

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ У СУБОТИЦИ

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

-обавезна садржина- свака рубрика мора бити попуњена

(сви подаци уписују се у одговарајућу рубрику, а назив и место рубрике не могу се мењати или изоставити)

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ
<p>1. Датум и орган који је именовao комисију</p> <p>16. октобар 2020. год., Наставно-научно веће Економског факултета у Суботици</p> <p>2. Састав комисије са знаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен:</p> <p>1. др Вељко Маринковић, редовни професор, уже научна област Пословна економија, 27. септембар 2019. год., Економски факултет у Крагујевцу, Универзитет у Крагујевцу;</p> <p>2. др Томислав Сударевић, редовни професор, уже научна област Маркетинг и трговина, 31. јануар 2019. год., Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду;</p> <p>3. др Дражен Марић, доцент, уже научна област Маркетинг и трговина, 20. октобар 2016. год., Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду.</p>
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ
<p>1. Име, име једног родитеља, презиме:</p> <p>Милан, Никола, Бркљач</p> <p>2. Датум рођења, општина, држава:</p> <p>03.05.1988. године, Београд, Звездара, Р. Србија</p> <p>3. Назив факултета, назив студијског програма дипломских академских студија – мастер и стечени стручни назив:</p> <p>Економски факултет у Суботици, Маркетинг, Мастер економиста</p> <p>4. Година уписа на докторске студије и назив студијског програма докторских студија</p> <p>2013. година, Менаџмент и бизнис, модул Маркетинг</p> <p>5. Назив факултета, назив магистарске тезе, научна област и датум одбране: -</p>

6. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука: -

III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Детерминанте намере коришћења услуга из домена економије дељења код миленијумске генерације у Републици Србији

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Навести кратак садржај са назнаком броја страна, поглавља, слика, шема, графикана и сл.

Докторска дисертација кандидата је написана на српском језику, ћириличним писмом, на 322 стране А4 формата.

Садржај дисертације је подељен у следећа поглавља:

1. Уводна разматрања
2. Економија дељења – суштина и карактеристике
3. Услуге дељења смештаја и возње и миленијумска генерација
4. Приступи моделовању понашања потрошача у економији дељења
5. Теоријски оквир истраживања и хипотезе
6. Преглед резултата истраживања
7. Закључна разматрања

Саставни део дисертације чине и садржај, литература, прилози, кључна документацијска информација са изводом на српском и енглеском језику и план третмана података.

Физички опис рада: 7 поглавља, 322 стране, 51 слика, 15 табела, 332 референце, 2 прилога.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Дисертација представља структуру од седам целина.

Прву целину рада представљају уводна разматрања. Кроз њих се читаоци на концизан начин упознају са предметом истраживања у оквиру докторске дисертације, дефинисаним циљевима и хипотезама истраживања, испољеним потребама за спровођењем истраживања и очекиваним утицајем добијених резултата.

Друга целина под називом „Економија дељења – суштина и карактеристике“ се на детаљан начин бави дефинисањем појма економије дељења у ужем и ширем смислу, стављајући истовремено акценат на суштину и опис феномена економије дељења. Такође, у оквиру друге целине обрађени су историјски настанак и развој феномена економије дељења, као и пословни модели који су у употреби код предузећа која послују на посматраном тржишту услуга. Прегледом тренутног стања дат је осврт на обим потрошње и потенцијале које са собом носи овакав вид пословања, као и на друштвене утицаје које остварује економија дељења, у локалној заједници, али и на глобалном нивоу. Услед покренутих питања о легалности и правној регулативи за функционисање предузећа и појединаца у оквиру економије дељења на посматраном тржишту, дат је преглед правног оквира у Европској Унији и Републици Србији у вези са услугама дељења. Поред наведених елемената, друга целина се бави и питањима значаја технологије и њеног прихватања од стране потрошача за развој и опстанак тржишта економије дељења.

У оквиру треће целине дисертације разматране су особине конкретних услуга дељења смештаја и дељења возње, које су биле у фокусу спроведеног истраживања. Такође, разматран је развој платформи за дељење кроз њихове карактеристике, пословне моделе и утицај економских трендова. Свеобухватно су обрађене карактеристике миленијумске генерације, као испитаника који су чинили истраживачки узорак. Разматране су њихове демографске карактеристике у

Републици Србији, перцепција улоге потрошача у економији дељења, као и резултати претходних истраживања намере чланова миленијумске генерације да користе услуге економије дељења. Значајан допринос разумевању начина на који функционише тржиште услуга економије дељења у трећој целини чине и разматрања организације платформи за дељење као начина за преузимање тржишног удела, као и преглед механизма за изградњу поверења између корисника P2P (енгл. Peer-to-Peer) платформи.

Приступу моделовању понашања потрошача у оквиру економије дељења разматрани су у четвртој целини дисертације. Обухваћена су претходно спроведена истраживања понашања потрошача у домену економије дељења и начињен преглед теоријских основа у постојећим теоријским моделима. Тиме је на адекватан начин указано на могућности модела теорије планираног понашања као погодног избора за испитивање детерминанти намере потрошача миленијумске генерације да користе разматране услуге дељења. Детаљно су дискутовани приступи моделовању намере потрошача да користе P2P услуге економије дељења, и јасно идентификоване најзначајније детерминанте које одређују намере потрошача да користе P2P услуге економије дељења. Такође, значајан део посвећен је питањима која се односе на прихватање технологије од стране потрошача, с обзиром да су услуге економије дељења омогућене информационим технологијама. На овај начин сагледана је и улога коју су модели за прихватање технологије имали у претходно спроведеним истраживањима понашања потрошача услуга у домену економије дељења, чиме је на свеобухватан начин размотрено питање методолошког приступа избору модела за истраживање детерминанти намере коришћења услуга дељења смештаја и дељења вожње.

Пета целина дисертације на детаљан начин представља теоријски оквир истраживања и формулисане хипотезе. Кроз разматрање улоге и начина формирања структурних модела истакнуте су предности усвојеног теоријског оквира заснованог на теорији планираног понашања. Анализом његових карактеристика и принципа на којима се заснивају методе за анализу структурних модела у раду је на адекватан начин формулисан и предложен истраживачки модел који је коришћен за обе врсте посматраних услуга дељења. Детаљно су дискутовани мотиви за избор одговарајућих детерминанти и унутрашње структуре предложеног модела, који је представљао основу за испитивање постављених хипотеза. Поред унутрашње структуре модела у раду је предложена и формулација одговарајућих питања која су представљала адекватан мерни инструмент, односно мерни модел којим су тестиран ставови испитаника миленијумске генерације. Јасно и детаљно су описани дизајн упитника и коришћене процедуре анкетања.

Преглед резултата истраживања представљен је у оквиру шесте целине дисертације. Детаљно су изложени и дискутовани сви добијени резултати, одвојено за обе посматране врсте услуга дељења, као и упоредо у контексту постављене нулте хипотезе. Примењени поступци и технике анализе су се показали као адекватни за утврђивање карактера и релативног значаја детерминанти које фигуришу у предложеном структурном моделу. Тиме је омогућено да се јасно сагледају детерминанте које имају утицаја на намеру коришћења услуга дељења смештаја и дељења вожње од стране миленијумске генерације. Као припрема за тестирање хипотеза које произилазе из предложене унутрашње структуре модела засноване на теорији планираног понашања, у раду су детаљно анализирани карактеристике предложеног мерног инструмента. На основу резултата корелационе анализе, анализе главних компоненти, експлораторне и конфирмативне факторске анализе утврђено је да предложени упитник поседује неопходне особине и представља погодну основу за квантитативно тестирање постављених хипотеза. Поред анализе детерминанти као значајан допринос рада истичу се теоријске и практичне импликације резултата спроведеног истраживања. Оне указују да је предложени модел на основу теорије планираног понашања показао прихватљив ниво поклапања са прикупљеним опсервацијама и генерисао конзистентне резултате, у смислу карактера детерминанти које су се истовремено показале као значајне за обе врсте услуга. С обзиром да се услуге дељења смештаја и дељења вожње заснивају на истим принципима економије дељења и обезбеђују сличан ниво функционалности у интеракцији са потрошачима, резултати указују да модел представља погодан избор за анализу различитих врста услуга дељења. Резултати дају и увид у мотиве потрошача на које би требало ставити акценат приликом осмишљавања тржишног наступа и маркетинг стратегија.

Седма целина обухвата закључна разматрања у којима су на концизан начин представљени резултати спроведеног истраживања и њихов значај. Указано је на потребу да се детерминанте намере коришћења различитих врста услуга разматрају одвојено и дате су смернице за будућа истраживања понашања потрошача у домену услуга економије дељења.

На крају дисертације дат је списак наведених извора коришћене литературе, прилози са садржајем и формом коришћеног упитника у папирној и електронској форми, и план третмана података.

VI СПИСАК НАУЧНИХ И СТРУЧНИХ РАДОВА КОЈИ СУ ОБЈАВЉЕНИ ИЛИ ПРИХВАЋЕНИ ЗА ОБЈАВЉИВАЊЕ НА ОСНОВУ РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА У ОКВИРУ РАДА НА ДОКТОРСКОЈ ДИСЕРТАЦИЈИ

Таксативно навести називе радова, где и када су објављени. Прво навести најмање један рад објављен или прихваћен за објављивање у часопису са ISI листе односно са листе министарства надлежног за науку када су у питању друштвено-хуманистичке науке или радове који могу заменити овај услов до 01.јануара 2012. године. У случају радова прихваћених за објављивање, таксативно навести називе радова, где и када ће бити објављени и приложити потврду о томе.

- 1) Лукић М. Ј., **Бркљач Н. М.**, Перчић Р. К. (2019). Брендирање послодаваца у функцији привлачења и задржавања талената који припадају генерацији миленијалаца. *Маркетинг*, 50(2), 83-93. [M51]
- 2) **Бркљач М.**, Стојановић И., Максимовић Ј. (2019). Анализа примене и изградње брэнда као инструмента за стицање конкурентске предности - пример тржишта ресторана у Новом Саду. *Транзиција*, 22(44), 77-91. [M51] <https://hrcak.srce.hr/235910>
- 3) Stanković J., **Brkljač M.**, Nikolić S. T. (2014). Strategic integrated marketing communications: domination or equality of elements? *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 51(32), 205-218. [M51]
- 4) **Brkljač M.**, Sudarević T. (2018). Sharing Economy and „Industry 4.0“ as the Business Environment of Millennial Generation - a Marketing Perspective. *Annals of DAAAM & Proceedings*, 29, 1092-1101. DOI: 10.2507/29th.daaam.proceedings.156. [M33]
- 5) **Brkljač M.**, Lukić M. J., Dejanović M. A. (2018). Inovacije, nove tehnologije i milenijumska generacija – istovremeni razvoj. Fourth international scientific-business conference LIMEN 2018: Conference Proceedings: Leadership & Management: Integrated Politics of Research and Innovations; Belgrade, Serbia, December 13, 2018, 411-418, DOI: . [M33]
- 6) **Бркљач М.**, Цвјетићанин Ј., Максимовић Ј. (2018). Утицај STEM образовања на миленијумску генерацију као радну снагу. Трећа међународно знанствено-стручна студентска конференција SKEI 2018, Вуковар – 25.05.2018. Р. Хрватска; Тема скупа: STEM образовање – Темелј развоја модерног друштва; Зборник радова, 3, 2018, 38-46. [M33]
- 7) **Бркљач М.**, Станковић Ј. (2015). Значај Е-канала на међународном тржишту хотелијерства. Интернационални научни скуп СМ 2015: Стратегијски менаџмент и системи подршке одлучивању у стратегијском менаџменту, Палић – Суботица; Тема скупа: Стратегија развоја и конзистентност економских система у условима глобализације; Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици, Зборник радова, 20, 2015, 888-900. [M33]
- 8) Симић Р., Илић М., **Бркљач М.**, Симић Д.Т. (2014). Апликација за анализу пословања сервисних компанија. XIII међународни научно-стручни Симпозијум ИНФОТЕХ-ЈАХОРИНА 2014, Универзитет у Источном Сарајеву, Електротехнички факултет, Јахорина, Босна и Херцеговина., март 19-21, 2014, 779-783. [M33]
- 9) **Brkljač M.**, Simić R. (2014). Competitive advantage of service companies by creating strong brand through efficiency management. In the Proceedings of the IV International Symposium Engineering Management and Competitiveness 2014 (EMC 2014), University of Novi Sad, Technical faculty “Mihajlo Pupin”, June 20-21, 2014, Zrenjanin, Serbia, 215-220. [M33]

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Резултати истраживања представљају јединствен допринос разумевању детерминанти намере коришћења услуга економије дељења од стране миленијумске генерације у Р. Србији. Закључци и резултати анализа потврђују могућност идентификовања и карактеризације мотива који руководе понашањем потрошача услуга дељења смештаја и дељења возње и представљају основу за разумевање принципа на којима би требало заснивати маркетинг стратегије и тактике према посматраној циљној групи.

Резултати такође указују и на општи закључак да тржиште услуга економије дељења у Републици Србији у потрошачима миленијумске генерације има снажну основу за даљи развој. Овакав закључак је резултат свеобухватног сагледавања карактеристика економије дељења, стања тржишта на европском и локалном нивоу, правних оквира у којима се већ одвија или планира пословање са понудом услуга дељења, анализе развоја платформи посредством којих се реализују услуге дељења, и прегледа досадашњих приступа проучавању мотива који руководе одлукама потрошача да се одреде за коришћење одређених врста услуга дељења.

На основу добијених резултата може се рећи да је модел предложен у дисертацији оправдао претпостављену агрегатну структуру која укључује елементе различитих теорија и задовољно предуслове за анализу и примену у домену истраживања намере коришћења услуга економије дељења. Наведени закључак иде у прилог и полазној претпоставци да би за објашњење мотива који одређују потрошаче миленијумске генерације да користе услуге дељења возње био погодан исти теоријски модел као и за услуге дељења смештаја, с обзиром да се, без обзира на врсту услуге дељења, обе по правилу реализују кроз посредовање наменских платформи за повезивање корисника и пружаоца услуга, а одликују их и исте одреднице које дефинишу услуге економије дељења. Претпоставка да би за различите врсте услуга дељења мотиви који одређују понашање потрошача у извесној мери требало да буду другачији потврђена је на основу резултата који указују да у поређењу са услугама дељења смештаја неке од идентификованих детерминанти услуге дељења возње нису биле од довољне важности за испитанике да би се њихов утицај могао сматрати статистички значајним, као и на основу резултата да је релативни значај неких од преосталих детерминанти услуга дељења возње био другачији у односу на услуге дељења смештаја. Тако је у поређењу са ранијим истраживањима показано да су претпоставке о потреби да се мотиви корисника за коришћење различитих врста услуга дељења разматрају одвојено, оправдане, и да се релативни значај детерминанти које одређују намере коришћења услуга дељења разликује у зависности од конкретне врсте услуге.

Истраживање детерминанти намере коришћења услуга дељења смештаја и дељења возње код потенцијалних потрошача миленијумске генерације у Р. Србији је јасно указало да се тржиште услуга дељења, како по броју корисника тако и по врстама услуга, налази у почетним фазама развоја и да оваква врста истраживања на овом подручју до сада није реализована.

Резултати истраживања услуга дељења смештаја су потврдили као тачне постављене хипотезе H_{1a} до H_{8a} , као и хипотезе H_{10a} до H_{15a} . Истовремено, резултати анализе услуга дељења возње су хипотезе H_{1b} до H_{4b} , као и H_{11b} до H_{15b} потврдили као оправдане. Преостале хипотезе H_{9a} и H_{5b} до H_{10b} су морале да буду одбачене, пошто на основу добијених резултата није утврђен статистички значајан утицај одговарајућих детерминанти.

Хипотеза H_0 , о статистички значајној разлици између утицаја који детерминанта поверења у пружаоце услуга има код услуга дељења возње у односу на услуге дељења смештаја, није могла да буде потврђена, већ је успешно оповргнута. Овакав резултат показује да утицај поверења у пружаоце услуга не зависи од врсте посматраних услуга и да би такав утицај на намеру коришћења требало увек разматрати у контексту услуга економије дељења. Поверење у пружаоце услуга се такође показало и као једна од најзначајнијих детерминанти намере коришћења услуга дељења возње и дељења смештаја. Стога је закључено да је од кључног значаја за будући развој тржишта економије дељења и његових учесника изградња јасног друштвеног и правног оквира у Р. Србији који би подржао раст локалних платформи за дељење.

С обзиром на резултате истраживања који су потврдили значај услуга економије дељења закључак истраживања јесте и да постоји потреба за разумевањем на који начин се постојећи пословни модели традиционалних предузећа могу прилагодити насталом феномену економије дељења како

би могли да буду конкурентни на тржишту и створе нову вредност за потрошаче.

Такође, резултати истраживања су показали да је за услуге из домена економије дељења, које по различитим основама одступају од традиционалних начина пословања, могуће успешно квантификовати мотиве или детерминанте потрошача које одређују њихово понашање и намеру будуће куповине.

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

Експлицитно навести позитивну или негативну оцену начина приказа и тумачења резултата истраживања.

У изради дисертације кандидат је користио адекватан научно методолошки инструментаријум што има за резултат истакнути значај и научну валидност резултата до којих је дошао. У приказу резултата истраживања употребљене су бројне табеле и слике које помажу у бољем схватању обрађене материје и на тај начин у потпуности оправдавају своју употребу. У тумачењу резултата истраживања кандидат се користи научно прецизним и стручно разумљивим језиком (на високом академском нивоу) уз особености свог стила писменог изражавања, што даје аутентичност раду у највећој могућој мери. Имајући у виду горе наведене ставове, комисија даје позитивну оцену у погледу начина приказа и тумачења резултата истраживања.

IX КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Експлицитно навести да ли дисертација јесте или није написана у складу са наведеним образложењем, као и да ли она садржи или не садржи све битне елементе. Дати јасне, прецизне и концизне одговоре на 3. и 4. питање:

Основни циљ који је кандидат поставио приликом пријаве теме докторске дисертације јесте долажење до адекватних одговора на питања која се тичу карактера и релативног значаја детерминанти које опредељују потрошаче миленијумске генерације у Републици Србији да користе услуге из домена економије дељења. Увидом у претату укоричену верзију докторске дисертације могуће је констатовати да су правилном идентификацијом проблема и предмета истраживања избегнута расплињавања у процесу истраживања и интерпретацији њихових резултата чиме је постигнута потпуна подударност са образложењима наведеним у пријави исте.

У погледу испуњености битних елемената које дисертација треба да садржи могуће је констатовати да су они присутни у захтеваном облику у складу са стандардима докторске дисертације као научног рада високог ранга.

Дисертација представља оригинални рад кандидата који је користећи постојећа знања из области којом се бави, уз надоградњу нових сазнања до којих је дошао у процесу истраживања, дао нови квалитет. Као што је већ наведено у делу који се односи на закључке истраживања докторска дисертација која је предмет овог извештаја је прво истраживање детерминанти намере коришћења услуга дељења смештаја и дељења возње код потенцијалних потрошача миленијумске генерације у Р. Србији. Оригиналност доприноса науци састоји се у успостављању агрегатне структуре која у себи укључује елементе различитих теорија чиме су задовољени предуслови за анализу и примену у домену истраживања намере коришћења услуга економије дељења. Поред тога, употребом самостално креираног инструмента истраживања кандидат је успешно дошао до драгоцених података и резултата у погледу идентификовања и карактеризације мотива који руководе

<p>понашањем потрошача услуга дељења смештаја и дељења возње. Тиме је дао пионирски допринос разумевању принципа на којима би требало заснивати маркетинг стратегије и тактике према миленијумској генерацији у Р. Србији, у сектору пружања услуга који има перспективну будућност.</p> <p>По мишљењу чланова комисије за оцену дисертације у раду нису присутни недостаци који би имали већи утицај на квалитет истог. Повећање броја испитаника, као стандардни приговор који се увек може навести, по мишљењу чланова комисије би имало маргинални ефекат имајући у виду високу репрезентативност узорка који је учествовао у истраживању. Сходно томе, наведено ограничење истраживања је прихватљиво и добијени резултати се сматрају релевантним.</p>
1. Да ли је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме
2. Да ли дисертација садржи све битне елементе
3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци
4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања
X ПРЕДЛОГ:
<p>На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже: да се докторска дисертација кандидата Милана Бркљача МСц. под насловом</p> <p style="text-align: center;">"Детерминанте намере коришћења услуга из домена економије дељења код миленијумске генерације у Републици Србији"</p> <p style="text-align: center;">ПРИХВАТИ</p> <p>а кандидату одобри одбрана.</p>
<p>-да се докторска дисертација прихвати, а кандидату одобри одбрана</p> <p>-да се докторска дисертација враћа кандидату на дораду (да се допуни односно измени) или</p> <p>-да се докторска дисертација одбија</p>

**НАВЕСТИ ИМЕ И ЗВАЊЕ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ
ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ**

1. Др Вељко Маринковић, редовни професор,

2. Др Томислав Сударевић, редовни професор,

3. Др Дражен Марић, доцент,

НАПОМЕНА: Члан комисије који не жели да потпише извештај јер се не слаже са мишљењем већине чланова комисије, дужан је да унесе у извештај образложење односно разлоге због којих не жели да потпише извештај.

