

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип



УНИВЕРЗИТЕТСКИ БИЛТЕН

јули 2009 година
Штип

Број 24, 1 јули 2009 година

СОДРЖИНА

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| РЕФЕРАТ за избор на наставници и соработници за наставно-научното подрачје електротехника на Електротехнички факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип | 3 |
| РЕФЕРАТ за избор на еден наставник во звање доцент за наставно-уметничка област аранжирање, цез солфеж и цез ансамбл на Факултет за музичка уметност при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип | 8 |
| РЕФЕРАТ за избор на еден наставник во сите звања за група предмети од областа финансии на Економски факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип | 11 |
| РЕФЕРАТ за избор на соработник за областа финансии и банкарство на Економски факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип | 27 |

Издавач:

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип

Главен и одговорен уредник: проф. д-р Саша Митрев
Уредници: проф. д-р Борис Крстев, м-р Ристо Костуранов
Лектор: Даница Гавриловска-Атанасовска
Техничко уредување: Славе Димитров

РЕФЕРАТ
ЗА ИЗБОР НА СОРАБОТНИК ЗА ОБЛАСТА ФИНАНСИИ И БАНКАРСТВО НА
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ ПРИ УНИВЕРЗИТЕТОТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП

Со Одлука бр.1702-48/5 од 10.4.2009 година, на Наставно-научниот совет на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип, формирана е Рецензентска комисија за избор на асистент во областа *финансии и банкарство* во состав:

1. доц. д-р Ристо Фотов, претседател
2. доц. д-р Весна Ангеличкова, член
3. доц. д-р Круме Николоски, член.

По разгледувањето на поднесената документација, Рецензентската комисија на Наставно-научниот совет на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ му го поднесува следниов

ИЗВЕШТАЈ

На распишаниот Конкурс на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ за избор на два соработника, објавен во весниците „Дневник“ и „Лајм“ на 14.3.2009 година, за областа финансии и банкарство, се пријавија следниве кандидати:

1. м-р Зоран Голубовски
2. м-р Љупчо Давчев
3. Габриела Атанасова
4. Катерина Спасеска и
5. Адриана Балтас.

Потребни документи според распишаниот Конкурс:

- пријава;
- диплома за одбранет магистерски труд (еден примерок оригинал и три копии заверени кај нотар; странските дипломи да се нострифицирани);
- кратка биографија (во четири примероци);
- потврда дека се служи со еден од светските јазици;
- список на објавени научни и стручни трудови (по еден примерок од трудовите во оригинал - доколку такви има);
- уверение за државјанство.

Од приложената документација на наведените пријавени кандидати само м-р Зоран Голубовски ги имаат доставено комплетно бараните документи според Конкурсот, додека останатите пријавени кандидати немаат комплетна документација и не ги исполнуваат условите предвидени според член 129 од Законот за високото образование.

ПРЕГЛЕД
на доставена документација од пријавените кандидати за асистент

| Документ/ кандидат | Љупчо Давчев | Зоран Голубовски | Габриела Атанасова | Катерина Спасеска | Адриана Балтас |
|---------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Пријава | да | да | да | да | Да |
| Диплома (1 оригинал и 3 копии заверени кај нотар) | има | Има потврда за нострификација на диплома | Нема диплома | Нема (сега посетува втор циклус на студии) | Има копии 2 примерока одлуки за признавање на високообразовна квалификација во странство од Министерството за образование, но не заверени кај нотар |
| Кратка биографија во 4 примероци | има | има | има | има | има |
| Потврда за странски јазик | има | нема | има потврда без печат и потпис | нема | нема |
| Список на трудови | 2 труда | 4 труда | нема | нема | нема |
| Уверение за државјанство | има | Има копија без заверка кај нотар | нема | има | нема |

Кандидатката **Габриела Анастасова** ги има доставено следниве документи: пријава, кратка биографија, има потврда за странски јазик - но без печат и потпис, а нема диплома за завршена магистратура, нема трудови и нема уверение за државјанство.

Кандидатката **Катерина Спасеска** ги има следниве документи: пријава, кратка биографија и уверение за државјанство, а нема диплома за магистратура (сега посетува втор циклус на студии на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“, Оддел сметководство и ревизија), нема трудови и потврда за странски јазик.

Кандидатката **Адриана Балтас** ги има доставено следниве документи по конкурсот: пријава, кратка биографија, има копии во два примерока одлуки за признавање на високообразовна квалификација во странство од Министерството за образование, но не заверени кај нотар. Оваа кандидатка нема потврда за странски јазик, нема трудови како и уверение за државјанство.

Рецензентската комисија констатира дека кандидатките Габриела Анастасова, Катерина Спасеска, Адриана Балтас и м-р Љупчо Давчев, не ги исполнуваат условите што се бараат според Конкурсот.

Врз основа на поднесените пријави, како и врз приложените документи, од кандидатот м-р Зоран Голубовски, Рецензентската комисија го констатира следново.

Биографски податоци

Кандидатот **м-р Голубовски Зоран** е роден во 1980 година во Скопје. Дипломира на Англоамериканскиот универзитет во Прага на Одделот за бизнис администрација, како и на Англоамериканската висока школа во Прага на Одделот за политика и социологија со висок просек од вкупниот број на оценки од студиите. Постдипломски студии завршува на Универзитетот „Њу Јорк“ во Прага - UNYP во 2006 година и се здобива со диплома *мастер на бизнис администрација* од Универзитетот ESCEM во Франција.

Својата академска кариера ја започнува на Европскиот универзитет во Скопје, Република Македонија. Од 2006 година до денес, кандидатот м-р Зоран Голубовски работи како асистент по предметите: Јавни финансии, Финансиски пазари и институции, Кредитна политика и Маркетинг на услужни дејности.

Поважни трудови:

1. “Marketing Opportunities of the Macedonian Wine Exporting Industry” (2004) – магистарски труд на UNYP – ESCEM – Prague, Czech Republic.
2. Голубовски, П. Јовановски (2007) „Кобрендинг: заеднички чекор во иднината”, Зборник на трудови, Македонско здружение за маркетинг -Маркетинг, Скопје.
3. Голубовски, П. Јовановски (2008) Annual review of the Belgrade, Bulgarian and Macedonian Stock Exchange, Економски зборник, Прв приватен универзитет ЕУРМ, Скопје.
4. Голубовски, П. Јовановски (2009) Маркетинг на кредитни картички – Ко-брендирани кредитни картички, Маркетинг зборник, Македонско здружение за маркетинг - Маркетинг, Скопје.

Научна и стручна активност

Краток осврт кон приложените објавени трудови.

Кратка евалуација на трудот бр. 1 - „Извозните можности на македонската винска индустрија“

Винската индустрија на Република Македонија учествува со околу 1% во светското производство на вино. Нејзината извозно ориентирана винска индустрија извезува околу 80% од своето вкупно производство. Со други зборови, околу 3% од вкупниот извоз на Р. Македонија отпаѓаат на винската индустрија.

Овој труд ја анализира винската индустрија во Р. Македонија и ги испитува нејзините извозни можности на денешниот глобален пазар. Посебен осврт е даден на периодите од 1985 до 1990 година и од 1991 до 2004 година. Во овој труд се истакнува дека патерните на производство на вино биле помалку или повеќе исти и покрај промените во пазарна економија кои се случува во 1991 година. Во меѓувреме винскиот пазар помина низ радикални промени кои беа предизвикани од новите конкуренти, со што се зголеми улогата на флашираните премиум вина, бренд маркетингот и инвестирањето во нови производни капацитети.

Во продолжение, во овој труд се истакнуваат недостатоците на винската индустрија во Р. Македонија, која воедно е позната како масовен произведувач на евтини трпезни вина кои не можат да се носат со конкурентите на светско ниво. Овој труд доаѓа до препорака според SWOT моделот базиран на W-O стратегија, според која винската индустрија во Р. Македонија мора да ги надмине своите слабости за да ги искористи можностите кои

и се нудат. Тука се истакнува важноста за соработка помеѓу производителите кои би ги здружиле ресурсите, со цел да се добие синергија. Понатаму, соработката помеѓу производителите и доставувачите би го зголемила квалитетот на суровините и би ги намалила трошоците.

Конечно, Владата би требала да има мотациска улога во помагањето на производителите преку поволни кредити за нова опрема, привлекување на СДИ и зголемување на имиџот на земјата, фактори кои често одлучуваат дали виното ќе биде купено од страна на потрошувачот.

Кратка евалуација на трудот бр. 2 - „Кобрендинг: заеднички чекор во иднината“

Велат дека магијата на брендот се состои во пораката за вредностите што ги содржи, во неговиот идентитет и имиџ. Тоа е тенката нитка која го определува тоа што сакате луѓето да мислат за вашиот производ/услуга. Успешните брендови имаат јасна визија за својот идентитет и имиџ, реална претстава за пазарот, вистински вредности и соодветна стратегија на позиционирање. Создавањето успешен бренд бара време, макотрпна организација, планирање и работа и корисно употребени средства. Често тоа подразбира и примена на кобрендинг: комбинација на два различни производа/услуги кои им нудат различна вредност на потрошувачите, но со помош на комбинација на заемното искуство. Накратко кажано: *две различни услуги кои профитираат една од друга.*

Не постои строго утврден сет на предетерминанти за создавање кобрендинг стратегија. Единствената логика е заемниот интерес и конкретното совпаѓање помеѓу различните брендови. Тука се вклучени сите можни опции. Постојат договори за кобрендинг помеѓу сосема различни индустрии, најразлични непрофитни организации и познати комерцијални производители.

Без разлика на неконцизноста и обемноста на оваа проблематика, постојат неколку битни фактори кои му ја даваат фундаменталната рамка на процесот на кобрендирање. „Изборот на партнер бара да се идентификува стратегија за позиционирање на услугата или производот / услугата, контактирање на арбитри при процесот на кобрендирање, дефинирање на потребите и желбите на партнерите, средби со официјалните лица, анализа на одржливоста на потенцијалното партнерство и конечно формирање на договорот“.¹

Кратка евалуација на трудот бр. 3 - „Годишен осврт на Белградската, Бугарската и Македонската берза“

Во овој труд е извршен краток опис, анализа и споредба на соседните (Белградска, Македонска и Бугарска) берзи. Споредбата е насочена кон неколку клучни индикатори: годишниот обрт, годишната трговија со акции, обврзници, блокови на акции и пазарната капитализација, која е релативна на БДП на испитаните земји, како и варијациите на обезбедување.

¹ Yipp, P., (2005) Basic Concepts of Co-Branding, With Examples from the Hospitality Industry Could Co-branding Improve Your Bottom line? [интернет] Canadian Lodging Outlook. Достапно на: http://www.hotel-online.com/News/PR2005_3rd/Sep05_CoBranding.html [Посетено 28 Август 2007]

Причината зошто се одбрани токму овие берзи лежи во неколку битни фактори. Најпрво сите горенаведени берзи функционираат во земји кои припаѓаа на централно планираниот источен блок каде пазарите на капитал, ако воопшто постоеја, беа драстично потценети и контролирани од централната власт (пример, државните обврзници во СФРЈ). Според ова, можеме да претпоставиме дека кога истите би се споредиле со западните берзи повеќето од овие берзи имаат слични карактеристики во однос на нискиот износ, волумен, варијации на тргувани хартии од вредност. Неразвиеноста на пазарот на обврзници, тргувањето со деривати и другите софистицирани хартии од вредност се нивни заеднички карактеристики.

Понатаму, Грција, Албанија и Косово се исклучени поради практични мотиви. Атинската берза функционира во созреана пазарна средина, која е многу посфистицирана во однос на другите соседни берзи. Тиранската берза е сè уште во прелиминарна фаза на созревање. Конечно, Косово нема пазар на капитал.

Кратка евалуација на трудот бр. 4 - „Маркетинг на кредитни картички – Кобрендираните кредитни картички“

Точно 50 години откако Банката на Америка ја издаде првата кредитна картичка во светот, стигнавме до точка каде можеме да преживееме без да имаме ни долар во себе. Просечниот Американец има околу десет кредитни картички, додека потрошувачите во Јужна Кореја и другите азиски земји ги надминуваат овие трендови. Значењето на кредитните картички и профитот кои тие го генерираат натера многу компании и банки кои издават кредитни картички да пронајдат нови стратегии со кои ќе придобијат нови потрошувачи и ќе ги задржат постојните. Се отворија нови сегменти кои создадоа стотици различни видови на понуди на пластични платежни средства. Терминот-кобрендираните картички не е новост на светскиот пазар. Тоа е глобален маркетинг феномен без кој денес тешко можеме да визуелизираме една кредитна картичка. Новите промени кои ја намалуваат улогата на физичките елементи не го намалуваат значењето на кобрендингот, туку создаваат нови опции и можности за издавачите, банките, претпријатијата и самите потрошувачи.

Клучни зборови: *банка, кредитна картичка, ко – брендинг, корисници, маркетинг*

МИСЛЕЊЕ И ПРЕДЛОГ

Имајќи го предвид научноистражувачкиот и стручниот опус на кандидатот м-р Зоран Голубовски, Комисијата смета дека тој има постигнато значајни резултати во своето научноистражувачко и работно искуство.

Досегашното работно искуство на кандидатот м-р Зоран Голубовски дава можност за успешно изведување на наставниот процес во делот на реализација на вежби по наведената група на предмети од областа на финансии и банкарство.

Имајќи го предвид гореизнесеното, Рецензентската комисија дава предлог до Наставно-научниот совет на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ **да ги избе-ре кандидатот м-р Зоран Голубовски за асистент на наставно-научната област финансии и банкарство на Економскиот факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“.**

Прилог

Табела за вреднување на активностите на м-р Зоран Голубовски, асистент, во изборниот период 2009 година, според Критериумите за избор на наставници и соработници на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип

| Вид на активност | Број | Поени | Вкупно |
|--------------------------------------------------------------|------|-----------|--------|
| Наставно-образовна (НО) | | | 36 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Научноистражувачка (НИ) | | | 8 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Стручно-уметничка (СУ) | | | – |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Стручно-апликативна и организациско-развојна дејност (СА+ОР) | | | – |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| ВКУПНО | | 44 | |

Рецензентска комисија

Доц. д-р Ристо Фотов, претседател, с.р.

Доц. д-р Весна Ангеличкова, член, с.р.

Доц. д-р Круме Николоски, член, с.р.

