

UNIVERZITET SINGIDUNUM
Departman za poslediplomske studije
Danijelova 32, Beograd

VEĆU DEPARTMANA ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE

Na osnovu odluke Veća Departmana za poslediplomske studije Univerziteta Singidunum iz Beograda broj 4- 116/2021 od 25.05.2021., određeni smo u Komisiju za ocenu doktorske disertacije kandidata **Branislava Sančanina**, *master* pod naslovom „**UTICAJ MEDIJA NA UNAPREĐENJE PROCESAREGRUTACIJE LJUDSKIH RESURSA U TURISTIČKO-UGOSTITELJSKIM PREDUZEĆIMA**“ o čemu podnosimo sledeći

IZVEŠTAJ

1. Osnovni podaci o kandidatu

Branislav Sančanin rođen je 21.10.1964. godine u Novom Sadu. Osnovnu školu „23. oktobar“ završio je u Sremskim Karlovcima, a Srednju medicinsku školu „7. april“ – opšti smer, u Novom Sadu. Višu školu za organizaciju rada u Novom Sadu završava 1990. godine i stiče stručni naziv inženjera organizacije rada (VI₁), a Fakultet za menadžment u Zaječaru 2003. godine i stiče stručno zvanje diplomirani ekonomista u oblasti finansijskog, bankarskog i berzanskog menadžmenta (VII₁).

Master studije je pohađao na Fakultetu organizacionih nauka u Beogradu gde je 2010. godine odbranio rad na temu „Značaj proaktivne strategije odnosa s medijima“ sa ocenom 10 i prosečnom ocenom toku studija 9,86, čime je stekao akademski naziv master inženjer organizacionih nauka (300 ESPB).

Specijalističke akademske studije upisuje školske 2016/17. godine na Fakultetu organizacionih nauka u Beogradu, studijski program Menadžment i informacioni sistemi. Specijalistički rad „Uticaj konvergencije medija na razvoj integrisane korporativne komunikacije“ odbranio je 2017. godine sa ocenom 10 i prosečnom ocenom u toku studija 10,00, čime je stekao akademski naziv specijalista inženjer organizacionih nauka (360 ESPB).

Školske 2017/2018 godine upisuje doktorske akademske studije na Fakultetu za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, studijski program Menadžment u hotelijerstvu i turizmu. Sve ispite iz prve i druge godine utvrđene studijskim programom, položio je u predviđenom roku sa prosečnom ocenom 10,00. Studije od 2020. godine nastavlja na Univerzitetu Singidunum u Beogradu.

Profesionalni angažman na novinarsko-uredničkim poslovima: Radio-televizija Novi Sad i Radio-televizija Srbije; Radio-televizija Panonija, Novi Sad; Novosadska televizija; Karlovačke novine i Karlovački list.

Akademsku karijeru započeo je 2015. godine na Fakultetu za menadžment u Sremskim Karlovcima, gde je na Katedri za medije biran u zvanje nastavnika veština. Nastavu izvodi na predmetima Novinarstvo, Analitičko novinarstvo, TV novinarstvo, Teorija i tehnologija štampe, Sistemi za upravljanje medijskim sadržajima i Odnosi s javnošću.

Autor je više radova publikovanih u časopisima i zbornicima sa domaćih i međunarodnih konferencija.

Osnovne oblasti istraživanja su: menadžment u medijima, upravljanje ljudskim resursima, turizam i kulturno nasleđe.

Član je Udruženja novinara Srbije i Međunarodne federacije novinara (*International Federation of Journalists*).

Spisak objavljenih naučnih i stručnih radova

M24

1. **Sančanin, B., & Čerović, S.** (2022). Upotreba društvenih mreža u procesu regrutacije ljudskih resursa. *CM: DOI broj je 10.5937/cm16-33801, stranice 281-307. Communication and*

Media, XVI (2), 2021. ISSN 2466-541X; eOISSN 2466-5452 Beograd: Fakultet političkih nauka.

Saopštenja sa međunarodnog skupa štampano u celini: (M33=1 bod)

1. **Sančanin, B.**, Sančanin, S. (2019, 20. September). The Role of New Media in the Human Resources Recruitment and Selection Process, *Collection of Scientific Papers International Scientific Conference Media and Economy* (pp. 95-103). Banja Luka: Banjaluka College UDK: 005.96:316.774, doi: 10.7251/BLCZB0219095S COBISS.RS-ID 7634200 ISBN 978-99938-1-379-8
Dostupno na: https://www.blc.edu.ba/wp-content/uploads/2019/09/190916_Zbornik_MES.pdf
2. **Sančanin, B.** (2020, 26. June). The Significance of Human Resources for International Integration Process of the Republic of Serbia. Međunarodni naučni skup „Evropske i evroazijske integracije – prednosti i nedostaci“. Brčko: Evropski univerzitet – Tuzla: Evropski univerzitet „Kallos“ (pp. 555-563) ISBN 987-99955-99-52-2
Dostupno na: <https://eubd.edu.ba/02-ID/Tom-I-2020.pdf>

Vrhunski časopis nacionalnog značaja: (M51=3 boda)

1. **Sančanin, B.**, Dramićanin, S. (2019). Cultural Heritage of the Republic of Serbia on UNESCO'S Representative List of Intangible Cultural Heritage. *Baština* 49, 419-431. Priština – Leposavić: Institut za srpsku kulturu.
<https://doi.org/10.5937/bastina1949419S> ISSN 0353-9008 = *Baština* (Priština).

Istaknuti nacionalni časopis: (M52=1,5 bodova)

1. Perić, G., Dramićanin, S. & **Sančanin, B.** (2019). Employee Satisfaction in Hotel Industry: The case of Hotel Radan in Prolom Banja. *Journal of Economics, Management and Informatics - BizInfo*, Vol. 10 No 2, pp. 25-41. <https://doi.org/10.5937/bizinfo1902025P>
2. **Sančanin, B.** (2018). The impact of media convergence on the development of integrated corporate communication in tourism, *Journal of Economics, Management and Informatics - BizInfo*, (Blace) 9 (2), 81-102, UDC: 005.574:338.48]:004.738.5 004.738.5 <https://doi.org/10.5937/bizinfo1802081S>

Nacionalni časopis: (M53=1 bod)

1. Dramićanin, S., & **Sančanin, B.** (2020). Influence of internet content on tourists decision to visit a cultural tourism destination. *Journal of Economics, Management and Informatics -BizInfo (Blace)*, 11(2), 1-17. <https://doi.org/10.5937/bizinfo2002001D>
Sančanin, B., Perić, G., Stojiljković, M. (2019). Cultural-historical resources as initiators of tourism development in Sremski Karlovci. *Hotel and Tourism Management. Vol. 7, No 2: 77-85.* ISSN 2620-0279; eISSN 2620-0481 <https://doi.org/10.5937/menhottur1902077S>
2. Sančanin, S., **Sančanin, B.**, Gotalj, D., Đurović, O., Dragošev, G. (2016). Zdravstveni informacioni sistem u Srbiji, *Inspirium, Niš*, ISSN 2217-656X, COBISS.SR-ID 185888524 Dostupno na: http://www.uinars.info/files/pdf/INSPIRIUM_16_17.PDF

Saopštenje sa skupa nacionalnog značaja štampano u celini: (M63=0,5)

1. **Sančanin, B.**, Ratković Njegovan, B. (2020 /09/27). Uloga medija u očuvanju i promociji kulturnog nasleđa i održivog turizma. U: Sančanin, B., Ratković Njegovan, B. (ur.), *Zbornik radova sa naučno-stručne konferencije „Uticaj tradicionalnih i digitalnih medija na promociju i održivi razvoj kulturne baštine“* (str. 51-63). Sremski Karlovci: Centar za kulturu, edukaciju i medije „Akademac“ https://doi.org/10.18485/akademac_sdt.2020.1.ch4
2. Dramićanin, S., **Sančanin, B.** (2020 /09/27). Uticaj internet sadržaja na odluku turiste o poseti destinacije kulturnog turizma. U: Sančanin, B., Ratković Njegovan, B. (ur.), *Zbornik radova sa naučno-stručne konferencije „Uticaj tradicionalnih i digitalnih medija na promociju i održivi razvoj kulturne baštine“* (str. 109-129). Sremski Karlovci: Centar za kulturu, edukaciju i medije „Akademac“ https://doi.org/10.18485/akademac_sdt.2020.1.ch8
3. **Sančanin, B.** (2016). Patrijarh Josif Rajačić i srpske novine u doba revolucije 1848-49, U: *Zbornik radova sa domaće naučne konferencije "Patrijarh Josif Rajačić i njegovo doba"*, ISBN 978-86-89577-12-9, str. 205-212, Eparhija sremska – Arhiv Srpske pravoslavne crkve, Sremski Karlovci – Beograd

Dostupno na: <http://patrijarhrajacic.rs/wp-content/uploads/2018/04/zbornik-radova-konferencije-patrijarh-josif-rajacic-i-njegovo-doba.pdf>

4. **Sančanin, B.** (2015). Jedini izdanak "Karlovački list", U: Bulut, M., Njegovan D. (ur.). "Zmaj – Društvo srpskih književnika, novinara i umetnika 1904-2014", str. 217-221. Zbornik radova sa naučno-stručnog skupa održanog 13. decembra 2014. godine. Društvo novinara Vojvodine - Malo istorijsko društvo, ISBN 978-86-88967-07-5 i Malo istorijsko društvo - Novi Sad, ISBN 978-86-88967-07-5.

Uređivanje zbornika saopštenja skupa nacionalnog značaja: (M66=1)

1. **Sančanin, B.**, Ratković Njegovan, B. (urednici). (2020 /09/27). Zbornik radova sa naučno-stručne konferencije „Uticaj tradicionalnih i digitalnih medija na promociju i održivi razvoj kulturne baštine“ (str. 180). Sremski Karlovci: Centar za kulturu, edukaciju i medije „Akademac“ ISBN 978-86-81866-00-9 https://doi.org/10.18485/akademac_sdt.2020.1

Radovi u ostalim časopisima:

1. **Sančanin, B.** Sančanin, A. (2019). Ljudski resursi kao izvor konkurentne prednosti u turizmu. Evropski univerzitet Brčko Distrikt. Brčko: Evropska revija 9(4), 58-73 ISSN 2303-8020. Dostupno na: <https://eubd.edu.ba/02-ID/020-ERevija-Br9.pdf>
Sančanin, B. (2019). Historical Heritage in The Function of Developing Cultural Tourism. *The Journal of Middle East and North Africa Sciences*, 5(5), 6-12. (P-ISSN 2412- 9763) - (e-ISSN 2412-8937), Amman, Jordan
Dostupno na: <https://nebula.wsimg.com/c937e3c767aef52a84951873bc2fcc3e?AccessKeyId=496D8DBA34323A04A464&disposition=0&alloworigin=1>

Doktorska disertacija **Branislav Sančanina** -master urađena je na 273 strane i prikazano je 44 tabela, 20 grafikona i 7 slika; 12 strana spiska literature (428 bibliografskih jedinica, knjige, časopisa, naučni članci, zakonski aktai, izveštaji ministarstva i turističke organizacije, statistički izveštaji i ostale literature i 65 internet izvora . Na kraju su data 3 priloga (spisak skraćenica, saglasnost za učešće u istraživanju i upitnik) na 8 strana. U doktorskoj disertaciji navedeno je 31 fusnoota.

Doktorska disertacija kandidata **Branislav Sančanina** prošla je proveru softvera za ustanovljavanje preklapanja/plagijarizma (iThenticate: Plagiarism Detection Software). Ukupan procentualni iznos zapaženih preklapanja iznosi 4% disertacije. Svaka jedinica primarnih izvora, naznačenih kao potencijalni izvor prilikom provere plagijarizma, iznosi manje od 1% u ukupnom radu.

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

2. Predmet i cilj doktorske disertacije

Predmet i cilj istraživanja je uticaj tradicionalnih i digitalnih medija na proces regrutacije ljudskih resursa u turističko-ugostiteljskim preduzećima u Republici Srbiji.

Predmet istraživanja je uticaj medija na proces regrutacije u turističko-ugostiteljskim preduzećima. Kompleksnost predmeta istraživanja vidljiva je u brojnim novinama koje donose digitalni mediji i njihovu komplementarnosti i sinergiji sa tradicionalnim medijima.

U skladu sa definisanim predmetom istraživanja, opšti cilj istraživanja je da se na osnovama teorijsko-metodološkog i empirijskog istraživanja utvrde veze procesa regrutacije ljudskih resursa na tri različite pozicije sa vrstom medija u kojima se oglašavaju slobodna radna mesta:

- utvrđivanje veze između vrste medija i izbora metoda i tehnika regrutacije u turističko-ugostiteljskim preduzećima;
- ispitivanje veze između izbora ciljne grupe za regrutaciju i vrste medija koja se koristi u procesu regrutacije u turističko-ugostiteljskim preduzećima;

- ispitivanje veze između procesa interne i eksterne regrutacije i vrste medija koji se koriste u turističko-ugostiteljskim preduzećima.

Hipotetički okvir istraživanja

Na osnovu pregleda relevantnih teorijskih i empirijskih koncepata istraživanja u oblasti problematike, predmeta i ciljeva istraživanja, definisane su polazne hipoteze. Hipotetički okvir doktorske disertacije formuliše se na opštem i posebnom nivou.

Opšta hipoteza

H₁: Konvergencija medija doprinosi unapređenju politike i prakse procesa regrutacije ljudskih resursa u turističkim i ugostiteljskim preduzećima.

Posebne hipoteze

H_{1.1}: Izbor vrste medija za oglašavanje slobodnih radnih mesta značajno je povezan sa ciljevima regrutacije ljudskih resursa u turističkim i ugostiteljskim preduzećima.

H_{1.2}: Ciljne grupe značajno utiču na izbor medija za oglašavanje slobodnih radnih mesta.

H_{1.3}: Izbor vrste društvenih mreža za oglašavanje slobodnih radnih mesta značajno je povezan sa metodama i tehnikama regrutacije.

H_{1.4}: Izbor vrste medija za oglašavanje slobodnih radnih mesta značajno je povezan sa primarno odgovornom funkcijom za regrutaciju u preduzeću.

H_{1.5}: Izbor društvenih mreža za oglašavanje slobodnih radnih mesta značajno je povezan sa ciljnom grupom kandidata za traženo radno mesto.

3. Metode istraživanja

U toku izrade doktorske disertacije korišćeni su osnovni, opšti naučni metodi i tehnike prikupljanja podataka, teorijski i metodološki principi, koji su uobičajeni u društvenim naukama, što podrazumeva korišćenje metoda teorijskog i empirijskog istraživanja. Ovo istraživanje spada u kategoriju konfirmacijskih istraživanja. Prema prirodi istraživanja je ne eksperimentalno, a prema metodama i prirodi prikupljenih podataka je kvantitativno istraživanje.

U skladu sa postavljenim ciljevima i predmetom istraživanja, kao i definisanim naučnim hipotezama, u doktorskoj disertaciji je korišćena metodologija primerena društvenim naukama.

U istraživanju su korišćene sledeće naučne metode:

- Metoda analize i sinteze,
- Statistička metoda i
- Metoda indukcije i dedukcije.

Metodom analize se raščlanjuje predmet istraživanja na sastavne delove kako bi se bolje sagledao. Analiza je usmerena na strukturu predmeta istraživanja. Takođe, adekvatnom primenom ove metode analiziraju se različiti izvori domaće i strane literature, koja je direktno ili indirektno povezana sa predmetom istraživanja. Metoda sinteze je obrnuti proces od metode analize, spaja sastavne delove u celinu. Doprinosi ostvarivanju novog pogleda na predmet istraživanja i unapređuje dobijena saznanja ili izgrađuje nova.

Metoda analize i sinteze su suprotni metodi po kretanju mišljenja, ali se kreću u istom okviru, odnosno deo-celina.

Statistička metoda je korišćena tokom različitih faza obrade rezultata istraživanja, od prikupljanja podataka do predstavljanja krajnjih rezultata.

Statistički metod je poslužio za klasifikaciju podataka vezanih za proces regrutacije i selekcije ljudskih resursa. Dobijeni rezultati istraživanja prikazani su tabelarno i putem grafikona.

Metod indukcije se definiše kao put saznanja od pojedinačnog ka opštem. Potpuna indukcija je moguća ukoliko predmet proučavanja ima konačan skup. Osnovna funkcija u istraživanju je da se na osnovu uzorkom obuhvaćenih oglasa donesu zaključci o pravilnostima u procesima regrutacije i selekcije.

Shvatanje posebnog predmeta na osnovu opšteg predmeta ili izvođenje pojedinačnog stava na osnovu opšteg je karakteristika metode dedukcije. Prednost deduktivne metode u odnosu na induktivnu je pouzdanost, a nedostatak što se kreće u okviru istog saznanja, odnosno izvođenju jednog zaključka iz drugog.

Metod indukcije i dedukcije se međusobno dopunjuju i imaju zajedničku funkciju, saznanje određenog predmeta i kao opšteg i kao posebnog.

Pre sprovođenja istraživanja kojima su testirane hipoteze, sprovedeno je pilot testiranje radi provere redosleda i prepoznatljivosti pitanja i radi potvrđivanja funkcionalnosti upitnika. Pilot testiranje sprovedeno je na teritoriji Republike Srbije, od 3. do 10. maja 2021. godine. Za tu svrhu upotrebljena je *Google Forms* platforma, a ukupan broj poslatih i popunjenih upitnika je 20. Ispitanici nisu iskazali potrebu za dodatnim objašnjenjima u vezi sa ponuđenim formatom i formulacijom pitanja u upitniku.

4. Ograničenja istraživanja

Istraživanje ima određena ograničenja:

Upitnik su mogli da popunjavaju menadžeri za ljudske resurse, linijski menadžeri i direktori, kao i ostali menadžeri koji učestvuju u procesu regrutacije ljudskih resursa, što ukazuje na heterogenu strukturu ispitanika. U tom kontekstu realna je pretpostavka njihove različite upoznatosti sa politikom i praksom upravljanja ljudskim resursima, odnosno da su menadžeri za ljudske resurse najupoznatiji. Međutim, u mikro ili malim organizacijama, sa prosečnim brojem zaposlenih do 10, odnosno do 50, nije sistematizovana pozicija menadžera za ljudske resurse, što može da ima uticaja na varijable istraživanja. Kod regrutovanja posredstvom interneta nije istražen odnos menadžera za ljudske resurse prema prirodi novih poslova koji podrazumevaju poznavanje savremenih tehnologija i zahtevaju dodatno angažovanje radi sticanja novih znanja i veština.

Istraživanje u ovoj disertaciji se nije bavio multikulturalnim fenomenima regrutacije ljudskih resursa, te je u kontekstu promena koje diktira globalizacija, to izazovna tema za buduća istraživanja.

Postoje vidno ograničeni istraživački dokazi u kojoj meri veb sajtovi organizacija garantuju bezbednost i zaštitu podataka o ličnosti potencijalnih tražilaca posla, a naročito je to pitanje aktuelno kada se razmatraju podaci kandidata koji nisu prošli selekcionu ciklus.

Prepoznata je diskonekcija između percepcije i stvarnosti brendiranja poslodavaca u oblastima turizma i ugostiteljstva, gde bi ova tema trebalo da dobije značajniju ulogu u preuređivanju očekivanja organizacija. Neophodno je ukazati na veličinu uzorka: od ukupno 312 distribuiranih upitnika, upitnik je u celosti popunilo i vratilo 133 ispitanika. Ovo ograničenje je posledica nedovoljno razvijene organizacione kulture u turističko-ugostiteljskim preduzećima i nerazumevanja značaja komunikacije sa eksternom javnošću.

5. Kratak opis sadržaja doktorske disertacije

Na bazi predmeta i ciljeva istraživanja, doktorska disertacija pod nazivom „Uticaj medija na unapređenje procesa regrutacije ljudskih resursa u turističko-ugostiteljskim preduzećima“ strukturisana je na sledeći način: uvod, tri međusobno povezane celine i zaključna razmatranja sa preporukama za dalja istraživanja, reference i prilozi.

I deo istraživanja pod naslovom Funkcija ljudskih resursa u preduzećima naglašava značaj tržišta radne snage, uz fokus na različite pristupe upravljanju ljudskim resursima, kao i na aktivnosti koje mogu da dovedu do povećanja produktivnosti u organizacijama kako bi se dostigli strateški ciljevi. U ovom delu se ukazuje na to da turizam kao globalni fenomen predstavlja jedan od najvećih svetskih ekonomskih sektora, koji nadmašuje globalnu stopu ekonomskog rasta. Da bi ovaj trend bio zadržan i ubrzan, ukazuje se da bi menadžeri trebali da prepoznaju značaj „neopipljive aktive“ za ostvarivanje konkurentne prednosti i uvećanje tržišne vrednosti kompanije.

U ovom delu doktorskog rada izdvojeni su makroekonomski, demografski i socio-kulturni faktori, kao dominantni činioci fluktuacije radne snage, proces motivacije, problemi sezonalnosti i prekovremenih radnih sati, ali i neophodnost harmonizacije između privatnog i poslovnog života. Takođe, pažnja se posvećuje radnim uslovima i determinantama koje mogu da limitiraju razvoja karijere.

Ukazuje se na značaj efikasnog upravljanja ljudskim resursima u preduzećima i naglašava da je reč o kontinuiranoj planskoj aktivnosti s težnjom ka optimizaciji ljudskog potencijala, blagovremenoj regrutaciji i adekvatnoj selekciji i obuci, neprekidnom praćenju učinka i uspostavljanju vrednosnog sistema koji će motivisati zaposlene kako bi se u svakom trenutku osećali kao važan deo organizacije čiji poslovni rezultati vode prema ostvarivanju ciljeva.

U ovom delu se definiše proces regrutacije i naglašava da je reč o aktivnostima koje preduzimaju organizacije u turizmu i ugostiteljstvu kako bi u optimalnom vremenu identifikovale i privukle što više pojedinaca sa odgovarajućim znanjima, sposobnostima i iskustvom.

II deo Uloga medija u procesu regrutacije ljudskih resursa u turističko-ugostiteljskim preduzećima posvećen je uticaju tradicionalnih i digitalnih medija na proces regrutacije ljudskih resursa. Integrisanje i prožimanje različitih medija iz osnova menja poslovnu filozofiju, ali i celokupnu organizaciju i način rada preduzeća u oblasti turizma, kako u procesu regrutacije, tako i u kreiranju i održavanju korporativne kulture, identiteta, željenog imidža i reputacije. Konvergentni medijski kanali utiču na percepciju korisnika turističkih usluga, jer se temelje na opštem interesu i smanjenju troškova. U tom kontekstu, istaknut je značaj konvergencije medija iz ugla podsticanja nove participativne kulture u kojoj najširi auditorijum dobija alate za redistribuciju sadržaja, davanje odgovora i arhiviranje sadržaja, što je u procesu regrutacije značajna korist. Ukazano je i na to da je broj medija nesrazmeran komercijalnim i budžetskim prihodima koji su realni za Republiku Srbiju, odnosno da njihov broj značajno premašuje kapacitet tržišta na kome ostvaruju prihode.

U doktorskoj disertaciji se izdvajaju relevantne društvene mreže za proces regrutacije: Fejzbuk, Tviter, LinkedIn, Jutjub i Instagram.

III deo pod naslovom Empirijsko istraživanje: tradicionalni i digitalni mediji u funkciji unapređenja procesa regrutacije ljudskih resursa u turističko-ugostiteljskim preduzećima

analizira uticaja štampe, radija i televizije, s jedne strane i digitalnih medija, s druge strane, u smislu njihovog pojedinačnog i integrisanog značaja unapređenju procesa regrutacije u turizmu Srbije. Analiziraju se tradicionalni mediji i veb sajtovi turističkih preduzeća u Srbiji, kao i upotreba i značaj društvenih mreža u procesu regrutacije za popunjavanje upražnjenih mesta na menadžerskom nivou, tehničko-profesionalnom nivou i na nivou pripravnika.

6. Na osnovu sprovedenog istraživanja zaključujemo:

- a) Slobodna radna mesta u turističko-ugostiteljskim preduzećima koja zahtevaju visok nivo znanja, veština i iskustva, kao što su menadžerske pozicije i ključne pozicije na tehničkom ili profesionalnom nivou, biće oglašena istovremeno u tradicionalnim i digitalnim medijima. Konvergencija medija obezbeđuje da oglasna poruka brže stigne do segmentiranih grupa potencijalnih kandidata, uz niže troškove u poređenju sa oglašavanjem samo u tradicionalnim medijima ili samo u digitalnim medijima. Međutim, istraživanje je pokazalo da se poslodavci u turističko-ugostiteljskim preduzećima ne odlučuju za oglašavanje slobodnih radnih mesta za one tražioce posla koji su na tržištu rada u svojstvu pripravnika.
- b) Strategija preduzeća je u pozitivnoj korelaciji sa politikom upravljanja ljudskim resursima i oglašavanja u različitim vrstama medija (tradicionalni, digitalni i tradicionalni i digitalni), ali je istovremeno diferencirana pozicijom u preduzeću: menadžer, profesionalni /tehnički nivo i pripravnik. Za poziciju menadžera, pozitivna povezanost postojanja strategije preduzeća sa oglašavanjem u tradicionalnim medijima može se tumačiti time da je reč o pouzdanom i kredibilnom načinu prenošenja oglasnih poruka do velikog broja kandidata u određenom geografskom, demografskom i socio-kulturnom području. To što adekvatna medijska pokrivenost, frekvencija oglasa i mogućnost pružanja detaljnijih informacija potencijalnim kandidatima za posao menadžera iziskuje veće troškove u tradicionalnim medijima, ne predstavlja preveliku prepreku s obzirom na to da su menadžerski poslovi zahtevniji, odgovorniji i visoko pozicionirani u organizacionoj strukturi svih preduzeća. Kada je reč o poziciji na tehničkom/profesionalnom nivou, strategija preduzeća statistički je pozitivno povezana sa oglašavanjem u tradicionalnim medijima, dok je politika upravljanja ljudskim resursima povezana sa oglašavanjem i u tradicionalnim i u digitalnim medijima, ali nije istovremeno povezana sa oglašavanjem u tradicionalnim i digitalnim medijima. Izostanak značajnijeg istovremenog oglašavanja upražnjenih radnih mesta za pozicije na tehničkom/profesionalnom nivou može se sagledavati iz ugla ograničenog budžeta opredeljenog za medijske oglase, ali i još uvek prisutnih teškoća koje su posledica velikog broja prijavljenih kandidata koji ne ispunjavaju tražene uslove. Kada je reč o upražnjenoj poziciji pripravnika, politika upravljanja ljudskim resursima povezana je sa oglašavanjem u digitalnim medijima, dok kod ostalih ispitivanih varijabli relacije nisu statistički značajne. Rezultati istraživanja za kategoriju

pripravnik potvrdju da, za sada, postoji spremnost preduzeća da upražnjena radna mesta ponude ciljnoj grupi koja je tek stigla na tržište rada, sa novim znanjima, ali bez prethodnog radnog iskustva.

c) Postoji pozitivna korelacija između potreba za popunjavanjem upražnjenih radnih mesta u turističkim i ugostiteljskim preduzećima i izbora medija za oglašavanje. Pojedinačne razlike moguće je sagledavati iz perspektive tri različite ciljne grupe: menadžeri, profesionalni/tehnički nivo osoblja i pripravnici. Rezultati istraživanja pokazuju da za poziciju menadžera postoji pozitivna povezanost sa regrutacijom posredstvom Nacionalne službe za zapošljavanje, koja oglase za upražnjena radna mesta distribuira na području Srbije, sa dnevnom ažurnošću. Takođe, uočava se da je regrutacija starijih osoba značajno i pozitivno povezana sa metodama regrutacije za pronalaženje menadžera i oglašavanjem u digitalnim medijima, što se dovodi u vezi sa visokim očekivanjima od onih koji konkurišu na menadžerske pozicije. Istraživanje je pokazalo da je regrutacija žena za poziciju menadžera u pozitivnoj korelaciji sa transferima iz drugih preduzeća, kao i sa fakulteta i visokih škola, a preferira se oglašavanje u digitalnim medijima. Od društvenih mreža u procesu regrutacije žena za menadžerske pozicije najzastupljenije su LinkedIn i Tviter.

d) Izbor vrste društvenih mreža za oglašavanje slobodnih radnih mesta značajno je povezan sa metodama i tehnikama regrutacije u turističkim i ugostiteljskim preduzećima, s ciljem optimizacije raspoloživih resursa. Transferi iz drugih preduzeća, rotacija posla, fakulteti i visoke škole, konsultanti za pronalaženje menadžera, direktna aplikacija i oglašavanje u tradicionalnim, digitalnim i tradicionalnim i digitalnim medijima su metodi koji su za poziciju menadžera statistički pozitivno i značajno povezani sa oglašavanjem na svim društvenim mrežama. Značajno i pozitivno povezivanje regrutacije žena sa oglašavanjem na Fejzbuku i LinkedInu može da ima povoljne komparativne implikacije za poslodavce s obzirom da je izbor za oglašavanje na Fejzbuku - društvenoj mreži sa najviše korisnika, koju u Srbiji koristi više od četiri miliona ljudi (46,7% ukupne populacije), odnosno LinkedInu - društvenoj mreži koja je poslovno profilisana i koja je u Srbiji premašila broj od 900 hiljada korisnika (10,4% ukupne populacije).

e) U najvećem broju slučajeva za proces regrutacije primarno je odgovorna organizaciona jedinica za ljudske resurse u saradnji sa menadžerima drugih odeljenja. Ispitanici su prepoznali organizacionu jedinicu za ljudske resurse kao primarno odgovornu za obuku i razvoj, dok je menadžment primarno odgovoran za plate i beneficije. Rezultati su ukazali i na to da za zdravlje i bezbednost na radu u turističko-ugostiteljskim preduzećima nije odgovorna ni jedna organizaciona jedinica, što može da generiše brojne probleme. Naime, poslodavac je dužan da obezbedi zaposlenom rad na radnom mestu i u radnoj okolini gde se sprovode sve mere bezbednosti i zdravlja na radu, tako da je radni proces prilagođen telesnim i psihičkim mogućnostima zaposlenog. Ispitanici su se izjasnili da ne znaju koja je primarno odgovorna organizaciona jedinica za povećanje i smanjenje broja radnika.

f) Oglašavanje upražnjenih radnih mesta na društvenim mrežama značajno je povezano sa ciljnom grupom kandidata. Poslodavci turističko-ugostiteljskih preduzeća u Srbiji svoje poverenje za oglašavanje slobodnih menadžerskih pozicija poklanjaju tradicionalnim i digitalnim medijima, ali ne i društvenim mrežama. Ovakvi rezultati istraživanja mogu da se tumače izostankom pune kontrole nad vlastitim procesom regrutacije kandidata za menadžerske pozicije, s obzirom na to da je korisnički generisanim sadržajima moguće ugroziti kredibilitet celokupnog procesa. Osim toga, postoji realna pretnja otkrivanja ličnih podataka kandidata, odnosno konfrontacije sa zakonskim propisima kojima se reguliše zaštita podataka o ličnosti. Svako oglašavanje na društvenim mrežama ostavlja digitalni trag, što suštinski omogućava prikupljanje i čuvanje podataka, te se može govoriti o resursu nove ekonomije sa značajnom komercijalnom funkcijom. Oglašavanje upražnjenih radnih mesta za pripravnike na Fejzbuku i LinkedInu nije značajno povezano sa ciljnom grupom koja je dugo nezaposlena, zatim sa osobama sa invaliditetom, neobrazovanim ili osobama koje su napustile školu. Ipak, uočena je pozitivna korelacija sa regrutacijom žena pripravnik.

7. Očekivani rezultati i naučni doprinos doktorske disertacije

Naučni doprinos teži dokazivanju korišćenja svih prednosti konvergencije medija, kako bi proces regrutacije ljudskih resursa u turističko-ugostiteljskim preduzećima učinili efikasnijim. Doktorska

disertacija treba da doprinese povećanju naučnog znanja o, za sada, nedovoljno istraženom i publikovanoj oblasti koja integriše medije, ljudske resurse i turizam i ugostiteljstvo.

Originalnost istraživanja ogleda se u multi varijantnom pristupu problematici regrutacije ljudskih resursa, medija i turizma i ugostiteljstva, gde prezentovani rezultati mogu da motivišu istraživače za dalje naučne iskorake, dok bi praktična primena trebalo bitno da doprinese unapređenju procesa zapošljavanja.

Društveni doprinos se ogleda u povećanju vidljivosti predmeta istraživanja putem upotrebe tradicionalnih i digitalnih medija, kao i korišćenjem funkcija konvergencije medija, koje mogu da doprinesu konkurentskoj prednosti organizacije na dinamičnom, promenljivom i sve zahtevnijem turističkom tržištu.

8. Mišljenje i predlog Komisije

Doktorska disertacija **Branislava Sančanina - master** urađena je prema ranije odobroj prijavi. Ostvaren je plan istraživanja uz primenu postojećih naučnih i stručnih znanja iz više naučnih disciplina ekonomskog područja, a može se zaključiti da je kandidat za svoju doktorsku disertaciju izabrao aktuelnu i kompleksnu temu.

Struktura rada je dobro postavljena i omogućila je kandidatu da ostvari svoje istraživačke namere. Kandidat je uspeo da da relevantne odgovore na postavljene ciljeve rada, a to je glavni doprinos nauci pored urađenog istraživačkog dela rada.

Polazeći od napred navedenog predlažemo Veću Departmana za poslediplomske studije i međunarodnu saradnju i Senatu Univerziteta Singidunum da prihvati doktorsku disertaciju **Branislava Sančanina - master**, pod naslovom „**UTICAJ MEDIJA NA UNAPREĐENJE PROCESA REGRUTACIJE LJUDSKIH RESURSA U TURISTIČKO-UGOSTITELJSKIM PREDUZEĆIMA**“ i odobri njenu javnu odbranu.

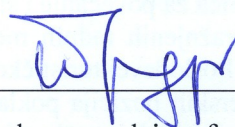
Beograd

04.05.2022.

Članovi Komisije:



dr Slobodan Čerović, redovni profesor - mentor



dr Ivana Brdar, vanredni profesor – predsednik



dr Svetlana Vukosav - redovni profesor - član