

РЕФЕРАТ

ЗА ИЗБОР НА ЕДЕН НАСТАВНИК ВО СИТЕ ЗВАЊА ЗА НАУЧНАТА ОБЛАСТ МАРКЕТИНГ И ФИНАНСИИ НА ВИСОКАТА СТРУЧНА ШКОЛА „ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА“ ВО СКОПЈЕ

Со Одлука бр. 02- 278/3 донесена на 64-та седница на Наставничкиот совет на Приватната високообразовна установа- Висока стручна школа „Факултет за бизнис економија“ во Скопје, одржана на 26.05.2017 година, определени сме за членови на Рецензентска комисија за избор/реизбор на еден наставник во сите звања во областа Маркетинг и во областа Финансии на Високата стручна школа „Факултет за бизнис економија“ во Скопје.

Конкурсот беше објавен во весникот Нова Македонија од 21.04.2017 год. и во предвидениот рок се пријави кандидатот м-р Мартин Киселички.

Врз основа на приложената документација и нашето познавање на кандидатот, чест ни е на Наставничкиот совет на Приватната високообразовна установа- Висока стручна школа „Факултет за бизнис економија“ во Скопје да му го поднесеме следниов

ИЗВЕШТАЈ

Биографски податоци

Кандидатот Мартин Киселички своето основно образование го завршува во основното училиште „Војдан Чернодрински“, додека средното образование го завршува во СУГС „Орце Николов“. Дипломира на Економскиот факултет во Скопје при Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ со просек 8,19. Својата магистерска теза под наслов „Примена на Компјутерски Облак во малите претпријатија преку анализа на случајот “Тригер Компјутери Д.О.О. “ ја брани во 2012-та година и магистрира на Економскиот факултет во Скопје при Универзитет Св. Кирил и Методиј со просек од 9,83, со што се стекнува со звањето Магистер на науки од областа на Е-бизнис менаџмент.

Во 2013-та година се вработува на Факултетот за бизнис економија како предавач во областа на маркетинг и финансии. Истата година е назначен како технички координатор на интернационалното Списание за одржлив развој, функција која сеуште

ја врши. Покрај тоа, ангажиран е и во маркетинг активностите на Факултетот и Институтот за бизнис економија, а поставен е и како Еразмус+ одговорно лице за институцијата. Во 2013-та година учествува како судија на „Натпревар за најдобар бизнис план“, организиран од страна на Junior Achievement Macedonia и Korea Auto Trade.

Покрај тоа, во 2013-та започнува со ангажман во невладината организација „Ново Образование за бизнис“ како член, со што држи обуки во областа на маркетингот. Кандидатот исто така има одржано над 40 обуки за маркетинг и претприемништво во средни школи низ цела Македонија, на ученици и професорски кадар.

Во периодот од 2012-2014 и 2015-2016-та е ангажиран како надворешен соработник/демонстратор на Економскиот Факултет во Скопје, при Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ на група предмети од областа на Е-бизнис. Во периодот од 2016-2017 одржува гостински предавања на Факултетот за административа, Универзитет на Љубљана на теми Маркетинг преку социјални мрежи и Виртуелно претприемништво. Од 2014-та година е надворешно ангажиран како менаџер на социјални мрежи во Korea Auto Trade, а од 2015-та година надворешно е ангажиран на иста позиција и во компанијата Медикус Хелп, позиции кои ги извршува и во моментот.

Наставно-образовна и научноистражувачка дејност

Кандидатот е избран во звање предавач на Приватната Високообразовна институција – Виша Стручна Школа “Факултет за бизнис економија” во 2013-та година, во областа на маркетинг и финансии. Во текот на работењето на оваа позиција, кандидатот ги води предметите

- Маркетинг Истражување
- Интернет и меѓународен маркетинг
- Маркетинг на услуги
- Стратегиски менаџмент
- Претприемништво
- Гео-информациски системи 1

- Гео-информациски системи 2
- Интегриран Бизнис Пристап 1
- Интегриран Бизнис пристап 2
- Основи на сметководство
- Менаџерско сметководство 1
- Менаџерско сметководство 2
- Транспорт и развој на инфраструктура
- Основи на менаџмент
- Е-комерција
- Урбана економија
- Стратегии и тактики на формирање на цени
- Промоција и пропаганда
- Менаџмент на човечки ресурси.

Кандидатот исто така учествува во два меѓународни проекти – “Innovative Strategic Partnership for European Higher Education” (2015-2016), имплементиран преку Еразмус+ програма, како и “Strategic Partnership for Innovation and Development of Entrepreneurship” (2017-2018), кој исто така се имплементира преку Еразмус+ програма.

Наставни учебници

Мартин Киселички, „Маркетинг преку социјални мрежи“, (2013), Фондација Ново Образование за бизнис (е-книга)

Во 2013-та година кандидатот ја има издадено книгата „Маркетинг преку социјални мрежи“ која е издадена во електронски формат преку фондацијата „Ново Образование за бизнис“. Книгата е користена како задолжителна литература за предметот „Интернет и меѓународен маркетинг“ кој се предава во трета година на Факултетот за бизнис економија – Скопје.

Книгата го става фокусот на на социјалните мрежи и виралниот маркетинг како нов медиум за промовирање на компанијата и нејзините производи и услуги. Всушност, замислена е како водич во почетните фази на маркетингот преку социјалните мрежи,

при што се обработуваат основите на дигиталниот маркетинг, виралниот маркетинг и потоа се преминува на конкретни стратегии за настан на компанијата на социјалните мрежи. Детална осврт е даден на најпопуларните социјални мрежи, при што се опфатени сите предности, бариери и стратегии за настап на пазарот преку нив.

Трудови во меѓународни списанија

- 1. Martin Kiselicki, "Analyzing the effectiveness of social media in the promotion of entrepreneurial businesses in the Republic of Macedonia" – Journal of Sustainable Development, issue 7 (2013), ISSN 1857-8519**

Трудот ги анализира социјалните мрежи како потенцијална отскочна рамка за нови, претприемачки бизниси на територијата на Република Македонија преку студија на случај. Социјалните мрежи како нова парадигма во светот на маркетингот го рedefинираат виралниот маркетинг и се повеќе компании пробуваат да влезат во ова поле на рекламирање. Од аспект на трошоци за промоција, социјалните мрежи би можеле да понудат најголема ефикасност и ефективност, се додека се применуваат на правилниот начин.

За потребните на трудот е изведена студија на случај на претприемачки бизнис на територијата на Република Македонија, при што е користена паралелно промоција преку социјални мрежи и промоција преку традиционалните методи на рекламирање. Секој нов контакт со потенцијален клиент е анализиран детално за да се дознае изворот преку кој дознал за компанијата и нејзините услуги. По извршеното истражување, се донесе заклучок дека социјалните мрежи претставуваат екстремно ефикасно средство за промоција на нов бизнис, со резултати неколку пати подобри од традиционалните методи на промоција кои се користени. Сепак, нагласено е дека не постои универзално правило за промоција преку овие медиуми и не постои генерална стратегија која ќе функционира за секоја компанија.

2. Martin Kiselicki, "Reducing electronic and environmental waste through commercially sustainable mobile devices" – Journal of Sustainable Development, issue 11 (2014), ISSN 1857-8519

Во напор да се анализираат новите трендови на одржливост и „зелен маркетинг“ од светските лидери во светот на технологијата и мобилната индустрија, трудот се насочува кон истражување на две иницијативи – Phonebloks и Fairphone. Даден е краток осврт на состојбата на електронскиот отпад кој се повеќе расте и станува сериозна закана во светски рамки, преку детални анализи и статистики. Глобалните лидери на пазарот вложуваат се поголем труд во оваа област, а компании како Apple дава детални извештаи за сите активности насочени кон оваа цел.

Првата иницијатива која е обработена во трудот, Fairphone, пробува да наметне тренд на одржливо производство на паметни телефони со минимален импакт кон средината. Негативноста на оваа идеја е што со одржливото производство растат трошоците (фиксни и варијабилни), а со тоа и цената на самиот уред.

Втората иницијатива става внимание на модуларен концепт за паметен телефон, со идеја дека корисниците сами ќе може да ги менуваат деловите и со тоа ќе се намали електронскиот отпад. Сепак, иако идејата звучи ветувачки, постојат потенцијални проблеми со регулацијата и производството на модулите, како и процесот на рециклирање на овие компоненти.

Заклучните согледувања наведуваат дека иницијативите во оваа насока се повеќе созреваат, но мора да се пристапи внимателно кон нив, а воедно да се работи на подигнување на свеста на самиот потрошувач за значењето на електронскиот отпад.

3. Martin Kiselicki, Saso Josimovski, Ljupce Jonceovski, "Implementation of internet technologies in the supply chain of SMES in Macedonia", Journal of Sustainable Development, issue 13 (2015), ISSN 1857-8519

Поаѓајќи од фактот што малите и средните претпријатија се сметаат за столб на секоја национална економија, трудот ја истражува можноста за подобрување на екстерната поврзаност на истите преку имплементација на електронски синџир за снабдување. Во Република Македонија, во последните години евидентен е пад на активноста на МСП, што е предизвикано од нестабилната деловна клима. Желни за опстанок, малите и

средните претпријатија можат да ги искористат предностите на синџирите на снабдување за да истраат на пазарот во кризни времиња, но и за понатамошен успех во своето работење. Трудот ги испитува постојните модели на управување со синџирот на снабдување, а потоа преминува со детален опис на новите модели на управување со синџирот на снабдување, помогнати од развојот и имплементацијата на Интернет технологиите. Фокусот е ставен врз малите и средните претпријатија во Република Македонија. Постојат неколку недостатоци кои го карактеризираат традиционалниот модел и потенцијално можат да се решат преку модел на синџирот на снабдување и дополнителни услуги, како што се услугите преку компјутерски облак. Различните функции на синџирот на електронско снабдување, вклучувајќи ја и електронската трговија, е-набавките, е-соработката, е-дизајнот и е-планирањето детално се анализираат, фокусирајќи се од аспект на македонските МСП.

Истражувањето демонстрира дека македонските бизниси генерално заостануваат во користењето на новите технологии, но како што се исполнуваат условите за бизнис климата и технолошките барања, МСП може теоретски да ги имплементираат внатрешно, како и надворешно во синџирот на снабдување. Дополнителни области за истражување, како што се виртуелни залихи и дигитална дистрибуција, се наведени во последниот дел од трудот.

4. Martin Kiselicki, Dashmir Saiti, Saso Josimovski, "Level of customer satisfaction from electronic banking services in the Polog region", Journal of Sustainable Development, issue 13 (2015), ISSN 1857-8519

Услугите за електронско банкарство се одвиваат во се поголем интензитет во последната деценија во Република Македонија и како нов процес, успехот на електронско банкарство е под влијание на задоволството на корисниците и корисничкото искуство. Трудот се фокусира на истражување на задоволството и корисничкото искуство на корисниците од електронските услуги на банките во Полошкиот регион, при што се анкетираани 200 лица, главно од Гостиварскиот и Тетовскиот регион. Демографските фактори (пол, тип на клиент, статус, возраст, ниво на образование, ниво на знаење и работно искуство) се ставени во корелација со одредени нивоа на е-банкарство, како што се: доверба во е-услугите, леснотија на

користење , Корисничкото искуство при користење на технологијата и задоволството од користењето на услугите за електронско банкарство.

Истражувањето демонстрира дека корисниците имаат генерално позитивно мислење за услугите кои се нудат преку системите за електронско банкарство и дополнително наведува можности и мерки за подобрување на состојбата на задоволството на корисниците од електронските банкарски услуги во Полог.

5. Martin Kiselicki, Zanina Kirovska, Antonija Josifovska, "Efficient management of supply chain in achieving a significant competitive advantage in the market", Journal of Sustainable Development, issue 14 (2016), ISSN 1857-8519

Темата третирана во овој труд се најновите трендови во синџирот на снабдување, пред се поради новите технолошки трендови, како и глобализацијата. Наместо локален и/или национален фокус, компаниите се насочуваат кон глобалниот пазар и со што се потребни промени на цените на транспортот, комуникацијата, материјалите, човечките ресурси и сл., Авторите потенцираат дека во процесот на донесување одлуки формирање на синџир на снабдување се земаат предвид неколку работи: квалитет, испорака, трошоци и иновации, како и атмосферата што укажува на взаемно почитување или непочитување на добавувачот. Преку студија на случај, трудот го истражува управувањето со интегрирани синџири на снабдување, како начин за синхронизација на процесите на сопствената компанија и добавувачи и го поврзува протокот на материјали, услуги и информации со барањата на потрошувачите.

Целта на трудот е да се потенцира важноста на управувањето со синџирот на снабдување кое има стратешко значење и импликации, со цел да се постигне значителна конкурентска предност на пазарот. Резултатите од компаративното истражување може да се користат како основа за значајни одлуки за подобрување на целокупното задоволство на клиентите преку интегрирани синџири на снабдување и неговите вградени алатки.

6. Martin Kiselicki, Violeta Stepanovska, Saso Josimovski, "Usage of Enterprise Resource Planning systems in Small and Medium Enterprises in the Republic of Macedonia", Journal of Sustainable Development, issue 16 (2016), ISSN 1857-8519

Предмет на истражувачкиот се придобивките и недостатоците во користењето на ERP (Enterprise Resource Planning) системите од страна на мали и средни претпријатија, влијанието на ERP системите и придобивките од имплементацијата на ваков систем. Авторите наведуваат дека зачестената имплементација на ERP системите во голема мера ги менува процесите и функционирањето на организациите, создава можности за подобро управување со деловните процеси, ја подобрува комуникацијата со внатрешните и надворешните деловни мрежи и процесот на донесување одлуки. И покрај придобивките од спроведувањето на ERP системите, компаниите честопати се соочуваат со одредени тешкотии, кои детално се разработени во трудот.

Со цел да истражат како се соочуваат македонските МСП со имплементацијата на ERP системите, авторите спроведоа прашалник врз 25 компании на територијата на Република Македонија. Заклучокот е дека организациите во сите индустрии во Македонија и во странство ефикасно ги имплементирале ERP системи и преку нив постигнале значајни конкурентски предности.

7. Martin Kiselicki, Saso Josimovski, Vlatko Petrevski, "Business process improvement of the system integrator companies through a case study analysis", Journal of Sustainable Development, issue 17 (2017), ISSN 1857-8519

Иновативните решенија за информатичка технологија (ИТ) претставуваат основна деловна платформа за подобрување и редизајнирање на деловните процеси во рамките на одредена организација. Овој труд го покажува влијанието на современите ИТ решенија врз деловните процеси кон подобрување на нивниот квалитет и ефективност. За таа цел, трудот ја користи соодветната методологија и ги анализира ефектите од имплементацијата на новите ИТ решенија во рамките на систем-интеграторските компании.

Во рамките на презентираната методологија се спроведува анализа на стратешката позиција на компаниите за системска интеграција, идентификување на слабостите на компаниите и анализа на клучните постоечки деловни процеси (AS-IS). За постојано одржување на квалитетот и подобрување на деловните процеси, се имплементираат

соодветни ISO системи за квалитет кои се подетално анализирани во самиот труд. На овој начин, деловните процеси може значително да се подобрат и прилагодат на потребите на организацијата, преку оптимизација на информатичките решенија и технологија. Трудот применува методологијата на студија на случај, вклучувајќи компанија KING ICT.

Учество на меѓународни конференции

- 1. Martin Kiselicki, Saso Josimovski, Kalina Trenevaska Blagoeva, Lidija Pulevska-Ivanovska, "Analyzing the effects of cloud computing implementation in SMEs in the Republic of Macedonia" - 32nd International Conference on Organizational Science Development SMART ORGANIZATION High Potentials. Lean Organization. Internet of Things; March 21st – 23rd 2012, Portorož, Slovenia**

Кандидатот учествува на меѓународната конференција со труд фокусиран на компјутерскиот облак, актуелна тема во времето на пишување. Трудот ги обработува основите на компјутерскиот облак, со што посебен аспект е ставен на Република Македонија и малите и средни претпријатија кои функционираат на оваа територија. Главната цел на трудот е да прикаже кои се предностите што компјутерскиот облак и услугите достапни преку него би ги понудиле на мали и средни претпријатија во Република Македонија, но и да ги анализира главните бариери кои би можеле да ја спречат успешната имплементација.

Од направеното истражување преку прашалник и студија на случај, се заклучува дека компјутерскиот облак е реална и поволна алтернатива за МСП во Република Македонија, при што треба да се направи рамка за имплементација која би се следела за да се избегнат потенцијалните проблеми кои беа идентификувани. Со имплементација на компјутерски облак, компаниите би можеле да добијат големи заштеди од аспект на финансиски ресурси и време, како и флексибилност и помали капитални трошоци и инвестиции.

2. Martin Kiselicki, Saso Josimovski, Ivana Janeva, "Characteristics of e-business models implemented by small enterprises in the Republic of Macedonia" – YU INFO 2014, Belgrade, Serbia

Во екот на зголемувањето на свеста на граѓаните во Република Македонија за купувањето преку Интернет, авторите прават осврт на е-бизнис моделот и успешноста при неговата имплементација од страна на компаниите. Трудот дава детални статистики за процентот на купувачи кои се подготвени за трансакции преку Интернет, кој за жал сеуште е на ниско ниво во нашата земја. Од аспект на компаниите, имплементацијата на модели за е-комерција и е-бизнис претставува привлечна опција, но само 6% од нив генерираат над 50% од своите приходи од продажби преку Интернет, што е на ниско ниво споредено со трендовите и статистиките во светски рамки. Сеуште постои простор за свеста на граѓаните за плаќање преку Интернет да се надградува, бидејќи над 60% од нив одбираат опција за плаќање при пристигнување на производот кој го нарачале, иако 90% од овие испитаници поседуваат картички со способност за електронско плаќање преку Интернет.

Имплементацијата на системи и процеси за е-бизнис наидува на најголеми бариери од аспект на трошоци и време за приспособување на истите. Компаниите покрај продажба, ги користат овие системи и за оптимизација и менаџирање на односите со клиентите, а помал процент ги вклучуваат во системите за менаџирање со човечки ресурси.

3. Martin Kiselicki, Zanina Kirovska, Saso Josimovski, "Implementing social media as a key component in the e-recruitment strategy", EMAN 2017 Conference, Ljubljana, Slovenia (2017)

Е-регрутирањето претставува релативно нов концепт, кој продолжува да се развива во последниве години, особено со доаѓањето на социјалните мрежи. Авторите наведуваат дека во раните години, е-регрутирањето се фокусираше на создавање веб-страници за кариера, објавување на портали за работа, интранет и онлајн регрутирање на софтвер. Сепак, социјалните медиуми се покажуваат како економични средства за регрутирање и дополнително, како ефикасна алатка во системот на регрутирање.

Овој научен труд го испитува нивото на користење на алатките за е-регрутирање од страна на малите и средните претпријатија во деловната заедница на Република

Македонија. Трудот користи два методи за прибирање на примарни податоците за темата на истражување. Првиот претставува прашалник насочен кон деловната заедница, поточно МСП кои функционираат во Република Македонија. Прашалникот е пополнет од 50 компании и резултатите се анализираат во длабочина, со што се демонстрира моменталната состојба и користењето на алатките за е-регрутирање во земјата, како и идните трендови кои можат да се појават. Општите наоди од прашалникот покажуваат дека употребата на алатки за е-вработување постојано се зголемува во Република Македонија. Сепак, компаниите и поединците не успеваат да разликуваат помеѓу алатките за регрутирање и е-вработување и постојат неколку бариери за имплементација. Вториот метод за прибирање на примарни податоци претставува студија на случај на мало претпријатие во Република Македонија, кое директно ги споредува резултатите за регрутирање (и придружните трошоци) во користењето на традиционалните методи за регрутирање, социјалните медиуми како метод за е-регрутирање и други -рекоменски методи. Ова обезбедува детален пример за алатките за регрутирање и е-регрутирање достапни за микро компании и мали и средни претпријатија и ја мери нивната ефикасност и ефективност. Општите наоди покажуваат дека социјалните мрежи обезбедуваат прецизно приспособување за да стигнат до целните групи и да произведуваат резултати неколку пати подобро од другите методи (традиционални и е-регрутирање) достапни на компанијата.

Доколку ги квантифицираме вредностите на работните обврски и ангажманот на м-р Мартин Киселички, согласно одредбите на постојните законски прописи во доменот на високото образование и научно-истражувачката дејност, како и внатрешните акти на Факултетот за бизнис економија, на лицето за избор м-р Мартин Киселички е оценета со _____ поени, за што во прилог на оваа рецензија има табеларен приказ.


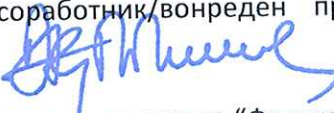
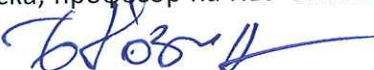
Имајќи го предвид погоре наведеното на Наставничкиот совет му го даваме следниот:

ЗАКЛУЧОК И ПРЕДЛОГ

Имајќи ги предвид претходно наведените податоци, рецензентската комисија заклучи дека кандидатот м-р Мартин Киселички има потенцијал за педагошка и научно-истражувачка работа, има повеќегодишно работно искуство во областа на високото образование, како и афинитети за наставно-образовни и истражувачка активност. Оттука, може да оцениме дека кандидатот има потенцијал да биде вклучена во наставно-образовните и научно-истражувачки активности што се реализираат на Приватната високообразовна установа- Висока стручна школа ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА -Скопје во областа Маркетинг и во областа Финансии.

Оттука на Наставничкиот совет на Приватната високообразовна установа- Висока стручна школа ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС ЕКОНОМИЈА -Скопје му предлагаме да го избере м-р **Мартин Киселички во наставно звање виш предавач во областа Маркетинг и во областа Финансии.**

РЕЦЕНЗЕНТСКА КОМИСИЈА

1. проф. д-р Сашо Јосимовски, редовен професор на Економскиот Факултет – Скопје, Универзитет Св. Кирил и Методиј 
2. проф. д-р Жанина Кировска, виш научен соработник/вонреден професор на Приватниот научен институт за бизнис економија 
3. д-р Биљана Ѓозинска, професор на ПВУ-Високата стручна школа “Факултет за бизнис економија”, Скопје 

Прилог 1: Табела за пресметка на поени на м-р Мартин Ксиелички за избор во звање виш предавач

Прилог

Табела за вреднување на активностите на м-р Мартин Киселички (предавач), во реизборниот период 2013 - 2017 година, според критериумите за избор на наставници на Високата стручна школа „Факултет за бизнис економија“ во Скопје

ВИД НА АКТИВНОСТ	БРОЈ	ПОЕНИ	ВКУПНО
Наставно-образовна (НО)			
Интернет и меѓународен маркетинг (прв циклус на студии) (4 часа неделно, 12 работни недели)	4*12 = 48	0,25	12
Стратегиски менаџмент (прв циклус на студии) (4 часа неделно, 12 работни недели)	4*12 = 48	0,25	12
Маркетинг истражување (прв циклус на студии) (4 часа неделно, 12 работни недели)	4*12 = 48	0,25	12
Консултации со студенти	50	0,1	5
Ментор на дипломски работи	25	0,3	7,5
Ментор на семинарски трудови	8	0,05	0,4
Член на комисија за оцена или одбрана на дипломска работа	10	0,15	1,5
Пакет материјали за одреден предмет	3	2	6
			56,4
Научноистражувачка (НИ)			
Учесник во меѓународен научен проект	2	5	10
Труд објавен во научно/стручно списание со меѓународен уредувачки одбор	5	4	20
Труд објавен во зборник на трудови од научен собир со меѓународен уредувачки одбор	2	3	6
Учество на научен собир/конференција со меѓународен карактер	1	2,5	2,5
			38,5
Стручно-апликативна и организациско-развојна (СА+ОР)			
Книга од стручна област – автор	1	8	8
Учество во промотивни активности на факултетот	1	1,5	1,5
Координатор на програма за мобилност	1	2	2
			11,5
ВКУПНО			106,4