

На основу Одлуке Наставно-научног већа, одређени смо у Комисију за оцену и одбрану докторске дисертације кандидата Станетић Ведрана, магистра економских наука, под називом „**Међународно маркетиншко истраживање као информациона основа у моделу теорије игара**“. Пошто смо проучили завршену докторску дисертацију подносимо Већу следећи

РЕФЕРАТ

1. Основни подаци о кандидату и дисертацији

Кандидат мр Станетић Ведран је рођен 1979. године у Бањој Луци. Економски факултет Универзитета у Бањој Луци, уписао је школске 1998/1999. године, а дипломирао марта 2003. године на смеру *Финансијски менаџмент*. У току студија остварио је просечну оцену 8,32 а дипломски рад под насловом „*Енгелови закони као информациона основа у маркетинг одлучивању на примјеру Републике Српске*“ одбранио је оценом 10.

Школске 2003/2004. године уписао је последипломске студије (смер: *Међународни менаџмент и маркетинг*) на Економском факултету Универзитета у Београду и положио све предвиђене испите са просечном оценом 9,20. Студије завршава у фебруару 2010. године одбраном магистарског рада под називом „*Међународна маркетиншка истраживања у функцији извоза прехрамбених производа*“ чиме стиче звање магистра економских наука.

Докторске студије на Економском факултету Универзитета у Београду, студијски програм *Пословно управљање*, уписао је школске 2011/2012. године и положио све испите предвиђене наставним планом и успешно одбранио један семинарски рад. Тиме је стекао право на пријаву теме докторске дисертације.

Кандидат је аутор или коаутор одређеног броја научних и стручних радова који су публиковани у релевантним научно-стручним часописима. Основне области интересовања кандидата су: маркетиншка истраживања, међународна оријентација предузећа, информациони маркетиншки системи и слично. Највећи број радова је у врло блиској вези са темом докторске дисертације, међу којима се издвајају:

- **Станетић, В.** (2011) „Међународна тржишна оријентација, фактори који је усмјеравају, њихова снага и значај“, *Зборник радова Економског факултета у Источном Сарајеву*, бр. 5, стр. 231 – 244.
- **Stanetić, V.** (2011) „General Characteristics, Role and Importance of International Marketing Information System“, *Economic Analysis*, Vol. 45 No. 3-4, str. 69 – 81.
- Dr Jović Lj., Mr Bomeštar N. i Mr **Stanetić V.** (2012) „Fiscal Implications of State Intervention on Labour Market“, *New Challenges in Changing Labour Market*, Thematic Monograph, str. 175 – 190.
- **Станетић, В.** (2012) „Међународна маркетиншка истраживања: основне карактеристике и значај за привреду у транзицији“, *Зборник радова Економског факултета у Источном Сарајеву*, бр. 6, стр. 457 – 471.
- Група аутора (2012) „*Поддршка унапређењу конкурентности привреде Републике Српске*“, Економски институт Бања Лука и Универзитет у И. Сарајеву, Технолошки факултет Зворник.

Осим тога, Кандидат је у јуну 2018. године објавио рад под називом „A Proposal of the Model of International Marketing Research as Information Basis in Game Theory“, *Economic Analysis*, Vol. 51 No. 1-2, str. 18 – 36. као део своје докторске дисертације, што је интегрални део процедуре одбране дисертације на Универзитету у Београду.

У радовима које је кандидат написао уочава се висок ниво знања, изражене аналитичке квалитете и способност извођења ваљаних закључака, што сведочи о његовој научној и стручној компетентности.

Кандидат у мају 2014. године приступио јавној одбрани пријављене теме докторске дисертације. У уводном излагању објаснио је предмет и циљ дисертације из угла међународних маркетиншких истраживања, маркетинг информационих система и теорије игара. По завршеном излагању чланови Комисије су сваки из свог угла упућивали питања кандидату и сугерисали могуће правце даљих истраживања за тему коју је кандидат изложио. Након одговора кандидата на постављена питања и након датих коментара на упућене конструктивне сугестије, Комисија је једногласно донела одлуку о прихватању предложеног наслова докторске дисертације и предлога структуре рада.

Први докторантски колоквијум кандидат је успешно одбранио 16. марта 2016. године, с радом „Приједлог модела међународних маркетиншких истраживања као информационе основе у теорији игара“. Овај рад садржи оригиналне доприносе кандидата у виду разраде информационог тока према подмоделу теорије игара, као и начина организовања динамичке рекурзивности у таквом моделу. Менторска комисија је повољно оценила напор кандидата изложен у наведеном раду и закључила да је кандидат успешно одбранио први колоквијум.

Други докторантски колоквијум кандидат је одбранио 21. фебруара 2018. године приказом и образложењем целовитог модела, као и његовој практичној улози и месту у привредном животу. Менторска комисија је и овај рад повољно оценила и закључила да је кандидат успешно одбранио други колоквијум.

Убрзо после тога, кандидат је завршио рад на докторској дисертацији и предао је Факултету на оцену и одбрану.

Дисертација има четири поглавља на 243 стране, укључујући и списак литературе на шест страна (118 наслова), као и прилог у којем је дат графички изглед модела. Дисертација има теоријско-емпиријски карактер.

2. Предмет и циљ дисертације

У свом пословању и остварењу зацртаних циљева предузећа настоје да задовоље два концепта и то концепт флексибилности и концепт контролабилности. Флексибилност је способност предузећа да брзо и са минимумом трошкова избегне претње и искористи шансе које стижу из окружења. Контролабилност се повећава анализом и предвиђањем окружења, променом стратегије, реструктурирањем и слично. Тамо где предузеће постигне максималну контролабилност и максималну флексибилност налази се тачка максималних могућности. Међутим, како помирити концепцију контролабилности са концепцијом флексибилност када оне имају међусобно супротне тенденције? У одговору на то питање се, између осталог, крије и инспирација кандидата за истраживање за потребе докторске дисертације.

Један од начина који би се могао предложити као одговор на постављено питање јесте динамички информациони модел међународних маркетиншких истраживања као основа за примену модела теорије игара. Применом теорије игара предузеће утиче на повећање контролабилности у свом пословању, док с друге стране, међународним маркетиншким истраживањима предузеће утиче на повећање флексибилности. Основу флексибилности чини брзина добијања информација. До тачних, прецизних и правовремених информација најсигурније се долази помоћу различито организованих маркетиншких истраживања, односно организовањем и успостављањем маркетиншких информационих система. Адекватно креиран информациони ток требао би да чини основу флексибилности предузећа. Неопходно је да предложени модел у старту буде подржан међународним маркетиншким истраживањима јер се тиме постиже двоструки ефекат. Прво, повећава се обухват истраживања – у анализу се укључује међународно окружење, а домаће тржиште је само једно у укупном тржишном портфолију, и друго, дубина истраживања – маркетиншка истраживања су обухватнија од тржишних, односно маркетиншка истраживања подразумевају и тржишна истраживања.

Теорија игара, базира се на антиципацији одлука других играча у моделу, као и исхода њихових акција. Основа модела је да се одлуке играча мењају у складу са променама информација као улаза у модел. Рационалност примене модела оправдана је само уколико је могуће предвидети стратешку игру конкурента или више њих. То значи да су улазне информације најзначајнији елемент модела јер се на бази њих врши стратешка поставка играча учесника у конфликту.

Вероватноћу примене сваке од могућих стратешких игара могуће је релативно поуздано утврдити искључиво на темељу маркетиншких истраживања, маркетиншких информационих система и статистичко-математичких метода и техника тржишних предвиђања. Тек након тога примена модела теорије игара постаје оправдана за оне стратешке игре конкурената које имају највећу вероватноћу појављивања. У тим предвиђањима полази се од рационалних, као и ирационалних мотива других играча у моделу. Сваки мотив који противника оредели за неку од акција у некој од игара би за друге учеснике у игри требао да буде рационалан јер значи могућу промену у првобитној поставци игре. У пракси су могући случајеви у којима су играчи одвојени једни од других и не знају могућу реакцију другог играча. Међутим, у данашњим условима пословања такви случајеви нису преовлађујући, односно често је могуће сазнати реакцију другог или других играча, или сазнати информације које ће одлучити коју стратегијску игру ће конкуренти изабрати и томе прилагодити своје будуће стратешко деловање. Улога информационог система, тачније повратне спреге у облику динамичке рекурзивности, у таквим стратешким играма постаје пресудна.

Као одговор на постављени проблем сталне оптимизације у таквом моделу, а у зависности од стратешких и оперативних акција конкурената и других учесника на тржишту, могуће је предложити итеративни поступак. Такав поступак би водио сталном подешавању система информација као улазних елемената у подмодел теорије игара, а на бази антиципираних акција као одговора на поједине излазне информације из подмодела теорије игара. Итеративни поступак захтева дизајнирање, прилагођавање и примену метода динамичке рекурзивности.

На основу претходно реченог такав модел би требао да обухвати три подмодела: информациони, теорију игара и модел повратне спреге или друге акције које настану као резултат анализе у оквиру динамичке рекурзивности, што чини основу овог рада.

Сваки од поменутих подмодела захтева посебан методолошки и аналитички приступ. Комбинација тих подмодела у један обухватан модел који би ефикасно придонио рационалности и ефикасности стратешког пословног одлучивања, као и његово евентуално рачунарско програмирање, представља посебан изазов, али вероватно и једну новину у домаћим и регионалним условима пословања. Укратко речено, то би представљало предмет ове дисертације. Упркос значајном потенцијалном ефекту оваквог облика организовања и усмеравања информационог тока са међународног тржишта ка теорији игара, веома је мали број истраживања у оквиру којих су анализирани могући резултати њихове комбинације. Због тога је тема ове докторске дисертације врло актуелна, али и комплексна јер покрива минимално два на први поглед неповезана подручја истраживања – маркетинг, односно међународна маркетиншка истраживања и теорију игара. Овај задатак је постављен веома амбициозно, али у исто време ваља истаћи да би позитиван резултат имао и веома важан практични значај. Другим речима, предмет дисертације јесте креирање, графичко приказивање и објашњење динамичког информационог модела међународних маркетиншких истраживања као основе за примену теорије игара са циљем брзог и ефикасног стратешког одлучивања у условима глобализованог пословања.

Примарни циљ ове дисертације био је да пружи теоријски допринос ефективној комбинацији маркетинга и теорије игара. Другим речима, циљ дисертације јесте унапредити сигурност и ефикасност пословања у условима јаке конкуренције тако што би се дизајнирао и у некој каснијој фази развоја програмски подржао информациони ток са међународног тржишта ка подмоделу теорије игара, као и дизајнирати итеративни поступак како би се осигурала оптимизација информационог тока, а у складу са излазним процесима подмодела теорије игара.

3. Основне хипотезе од којих се полазило у истраживању

На основу излагања предмета и циља дисертације евидентно је да она има пре свега теоријски карактер, па је у складу са тим акценат стављен на претпоставке, анализе могућности, као и развој новог модела. Тежиште је усмерено ка кључним теоријским релацијама између међународних маркетиншких истраживања и теорије игара. Кандидат се приликом израде докторске дисертације држао основних истраживачких хипотеза које су постављене у фази пријаве теме. На основу анализе релевантне теоријске и емпиријске литературе, као и на основу спроведеног сопственог истраживања, у раду су тестиране следеће хипотезе:

Хипотеза 1: Теорија игара захтева посебно дизајниран информациони систем како би се унапредила њена ефикасност.

Хипотеза 2: Маркетиншки информациони систем треба да обезбеди информациони ток из међународног окружења.

Хипотеза 3: Посебно дизајниран информациони ток из међународног окружења представља основу за оптималне резултате подмодела теорије игара.

Хипотеза 4: Итеративни поступак је неопходан процес који би водио оптималности и ефикасности подмодела теорије игара, а најприкладнија форма итеративног поступка био би модел динамичке рекурзивности.

4. Кратак опис садржаја дисертације

Садржај дисертације поред увода и закључка обухвата четири одвојена али, имајући у виду циљ истраживања, међусобно повезана дела. Основу истраживања чини анализа проблема и доказивање хипотеза, као и краћа анализа могућности практичне примене датог модела.

У уводу су изложени основни разлози и мотиви за израду докторске дисертације на изабрану тему и укратко представљен садржај најважнијих сегмената рада, као и темељна уверења кандидата о значају овог истраживања за економску теорију и праксу.

Прво поглавље дисертације носи назив „Опште теоријске поставке међународних маркетиншких истраживања“. Ово поглавље се састоји од три дела. У првом делу обрађени су основни појмови у вези са међународним окружењем, наведене су основне карактеристике међународног окружења, затим анализа услова глобализованог окружења у којима предузећа данас послују, као и услова у којима ће пословати у ближој будућности. Неки од најважнијих карактеристика савременог пословања уз истицање фактора из међународног окружења наведени су на овом месту. Светски тренд глобализације, коју прати, између осталог, велики степен економске либерализације и доминације предузећа са визијом глобалних или регионалних лидера заузима значајно место у анализи датој у овом делу. Већ одавно мале, средње и велике компаније, из свих делова света, шансу за свој развој и опстанак траже на међународном тржишту. Тржишта широм света постају све више и све боље интегрисана и повезана. Пословно окружење више није лимитирано границама националних држава. Оно заправо и није било чиме ограничено, односно зависи само од тога колику ширину ће било који пословни субјект себи да одреди. Дешавања на светским тржиштима сведоче о све јачој конкуренцији, технолошким унапређењима, већем квантуму знања, већој изабирљивости потрошача, строжијим стандардима квалитета и слично. Све се то прелива са једног тржишта на друго и брзо захвата све већи део светског тржишта. Други део посвећен је основним појмовима, кључним теоријама, алатима и техникама које се користе у међународним маркетиншким истраживањима. Најтемељитији и најобухватнији начин да се упозна међународно тржиште је систематски организовано повремено и перманентно међународно маркетиншко истраживање. Дистинкцијом међународног у односу на домаће тржиште, као и маркетиншким у односу на тржишна истраживања указано је на обухват и дубину првог у односу на друго. Тиме је на самом почетку решена дилема о којој врсти истраживања се ради. Класификација међународних маркетиншких истраживања представља наставак анализе чиме

кандидат указује на ширину спектра могућих опредељења пре но што се предузму било каква истраживања те врсте. Тиме је указано на важност познавања ове теме јер погрешан избор врсте истраживања најчешће доводи до информација које нису тражене. Све оно што ће у наредним поглављима бити анализирано, као и сам модел наведен у дисертацији морају наћи чврсто упориште у појмовима и класификацији наведеним на овом месту. Све то је чинило неку врсту увода у можда најзначајнији део овог поглавља, тј. у представљање и анализу самог процеса међународних маркетиншких истраживања. Сва аналитичност, знање и креативност истраживача показују се приликом вршења ових послова. Методе, технике и алати, као и способност тумачења резултата проведених истраживања наведени су у оквиру овог дела. Позивањем на релевантну литературу указано је на динамичност развоја ове врсте истраживања без које би било који профитно оријентисани ентитет био изложен великом ризику да не постигне оно што жели или да постигне оно што не жели. Кандидат је анализу у овом поглављу завршио оним што можда чини најзначајнији аспект даљњег развоја међународних маркетиншких истраживања – тј. са анализом међународних маркетиншких информационих система. Савремена искуства показују да међународни маркетинг информациони систем најефикасније доприноси благовременом прикупљању и обради података и на бази тога правилног усмеравања раста и развоја економских ентитета. Такође, указано је и на ограничења која такав систем свакако има.

Слично првом поглављу, у другом поглављу дисертације кандидат се бавио карактеристикама теорије игара, њиховим теоријским поставкама и класификацијом. Анализа особености теорије игара на самом почетку истраживања је битна јер се на темељу тих сазнања креира одговарајући информациони ток који ће олакшати њену примену. Теорија игара бави се поставкама и променама стратегија према конкурентима у циљу доласка до што повољнијег стратешког положаја и оптималне одлуке. Три елемента карактеришу сваку игру, а то су: играчи, стратегије и награде или казне у виду функције плаћања. Иако кандидат у овом делу донекле оспорава превелику сигурност у број и карактеристике играча, јер у условима глобализованог пословања изненађења су честа, као и разноврсност стратегија које су у моделима игре понуђене, око функције плаћања је највише резервисан. Начин доласка до функције плаћања, нарочито у оним играма које укључују недовољно познате противнике, односно у оним играма које се не воде на организованим тржиштима као што су берзе, обично није довољно јасан. Кандидат истиче да елементи у матрицама плаћања обично нису подржани правовременим и потпуним информацијама. О мотивима и могућим наредним корацима противника у игри у контексту њиховог портфолија пословног деловања обично нема никаквих индиција, а прецизна сазнања су још мања. У економској теорији се полази од претпоставке да је основни циљ предузећа максимизација профита, како у кратком тако и у дугом року, али се у пракси овај циљ често модификује или комбинује с другим циљевима, који га у неком моменту чак могу и засенити. Управо на основу матрице плаћања се изводи закључак о рационалности у теорији игара. Уколико се садржај матрице, тј. функције плаћања доведе у питање закључак се сам назире. На основу прегледа литературе кандидат наводи класификацију у теорији игара. При томе истиче да је основна подела на кооперативне и некооперативне игре. Иако је дат теоријски приказ и једних и других аутор се у овом раду у контексту информационог тока и поставке модела задржава искључиво на анализи некооперативних игара, јер су како истиче на основу цитиране литературе такве игре и у теорији и у пракси значајније. Наредна значајна класификација је на основу обима информација којима учесници у игри располажу. Тако је могуће разликовати игре са потпуним (перфектним) и са непотпуним (неперфектним) информацијама. Затим игре у нормалној и игре у екстензивној форми и слично. У наставку овог поглавља позивајући се на релевантну литературу анализирани су концепти доласка до равнотежа у играма, затим различите информационе основе у формулисању највероватније игре. Имајући у виду предмет и циљ истраживања кандидат је анализирао и неке од концепата везаних за теорију игара, а који су нарочито значајни приликом разматрања информационе основе у играма као што су: забрана егзогених информација, адаптивно учење, Харсани доктрина, концепт савреног сећања, Бајесове игре са неперфектним информацијама, тзв. „јефтине разговори“, утицај репутације играча и слично. У последњем делу овог поглавља кандидат анализира предности динамичког моделског приступа у савременој економи. Значај моделирања у економији препознат је још код Дејвида Рикарда. Предност динамичког моделирања у модерној економији лежи у могућности

тестирања поверења у развијени модел. Предложити модел и тврдити да је управо тај и такав модел најбоља скица реалног система није озбиљно без доказивања да је то стварно тако. Анализа у овом делу рада се завршава разматрањем повратне спреге у било којем информационом моделу. Оно што провејава као закључак комплетног другог поглавља је да је могуће минимизирати неуспех у некој игри искључиво на основу одговарајућих информација. Произилази да информације имају велику вредност. До информација се може доћи на више начина, а кандидат потенцира маркетиншка истраживања, односно међународни маркетиншки информациони систем као један од најцеловитијих видова организованог прикупљања података и информација. Кандидат покушава да безличност својствену теорији игара засновану искључиво на рационалности преточи у стратегију „упознај свог противника“ или „сазнај с ким имаш посла“ па тек онда делуј. Као решење, кандидат нуди модел који чини окосницу овог рада и истраживања. Тај модел представљен је у наредном поглављу. Ово, као и прво поглавље имају централни значај за разумевање оригиналних доприноса које ће аутор пружити у остатку рада.

Трећи део дисертације, под називом „Теоријске поставке модела међународног маркетиншког истраживања као информационе основе у теорији игара“, има креативно-истраживачки карактер. У овом поглављу кандидат настоји да преточи теоријска сазнања из претходних поглавља у практични модел. Претходна два поглавља су била неопходна за представљање и разраду сопственог модела којим кандидат доказује оправданост увођења информационе основе у виду модела у теорију игара. Намера кандидата је била да унапреди ефикасност примене теорије игара креацијом модела информационог тока са међународног тржишта ка подмоделу теорије игара. На први поглед та намера делује илузорно јер је реч о мноштву различитих података, информација и сазнања са различитих страна чија динамичност иде у корак са чак и малом променом у окружењу, односно амбијенту у коме се игра дешава. Модел омогућава напуштање претпоставке о информационој асиметрији учесника у некој игри и, супротно интуицији, поставља основе рационалног пословног одлучивања на основу реалне информисаности учесника у игри који примењују такав модел. Тешко да било које предузеће које има визију развоја и опстанка, односно које је оријентисано на међународно тржиште, може себи да дозволи луксуз да не буде стално информисано о променама у таквом окружењу, а првенствено о конкурентима и њиховим акцијама и стратегијама. Кандидат је модел представио у наративној и графичкој форми – при томе графички изглед модела дат је прилогу рада. Графички приказ веома ефектно илуструје основну нит излагања чиме се у великој мери олакшава читаоцу праћење ове сложене проблематике. Наративни део захтева на моменте високу концентрацију читаоца. Ово поглавље подељено је на три дела. У првом се даје теоријско-филозофска основа за развој модела. У другом делу овог поглавља дате су основне карактеристике и теоријске поставке неуронских мрежа. Радећи на моделу кандидат је препознао да се неки од његових елемената у неким случајевима могу „истренирати“ на рано препознавање сигнала о променама у окружењу које могу да резултирају променом у игри. Тиме се отварају могућности за примену вештачке интелигенције у моделу. Такав вид организације бар неких делова модела штеди ресурсе али утиче на смањење могућих грешака у тумачењу тржишних сигнала од стране експерата ангажованих за рад на прикупљању и обради информација. У трећем делу наративно је представљен модел. Да би процес пословног одлучивања био што поузданији и економичнији на почетку је дефинисано које улазне варијабле су потребне, као и аналитичке методе и тражени подаци, информације и знање. Следи прикупљање и обрада података и информација. Након стручно и организовано спроведеног прикупљања од стране експерата тако добијени подаци и информације се анализирају, тумаче и врши се њихова синтеза. На тај начин се долази до информација о свакој од акција, стратегија и конкурената појединачно. Након тога информације се рангирају, врши се реконструкција игре и њено тестирање. Тек након тако проведеног поступка нова пословна одлука носи мањи ризик. Четврти део овог поглавља посвећен је анализи могућности примене динамичке рекурзивности у моделу. У последњем делу овог поглавља анализирана је могућност примене претходно теоријски размотрених неуронских мрежа у моделу. Без претензија да је развој модела у потпуности завршен кандидат је оставио простор за његово усавршавање, а то је нарочито препознао у делу примене неуронских мрежа. У овом поглављу дата је синтеза целог претходног истраживачког поступка. Указано је у чему се огледа њен допринос теорији

и пракси међународних маркетиншких истраживања. Резултати тих истраживања су омогућили проверу исправности постављених хипотеза и валидности изложених теоријских ставова.

Четврти део дисертације, под називом „Анализа практичне примене датог модела“, представља синтезу претходних истраживања. У овом поглављу кандидат разматра применљивост модела, сумира најважније резултате, изводи одговарајуће оцене и даје препоруке за његово коришћење. Анализиране су могућности примене модела у, како је то наведено у првом поглављу, условима глобализованог пословања. Кандидат се није задржао само на теоријском предлагању новог модела. На два примера студија случаја кандидат приказује ситуације могуће примене модела како у индустријском пословању и маркетингу (B2B) тако и у потрошачком пословању и маркетингу (B2C). Драматизација ситуација у којима се компаније из студија случаја налазе озбиљно налаже предузимање корака којима би се њихова будућност на тржишту одржала и ојачала. Одговорност према будућности тих компанија навела би руководства тих компанија да примене модел описан у овом раду као одговор на оно што се од њих захтева – а то је могућност одговорног управљања пословањем. Ово поглавље завршава се анализом предности и последица примене модела. Кандидат наводи да би модел могао врло ефектно да се преточи и у информациони пакет који би као такав омогућио његову стандардизацију с једне стране, а с друге прилагођавање гранама пословања и самим предузећима.

Последњи део рада представља закључна разматрања у којима кандидат сумира резултате свих претходних поглавља и разматра евентуалне правце усавршавања модела. Такође, наведена су и нека од ограничења са којима се кандидат суочавао приликом рада на развоју модела. У овом делу је такође оцењено да су постављене хипотезе и доказане. Поред тога кандидат указује и на потребу наставка рада на анализи могућности ефикасног комбиновања маркетинга и међународних маркетиншких истраживања с једне и теорије игара с друге стране. При томе износи и једну нову хипотезу чије доказивање захтева ново истраживање које би представљало једну врсту наставка истраживања проведеног у овом раду.

5. Методе које су примењене у истраживању

У процесу израде докторске дисертације кандидат се ослањао на теоријске и методолошке принципе који су уобичајени у економској науци, као и на методолошке поступке специфичне за економску теорију и анализу. Предмет и циљ истраживања определили су конкретне методе који су примењени у раду.

Евидентан је аналитички приступ у проведеном истраживању јер је кандидат пошао од уоченог проблема којег је даље рашчланио и описао, поставио циљ, сагледавао могуће алтернативе, дао предлог решења и анализирао како би се такво решење могло одразити на решавање уоченог проблема.

Истраживање представља првенствено квалитативно истраживање, али са једним значајним делом квантитативног рада. Квалитативно истраживање, као методолошка оријентација овог рада, било је неопходно јер не постоји у потпуности еквивалентан приступ описаном истраживању у економској теорији. Квантитативно истраживање се односи на делове рада у коме су описане теорија игара и неуронске мреже.

Кабинетско истраживање, спроведено над релевантном светском и домаћом литературом, омогућило је кандидату да истраживачке проблеме (хипотезе) постави у оквире релевантних теорија, приступа и модела. У обзир су узети научни радови и књиге еминентних аутора, који се баве анализираним проблематиком са теоријског, као и емпиријског аспекта. Посебна пажња је посвећена оригиналним научним делима новијег датума.

Када је реч о методологији у ужем смислу, као алату којим се аутор служи, може се констатовати коришћење индуктивне и дедуктивне методе, дескриптивне методе, методе анализе и синтезе, методе апстракције и конкретизације, методе доказивања, компаративне и метода компилације (у

комбинацији са другим научним методама). Примена неке конкретне методе зависи од поједине фазе истраживања.

Приликом проучавања релевантне литературе коришћени су методи анализе и синтезе. Наведени методи су нарочито примењивани код приказивања резултата до сада спроведених истраживања.

Коришћењем дескриптивног метода представљене су теоријске поставке које објашњавају основна обележја и детерминанте међународног маркетинга и међународних маркетиншких истраживања. Такође, овај метод је једним делом примењен при сагледавању теорије игара и неуронских мрежа.

На основу прикупљених података, примена методе логичке анализе омогућила је темељну и свеобухватну разраду кључних појмова, принципа и идеја, као и тестирање истраживачких хипотеза. У складу са специфичностима захтева и расположивим подацима, поједине хипотезе, односно њихови докази, базирани су на примени метода индукције, док су докази појединих хипотеза извођени применом метода дедукције. При извођењу одговарајућих закључака коришћен је и метод генерализације.

При истраживању практичне применљивости модела коришћен је метод симулације, тј. студије случаја. Примена овог метода се заснивала на теоријској и практичној разради поједностављених примера из праксе и служи као метафора за одређени скуп проблема, што је карактеристичан индуктивни приступ.

6. Остварени резултати и научни допринос

Тема докторске дисертације кандидата мр Станетић Ведрана је актуелна али недовољно истражена не само на простору регије већ и света, што јој даје посебан значај. Објављено је свега неколико радова иностраних аутора у којима је на неки начин повезана теорија игара и маркетинг, углавном без већег успеха. Теоријска анализа, коју је кандидат спровео, довела је до вредних научних резултата и доприноса. Изведени закључци у раду су јасни, логични, конзистентни и релевантни са становишта теорије и праксе.

Научно-истраживачки допринос ове дисертације огледа се у чињеници да је кандидат на јединствен начин, темељно и зналачки, уочио проблем, поставио циљ и обрадио специфичну и деликатну тему комбинације две по својој природи доста различите и на први поглед удаљене дисциплине – маркетинг, односно међународна маркетиншка истраживања и теорију игара. Напор који кандидат чини у правцу успостављања везе између ове две научне дисциплине, као и у погледу објашњења карактера утицаја датог модела и на једну и на другу дисциплину представља допринос вредан истицања.

Кандидат је проучио завидан обим разноврсне литературе. У теоријском смислу, докторска дисертација пружа свеобухватан приказ кључних налаза из постојеће литературе. Међутим, кандидат се није задржао само на теоријским разматрањима, већ је покушао да наведену и анализирану теорију преточи у практични модел као решење описаног проблема. Захваљујући властитој идеји и креацији развио је и изложио модел могуће примене. Тиме је у великој мери олакшао рад будућим ауторима који ће писати радове везане за ову проблематику.

Овим истраживањем се даје нова перспектива постојећем фонду знања из области информационих система, маркетиншких истраживања, теорије игара и других математичко-статистичких метода или модела, као и стратешком пословном одлучивању уопште. У томе се манифестује и њена научна, као и стручна вредност, односно допринос литератури из посматране области.

Наведени резултати су плод пионирског истраживања у овом домену, што им даје специфичну тежину и значај. Посебно је битно да они отварају пут и дају подстицај за будућа истраживања, заснована на комбинацији поменутих дисциплина јер сигурност у успех пословног одлучивања применом модела изложеног у овом раду примамљив је како економским теоретичарима тако и пословним

практичарима. Тиме је несумњиво дат допринос развоју економске мисли уопштено. Докторска дисертација садржи не само научни, већ и практични допринос. Користи од резултата истраживања, изведених закључака и наведених препорука могу имати носиоци економских и индустријских политика, као и менаџери различитих предузећа. Разрада могућности примене модела датог у овом раду омогућиће се успешније и сигурније пословно и маркетиншко одлучивање доносиоца одлука.

7. Закључак

На основу детаљног увида у завршену докторску дисертацију кандидата мр Станетић Ведрана, под називом „**Међународно маркетиншко истраживање као информациона основа у моделу теорије игара**“, Комисија констатује да је кандидат, користећи релевантну научну методологију, као и обимну страну и домаћу литературу, успешно и на оригиналан начин обрадио постављену тему. Докторска дисертација је урађена у складу са пријавом коју су одобрили Наставно-научно веће Економског факултета Универзитета у Београду и Веће научних области правно-економских наука Универзитета у Београду и то у погледу предмета дисертације, предложених метода научног истраживања, као планираног садржаја дисертације. Комисија, такође, констатује да је остварен циљ истраживања и да је докторска дисертација резултат оригиналног и самосталног научног рада кандидата. По обиму и дубини анализе, начину излагања и добијеним резултатима ова докторска дисертација представља вредно научно дело из проблематике којом се бави.

На основу свега изложеног, имајући у виду квалитет, значај, остварене резултате и научни допринос докторске дисертације кандидата мр Станетић Ведрана, под називом „**Међународно маркетиншко истраживање као информациона основа у моделу теорије игара**“, Комисија предлаже Наставно-научном већу Економског факултета Универзитета у Београду да је прихвати и одобри њену јавну одбрану.

У Београду, децембар 2018.

Чланови Комисије:

проф. др Бранко Ракита
Универзитет у Београду, Економски факултет

проф. др Марко Бацковић
Универзитет у Београду, Економски факултет

др Зоран Поповић, ванр. проф.
Универзитет у Београду, Економски факултет

проф. др Станко Станић,
Универзитет у Бањој Луци,
Економски факултет

Др Душан Марковић, доцент
Универзитет у Београду, Економски факултет