

УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУМУ  
Департман за последипломске студије  
Данијелова 32, Београд

## ВЕЋУ ДЕПАРТМАНА ЗА ПОСЛЕДИПЛОМСКЕ СТУДИЈЕ

Одлуком Већа Департмана за последипломске студије број 4-27/2015 од 23.01.2015. године, одређени смо за чланове Комисије за оцену и одбрану докторске дисертације кандидата Горана Јевића под називом **Основе и перспективе развоја винског туризма у Србији**

о чему подносимо следећи

### ИЗВЕШТАЈ

#### 1. Основни подаци о кандидату и докторској дисертацији

**Горан Јевић** је рођен 1982. године у Земуну где је завршио основну и средњу школу. Високу туристичку школу завршио је 2005. године, а студије на Департману за географију, туризам и хотелијерство Природно-математичког факултета Универзитета у Новом Саду завршио је 2007. године и стекао звање менаџер у туризму. Мастер студије на студијском програму Пословни системи у туризму и хотелијерству Универзитета Сингидунум завршио је 2009. године. Академске 2009/2010. године је уписао докторске студије на Универзитету Сингидунум, студијски програм Менаџмент у туризму, током којих је положио све испите са просечном оценом 10.

Од 2007. године је запослен на Високој туристичкој школи струковних студија где је као асистент на предметима: Пословање хотелских предузећа, Селективни облици туризма и, Туристичко вођење.

*Кандидат има следећи објављени рад категорије М24 чиме је испуњен предуслов за одбрану докторске дисертације:*

**Jević, G., Jević, J., Barović, S. (2016).** The Role of the Belgrade Wine Fair on Development of Wine Tourism in Serbia. *Ekonomika poljoprivrede*, Vol. 63, No. 4, str. 1347-1363. - [www.ea.bg.ac.rs/index.php/EA/article/download/165/148/](http://www.ea.bg.ac.rs/index.php/EA/article/download/165/148/)

Потврда категорије часописа од стране Кобсон базе -  
[https://kobson.nb.rs/upload/documents/MNTR/Kategorizacija\\_casopisa/2016/MNTR2016-drustvene\\_nauke.pdf](https://kobson.nb.rs/upload/documents/MNTR/Kategorizacija_casopisa/2016/MNTR2016-drustvene_nauke.pdf), стр 13.

**Преостали објављени радови:**

#### **Списак резултата М50**

**Јевић Г.** (2012). Развој винског туризма на територији општине Вршац, *Туристичко пословање*, 10, стр. 99-113 (М53)

**Јевић Г., Јевић Ј.** (2015). Приступачност појединих сегмената хотелских капацитета особама са инвалидитетом. *Туристичко пословање*, 16, стр. 53-63, (М53)

Skakun M., **Jević G., Jević J.** (2016). Law in accredited tourism curricula at higher education institutions in Serbia. *Turističko poslovanje*. 17, pp. 81-89, (М53)

#### **Списак резултата М30**

Генов Г., **Јевић Г.** (2011). Примена различитих инструмената менаџмента квалитета у хотелијерству, Зборник научних и стручних радова међународне конференције “Хотелска кућа 2011“, стр.195-211.

**Jević G., Jević J.** (2014). Accessibility of Krstov Winery for People with Physical Disabilities, Proceedings of the 2nd Belgrade International Tourism Conference, Visoka turistička škola strukovnih studija, pp. 685-701.

Докторска дисертација кандидата Горана Јевића је урађена на укупно 278 страна, од чега 38 страна чине прилог и списак литературе. Списак литературе обухвата 276 референци које чине научни радови, књиге, зборници радова, законски прописи као и електронски извори. Уз основни текст, дисертација садржи и 1 слику (мапу), 156 табела и 3 графикона.

Докторска дисертација кандидата Горана Јевића је била подвргнута провери софтвером за установљавање преклапања/плагијаризма (iThenticate Plagiarism Detection Software). Укупан процентуални износ запажених преклапања износи 10% дисертације. Свака јединица означена у извештају о провери преклапања/плагијаризма као могући извор (укупно 264) износи мање од 1% у укупном раду, изузев једне која је процењена на 1% односно као 621 реч а везана је скоро у потпуности за исто објашњење скраћеница везано за већину од 156 табела. Највећи број установљених преклапања се односи на референце наведене у тексту, које је кандидат користио приликом навођења извора за одређене тврдње и уз цитате у дисертацији. Преостали део преклапања се односи на периодичне речи и изразе који су општеприхваћени и користе се у академском изражавању у различитим областима па се не могу сматрати плагијаризмом, као и на одговарајуће

наведене делове из извора литературе, обележене на одговарајући начин, који указују на оригинални рад из којег су цитирани. Део дисертације који се односи на истраживање и анализу резултата нема преклапања која се могу сматрати плагијаризмом, што указује на оригиналност истраживања.

## **2. Предмет и циљ истраживања**

Између вина и туризма одавно постоји снажна веза а од скоро је тај однос признат од стране истраживача који се баве овим питањем, као и од стране произвођача вина и туристичке привреде и туристичких дестинација. Вино је за туристичку привреду веома важна компонента атрактивности дестинације и може бити главни мотивациони фактор за посетиоце. Са друге стране, за произвођаче вина, вински туризам је веома важан за успостављање веза са потрошачима док је за мале винарије директна продаја вина посетиоцима основ њиховог пословног успеха и рентабилног пословања. Сходно томе, предмет докторске дисертације је анализа развоја винског туризма у свету и Србији, сегменти понуде винског туризма Србије, маркетиншке стратегије и активности које треба да обезбеде квалитетну промоцију и позиционираност понуде винског туризма Србије као и канали комуникације који имају највећи потенцијал да омогуће жељени квалитет преноса поруке циљним тржиштима. Одређени део анализе развоја винског туризма у Србији као и спроведених истраживања је везан за пример Вршачког винског региона.

Циљ истраживања је да на основу анализе и упоређивања дефинишу могућности и перспективе развоја винског туризма Србије, са посебним освртом на пример Вршачког региона. Секундарни циљеви су везани за утврђивање тренутног стања винског туризма Србије уз обраду примера Вршачког винског региона, као и дефинисање сегмената понуде винског туризма који имају највећи потенцијал за развој, са посебним освртом на улогу маркетинга у том процесу.

## **3. Хипотетички оквир истраживања**

На основу циљева рада произилази следећи хипотетички оквир који се састоји од две генералне хипотезе и система посебних хипотеза.

*Генералне хипотезе:*

X1 Да би вински туризам имао значајну улогу у развоју туризма Србије, неопходно је да власници и менаџери српских винарија успешно користе инструменте маркетинга како би се створиле основе за обезбеђивање конкурентске предности и заузимање жељене позиције на тржишту винског туризма.

X2 Што су ставови власника и менаџера винарија сличнији ставовима посетилаца винарија о важности појединих конституената винског туризма утолико се у већој мери ствара могућност за развој винарија и винског туризма.

Основне хипотезе су провераване кроз два емпиријска истраживања у вези са чим су формулисане следеће групе помоћних хипотеза

X01 Власници и менаџери српских винарија сматрају да је вино најважнија карактеристика производа за имиџ и репутацију винарије

X02 Власници и менаџери српских винарија сматрају да су манифестације посвећене вину најважнији облик промотивних активности винарије

X03 Географски положај српских винарија има утицај на ставове власника и менаџера према важности појединих карактеристика производа на имиџ и репутацију винарије

X04 Величина српских винарија утиче на ставове власника и менаџера о ефикасности појединих промотивних активности

X05 Географски положај српских винарија има утицај на ставове власника и менаџера према важности појединих стејкхолдера на промоцију винарије

X06 Величина српских винарија има утицај на ставове власника и менаџера према важности појединих стејкхолдера на промоцију винарије

X07 Чланство винарије у винском или туристичком кластеру има утицај на ставове власника и менаџера према важности појединих стејкхолдера у промоцији винарија

X08 Дегустација вина представља најчешћи разлог за посету винаријама Вршачког винског региона

X09 Усмена препорука представља најважнији канал комуникације за информисање посетилаца о винаријама Вршачког винског региона

X10 *Facebook* представља најважнију друштвену мрежу за информисање посетилаца о винаријама Вршачког винског региона

X11 Најважнији сегмент понуде винарија за укупан доживљај/задовољство посетилаца је професионално и љубазно особље

X12 Држава из које посетиоци долазе утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X13 Стално место боравка посетилаца утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X14 Пол посетилаца утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X15 Старост посетилаца утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X16 Примарни мотив посете Вршачком региону утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X17 Дужина боравка посетилаца/туриста у Вршачком региону утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X18 Тип смештаја у коме одседају туристи који посећују Вршачки регион утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X19 Друштво са којим посетиоци долазе у обилазак утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X20 Ранија посета некој од винарија утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X21 Различити начини организовања посете утичу на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X22 Превозна средства које посетиоци користе приликом доласка утичу на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X23 Спремност посетилаца да издвоје различите износе новца за боцу вина од 0,75л утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X24 Врста вина коју посетиоци преферирају утиче на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког региона и перцепцију важности карактеристика производа ових винарија на укупни доживљај и задовољство

X25 Квалитет вина који посетиоци конзумирају има утицај на разлоге за доношење одлуке о посети винаријама Вршачког винског региона

X26 Степен образовања посетилаца утиче на перцепцију важности сегмената понуде на укупни доживљај и задовољство

#### **4. Методологија истраживања**

Приликом израде докторске дисертације, примењене су различите научне методе које омогућају валидно остварење научног и друштвеног циља истраживања односно како би били испуњени основни методолошки захтеви – објективност, поузданост, општост и систематичност. Кандидат је у дисертацији истраживао научна односно теоријска сазнања, и проучавао релевантну литературу и пословну праксу коришћењем већег броја метода, и то: историјски метод, дескриптивни метод, дедуктивни и индуктивни метод, методе анализе и синтезе, метод генерализације и специјализације, метод доказивања и оповргавања, метод анализе садржаја, као и метод студије случаја.

У складу са дефинисаним предметом рада и циљевима истраживања и дефинисаним хипотезама рада, а у циљу уобличавања научних и стручних закључака и дефинисања могућих решења примењена је теоријска анализа уз коришћење резултата истраживања аутора који су истраживали проучавану област, што је чини део обимне међународне научне литературе. Применом историјског метода су обједињена истраживања других аутора која се односе на развој винског туризма у Србији. Метод студије случаја се односи на Вршачки регион, као особену дестинацију винског туризма Србије.

Да би могли бити добијени одговарајући резултати, односно остварен укупан циљ истраживања, осим секундарних извора података су прибављени и примарни извори на основу теренског истраживања. Оно је обухватило три посебна истраживања: "Маркетиншке активности српских винарија – ставови власника и менаџера српских винарија укључених у вински туризам", "Ставови посетилаца о понуди винарија Вршачког винског региона" и "Ставови власника и менаџера вршачких винарија о винском туризму и разлозима доласка посетилаца". За свако од наведених истраживања је обликован посебан анкетни упитник при чему су у раду посебно упоређени резултати у вези са ставовима, с једне стране посетилаца, и, с друге стране, власника и менаџера винарија, о разлозима посете винаријама Вршачког винског региона.

При анализи резултата емпиријског истраживања су коришћене математичко-статистичке методе, пре свега дескриптивна статистика, Кромбах алфа коефицијент, факторска

анализа, Анова тест, т-тест као и Пирсонов тест корелације. Подаци су анализирани коришћењем програма СПСС а резултати су у раду приказани и табеларно.

## 5. Кратак приказ садржаја докторске дисертације

Рад се састоји из три поглавља уз уводна и закључна разматрања.

У уводним разматрањима је изложен основни проблем који ће бити разматран у дисертацији, дефинисани су предмет и циљ истраживања, методологија, хипотезе, структура рада уз указивање на значај истраживања.

У првом поглављу су дефинисани и објашњен појам винског туризма, као облика тематског туризма, односно настанак и развој винског туризма, дефинисане су и објашњене карактеристике тражње у винском туризму, са посебним освртом на мотивацију и карактеристике винских туриста, карактеристике понуде винског туризма, са нагласком на улогу винарија, винских путева и винских догађаја. У овом делу објашњене су и карактеристике развоја винског туризма у свету, са посебним нагласком на примере добре праксе на нивоу земаља и приказане су основне карактеристике и објашњена је улога маркетинга и, посебно, дигиталног маркетинга у винском туризму.

У поглављу су идентификоване и приказане основне карактеристике развоја винског туризма Србије, објашњена је улога винског туризма као туристичког производа Србије, са освртом на сортимент, винске путеве, винске фестивале и догађаје који су карактеристични за Србију. У овом делу је спроведено прво емпиријско истраживање под називом "Ставови власника и менаџера српских винарија укључених у вински туризам према појединим маркетиншким активностима" анкетирањем власника винарија у Србији, а са циљем добијања резултата који ће показати стање примене маркетинга у винском туризму Србије.

Треће поглавље садржи анализу положаја Вршца, као пример винске дестинације на туристичком тржишту Србије. У том смислу објашњен је Вршачки регион као дестинација винског туризма, дефинисани су и приказани његови најважнији природни и културно-историјски туристички ресурси, објашњене су карактеристике Вршачког виногорја, приказани су смештајни капацитети и туристички промет на територији општине Вршац. На крају овог дела, уједно и читавог рада, представљени су резултати емпиријског истраживања "Ставови посетилаца, власника и менаџера винарија према значају појединих сегмената понуде винског туризма Вршачке регије". Примарни циљ овог истраживања је утврђивање позиције винског туризма Вршачке регије кроз упоредну анализу ставова посетилаца и власника винарија.

У закључним разматрањима представљени су битни закључци појединих истраживања као и укупног рада и формулисане су одговарајуће препоруке везане за место и улогу винског туризма и његових кључних основа у укупном развоју туризма Србије.

## **6. Постигнути резултати и научни допринос докторске дисертације**

Тема докторске дисертације је веома актуелна јер се односи на облик туризма и са њим повезане туристичке производе који могу битно утицати на конкурентност туристичке дестинације. Научни допринос истраживања се огледа у анализи и дескрипцији винског туризма, систематизацији постојећих сазнања и концептуализацији појма винског туризма, као и креирању методолошког приступа који треба да представља основ за унапређење винског туризма Србије. У том смислу се издвајају: анализа тражње односно ставови посетилаца у вези са винским туризмом, са посебним освртом на факторе избора производа у винском туризму, ставови власника и менаџера винарија у односу на поједине сегменте понуде винског туризма као и у односу на коришћење маркетиншких активности у циљу побољшања конкурентности.

Узимајући у обзир обим и ниво обављених емпиријских истраживања за потребе докторског рада, очекивани друштвени допринос је: теоријска и емпиријска анализа винских регија Србије, винских путева у Србији и идентификација туристичких атрактивности и позиције Вршачке регије, као пример важне дестинације винског туризма Србије. Наведено је послужило за сагледавање тренутног стања у овој области и на основу чега су формулисани закључци односно препоруке као основа за формирање квалитетног и препознатљивог туристичког производа који може битно допринети позиционирању Србије као туристичке дестинације.

Посебно заинтересовани за одговоре који су резултат истраживања спроведених у оквиру ове докторске дисертације могу се издвојити: а) винарије, као ствараоци кључног производа у оквиру винског туризма, у циљу бољег разумевања потреба и разлога потенцијалних корисника за укључење у вински туризам, б) предузећа у области туризма (хотели и други објекти за смештај, организатори путовања и туристичке агенције и др.), да би стекли бољи увид у кључне карактеристике и начине понашања на туристичком тржишту како потенцијалних потрошача, тако и винарија, као особених стејкхолдера у винском туризму, в) туристичке организације на свим нивоима, како би у оквиру својих активности подстакли, подупрли и утицали на активности учесника, посебно у вези са винским туристичким путевима али и осталим битним саставним деловима туристичког производа у оквиру винског туризма.

## **7. Мишљење и предлог Комисије о докторској дисертацији**

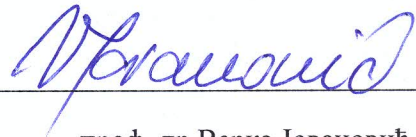
На основу свега изложеног Комисија је мишљења да докторска дисертација кандидата Горана Јевића по својој теми, приступу, структури и садржају рада, квалитету и начину излагања, методологији истраживања, начину коришћења литературе, релевантности и квалитету спроведеног истраживања и донетим закључцима задовољава критеријуме захтеване за докторску дисертацију, те се може прихватити као подобна за јавну одбрану.



Сагледавајући укупну оцену докторске дисертације кандидата **Горана Јевића** под називом **Основе и перспективе развоја винског туризма у Србији** предлажемо Већу Департамента за последипломске студије и Сенату Универзитета Сингидунум да прихвати напред наведену докторску дисертацију и одобри њену јавну одбрану.

Београд, 08.07.2019.

Чланови комисије:



проф. др Верка Јовановић,

редовни професор, Универзитет Сингидунум



проф. др Рената Пинцо,

ванредни професор,

Универзитет Метрополитен



проф. др Јован Попеску,

редовни професор, Универзитет Сингидунум