

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ
<p>1. Датум и орган који је именовео комисију</p> <p>29.01.2015. Наставно научно веће Економског факултета у Суботици</p>
<p>2. Састав комисије са назнаком 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>Проф. др Александар Грубор, редовни професор, Маркетинг, 28.03.2013, Економски факултет у Суботици Проф. др Ружица Ковач Жнидершић, редовни професор, Маркетинг, 05.11.2009, Економски факултет у Суботици Проф. др Јелена Бировљев, редовни професор, Агроекономија, 04.07.2002, Економски факултет у Суботици Проф. др Љиљана Станковић, редовни професор, Маркетинг, 02.11.2002, Економски факултет у Нишу Проф. др Саша Вељковић, ванредни професор, Маркетинг, 02.04.2011, Економски факултет у Београду</p>
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ
<p>1. Име, име једног родитеља, презиме:</p> <p>Ненад, Слободан, Ђокић</p>
<p>2. Датум рођења, општина, држава:</p> <p>05.09.1983, Краљево, Република Србија</p>
<p>3. Назив факултета, назив студијског програма дипломских академских студија – мастер и стечени стручни назив</p> <p>Економски факултет у Суботици, Финансије, банкарство и осигурање, дипломирани економиста - мастер</p>
<p>4. Година уписа на докторске студије и назив студијског програма докторских студија</p> <p>2009, Менаџмент и бизнис (модул Маркетинг)</p>
<p>5. Назив факултета, назив магистарске тезе, научна област и датум одбране: -</p>
<p>6. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука: -</p>
III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:
<p>ПРОФИЛ ПОТРОШАЧА ОРГАНСКЕ И ФУНКЦИОНАЛНЕ ХРАНЕ У ОДАБРАНИМ ЕКОНОМИЈАМА У УСПОНУ</p>

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Навести кратак садржај са знаком броја страна, поглавља, слика, шема, графикона и сл.

Докторска дисертација кандидата Ненада Ђокића под називом „Профил потрошача органске и функционалне хране у одабраним економијама у успону“ структурирана је из Увода, 5 поглавља: Органска и функционална храна као савремени тренд потрошачког повезивања здравља и конзумације хране, Емпиријски оквир – стратегијски и тактички маркетинг органске и функционалне хране, Емпиријско истраживање профила потрошача органске и функционалне хране, Импликације резултата маркетинг истраживања о профилу потрошача органске и функционалне хране, Закључна разматрања, као и Литературе и Прилога (којих је 25), што је све заједно изложено на укупно 293 странице.

Увод обухвата део докторске дисертације од 3. до 15. странице.

Прво поглавље – **Органска и функционална храна као савремени тренд потрошачког повезивања здравља и конзумације хране** – приказано је у три тачке од 16. до 53. странице.

Прва тачка – *Карактеристике органске пољопривреде у функцији потрошачког повезивања здравља и конзумације хране* – представљена је од 20. до 26. странице.

Друга тачка – *Функционална храна и потрошачко повезивање здравља и конзумације хране* – представљена је од 27. до 31. странице.

Трећа тачка – *Тржишни услови у вези са органском и функционалном храном* – обухвата 4 подтачке (Глобални ниво, Европска Унија, Одабране економије у успону, Република Србија) и представљена је од 32. до 53. странице.

Друго поглавље – **Емпиријски оквир – стратегијски и тактички маркетинг органске и функционалне хране** – садржи две тачке представљене од 54. до 81. странице.

Прва тачка – *Профил потрошача* – представљена је од 55. до 75. странице и обухвата три подтачке.

Прва подтачка – Органска храна – обухвата део докторске дисертације од 55. до 68. странице.

Друга подтачка – Функционална храна – обухвата део докторске дисертације од 68. до 73. странице.

Трећа подтачка – Преференције потрошача – методолошке контраверзе и потенцијал превазилажења неусаглашености постојећих истраживања – обухвата део докторске дисертације од 73. до 75. странице.

Друга тачка – *Маркетинг микс* – представљена је од 76. до 81. странице и обухвата две подтачке.

Прва подтачка – Органска храна – приказана је од 76. до 79. странице.

Друга подтачка – Функционална храна – приказана је од 79. до 81. странице.

Треће поглавље – **Емпиријско истраживање профила потрошача органске и функционалне хране** – обухвата две тачке од 82. до 191. странице.

Прва тачка – *Методолошки оквир* – обухвата део докторске дисертације од 82. до 91. странице.

Друга тачка – *Резултати истраживања и дискусија* – обухвата део докторске дисертације од 92. до 191. странице и подељена је у четири подтачке.

Прва подтачка – Тржиште одабраних економија у успону у целини – приказана је од 93. до 108. странице и састоји се из поднивоа који се односе на органску и функционалну храну.

Друга подтачка – Аспекти специфичности тржишта истраживаних држава – приказана је од 109. до 185. странице и састоји се из поднивоа који се односе на истраживане државе (Републику Хрватску, Босну и Херцеговину, Републику Црну Гору и Републику Србију), при чему се се сваки од тих поднивоа даље дели на поднивое који се односе на органску и функционалну храну.

Трећа подтачка – Компаративна димензија појединачних тржишта – приказана је од 186. до

188. странице.

Четврта подтачка – Потенцијал компетитивности органске и функционалне хране – приказана је од 189. до 191. странице.

Четврто поглавље – **Импликације резултата маркетинг истраживања о профилу потрошача органске и функционалне хране** – конципирано је у три тачке од 192. до 219. странице.

Прва тачка – *Ниво тактичког маркетинга* – приказана је од 193. до 197. странице и обухвата две подтачке који се односе на органску и функционалну храну.

Друга тачка – *Аспект елемената микроокружења компанија понуђача* – приказана је од 198. до 201. странице и обухвата две подтачке који се односе на органску и функционалну храну.

Трећа тачка – *Контекст елемената макроокружења* – приказана је од 202. до 219. странице и обухвата две подтачке који се односе на органску и функционалну храну.

Пето поглавље – **Закључна разматрања** – наведено је од 220. до 227. странице.

Литература садржи 215 референци и приказана је од 228. до 243. странице.

Прилози (3 коришћена упитника и 22 дендрограма (по свакој истраживаној категорији хране, појединачно по државама и на нивоу свих држава заједно – по 2 дендрограма – Вардовим методом и Методом најдаљег суседа) приказани су од 244. до 293.

Сходно наведеном, докторска дисертација се састоји од 293 стране, 5 поглавља, 94 табеле 18 графикана, 7 илустрација и 25 прилога.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Садржај докторске дисертације почиње **уводним делом**. У њему кандидат најпре наводи *предмет истраживања* - истраживање неусаглашености између различитих описа профила потрошача органске, као и функционалне хране, како у смислу описа тих размимоилажења и узрока њиховог појављивања, тако и у смислу трагања за методолошким приступом у истраживању наведеног питања чијом би се применом повећала упоредивост резултата истраживања, а контекст наведених истраживања приближио реалној ситуацији на тржишту. Поред тога, кандидат у уводном делу сагледава два извора потреба за истраживањем – с једне стране реперкусије резултата маркетинг истраживања којима се описује профил потрошача органске и функционалне хране, у смислу неопходности детаљнијег описа узрока неусаглашености резултата тих истраживања, као и идентификовања начина потенцијалног превазилажења тих узрока и повећања упоредивости будућих истраживања, а са друге стране ситуацију у домаћим условима, како у погледу стања на тржишту органске и функционалне хране, тако и у вези са релативно малобројним досадашњим истраживањима у вези са различитим аспектима домаћег тржишта, укључујући и истраживања потрошача органске и функционалне хране.

Кандидат потом у уводном делу наводи *циљеве истраживања*. Најпре наводи глобални циљ - истраживање могућности, при постојећој структури преференција потрошача, идентификовања варијабли релевантних за опис потрошача органске и функционалне хране, при чему би наведене могућности биле би истражене коришћењем сегментације тржишта засноване на преференцијама потрошача помоћу здружене и кластер анализе, приступа који, по сазнањима кандидата, у наведеним истраживањима није до сада коришћен на такав начин, као и на идентификовање потенцијалних предности примене наведеног приступа. Поред тога, кандидат наводи и парцијалне циљеве истраживања:

- Идентификовати критеријуме сегментације тржишта релевантне за опис профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној органској храни.
- Идентификовати критеријуме сегментације тржишта релевантне за опис профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној функционалној храни.

- Истражити критеријуме сегментације тржишта релевантне за опис профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној органској храни у контексту истраживања у свету.
- Истражити критеријуме сегментације тржишта релевантне за опис профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној функционалној храни у контексту истраживања у свету.
- Компарирати критеријуме сегментације тржишта релевантне у домаћем амбијенту за опис профила потрошача са најизраженијим преференцијама према органским производима који припадају различитим категоријама хране.
- Компарирати критеријуме сегментације тржишта релевантне за опис профила потрошача са најизраженијим преференцијама према органским и функционалним производима који припадају истој категорији хране.
- Истражити импликације профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној органској храни на тактички маркетинг.
- Истражити импликације профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној функционалној храни на тактички маркетинг.
- Истражити импликације профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној органској храни са аспекта елемената микроокружења компанија које би креирале понуду одабране органске хране.
- Истражити импликације профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној функционалној храни са аспекта елемената микроокружења компанија које би креирале понуду одабране функционалне хране.
- Истражити импликације профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној органској храни у контексту елемената макроокружења.
- Истражити импликације профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној функционалној храни у контексту елемената макроокружења.

Поред наведеног, у уводном делу кандидат даје осврт на методологију и потенцијалне импликације истраживања, као и мотиве одабира теме докторске дисертације.

Након увода у раду дато је пет поглавља, од којих се последње односи на закључна разматрања.

У **првом поглављу** су истражене основне карактеристике органске и функционалне хране у контексту савременог тренда да потрошачи повезују конзумацију хране са сопственим здрављем. Динамичан раст понуде и тражње и органске и функционалне хране такође је истражен у овом поглављу, како на глобалном нивоу, са посебним истицањем регија у свету где је наведени раст најизраженији, тако и на нивоу одабраних економија у успону и Републике Србије.

Друго поглавље истражује поставке, резултате и разлике у бројним светским истраживањима која се односе на профил потрошача органске и функционалне хране, узроке размимоилажења у резултатима наведених истраживања, као и могућности превазилажења размимоилажења коришћењем сегментације тржишта засноване на преференцијама потрошача, спроведене помоћу здружене и кластер анализе. Такође, у овом поглављу су истражени инструменти маркетинг микса – производ, цена, дистрибуција и промоција и за органску и за функционалну храну. По узору на редослед корака у процесу управљања маркетингом, садржај овог поглавља који се односи на тактички маркетинг органске и функционалне хране дат је хронолошки након дела овог поглавља у коме се истражују питања стратешког маркетинга органске и функционалне хране – профилисање потрошача (сегментација тржишта).

У **трећем поглављу** је приказан методолошки оквир истраживања профила потрошача који имају посебно изражене преференције према одабраним органским или функционалним производима. У овом поглављу кандидат наводи најпре постављене *главне хипотезе*:

$X0_1$: Постоји тржишни сегмент (идентификован коришћењем сегментације тржишта на

основу преференција потрошача помоћу здружене и кластер анализе) у коме потрошачи (при постојећој структури преференција потрошача према одабраној категорији производа у истраживаном узорку) најизраженије преферирају органску храну.

X0₂: Постоји тржишни сегмент (идентификован коришћењем сегментације тржишта на основу преференција потрошача помоћу здружене и кластер анализе) у коме потрошачи (при постојећој структури преференција потрошача према одабраној категорији производа у истраживаном узорку) најизраженије преферирају функционалну храну.

Поред тога, кандидат наводи *помоћне хипотезе*:

X₁: Могуће је идентификовати варијабле профила потрошача из тржишног сегмента који најизраженије преферира органску храну, по којима се ти потрошачи статистички значајно разликују од потрошача из најмање једног од преосталих идентификованих сегмената.

X₂: Могуће је идентификовати варијабле профила потрошача из тржишног сегмента који најизраженије преферира функционалну храну, по којима се ти потрошачи статистички значајно разликују од потрошача из најмање једног од преосталих идентификованих сегмената.

X₃: Варијабле профила потрошача из тржишног сегмента који у домаћим условима најизраженије преферира органску храну, по којима се ти потрошачи статистички значајно разликују од потрошача из макар једног од осталих идентификованих сегмената, разликују се од варијабли профила потрошача из тржишног сегмента који у домаћим условима најизраженије преферира органску храну из друге категорије хране, по којима се потрошачи из тог сегмента статистички значајно разликују у односу на потрошаче у макар једном од осталих идентификованих сегмената.

X₄: Варијабле профила потрошача из тржишног сегмента који најизраженије преферира органску храну, по којима се ти потрошачи статистички значајно разликују од потрошача из макар једног од осталих идентификованих сегмената, разликују се од варијабли профила потрошача из тржишног сегмента који најизраженије преферира функционалну храну из исте категорије хране, по којима се потрошачи из тог сегмента статистички значајно разликују у односу на потрошаче у макар једном од осталих идентификованих сегмената.

У истом поглављу је описана реализација емпиријског истраживања, приказани добијени резултати и дата дискусија у вези са истима. Посебан акценат је на сагледавању добијених резултата у контексту резултата светских истраживања.

Четврто поглавље истражује потенцијалне импликације добијених резултата реализованог маркетинг истраживања у контексту будућег временског периода. Најпре су истражене импликације резултата маркетинг истраживања који се односе на сегментацију тржишта и припадају стратешком маркетингу на ниво тактичког маркетинга тј. инструмената маркетинг микса. У овом поглављу су дате и менаџмент импликације које се могу користити од стране компанија понуђача. Полазећи од принципа холистичког маркетинга о ширини и међузависности ефеката маркетинг програма, процеса и активности, као и усклађивања обухвата и сложености маркетинг активности, у овом поглављу су истражене и импликације резултата реализованог маркетинг истраживања у вези и са органском и са функционалном храном са аспекта елемената микроокружења компанија понуђача, као и у контексту елемената макроокружења.

Последње, **пето поглавље** приказује закључна размарања. Посебан акценат је на сагледавању остварености циљева истраживања, доприноса теоријском корпусу који се односи на разматрану проблематику и на светском и на регионалном и домаћем нивоу, као и потенцијалних користи за компаније у секторима који су одабрани за истраживање.

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

1. **Djokic, N.**, Salai, S., Kovac-Znidarsic, R., Djokic, I., & Tomic, G. (2013). The use of conjoint and cluster analysis for preference-based market segmentation. *Engineering Economics*, 24 (4), 343-355. (M22)
2. Birovljev, J., **Đokić, N.**, & Štavljanin, B. (2013). Economic effects of investing in conventional and organic agriculture. *TTEM- Technics Technologies Education Management*, 8 (4), 1914-1920. (M23)
3. Grubor, A., **Djokic, N.**, Djokic, I., & Kovac-Znidarsic, R. (2015). Application of Health and Taste Attitude Scales in Serbia. *British Food Journal*, 117 (2), 840-860. (M23)
4. Đokić, I., **Đokić, N.**, Pavlović, N., & Kovač P. Žnideršić, R. (2014). Promotion of organic food in Serbia: Implications from organic food consumers' profile research. *Economics of agriculture*, 61 (4), 837-849. (M24)
5. Salai, S., Sudarević, T., **Đokić, N.**, & Pupovac, Lj. (2014). Marketing research for choosing the promotional message content for domestic organic products. *Economics of agriculture*, 61 (2), 501-517. (M24)
6. **Ђокић, Н.**, Кочић-Вугделија, В., и Бербер, Н. (2011). Утицај развоја тржишта на промоцију органских пољопривредних производа. *Економика пољопривреде*, 58 (3), 425-441. (M24)
7. Ковач-Žnideršić, R., Đokić, I., & **Đokić, N.** (2014, October). *Organic food preferences: significance of socio-demographic and attitudinal market segmentation variables*. Paper presented at the 3rd M-Sphere Conference 2014, Zadar, Croatia. (M33)
8. **Ђокић, Н.** (2014, Мај). *Преференције потрошача према органској храни у контексту знања о органској производњи*. Рад презентован на XIX интернационалном научном скупу Стратегијски менаџмент и системи подршке одлучивању у стратегијском менаџменту (СМ2014), Палић, Србија. (M33)
9. **Đokić, N.**, Mesaroš, I., & Salai, S. (2013, October). *Preference-based functional food market segmentation using conjoint and cluster analysis*. Paper presented at the 2nd M-Sphere Conference 2013, Dubrovnik, Croatia. (M33)
10. **Ђокић, Н.**, и Ђетковић, Б. (2013, Април). *Значај сегментације тржишта органских пољопривредних производа за одрживи развој*. Рад презентован на XVIII интернационалном научном скупу Стратегијски менаџмент и системи подршке одлучивању у стратегијском менаџменту (СМ2013), Палић, Србија. (M33)
11. **Djokic, N.**, Salai, S., & Mesaros, I. (2012, September). *Approaches to organic produce market segmentation*. Paper presented at the 1st WSEAS International Conference on Economics, Political And Law Science (EPLS '12), Zlin, The Czech Republic. (M33)
12. Месарош, И., **Ђокић, Н.**, и Томић, Г. (2011, Октобар). *Изградња визуелног идентитета бренда органских пољопривредних производа*. Рад презентован на VI међународном научном скупу Туризам и рурални развој-савремене тенденције, проблеми и могућности развоја, Требиње, Република Српска. (M33)
13. **Ђокић, Н.**, и Томић, Г. (2011, Мај). *Динамички концепт квалитета у функцији развоја тржишта органских пољопривредних производа*. Рад презентован на XVI интернационалном научном скупу Стратегијски менаџмент и системи подршке одлучивању у стратегијском менаџменту (СМ2011), Палић, Србија. (M33)
14. Грубор, А., **Ђокић, Н.**, и Милићевић, Н. (2014). Специфичности сегментације тржишта прехранбених производа. *Маркетинг*, 45 (2), 139-146. (M51)
15. Бербер, Н., **Ђокић, Н.**, и Кочић-Вугделија, В. (2010, Октобар). *Органска пољопривредна производња као елемент стратегије одрживог развоја Србије*. Рад презентован на IV саветовању са међународним учешћем: Аграрна и рурална политика у Србији-необходност убрзања реформи, Нови Сад, Србија. (M63)

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

У вези са тестирањем постављених хипотеза и реализацијом идентификованих циљева у оквиру докторске дисертације, могуће је доћи до следећих закључака:

Првом главном хипотезом требало је тестирати да ли у свакој држави појединачно (а у Републици Србији како за производ који је представљао органске млечне производе тако и за производ који је представљао органско поврће), као и на нивоу посматрања свих појединачних тржишта као јединственог, постоји тржишни сегмент (идентификован коришћењем сегментације тржишта на основу преференција потрошача помоћу здружене и кластер анализе) у коме потрошачи (при постојећој структури преференција потрошача према одабраној категорији производа у истраживаном узорку) најизраженије преферирају органску храну.

Резултати истраживања указују да је, приликом одвојеног посматрања држава, идентификовано укупно 14 сегмената када су у питању млечни производи, односно 3 сегмента када је у питању органско поврће у Србији. У истом циљу, при посматрању свих испитаника са свих територија обједињено, идентификована су 3 сегмента када су у питању млечни производи. **На свим нивоима посматрања, потврђена је прва главна хипотеза** и наведено учешће испитаника који припадају сегментима који најизраженије преферирају органску храну, истакнут ниво значајности атрибута који се односи на то да је храна органска, како по редоследу, тако и по односу тог нивоа са нивоима евентуално значајнијих атрибута и дати одговарајући коментари у вези са тим.

Друга главна хипотеза је требало да тестира да ли у свакој држави појединачно, али и на нивоу посматрања свих појединачних тржишта као јединственог, постоји тржишни сегмент (идентификован коришћењем сегментације тржишта на основу преференција потрошача помоћу здружене и кластер анализе) у коме потрошачи (при постојећој структури преференција потрошача према одабраној категорији производа у истраживаном узорку) најизраженије преферирају функционалну храну.

Са циљем тестирања друге хипотезе, идентификовано је, при сепаратном сагледавању држава, укупно 10 сегмената, а приликом сагледавања свих испитаника са свих територија посматрано као јединствено тржиште 2 сегмента. **На свим нивоима посматрања, потврђена је друга главна хипотеза**, наведен удео испитаника који припадају сегментима који најизраженије преферирају функционалну храну, истакнут ниво значајности атрибута који се односи на то да је храна функционална, и по редоследу, и по односу тог нивоа са нивоима евентуално значајнијих атрибута, и дати одговарајући коментари у вези са тим.

Глобални циљ истраживања односио се на могућности, при постојећој структури преференција потрошача, идентификовања варијабли релевантних за опис потрошача органске и функционалне хране и био је **рашчлањен кроз низ парцијалних циљева**, чије би остварење подразумевало управо идентификовање критеријума сегментације тржишта релевантних за опис профила потрошача са најизраженијим преференцијама према одабраној органској и функционалној храни, сагледавање тих критеријума у контексту истраживања у свету, њихове међусобне компарације, а када је органска храна у питању, и компарације тих критеријума када су у питању две истраживане категорије хране.

У складу са наведеним, постављене су све помоћне хипотезе којима се тестирало да ли је могуће идентификовати варијабле профила потрошача из тржишног сегмента који најизраженије преферира органску храну (**прва помоћна хипотеза**), односно функционалну храну (**друга помоћна хипотеза**) по којима се ти потрошачи статистички значајно разликују од потрошача из најмање једног од преосталих идентификованих сегмената. Поред тога, тестирано је да ли се те варијабле разликују када су у питању две истраживане категорије органске хране (**трећа помоћна хипотеза**), односно органска и функционална храна (**четврта помоћна хипотеза**).

Све помоћне хипотезе успешно су тестиране, а све су потврђене, осим друге помоћне хипотезе на нивоу Црне Горе.

Резултати истраживања указују, да, уколико су описани помоћу варијабли по којима се статистички значајно разликују од макар од једног од преосталих сегмената, испитаници који најизраженије преферирају *истраживани органски млечни производ* су:

- у Хрватској – већином мушкарци, студенти или запослени, особе које нису у браку и не живе са децом у домаћинству, релативно слабо се баве спортом и релативно лоше процењују сопствено здравствено стање, а такође је и релативно готово најмањи број особа за које купују храну и износ новца који у куповини хране троше, најређе конзумирају истраживани производ, придају му релативно мали значај за квалитет сопствене исхране, али исказују тенденције лојалности према његовим произвођачима,
- у Босни и Херцеговини – најмлађи и тај сегмент има убедљиво највећи удео студената и особа које имају искуство са болешћу члана породице или блиског пријатеља за коју верују да је правилна исхрана могла да спречи њено појављивање,
- у Црној Гори – најмлађи, највећи део није запослен и не студира, нису у браку и немају децу, а при куповини хране ослањају се на друге чланове породице и за обављање саме куповине и за новац који троше,
- у Србији – више женски испитаници, значајним делом запослени и при врху по проценту испитаника који имају искуство са болешћу члана породице или блиског пријатеља за коју верују да је правилна исхрана могла да спречи њено појављивање,
- на свим територијама посматраним као јединствено тржиште – најсамосталнији у погледу обављања куповине, а по броју особа за које купују храну, фреквенцији конзумације истраживаног органског производа, лојалности према појединим његовим произвођачима и перцепцији као значајног за квалитет сопствене исхране значајно мањи него код припадника једног преосталог, а нешто виши него код припадника другог преосталог сегмента.

Када се на наведени начин опише сегмент који најизраженије преферира *одабрани производ који репрезентује органско поврће* у Србији, могуће је констатовати да такви потрошачи купују храну за релативно највећи број особа.

Уколико се на истоветан начин представе испитаници који најизраженије преферирају *истраживани функционални производ*, могуће је идентификовати да су то:

- у Хрватској – доминантније мушкарци, најмлађи испитаници, више од половине студенти, најмањи проценат у браку, готово најмањи проценат има децу и месечно најмање троше за храну,
- у Босни и Херцеговини – изразитије жене и испитаници у браку, самосталнији у куповини, пажљивије читају натписе на паковању и у просеку троше више новца од припадника другог сегмента,
- у Србији – више женски испитаници,
- на свим територијама посматраним као јединствено тржиште – релативно мање у браку и релативно мање родитељи и у просеку троше мање новца и мање су окренути одређеним брендovima,
- Међутим, у Црној Гори их је немогуће описати на тај начин јер не постоји варијабла профила потрошача по којој се потрошачи који израженије преферирају истраживани функционални производ статистички значајно разликују од потрошача из другог идентификованог сегмента.

Сви приказани резултати, остварујући постављене циљеве истраживања, сагледани су у односу на резултате истраживања из разних крајева света. Поред тога, реализовани су и циљеви истраживања који се односе на сагледавање елемената макроокружења компанија понуђача и органске и функционалне хране, а такође су понуђене и одговарајуће менаџмент импликације резултата истраживања. Наведено, поред већ истакнутих детаља, сведочи о **успешном остварењу глобалног и свих парцијалних циљева истраживања.**

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

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

Докторска дисертација по својој садржини у потпуности представља одговор на постављене истраживачке хипотезе и циљеве, реализована је по методологији научног истраживања, обухвата све кључне аспекте дефинисане теме и садржи стручну научну анализу са адекватним научним и изражено применљивим резултатима. **Кандидат је успешно реализовао постављене циљеве и тестирао постављене хипотезе.**

IX КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСKE 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:

1. Да ли је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме?

Докторска дисертација написана је у складу са образложењем наведеним у пријави теме.

2. Да ли дисертација садржи све битне елементе?

Докторска дисертација **садржи све битне елементе**. Кандидат је експлицитно навео предмет, хипотезе и циљеве истраживања, указао на потребе за истраживањем, представио преглед владајућих ставова у литератури, представио елементе дизајна истраживања, а затим реализовао маркетинг истраживање и извео закључна разматрања.

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци?

У оквиру докторске дисертације кандидат је обухватио три перпективе прилазу предмету истраживања, различитог нивоа општости и делом међусобно прожете, дајући и научни и апликативни допринос.

Кандидат је указао на методологију до сада, на наведени начин, некористишћену у истраживању профила потрошача органске и функционалне хране и демонстрирао адекватност њене примене, као и одређене предности при истој. У питању су предности услед омогућавања формулисања питања на начин који одговара избору у реалним куповним ситуацијама у којима се испитаници могу наћи, смањивања давања друштвено пожељних одговора, укључивања више значајних атрибута производа чиме је могуће сагледати релативан значај појединачних атрибута производа и редослед преференција према појединим нивоима атрибута (укључујући и то да ли је производ органски или да је функционалан) и на основу тога дефинисању различитих сегмената потрошача, потенцијалног идентификовања сегмената који најизраженије преферирају органску или најизраженије преферирају функционалну храну, као и тестирања значаја различитих других критеријума сегментације тржишта за опис идентификованих сегмената. Тиме је кандидат дао допринос у вези са научним разматрањима одређених аспеката сегментације тржишта, уопште узев.

Поред наведеног, кандидат је дао допринос проширењу теоријског корпуса који се односи на расветљавање описа профила потрошача органске, као и функционалне хране, где је поред спровођења примарног истраживања и сагледавања резултата истог у контексту већ постојећих студија, дао и допринос у вези са идентификовањем узрока, али и, у мери могућег, превазилажењем неусаглашености, генерално карактеристичним за таква истраживања.

На послетку, истраживање преференција потрошача према одабраним производима који су

<p>представљали органску и функционалну храну и последична сегментација тржишта у одабраним економијама у успону у оквиру ове докторске дисертације, реализовани су управо у државама које карактерише потреба за спровођењем таквих истраживања услед њихове релативне малобројности, настојања обезбеђивања адекватне имплементације корака у процесу маркетинг менаџмента компанија понуђача, а у случају органске хране и доминантног опредељивања између стратегије оријентисане на развој домаћег тржишта и стратегије извоза те хране. Поред тога, дисертација даје одговор у вези са питањем компетитивности органске и функционалне хране, имајући првенствено у виду често навођену идентичност мотива – здравља, у избору и једне и друге хране.</p>
<p>4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања?</p> <p>На основу претходно изнетог, могуће је констатовати да докторска дисертација нема недостатака из угла дефинисаних циљева истраживања, реализованог поступка истраживања и исказаних разматрања добијених резултата.</p>
<p>X ПРЕДЛОГ:</p>
<p>На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:</p>
<p>- да се докторска дисертација кандидата Ненада Ђокића под називом „Профил потрошача органске и функционалне хране у одабраним економијама у успону“ прихвати, а кандидату одобри одбрана пред усвојењем Комисијом на Економском факултету у Суботици.</p>

У Суботици,

05.02.2015.

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

Проф. др Александар Грубор, редовни професор

Проф. др Ружица Ковач Жнидершић, редовни професор

Проф. др Јелена Бировљев, редовни професор

Проф. др Љиљана Станковић, редовни професор

Проф. др Саша Вељковић, ванредни професор

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.