

**NASTAVNO – NAUČNOM VEĆU  
EKONOMSKOG FAKULTETA  
UNIVERZITETA U BEOGRADU**

Na osnovu odluke Nastavno-naučnog veća od 27.12.2017. godine izabrani smo u članstvo doktorske komisije za ocenu doktorske disertacije kandidata Igora Kovačevića pod naslovom „Uticaj kongresnog turizma na razvoj destinacije“. Pošto smo proučili završenu doktorsku disertaciju, podnosimo Veću sledeći

**REFERAT**

**1. Osnovni podaci o kandidatu i disertaciji**

Igor Kovačević rođen je 30. maja 1984. godine u Beogradu. Ekonomski fakultetu u Beogradu upisao je 2003. godine, a diplomirao 2007. godine na smeru Turizam i hotelijerstvo, sa prosečnom ocenom 9,0. Na istom fakultetu završio je master studije 2009. godine, smer Menadžment u turizmu, sa prosečnom ocenom 9,45 i sa uspešno odbranjenim master radom na temu „Pozicioniranje Srbije kao kongresne destinacije na međunarodnom tržištu“.

U zvanje Asistent na Ekonomskom fakultet izabran je 2012. godine, pre čega je dve godine radio kao demonstrator. Nastavu (vežbe) izvodi u okviru smera Turizam i hotelijerstvo i to na predmetima uže naučne oblasti Poslovna ekonomija i menadžment: Marketing u turizmu, Menadžment preduzeća u turizmu i hotelijerstvu, i predmetu uže naučne oblasti Ekonomske politike i razvoja: Ekonomika turizma. U proteklom periodu, visoko je ocenjen od strane studenata sa prosečnom ocenom od 4,2 do 4,7.

Gotovo već 10 godina, u periodu pre angažovanja na fakultetu, kao i sada kroz konsultantske aktivnosti, aktivan je u profesionalnoj praksi. Praktično iskustvo sticao je u okviru Turističke organizacije Srbije u periodu 2007-2017, kao i u okviru Nemačke nacionalne turističke organizacije i Nemačkog kongresnog biroa, u Frankfurtu u periodu avgust – septembar 2009. godine. U periodu 2011-2012. godine bio je član Edukacionog komiteta „RSM 2012“ programa svetske kongresne asocijacije International Congress and Convention Association. Bio je angažovan u izradi određenog broja projekata koji su rađeni za potrebe Vlade Republike Srbije i privrednih subjekata u Srbiji. Njegov stručni doprinos na projektima ocenjen je kao vrlo značajan. Igor Kovačević je nosilac međunarodno priznatih profesionalnih sertifikata kao što su: „AHLEI CHT“, „AHLEI Service Gold“, „ICCA RSM Certificate“, „DMAI Certificate of Achievement DST I & II“, koje garantuju posedovanje niza međunarodno priznatih veština i kompetencija, kao i „Destination Pro Certificate“ koji poseduje samo 7 ljudi u Evropi, i „ICCA Forum for Young Professionals Certificate“ koji svrstava dobitnike u 20 najboljih mladih profesionalaca kongresnog turizma na svetu. Učestvovao je u radu velikog broja stručnih konferencija u svetu i kod nas.

Doktorska disertacija kandidata napisana je na 237 strane (uključujući spisak referenci, priloge i biografiju). Pored uvoda i zaključka, disertacija ima tri dela. U spisku korišćenih referenci navedeno je 266 relevantnih izvora, za koje se može zaključiti da su u potpunosti aktuelne i relevantne za temu doktorske disertacije. Tekst disertacije sadrži 24 tabele i 21 grafikon kao način predstavljanja pojedinih analiza i zaključaka.

## **2. Predmet i cilj disertacije**

Kongresni turizam je važan faktor razvoja turističkih zemalja i gradova, pogotovo imajući u vidu da se poslednjih nekoliko godina beleži trend povećavanja broja međunarodnih događaja. Stoga i ne čudi što je jedna od posledica rasta svesnosti o uticaju ovog vida turizma je trend pojave novih kongresnih destinacija na tržištu. Ove nove destinacije su značajne jer predstavljaju nove opcije za organizatore kongresa, čime se i geografski širi ovaj uticaj. Aktivnim nastupom na međunarodnom kongresnom tržištu destinacije nastoje da privuku što veći broj kongresa, jer se time doprinosi ukupnim privrednim performansama destinacije u pogledu porasta prihoda, zaposlenosti itd, ali i unapređenju lokalnih znanja u oblasti iz koje se kongres organizuje. Da bi bile uspešne u tome, destinacije moraju da razumeju kompleksnost tržišta kongresnog turizma, kao i da implementiraju odgovarajuće tehnike menadžmenta destinacije.

U disertaciji se analiziraju kongresno tržište, specifičnosti menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu i istražuje uticaj kongresnog turizma na destinaciju. Disertacija ima za cilj utvrđivanje povezanosti između kongresnih performansi destinacije sa jedne strane, i turističkih performansi, hotelskih performansi i ekonomskim rastom i razvojem destinacije sa druge strane. U disertaciji se istražuje i sistematizacija aktivnosti menadžmenta destinacije na nivou kongresnog biroa.

U istraživanju se pošlo od toga da je uspeh kongresne destinacije uslovljen adekvatnim upravljanjem destinacijom. Pregled literature pokazuje da se menadžmentu destinacije pristupa sa strateškog aspekta, dominantno u sferi odmorišnog turizma, dok je pitanje menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu predmet analize znatno manjeg broja autora. Uvažavajući specifičnosti kongresnog turizma i analizirajući okvir menadžmenta destinacije, u disertaciji se analiziraju aktivnosti menadžmenta destinacije na nivou većeg broja kongresnih biroa.

Disertacija u obzir uzima i činjenicu da je kongresni turizam postavljen kao „*quick win*“ strateški proizvod za turizam Srbije. U disertaciji se istražuje i činjenica da u prethodnim godinama kongresni turizam u Srbiji beleži značajne promene, zbog se posebno analiziraju kongresne performanse Srbije i razvoj kongresnih kapaciteta.

## **3. Osnovne hipoteze od kojih se polazilo u istraživanju**

Prilikom izrade doktorske disertacije, kandidat je uvažavao osnovne istraživačke hipoteze koje su postavljene u fazi prijave teme:

H 1: Kongresne performanse destinacije utiču na performanse hotela

Hoteli su jedni od glavnih nosilaca ponude kongresne destinacije, i samim tim oni se nalaze u direktnoj komunikaciji sa međunarodnim organizatorima kongresa sa jedne strane, i sa druge strane direktno isporučuju deo kompleksnog kongresnog proizvoda (usluge) i organizatorima i delegatima. Performanse hotela su odraz uspešnosti poslovanja, a sa menjanjem performansi kongresne destinacije realno je očekivati da dolazi i do promene performansi hotela. Kandidat je ovu hipotezu testirao na setu podataka za uzorak odabranih evropskih zemalja, kao i na podacima koji se odnose na Srbiju.

H 2: Postoji povezanost između turističkih i kongresnih performansi destinacije

Kongresni turizam se u najvećem broju slučajeva posmatra kao jedan od turističkih proizvoda i kao takav je sastavni deo globalnih turističkih tokova. Jasno je da time ukupne turističke performanse obuhvataju i određena kretanja na kongresnom tržištu. Sa druge strane, u fokusu testiranja ove hipoteze je da se utvrdi povezanost između kongresnih performansi destinacije i ukupnih turističkih performansi. Slično prethodnoj, testiranje ove hipoteze je realizovano na skupu podataka za odabrane zemlje u Evropi, kao i podacima koje se odnose na turističke performanse Srbije.

H 3: Ekonomski rast i razvoj destinacije i kongresne performanse su međusobno povezane

U ovoj hipotezi testirana je veza između kongresnih performansi destinacije i ekonomskog rasta i razvoja. Značajan broj studija dovodi u direktnu vezu efekte koje turizam ima na ekonomiju jedne zemlje, ali kongresne performanse destinacije gotovo da nisu analizirane kao činilac ekonomskog rasta i razvoja. Testiranje hipoteze se obavilo na podacima o ekonomskom rastu i razvoju i kongresnim performansama grupe evropskih zemalja, kao i na podacima koji se odnose na Srbiju.

H 4: Postoji povezanost između visine budžeta nacionalnog kongresnog biroa i kongresnih performansi destinacije

Kongresni biro je organizacija koja je zadužena za aktivnosti menadžmenta kongresne destinacije. Hipoteza je testirana na setu podataka za uzorak odabranih evropskih zemalja, kao i na podacima koji se odnose na Srbiju. Jasno je da se u uzorku nalaze zemlje na različitim nivoima razvijenosti, i ekonomske i kongresne, pa samim tim, i nivo i način pristupa menadžmentu destinacije je različit. U ovoj hipotezi je testirano da li visina budžeta nacionalnih biroa selektiranih evropskih zemalja su povezani sa nivoom kongresnih performansi u tim zemljama.

#### **4. Kratak opis sadržaja disertacije**

Doktorska disertacija obuhvata tri dela, povezana u logičnu i zaokruženu celinu.

U prvom delu pod nazivom „Analiza kongresnog tržišta“ se analiziraju specifičnosti kongresnog tržišta. U uvodnom poglavlju diskusija i pregled literature se odnose na verifikaciju termina „kongresni turizam“ i obrazloženje kategorije poslovnog turiste. Tražnja u kongresnom turizmu se u svojim osnovnim motivima, potrebama i načinima zadovoljavanja suštinski razlikuje od tražnje u (odmorišnom) turizmu, zbog čega je neophodno da se kongresni turizam izučava posebno u akademskoj praksi. Termin „kongresni turizam“ se zamenjuje terminom „poslovna putovanja“, terminom „MICE“, ali mnogo češće terminom „kongresna industrija“. Analizi tražnja u kongresnom turizmu se u disertaciji pristupa kroz dva bazična tržišna segmenta - korporativno i nekorporativno tržište. Utvrđeno je da se ova dva segmenta međusobno razlikuju po vrsti, tipu i svrsi kongresnih događaja koje organizuju, kao i uslugama i proizvodima koje se traže od predstavnika ponude. Kako organizacija korporativnih događaja za krajnji cilj ima poslovni uspeh, profit i povećanje vrednosti kompanije, učestvovanje na korporativnim događajima od strane zaposlenih je obavezno. Tržište asocijacija je najveći deo nekorporativnog tržišta. U svojim principima i rada i organizacije događaja, asocijacije donose drugačiji pristup od tržišta korporacija. U nekorporativno tržište spada i državni sektor i organizacija različitih vladinih događaja. Analiza ponude u kongresnom turizmu je u disertaciji obuhvatila sledeće aktere – destinacijska menadžment organizacija, profesionalni organizator kongresa,

destinacijska menadžment kompanija, kongresni prostor i asocijacijska menadžment kompanija. U ovom delu analizirane su i performanse kongresnog tržišta na međunarodnom (globalnom) nivou, finansijski efekti kongresnog turizma na destinacije, kao i trendovi daljeg razvoj kongresnog tržišta. Kako bi se dobila celokupna slika u skladu sa ciljem disertacije, u prvom delu posebno poglavlje obuhvata analizu kongresnog tržišta Srbije.

Drugi deo disertacije „Analiza menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu“ obuhvata analizu koncepta menadžmenta destinacije. Pregled literature je pokazao da je pitanje menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu predmet izučavanja jednog ograničenog broja autora, zbog čega se pošlo od šireg posmatranja samog menadžmenta destinacije, da bi se potom analiza spustila u koncept menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu. Pregled literature je ukazuje na različite pristupe i aspekte definisanja pojedinih aktivnosti menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu. Drugim rečima, aktivnosti kongresnog biroa kao destinacijske menadžment organizacije su posmatrane sa različitih strana, ukazujući na kompleksnost ovog pitanja. U ovom delu analiziran je postojeći sistem upravljanja kongresnim turizmom u Srbiji. Specifičnost drugog dela je što osim pregleda literature iz opisane oblasti, sadrži i terensko istraživanje. Kako je utvrđeno da postoji prostor za unapređenje zaključaka drugih autora i istraživanja u sferi menadžmenta destinacije na nivou kongresnog biroa, terensko istraživanje je dizajnirano i sprovedeno sa ciljem predlaganja okvira koji će uključiti i sistematizovati ukupne aktivnosti kongresnog biroa kao destinacijske menadžment organizacije. Na bazi intervjua sa predstavnicima nacionalnih kongresnih biroa u Evropi, predložena je sistematizacija aktivnosti menadžmenta destinacije na nivou kongresnog biroa i to na: aktivnosti koordinacije na nivou kongresne destinacije, marketing kongresne destinacije i prodaja kongresne destinacije. Nakon toga, dodatno istraživanje na uzorku predstavnika tražnje, koje je imalo za cilj da tesitra predloženu sistematizaciju, pokazalo je da su predstavnicima tražnje najvidljivije aktivnosti prodaje.

U trećem delu fokus je bio na testiranju postavljenih istraživačkih hipoteza i diskutovanju dobijenih rezultata istraživanja.

## **5. Metode koje su primenjene u istraživanju**

Kandidat je, prateći predmet i ciljeve istraživanja, kao i postavljene hipoteze, primenio više metoda istraživanja:

Kabinetsko istraživanje (pregled literature) – je bazirano na detaljnom pregledu, dominantno, strane akademske literature i članaka. Imajući u vidu da se radilo o tematici menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu, neophodno je bilo kombinovati akademske izvore sa podacima koji su publikovani u stručnim izveštajima različitih asocijacija ili korporacija. Na ovaj način dobijena je objektivnija slika i ocena sadržaja kojim se disertacija bavi. Spisak literature sadrži 266 relevantna izvora.

Metod deskripcije – metod se koristio u procesu sagledavanja karakteristika i trendova tržišta kongresnog turizma, analizi nosilaca ponude na kongresnom tržištu i analizi menadžmenta destinacije.

Polustrukturirani intervju – istraživanje je bazirano na individualnom intervjuu, tehnici koja je podrazumevala razgovore „licem u lice“ sa ispitanikom. Primena ovog metoda imala je za cilj dobijanje jasne slike o aktivnostima menadžmenta destinacije koji kongresni biro izvršava, a

uvažavajući obuhvat aktivnosti do kojih se došlo pregledom relevantne literature. Struktura intervjua je pratila aktivnosti na koje su pojedini autori ukazali tokom svojih istraživanja, dok su ispitanici davali komentare i sugerisali moguć način grupisanja. Individualni dubinski intervju je realizovan sa predstavnicima 17 nacionalnih kongresnih biroa zemalja u Evropi. Razgovori su vođeni sa neposrednim rukovodiocima biroa, koji imaju mogućnost odlučivanja i koji u proseku imaju 9 godina radnog iskustva u kongresnom biou. Neophodno je istaći da su ispitanici odgovarali na pitanja ne sa pozicije nacionalnog biroa koji predstavljaju ili aktivnosti koje obavljaju, već sa generalnog aspekta kako vide aktivnosti bilo kog kongresnog biroa u Evropi. Razgovori su vođeni lično. Period prikupljanja podataka je septembar 2016. – mart 2017. godine.

Za verifikaciju predložene sistematizacije aktivnosti kongresnog biroa u praktičnom, tržišnom okruženju, sprovedeno je istraživanje *on-line* anketom. Ono testira predloženu sistematizaciju aktivnosti kongresnog biroa i to sa aspekta predstavnika tražnje. Reč je o PCO i DMC agencijama koje imaju ulogu posrednika između destinacije i finalnog klijenta. Prikupljena su 180 validno i celovito popunjena upitnika. Od ispitanika se tražilo da na Likertovoj skali iskažu svoj stav o tome koliko su aktivnosti koje se realizuju od strane kongresnog biroa kao menadžment organizacije za njih važne prilikom donošenja odluke o izboru destinacije.

Studija slučaja – metodom studije slučaja analizirano je stanje tržišta kongresnog turizma u Srbiji (u prvom delu disertacije) i menadžmenta Srbije kao kongresne destinacije (u drugom delu disertacije). Kroz ove analize dobijen je presek kongresnih performansi Srbije, slika tržišta kongresnog turizma Srbije, kao i uvid u operacionalizaciju aktivnosti destinacijskog menadžmenta. Kroz analizu studije slučaja Srbije kao kongresne destinacije dobijena je realna i trenutna slika Srbije u ovoj sferi turizma, kao i njena pozicija u odnosu na regionalno i globalno tržište. Disertacija detaljno predstavlja strukturu tržišta i obrazlaže stanje u odnosu na utvrđene akademske i praktične trendove.

Metodi statističke analize – korišćeni su generalni (generalizovani) linearni modeli čiji je cilj da se objasni ili predvidi kvantitativna zavisna varijabla korišćenjem seta nezavisnih varijabli. Empirijsko testiranje hipoteza je sprovedeno na bazi regresione i korelacione analize, uzimajući u obzir karakteristike podataka. Prva od testiranih hipoteza H1 *a priori* pretpostavlja kauzalni uticaj kongresnih performansi na hotelske performanse. Zbog toga je u kontekstu testiranja prve hipoteze korišćena regresiona analiza, gde su hotelske performanse zavisne, a kongresne performanse nezavisne varijable. Hipoteze H2, H3 i H4 pretpostavljaju povezanost (asocijaciju) između posmatranih kategorija varijabli bez pretpostavke o kauzalnom uticaju. Kod testiranja ovih hipoteza korišćeni su koeficijenti korelacije, kao kvantitativne mere asocijacije dve varijable.

## **6. Ostvareni rezultati - naučni i stručni doprinos**

Disertacija analizi kongresnog turizma je pristupila na nekoliko načina, nastojeći da postavi jasan okvir i da ukaže na kompleksnost oblasti. Prvi korak imao je za cilj definisanje samog tržišta kongresnog turizma i performansi na globalnom i lokalnom nivou. Nakon toga, disertacija u fokus stavlja aktivnosti menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu, naročito sa aspekta kongresnog biroa. U disertaciji se polazi od pregleda literature radi dobijanja spiska i objašnjenja pojedinih aktivnosti menadžmenta destinacije, a zatim se isti na bazi istraživanja predstavnika ponude (kongresnih biroa) na međunarodnom nivou sistematizuje i dalje obrazlaže. Kako bi se dobila potpunija slika, realizovano je istraživanje stavova predstavnika tražnje o značaju

aktivnosti menadžmenta destinacije kongresnog biroa prilikom odlučivanja. Finalno, nakon istraživanja i analize obuhvatanja kongresnog turizma i specifičnosti menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu u drugom koraku, u trećem koraku testirane su postavljene hipoteze i ukazano na (ne)postojanje veze između kongresnog turizma, posmatranog kroz kongresne performanse destinacije, i generalnih turističkih performansi destinacije, ekonomskih pokazatelja razvoja destinacije, performansama hotela kao ključnih stejkholdera u destinaciji, kao i budžeta nacionalnih kongresnih biroa.

Metodološki pristup koji je korišćen u ovoj disertaciji, prvi put primenjen u Srbiji, ali i šire, u kontekstu međunarodnog kongresnog tržišta. Drugim rečima, korišćenje korelacije i regresije za analizu uticaja kongresnog turizma je pionirski za Srbiju, ali takođe u dosadašnjim istraživanjima u međunarodnoj naučnoj literaturi nema radova sa uzorkom koga čini tako veliki broj zemalja (32 evropske zemlje). Metodologija testiranja sa ovako značajnim uzorkom istraživanja i podacima koji se odnose na veliki broj varijabli i zemalja čini da su rezultati validnim ne samo za Srbiju već i za Evropu.

Istraživanje nedvosmisleno ukazuje da kongresne performanse imaju značajan uticaj na hotelske performanse. Utvrđeno je da postoji značajna povezanost između kongresnih performansi i broja stranih turista, prihoda od međunarodnog turizma i direktno zaposlenih u turizmu. Rezultati istraživanja pokazuju da destinacija putem organizovanja međunarodnih događaja ima priliku da predstavi svoje znanje i ekspertizu i po tom osnovu se pozicionira na međunarodnom tržištu, što pozitivno utiče na dalji razvoj destinacije. Pregled literature je pokazao da kongresne performanse destinacije i odnos sa opštim turističkim kretanjima, ekonomskim pokazateljima i performansama hotela, nije bio predmet izučavanja autora u Srbiji. Kako bi se u potpunosti razumela kompleksnost tržišta i menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu, testira se uticaj kongresnih performansi destinacije na ekonomske performanse, turističke performanse i performanse nosioca ponude, što ujedno predstavlja i bitan naučni doprinos disertacije. Kako pojam i struktura kongresnog tržišta, klasifikacija činilaca međunarodnog kongresnog tržišta i oblast menadžmenta destinacije u kongresnom turizmu do sada nisu bili predmet validnih izučavanja autora u Srbiji, disertacija ima značajan naučni doprinos.

Doprinos se ogleda i u činjenici da disertacija na jednom mestu sublimira pojam i kompleksnost kongresnog tržišta, klasifikuje činioce međunarodnog kongresnog tržišta i analizira performanse kongresnog turizma na međunarodnom nivou i u Srbiji. Jasno su diferencirani činioci tražnje i ponude, glavne karakteristike i razlike korporativnog i tržišta asocijacija, kao i specifičnosti rada tržišnih subjekata, poput destinacijskih menadžment kompanija, profesionalnih organizatora kongresa, destinacijskih menadžment organizacija, hotela, kongresnih prostora i asocijacijskih menadžment kompanija. Poseban doprinos ostvaren je kroz sistematizaciju ukupnih aktivnosti kongresnog biroa, a dodatno istraživanje rezultira u obrazloženju aktivnosti kongresnog biroa. Pregled literature pokazao je da se istraživanje različitog broja autora fokusira na pojedinačne aktivnosti kongresnog biroa, pri čemu se kao izvor podataka dominantno koriste predstavnici ponude (kongresni birovi, hoteli) i u nešto manjoj meri predstavnici tražnje. Kako bi se postojeća naučna praksa unapredila i ostvario dodatni doprinos, u izradi disertacije dobijeni rezultati vezani za sistematizaciju aktivnosti kongresnog biroa testirani su na predstavnicima tražnje (međunarodnim organizatorima kongresa). Na ovaj način nastojano je da se dobije verifikacija rezultata oba bazična činioca tržišta – i tražnje i ponude u kongresnom turizmu.

Stručni doprinosi disertacije namenjeni su ključnim stejkholderima u pogledu razumevanja i funkcionisanja kongresnog turizma i menadžmenta destinacije na međunarodnom nivou i u Srbiji. Stručni doprinosi su usmereni ka lokalnim, regionalnim i nacionalnim kongresnim biroima i turističkim organizacijama, kongresnim agencijama u kategoriji PCO i DMC, hotelima koji svoje poslovne performanse baziraju na kongresnim klijentima, kao i na organizatore događaja i posrednike u organizaciji.

## 7. Zaključak

Nakon detaljnog uvida u završenu doktorsku disertaciju kandidata Igora Kovačevića, pod nazivom „Uticaj kongresnog turizma na razvoj destinacije“, Komisija ocenjuje da je kandidat, koristeći relevantnu naučnu metodologiju, kao i opsežnu literaturu, uspešno obradio postavljenu temu. Komisija potvrđuje da je doktorska disertacija urađena u skladu sa prijavom koja je odobrena od strane Nastavno-naučnog veća Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu i Veća naučnih oblasti pravno-ekonomskih nauka Univerziteta u Beogradu, kako u pogledu predmeta, cilja i metoda istraživanja, tako i u pogledu sadržaja. Takođe, Komisija konstatuje da je ostvaren cilj istraživanja i da je doktorska disertacija rezultat originalnog i samostalnog naučnog rada kandidata. Po opsegu i dubini analize, načinu izlaganja i dobijenim rezultatima, ova doktorska disertacija predstavlja vredno naučno delo iz problematike kojom se bavi.

Na osnovu svega izloženog, imajući u vidu kvalitet, značaj, ostvarene rezultate, naučne i stručne doprinose doktorske disertacije kandidata Igora Kovačevića, pod nazivom „Uticaj kongresnog turizma na razvoj destinacije“, Komisija sa zadovoljstvom predlaže Nastavno-naučnom veću Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu da prihvati i odobri njenu javnu odbranu.

Beograd, 26.12.2017.

Potpisi članova komisije:

---

dr Bojan Zečević, redovni profesor  
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet

---

dr Goran Petković, redovni profesor  
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet

---

dr Siniša Zarić, redovni profesor  
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet

---

dr Vladimir Vasić, docent  
Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet

---

dr Jovo Ateljević, redovni profesor  
Univerzitet u Banjoj Luci, Ekonomski fakultet