

**РЕФЕРАТ
ЗА ИЗБОР НА НАСТАВНИК ВО СИТЕ ЗВАЊА ОБЛАСТ
МЕНАѢМЕНТ СИСТЕМИ НА ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ ПРИ
УНИВЕРЗИТЕТОТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ ВО ШТИП**

Со Одлука бр.1202-126/39 од 4.11.2019 година донесена на 179 седница на наставно-научниот совет на Економски факултет, одржана на 31.10.2019 година, определени сме за членови на Рецензентска комисија за избор на наставник во сите звања област МенаѢмент системи на Економски факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип.

Конкурсот за овој избор беше објавен во весниците „Слободен печат“ и „Коха“ од 09.10.2019 година и во предвидениот рок се пријави д-р Елена Веселинова, доцент на Економски факултет при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип.

Врз основа на приложената документација од кандидатот, чест ни е на Наставно - научниот совет на Економски факултет да му го поднесеме следниов:

ИЗВЕШТАЈ

Биографски податоци

Д-р Елена Веселинова (Николова) е родена на 6.10.1985 година во Штип, Р. Македонија. Основно образование завршува во ДООУ „Димитар Влахов“ во Штип како најдобар ученик во генерацијата. Средно образование завршува во гимназијата „Славчо Стојменски“ во Штип во генерацијата 2000-2004, повторно како најдобар ученик во генерацијата. Во средношколските денови редовно учествува на државни и меѓународни натпревари по математика, физика, македонски, англиски и латински јазик и има освоено бројни високи признанија и награди.

Во 2004 година се запишува на Економски факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје и дипломира на департамнтот за менаѢмент во 2008 година, со просечен успех од 9,84, вбројувајќи се меѓу најдобрите студенти од нејзината генерација. Во февруари 2009 година ги започнува постдипломските студии по МБА – МенаѢмент, исто така на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Испитите ги завршува со просечен успех од 10,00. Магистрира на 9.11.2010 година со одбрана на магистерскиот труд на тема: „Градење на стратегија на претпријатијата во текстилната индустрија на Р.Македонија“.

Д-р Елена Веселинова го продолжува високото образование со упис на трет циклус на студии во декември 2011 година на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје во научната област менаѢмент. Докторира на 27.11.2014 година со одбрана на докторскиот труд: „Корпоративниот бренд како извор на одржлива конкурентска предност за компаниите“.

Веднаш по дипломирањето, од ноември 2008 година се ангажира како волонтер за асистент на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип. Истовремено, го гради своето искуство и се усовршува во практикувањето на менаѢмент вештините како асистент на управителот на „Ангротекс“ Доо Штип. Од септември 2011 до јуни 2014 година работи како помлад асистент, а од јуни 2014 како асистент на Економскиот факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип со ангажман на предмети од областа на менаѢментот. Од 16.4.2015 година, д-р Елена Веселинова е доцент на Економски факултет при Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип покривајќи ја наставата по

предметите: Стратегиски менаџмент, Инвестиционен менаџмент, Менаџмент, Портфолио менаџмент, Теорија на одлучување.

Кандидатот одлично ги познава англискиот и италијанскиот јазик и солидно германскиот. Исто така, одлично ги познава алатките на Microsoft Office, Adobe, Project Manager, Comfar III Expert, SPSS и неколку ERP апликации.

Во текот на своето студирање и работа, таа остварува опсег на активности, трудови, посета и учество на конференции како во земјата така и во странство. Учествува на бројни домашни и меѓународни симпозиуми, научни расправи, стручни собири, конференции, средби, семинари, обуки и јавни дебати, во земјава и во странство (Италија, Турција, Грција, Бугарија, Србија, Хрватска, Романија, Франција, Германија и др.). Учествува во неколку научноистражувачки проекти од национален и од меѓународен карактер и досега има објавено над 50 научни и стручни трудови, книги, делови од книги и студии. Член е и рецензент во неколку уреднички одбори на меѓународни списанија, како и член на организациски и уредувачки одбор на меѓународните конференции во организација на Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип.

Редовно учествува на обуки и предавања од областа на менаџментот. Ги има посетено предавањата на проф. д-р Исак Адисес од областа на управување со промените, предавањата на светски познатиот проф. д-р Филип Котлер на тема „Маркетинг и менаџмент предизвиците во 21 век“ и на Тим Ринго, врвниот менаџер за човечки ресурси на компанијата IBM. Има учествувано на семинари од областа на меѓународниот бизнис, законот за работни односи и унапредување на сметководствениот систем на претпријатијата во организација на Стопанската комора на Р.Македонија.

Таа е и вклучена во работата на различни комисии и проекти, била ментор на дипломци и магистранти, а тековно е раководител на катедра Менаџмент при Економскиот факултет на Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип.

Д-р Елена Веселинова беше ментор на тимот на Економскиот факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, кој беше во топ 5 победници на Ротман - Европскиот натпревар за тргување на берзи кога Р.Македонија за прв пат имаше свој претставник на таков престижен натпревар.

Законски услови кои треба да ги исполнува кандидатот за избор во звање вонреден професор

1. Просечен успех од најмалку 8.00 (осум) на интегрираните студии од прв и втор циклус студии:
 - Остварен просечен успех на прв циклус студии од 9.84 и остварен просечен успех на втор циклус на студии од 10.00;
2. Доктор на науки од научната област во којашто се избира:
 - Доктор на економски науки со одбранет докторски труд на тема: „Корпоративниот бренд како извор на одржлива конкурентска предност на компаниите“ на Економски факултет при Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје во 2014 година;
3. Доцент од научната област во која се избира:
 - Елена Веселинова со одлука бр. 1202-96/3 од 16.4.2015 година на 97 седница на Наставно – научниот совет на Економски факултет при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип е избрана за доцент во научната област Менаџмент системи;
4. Има способност за изведување на високообразовна дејност;
5. Објавени најмалку пет рецензирани научни труда во референтна научна публикација согласно со овој закон во последните пет години пред објавување на огласот за избор:
 - Има објавено повеќе научни трудови од соодветната научна област во референтни научни публикации кои се во целост наведени во доставениот список на трудови и приложени со копија од секој труд, а овде ги издвојуваме следниве трудови како

позначајни:

Бр.	Автор	Наслов на трудот	Списание / Издавач	Години на излегување на списанието
1	Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija	Evaluating the Brand With Radical Transparency. (2019)	Brand Culture and Identity: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. ISBN DOI: 10.4018/978-1-5225-7116-2.ch006	Од 1988 година
2	Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija	Radical Transparency and Brand Equity as Key Factors for Successful Business Strategy. (2018)	Digital Marketing and Consumer Engagement: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. ISBN DOI: 10.4018/978-1-5225-5187-4.ch071	Од 1988 година
3	Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija and Gruevski, Ilija	Municipal Bonds as an Alternative Way of Financing. (2018)	Lambert Academic Publishing, Germany. ISBN 978-613-9-81782-5	Од 2002 година
4	Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija	Building Brand Equity and Consumer Trust Through Radical Transparency Practices. (2017)	IGI Global, Hershey, PA 17033, USA. ISBN 9781522524175	Од 1988 година
5	Veselinova, Elena and Parlev, Vladimir	Assessing the Contribution of Human Capital on Business Performance with Focus on the IT Industry in the Republic of Macedonia. pp. 1311-1317. (2016)	Journal of Research in Business, Economics and Management, 8 (1). ISSN 2395-2210	Од 2015 година
6	Veselinova, Elena and Miceski, Trajko and Gogova Samonikov, Marija	The Corporate Brand: An Intangible Resource as a Basis for Sustainable Competitive Advantage. (2016)	Journal of Economics, 1 (1). ISSN 1857-8632	Од 2015 година
7	Gruevski, Ilija and Fotov, Risto and Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena	Prospects and Constraints of the SMEs Sector from the East-Planning Region in the Republic of Macedonia: A SWOT Analysis Survey of the Entrepreneurial Environment. ISSN 978-609-8239-00-3 (2018)	5th International Conference on New Ideas in Management, Economics and Accounting.	Од 2014 година

8	Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Gruevski, Ilija and Fotov, Risto and Binovski, Risto	Municipal Bonds in Developing Countries. Case Study: Municipality of Stip, Republic of Macedonia. (2017)	Management Dynamics in the Knowledge Economy	Од 2013 година
9	Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Fotov, Risto and Gruevski, Ilija	Readiness of municipalities in the developing countries for issue of municipal bonds through the analysis of their budget accounts (overview of the municipality of Stip - R.Macedonia). (2016)	International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)	Од 2015 година
10	Gruevski, Ilija and Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Fotov, Risto	Evaluation of underwriter's municipal bond purchase proposal (predetermination of the proceedings in the case of eventual negotiated sale of municipal bonds in the city of Shtip). (2016)	International Journal of Management and Applied Science	Од 2015 година

Наставно-образовна и научноистражувачка дејност

Кандидатот, доц. д-р Елена Веселинова од 1.10.2008 година, ја започнува својата работа како волонтер за асистент, а потоа од 1.9.2011 година како помлад асистент од област менаџмент на Економски факултет на Универзитет „Гоце Делчев“ Штип. Во тој период таа ги покрива вежбите по предметите: Стратегиски менаџмент, Инвестиционен менаџмент, Менаџмент, Хартии од вредност и портфолио менаџмент, Менаџмент на мал бизнис и Теорија на одлучување, кои на почетокот се реализираат во наставниот центар во Штип, а подоцна и во наставните центри во Струмица, Кочани, Радовиш и Скопје. Во 2014 година кандидатот е избран во звање асистент за истата област и продолжува да ја извршува истата дејност на Економски факултет, изведува вежби, при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип. На 16.4.2015 година Елена Веселинова на 97 седница на Наставно – научниот совет на Економски факултет е избрана во звање доцент од област Менаџмент системи и почнува со реализирање на предавања и вежби по предметите: Стратегиски менаџмент, Инвестиционен менаџмент, Хартии од вредност и портфолио менаџмент, Деловно планирање и Теорија на одлучување. Набрзо потоа кандидатот доц. д-р Елена Веселинова почнува да ја врши и функцијата раководител на катедра Менаџмент на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип на чија што позиција се наоѓа и денес.

Научната евалуација на научните трудови на кандидатот д-р Елена Веселинова за периодот од изборот во доцент е следнава:

Тези

1. Veselinova, Elena (2014) *Корпоративниот бренд како извор на одржлива конкурентска предност на компаниите*. PhD thesis, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“.

Учебни помагала

2. Veselinova, Elena (2019) *Стратегиски менаџмент во текстилната индустрија*. ISBN 978-608-244-625-7.
3. Veselinova, Elena (2019) *Стратегиски менаџмент во текстилната индустрија - практикум*. ISBN 978-608-244-626-4.

4. Veselinova, Elena (2015) *Стратегиски бренд менаџмент - скрипта*. ISBN 978-608-244-150-4.
5. Veselinova, Elena (2015) *Стратегиски бренд менаџмент - практикум*. ISBN 978-608-244-149-8.

Книги

6. Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija and Gruevski, Ilija (2018) *Municipal Bonds as an Alternative Way of Financing*. Lambert Academic Publishing, Germany. ISBN 978-613-9-81782-5
7. Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija (2017) *Building Brand Equity and Consumer Trust Through Radical Transparency Practices*. IGI Global, Hershey, PA 17033, USA. ISBN 9781522524175
8. Fotov, Risto and Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Gruevski, Ilija (2017) *Опитинските обврзници како алтернативен извор за финансирање и ефикасно менаџирање со прибраните средства за локален економски развој со посебен осврт на опитина Штип*. Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип. ISBN 978-608-244-453-6

Делови од книги и поглавја

9. Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija (2019) *Evaluating the Brand With Radical Transparency*. In: Brand Culture and Identity: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. IGI Global, Hershey, PA, USA. ISBN DOI: 10.4018/978-1-5225-7116-2.ch006
10. Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija (2018) *Radical Transparency and Brand Equity as Key Factors for Successful Business Strategy*. In: Digital Marketing and Consumer Engagement: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. IGI Global, Hershey, PA, USA . ISBN DOI: 10.4018/978-1-5225-5187-4.ch071

Трудови

11. Veselinova, Elena and Atanasovski, Viktor (2019) *Креирање на стратедиска конкурентска предност*. Годишен зборник, Економски факултет, 17. pp. 107-118. ISSN 1857-7628
12. Veselinova, Elena and Milevski, Goce (2018) *Местото и значењето на текстилната индустрија во националната економија на Република Македонија: учество во БДП, извозот и вработеноста*. Годишен зборник 2018, 15 (10). ISSN 1857-7628
13. Veselinova, Elena and Tashev, Ordance (2018) *Согледаниот квалитет како клучна димензија на капиталот на брендот*. Годишен зборник 2018, 15 (10). ISSN 1857-7628
14. Dimovska, Emilija and Veselinova, Elena (2018) *Анализа на предностите и недостатоците на одделни стратедиски алтернативи за влегување во меѓународниот бизнис*. Годишен зборник 2018, 15 (10). ISSN 1857-7628
15. Gruevski, Ilija and Fotov, Risto and Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena (2018) *Prospects and Constraints of the SMEs Sector from the East-Planning Region in the Republic of Macedonia: A SWOT Analysis Survey of the Entrepreneurial Environment*. 5th International Conference on New Ideas in Management, Economics and Accounting. ISSN 978-609-8239-00-3
16. Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Gruevski, Ilija and Fotov, Risto and Binovski, Risto (2017) *Municipal Bonds in Developing Countries. Case Study: Municipality of Stip, Republic of Macedonia*. Management Dynamics in the Knowledge Economy, 5 (2). pp. 155-174. ISSN 2392-8042
17. Gruevski, Ilija and Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Fotov, Risto (2016) *Evaluation of underwriter's municipal bond purchase proposal (predetermination*

- of the proceedings in the case of eventual negotiated sale of municipal bonds in the city of Shtip*. International Journal of Management and Applied Science, 2 (12). pp. 11-17. ISSN 2394-7926
18. Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Fotov, Risto and Gruevski, Ilija (2016) *Readiness of municipalities in the developing countries for issue of municipal bonds through the analysis of their budget accounts (overview of the municipality of Stip - R.Macedonia)*. International Journal of Management and Applied Science (IJMAS), 2 (8). pp. 44-47. ISSN 2394-7926
 19. Miceski, Trajko and Veselinova, Elena (2016) *Сигнализирањето на наталитетот и очекуваното траење на животот во Р.Македонија и Русија за креирањето на стратегија за развој на човечките ресурси*. VI International scientific and practical conference: Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective, 1 (1). pp. 56-66.
 20. Veselinova, Elena and Gogova Samonikov, Marija (2016) *Стратегиски фактори на капиталот на брендот*. VI International scientific and practical conference: Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective, 1 (1). pp. 302-309.
 21. Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena (2016) *Менаџирањето со Е-финансиите како предизвик пред македонската и руската економија*. VI International scientific and practical conference: Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective, 1 (1). pp. 328-333.
 22. Veselinova, Elena and Parleev, Vladimir (2016) *Assessing the Contribution of Human Capital on Business Performance with Focus on the IT Industry in the Republic of Macedonia*. Journal of Research in Business, Economics and Management, 8 (1). pp. 1311-1317. ISSN 2395-2210
 23. Veselinova, Elena and Miceski, Trajko and Gogova Samonikov, Marija (2016) *The Corporate Brand: An Intangible Resource as a Basis for Sustainable Competitive Advantage*. Journal of Economics, 1 (1). ISSN 1857- 8632
 24. Gruevski, Ilija and Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Fotov, Risto (2016) *Evaluation of underwriter's municipal bond purchase proposal (predetermination of the proceedings in the case of eventual negotiated sale of municipal bonds in the city of Shtip)*. In: The IRES 49th International Conference, Rome, Italy.
 25. Gogova Samonikov, Marija and Fotov, Risto and Gruevski, Ilija and Veselinova, Elena (2015) *SWOT analysis of the emission of municipal bonds in the Republic of Macedonia (comparative with the Republic of Croatia)*. Academics World 10-th International Conference, Istanbul, Turkey. pp. 23-26. ISSN 978-93-85832-62-8
 26. Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena (2015) *Импlications на финансиските иновации врз банкарскиот сектор – примена на нови финансиски инструменти во банкарското работење*. Yearbook, Faculty of Economics, Goce Delcev University - Stip, 7 (1). pp. 67-74. ISSN 1857- 7628
 27. Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena (2015) *Импlications на финансиските иновации врз банкарскиот сектор – примена на нови финансиски методи во банкарското работење*. Yearbook, Faculty of Economics, Goce Delcev University - Stip, 7 (1). pp. 75-82. ISSN 1857- 7628

Проекти

28. Fotov, Risto and Gogova Samonikov, Marija and Veselinova, Elena and Gruevski, Ilija and Binovski, Risto (2017) *„Форми на финансирање на растот на малите и средните претпријатија со фокус на источен плански регион во Република Македонија“*. [Project]

29. Fotov, Risto and Miceski, Trajko and Gogova Samonikov, Marija and Gruevski, Ilija and Veselinova, Elena and Binovski, Risto (2015) *Општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање и ефикасно менаџирање со прибраните средства за локален економски развој со посебен осврт на општина Штип.* [Project]

Согласно потребите за овој Реферат следува конкретната евалуација на трудовите во периодот од 2014 до 2019 година.

Евалуација на труд број 1: *Корпоративниот бренд како извор на одржлива конкурентска предност на компаниите:* Предмет на истражување на оваа докторска дисертација претставува значењето и важноста на корпоративниот бренд за долгорочната профитабилност на компаниите, првенствено во Република Македонија, а потоа и на глобално ниво, земајќи ја предвид комплексноста на окружувањето како сумарен фактор што сè повеќе го отежнува процесот на создавање нова вредност и нејзиното ефектуирање во стабилна профитабилност.

Докторската дисертација го анализира прашањето дали изворите на одржлива конкурентска предност произлегуваат од потенцирањето на внатрешните предности и елиминирањето на внатрешните слабости или, пак, тие резултат на успешно искористување на можностите во окружувањето и избегнување на надворешните ограничувања. И покрај напорите на бројни автори за поддршка на втората теза, современата научната мисла од областа на стратемскиот менаџмент ја нагласува првата варијанта. Затоа следи анализата на нематеријалните средства и нивната (и)мобилност, како неопходен услов за одржлива конкурентска предност. Анализата на идејата за корпоративниот бренд како сублимат на сите типични ресурси и способности на компанијата резултира во рамка за создавање и одржување на посакуваната конкурентска предност. Оваа теза се докажува низ призмата на VRIO концептот. Докторската дисертација го анализира феноменот на брендирањето и неговата поврзаност со процесот на создавање нова вредност, а со тоа и одржлива конкурентска предност. Аргументите ја поддржуваат улогата на корпоративниот бренд во: обезбедување на поголемо пазарно учество, создавањето на бариери за влез на нови конкуренти, остварувањето на производно и пазарно проширување, обезбедувањето на премиум цена, привлекувањето на квалитетна работната сила, обезбедувањето лојалност кај потрошувачите и стимулирањето иновации. Ова води кон анализа на односот меѓу т.н. стратемски ѕвезди: визијата, културата и имиџот на компанијата, како неопходен услов за градење и управување со корпоративниот бренд.

Во основата на оваа докторска дисертација е пентагонот на корпоративниот бренд: раѓање, дефинирање, артикулирање, мерење и експанзија на корпоративниот бренд. Моделот е компилација на модели од светски познати автори, глобално потврдени од страна на големите корпорации. Прагматичноста на овој модел се докажува преку воспоставувањето на капиталот на корпоративниот бренд: свесноста за корпоративниот бренд, нивото на согледаниот квалитет на производите/услугите, кои асоцијации корпоративниот бренд ги буди и каква е лојалноста на потрошувачите кон брендот. Оправданоста на сите теоретски и практични сознанија во оваа дисертација се потврдува преку евалуацијата на корпоративниот бренд која се образложува преку неколку варијанти: капиталот на корпоративниот бренд како мерило за вредноста на брендот, финансиски пристапи за вреднување на корпоративните брендови, интегрирање на финансиите и маркетингот преку пристапот „најдобра пракса“, ланецот на вредности на корпоративниот бренд и повратот на инвестициите во корпоративниот бренд. На овој начин се заокружуваат напорите за разбирање, примена и евалуација на корпоративниот бренд како извор на конкурентска предност.

Евалуација на труд број 2: *Стратемски менаџмент во текстилната индустрија* – скрипта: Ова учебно помагало е посветено на градењето стратегија на текстилните

претпријатија која се базира на утврдена конкурентска предност. Истражувањето опфаќа анализа и оценување на екстерното окружување на текстилната индустрија. Преку неа се идентификуваат критичните можности и ограничувања во општото и посебно окружување на текстилните претпријатија. Но, надворешното окружување не е единствената детерминанта на профитот на претпријатијата. За да се разбере суштината на нивното работење неопходно е „да се погледне“ длабоко во нивното внатрешно окружување. Тогаш стапува на сцена анализата на интерното окружување преку која се утврдуваат внатрешните стратегиски фактори на претпријатието, односно предностите и слабостите на секое претпријатие. Преку оваа анализа се согледуваат клучните детерминанти за создавање одржлива конкурентска предност. Секоја успешна стратегија се базира на ваква одржлива конкурентска предност што произлегува од единствените ресурси и способности на претпријатието. Наједноставните прашања поврзани со постоењето на кое било претпријатие бараат најсложени одговори: што (да) работи претпријатието, зошто токму тоа, каде (да) оди, зошто токму таму, кого да вработи, зошто токму тој/таа? Секое претпријатие, независно од дејноста, просторот и времето во кое функционира, се стреми да ја подобри или во крајна линија да ја задржи својата пазарна позиција. Во денешни услови да се работи успешно е повеќе од предизвик. Причините за сè поголемата неизвесност во окружувањето во кое делуваат организациите се разновидни. Елиминирањето на економските бариери меѓу земјите и зголемената конкуренција ги засега сите деловни субјекти низ светот. Организациите секојдневно се соочуваат со предизвикот од економските, политичките и технолошките промени. Потрошувачите како еден од најважните стеикхолдери во окружувањето имаат свои потреби, навик и вкусеви кои стануваат сè поразновидни и попретфинети, а претпријатијата треба соодветно да одговорат на таквите суптилни барања, доколу сакаат да ги задржат постојните и да привлечат нови. Во ова учебно помагало е вклучена анализа на моменталната конкурентност и се нудат начини за создавање одржлива конкурентска предност на претпријатијата од текстилната индустрија. Текстилните претпријатија во Р.Македонија треба да се посветат на развој на конкурентска стратегија за настап на домашниот и странските пазари со која ќе успеат да остварат повисока додадена вредност на финалниот производ, а со тоа и поголеми приходи и повисока профитабилност. За таа цел, неопходно е за се изгради стратегија на претпријатијата во текстилната индустрија, кои се основни носители на севкупните активности во оваа индустрија, земајќи предвид дека токму таа е една од најзначајните индустрии во Р. Македонија. Како трудоинтензивна индустрија, текстилната индустрија обезбедува значаен број работни места, сепак, тоа што во моментот е загрижувачки е ниското учество на текстилната индустрија во вкупно креираната додадена вредност во националната економија. Затоа, потребен е еден проактивен пристап на стратегиско планирање и дејствување на текстилните претпријатија, со цел да ја зголемат својата конкурентност и да се подготват за успешен настап на странските пазари. Во учебното помагало се презентирани одредени согледувања за конкурентноста на текстилните претпријатија во Р.Македонија и нивната сегашна и потенцијална позиција во потрагата по нови пазари, приходи и нормално, профит.

Евалуација на труд број 3: *Стратегиски менаџмент во текстилната индустрија* – практикум: Во ова учебно помагало е вклучена анализа на моменталната конкурентност и се нудат начини за создавање одржлива конкурентска предност на претпријатијата од текстилната индустрија. Текстилните претпријатија во Р.Македонија треба да се посветат на развој на конкурентска стратегија за настап на домашниот и странските пазари со која ќе успеат да остварат повисока додадена вредност на финалниот производ, а со тоа и поголеми приходи и повисока профитабилност. За таа цел, неопходно е за се изгради стратегија на претпријатијата во текстилната индустрија, кои се основни носители на севкупните активности во оваа индустрија, земајќи предвид дека токму таа е една од најзначајните

индустрии во Р. Македонија. Како трудоинтензивна индустрија, текстилната индустрија обезбедува значаен број работни места, сепак, тоа што во моментот е загрижувачки е ниското учество на текстилната индустрија во вкупно креираната додадена вредност во националната економија. Затоа потребен е еден проактивен пристап на стратегиско планирање и дејствување на текстилните претпријатија, за да ја зголемат својата конкурентност и да се подготват за успешен настап на странските пазари. Материјата што се обработува е структурирана во точки и потточки, со еден логичен редослед на разработка на содржината и претворање на теоретските сознанија во практични истражувања. Во ова учебно помагало – практикум се опфатени 18 вежби преку кои се комплетираат сите фази и елементи на процесот на стратегиски менаџмент, со посебен фокус на текстилната индустрија. Наједноставните прашања поврзани со постоењето на кое било претпријатие бараат најсложени одговори: што (да) работи претпријатието, зошто токму тоа, каде (да) оди, зошто токму таму, кого да вработи, зошто токму тој/таа? Секое претпријатие, независно од дејноста, просторот и времето во кое функционира, се стреми да ја подобри или, во крајна линија, да ја задржи својата пазарна позиција. Овој практикум го поддржува таквиот процес.

Евалуација на труд број 4: Стратегиски бренд менаџмент – скрипта: е систематски и логички подреден на современ начин и во четири глави (тематски целини) се прикажани карактеристиките, значењето и актуелноста на стратегискиот бренд менаџмент како важна научна дисциплина. Материјата е презентирана со јасен, студиозен, стручно методолошки пристап и низ бројни практични примери. Поради ваквиот стил и модел на презентираниот материјал студентите ќе можат без тешкотија да ја совладаат оваа материја. Трудот е поткрепен со бројни табеларни прегледи како основа на анализите, истражувањата и констатациите по клучните прашања содржани во трудот. Тие, исто, така претставуваат аргументација и одговор на бројните прашања за улогата, значењето и перспективата на стратегискиот бренд менаџмент како научна дисциплина.

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

Евалуација на труд број 5: Стратегиски бренд менаџмент – практикум: претставува континуирана заложба на авторот да ја оформи потребната литература од областа на стратегискиот менаџмент за студентите кои се соочуваат со анализа на прашања од оваа современа проблематика.

Трудот е напишан на оригинален начин и во него е опфатена комплексноста на проблематиката од областа на стратегискиот бренд менаџмент. И покрај тоа што во нашата земја постои мал број и опфат на јавно презентирани литература од оваа област, сепак проблематиката разработена со оваа методологија и во овој обем е неопходна за студентите на Економскиот факултет, за студентите кои ги изучуваат сродните економски проблематики и други дисциплини. Може да се каже дека трудот претставува научен материјал со висок квалитет, кој може да се примени за стекнување на широки знаења од доменот на актуелностите во стратегискиот менаџмент, за студентите, за ентитетите (деловните субјекти) кои тековно или потенцијално се ангажираат во процесот на градење и управување со брендот како едно од највредните средства на бизнисот. Во таа смисла, учебното помагало претставува едукативен пишан стручен труд кој обработува ваква проблематика кај нас, приспособен на потребите за образование и едукација во областа на економските науки. Затоа сметаме дека овој практикум е особено значаен, како од теоретски, така и од практичен аспект за актуелните и идните професионалци кои се занимаваат со конкретната проблематика.

Евалуација на труд број 6: *Municipal Bonds as an Alternative Way of Financing*: е книга во која се зборува дека општините во земјите во развој се соочуваат со потреби за дополнителни финансиски ресурси со цел да се спроведе серија активности и проекти. Ваквите активности ќе овозможат не само централизиран развој на главниот град, туку независно економско заживување на општините. Концентрацијата на сите единици во главниот град предизвикува нееднаква дистрибуција на индустриите, населението, приходот и така натаму. Општинските обврзници треба да послужат како алтернативен, поевтин начин за финансирање на општините. За да се избегне кредитниот ризик во емисијата на општинските обврзници, неопходно е ефективно да се користат средствата, а ефективноста произлегува од соодветна распределба и управување. Овој процес може значително да придонесе за развојот на општината, особено ако се спроведува со пониски трошоци. Заживувањето на децентрализацијата е неизбежно и неопходно. Затоа оваа книга има за цел да ги разгледа можностите за емисија на локални обврзници во Република Македонија.

Евалуација на труд број 7: *Building Brand Equity and Consumer Trust Through Radical Transparency Practices*: Во оваа книга која се опфаќа создавањето на бизнис вредност и конкурентна предност кои се од суштинско значење за секоја компанија во модерниот корпоративен сектор. Со развојот на позитивни односи со потрошувачите, бизнисите можат подобро да ја одржат лојалноста на своите клиенти. Градење на капитал и доверба на потрошувачите преку радикални и транспарентни практики е иновативен референтен извор за новите научни перспективи за улогата на брендирање во организациски контексти и техники за одржување на профитабилен и искрен однос со потрошувачите. Оваа книга е идеално дизајнирана за менаџери, истражувачи, професионалци, студенти и практичари заинтересирани за развој на креирање на вредност во современиот бизнис, истакнувајќи голем број на релевантни теми како што се управување со ризик, иновации на производи и бренд свесност. Многу академски области се опфатени во оваа публикација, но не се ограничени на: Бренд свесност, Корпоративно управување, Ангажирање на вработените, Иновација на производи, Справување со ризици, Менаџмент на снабдувачки синџири, Квалитет на работната сила итн.

Евалуација на труд број 8: *Општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање и ефикасно менаџирање со прибраните средства за локален економски развој со посебен осврт на општина Штип* е монографија која е сублимат од низата оригинални научни истражувања кои произлегле во рамките на проектот „Општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање и ефикасно менаџирање со прибраните средства за локален економски развој со посебен осврт на општина Штип“. Монографијата опфаќа анализа на подготвеноста на земјите во развој за издавање општински обврзници, преку согледување на состојбите во регионот, вклучувајќи анализа на емисијата на општински обврзници во Сплит, Република Хрватска, што ќе се користи како бенчмарк за анализа и подготовка на емисија на општински обврзници во Република Македонија. Во рамките на овој труд, подготвена е и SWOT анализа за издавање општински обврзници во Република Македонија преку која се согледуваат клучните фактори од окружувањето кои би влијаеле на потенцијалната емисија на локални обврзници, со посебен фокус на општина Штип. Токму затоа, во монографијата е вклучен и дополнителен дел посветен на оценка на подготвеноста на општините во развој за издавање на општински обврзници преку детална анализа на нивните буџетски сметки, фокусирајќи се на анализа на буџетските сметки на Општина Штип во периодот 2006-2015 година. За таа цел пресметани се корелациските врски помеѓу домашното задолжување и расходите на општина Штип, корелациските врски помеѓу каматните плаќања на домашните кредитори и приходите на општина Штип, како и повеќекратна праволиниска регресија и корелација помеѓу приходите, домашните задолжувања и депозитите на општина Штип. Монографијата вклучува евалуација на

предлози за купување општински обврзници, со претходно утврдување на постапка во случај на евентуална спогодбена продажба на општински обврзници во градот Штип. Во овој дел детално се елаборирани спогодбената наспроти конкурентска продажба и предложена е соодветна постапка за реализација на спогодбена продажба на првата емисија на општински обврзници на општина Штип. Како логичен чекор за заокружување на оваа монографија во водич за емисија и тргување со локални обврзници, подготвен е проспект за издавање и тргување кои детално ги објаснува сите составни компоненти на еден таков проспект. Во монографијата е анализиран пример за ефикасна употреба на средствата од продажбата на потенцијалната обврзница на општина Штип преку инвестирање во центар за рехабилитација кој ќе го експлоатира термалниот извор Кежовица. Економско-финансиската ефикасност на инвестицијата финансирана преку емисија на локални обврзници е прикажана преку инвестициски критериуми кои ја докажуваат рентабилноста и ликвидноста на инвестицискиот проект. На овој начин, се постигнува оправданоста за емисијата на локалните обврзници како алтернативен начин за финансирање и поддршка на локалниот економски развој. Целта на истражувањето е да се оцени потенцијалот за поврат на инвестицијата, односно ефикасноста и рентабилноста на проект, кој не само што ја верификува оправданоста за користењето на локалните обврзници како релативно евтин долгорочен извор на финансиски средства, туку значително придонесува за зголемување на вредноста на локалниот аутпут како компонента на националниот економски раст, и уште повеќе, земајќи ги предвид сè поактуелните барања за општествено одговорно однесување, демонстрира вредност за широк ранг стейкхолдери на долг рок. Резултатите од истражувањето, проектирани во форма на конвенционални инвестициски критериуми, во комбинација со кратка финансиска рачио анализа, потврдуваат дека може да се постигне ефикасна употреба на општинските обврзници како алтернативен начин за финансирање на локалниот економски развој преку инвестирање во долгорочно одржлив и профитабилен проект како што е анализираниот пример за центар за рехабилитација. Токму затоа, не само препораките од оваа монографија, туку и сумарните сознанија од целиот проект ја стимулираат и ја поддржуваат емисијата на ваквите финансиски инструменти кои ќе ја одиграат својата примарна улога – преку соодветен финансиски леверидж да бидат значаен фактор за економскиот развој. Монографијата „Општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање и ефикасно менаџирање со прибраните средства за локален економски развој со посебен осврт на општина Штип“ е наменета за поширок круг корисници. Првенствено, таа треба да служи како водич за емисија на локални обврзници, користен од страна на локалните власти, понатаму, како информатор и мотиватор за потенцијалните инвеститори во ваков вид финансиски инструменти, како и за студентите на економските и други факултети кои ја изучуваат оваа проблематика и за сите други заинтересирани читатели, со цел да им се доближат на теоретските и практичните сознанија од оваа област и сите читатели и потенцијални учесници во емисијата и тргувањето со локални обврзници.

Евалуација на труд број 9: *Evaluating the Brand With Radical Transparency*: се однесува на оправдувањето на сите теоретски знаења во оваа книга потврдени преку евалуација на брендот, кој е анализиран во ова поглавје од книга. Вреднувањето на брендот преку радикална транспарентност е разработено преку неколку варијанти: капитал на бренд како мерка за вредноста на брендот, финансиски пристапи кон вреднување на брендови, интеграција на финансии и маркетинг преку пристапот со најдобри практики за оценување на брендот и синџирот на вредности на брендот. На тој начин се доаѓа до напорите за разбирање, примена и оценување на капиталот на брендот како извор на конкурентска предност преку призмата на радикална транспарентност.

Евалуација на труд број 10: И трудот *Radical Transparency and Brand Equity as Key Factors for Successful Business Strategy* е поглавје на книга која го анализира феноменот

на брендирање и поврзаниот процес на создавање нова вредност, а со тоа и одржлива конкурентна предност преку препознавање на концептот на радикална транспарентност. Рамнотежата на брендот е заеднички именител на сите материјални и нематеријални ресурси на компанијата, количината на нејзините способности, секоја активност која укажува на повисока вредност, било каков обид да се биде подобар и да постигнете повеќе. Затоа, освен тоа, капиталот на брендот е елабориран како извор на вредност за бизнисот. Ова поглавје ја разгледува улогата на капиталот на брендот во обезбедувањето поголемо пазарно учество, создавајќи влезни бариери за нови конкуренти, постигнување на производството и ширење на пазарот, обезбедување на ценовна премија, привлекување квалитетна работна сила, обезбедување на лојалност на потрошувачите и поттикнување на иновациите. За брендот вистински да обезбеди вредност треба да биде повеќе од имицот на компанијата или позицијата на производот - брендот треба да биде обединувачка сила во компанијата, обезбедувајќи го бизнисот со насока и цел.

Евалуација на труд број 11: *Креирање на стратемиска конкурентска предност:* Во фокусот на овој труд е анализата на креирањето на конкурентска предност, како предуслов за стратемиски-долгорочен опстанок на организацијата во услови на совршена конкурентска структура на пазарот. Главната дел е да се дефинира и сублимира потребата за разбирање на натпреварот, како и на потрошувачите преку истражување на натпреварот, согледување на основите на конкурентската маркетинг стратегија, базирана врз креирање на вредности за потрошувачите, како и воочување на потребата од балансирање на ориентациите на потрошувачите и конкурентите во изградувањето на вистинска пазарно-ориентирана организација. Резултатите од истражувањето водат кон заклучок во кој се потенцира дека денешните компании се соочуваат со најтешката конкуренција досега. Разбирањето на клиентите е важен прв чекор во развивањето на врски со клиентите, но тоа не е доволно. За да добијат конкурентска предност, компаниите мораат да го употребат ова разбирање за да дизајнираат понуди на пазарот кои носат поголема вредност од оние на конкурентите кои се борат за истите клиенти. Конкурентската интелигенција нуди големи предности во областа на развивањето на производите. Познавањето на напредокот на производите, процесите и технологијата на конкурентите е многу корисно во конкурентскиот пазар. Трговската тајна, информација која создава вредност за компанијата бидејќи останува тајна, често создава голема љубопитност кај конкурентите. Компаниите понекогаш одат далеку да ги откријат овие тајни. Тие развиваат техники за да дојдат до информации, понекогаш на границите на етиката и законот.

Евалуација на труд број 12: *Местото и значењето на текстилната индустрија во националната економија на Република Македонија: учество во БДП, извозот и вработеноста:* Фокусот на овој труд е анализата на улогата на текстилната индустрија во националната економија на Република Македонија. Главната цел е да се утврди што ја одредува вистинската структура во оваа конкретна индустрија и како тоа влијае на националните економски категории, како што се: бруто домашниот производ, извозот и нивото на вработеност. Резултатот од истражувањето е дека повеќе од една третина од вкупниот извоз, како и повеќе од една третина од вработеното население во производствениот сектор, е дел од текстилната индустрија, но оваа индустрија создава само 3% од националниот БДП. Заклучоците покажуваат дека погоре наведената статистика се должи на многу ниското ниво на дополнителна вредност кај сите производи што го сочинуваат извозот на оваа индустрија. Се очекува развиените земји да ги задржат креативните активности на производниот процес во своите ланци на вредности и да ги пренесат основните производствени активности во други помалку развиени земји. Но, текстилните компании од земјите во Југоисточна Европа (меѓу кои и Република Македонија) би можеле да ја играат улогата на мост помеѓу модерните текстилни брендови и непознатите производители од Средниот и Далечниот Исток.

Евалуација на труд број 13: *Согледаниот квалитет како клучна димензија на капиталот на брендот.* Во фокусот на овој труд е анализата на согледаниот квалитет како клучна димензија на капиталот на брендот. Главната цел е да се дефинираат и сублимираат клучните специфики на димензијата квалитет, односно согледан квалитет и да се понуди можност за препознавање на начините кои компаниите можат да ги користат за унапредување на односот согледан квалитет – задоволство на потрошувачите – зголемена профитабилност. Резултатите од истражувањето водат кон заклучоци дека остварувањето високо ниво на квалитет не е доволно. Треба да се создадат или да се променат перцепциите на потрошувачите. Едноставно, да се пренесе конзистентна порака за квалитет во и околу компанијата.

Евалуација на труд број 14: *Анализа на предностите и недостатоците на одделни стратегиски алтернативи за влегување во меѓународниот бизнис.* Во фокусот на овој труд е анализата на предностите и недостатоците на одделни стратегиски алтернативи за влегување во меѓународниот бизнис. Главната цел е да се дефинираат и сублимираат предностите и недостатоците на одделни стратегиски алтернативи, а преку анализа на клучните специфики на секоја од понудените алтернативи, се нуди можност за препознавање на најсоодветниот избор за проширување на бизнисот кој може да го применат претпријатијата. Резултатите од истражувањето водат кон заклучоци дека постои доминантност на СДИ како меѓународна стратегија во однос на останатите алтернативи, но потребно е да се нагласи дека најчесто оваа стратегиска алтернатива ја реализираат странски претпријатија во рамките на Република Македонија, а за жал ограничен број македонски претпријатија на странските пазари.

Евалуација на труд број 15: Трудот насловен *Prospects and Constraints of the SMEs Sector from the East-Planning Region in the Republic of Macedonia: A SWOT Analysis Survey of the Entrepreneurial Environment* се однесува на детектирање на перспективите и ограничувањата на мали и средни претпријатија од источно-планскиот регион на Република Македонија. Економскиот профил презентира овде, само го потврдува големото значење за севкупната состојба на регионалната економија, бидејќи бројките покажуваат дека над 99% од сите активни претпријатијата од овој регион спаѓаат во оваа категорија. Во овој труд е опфатена и анализа на перспективите и ограничувањата кои се дизајнирани како компаративна студија за силните страни, слабостите, можностите и заканите собрани од спроведените интервјуа и документи на испитуваниците. Овој труд цели да обезбеди понатамошни индикации и ја открие појдовната точка за следните серии на дополнителни истражувања во рамките на проектот наречен “Форми на финансирање на растот на малите и средните претпријатија со фокус на источно-планскиот регион во Република Македонија”. При проценката на стандардните елементи од оваа тема, се препорачуваат и сет на мерки за интеракција, за целта на подобрување на претприемничкото опкружување. Истражувањето открива дека навистина, финансиските проблеми се реални и присутни за малите и средни фирми, и дека традиционалните извори, како што се банкарските заеми, не се совпаѓаат со растечките потреби за финансирање на овие фирми, ниту во квантитативна ниту во квалитативна смисла. Ова дава само дополнително оправдување на истражувачките напори што ги планираат авторите на трудот за да се постигне континуируваниот контекст на проект по кој е работен овој труд. Клучните области на кои се однесува овој труд се малите и средни претпријатија, Република Македонија, SWOT анализата, источно-планскиот регион, изворите на финансирање за овие претпријатија.

Евалуација на труд број 16: *Municipal Bonds in Developing Countries. Case Study: Municipality of Stip, Republic of Macedonia* е труд кој прави анализа на земјите во развој, особено на Балканот, кои едвај ги користат општинските обврзници како алтернативен начин за финансирање на нивните активности. Овој труд е дел од проектот “Општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање на општинските активности и

ефикасно управување со средствата, со посебен акцент на Општина Штип, Р. Македонија”. Трудот има значајно влијание, според академската и практичната перспектива. Овој труд ја комбинира академската анализа на експертите за потенцијалот на општините, со цел да се олесни успешната емисија на општински обврзници што ќе го поддржат локалниот економски раст. Целта на овој труд е да се испита способноста и подготвеноста на Општина Штип за издавање општински обврзници. Во главната хипотеза се наведува дека Општина Штип може да издаде општинска обврзница како алтернативен начин за финансирање на инвестиционите активности. Истражувањето ја вклучува класичната СВОТ анализа во врска со Општина Штип и продолжува со статистичка анализа базирана на корелација и регресија во рамките на сметките на годишните извештаи на Општината. Методолошката рамка се заснова на квантитативни истражувачки методи (корелации и методи на регресија) кои резултираат со прифаќање на главната хипотеза во трудот - општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање на општинските активности се оправдани, особено ако средствата се поврзани со специфични проект за генерирање приходи. Наодите ќе послужат како основа за изгледите за општинските обврзници, што би била крајната цел за комбинирање на академските сознанија со практичниот потенцијал на Општина Штип. Заклучоците покажуваат дека ова ќе биде првата општинска емисија на обврзници во Република Македонија. Сепак, овој факт може да послужи како предност на пазарот во поглед на воведување на иновации од финансиски инструменти. Овој труд сугерира дека користењето на општинските обврзници е далеку од ризична активност, особено ако средствата се инвестираат во проекти кои генерираат приходи. Општинските обврзници може да бидат поевтин извор на средства за општинските проекти, наместо различни форми на домашни или странски задолжувања. На овој начин, општините можат да го користат овој финансиски инструмент за иницирање и поддршка на локалниот економски раст.

Евалуација на труд број 17: Трудот *Evaluation of underwriter's municipal bond purchase proposal (predetermination of the proceedings in the case of eventual negotiated sale of municipal bonds in the city of Shtip)* е уште еден од трудовите кои го анализираат работењето на општинските обврзници и укажува дека постои одреден степен на погрешна претпоставка за супериорноста на конкурентската продажба како доказ за тоа е укажувањето дека голем дел од емисиите во општините се во форма на преговарано купување. Овој труд ја опишува постапка за преговарање за евентуални емисии на обврзници во општина Штип, Република Македонија. Целта на трудот е да се утврди најекономичен метод за евалуација на предлогот за купување на општински обврзници, во однос на значителното неискуство и дефицит на стручност на внатрешните услуги на градот. Литературата нуди различни мерки достапни за да се споредат релативните трошоци за предлози за финансирање на обврзници. Иако нето каматните трошоци и нето-сегашната вредност се сметаат дека се несоодветни, се открива дека најдобро остварување на емисијата доаѓа од методот на вистинска каматна цена. Во трудот е направена анализа на постапката за пресметка на вистинската каматна цена и времетраење на предлогот на осигурувачот и нивно усогласување согласно единствениот достапен индекс на пазар на обврзници на Македонската берза - ОМБ.

Евалуација на труд број 18: *Readiness of municipalities in the developing countries for issue of municipal bonds through the analysis of their budget accounts (overview of the municipality of Stip - R.Macedonia)* е труд кој поаѓа од фактот дека во земјите во развој, алтернативните начини на финансирање се мали застапени. Овој труд придонесува за разбирање на подготвеноста на овие општини да издаваат општински обврзници како алтернативен начин на финансирање. Целта е да се докаже дека ако фондовите успешно се менаџираат и се поврзани со проектот за генерирање приходи не им е потребна ригидност. Алтернативи за имплементацијата на проектите има премногу, и покрај фактот што

општините се мали. Исто така, и покрај фактот дека општините се мали и економиите во развој обично се централизирани во главните градови во земјата, ниту во Скопје (главниот град во Република Македонија) нема обид да ја реализира општинската обврзница. Се забележува дека во трудот се користени анализа на податоци, статистички пресметки, синтеза и слични методи за анализа на податоци. Користените методи се квалитативна и квантитативна поддршка на тезата на овој труд.

Евалуација на труд број 19: *Сигнализирањето на наталитетот и очекуваното траење на животот во Р.Македонија и Русија за креирањето на стратегија за развој на човечките ресурси:* Светските статистички податоци укажуваат дека наталитетот на населението во голем број земји, а со тоа и на Русија и на Р. Македонија, во последните четириесетина години покажува тренд на опаѓање, со извесно стабилизирање во последниве десетина години. Во тој поглед, пак, очекуваното траење на животот со мали осцилации се зголемува. Така, стапката на наталитет во Р. Македонија во 1980 година е 21,6 ‰ во 1990 година е 17,9 ‰, во 2000 година е 12,6 ‰, а во 2014 година е 11,4 ‰. Додека пак во Русија во истиот период т.е. 1980 година е 15,9 ‰ во 1990 година е 13,4 ‰, во 2000 година е 8,7 ‰, а во 2014 година е 13,4 ‰. Од друга страна, пак, очекуваното траење на живот и во Р. Македонија и во Русија од година во година постепено се зголемува. Во 1980 година просечното очекувано траење на живот во Р. Македонија изнесува 68,7 години, во 1990 година е 71,2, во 2000 е 73,2 а во 2014 година е 75,6 година, а додека пак во Русија во 1980 година изнесува 67,3, во 1990 е 68,9, во 2000 е 65,4, а во 2014 година е 70,6 години. Во согласност со прогнозирањето се очекува дека и во понатамошниот период просечното очекувано траење на животот ќе се зголемува, затоа е потребно од креирањето на стратегија за развој на човечките ресурси, како во однос на доживотно учење, така и во однос на нивното активно дејствување во општествено-економскиот живот. Во овој труд табеларно и графички се прикажани трендовите на движење на наталитетот и очекуваното траење на животот и нивно прогнозирање во наредниот близок период.

Евалуација на труд број 20: *Стратегиски фактори на капиталот на брендот е уште еден од низата трудови на кандидатот и тој поаѓа од тоа дека потрагата по универзална формула за управување со капиталот на брендот, посебно во услови кои водат кон избор на стратегија за настап на меѓународниот пазар може накратко да се опише со една реченица – преку трње, до ѕвездите. Предмет на анализа на овој труд се моделите кои ги синтетизираат факторите што се клучни за успешна експанзија на брендот на нови пазари. Несомнено е тешко да се синтетизира модел кој одговара за секоја компанија, бидејќи компаниите премногу се разликуваат, дури и во рамките на иста дејност, а уште повеќе во различни сектори и на различни пазари. Сепак, преку анализа на современата научна мисла од областа на стратегиското управување со капиталот на брендот, може да се синтетизираат десет т.н. стратегиски фактори кои ги детерминираат односите со капиталот на брендот. Целта на истражувањето е да се утврди нивото до кое компаниите ги имплементираат десетте стратегиски фактори на капиталот на брендот, а потоа да се проценат бенефитите од примената на моделот. Резултатите од истражувањето потврдуваат дека за максимизација на позитивното дејство на овие фактори клучна е поддршката од врвниот менаџмент (оттаму и треба да започне имплементацијата) и негувањето на пристапот за континуирано подобрување.*

Евалуација на труд број 21: *Менаџирањето со Е-финансиите како предизвик пред македонската и руската економија* е следен од листата на трудови издаден во овој период за избор во кој се кажува дека финансискиот систем постои како посебен дел составен од институции и инструменти чиешто функционирање се одвива на финансиските пазар. Тековно постојат и светски процеси кои се надвор од финансискиот систем, ама се условени или влијаат на него. Токму тие процеси влијаат на финансискиот систем. Финансиското опкружување влијае на конкурентската способност на финансиските институции,

предизвикува создавање или развивање на современи пристапи. Овие современи пристапи на финансиските институции предизвикуваат одредена еволуција во функционирањето на финансискиот пазар. Посебно развојот на информатичката технологија предизвикува сè поголемо учество на електронското тргување од една страна, а од друга страна предизвикува и постоење на нови методи во работењето на финансиските институции. Со овие современи методи институцијата цели кон: приближување кон потрошувачот, прв (побрз) пристап до потрошувачот и лидерство на пазарот. Горенаведеното е предизвик пред која било економија и овој труд дава одговор до каде се и како треба да се развиваат руската и македонската економија во однос на електронското работење во финансискиот сектор. За таа цел се користени методи на анализа, синтеза, обработка на податоци кои квантитативно се поткрепени.

Евалуација на труд број 22: *Assessing the Contribution of Human Capital on Business Performance with Focus on the IT Industry in the Republic of Macedonia*: Овој труд претставува истражувачки приод за односот помеѓу човечкиот капитал и деловните перформанси. Целите на студијата беа да се испита врската помеѓу човечкиот капитал и деловните перформанси, особено во ИТ-индустријата во Република Македонија. Понатаму, трудот го утврдува придонесот на човечкиот капитал за деловните перформанси. Во трудот се испитува најважниот аспект на човечкиот капитал и како тој влијае врз деловните перформанси. Резултатите од истражувањето потврдуваат дека аспектите на човечкиот капитал се поврзани со деловните перформанси. Истражувањето открива дека сите аспекти на човечкиот капитал значително придонесуваат за деловните перформанси. Наодите посочуваат дека аспектите на човечкиот капитал на компетентноста и креативноста на вработените се јавуваат како главен фактор што влијае врз деловните активности. Ова подразбира дека компетентноста и креативноста значително ги засилија деловните перформанси во ИТ секторот во Република Македонија.

Евалуација на труд број 23: *The Corporate Brand: An Intangible Resource as a Basis for Sustainable Competitive Advantage* е труд кој укажува дека студиите за изворите на одржлива конкурентска предност во основа се фокусираат на една од следните алтернативи: изолирање на можностите и заканите и опишување на јаките и слабите страни на компаниите или анализа на тоа како да се интегрира првата и втората алтернатива за да се избере соодветната стратегија. Ова е главниот предмет анализа во овој труд. Размислувајќи дека конкурентната предност, а не надворешното опкружување, е примарен извор на профитабилност за компанијата, вниманието на компаниите е насочено кон изворите на одржлива конкурентска предност. Позитивната позиција на компанијата е подеднакво важно прашање во стратегискиот менаџмент, исто како и изборот помеѓу диференцијација и трошковано водство во поширок или потесен сегмент на пазарот. На пример, изборот на стратегија за раководење со трошоците подразбира постоење на: економија на обем, супериорна технологија на процеси, сопственост или пристап до евтини влезови, како и евтина работна сила. Аналогно на ова, предноста на диференцијација вклучува: силен бренд, репутација, заштитена технологија, специфични канали за дистрибуција и специјализација во продажбата и постпродажните услуги. Целта на овој труд е да покаже дека стратегијата на компанијата треба да се дефокусира од побарувањата за монополски профит (да се врати од пазарната моќ) и да ги бара приходите на Рикардо (враќање на ресурсите кои обезбедуваат конкурентна предност во однос на реалните трошоци за таквите ресурси). Корпоративниот бренд како најспецифичен ресурс на компаниите игра таква улога. Процесот на селекција и имплементација на стратегијата треба да резултира со избор кој најефективно го користи овој клучен ресурс. Така, истражувањето вклучува анализа на примерок од компании, користејќи полуструктуриран прашалник и резултатите биле стекнати преку соодветна статистичка анализа. Резултатите од истражувањето доведуваат до јасно разбирање на доминацијата на корпоративниот бренд во однос на карактеристиките што треба да ги исполни еден извор на одржлива конкурентска предност.

Евалуација на труд број 24: *Evaluation of underwriter's municipal bond purchase proposal - predetermination of the proceedings in the case of eventual negotiated sale of municipal bonds in the city of Shtip*: Овој труд ја опишува постапка за преговарање за евентуални емисии на обврзници во општина Штип, Република Македонија. Целта на трудот е да се утврди најекономичен метод за евалуација на предлогот за купување на општински обврзници, во однос на значителното неискуство и дефицит на стручност на внатрешните услуги на градот. Литературата нуди различни мерки достапни за да се споредат релативните трошоци за предлози за финансирање на обврзници. Иако нето каматните трошоци и нето-сегашната вредност се сметаат дека се несоодветни, се открива дека најдобро остварување на емисијата доаѓа од методот на вистинска каматна цена. Во трудот е направена анализа на постапката за пресметка на вистинската каматна цена и времетраење на предлогот на осигурувачот и нивно усогласување согласно единствениот достапен индекс на пазар на обврзници на Македонската берза - ОМБ.

Евалуација на труд број 25: Трудот *SWOT analysis of the emission of municipal bonds in the Republic of Macedonia (comparative with the Republic of Croatia)* истражува дека општините во земјите како што е Република Македонија се соочуваат со потребите за дополнително финансирање за спроведување на активности и проекти. Овие активности ќе овозможат независно економско заживување на општините, а не само централен развој, кој обично е во главните градови. Концентрацијата на сите единици во главниот град предизвикува нееднаква дистрибуција на индустриите, нееднаква дистрибуција на население, приход и така натаму. Затоа овој труд има за цел да ги разгледа можностите и слабостите на издавањето општински обврзници во Република Македонија во споредба со искуството на Република Хрватска. Целта е општински обврзници, да бидат прифатени како алтернативен начин за финансирање на општините во земјите во транзиција. Во текот на истражувањето се користат теоретски и апликативни анализи за извлекување на заклучоци од дадениот наслов.

Евалуација на труд број 26: *Импликации на финансиските иновации врз банкарскиот сектор – примена на нови финансиски инструменти во банкарското работење* е труд кој истражува дека од плеадата финансиски иновации познати во финансиските системи, дел секако припаѓаат на новите финансиски инструменти кои ги користат банкарските институции. Либерализацијата која го следеше финансискиот пазар овозможи низа на новитети кои се анализираат во овој труд. Цел на овој труд е да ги прикаже постојните инструменти и нивните варијанти, како и постоењето на нови деривати кои ги сочинуваат спектарот на инструменти со кои работат банкарските институции. Трудот е теоретски осврт на материјалот, како заклучно согледување.

Евалуација на труд број 27: *Импликации на финансиските иновации врз банкарскиот сектор – примена на нови финансиски методи во банкарското работење* е труд кој зборува дека од плеадата финансиски иновации познати во финансиските системи, дел секако припаѓаат на новите методи кои ги користат банкарските институции за пресметки на ризиците и веројатноста на податоците. Либерализацијата која го следеше финансискиот пазар овозможи низа на новитети кои предизвикаа одредени состојби кои регулативите бараат да се променат. Овој труд анализира состојби со методите на пресметки во банкарското работење. Целта е да покаже дека ригидноста и цврстината во регулативните мерки мора да се зацврстува, особено кога станува збор за банкарските институции. Тоа се институции кои можат да имаат широки импликации врз финансискиот систем. Методи на работење се анализа на податоци и факти, компарација, синтеза и донесување заклучни согледувања.

Кандидатот во последните пет години има работено на два проекти финансирани од Универзитетот „Гоце Делчев“ и тоа:

„Форми на финансирање на растот на малите и средните претпријатија со фокус на источен плански регион во Република Македонија“ чиј предмет на истражување се алтернативните форми за финансирање на растот и развојот на малите и средни претпријатија како мотори на локалниот економски развој. Во проектот се опфаќаат и предлози за ефикасното менаџирање со добиените средства во зависност од изворот на финансирање со цел да се постигне подобрување на перформансите на МСП, со посебен фокус на источниот плански регион во Република Македонија. Целта на проектот е да се покаже како да се обезбедат дополнителни финансиски средства за финансирање на развојните активности на малите и средни претпријатија. При истражувањето во проектот ќе се применат повеќе квалитативни и квантитативни методи. Со помош на анализа, синтеза и компарација ќе се изврши систематизирање на досегашните објавени податоци од оваа проблематика во земјата и во странство и истите ќе се применат и при средување и толкување на сознанијата и резултатите од проектот. Покрај анализата на веќе објавени податоци, со помош на структурирано интервју на таргетирани испитаници, ќе се стекнат дополнителни сознанија кои ќе овозможат прагматичност на решенијата од проектот. Придобивките на овој проект ќе овозможат интензивирање на локалниот економски развој, а целокупниот процес на финансирање со алтернативни инструменти и менаџирање на средствата за поддршка на рентабилни проекти, односно проекти од јавен и приватен карактер може да послужат како бенчмарк и за други плански региони во Р. Македонија и земјите во регионот.

Вториот проект е „Општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање и ефикасно менаџирање со прибраните средства за локален економски развој со посебен осврт на општина Штип“, предмет на истражување во овој проект се општинските обврзници како алтернативен начин за финансирање на проектите на општините за поддршка на локалниот економски развој. Во проектот ќе се опфати и ефикасното менаџирање со прибраните средства за оптимизирање на очекуваните резултати. Посебен осврт се дава на состојбите и можностите за искористување на општинските обврзници во општина Штип. Целта на проектот е да се покаже како да се обезбедат дополнителни финансиски средства за финансирање на проектите во општина Штип со кои ќе се обезбедат и повеќекратни бенефиции за неколку клучни групи стејкхолдери во ова окружување. При истражувањето во проектот се применуваат повеќе квалитативни и квантитативни методи. Со помош на анализа, синтеза и компарација се врши систематизирање на објавени податоци од оваа проблематика во земјата и во странство и истите се применуваат и при средување и толкување на сознанијата и резултатите од проектот. Покрај анализата на веќе објавени податоци, со помош на структурирано интервју на таргетирани испитаници, се стекнуваат и дополнителни сознанија кои овозможуваат прагматичност на решенијата од проектот. Придобивките на овој проект ќе овозможат интензивирање на локалниот економски развој, а целокупниот процес на финансирање со вакви инструменти и менаџирање на средствата за поддршка на рентабилни проекти, односно проекти од јавен карактер може да послужат како бенчмарк и за други општини во Р. Македонија и земјите во регионот. На овој начин, ефектите од алтернативното искористување на изворите на финансирање и нивната соодветна примена би се прошириле на ниво на национална, односно регионална економија.

Наставно-педагошката и научно-истражувачката дејност на кандидатот доц. д-р Елена Веселинова според горенаведеното е плодна и опсежна со голем број на трудови од областа во која се бира и работен стаж за областа во која аплицира.

Стручно-апликативна и организациско-развојна дејност

Кандидатот, доц. д-р Елена Веселинова покрај во наставно-педагошката и научно-истражувачката дејност на Економски факултет при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип има низа активности и во стручно-апликативната и организациско-развојната дејност. Таа има објавено книги, поглавја од книги, монографија, трудови во стручни и научно-популарни списанија, трудови во зборници, има учества на конференции со презентации, учествува во проекти (наведени во текстот погоре), член е на уредувачки одбор на стручно списание, учесник е во изработка на елаборати за прв, втор и трет циклус на студии на Економски факултет при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, раководител е на катедра Менаџмент, има членства во комисии и органи со кои се реализира активноста на Економскиот факултет.

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Во согласност со Законот за високо образование и Правилникот за единствените критериуми за избор во наставни, наставно-научни, наставно-стручни и соработнички звања на Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип, како и после деталното разгледување на комплетно доставената документација пропишана по Конкурсот од 09.10.2019 година во дневните весници „Слободен печат“ и „Коха“, рецензентската комисија констатира дека кандидатот доц. д-р Елена Веселинова ги исполнува условите за избор во наставно – научно звање вонреден професор.

Врз основа на наставно-образовната, научно-истражувачката, стручно-апликативната и севкупна активност во периодот од избор во доцент 16.04.2015 година до денес, комисијата го верификува научниот и стручен развој на кандидатот доц. д-р Елена Веселинова преку вкупно 271 поени (НО 30 + НИ 156 + САОР 85).

Според изнесеното, Комисијата има чест да му предложи на Наставно-научниот совет на Економски факултет при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, кандидатот доц. д-р Елена Веселинова, да биде избран во звање вонреден професор во научната област Менаџмент системи.

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

1. **Д-р Љубомир Дракулевски, редовен професор, претседател, с.р;**
2. **Д-р Трајко Мицески, редовен професор, член, с.р;**
3. **Д-р Марија Гогова Самоников, вонреден професор, член, с.р.**

ТАБЕЛА НА АКТИВНОСТИ КОИ СЕ БОДУВААТ ПРИ ИЗБОР ВО ЗВАЊЕ

Р. бр.	Наставно-образовна дејност	Поени				
		Во земјата		Во странство		Вкупно
		број	поени	број	поени	
4.	Избор во звање доцент	1	30			30
	ВКУПНО					30
Р. бр.	Научноистражувачка дејност и стручно уметнички активности	Поени				
		Во земјата		Во странство		Вкупно
		број	поени	број	поени	
1.	Монографија или научна книга (труд со реден број 6,7,8,9)	1	10	2	15	40
2.	Дел од монографија или научна книга (труд со реден број 9,10)			2	10	20
4.	Научен труд објавен во меѓународно научно списание (прв автор труд со реден број 22,23 втор автор труд со реден број 16,18)			2 2	9 6	18 12
5.	Труд со оригинални научни резултати, објавени во зборник од трудови на научен собир (труд со реден број 19,20,21,24,25)	3	2	2	3	12
6.	Пленарно предавање на научен собир – Прва конференција на студентите на Економски факултет: „Формула на успехот – ја имате ли Вие?“, Трибина на Економски факултет: „Менаџмент на себеразвојот и развојот на Економски факултет“	2	3			6
9.	Учество на научен собир со реферат (усно) 5th International Conference on New Ideas in Management, Economics and Accounting – Paris, Academics World 10-th International Conference, Istanbul, Turkey; The IRES - The International Conference on Economics and Social Sciences (ICESS), Barcelona, Spain; The IRES 49th International Conference, Rome, Italy; VI International scientific and practical conference: Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective Stip – два труда;			6	2	18
10.	Одбранета докторска теза - Корпоративниот бренд како извор на одржлива конкурентска предност на компаниите	1	8			8
15.	Член на уредувачки одбор на научно списание (СЦИ/ЦА/останати) – Journal of Economics	1	1			1

18.	Претседател на организационен или научен одбор на научен собир – претседател на организационен одбор за меѓународна конференција: <i>VI International scientific and practical conference: Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective</i>	1	2			2
19.	Член на организационен или научен одбор на научен собир - член на научен одбор за меѓународна конференција: <i>VI International scientific and practical conference: Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective</i>	1	2			2
20.	Награди-признанија за научни/уметнички постигнувања – Топ 5 победници на Ротман – Европски натпревар за тргување на берзи			1	10	10
23.	Рецензент на научен труд (СЦИ/ЦА/останати) – рецензент на трудови објавени во <i>Journal of Economics, Balkan Social Science Review</i> , Зборник на Економски факултет	7	1			7
	ВКУПНО					156
Р. бр.	Стручно апликативна дејност и организационо развојна дејност	Поени				
		Во земјата		Во странство		Вкупно
		број	поени	број	поени	
5.	Труд во стручно (научно-популарно) списание (труд со реден број 15,17)			2	6	12
6.	Труд објавен во зборник од трудови на стручен собир (труд со реден број 11, 12, 13, 14, 26, 27)	6	2			12
13.	Учесник во научен проект „Форми на финансирање на растот на малите и средните претпријатија со фокус на источен плански регион во Република Македонија“ „Општинските обврзници како алтернативен извор за финансирање и ефикасно менаџирање со прибраните средства за локален економски развој со посебен осврт на општина Штип“	2	5			10
17.	Елаборати – за прв, втор и трет циклус на студии на Економски факултет при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип - Одлука бр. 1202-68/4 од 04.03.2016, Одлука бр. 1202-83/3 од 06.04.2016. Стратегија за развој на Економски факултет при УГД	4	2			8
26.	Раководител на катедра Менаџмент - Одлука бр. 1202-231/4 од 14.10.2015	1	3			3

28.	Член на факултетски орган комисија (за одбрани на дипломски трудови, за одбрани на магистерски трудови, уписна комисија бр. 1202-110/5 од 20.05.2015, за изготвување на план за претставување на Факултетот бр.1202-40/6 од 26.01.2016, за признавања на испити бр. 1202-231/5 од 14.10.2015, за плагијати бр. 1202-62/6 од 19.02.2015, за избор на сенатори на Економски факултет бр. 1202-74/3 од 03.03.2015, организационен одбор на меѓународно списание со наслов „Journal of Economics“ бр.1202-79/15, член на деканска управа, за стратегија за развој на Економски факултет, уписна комисија за втор циклус 2016 год., член на организациски одбор на конференција на Економски факултет при УГД); Комисија за попис 2016 и 2017; комисији за избор на декан, продекан и сенатор	18	2			36
29.	Класен раководител, согласно Кредит трансфер системот – ЕКТС (за четири години) Одлука бр. 1202-222/4 од 01.10.2015	1	4			4
	ВКУПНО					85
	ВКУПНО БОДОВИ ОД СИТЕ ОБЛАСТИ					271