко ги замрзнуваат или ги саламурат своите

производи поради малата количина и немањето на сопствени капацитети за таа намена. Доколку сакаат да ја вршат оваа операција, треба да побараат услуга од големите ладилници, што дополнително им ја наплаќаат услугата, па тоа влијае на крајната цена.

Повеќе компании вршат дробење, мелење на ЛАР, но само најголемата фармацевтска куќа располага со сите адекватни стандарди за таа намена. Другите се соочуваат со проблеми на набавка на адекватна технологија за пакување.

Една од компаниите употребува стандардни индустриски алуминиумски пакувања обложени со пластика за своите етерични масла. Овие пакувања се релативно скапи (50 евра по пакување), а сите купувачи не ги враќаат пакувањата по употребата. Во овој случај, трошоците за пакување се важен дел од вкупната цена на производството.

Контрола на квалитетот

Повеќето компании применуваат застарени методи за оценување на квалитетот, вообичаено со визуелно оценување и оценување на вкусот и многу од нив даваат информации до собирачите за тоа како да се собере квалитетот на материјалот. За печурки, квалитетот и вредноста вообичаено се оценуваат врз основа на вкусот, големината, бројот на употреби, карактеристиките на складирање и содржината на минерали и витамини. Количината на вода во многу производи е важна карактеристика за преработување. Одредени интервјуирани компании ги обучуваат своите собирачи за потребата од собирање на бобинки од смрека кога тие цутат и имаат влажност од 17 до 18%. Собирачите често собираат зелени бобинки со влажност од 25 до 26%, што не се соодветни за дестилација. Само 1% од зелените бобинки се прифатливи за европските купувачи, но многу често собирачите донесуваат материјал со 10 до 15% зелени бобинки. Ова ја намалува цената за 10 до 15%. Слично, боровинките, како и ризомите на салепот, собрани премногу рано во сезоната имаат висока количина вода, чиешто значење во смисла на квалитетот на сушените производи останува да се одреди. Веројатно колку подоцна се берат ризомите, толку е повисока концентрацијата на складираните антимикробиолошки состојки во ризомите (салепот главно се употребува за третирање настинки). Исто така, вкусот на ризомите од повисоки надморски височини е посилен од оној собран на пониски височини. Сортите на македонски боровинки имаат повисок квалитет од оние од другите земји, но тие се потешки за собирање. Како серии тие можат да се одбијат или да се примат по пониска цена доколку имаат низок квалитет, па во интерес на собирачот е да собира материјал со добар квалитет и да го транспортира ефикасно. На пример, квалитетот на свежите печурки значително се намалува по собирањето и без соодветно складирање на собирните точки и брз транспорт до купувачот за складирање или преработување, добиената цена може да се намали и до 30%.

Се чини дека има слабо разбирање за потребните чекори за осигурување на квалитетот и постапките потребни за извоз на висококвалитетни производи.

Главен проблем во Македонија и во регионот се чини е отсуството на меѓународно признаени лаборатории, акредитирани за конкретни методи на анализа. Таква акредитација е нужна за компаниите во Македонија доколку сакаат да извезуваат сертифицирани производи во ЕУ. Поголемиот дел од материјалот што во моментов се извезува треба да се сертифицира во земјата на извоз. Единствена компанија што ги исполнува сите релевантни ИСО-стандарди (9001 и 14001) е „Алкалоид“ од Скопје. Времето за анализа и добивање на потребните документи е важен фактор што треба да се земе предвид.

Евидентираните проблеми со загадувањето е загадувањето со тежок метал на *Urtica* и *Tilia*, што честопати се берат покрај патот и други култивирани живеалишта. Погенерални проблеми со загадувањето вклучуваат микробиолошко загадување на корените, загадување на дабови лишаи со кора и гранчиња и лошото одделување на листовите од гранчињата. Не се забележани значителни загадувања со инсекти.

Лековитите својства можат да варираат значително помеѓу поврзаните видови, како и помеѓу видовите и купувачите од извозните пазари што применуваат строги стандарди за контрола на

квалитетот. Сериите од суровини и преработен материјал што содржат мешавини од слични видови можат да бидат одбиени. Постапките за контрола на квалитетот употребени за повеќето интервјуирани купувачи се засновани единствено врз визуелна инспекција. Додека ова може да биде ефикасно за некои видови, без каков било процес на формална контрола што може да се користи за потврдување и следење на суровините од собирачот до крајниот преработен производ, веројатно е дека ќе има проблеми за македонските извозници. Оваа точка е исто така важна кога се оценува влијанието на бербата врз комерцијалните видови, кога е важно да се одреди бербата на блиско поврзани, морфолошки слични видови.

Логистика на аутпутите

Во делот на логистиката на аутпутите се јавуваат речиси истите проблеми како и во случајот со логистиката на инпутите. Пред сè, се јавуваат административните бариери од различни типови (со органите на управа), трошоците на транспорт, како и нехармонизираните стандарди во врска со контрола на квалитет со земјите-увознички.

Повеќето од регистрираните интервјуирани компании велат дека не можат да си дозволат да го пријават сиот материјал што го откупуваат и да ги платат потребните даноци поради конкуренција од нерегистрираните откупувачи кои нудат повисока цена, бидејќи не плаќаат даноци. Ова ги движи пазарните цени и го намалува профитот. Доколку законот за даноци не се спроведува правилно и сите дејности вклучени во трговијата не се регистрираат, не е веројатно дека состојбата ќе се промени. Само поголемите бизниси се способни да останат конкурентни доколку ги плаќаат даноците.

Маркетинг и услуги

Само неколку интервјуирани компании доволно го разбираат глобалниот пазар и извезуваат директно до купувачите и имаат добро основани врски со своите купувачи, што им ја олеснува трговијата, без да одат преку посредници. Наши најголеми пазари се Италија и Франција. Исто така, се продаваат помали количини од најквалитетните производи по повисоки цени во Германија и Швајцарија. Останатите, пазарите ги наоѓаат преку посредници.

Само една од интервјуираните компании и еден од собирачите продаваат директно во супермаркети и во ресторани во Македонија. Продажбата на своите производи во супермаркетите другите ја избегнуваат поради високите маржи и неплаќањето на обврските навреме.

Недостига поагресивен маркетинг како на домашниот, така и на странскиот пазар, иако со квалитетот на производите Македонија ги има тие предуслови. Како пример ќе го наведеме фактот дека нашите печурки собрани од овие простори постигнуваат двапати до трипати повисока цена од цената на истите печурки што потекнуваат од Романија или од Русија.

Покрај тоа, недостига формирање марки на овие производи и создавање брендови. Само една наша фармацевтска компанија е активна во промовирањето на палета производи на природни чаеви.

Повеќето компании имаат слаб пристап до пазарни информации и се потпираат врз лични контакти и долго создавани врски за продажба. Тие немаат пристап до печатени изданија и не е јасно како ги поставуваат своите цени. Една од малите компании е заинтересирана да продава во Австралија, но вели дека е тешко да се контактираат купувачите и дека има силна конкуренција од италијанските и кинеските компании. Некои од помалите собирачи имаат врски со откупувачи од Скопје, но овие врски не се формални и продажбите се одвиваат само по потреба, што е тешко за планирање.

Секундарните активности или активностите за поддршка ќе ги анализираме од аспект на инфраструктура на претпријатијата, управување со човечки ресурси, технолошки развој во конкретната област и финансирањето и набавките.

Инфраструктура на претпријатијата

Во Република Македонија, според регистарот на ЈП „Македонски шуми“ за 2013 година, егзистираат околу 43 претпријатија што се занимаваат со откуп и промет на самоникнати диви плодови. Асоцијацијата „Шумски плод“, што има изготвено петгодишна стратегија со акциски план за оваа област (2010), детектира околу 20 претпријатија што ги нарекува „сериозни играчи“ во секторот. Овие претпријатија почнуваат да инвестираат во производни капацитети, почнуваат да ги имплементираат стандардите, организираат откупни станици и работат на идентификација на извозните пазари. Структурата на овие претпријатија во однос на бројот на вработени (В. Недановска, 2010) најчесто се состои од двајца до десетмина постојано вработени лица и сезонски ангажман на 20 и повеќе лица.

Како што веќе е кажано, овие претпријатија се извозно-ориентирани кон пазарите на Италија и Франција и големите балкански преработувачи. Најчесто купувачите ги диктираат и цената и количините и асортиманот на извезените производи. Како главни проблеми се детектирани: недостиг на релевантни податоци, слаба координација и проток на информации помеѓу претпријатијата, отсуство на развојна стратегија.

Управување со човечки ресурси

Човечките ресурси во областа на самоникнати диви плодови најчесто се црпат од средните земјоделски и шумарски училишта, биотехничките науки (ФЗНХ, Шумарски факултет), медицинските науки (фармација, медицина), природно-математичките науки (биологија, хемија), одредени соодветни институти и сл. Кадарот кој е запознаен со оваа проблематика и работи на неа, делумно е кооптиран во ресорните министерства (МЗШВ, МЖСПП, Министерство за здравство), јавните претпријатија (ЈП „Македонски шуми“, ЈП „За стопанисување со пасишта“ и националните паркови). Покрај тоа, одреден кадар кој е запознаен со оваа проблематика работи во фармацевтските куќи, лабораториите, претпријатијата што се занимаваат со откуп, производство и промет во областа. И покрај тоа, недостига тесно специјализиран кадар кој би се занимавал исклучиво со оваа проблематика и би работел на конкретни планови за управување во областа, со кои би се детектирале: видовите со стопанскиот капацитет и одржливото користење, економското мапирање и култивирањето на видовите, детектирањето на извозните пазари, давањето правци и насоки во создавањето на додадена вредност во Република Македонија, создавањето марки на производи и сл. Недостигаат и специјализирани научни институции (институти) од оваа област, какви што, на пример, има во нашите соседни земји (Србија, Бугарија). Сето тоа доведува до тоа Република Македонија да има недоволно развиени внатрешен пазар и суровинска извозна ориентација.

Технолошки развој

Технолошкиот развој во Република Македонија, глобално гледано, е на многу ниско ниво, почнувајќи од собирачите, преку преработувачите, па сè до извозниците.

Собирачите уште работат со примитивни алатки (чешли, српови, коси и сл.).

Процесот на сушење се врши во неадекватни услови, неадекватно складирање, примарната преработка се врши на ниско технолошко ниво. Недостигаат разладни комори со поголем капацитет, класери, калибратори и сл. Погоните за екстракција на етерични масла се со мал капацитет, но има и такви што, иако имаат поголем капацитет, со години не работат од различни причини (на пример, дестиларницата на ЈП „Македонски шуми“ во Берово).

Освен најголемата фармацевтска куќа во Република Македонија, што ги исполнува светските стандарди, сите други работат на оваа проблематика согласно своите финансиски можности, а одреден дел, поради недостиг на средства, не се ни ангажираат во делот на осовременување на технологијата, туку се занимаваат само со извоз на суровини.

Набавки и финансирање

Според структурата, претпријатијата се од помал обем, уште не се солидно организирани во

здруженија и асоцијации. Според обемот, вршат набавки на репроматеријали од помал обем, а тоа доведува до повисоки цени на чинење на набавките во однос на конкурентите во другите држави, а со тоа и намалување на заработката на сите домашни учесници во вредносниот синџир. Покрај тоа, недостигот на средства за развој е сигнификантен во областа. Бидејќи има недоволна поддршка од банките и државните институции и поради сезонскиот карактер на секторот, како и глобалната рестриктивна политика во делот на животната средина, учесниците во него се присилени својот развој да го трасираат сами со сопствени средства, а со тоа и да назадуваат во однос на светската конкуренција.

Во поглавјето **заклучок** се содржани крајните согледувања на фактичката состојба во овој сектор во светски рамки и на ниво на Република Македонија. Кандидатот во форма на препораки ја образлага својата анализа се со цел подобрување на состојбата во секторот, кој дава многу поголеми потенцијали и можности од моменталната состојба, преку подобрување на конкурентноста се согледува аспектот и можноста, додадената вредност да остане во домашни рамки при тоа зголемувајќи ја профитабилноста што во суштина е и крајна цел на секоја национална економија. Во тоа се состои и научниот придонес на оваа докторска дисертација.

Во поглавјето **литература** цитирани се 88 труда од домашни и странски автори кои се поврзани со оваа област.

Научниот придонес на докторската дисертација: Докторската дисертација под наслов „Анализа на маркетинг синџирот на дивите прехранбени плодови во Република Македонија“ прв пат на овие простори ја обработува проблематиката врзана со оваа област, со сите нејзини специфики кои претставуваат лимитирачки фактор во делот на слободната трговија.

Во трудот е дадена целосна анализа на суштината и значењето на поимот „самоникнати диви прехранбени плодови“, понатаму анализирана е состојбата во овој сектор во светски рамки и во рамки на Република Македонија, преку утврдување на количините и цените кои биле предмет на промет, и тоа во 5 класифицирани групи на самоникнати диви плодови во последните 10 години. Со тоа, трудот опфаќа една значајна компонента во односот на реално согледување на состојбата во секторот.

Понатаму во делот на Маркетинг синџирот дефинирини се сите учесници во овој синџир, анализирани се сите сегменти, истакнати се слабите и јаките страни, со дадени препораки и сугестии какода се развива и подобрува овој сектор во иднина.

Во контекст на наведеното, трудот се осврнува и на анализа на нормативната структура на домашната законска регулатива и легислатива, нејзината усогласеност(неусогласеност), со европската и светската регулатива која се заснова на имплементација на меѓународни договори и конвенции. Дадени се насоки за одржливо користење на овие природни ресурси. Детектирани се фреквенциите на цените на производите на домашно и светско ниво, како и константниот тренд на зголемување на истите. Утврдено е и зголемување на побарувачката во просек од 5 до 10% годишно во период на изминатите 10 години кои беа предмет на истражување. Забележани се организациони проблеми на претпријатијата кои се занимаваат со откуп, преработка и трговија, неправилна распределба на додадената вредност на учесниците во прометот како и други институционални проблеми. Дадени се препораки и модели на организирање и регионално поврзување на истите. Во таа смисла оваа докторска дисертација во целост ги има исполнето задачите и целите кои се поставени и претставува солидна база за понатамошни истражувања во оваа област. Трудот е применлив и во практиката и дава стручен сублимат на проблемите, можностите и предизвиците во овој сектор кој е пред се извозно ориентиран, и има капацитет на апсорпција на поголем девизен прилив, преку имплементација на нови технологии, едукација на учесниците во прометот и преработката како и институционално зајакнување и регулирање на прописите со цел за одржливо користење на овие ресурси.

5.2 Приказ и оценка на научните трудови објавени во зборници од меѓународни научни конференции во земјата и странство

1..L Nestorovski, M Jakimovski – „Recent institutional developments in the forestry sector in the Republic of Macedonia"- Seminar on recent institutional developments in the forestry sector in Central and Eastern European countries, Banska Stiavnica (Slovak Republic), 2-5 Dec 1999

Предмет на проучување на овој труд е истражувањето на тогашната институционалната поставеност на секторот шумарство во Република Македонија кое се наоѓаше во транзиција и имаше многу рецидиви од минатото општествено уредување како и концепција за идниот развој согласно европската регулатива и легислатива. давање на правци и сугестиии за изработка на повеќе подзаконски акти кои треба да произлезат од во тој момент штотуку донесениот „закон за шумите" и кои би биле во функција на одгледување, заштита и користење на овој природен ресурс.

Научен придонес на трудот: во овој труд на кандидатот научниот придонес се гледа во давање на концепт на институционалното уредување на секторот шумарство и заокружување на целокупниот концепт на новата законска регулатива кој стапи на сила.

Личен придонес на авторот: Личниот придонес на авторот е 50% бидејки се работи за научен труд во коавторство, но особен значење, особено што истото е верифицирано од научен списание кое е индексирано во реномираните бази: AGRIS

Jakimovski, M., Georgiev, N., Nacka, M. 2013 MARKET ANALYSIS OF THE MEDICINAL AND AROMATIC PLANTS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND THE ECONOMIC ASPECTS OF THE CULTUVATION PROCESS "Journal ofAgricultural, Food and Environmental Sciences" – JAFES (e-ISSN: 2545-4315 - Online)

Предмет на проучување на овој труд

Култивирање на лековитите и ароматични растенија (ЛАР) е значајно поради можноста од загрозување на еко-системите и на биодиверзитетот во целина, како резултат на зголемената побарувачка на овие култури. Предмет на проучување на трудот е да се анализа пазарот на ЛАР и економските аспекти во процесот на култивирање на ЛАР. Преку споредбени анализи се претстави состојбата на пазарот во Република Македонија и балканските земји, извозот и економските аспекти на процесот на култивирање и развој на оваа гранка.

Научен придонес на трудот: во овој труд на кандидатот научниот придонес се гледа во давање на концепт на решавање на поголемата побарувачка на лековити и ароматични растенија, и согледување на можноста за култивирање на овие растенија во Република Македонија, при тоа посочени се видовите за кои има најголема побарувачка на светскиот пазар и кои би одговарале на нашите услови на месторастење..

Личен придонес на авторот: Личниот придонес на авторот е 33% бидејки се работи за научен труд во коавторство, но особен значење, особено што истото е верифицирано од научен списание кое е индексирано во реномираните бази: "Journal ofAgricultural, Food and Environmental Sciences" – JAFES

Jakimovski M., Georgiev N., Nacka M. 2014. International trade of wild gathered mushrooms of Republic of Macedonia. Proceeding of papers: The role of Agricultural Economic Sciences in Agriculture and Rural Development in the Balkan Countries. 9th AAEM International Conference, 24-25 April , Ohrid, Republic

of Macedonia.

Предмет на проучување на овој труд е состојбата со самоникнати печурки која е недоволно истражена, а се должи на различни објективни и субјективни причини. Сепак, оваа област е многу важно, особено за поттикнување на руралниот развој во одредени региони во земјата. Целта на истражувањето беше да се обезбеди преглед на самоникнати печурки, а нејзиното учество во активностите на извозот на земјата. Извозните активности на Република Македонија која се гледа во економските индикатори како што се количината на извозот, вредноста на извозот и извозните цени на големо, и во исто време дефинирање на најголемите трговски партнери на Република Македонија.

Научен придонес на трудот: во овој труд на кандидатот научниот придонес се гледа во опфатната анализа која обезбедува насоки за постигнување на поголем приход преку одредени производни дејности, како што се обработка, пакување, сушење и други, со единствена цел за зголемување на додадената вредност на оваа група на производи, како и дефинирање на нашите најголеми трговски партнери.

Личен придонес на авторот: Личниот придонес на авторот е 33% бидејки се работи за научен труд во коавторство, но особен значење, особено што истото е верифицирано од научен списание кое е индексирано во реномираните бази: 9th AAEM International Conference, 24-25 April

Стоилов.Г, М.Јакимовски, 2012. „Инженерските придобивки од изградбата на хидро системите Бошков Мост и Луково Поле“
ЗЕМАК- здружение на енергетичари на Р.М. –Меѓународен симпозиум „ ЕНЕРГЕТИКА 2012 “, 4-6 октомври 2012.Охрид

Предмет на проучување на овој труд

Предмет на проучување се хетерогените инжинерски придобивки кои и би се јавиле со реализација на вакви два големи инфраструктурни проекти во областа на енергетиката во Република Македонија. Покрај другото наброени се и инженерските области во кои би дошло до унапредување на практичните техники на реализација, а со тоа подигање и унапредување на човечките ресурси.

Научен придонес на трудот: во овој труд на кандидатот научниот придонес се гледа во анализа ангажман на сите инженерски кои би биле вклучени во еден голем инфраструктурен проект дефинирање на ингеренциите и надлежностите како и утврдување на можноста за унапредување на знаењето.

Личен придонес на авторот: Личниот придонес на авторот е 50% бидејки се работи за научен труд во коавторство, но особен значење, особено што истото е верифицирано од научен списание кое е индексирано во реномираните бази: ЗЕМАК- здружение на енергетичари на Р.М. – Меѓународен симпозиум „ ЕНЕРГЕТИКА 2012 “,

5.3 Учество во Научно истражувачки проекти

Кандидатот д-р Миле Јакимовски има учествувано во научно истражувачкиот проект

„Истражување на можностите за производство и користење на шумска биомаса како обновлив енергетски ресурс во Република Македонија“

Главен истражувач К. Крстевски, соработници истражувачи : М. Нацевски, Љ. Несторовски, З. Трајанов, М.Јакимовски

- Научно- истражувачки проект финансиран од Министерство за образование и наука на Р.М. 01.07.2000 – 30.06.2003.

.Целта на овој проект беше:

- да се утврдат основните карактеристики на шумската биомаса како енергетско гориво
- да се определи количината на шумската биомаса во одредени региони кои можат да бидат искористени како енергетски ресурс.
- Истражување на можностите за зголемување на количината која би се користела за оваа намена.
- Утврдување на главните дрвни видови кои се потенцијал за биомаса која би се употребила како енергетски ресурс.
- Утврдување на вкупниот енергетски потенцијал на шумите, како и годишниот енергетски потенцијал, врз основа на дозволивиот сечив етат.

Очекувани резултати:

Со истражувањето да се утврдии енергетската моќ на поодделни видови на дрвја, кои се користат како енергетска суровина, количината на расположивата шумска маса,која може да се користи за добивање на енергија на територијата на Република Македонија, при што би се установило учеството на дрвната маса во енергетскиот биланс на државата.
При тоа да се предложат најповолните технологии за производство на суровина за добивање на енергија од шумска биомаса.

Осврт на реализацијата ма истражување во поглед ма постигнување на терминираните и дефинираните цели и очекуваните резултати содржани во предлогот на проектот:

Во првата истражувачка година беа одредени објекттите за работа, се поставија огледните површини лоцирани во редовните сечишта и се изврши избор на дрвните видови кои се носители на користење на дрвната биомаса како енергетски ресурс.
Во втората година беа зеемени проби од овие дефинирани дрвни видови и им беше испитана нивната енргетска вредност. Покрај тоа беше утврдена и расположливата количина на шумска биомаса која може да се користи за добивање на енргија.
Во третата истражувачка година овие истражувања се детализирани, со истражување на енергетска вредност на поодделни делови на стеблото (гранки, дебло, корен), како и енергетската вредност на дрвото со кора и без кора, при што се добија одредени показатели за рационално користење на биомаса во енергетски цели.

Резиме на постигнатите резултати од истражувачката работа:

Предмет на испитување беа девет шумски видови на дрвја, кои покриваат околу 80% од вкупната површина под шуми во Република Македонија, кои учествуваат со 85% од целокупната дрвна резерва
Материјалот на испитување е добиен од целата територија на Република Македонија, од по два локалитети за секој од испитуваните дрвни видови.
Резултатите од испитувањето покажуваат дека шумите во Република Македонија претставуваат енергетски ресурс со потенцијал од 258.897 GWh. Енергетскиот годишен потенцијал кој е пресметан на база на годишниот дозволен сечив етат изнесува 3708 GWh.
Што претсавува приближно е еднаков на годишното производство на нашата најголема термоцентрала „РЕК Битола“.
Корисници на овој енергетски потенцијал би можела да биде државата, стопански субјекти кои стопанисуваат со шумите или специјализирани компании кои по пат на приватно јавно партнерство би се вклучиле во користење на овој потенцијал.
Многу е важен и фактот дека овој ресурс би се користел во зимските месеци и со тоа би се извршила супституција со елктричната енергија кои ја произведуваат нашите електро енергетски капацитети.
Останува и можноста за изградба на неколку мали топлани енергани со капацитет од 1,5- 5 MW

кои би вршеле загревање на помалите градови во Р.М. Како и можноста за производство на пелети, брикети и сл.

„Борба против Дезертификација„

- Шумарски Факултет Скопје, Универзитет“Св. Кирил и Методиј” во Скопје 19.10.2001. Координативно тело за изработка и инплементација на проектот, претседател:М.Јакимовски,членови:К.Бахчаванџиев,Љ.Несторовски,Д.Колевска,Н.Николов.

Целта на овој проект беше:

-Формирање на на високопродуктивни расадници центри преку кои ќе се спречат негативните влијанија на опустинување(дезертификација) кои заради глобалната промена на климата, како и прекумерната експлатација на дрвна маса од страна на антропогениот фактор и елементарните непогоди, пред се шумските пожари се јавуваат на теритиријата на Република Македонија.

- Преку добиениот саден материјал да се изврши рекултивација и санација на ерозивните терени, мелиорации на деградирани шуми и шикари, пошумување на голини и сл.

Очекувани резултати:

Со реализација на овој проект се очекуваа следните резултати:

- Темелна анализа на моменталната состојба во производство на шумски и декоративен саден материјал, како и извршените пошумувања во изминатиот период, како би можела да се формира и имплементира нова стратегија во оваа област, а во рамки на неа нова рамковна концепција и технологија на расадничко производство.
- Врз основа на оваа концепција и предвидената оптимална технологија на моделните расадници центри, да се дефинираат оптимални природни, технички, инфраструктурни и други услови.
- Да се даде предлог за потребните производни, специјални, помошни, лабараториски и други објекти, како и механизација и опрема и материјали кои ќе се користат за таа намена.

Резиме на постигнатите резултати од истражувачката работа:

- Расадничкото производство во Република Македонија од 1945 до 1970 година се карактеризира со осцилации во продукцијата, како и обемот на извршените пошумувачки работи. Обемот и квалитетот на пошумување не се во корелација.Расадничкото производство е од екстензивен карактер. Изворите на финансирање во овој период се менуваат, а со самото тоа и квалитетот и квантитетот на пошумувањата.
- Од 1971 до 1990 се превземаат посериозни чекори во оваа област, а нарочно во пошумувањето на голините кои се надвор од шума, со тоа се освојуваат и нови површини. Во првата деценија обемот на расадничко производство како и пошумувањето енормно расте, додека во втората деценија се прават напори да се задржи овој тренд на раст или да се одржат годишните планирани пошумувања и производство од првата деценија. Се потврдува констатацијата дека само со интервенција на државата во однос на финансираните активности во производство и пошумување може да доведе до забележителни резултати.Тука е потенциран проблемот за зголемување на мерки на контрола на реализација и спроведување на квалитетен обем на работа, а со тоа и економично и рационално трошење на средствата предвидени за оваа намена.
- Период 1991-2000 год. Обемот на пошумување е на ниско ниво.Производството е намалено и е во рамки на програмските активности на министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, и наменски издвоените средства на стопанските субјекти.
- Препорака е да во врска со плановите на државата за борба против дезертификација, како и пошумување на голините овие активности бидат интензивирани, со промена на концептот на расадничко производство, се со цел зголемување на квалитетот и обемот на расадничкото производство.

- Идната концепција треба да се темели на централизација на производството. на расадничкото производство.
- Идната концепција треба да се темели на централизација на производството. За таа цел потребно е формирање на 5 расаднички центри во кое ќе биде концетрирано тежиштето на производство во Република Македонија.
  Паралелно со тоа потребна е интервенција на државата за зголемен обем на пошумување на голини преку обезбедување на средства за таа намена.
- На база на овие констатации утврдена е рамковна технологија на производство која се базира на 5 типови на саден материјал.
- Утврдени се потребните производно технички, инфраструктурни и други карактеристики на идните расаднички центри.
- Предложена е адекватна механизација, инфраструктура помошни објекти, опрема и други елементи за работа на овие центри.
- Даден е преглед на потребни финансиски средства за реализација и формирање на центрите.
- Утврдена е оценка на предложените локалитети со насоки за потобрувањње на одредени услови, се со цел оптимализација на производсството.

6. СТРУЧНО АПЛИКАТИВНА И ОРГАНИЗАЦИОНО РАЗВОЈНА ДЕЈНОСТ

Во поглед на професионалното ангажирање и планско-програмските активности на кандидатот, треба да се истакне дека д-р Миле Јакимовски бил член и активно учествувал во работата на тимовите кои учествувале во изработка на повеќе законски и подзаконски акти кои се донесени во рамиките на секторите кои ги покриваа Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство и Министерството за животна средина и просторно планирање. Член на работна група формирани од Републичкиот совет за безбедност на сообраќајот на патиштата и Собранието на Република Македонија.

Учествувал во повеќе домашни и меѓународни проекти:

- заеднички проект со ФАО, за биолошко сузбивање на штетници.

-Рецензент на околу 150 планови за управување и стопанисување од областа на ловството и 50 труда од областа шумарство.

-Раководител на преговарачкиот тим на министерството за издавање на А-Интегрирани дозволи.

-Национален кординатор на стратегијата за справување со медицински отпад (2007-2009),

-Учесник во изработка на стратегијата за справување со отпад (2006 – 2009), и националниот план за справување со отпад (2008 – 2009).

- Учесник во изработка на две среднорочни стратегии за работата на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство(2007-2014 и 2014-2021) финансирана од ФАО.

-Извршен директор на проектот на УНДП за изготвување на планови за управување на заштитени подрачја од пониски категории според IUCN категоризација, кој се реализира во перод 2008 – 2009 година во Република Македонија.

- Член на комисијата за рехабилитација на хидросистемот „Дојранско езеро“ -2008 год.

-Член е на Советот на општина Куманово во мандатниот пероод 2009 – 2013, и претседател на општинската Комисија за заштита на животна средина и просторно планирање. 2009-2013

. - Член на надзорниот одбор на проектот кој го води канцеларијата на Европска унија во Скопје. „Проект за институционално зајакнување во областа за управување со отпад„.

. - Член на управни одбори на „ ЈП Македонски Шуми„ и „Јавно претпријатие за стопанисување со пасишта“

- Претседател на управниот одбор на„ Фонд за земјоделство“ кој преставуваше претходник на сегашната платежна агенција во земјоделството.

- Овластен проценител од областа на земјоделство, како и овластен судски вештак од областа на земјоделството.
- Работи како надворешен соработник на Бирото за судско вештачење- Скопје
  Во чии рамки работел на проценки од областа на земјоделството и шумарството во постапките на експропријации на големи инфраструктурни проекти како што се:
  Автопат Кичево-Охрид, Експресен пат Ранковце- Крива Паланка, Експесен пат Штип Кочани, Железничка пруга Кумановов – Бељаковце, Гасовод Неготини Битола.
  Проценител на штети од елементарни непогоди во повеќе наврати на повеќе локации и сл.

- Советник на директорот на Јавното претпријатие за управување и заштита на повеќенаменско подрачје „ЈАСЕН“ Скопје.

7. ЗАКЛУЧОК, МИСЛЕЊЕ И ПРЕДЛОГ НА РЕЦЕНЗЕНТСКАТА КОМИСИЈА

Откако направивме увид во севкупното научно, научно-стручно и стручно творештво на д-р Миле Јакимовски, увид во одбранетите и објавените трудови, биографските податоци и професионалната ангажираност и врз основа на лично познавање на кандидатот, ние како Комисија заклучивме дека:

Д-р Миле Јакимовски е веќе оформен научен работник со богато академско искуство.

Има одбрането и објавено 9 научни и стручни трудови и има учествувано на повеќе меѓународни научни конференции.

Земајќи ги во предвид сите горенаведени заклучоци, Комисијата има исклучително задоволство да му предложи на Сенатот на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, кандидатот д-р Миле Јакимовски да го избере за насловно звање доцент во научно-истражувачко подрачје општествени науки, научно –истражувачко поле економски науки, област 50310 Просторна економија и екологија, 50314 Економика на аграрот и шумарството и 50329 Друго.

Рецензентска комисија:

Проф. д-р Драги Димитриевски – Факултет за земјоделски науки и храна, Универзитет„ Св.Кирил и Методиј„ во Скопје, Република Македонија, редовен професор, Претседател, **с.р.**

Проф. д-р Сашо Кожухаров – Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје, Република Македонија, редовен професор, член **с.р.**

Проф. д-р Јулијана Ангеловска – Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје, Република Македонија, вонреден професор, член, **с.р.**

д-р Далиборка Блажеска, вонреден професор, претседател
Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент

Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

д-р Зоран Ивановски, редовен професор, член

Економски Факултет

Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

д-р Валентина Муцунска Палевска, вонреден професор, член

Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент

Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

	До Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје Република Македонија

Предмет: Извештај на Рецензентска комисија која дава мислење во постапка за избор на **д-р Вера Бошковска**, во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, Научно-истражувачко поле 503 Економски науки, област: 50325 Маркетинг, 50309 Меѓународна економија и 50329 Друго

Врз основа на член 92 став 1 алинеја 2 и 14 од Статутот на Универзитетот за туризам и менаџмент, согласно член 172 и 182 од Законот за високото образование (сл.весник на РМ бр.82/2018) (17/2011; 51/2011; 123/2012; 15/2013; 24/2013; 41/2014; 116/2014; 130/2014; 10/2015; 20/2015; 98/2015; 145/2015; 154/2015, 30/2016 и 127/2016), Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, на седницата одржана на 28.12.2020 година, донесе одлука за започнување постапка за избор на еден (1) наставник во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, Научно-истражувачко поле 503 , Економски науки, област: 50325, Маркетинг, 50309 Меѓународна економија и 50329 Друго, на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

На истата седница, **именувана е и Рецензентска комисија за давање на мислење во постапката за избор** на еден наставник во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, Научно-истражувачко поле 503, Економски науки, област: 50325, Маркетинг, 50309 Меѓународна економија и 50329 Друго, на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, и тоа во состав:

4. **д-р Далиборка Блажеска**, вонреден професор, претседател, Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент, Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија
5. **д-р Зоран Ивановски,** редовен професор**,** член, Економски факултет**,** Унивезитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија,
6. **д-р Валентина Муцунска Палевска**, вонреден професор, член, Факултет за меѓународен маркетинг менаџмент, Универзитет за туризам и менаџмент Скопје, Република Македонија

Во својство на членови на Рецензентската комисија за давање мислење во постапката за избор на еден наставник во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, Научно-истражувачко поле 503, Економски науки, област: 50325, Маркетинг, 50309 Меѓународна економија и 50329 Друго, на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, го прифативме именувањето.

Рецензентската комисија утврди:

- дека Конкурсот е објавен во дневниот весник „Нова Македонија“ на 17.12.2020 година и на веб страницата на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје (www.utms.edu.mk) на 17.12.2020 година;
- дека во предвидениот рок за поднесување пријава на конкурсот се пријавил еден кандидат, и тоа: д-р Вера Бошковска, и
- дека со пријавата на конкурсот, кандидатот ги доставил сите потребни документи според условите на конкурсот.

Врз основа на поднесената пријава, приложената документација и поднесените трудови на кандидатот,

Рецензентската комисија ја проучи научната, наставната и стручната дејност на кандидатот, ги усогласи ставовите и го поднесува до Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, следниот заеднички

И З В Е Ш Т А Ј

За кандидатот д-р Вера Бошковска, на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент во рамките на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје

Извештајот опфаќа:

1. Биографија на кандидатот,
2. Анализа и оценка на научната дејност на кандидатот,
3. Анализа и оценка на стручната дејност на кандидатот, и
4. Заклучна оценка, мислење и предлог на Рецензентската комисија.

Во прилог на извештајот се дадени:

17. Табеларен приказ на научните трудови на кандидатот *(Прилог 1),*
18. Список на научните и стручните трудови според категории *(Прилог 2),*
19. Доказ за исполнување на условите за вреднување на трудовите во релевантни бази на податоци врз основа на критериумите за избор во доцент, пропишани во Законот за Високото образование на Република Македонија („Службен весник на Република Македонија“ бр. 35/2008; 103/2008; 26/2009; 83/2009; 99/2009; 115/2010; 17/2011; 51/2011; 123/2012; 15/2013; 24/2013; 41/2014; 116/2014; 130/2014; 10/2015; 20/2015; 98/2015; 145/2015; 154/2015; 30/2016 и 127/2016) *(Прилог 3),* како и
20. Примерок од анализираните научни трудови на кандидатот релевантни во постапката за избор во доцент *(Прилог 4),*

1. БИОГРАФИЈА НА КАНДИДАТОТ — д-р Вера Бошковска

Кандидатот, д-р Вера Бошковска е родена на 5 Октомври 1966 година во Гевгелија. Основно образование завршила во ОУ „Владо Кантарџиев“ во Гевгелија. Во 1985 година го завршила средното образование во гимназија „Јосиф Јосифовски“ во Гевгелија. Дипломирала на Факултет за туризам при Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје во 2011 година со просек 9,53 и се

стекнала со академско звање Дипломирн туризмолог.

Последипломски студии ги заврши на Економски факултет при Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, во 2013 година, со просек 9,92 и се стекнала со академско звање Магистер по економски науки.

Докторирала на 16.08.2016 година на Економскиот Институт во Скопје, при Универзитет Св. „Кирил и Методиј“ во Скопје, со одбрана на докторската дисертација на тема:
„Стратегии за адаптација на франшизата во Република Македонија “ пред комисија во состав: проф. д-р Татјана Петковска -Мирчевска, проф. д-р Неда Петроска-Ангеловска, проф. д-р Билјана Ангелова и доц. д-р Иска Станчева -Гигов, а под менторство на проф. д-р Марија Таковска, со што се стекнала со звањето доктор на економски науки (PhD).

Учествувала на повеќе научни собири, конференции, семинари и советувања од областа на економијата и менаџментот во земјата и странство. Поседува солидни компјутерски вештини, вклучувајќи напредно познавање и работа со Windows, Microsoft Office пакетот: Word, Excel, Access, PowerPoint, и Интернет.

Работниот стаж го започнува во секторот туризам, каде работи во туристичките агенции Адиатик Мавровo, ЕТН и Савана од 1990-1999 година, како туристички работник специјалист за авио билети. Се стекнала со сертификати за работа со меѓународни авио билети и резервациски ситеми. Потоа од 1999-2009 година работи во меѓународната компанијза за брза пошта ДХЛ Експрес, како специјалист за продажба и маркетинг каде се стекнала со голем број на меѓународни сертификати од областа маркетинг, а посебно од област продажба. Од 2009-2018 година работи во Јавната Установа Универзална сала на позиција директор, каде ги извршувала културните политики на Град Скопје со реализција на повеќе од 600 проекти од културата и уметноста, а од 2018 година до денес како стручен програмски уредник задолжен за советодавни стратегиски политики на установата. Претседател и ко-основач е на Здружението за франшизен развој, Македонската Национална Асоцијација за Франшиза на Македонија, кое има за цел промоција и развој на франшизниот бизнис во Македонија.

Досегашната научна и истражувачка активност на кандидатот ни укажува на научен интерес насочен кон различни теми и проблематики во состав на основното научно поле на проучување. Најпрво со

магистерскиот труд, а подоцна и со докторската дисертација, кандидатот ја дефинирала својата истражувачка ориентација кон проучување на полето на економските науки и на полето на маркетинг.

2. АНАЛИЗА И ОЦЕНКА НА НАУЧНАТА ДЕЈНОСТ НА КАНДИДАТОТ

Овој дел на Извештајот содржи:

2.1. Досегашни избори на кандидатот во соработнички и наставно-научни звања,

2.2. Преглед на научната дејност и анализа на научниот придонес на кандидатот, и

2.3. Оценка на севкупната научна дејност на кандидатот.

2.1. Досегашни избори на кандидатот во соработнички и наставно-научни звања

Д-р Вера Бошковска има избор во звање насловен доцент.

2.2. Преглед на научната дејност и анализа на научниот придонес на кандидатот

Д-р Вера Бошковска во нејзината научна и истражувачка активност, до изборот во наставно-научно звање доцент напишала магистерски труд и докторска дисертација и објавила 2 научни трудови во меѓународни научни публикации и 2 трудови во зборници од меѓународни и домашни научни конференции.

Во продолжение на извештајот е даден приказ на поединечна анализа и оценка на објавените научни трудови, и тоа:

2.2.1. Докторска дисетација

2.2.2. Објавени научни трудови

2.2.3. Анализа на објавените научни трудови и научниот придонес на кандидатот

2.2.4. Учество во научни проекти

2.2.1. Докторска дисертација

Докторската дисертација на тема: „Стратегии за адаптација на франшизата во Република Македонија“, кандидатот ја одбранил на 16.08.2016 година на Економскиот институт во Скопје, Универзитет Св. „Кирил и Методиј“ во Скопје, пред комисија во состав: проф. д-р
Петковска -Мирчевска, проф. д-р Неда Петроска-Ангеловска, проф. д-р Билјана Ангелова и доц. д-р Иска Станчева -Гигов, а под менторство на проф. д-р Марија Таковска,
Со одбрана на докторската дисертација кандидатот се стекнала со академски степен доктор на економски науки (PhD).

Докторската дисертација на кандидатот д-р Вера Бошковска. Претставува сеопфатно, теориско и емпириско истражување, од областа на франшизното работење, со посебен осврт на улогата, значењето, примената на франшизите во Република Македонија. Докторската дисертација содржи вкупно 333 страници, од кои 8 страници отпаѓаат на вовед, 8 страници на заклучок, 10 страници на користена литература (227 библиографски единици) и 16 страници на прилози. Материјата во дисертацијата, покрај вовед, заклучок, литература и прилози, е структуирана во четири глави, логично систематизирани.

Предмет на истражувањето на трудот се анализа, проучување и презентација на стратегиите кои може да се применат при адаптацијата на франшизата.
Воведниот дел содржи поставување на појдовната рамка на еден од можните приоди кон истражување на оваа проблематика. Во овој дел се поставени целите и предметот на истражувањето, хипотезите на истражувањето, како и користената методологија и образложение на значењето и актуелноста на проблематиката која се обработува.
Во првото поглавје се опфатени клучните поими кои имаат за цел да го појаснат поимното определување на франшизата, нејзината етимологија, развивање, како и нејзината застапеност ширум светот. Во овој дел е претставено потеклото на франшизата како термин и развитокот на франшизата низ историјата како економски процес во Соединетите Американски Држави, Франција и Европа во целина.

Особено внимание е дадено на формирање и регистрирање асоцијации, здруженија и совети кои ќе се грижат за учесниците во франшизингот и ќе ги застапуваат интересите на учесниците. Во таа смисла дадени се информации за формирањето на здружението Светскиот франшизен совет („World Franchise Council" - WFC) и Американската франшизна асоцијација - АФА („The American Franchisee Association" - AFA).

Во ова поглавје се разработуваат карактеристиките на франшизата и составните делови на франшизата, и се разграничуваат предностите и слабостите на франшизата.

Во ова поглавје посветено е внимание на причините за франшизинг и видови на франшизинг системи, како и односите на учесниците-партнерите во франшизата, франшизерот како сопственик, франшизантот како корисник и нивните меѓусебни обврски.

Исто така се осврнува на подрачјата и показателите на примената на франшизата, односно примената на франшизата кај малите бизниси.

Се третира застапеноста на франшизата низ земјите во светот и во Европа со особен акцент на нивното дисперзирање ширум светот и потребата за низа адаптации на локално ниво, правејќи го меѓународниот бизнис национален.

Во второто поглавје е разгледана франшизата како стратегија за позиционирање на пазарот во чиј концепт доминантна улога имаа стратегијата на стандардизација, но се елаборира и сè поголемата примена на стратегиите за адаптација во концептот на франшизата. Како алатка за анализа на влијателните фактори за пазарниот настап на компаниите и меѓународното опкружување е наведена PEST методата, обработувајќи ги политичките, економските, социјалните и технолошките фактори. Посебно внимание е посветено на стратегиите на адаптација на франшизата како што се: стратегијата на претежна стандардизација, стратегијата на одржување единствен имиџ, стратегијата на претежна индивидуализација и стратегија на нагласена индивидуализација. Се обработува темата за стандардизацијата наспроти прилагодување на франшизата на локалните животни услови. Нагласено е дека секоја од стратегиите за адаптација има за цел да ги надмине економските, социјалните и религиозните бариери на локалното население, но и да се адаптира на барањата, потребите, вредностите и традициите на населението со цел производите, стоките или услугите да им станат подостапни и поблиски, без разлика на тоа што станува збор за интернационален бренд. Во рамките на ова поглавје се разработени адаптациите на 4П од маркетинг миксот, видовите и степенот на прилагодувања коишто се среќаваат кај основните елементи на маркетинг миксот, стратегиските варијанти и прилагодувањата што настануваат кај производот, цената, каналите на дистрибуција и промоцијата.

Третото поглавје прикажува како функционираат франшизите на различни пазари, и тоа на пазари

во развиени економии и на пазари во економии во развој, односно се споредува работењето на франшизните бизниси на различни географски пазари со цел да се воочи степенот на нивната адаптација кон локалните услови. Во ова поглавје се разработува и анализира предметната тема на нашите истражувања од аспект на состојбите на франшизингот во само некои од земјите на нашето блиско окружување (Албанија, Србија и Косово) и споредување со состојбите на франшизингот во Република Македонија. Во таа смисла, во првата точка ќе се направи осврт на регионот на Југоисточна Европа (ЈИЕ) од аспект на состојбите на развојот во изминатите неколку децении, како и напорите и иницијативата на ЕУ и OECD за креирање Стратегија за развој на ЈИЕ до 2020 година, која, пак, ќе претставува соодветна рамка на севкупното стопанско работење.

Во ова поглавје извршени се истражување и комплексна анализа на применетите стратегии за адаптација во регионот на ЈИЕ, односно во земјите од соседството (Албанија, Србија и Косово) и споредба со Република Македонија. Компаративната анализа е направена врз основа на прашалник за испитаниците на три исти франшизни бизнис системи во наведените земји. Последново, од причина за остварување еднозначност и релевантност на добиените резултати.

Четвртото поглавје го обработува работењето на франшизите на македонскиот пазар. Тука детално се анализираат повеќе постоечки франшизи во Република Македонија од неколку аспекти, и тоа: постојната состојба; примена на стратегијата на стандардизација наспроти стратегијата на адаптација на франшизите во Република Македонија; идентификување на стратегиите за адаптација кај франшизите во Република Македонија. Покрај ова, особено внимание е посветено на: начинот на нивното работење; компатибилноста помеѓу франшизерот и франшизантот; почитувањето на нормите и правилата наложени од франшизерот врз франшизантот; адаптабилноста на стратегиите на локалитет; пазарна конкурентност и прилагодливост. Ова поглавје се базира врз наодите добиени од претходно спроведено истражување на франшизните компании во Република Македонија, што дава одговор колку македонските франшизери го прилагодуваат работењето на франшизниот бизнис во однос на географската позиционираност на Република Македонија, локалното население, како и пазарната конкурентност. Воедно, направен е обид да се истражит користа од спроведувањето на стратегиите за стандардизација наспроти стратегиите за адаптација на еден мал, но специфичен пазар како што е македонскиот.

Во ова поглавје, се третирани групи/подрачја на маркетинг миксот (производ, цена, дистрибуција и промоција) и за секое прашање од прашалникот направена е анализира и даден е соодветен коментар. Притоа, за секое прашање е користена методата на хи-квадрат тест, за која во почетокот на оваа точка се презентирани одредени теоретски и практични информации. По секоја третирана група/подрачје од маркетинг миксот прикажани се заклучоците од истражувањето, како и завршни

заклучоци од истражувањата презентирани во оваа точка.

Заклучните согледувања се синтеза на најзначајните констатации, оценки и ставови изнесени во трудот, како и на сознанијата за одделни состојби во светот и во Република Македонија. Овде се дадени критички согледувања за достигнувања во светските рамки и анализирана е состојба во земјава со понатамошни насоки за одредени подобрувања или евентуални корекции на веќе постоечките франшизни системи.

Научниот придонес

Научниот придонес на докторската дисертација произлегува од фактот што таа претставува истражувањето за утврдување на неопходноста на примената на стратегии за адаптацијата на франшизата кои ќе придонесат франшизниот бизнис успешно да функционира и остварува поголем профит, со посебен осврт на Република Македонија. За таа цел е спроведено емпириско истражување на седумдесет франшизи во Република Македонија за да се утврди степенот и видот на адаптација за пазарот во Република Македонија.

Методолошкиот приод на истражувањето во докторската дисертација е детерминиран од специфичноста на проучуваната проблематика и од потребата за користење соодветни извори на податоци. Оттаму, при истражувањето беа користени повеќе научно-истражувачки методи: анализа и синтеза, статистичка, компаративна и историска метода, индуктивно-дедуктивна метода, хи-квадрат тест метода.

Со цел осознавање на суштинските аспекти на истражувањето при презентирањето на материјалот се користени методите на теоретската и емпириската анализа. Притоа, во емпириската анализа беше користен статистичкиот метод, со примена на квантитативни техники за обработка на податоците и пресметување на релевантни показатели врз основа на кои беа донесени релевантни заклучоци за проучуваната проблематика.

Во проучувањето се користени податоци од Државниот завод за статистика, како и расположливи информации од други институции. За обезбедување соодветна теоретска заснованост и емпириска аргументација на проучувањето на стратегиите за адаптација кои можат да најдат примена во франшизите во различни локални економии беше користена соодветна научна и стручна литература од домашни и странски автори. Освен тоа, беа користени закони, прирачници, извештаи, годишници, информации добиени преку интернет и др.

За прибирање примарни податоци во рамките на емпириското истражување беа користени методолошките техники на интервју и анкета.

Глобализацијата на светските пазари наметна нови критериуми на водење бизнис, посебно

на меѓународните или глобалните бизниси кои се одвиваат во рамки на различни пазарни опкружувања. Разликата на тие опкружувања и влијанијата на разни фактори врз водењето на бизнисот бараат следење, анализа и прилагодување на условите на одредени пазари, со што еден бизнис би имал можности за опстанок, напредок и финансиски профит. Франшизата како бизнис модел за ширење на компанијата на странски пазари е специфичен сегмент за истражување на адаптациите кои се прават.

Состојбата на франшизите во Република Македонија е во корелација со глобалните трендови кои ја следат истата во нејзиното функционирање. Франшизите се дел од франшизните системи на кои припаѓаат и се корисници на стекнатите искуства и знаења на целиот франшизен систем. Секоја франшиза работи во средина и опкружување во кое е затекната на одредена територија. Условите во кои работи франшизата на една територија се едни и единствени за тој пазар на одредена територија и едни и единствени за таа економија на одредена земја.

Сите фактори кои влијаат на работата на франшизата се релевантни за нејзиниот успех. Франшизата мора да се прилагоди/адаптира на тие постоечки фактори доколку сака да биде оддржлива и рентабилна. Кои фактори ќе се земат предвид, кои стратегии ќе се применат за адаптирање на франшизата кон влијанијата од опкружувањето е прашање на бизнис политика на секоја франшиза посебно. Влијанието на тие фактори доведува до неминовност дека во работењето на франшизата ќе дојде до одредени промени. Глобалните компании кои работат со франшизни системи и оперираат на различни територии ја сфатиле потребата на прилагодување на условите на работа.

Во Република Македонија функционираат околу 80 франшизи со свои специфичности, кои претставуваат основа за потреба од адаптација. Најголем дел од франшизантите кои користат франшизи од франшизери надвор од Република Македонија се компании кои почнале како мали бизниси или како претприемачи.

Од резултатите кои произлегоа од направеното истражување за потребите на овој труд следуваат следниве заклучоци кои ќе придонесат во креирање претстава за состојбите на франшизингот во Република Македонија:

Подрачјата на примена на франшизите во Република Македонија се мали во однос на можните подрачја во кои се користи франшизата во светот. Многу франшизни бизниси се применува во земјите во светот во подрачја, а истите не се присутни во Република Македонија. Тоа дава голема перспектива за отварање на франшизни бизниси во многу можни подрачја.

Развојот на франшизингот во Република Македонија е потребно да се одвива во два сегмента:

Првиот сегмент е унапредување на условите за франшизно работење во Република

Македонија и тоа во повеќе области.

По примерот на другите земји да се формираат асоцијации или здруженија на франшизи кои би биле членки и на глобалните здруженија од кои може да се добиваат совети и помош за напредок на франшизиното работење, како на постојните членки на тие здруженија, така и на потенцијалните компании или претприемачи кои сакаат да започнат франшизен бизнис. Да се искористи и таканаречениот нетворкинг или вмрежување на франшизерите и франшизантите за да се разменат искуства и нови можности кои се на располагање за поуспешен бизнис. Да се формираат помошни асоцијации или центри кои би помагале во повеќе области.Тие би ги спојувале заинтересирани корисници или даватели на услуги кои би примале или давале правни или финансиски консултации за франшизното работење. Компаниите или претприемачите кои сакаат да започнат нов бизнис имаат поголеми можности за преживување на својот бизнис, бидејќи влегуваат под име и водство на компанија кое веќе има искуство во работењето и истото ќе го искористи како голема поддршка како во почетокот така и во понатамошното работење на бизнисот. Република Македонија треба да го следи трендот на околните земји во транзиција во чија економија сè повеќе влегува франшизата. Потребна е промоција на франшизата преку запознавање на претприемачите со предностите кои ги овозможува франшизното работење и припаѓање на систем кој веќе има искуство во водење на конкретниот бизнис.

Од аспект на национално делување потребни се неколку чекори кои би придонеле кон поголемо сознание и поткрепа за франшизното работење. Воведување на предмети во високото образование (економските факултети) кои би го изучувале франшизното работење, воспоставување законска регулатива која ќе го третира франшизинг во правна категорија. Потребно е поттикнување на банкарскиот сектор, франшизата да ја перцепира како перспективен и релативно сигурен бизнис модел .

Македонските компании треба во франшизата да видат начин на проширување на својот бизнис, како на домашниот пазар така и да направат експанзија и излез на странските пазари.

Втората фаза во развојот на франшизингот во Република Македонија е унапредување на работењето на веќе постојните франшизи.

Зголемување на свесноста за можностите на франшизингот, односно добро познавања на функционирањето на франшизниот бизнис модел, можат да дадат поголем бенефит за секој учесник во франшизата. Специфичноста на секој франшизен систем не дава можност за единствена формула за успех на секој франшизант. Факторите кои влијаат на секој франшизна единица се специфични и потребна е нивна прецизна анализа.

Франшизите кои функционираат во Република Македонија имаат специфични фактори на

влијание од окружувањето. Потребно е да се има сознание за импактот на тие факторите врз работењето на франшизите. Доколку се прават истражувања за видовите и степенот на влијанијата на факторите, би можело да се превземат соодветни мерки за адаптација на франшизното работење соодветно на условите во кои работат. Ако се има релевантни податоци за влијанието на факторите, може да се превземат превентивни мерки за нивното влијани за да не доведат до негативни последици. Или тие податоци да се искористат за да се добие што поголем бенефит од тие влијателни фактори. Информациите и податоците од истражувањата на влијателните фактори можат да се искористат и како корективни мерки за состојбите во кои се наоѓаат франшизите во Република Македонија за да го подобрат своето работење. За подобрувања во работењето, франшизите во Република Македонија, потребно е да користат една од мерките а тоа е да се има стручен кадар во нивното работење. Истиот ќе може да ги истражува, анализира, обработува и применува добиените податоци за влијанијата на факторите на окружување. Потоа преку избор и примена на правилни стратегии да се дојде до очекуваниот резултат, а тоа е зголемен профит. Доколку нема можност да има сопствен кадар тогаш е потребно да користи надворешна експертска помош. Ова се однесува на сите фази во работењето на франшизата, од анализа на состојбите, преку донесување на соодветни стратегии и имплементирање на истите, до добивање на посакуваните резултати успешно функционирање на франшизата и остварување профит. Друга мерка која е потребно да ја користат франшизите во Република Македонија е да се има што подобра адаптираност на состојбите на пазарот на кој што функционираат, согласно стандардизацијата која што ја наметнува секој франшизен систем. Франшизантот и неговиот менаџмент да бидат способни да донесуваат правилни и навремени одлуки на основа на анализите на состојбите на окружувањето. Со правилното менаџирање да се искористи потенцијалот на подрачјето на фукционирање од сите гледни точки. Воедно да се искористи максимално вредноста што ја има франшизата како специфичен бизнис модел.

Покрај стандардизацијата, правилата и нормите поставени од франшизерот на франшизантот во однос на работењето, развивањето, опстојувањето и рекламирањето на брендот, се појави неопходна потреба од примена на низа стратегии за адаптации со цел приближување на франшизните производи, стоки или услуги на локалното население, правејќи ги истите подостапни и поблиски до потошувачите. Истражувањето покажува дека појавата на адаптацијата на франшизите има една крајна цел - зголемување на профитот на франшизантот.

Неопходноста на примената на стратегии за адаптацијата на франшизата кои ќе придонесат франшизниот бизнис успешно да функционира и остварува поголем профит во Република Македонија е неминовна.

Атрактивноста и перспективата на франшизниот бизнис како во светски рамки така и во Република Македонија претставуваат мотив и поттик за сите сегашни или идни учесници во франшизниот бизнис, за поголема инволвираност во процесите на франшизното работење, како што се истражување на условите на работење и можностите за унапредување и развој на истите, комуникација со другите учесници во франшизингот со цел поголеми резултати во своето работење.

2.2.2. Објавени научни трудови

2.2.2.1. Пред избор во звање доцент

Во својот професионален и научен развој, до изборот во звање доцент,
д-р Вера Бошковска покрај докторската дисертација објавила 4 научни трудови .

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци (а1)

1. **Boshkovska, Vera,** Ljubisha Nikolovski and Radmil Polenakovic. 2016. „Influence of the cooperation between the franchisor and the franchisee on franchising business systems implementation and development in the Republic of Macedonia*", Mechanical Engineering Scientific Journal*, 34 (2). (EBSCO).

2. Erceg, Aleksandar, **Boshkovska Vera,** 2020, „Franchising in Macedonia –Opportunities and threats", *UTMS Journal of Economics*, 11(2): 171–182, Decembar 2020.

б) Научни трудови објавени во зборници на трудови од меѓународни научни конференции (а2)

1. Blazeska, Daliborka, Dragan Petrovski, and **Vera Boskovska**, 2018. **"**The Application of integrated marketing communications in creating competitive advantage of the higher education institutaions. *ICON BEST 2018 - 6 th International Congress for Business, Economy, Sport and Tourism, 2018 global aeducation, skills and competencies:How to deliver high quality business education in accordance with the market needs.", 15 th October 2018,* Skopje: University of Tourism and Management.

2. Nikolovski, Ljubisha and **Vera Boshkovska**, 2016. „Business relations with the franchisor - a significant factor in the implementation and development of the franchised business", *In Proceedings of the Fifth International Conference for Business, Economy, Sport and Tourism -*

ICON BEST 2016: Global Tourism Challenges in 21st Century, Skopje, Republic of Macedonia, 8th of October 2016, 99-113. Skopje: University of Tourism and Management.

2.2.3. Анализа на објавените научни трудови и научниот придонес на кандидатот

Објавените научни трудови, Рецензентската комисија темелно ги проучила и оценила и ги смета за валидни во постапката за избор на кандидатот д-р Вера Бошковска во наставно-научно звање доцент.

2.2.3.1 Пред избор во звање доцент

Рецензентската комисија после прегледот на сите трудови на кандидатот, за приказ и оценка од посебно значење за научниот придонес од областа и предметот во кој кандидатот се избира, посебно земајќи го во предвид меѓународниот карактер ги издвои следниве трудови:

а) Научни трудови кои се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен управувачки одбор и меѓународни рецензенти и/или се застапени во една од релевантните библиографски бази на податоци

1. **Boshkovska, Vera**, Ljubisha Nikolovski and Radmil Polenakovic. 2016. „Influence of the cooperation between the franchisor and the franchisee on franchising business systems implementation and development in the Republic of North Macedonia“, Mechanical Engineering Scientific Journal, 34(2): 409-414.

- *Достапност на трудот:* http:// www.Mech.Eng.Sci-j-34-2-2016 Boškovska-Nikolovski-Polenakovikj.pdf
- *Вид на трудот (категорија):* оргинален стручен труд (original scientific paper)
- *Опсег на трудот:* 1,0 а.а.
- *Објавен во:* а) Списание со меѓународен уредувачки одбор, меѓународни рецензенти, b) индексирано во бази на податоци EconLit, ABI/INFORM (ProQuest), Social Science Premium Collection (ProQuest), EBSCO, INIS (International Nuclear Information System).
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Трудот е каталошки евидентиран:* Print ISSN: 1857-5293, e-ISSN: 1857-9291
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 33%
- *Бодови според член 95-а, став 6 од Законот за Високото образование на Република Северна Македонија*: 2 бодови
- *JEL класификација:* C5

Опис на трудот
Добрата деловна соработка со франшизорот е најважниот елемент за успешна имплементација на системот за франшизирање и реализација на успешни перформанси. Без оваа соработка, успехот е доведен во прашање. Постојаната соработка и поддршка од страна на франшизорот подразбира комплексен пакет на меѓусебно поврзани услуги со цел да им помогне на успешното управување со бизнисот и остварувањето на профитот. Целта на соработката е да се намалат можностите за неуспех, да се обезбедат успешни цели и да се избегнат грешките карактеристични при започнување

на бизнис преку реализирање на ефикасни деловни односи.
Потенцијалниот франшизер може да донесе правилна одлука да го започне својот бизнис со франшиза, а особено подоцна за развој на бизнисот, доколку претходно ги анализирал и ги уредил деловните односи што треба да се воспостават и изградат помеѓу франшизорот и франшизата. Истражувањето кое беше спроведено преку анкетирање и интервјуирање на околу 30 франшизери во Република Северна Македонија имаше за цел да ја скенира реалната состојба на соработката помеѓу франшизорот и франшизата.

Научен допринос на трудот
Во овој труд научниот допринос се гледа во научното преставување на принципите на овој бизнис формат како нераскинлив дел на современото живеење. Зголемениот број претприемачи сакаат да започнат сопствен бизнис, а условно кажано, имаат доволно вистински ресурси и финансии, но немаат знаење и искуство. Затоа ја идентификуваат франшизата како можност за отворање сопствен бизнис со објективно намален ризик на неуспех поради поддршката на франшизорот и користење на неговото знаење и успешен бизнис концепт.
Точно се наведени кои принципи и критериуми треба да бидат задоволени како би можело да се организира и развива франшизата како бизнис концепт.

Личен допринос на авторот
Личниот придонес на авторите во овој труд се согледува во нивната специјалност да ги истакнат предностите од работењето со овој бизнис модел, од гледна точка на давателот на франшизата - франшизорот, а особено неговиот корисник - франшизантот, односно определување на основните насоки за тоа како еден претприемач може да отпочне мал бизнис со франшизиран бизнис модел.

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како оригинален научен труд (original scientific paper).

Erceg, Aleksandar, **Boshkovska Vera,** 2020, „Franchising in Macedonia –Opportunities and threats", *UTMS Journal of Economics*, 11(2): 171–182, Decembar 2020.

- *Достапност на трудот:* https://utmsjoe.mk/files/Vol.11.No.2/FRANCHISING_IN_MACEDONIAOPPORTUNITIES_AND_THREATS.pdf
- *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
- *Опсег на трудот:* 0,8 а.а
- *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
- *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
- *Проценет придонес на авторот:* 50%
- *JEL класификација:* M30, M31

Опис на трудот
Овој труд претставува детално истражување на влијанието на релевантни фактори во опкружувањето при развој на фрашизата. Направено е истражување во Македонија и Хрватска за исти фактори на влијание. Користена е ПЕСТ анализа како би се посочило како влијаат, политичките, економските, социјалните и технолошките фактори врс развојот на франшизата. Анализирани се мислењата од сегментите банкарство, консултанство и аквокатурата како засегнати страни од франшизно работење.

Научен придонес на трудот
Научниот придонес на трудот претставуваат добиените резултати од истражувањето спроведено меѓу 15 патиципанти од Македонија и од Хрватска насочени во функција на анализа за влијателни фактори за франшизно работење и нивни мислења и ставови. Ова претставува дел франшизниот развој на двата пазара.

Личен научен придонес на авторот
Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 50 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на проблематиката на франшизингот како бизнис модел и состојбите на истиот во Република Северна Македонија,

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

б) Научни трудови кои се објавени во зборници на трудови од меѓународни научни конференции (а2)

1. Blazeska, Daliborka, Dragan Petrovski, and **Vera Boskovska** and , 2018.**"** The Application of integrated marketing communications in creating competitive advantage of the higher education institutaions. *ICON BEST 2018- 6 th International Congress for Business, Economy, Sport and Tourism, 2018 global aeducation, skills and competencies:How to deliver high quality business education in accordance with the market needs." . 15 th October 2018,* Skopje: University of Tourism and Management

   - *Достапност на трудот:* http:// https://iconbest.utms.edu.mk/images/Zbornici/Abstract_book.pdf
   - *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
   - *Опсег на трудот:* 1,1 а.а
   - *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
   - *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
   - *Проценет придонес на авторот:* 40%
   - *JEL класификација: M30,* M31

Опис на трудот
Овој труд е истражување спроведено со цел да се докаже поврзаноста помеѓу интегрираните маркетинг комуникации и постигнувањето на конкурентни предност.
Концептот на интегрирани маркетинг комуникации особено ги истакнува
важноста на комуникацијата со клиентите, инсистирајќи на тоа дека институциите треба
ги координираат сите нивни пораки упатени кон одредени сегменти на пазарот. Едностранa маркетинг комуникацијата е застарена, а традиционалните маркетинг техники се заменет со современи двонасочни техники за комуникација насочени кон специфичен групина клиенти. Главната задача на маркетингот на организацијата е да се најде таму каде што се нејзините клиенти. Истражувањето се заснова на студија на случај, а резултатите можат да ги користат сите засегнати страни во високото образование кои се заинтересирани да ја подобрат својата конкурентска предност, но исто така може да биде корисно за научната јавност вклучена во истражувања поврзани

со клучот

Научен придонес на трудот
Научниот придонес на трудот претставуваат добиените резултати од истражувањето за укажување за координирање на комуникацијата со клиентите како двонасочна комуникација.Придонесот на трудот е во давање на насоки за адаптација на интергрираните маркетинг стратегии на секој пазар.

Личен научен придонес на авторот
Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 33% и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење и се состои во неговото теоретско и методолошко знаење и детално елеборирање на начините за адаптација на маркетинг стратегиите на глобалниот пазар

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review)

2. Nikolovski, Ljubisha and **Vera Boshkovska**, 2016. „Business relations with the franchisor - a significant factor in the implementation and development of the franchised business", *In Proceedings of the Fifth International Conference for Business, Economy, Sport and Tourism - ICON BEST 2016: Global Tourism Challenges in 21st Century, Skopje, Republic of North Macedonia, 8th of October 2016, 99-113*. Skopje: University of Tourism and Management.
   - *Достапност на трудот:* http://iconbest.utms.edu.mk/images/Zbornici/ICONBEST_2016.pdf
   - *Вид на трудот (категорија):* прегледен труд (review)
   - *Опсег на трудот:* 0,8 а.а
   - *Јазик на кој е напишан трудот:* Англиски
   - *Бодување на бројот на автори на трудот:* 100% (до 3 автори)
   - *Проценет придонес на авторот:* 50%
   - *JEL класификација:* M30, M31

Опис на трудот
Овој труд претставува детално истражување на влијанието на добрите бизнис релации со франшизерот како главен влијателен фактор за успешно имплементирање на франшизингот. Поддршката од франшизерот вклучува основна и продолжена обука во смисла на маркетинг и продажба, дневни и месечни состаноци со стручни лица, сметководствени системи, унапредување на квалитетот на производите, финасиска подршка, истражување и развој. Подршката зависи и од развиеноста на бизнисот. Со минувањето на времето и развојот на бизнисот се менува и самата под ршка. Во оваа фаза поддршката се насочува кон обуката на останатите вработени, унапредување на веќе всопоставените системи и вмрежување со останатите франшизанти за остварување на поголеми цели и размена на искуства. Успехот на франшизантот не значи само успех на франшизерот, туку значи и зголемен профит.
Научен придонес на трудот
Научниот придонес на трудот претставуваат добиените резултати од истражувањето спроведено меѓу 30-тина франшизанти во Република Северна Македонија насочени во функција на
соработката низ остварување ефикасни бизнис релации е да се намалат шансите за неуспех, да се овозможи успешност на целите и избегнување на грешките карактеристични при отпочнување на бизнис. Ова претставува дел од франшизниот пакет чија логика е новиот бизнис да биде профитен.

Личен научен придонес на авторот
Личен научен придонес на авторот во овој труд изнесува 50 % и се состои во неговото теоретско и методолошко владеење на проблематиката на франшизингот како бизнис модел и состојбите на истиот во Република Северна Македонија,

Рецензентската комисија го прифаќа ставот на странските рецензенти кои овој научен труд го оцениле како прегледен труд (review).

2.3. Оценка на севкупната научна дејност

Научниот придонес и објавените научни трудови на кандидатот ја потврдуваат нејзината повеќегодишна активна научна дејност, и ја афирмираат д-р Вера Бошковска како признат научник.

Научниот и истражувачкиот опус на кандидатот, д-р Вера Бошковска, опфаќа 4 научни трудови, од кои 2 се во категорија а1, со оглед на тоа што се објавени во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци, а освен тоа, објавила и 2 трудови од категорија а2, со оглед на тоа што се објавени во зборници на трудови од меѓународни научни конференции.

Анализираните научни трудови на кандидатот посветени се на научни истражувања и изучување на проблематики од подрачјето на економските науки, област применета економија, економика на претпријатија и друго.

Кандидатот во својата научно-истражувачка работа покажала способност за критичко размислување и интерпретација на научни сознанија од други автори, способност за примена на научни методи, интерпретација, споредување на теоретски сознанија, изведување на сопствени валидни заклучоци, како и надградување или продлабочување на постојните сознанија со што со своите трудови дава значаен научен придонес во областа на применета економија, економика на претпријатија и друго, за која се предлага избор во наставно-научно звање доцент. Д-р Вера Бошковска успешно ги користи современите научно-истражувачки методи и ги прилагодува на предметот на истражување. Врз основа на досегашните светски и домашни научни достигнувања, правилно го нагласува нивниот научен придонес, ги прилагодува и ги надградува со свои истражувачки научни сознанија и на тој начин значително придонесува за теоретските знаења од областа на применета економија, економика на претпријатија и друго.
д-р Вера Бошковска поседува систематски и аналитички пристап кон проблемот на истражувањето, доследно ја применува научно-истражувачката методологија и се обидува да го презентира специфичното подрачје на проблематика кое го изучува на научно соодветен начин, користејќи релеванти домашни и странски библиографиски извори.

Анализирајќи и оценувајќи ја научно-истражувачката дејност на кандидатот, може да се заклучи дека д-р Вера Бошковска е квалификувана со соодветни научни методи квалитетно да обработува актуелни теми од областа на маркетингот, економија и друго. Кандидатот континуирано ја следи современата домашна и странска научна и стручна литература од доменот на научната проблематика која ја истражува. Во своите трудови покажува дека добро ги владее методите на научни истражувања, дека ја владее материјата од научното подрачје кое го истражува, дека критички интерпретира научни сознанија на други автори, како и дека на соодветен научно-истражувачки начин, не само што ги проширува и продлабочува постојните сознанија, туку и дава нов придонес во научното подрачје за кое се избира.

Во вкупната оценка на научната дејност на кандидатот, се потенцира следното:

- Кандидатот е 5 ***години активна во научно-истражувачката работа****;*
- Изработила и одбранила докторска дисертација;

- Објавила 2 ***научни трудови од категорија а1*** — во меѓународно признати списанија и публикации кои имаат меѓународен уредувачки одбор и меѓународни рецензенти и се застапени во една од релеватните библиографски бази на податоци, реферирани за подрачјето на општествените науки (**EBSCO** – 2 труд);
- Во зборници на трудови ***категорија на трудови а2,*** објавила вкупно ***2 трудови***;
- Научни трудови објавува на англиски јазик (4);
- Сите вреднувани и анализирани трудови се објавени во рамките на научното подрачје на општествени науки и научното поле на маркетинг;
- Активно учествувала на вкупно ***2 меѓународно научни конференции*** *(2 одржани во во земјата)*, со што покажала дека се вклучува во актуелни научни дебати од научното подрачје со кое се занимава, резултатите од сопствените концептуални и емпириски истражувања ги презентира и за нив критички дискутира со научни и други учесници на научни конференции, и придонесува во обликување на критички ставови, предлози и препораки за унапредување на применетата економија во доменот на маркетингот и маркетинг практиката.

Разгледувајќи и оценувајќи ги објавените научни трудови, Рецензентската комисија заклучува дека резултатите од научната дејност на д-р Вера Бошковска по својот оспег, квлитет и научен придонес, значајно ја збогатуваат економската наука, а особено областа на применета економија, економика на претпријатија и друго. Исто така, Рецензентската комисија заклучува дека кандидатот, д-р Вера Бошковска, е активен истражувач и со својата научна работа значајно ги унапредила научните сознанија во научното подрачје за кое бара избор во наставно-научно звање, како и дека нејзините научни трудови и научен придонес ја афирмираат како научник во подрачјето на општествените науки, полето на економија, област на применета економија, економика на претпријатија и друго.

Оценувајќи ја научната дејност на кандидатот, очигледно е дека кандидатт ги задоволува потребните критериуми. Според тоа, Рецензентската комисија заклучува дека кандидатот д-р Вера Бошковска во целост е квалификувана за избор во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, Научно-истражувачко поле 503, Економски науки, област: 50325, Маркетинг, 50309 Меѓународна економија и 50329 Друго, во согласност со условите дефинирани во Член 125 Став 3 од Законот за Високото образование на Република Македонија („Службен весник на Република Македонија“ бр. 82/2018).

3. АНАЛИЗА И ОЦЕНКА НА СТРУЧНАТА ДЕЈНОСТ НА КАНДИДАТОТ

3.1. Рецензии

3.2. Оценка на севкупната стручна дејност

Наведентите факти создаваат заокружена слика за кандидатот, д-р Вера Бошковска како активна и стручно определена личност, која со своите пишани стручни трудови и низата на стручни предавања, своите широки познавања несебично ги пренесува и на пошироката јавност, како што се модерните трендови во општите постапки на примена на новите современи маркетинг и менаџерски техники и концепти заради унапредување на менаџерските вештини и иновирање на делувањето на современите организации.

Во своите стручни трудови, кандидатот успешно ги применува своите теоретски и практични знаења за решавање на проблематики во подрачјето на економијата и маркетингот. Вкупниот стручен придонес на кандидатот е исклучително плоден, при што посебно се потенцира синтезата на различните, но меѓусебно комплементарни дисциплини кои се во фокус на нејзиниот интерес (маркетинг и економија), како и интеграцијата и поврзувањето на знаењата и мислењата за идниот економски развој на државата и успешното менаџирање со организациите и институциите.

5. ЗАКЛУЧОК, МИСЛЕЊЕ И ПРЕДЛОГ НА РЕЦЕНЗЕНТСКАТА КОМИСИЈА

Откако направивме увид во севкупното научно, научно-стручно и стручно творештво на д-р Вера Бошковска, увид во одбранетите и објавени трудови, увид во биографските податоци и наставната ангажираност, ние како Комисија заклучивме дека врз основа на член 125 став 3 од Законот за високото образование на Република Македонија за Критериуми за избор во наставно-научно звање доцент:

15. Кандидатот д-р Вера Бошковска има научен степен доктор на науки од научната област во која се избира.
16. Кандидатот д-р Вера Бошковска има објавени четири научно-истражувачки трудови во соодветната област во меѓународни научни списанија кои се од соодветната област.
17. Исто така, врз основа на биографските податоци на кандидатот, како и презентираните согледувања за нејзините постигнувања на полето на научно-истражувачките и наставните активности (научни и стручни трудови, семинари, конференции) во земјата и странство – можевме да заклучиме дека станува збор за професионално изграден кандидат со исклучителна комуникативност и успешност во извршување на работните обврски.
18. Затоа цениме дека кандидатот може со успех да ја обавува наставната дејност по група предмети од областа на економските дисциплини на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје.

Земајќи ги во предвид сите горенаведени заклучоци, Комисијата има исклучително задоволство да му предложи на **Наставно - научниот совет на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје, д-р Вера Бошковска** да ја избере во наставно-научно звање доцент, за научно-истражувачко подрачје 5 Општествени науки, Научно-истражувачко поле 503, Економски науки, област: 50325, Маркетинг, 50309 Меѓународна економија и 50329 Друго.

Рецензентска комисија:

д-р Далиборка Блажеска, вонреден професор, претседател, с.р.

д-р Зоран Ивановски, редовен професор, член, с.р.

д-р Валентина Муцунска Палевска, вонреден професор, член, с.р.

Табела 1. Рекапитулација на научните и стручните трудови на кандидатот

Вид на трудот	Пред избор во доцент		Вкупно
НАУЧНИ ТРУДОВИ 1. Научни трудови објавени во списанија со меѓународно призната рецензија	2		2
2. Научни трудови објавени во зборници од меѓународни научни конференции	2		2
3. Научни трудови објавени во зборници од домашни научни конференции			
4. Книги			
ВКУПНО НАУЧНИ ТРУДОВИ			4
СТРУЧНИ ТРУДОВИ 1. Стручни трудови објавени во списанија, ревии			
2. Проекти и рецензии			
3. Прирачници			
ВКУПНО СТРУЧНИ ТРУДОВИ			
4. Други трудови			
ВКУПНО НАУЧНИ И СТРУЧНИ ТРУДОВИ			4