

UNIVERZITET SINGIDUNUM
Departman za posleddiplomske studije
Danijelova 32, Beograd

VEĆU DEPARTMANA ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE

Odlukom Veća Departmana za posleddiplomske studije broj 4 - 105/2018. od 29.06.2018.godine, određeni smo za članove Komisije za ocenu podobnosti kandidata i teme za izradu doktorske disertacije pod nazivom: " **ANALIZA LANCA VREDNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE KOPAONIK**" kandidata **Goran Stefanovic -master** o čemu podnosimo sledeći

IZVEŠTAJ

1. Osnovni podaci o kandidatu

Kandidat **Goran Milovana Stefanović –master** rođen je u Aleksandrovcu 13.05.1968. Ima čina Kapetana u rezervi. Diplomirao je na PMF U Novom sadu 2002., a posleddiplomske master studije na Univerzitetu Singidunum završava 2010. godine na smeru Poslovni sistemi u turizmu i hotelijerstvu, gde master rad sa temom „STRATEGIJSKO REPOZICIONIRANJE MK MOUNTAIN RESORT-a NA SAVREMENOM TURISTICKOM TRZISTU“, brani sa ocenom 10,00 a prosek tokom master studija je bio 9,71. Posleddiplomske doktorske studije upisao je 2015. godine na smeru Menadžment u turizmu. Ispite na doktorskim studijama položio je u roku sa prosečnom ocenom 10 i u postupku je odbrane doktorske disertacije. Po odsluženju vojnog roka dobija stalno zaposlenje u kompaniji „Generalexport“ na Kopaoniku, a 1999. godine postaje šef ugostiteljstva u hotelu „Grand“ na Kopaoniku u istom preduzeću, a 2005. zamenik direktora konaka „Sunčani Vrhovi“. Direktor hotela „Grand“ postaje 2007. godine a potom 2010. godine postaje član UO MK MR. Od novembra 2015. godine je direktor objekta „Kraljevi Čardaci“ na Kopaoniku, gde i trenutno radi.

Objavljeni radovi:

1. Novaković N, Mićunović G, Stefanović G., IT BUDUĆNOST JE POČELA, Časopis “BizInfo”, 2015., volume 6, broj 1, str. 11-33, pregledni rad UDK 659.443/446 316.77 DOI 10.5937/BIZINFO1501011N-M53
2. Novaković N, Mićunović G, Stefanović G., VERSKI TURIZAM I MOGUĆI NEGATIVNI EFEKTI U ODNOSU NA MANASTIRE, Časopis “BizInfo”, godina 2015., volume 6, broj 1, str. 43-52, stručni rad, UDK 338.48-6:2 338.485 DOI 10.5937/BIZINFO1501043M-M53
3. P. Vukadinović, S. Čerović, V. Matović, G. Stevanović, Financial position and Credit Rating of Companies in circular Economy in Serbia, Industrija, Vol. 46, No. 2, pp. 77-98, Jul, 2018. M24
Doktorska disertacija **Goran Stefanovića -master** urađena je na 290 strana i prikazano je 77 tabela, 24 grafikona i 36 slika; 4 strane spisak literature (96 bibliografskih jedinica, knjige, časopisa, naučni članci, i ostale literature (zakonsak akta, izveštaji ministarstva i turističke organizacije) i 5 internet izvora. Na kraju je na 3 strane dat prilog-Upitnik istraživanja. U deoktorskoj disertaciji navedeno je 267 fusnoota.

Doktorska disertacija kandidata Goran Stefanović prošla je proveru softvera za ustanovljavanje preklapanja/plagijarizma (iThenticate: Plagiarism Detection Software). Ukupan procentualni iznos zapaženih preklapanja iznosi 9% disertacije. Svaka jedinica primarnih izvora, naznačenih kao potencijalni izvor prilikom provere plagijarizma, iznosi manje od 1% u ukupnom radu.

Najveći broj uočenih preklapanja, odnosi se na reference navedene u fusnotama koje je kandidat koristio prilikom navođenja izvora za prikazane tvrdnje i citate u disertaciji. Preostali deo preklapanja odnosi se na periodične reči i izraze koji su opšte prihvaćeni i koriste se u svakodnevnoj komunikaciji i akademskom pisanju u različitim oblastima pa se stoga ne mogu smatrati plagijarizmom kao i adekvatno navedene preuzete delove iz drugih izvora literature, obeležene navodnicima i fusnotama koje ukazuju na originalni rad iz kog su delovi citirani. Deo disertacije koji se odnosi na istraživanje i analizu rezultata nema preklapanja koja se mogu smatrati plagijarizmom što ukazuje na originalnost samog istraživanja.

2. Predmet i cilj istraživanja

Predmet istraživanja ove disertacije je lanac vrednosti turističke destinacije Kopaonik, sa analizom konkurentne pozicije mesta, u okviru turističkog tržišta Srbije, sa svim postojećim prednostima i manama. Analiziran Kopaonik kao turistička destinacija sa svojim resursima prateći rast i razvoj, sa osvrtom na turističku tražnju. Obradiće se njegov geografski, turistički i funkcionalni položaj, posmatrajući prirodne i antropogene motive koji se nalaze na samoj planini, a i u njenom neposrednom okruženju. Veoma su bitan element turističke tražnje, kao i njen nastanak.

Cilj istraživanja su pojave i događaji koji utiču na pozicioniranje turističke destinacije Kopaonik na turističkom polju Srbije i da se kroz njih izvede zaključak ukom pravcu da ide razvoj destinacije, uz jasno definisanje i primenu marketing menadžmenta, a sve u cilju što uspešnijeg poslovanja destinacije. Posle toga treba postaviti turističke proizvođače od prioriteta sa svim svojim sadržajima, uvođenjem novih obogaćenom ponudom, uz što preciznije planiranje budućnosti. Svi navedeni ciljevi istraživanja su naučnog i praktičnog karaktera, uz čiju će se pomoć pokušati dokazati postavljene hipoteze i istražiti realna situaciju u kojoj se trenutno nalazi turistička destinacija Kopaonik i na taj način dati smernice za njen budući razvoj.

Naredni cilj je položaj turističke destinacije Kopaonik na međunarodnom turističkom tržištu komparativnom analizom sa konkurentskim destinacijama: Borovec, Jahorina i Kranjska Gora, koje su joj ozbiljna konkurencija.

3. Hipotetički okvir istraživanja

Glavna hipoteza ovog rada je da turistička destinacija Kopaonik, i pored nedovoljne primene koncepta marketing menadžmenta na svojoj teritoriji, ima leadersku poziciju i konkurentsku prednost u odnosu na druge turističke destinacije u regionu i da je po svojim sadržajima i sa ponudom kojom raspolaže najkompletnija, iako su neophodna nova ulaganja usmerena ka kreiranju novog imidža destinacije sa glamurom koji treba da zaživi. Pružanjem veće vrednosti stvara se mogućnost formiranja viših cena po kojima se mogu prodavati stvoreni proizvodi i usluge, a samim tim očekivati bolje poslovne rezultate i veći profit. Sve aktivnosti: pomoćne – infrastruktura, ljudski resursi, razvoj tehnologije i nabavka, a i osnovne – interna logistika, smeštajni kapaciteti, usluge, spoljna logistika, marketing i prodaja i prodajne povlastice, utiču na stvaranje lanca vrednosti turističke destinacije, čija će ocena biti veća od konkurentskih destinacija: Borovec, Jahorina i Kranjska Gora. Sprovedenjem pomenutih aktivnosti, turisti će dobiti pretpostavljene usluge posetom turističkoj destinaciji Kopaonik, a koje se podrazumevaju pri kupovini aranžmana, dok će destinacija unaprediti poslovni uspeh. Mnogo lakše će biti sve sprovedeno i ostvareno uz aktivnu ulogu i pomoć države.

Na osnovu glavne hipoteze date su i **sekundarne hipoteze**:

- 1. Svaki privredni subjekat na turističkoj destinaciji Kopaonik sa svojim lancem vrednosti doprinosi većem lancu aktivnosti i time stvara sistem vrednosti turističke destinacije Kopaonik.**
- 2. Partnerstvo privrednih subjekata turističke destinacije Kopaonik doprinosi većoj konkurentskoj prednosti iste i stvaranje novih i različitih aktivnosti koje će doprineti boljoj pozicioniranosti na regionalnom turističkom tržištu.**

4. Metodologija istraživanja

U ovoj doktorskoj disertaciji korišćene su uobičajene metode naučno istraživačkog rad (*primarna i sekundarna istraživanja*) kako bi se zadovoljili osnovni metodološki zahtevi: pouzdanost, objektivnost, stručnost, sveobuhvatnost kao i multidisciplinarna kompleksnost definisanog problema i predmeta istraživanja.

U toku naučnog i istraživačkog rada upotrebljene su različite metode kako bi bili zadovoljeni osnovni metodološki zahtevi – objektivnost, pouzdanost, opštost i sistematičnost. Kandidat je u disertaciji istraživao naučno-teorijska saznanja, relevantnu literaturu i savremenu poslovnu praksu korišćenjem većeg broja metoda, i to: istorijske metode, deskriptivne, induktivne i deduktivne metode, metode analize i sinteze, metode generalizacije i specijalizacije, metode dokazivanja i opovrgavanja, metode analize sadržaja, kao i metod studije slučaja.

U skladu sa izabranom problematikom, definisanim ciljevima istraživanja i postavljenim naučnim hipotezama radi definisanja naučnih i stručnih zaključaka i iznalaženja mogućih rešenja upotrebljena je teorijska analiza uz korišćenje rezultata istraživanja iz međunarodne naučne literature, odnosno saznanja naučnika i drugih autora koji su istraživali problematiku kojom se bavi i ovaj rad.

Deduktivna metoda je korišćenja radi sagledavanja od opšteg ka posebnom, uz analiziranje turističke ponude Srbije u čijem je sastavu turistička destinacija Kopaonik, a potom i same destinacije sa svojom ponudom.

Komparativni metod je urađena komparacija podataka koji su ukazali na položaj turističke destinacija Kopaonik u okviru turističkog tržišta Srbije I okruženja, kao i u odnosu na konkurentne destinacije: Borovec, Jahorina i Kranjska Gora. Pomoći će nam da predvidimo dalje korake u razvoju same destinacije, bolje poslovne rezultate i profit.

Statistički metod korišćen je za analizu podataka kojim su bitni relevantni za postavljene hipoteze.

Primarno istraživanje – posmatranjem, anketiranjem i intervjuisanjem, je korišćeno za proučavanje pojava u internom i eksternom okruženju analiziranog lanca vrednosti turističke destinacije Kopaonik. Istraživanje je obavljeno na uzorku od 200 ispitanika, a rezultate dobijene ovim istraživanjem, obrađeni su statističko-matematičkim metodama.

Metoda sinteze je korišćena je u svrhu dobijanja zaključaka uz prethodne analize i deskripcije.

Za proveru hipoteza od kojih se pošlo u istraživanju korišćene su sintetička i verifikaciona metoda.

Tokom razrada hipoteza i zaključivanje, korišćena je analitičko-sintetički i induktivno-deduktivni etod, a metodi izvođenja stavova i dokazivanje pojedinih činjenica izabrani su za verifikaciju (dokazivanje).

5. Kratak prikaz sadržaja doktorske disertacije

Rad sadrži tri dela i trinaest poglavlja koja obuhvataju teoretska razmatranja primenom benčmarkinga i istraživanje.

- Prvi deo obuhvata uvodna razmatranja i teorijska objašnjenja o osnovnim odlikama savremenog međunarodnog turističkog tržišta sa osvrtom na ciljeve i pravce razvoja turizma u Srbiji. Ovaj deo rada se sastoji iz dva poglavlja.
- Drugi deo ovog rada se odnosi na turističku destinaciju Kopaonik: njen razvoj sa osnovnim karakteristikama i opisom lokacije sa glavnim privrednim subjektima na njoj, koji svojom delatnošću doprinose njenom razvoju. Deo se odnosi na upravljanje turističkom destinacijom Kopaonik primenom marketing menadžmenta zarad što boljeg pozicioniranja na savremenom turističkom tržištu i predviđanju njene budućnosti. Pomenuti deo rada se sastoji iz sedam poglavlja.
- Treći deo se odnosi na istraživanje i ima četiri poglavlja. Prvo poglavlje se odnosi na analizu lanca vrednosti turističke destinacije Kopaonik sa osvrtom na teorijske osnove samog lanca vrednosti jedne destinacije uz obradu njegovih primarnih i pomoćnih aktivnosti. Faktori i osnovne pretpostavke konkurentnosti turističke destinacije uz ocenu lanca vrednosti

- turističke destinacije Kopaonik, završava se prvo poglavlje ovog dela. Ostala poglavlja se odnose na analize lanaca vrednosti turističkih destinacija Borovec u Bugarskoj, Jahorine u Republici Srpskoj i Kranjskoj Gori u Sloveniji. Sagledaće se primarne i pomoćne aktivnosti, opisati lokacija, izneti faktori i osnovne pretpostavke konkurentnosti destinacija i oceniti njihovi lanci vrednosti. Na taj način će se uraditi komparacija turističke destinacije Kopaonik sa pomenutim turističkim destinacijama iz regiona.

Na kraju disertacije iznet je **zaključak**, odnosno sumirani su najznačajniji zaključci sprovedenog istraživanja i date preporuke za unapređenje turizma turističke destinacije Kopaonik.

Autor ispravno konstatuje da je Turistička destinacija Kopaonik već nekoliko decenija lider u turističkom razvoju planinskih destinacija Srbije, najpoznatija planinska destinacija i najpopularnije skijalište u Srbiji. Postojeći prirodni i antropogeni resursi na Kopaoniku daju mogućnost za razvoj celogodišnje diversifikovane ponude turističkih proizvoda. Zbog međunarodnih sankcija koje su bile uvedene Srbiji i Kopaonik je osetio posledice pa se nije razvijao u skladu sa globalnim trendovima, što se odrazilo na konkurentnost na međunarodnom turističkom tržištu. S' obzirom da je Kopaonik prepoznat kao područje izuzetno povoljnih prirodnih karakteristika za razvoj turizma, uz povoljne klimatske karakteristike, konfiguraciju terena i svojom nadmorskom visinom, ima sve preduslove za razvoj kvalitetnog proizvoda skijanja i alternativnih zimskih proizvoda.

Autor zaključuje da postoji problem i u saradnji Nacionalnog Parka Kopaonik i nosioca razvoja turizma na destinaciji, a u budućnosti će tobiti još više izraženo i za sada će pobednik biti turizam gledano iz ugla izgradnje objekata koji će sve više ugrožavati prostor Nacionalnog parka. Najugroženiji je deo na potezu od hotela Putnik pa do Pajinog Presla, odnosno deo gde su skoncentrisani objekti za smeštaj i usluživanje hrane i pića. Treći bitan subjekat turističke destinacije je JP "Skijališta Srbije" koje sa pravom nosi epitet modernog ski centra, ali je neminovna delimična degradacija prirode zbog izgradnje ski staza i instalacija.

Autor na osnovu sprovedenog primarnog istraživanja konstatuje da se nije dokazala glavna hipotezu rada, gde je turistička destinacija Kopaonik najbolja u regionu, međutim to ne znači da nije lider na pomenutom turističkom tržištu. Mnogo je drugih prednosti koje Kopaonik kao modernu turističku destinaciju postavlja na leadersko mesto, a one su sadržane u sekundarnim hipotezama, a najbitnije je jedinstvo svih privrednih subjekata na njoj.

- ✓ **Svaki privredni subjekat na turističkoj destinaciji Kopaonik sa svojim lancem vrednosti doprinosi većem lancu aktivnosti i time stvara sistem vrednosti turističke destinacije Kopaonik.**
- ✓ **Partnerstvo privrednih subjekata turističke destinacije Kopaonik doprinosi većoj konkurentskoj prednosti iste i stvaranje novih i različitih aktivnosti koje će doprineti boljoj pozicioniranosti na regionalnom turističkom tržištu.**

6. **Postignuti rezultati i naučni doprinos doktorske disertacije**

Definsanjem „lanca vrednosti“ turističke destinacije, odnosno subjekti i aktivnosti koji učestvuju na stvaranje vrednosti koje ulaze u konačnu i najbolju ponudu destinacije, analizom primarnih i pomoćnih aktivnosti, kao i uporednim pregledom prikupljenih podataka, ssagledano je mesto turističke destinacije Kopaonik i na osnovu toga može se predvideti njena budućnost i preduzimati mere za unapređenje turizma Kopaonika.

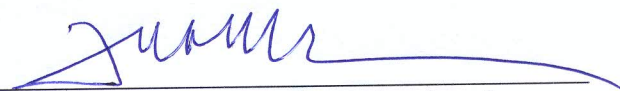
7. Mišljenje i predlog Komisije o doktorskoj disertaciji

Na osnovu svega izloženog Komisija je mišljenja da doktorska disertacija kandidata **Gorana Stefanovića -master** po svojoj temi, pristupu, strukturi i sadržaju rada, kvalitetu i načinu izlaganja, metodologiji istraživanja, načinu korišćenja literature, relevantnosti i kvalitetu sprovedenog istraživanja i donetim zaključcima zadovoljava kriterijume zahtevane za doktorsku disertaciju, te se može prihvatiti kao podobna za javnu odbranu.

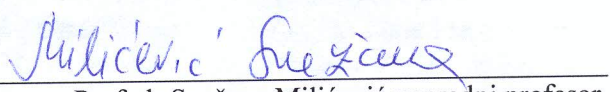
Sagledavajući ukupnu ocenu doktorske disertacije kandidata **Gorana Stefanovića -master** pod nazivom „ **Analiza lanca vrednosti turističke destinacije Kopaonik** “ predlažemo Veću departmana za poslediplomske studije i Senatu Univerziteta Singidunum da prihvati napred navedenu doktorsku disertaciju i odobri njenu javnu odbranu.

Beograd, 10.09.2019.


Članovi komisije:



Prof. dr Jovan Popesku, redovni profesor,
Univerzitet Singidunum, FTHM



Prof. dr Snežana Milićević vanredni profesor,
Univerzitet u Kragujevcu,
Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji



Prof. dr Slobodan Čerović, redovni profesor,
Univerzitet Singidunum, FTHM