

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

<p>I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ</p> <p>1. <i>Датум и орган који је именовало комисију</i> Дана 22.9.2014. године, Наставно-научно веће Природно-математичког факултета, Универзитета у Новом Саду, именовало је Комисију за оцену и одбрану докторске дисертације под насловом „Примена HOLSAT модела за истраживање задовољства страних туриста у градским центрима Србије”.</p> <p>2. <i>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:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Проф. Др Снежана Бесермењи, редовни професор, ужа научна област: Туризам, 07.03.2011. године, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду, <i>председник комисије</i>2. Др Ивана Блеших, доцент, ужа научна област: Туризам (Хотелијерство), 23.12.2010. године, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду, <i>ментор</i>3. Проф. Др Добрица Јовичић, редовни професор, Туризмологија, 15.05.2013. године, Географски факултет, Универзитет у Београду, <i>члан</i>4. Др Вања Драгићевић, доцент, ужа научна област: Туризам, 13.06.2011. године, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду, <i>члан</i>
<p>II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ</p> <p>1. <i>Име, име једног родитеља, презиме:</i> Јелица (Јовица) Марковић</p> <p>2. <i>Датум рођења, општина, држава:</i> 16.07.1986. Смедеревска Паланка, Србија</p> <p>3. <i>Назив факултета, назив студијског програма дипломских академских студија – мастер и стечени стручни назив:</i> Природно-математички факултет, Мастер менаџер - Туризам</p> <p>4. <i>Година уписа на докторске студије и назив студијског програма докторских студија:</i> 2010. године, Доктор наука, геонауке (модул: туризам)</p> <p>5. <i>Назив факултета, назив магистарске тезе, научна област и датум одбране:</i> Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду, назив мастер рада: „Уређеност обала Дунава у Војводини за потребе наутичког туризма – стање и проблеми“, Научна област: Туризам, 29.09.2010. године</p> <p>6. <i>Научна област из које је стечено академско звање магистра наука:</i> Поље друштвено-хуманистичких наука, научна област: туризам</p>
<p>III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ: „Примена HOLSAT модела за истраживање задовољства страних туриста у градским центрима Србије“</p>

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

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

Дисертација је написана на 200 страна, са укупно 44 табеле, 19 дијаграма, 20 графикона, три слике, пет карата и два прилога. Дисертација је написана на српском језику, ћиричним писмом. Садржи све потребне делове истраживачког рада, који су подељени на 8 поглавља:

1. УВОД (13-19 стр.) - садржи предмет, циљеве, задатке и методе истраживања, постављене хипотезе, образложење концепцијског опредељења, структуру рада и дефиниције и опис главних термина дисертације.
2. КОНЦЕПТ ТУРИСТИЧКОГ ЗАДОВОЉСТВА У ТЕОРИЈИ ПОНАШАЊА ПОТРОШАЧА ПРИЛИКОМ ИЗБОРА ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ (20-57 стр.) – објашњава процес доношења одлука потрошача при избору туристичке дестинације и место туристичког задовољства у том процесу. Дефинисан је појам потреба у оквиру формирања мотивације потрошача. У оквиру формирања очекивања потрошача дефинисани су и посебно објашњени атрактивност, имиџ, бренд и позиционирање дестинације као и утицај маркетинга дестинације на очекивања потенцијалних туриста. Истиче се значај квалитета и вредности туристичке дестинације приликом формирања искуства туриста. Наглашавају се приступи мерења туристичког задовољства у досадашњој научној литератури. У овом одељку објашњени су и лојалност и усмена промоција као део будућих намера понашања туриста. Уз наведено, објашњена је конкурентска предност дестинације приказом најзначајних модела конкурентности.
3. МОДЕЛИ ЗА МЕРЕЊЕ КВАЛИТЕТА УСЛУГЕ И ЗАДОВОЉСТВА ПОТРОШАЧА У ТУРИЗМУ И ХОТЕЛИЈЕРСТВУ (58-76 стр.) – представља најзначајније моделе за мерење туристичког задовољства. Посебно су објашњени Нордијски модел, Канов модел, GAP модел (Servqual), Servperf модел, Naywood-Farmer модел, HOLSAT модел као и посебна техника за мерење значаја квалитета за задовољство потрошача, „Importance-performance“ анализа.
4. БЕОГРАД И НОВИ САД - ГРАДСКИ ТУРИСТИЧКИ ЦЕНТРИ СРБИЈЕ – (77-101 стр.) – објашњава развој туризма у великим градовима и анализира стање и потенцијале развоја туризма у Београду и Новом Саду, главним градским центрима у Србији. Развој туризма посматра се селективно кроз транзитни, наутички, културни, пословни, манифестациони, излетнички туризам као и кроз туризам градских одмора „City break“. У овом одељку дат је и приказ туристичког промета у Београду и Новом Саду у виду броја долазака и броја ноћења домаћих и страних туриста од 1970. године до 2011. године ради утврђивања туристичког развоја квантитивном интерпретацијом.
5. МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА (102-108 стр.) - приказује методолошке приступе који су коришћени за потребе израде дисертације. Објашњен је инструмент мерења и дизајнирање упитника, узорак и начин дистрибуције упитника као и статистичке методе које су се користиле приликом обраде података.
6. АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА (109-156 стр.) – представља практичан део рада у коме је приказан најпре социо-демографски профил страних туриста који су посетили Београд односно Нови Сад и њихове карактеристике путовања. Затим је извршена анализа имиџа Београда и Новог Сада који је графички приказан у матрици који су осмислили аутори Echtner и Ritchie (1991). У трећем делу, анализирани су резултати добијени из HOLSAT модела који мере очекивања и искуства туриста у Београду и Новом Саду, степен њиховог туристичког задовољства, а затим се посредством т-теста врши компарација ова два града према истим параметрима. Најзад, врши се анализа резултата будућих намера понашања страних туриста према овим градским туристичким центрима и испитују се евентуалне разлике које постоје у погледу лојалности и свеукупног задовољства у односу на социо-демографске особине туриста и карактеристике путовања.
7. ДИСКУСИЈА (157-169 стр.) – је посвећена постављеним хипотезама истраживања које су

прихваћене или непотврђене. На основу резултата добијених истраживањем приказана је пројекција квалитета туристичког производа Београда и Новог Сада и дају се практични предлози за побољшање туристичког задовољства у овим градовима.

8. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА (170-172 стр.) – сублимишу резултате и приказују научни и практични допринос теоријског и теренског истраживања током израде ове дисертације. Такође, изложена су ограничења истраживања као и идеје и предлози за будућа истраживања.
9. ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА (173-184) - садржи 155 домаћих и иностраних библиографских јединица и 23 извора података у виду линкова Веб сајтова.
10. ПРИЛОЗИ (185-193 стр.) обухватају анкетни упитник на српском и на енглеском језику који је био средство за прикупљање података.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

У уводном делу јасно је представљен значај и важност проблематике истраживања. Циљ и задаци су прецизно дефинисани, хипотезе су добро формулисане, структура рада је правилно осмишљена, а главни термини исправно одабрани.

Комисија је позитивно оценила уводни део дисертације.

Теоријски оквир рада садржи три поглавља у којима је дат преглед домаће и иностране литературе о: понашању потрошача приликом избора туристичке дестинације, моделима за мерење квалитета у туризму и хотелијерству и развоју туризма у великим градовима, какви су Београд и Нови Сад.

У првом делу акценат је стављен на процес доношења одлука потрошача приликом одабира туристичке дестинације. Објашњене су узрочно последичне везе између формирања мотивације, очекивања, искуства, туристичког задовољства и будућих намера понашања потрошача односно туриста. Том приликом, посебно су објашњене људске потребе, атрактивност, имиџ, бренд и позиционирање дестинације, својство маркетинга, квалитет и вредност дестинације, туристичко задовољство, лојалност и усмена промоција, односно елементи на којима се заснива цео процес доношења одлуке о избору дестинације. На крају је објашњен појам конкурентности дестинације, као резултат постизања супериорности у квалитету и постизања највишег степена туристичког задовољства.

Затим је дат приказ модела који су се у литератури најчешће користили за мерење квалитета услуге у туризму и хотелијерству. Модели су добро одабрани и адекватно представљени.

У последњем поглављу теоријског дела, аутор се бави концептом градског туризма, одликама туристичког производа у великим градовима и одликама градских туриста. Даје се преглед стања и потенцијала за развој туризма у Београду и Новом Саду, који су били циљни за потребе теренског и теоријског истраживања током писања рада. Дефинисани су аспекти туристичко-географског положаја, где је назначена предност важних саобраћајница за развој транзитног туризма. Истакнут је значај реке Дунав (и Саве у Београду) за развој наутичког туризма. Дат је преглед културне баштине на којима се темељи културни туризам ових градова. Издвојени су објекти погодни за одржавање пословних скупова и конгреса значајних за М.И.С.Е туризам. Представљене су разне врсте манифестација које привлаче велики број туриста у ове градове. Наглашавају се градске површине и локалитети у непосредној околини Београда и Новог Сада погодна за излетничка кретања, као и развој новијег облика туризма у овим градовима познат под називом „city break». Уз то, дат је преглед туристичког промета у овим градовима у широком раздобљу од 1970. године.

Комисија је позитивно оценила теоријски део дисертације.

Методологија рада чини четврто поглавље дисертације. Кључна карактеристика HOLSAT модела, који се користио у истраживању, је његова способност да мери туристичко задовољство одмором на дестинацији пре него задовољство специфичном услугом (нпр. хотелском). HOLSAT модел је усмерен на мултидемпсионални карактер туристичког задовољства на дестинацији тако што пореди *искуство* потрошача у вези низа различитих дестинацијских атрибута са *очекивањима* истих атрибута која су туристи имали пре доласка на дестинацију. Такође, овај модел не употребљава

фиксну групу атрибута, општу за све дестинације. Уместо тога, он дозвољава коришћење атрибута који су најприкладнији за посматрану дестинацију. То се постиже консултовањем великог броја извора који су повезани са дестинацијом. Користе се и позитивни и негативни атрибути. Позитивни су они који преносе повољне импресије дестинације, а негативни су супротно од тога. Иако туристи посећују одређену дестинацију надајући се позитивном доживљају у целини, могуће је да постоје негативне карактеристике места којих су туристи у потпуности свесни пре почетка путовања. Модел карактерише упитник у ком су испитаници односно туристи замољени да оцене очекивања пре путовања сваког дестинацијског атрибута понаособ, а затим да оцене како су доживели те исте атрибуте на дестинацији. За обе тврдње се користи Ликертова скала. Средње вредности сваког атрибута одређују и *очекивања* и *искуства*. Концепт задовољства је дефинисан као степен на ком туристичко *искуство* дестинацијских атрибута превазилази њихова *очекивања*. Резултати се представљају графички на матрици где је резултат *очекивања* учртан насупрот резултату *искуства*. Објашњен је процес дизајнирања упитника који се користио у сврху прикупљања података. Представљени су дестинацијски атрибути HOLSAT модела Београда и Новог Сада, ставови мерења укупног туристичког задовољства, ставови мерења будућих намера понашања туриста и техника која се користила за утврђивање имица дестинације. Назначена су места дистрибуције упитника. Детаљно су описане статистичке методе које су се користиле за анализу резултата истраживања.

Комисија је позитивно оценила методолошки део дисертације.

Анализа резултата истраживања се налази у петом поглављу дисертације. У првом делу поглавља представљен је социо-демографски профил страних туриста из узорка у Београду и Новом Саду и њихове карактеристике путовања.

У другом делу анализиран је имиц Београда и Новог Сада дибијен квалитативном техником, познатом под називом слободно изазивање „*free elicitation*“. Одговори испитаника су по сличности класификовани у категорије и објављени по фреквентности. У Београду је добијено десет, а у Новом Саду осам категорија дестинацијског имица, које су графички приказане у матрици истраживача Echtner и Ritchie (1991).

У трећем делу анализирани су резултати добијени из HOLSAT модела. HOLSAT модел је за анализу туристичког задовољства у Београду и Новом Саду обухватио 41 позитивна и 17 негативних дестинацијских атрибута оцењиваних на Ликертовој скали од -4 до 4. Поузданост мерног инструмента је одмах испитана и потврђена применом Кронбаховог алфа коефицијента. У оквиру дескриптивних статистичким метода, добијене су вредности аритметичких средина очекивања и искуства туриста у Београду и Новом Саду. Опсег средњих вредности очекивања туриста према позитивним атрибутима Београда био је $-0,38 \geq \text{Оч} \leq 2,61$, док је према негативним дестинацијским атрибутима био $-0,99 \geq \text{Оч} \leq 0,39$. Распон средњих вредности искуства туриста у погледу позитивних атрибута у Београду кретао се у интервалу $0,09 \geq \text{И} \leq 3,27$, а у погледу негативних $-1,15 \geq \text{И} \leq 0,46$. Израчунат је степен туристичког задовољства у Београду, који представља јаз између искуства и очекивања. Негативан степен туристичког задовољства (туристичко незадовољство) у Београду остварило је четири позитивна и три негативна дестинацијска атрибута. Изразито висок степен туристичког задовољства остварила су три позитивна атрибута.

У Новом Саду распон средњих вредности очекивања према позитивним дестинацијским атрибутима био је $-0,14 \geq \text{Оч} \leq 2,47$, а према негативним $-1,01 \geq \text{Оч} \leq 0,22$. У погледу искуства, распон средњих вредности код позитивних атрибута био је $-0,14 \geq \text{И} \leq 3,28$, а код негативних $-1,60 \geq \text{И} \leq 0,02$. Туристичко незадовољство у Новом Саду оставрено је код два позитивна и два негативна дестинацијска атрибута. Изразито висок степен туристичког задовољства остварило је шест позитивних дестинацијских атрибута Новог Сада. Степени туристичког задовољства у Београду и Новом Саду графички су приказани у матрици HOLSAT модела. Т тестом за независне узорке извршено је поређење Београда и Новог Сада у погледу очекивања и искуства туриста у тим градовима. Утврђено је да су очекивања туриста у Београду већа код већине дестинацијских атрибута, а код седам од њих значајно већа ($p < 0,05$). Туристичко задовољство је било веће у Београду него у Новом Саду код 18 од укупно 56 упоређених атрибута.

У четвртном делу аутор се бави анализом свеукупног задовољства и будућих намера понашања туриста према Београду и Новом Саду. Испитана је лојалност и усмена промоција. Утврђене су и разлике у задовољству и будућим намерама понашања које постоје између туриста у односу на

њихове социо-демографске особине и карактеристике путовања.

Комисија је позитивно оценила анализу резултата у дисертацији.

Дискусија дисертације се најпре бави постављеним хипотезама истраживања, које су на основу резултата потврђене или одбачене. Постављено је девет хипотеза од којих је шест потврђено, а три су одбачене. Хипотезе ће бити детаљније приказане у оквиру 7. поглавља овог извештаја. Урађена је пројекција квалитета туристичког производа Београда и Новог Сада на основу позитивних дестинацијских атрибута, која показује да ће услед вишег степена туристичког задовољства Нови Сад бележити бржи раст броја туриста него Београд. На крају дискусије дати су предлози за побољшање квалитета ових дестинација.

Комисија је позитивно оценила дискусију дисертације.

Закључна разматрања представљају последњу целину дисертације, где је кандидат изнео основне резултате рада чиме је реализован постављени циљ истраживања који је био да се утврди стање квалитета, могућности и перспективе развоја туризма у Београду и Новом Саду на основу задовољства страних туриста приликом посете овим дестинацијама.

Комисија је позитивно оценила закључак дисертације

Литература садржи домаће и стране литературне наводе и електронске изворе података који су критички одабрани, релевантни и актуелни.

Комисија је позитивно оценила наводе литературе и изворе 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.

Јелица Марковић има у својој досадашњој научној продукцији 25 објављених радова и то један рад категорије M22, један рад категорије M23, један рад категорије M26, шест радова категорије M33, четири рада категорије M34, осам радова категорије M51, један рад категорије M52, три рада категорије M53.

1. Blešić, I., Dragin, A., **Marković, J. J.**, Čerović, S., Djeri, L. (2014). Relationships among shopping quality and corporate social responsibility of shopping centers and consumer satisfaction: Case from Novi Sad (Serbia). *Amfiteatru Economic*, 16 (35): 415-429; ISSN:1582 - 9146 (**M22**)
2. Petrović, M. D., Jovanović, T., **Marković, J. J.**, Armenski, T., Marković, V. (2014). Gender Distinctions between Service Orientation and Job Satisfaction: A Study of Employee in Hotels in Novi Sad (Vojvodina, Serbia). *Economic Research*; Article in press (**M23**)
3. **Marković, J. J.**, Đeri L., Blešić, I. Galamboš, A., Galamboš, T. (2014). Managing the shopping center ambience attributes by using importance-performance analysis: The case from Serbia. *Central European Business Review* 3 (2): 18-27; ISSN: 1805-4854 (Print) 1805-4862 (Online) (**M51**).
4. **Marković, J. J.**, Petrović, M. D. (2014). Service quality of tourist guides and their role in travel agency marketing. *Tourismos* 9 (1) Article in press (**M51**).

5. Petrović M. D. Jovčić A. Marinković, N., **Marković, J.J.** (2013). The Present Situation and Prospects of "Sport and Business Centre Vojvodina" (SPENS) for Development of Tourism and Sport Events. *International Journal of Business Tourism & Applied Sciences*, 1 (1), 24-36; ISSN: 2286 - 9352 (print) ISSN 2286 - 9700 (online) (**M51**).

На основу правилника докторских студија Универзитета у Новом Саду, комисија констатује да кандидат испуњава услове за одбрану докторске дисертације.

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Извршавајући задатке истраживања, уз примену утврђене научне методологије и коришћењем домаће и иностране научне литературе, кандидат је реализовао постављени циљ дисертације који је подразумевао утврђивање стања квалитета туристичког производа Београда и Новог Сада на основу нивоа задовољства страних туриста.

Поред основног циља дисертације, извршена је и анализа имица ових дестинација. Резултати су показали да су прве асоцијације и главни стимуланси Београда у перцепцији страних туриста гостопримство, ноћни живот, лепота, добра храна и пиће и богата историја. Туристичке атракције као што су Калемегдан, кнез Михајлова улица, храм светог Саве нису довољно снажне да би изазвале прве асоцијације. У анализи имица Београда има и негативних појмова (прљаве улице, национализам и гужва у саобраћају).

Прве асоцијације и главни стимуланси Новог Сада су слично као и код Београда гостољубивост локалног становништва, добар провод и забава, добра храна и пиће и ниске цене. Чистоћа у Новом Саду је нарочито наглашена. Истичу се јединствене атракције као што су Дунав, шtrand, тврђава, Exit. Резултати су показали да се ова два града посебно разликују у духу или аури места. Београд је брз, дивљи, жив, а Нови Сад романтичан, успорен, тих, миран. Кандидат истиче да се дух места посебно треба наглашавати у промотивним кампањама ради привлачења нових туриста.

На почетку истраживања квалитета туристичког производа Београда и Новог Сада, на основу туристичког задовољства, кренуло се од неколико претпоставки које су се након анализе добијених резултата прихватиле или одбациле.

Прва хипотеза се односила на очекивања страних туриста у Београду и Новом Саду, где се претпоставило да ће очекивања у погледу већине дестинацијских атрибута бити ниска због лошег имица који је Србију пратио две деценије. Међутим, хипотеза је одбачена јер на основу добијених резултата, очекивања страних туриста нису ниска када су у питању Београд и Нови Сад.

Искуства страних туриста била су виша од њихових очекивања код већине дестинацијских атрибута и у Београду и у Новом Саду што је потврдило другу хипотезу. Сразмерно томе, туристичко задовољство је било позитивно код већине дестинацијских атрибута ових дестинација, чиме је и трећа хипотеза прихваћена.

Од укупно 58 дестинацијских атрибута HOLSAT модела, туристичко незадовољство у Београду се показало код њих седам и на њих се мора обратити посебна пажња при будућем планирању туризма у овом граду. Незадовољство је изражено код атрибута везаних за опште проблеме града: застој у саобраћају, смеће на улицама, чекање у редовима, цене у продавницама (више од очекивања), али и атрибута који су туристичке природе: посета музејима и сеоским пределима у оклини града и куповина сувенира. На граници задовољства су и коришћење локалног транспорта, крстарење Дунавом и Савом и цене у ноћном проводу. Са друге стране, највиши степен задовољства је изражен у погледу броја зелених површина у Београду, осећају безбедности током боравка, као и дружељубивој атмосфери која влада у граду.

У Новом Саду, туристичко незадовољство је изражено код четири атрибута и то у погледу великог броја паса луталица, мањка јавних тоалета, могућности крстарења Дунавом и разгледања града бусом. На граници задовољства је и одлазак на бицикличке туре кроз град. Остали атрибути су имали позитиван степен туристичког задовољства. Изразито високо задовољство забележили су атрибути који се односе на гостољубивост локалног становништва, особља хотела и уопште дружељубиву атмосферу која влада у граду. Затим, високо позитивно су изненађени лепотом локалних жена, бројем зелених површина и знањем енглеског језика локалног становништва.

На основу т теста који је мерио значајност разлике између очекивања и искуства туриста у Београду и Новом Саду, установило се да степен туристичког задовољства код већине дестинацијских атрибута није низак, те је четврта хипотеза, која је претпоставила низак степен туристичког задовољства, одбачена.

Највиши степен туристичког задовољства у оба града имао је атрибут „У граду је лепа и дружељубива атмосфера“, што потврђује пету хипотезу која наводи да ће атрибути везани за гостољубивост локалног становништва имати највиши степен туристичког задовољства.

С обзиром да су туристичка очекивања у Београду виша него у Новом Саду, а искуства туриста слична у оба града, то је резултирало да степен туристичког задовољства буде већи у Новом Саду, него у Београду. Београд иако посећенији град и боље позициониран него Нови Сад не производи већи степен туристичког задовољства, што је била полазна шеста претпоставка. Шта више, Нови Сад у многим дестинацијским атрибутима има приметно виши степен задовољства него Београд, што је последица нижих очекивања туриста у Новом Саду.

Седма хипотеза је претпоставила да ће страни туристи имати жељу да поново дођу у ове дестинације и да ће вршити позитивну усмену промоцију, а резултати су то и потврдили.

Резултати у случају Београда су показали да су женске особе свеукупно задовољније дестинацијом од мушкараца и имају вишу оцену лојалности и усмене промоције. Даљом анализом је утврђено да је то услед вишег степена задовољства жена код атрибута који се односе на безбедност и сигурност на дестинацији. У Новом Саду већу оцену лојалности имају особе између 21-30 година, студенти и незапослени, нижег месечног прихода, што Нови Сад сврстава у групу „дестинација за младе“. Тиме је потврђена и осма хипотеза која гласи да ће разлике у перцепцији туриста у погледу укупног задовољства и будућих намера понашања у Београду и Новом Саду постојати у зависности од неких њихових социо-демографских особина. Разлике су уочене и у зависности од неких карактеристика путовања што је и девету хипотезу потврдило.

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

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

Кандидат је практичан део рада поткрепио свеобухватним теоријским оквиром који је научно оправдан и подржан бројном савременом и актуелном научном литературом. За постизање постављеног циља истраживања, коришћена је одговарајућа методологија. Подаци прикупљени током истраживања су статистички обрађени помоћу адекватних статистичких анализа. Добијени резултати су јасно тумачени и прегледно приказани, табеларно, графички и текстуално. На основу њих изведени су закључци који дају одговоре на постављене хипотезе, циљеве и задатке истраживања.

На основу начина приказивања и тумачења података, може се констатовати да рад садржи оригиналне научне резултате који задовољавају захтеве нивоа докторске дисертације.

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.

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

Комисија сматра да је дисертација кандидата Јелице Марковић написана у складу са образложењима написаним у пријави теме.

2. Да ли дисертација садржи све битне елементе?

Дисертација садржи све битне елементе научног рада. Рађена је у складу са савременим истраживањима из области понашања потрошача и менаџмента квалитета у туризму и као таква представља оригиналан научни допринос у тој области.

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци?

Примена HOLSAT модела за истраживање задовољства страних туриста у Београду и Новом Саду, први је рад који се кроз степен туристичког задовољства бави анализом квалитета ових туристичких дестинација и као такав представља основу будућим истраживањима из ове области. Истраживање у овој докторској дисертацији показало је да је степен туристичког задовољства мерен посредством HOLSAT модела, адекватан алат за утврђивање добрих и лоших страна туристичке дестинације и може допринети његовој широј употреби у домаћој литератури. Резултати истраживања представљају добру научну подлогу надлежним институцијама за развој туризма у Београду и Новом Саду, првенствено локалним туристичким организацијама (ТОБ-у и ТОНС-у), за доношење оперативних планова и дефинисање развојних стратегија које обезбеђују побољшање дестинацијског квалитета и успешније коришћење постојећих туристичких потенцијала што утиче на повећање профита и развој локалне заједнице.

4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања?

Увидом у докторску дисертацију и детаљним прегледом свих резултата, комисија није уочила недостатке који су утицале на резултате истраживања и закључке рада.

X ПРЕДЛОГ:

На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:

На основу укупног сагледавања и вредновања докторске дисертације у целини, као и њених појединачних делова, комисија позитивно оцењује дисертацију под насловом „Примена HOLSAT модела за истраживање задовољства страних туриста у градским центрима Србије”, кандидата мср Јелице Марковић и предлаже Наставно-научном већу Природно-математичког факултета, Универзитета у Новом Саду, да прихвати позитивну оцену и одобри кандидату да докторску дисертацију под овим насловом јавно брани.

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

Председник:

Проф. Др Снежана Бесермењи, редовни професор
Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет

Ментор:

Др Ивана Блешић, доцент
Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет

Члан:

Проф. Др Добрица Јовичић, редовни професор
Географски факултет, Универзитет у Београду

Члан:

Др Вања Драгићевић, доцент
Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет