

ПРИМЉЕНО:	10. 05. 2010
ОРГАНИЗЈЕД	Б Р О Ј
0603	262/5

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ
1. Датум и орган који је именовео комисију На својој VIII седници одржаној 15. априла 2010. године, Наставно-научно веће Природно-математичког факултета Универзитета у Новом Саду, именовало је Комисију за оцену и одбрану докторске дисертације под насловом „Прилагођавање хотелског производа Војводине савременим тенденцијама у туризму“, у саставу:
2. Састав комисије са назнаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен: Председник: др Сава Јанићевић, ванредни професор; Хотелијерство; 10.11.2009. године; Департман за географију, туризам и хотелијерство, ПМФ, Универзитет у Новом Саду Ментор: др Саша Кицошев, редовни професор; Друштвена географија; 25.05.2001. године; Департман за географију, туризам и хотелијерство, ПМФ, Универзитет у Новом Саду Члан: др Слободан Черовић, ванредни професор; Менаџмент у туризму; 12.11.2007. године; Факултет за хотелски и туристички менаџмент, Универзитет Сингидунум, Београд
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ
1. Име, име једног родитеља, презиме: Светлана Милутин Вукосав
2. Датум рођења, општина, република: 05.07.1977. године, Винковци, Хрватска
3. Датум одбране, место и назив магистарске тезе: 03.03.2006. године, Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Нови Сад; „Туристичка валоризација Националног парка „Фрушка гора“ и одрживи развој“
4. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука: Туризам
III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:
Прилагођавање хотелског производа Војводине савременим тенденцијама у туризму

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

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

Докторска дисертација садржи, укључујући предговор, биографију и кључну документацијску информацију; укупно 3 дела, 20 поглавља и 5 прилога. Рад садржи укупно 291 страницу, 149 литературна цитата, 55 табела, 4 графикона, 26 слика и 3 карте. Поглавља означавају следеће целине: Предговор, Увод, Предмет, циљ, задаци и методе, Тенденције тражње и понуде на туристичком тржишту, Развој туризма и перспективе развоја, Карактеристике и облици раста и развоја хотелских предузећа, Значај организационе структуре и улога менаџера у савременом пословању, Пословне операције у хотелском предузећу, Теоријски приступ управљању хотелским предузећима, Унапређење и прилагођавање производа и осталих инструмената тржишног наступа хотелских предузећа Војводине, Маркетинг информациони системи у хотелијерству, Стратегијске алтернативе хотелских предузећа, Стратегијско управљање хотелским предузећем, Стратегијско позиционирање хотелског производа и хотелског предузећа, Закључак, Литература и извори.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

У делу дисертације који носи назив *Премет, циљ, задаци и методе* ауторка логички и методолошки коректно дефинише проблем и предмет истраживања, одређује сврху и циљ истраживања, задатке истраживања и поставља научне хипотезе. Користећи методе (теренска истраживања, дубински интервју, анкетно истраживање, синтетички метод, дијалектички метод, верификациони метод, дедуктивни метод, картографски метод, компаративну и статистичку анализу) кандидаткиња је одабрала адекватан и представљеном предмету и проблему примерен методолошки и истраживачки поступак.

Први део рада носи назив *„Савремене тенденције на туристичком тржишту“* и у њему се пошло нових трендова у испољавању туристичке тражње, димензија и структурних одлика туристичког тржишта Војводине и Србије као и кретања на међународном туристичком тржишту и значају развоја туризма како у свету, тако и код нас. Анализиране су перспективе развоја туризма, као и стратегијски правци и циљеви развоја туризма у Војводини. Поред тога, ауторка је указала је на значај категоризације објеката, својинске трансформације, као и значај тржишног и организационог реструктурирања предузећа у туристичкој привреди, што представља важан домен укупног стратегијског прилагођавања и ефикаснијег управљања у туристичкој привреди Војводине. Први део рада се завршава концептом управљања туристичком дестинацијом, где се анализирају конкурентске снаге и недостаци туризма Војводине. У оквиру овог поглавља кандидаткиња је веома детаљно анализирала просторни распоред хотелског производа Војводине, конкурентност главних туристичких производа Војводине, као и на основу сопственог знања и искуства валоризовала најзначајније факторе туризма Војводине.

У другом делу рада *„Динамичност промена на туристичком тржишту“*, анализирају се крупне промене у пословној оријентацији хотелских предузећа. Кандидаткиња нагласак ставља на интернационализацију и глобализацију пословања хотелских предузећа, фазе прерастања од домаћег ка глобалном тржишту, основна подручја промена у пословној оријентацији, факторе формирања међународних хотелских ланаца, циљеве и предности у пословању хотелских ланаца. Потом се разматра организациона структура предузећа у Војводини као и улога менаџера лидера у савременим условима пословања. Други део рада се завршава са анализом пословних операција у хотелским предузећима и њиховим прилагођавањем захтевима гостију, као и анализом анкетног истраживања гостију. У оквиру овог поглавља кандидаткиња је детаљно анализирала на основу интервјуа са менаџерима (интервјуисано је 28 генералних менаџера из 28 хотелских предузећа) колико су пословне операције менаџера у хотелском предузећу усклађене са потребама и захтевима туриста, са једне стране, а са друге стране детаљно је анализирано и обрађено 140 анкетних упитника, где

су гости изнели свој доживљај и перцепцију хотелског производа Војводине и колико је он креиран по њиховој „мери“.

Трећи део рада под носи назив „*Управљање хотелским предузећима Војводине у складу са тенденцијама на туристичком тржишту*“. У њему се полази од теоријских основа менаџмента и стратегијског менаџмента, те његовог значаја у развоју хотела, што значи да је у овом делу кандидаткиња велику пажњу посветила стратегијском планирању развоја хотелских предузећа, као и избору одговарајућих стратегија за реализацију постављених циљева предузећа. Прво су се анализирали расположиви потенцијали и ефекти досадашњег развоја, а затим и циљеви и правци стратегијског развоја хотела и њиховог позиционирања, те позиционирања њиховог производа. Стратегија диференцирања производа и сегментирања тражње хотелских предузећа Војводине је посебно неопходна у циљу њиховог стратегијског позиционирања и прилагођавања тржишним променама на шта је ауторка јасно указала.

Унапређивање производа и осталих инструмената тржишног наступа хотелских предузећа Војводине је свакако једно од најважнијих подручја њиховог будућег стратегијског управљања. У складу са тим кандидаткиња је веома детаљно анализирала све инструменте маркетинг микса и њихову усклађеност са трендовима у туризму, те неопходност примене маркетинг информационих система у хотелијерству. Ауторка јасно наглашава да је есенцијално је формирање таквог асортимана и квалитета хотелског производа који би обезбедио дугорочно прилагођавање тржишним трендовима и променама.

VI Списак научних и стручних радова који су објављени или прихваћени за објављивање на основу резултата истраживања у оквиру рада на докторској дисертацији

уз напомену:

Таксативно навести називе радова, где и када су објављени. У случају радова прихваћених за објављивање, таксативно навести називе радова, где и када ће бити објављени и приложити потврду о томе.

1. Вукосав Светлана, Гарача Вук, Јовановић Гордана (2007): Проблем утврђивања носећег капацитета у Националним парковима на примеру националног парка "Фрушка гора", Зборник радова географског факултета, свеска LV, стр. 115-123, Београд. (M51)

(У раду су анализирани проблеми утврђивања броја туриста који могу да бораве у Националном парку, а да се не угрозе његове природне вредности. Између осталог анализирано је и то колико изградња смештајних објеката и на којим локацијама утиче на квалитет туристичко-хотелског производа у овом заштићеном природним добру у Војводини, што представља део истраживања у оквиру рада на докторској дисертацији).

2. Вукосав Светлана, Ђурчић, Невена, (2009): Промене у хотелијерству Војводине као резултат транзиционих процеса, Зборник Географског института Јован Цвијић књига, бр. 59 стр.139-154, САНУ, Београд(M51)

(У раду је анализирано колико су транзиционе промене утицале на квалитативне и квантитативне промене у хотелијерству Војводине, и колико су оне усклађене са савременим трендовима у туризму. Рад је објављен на основу истраживања у оквиру рада на докторској дисертацији).

3. Vukosav Svetlana, Bradić Milan, Blagojević Slobodan, (2009): The Improvement of the Accommodation Offer in Vojvodina (Serbia) as a Factor of its Competitiveness on the Market, International Scientific Journal „Tourism“, No 13. pp 84-91(M52)

(У раду су анализирани основни сегменти унапређења смештајне понуде Војводине као веома важан вид стицања конкурентске предности на тржишту, што претставља део истраживања у оквиру докторске дисертације).

4. Ćerović Slobodan, Vukosav Svetlana, Lazović Tamara (2009): Liderstvo u turističkim preduzećima, Hotellink br. 13-14, str. 312-333, Beograd (M53)

(У раду је анализан значај и улога лидерства у управљачким структурама туристичких предузећа, па самим тим и хотелских предузећа, што представља део истраживања у оквиру рада на докторској дисертацији).

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Резултати истраживања генерално показују да Војвођанска хотелска предузећа у довољној мери не користе значајне туристичке потенцијале, као битну конкурентску предност, да би Војводина постала значајнија туристичка дестинација у овом делу Европе. У овом раду ауторка је доказала хипотезу да успешна политика и пословање у хотелијерству мора да иницира сталне промене, што подразумева да менаџмент хотелских предузећа мора активније примењивати стратегије диференцирања производа, стратегију сегментације тражње као и стратегију позиционирања и репозиционирања на туристичком тржишту.

Такође, као резултат истраживања се доказује и претпоставка да су главни изазивачи који диктирају природу и садржај тих промена садржани пре свега у доминирајућој позицији веома еластичне, пробирљиве и све више софистициране тражње која намеће нужност прилагођавања туристичке понуде њеним потребама и захтевима. Економски, политички, демографски, психографски и други фактори често изазивају брзе и значајне промене у обиму хотелске тражње и у њеним захтевима, а природне и антропогене атрактивности Војводине, као и њен привредни развој су добра подлога развоја хотелско-угоститељске понуде што подразумева и превазилажење њене „кртости” и нееластичности која отежава флексибилност у тржишном функционисању. Резултати истраживања показују да квалификациона структура менаџмента и осталих запослених не само у анализираним хотелима него у хотелијерству у целини, је веома неповољна. Попуњеност хотелских капацитета у Војводини је релативно мала и она се креће у распону од 31-34% за претходни период од 10 година. Оно што је очигледно и позитивно, што презентирани резултати истраживања показују је то да су хотели II категорије готово удвостручили своју попуњеност, а са друге стране хотели III категорије су је двоструко смањили, што нам свакако указује на то да се савремене тенденције туристичке тражње крећу се ка што квалитетнијој услуги која је заснована на категорији објекта. У даљој стратегији развоја хотелског производа приоритет изградње требају бити хотели са четири и три звездице, мањи хотели породичног типа, бутик хотели, wellness, спа и спорт хотели. Резултати интервјусања менаџера хотела показују да најзначајнији сегменти у прилагођавању хотелског производа туристичкој тражњи јесу свакако иновирање постојећег производа кроз инвестиције, као и едукација и усавршавање постојећег кадра, поготову менаџерских структура. Резултати анкетног истраживања гостију хотела показала су генерално да хотелски производ Војводине има одређених недостатака у виду опреме и садржаја који би употпунили боравак у објекту. Оно нејвредније што војвођанско хотелијерство има према оцени гостију јесу запосени који раде непосредно у комунакцији са гостима, њихова љубазност и ефикасност. Такође, истраживањем кандидаткиња је дошла до резултата да веома мали број хотела нуди садржаје гостима изван објекта, као и у оквиру објекта што представља слабу тачку у позиционирању укупне смештајне понуде на туристичком тржишту.

Издвајања за промоцију, као инструмент маркетинг микса, су недовољна да би се офанзивније наступало на туристичком тржишту један је од резултата спроведених истраживања.

Сама чињеница сви хотели имају интернет презентацију за почетак је добра најава да хотели почињу са увођењем савремених технологија. С друге стране, поред малог броја хотела који су укључени у поједине резервационе системе (укупно 9 од броја истраживаних у Војводини), треба тежити укључивању и осталих хотела, пре свега, оних са две, три и четири звезде у неки од резервационих система.

Због свих предходно наведених чињеница, ауторка правилно закључује да ће године које долазе још више изоштрити дистинкцију између успешних и неуспешних (хотелских предузећа и њиховог менаџмента), па стога **неуспешни ће бити они који буду имали следеће карактеристике:**

- Нефлексибилност, тј. немогућност да се проблеми реше на стратегијски начин,
- Скучено познавање тржишних трендова,
- Доминантну окренутост интерним факторима,
- Предимензионирану пажњу на буџет у планирању,
- Одсуство примене стратегије фокуса,
- Недефинисане трошкове и неуравнотежене услуге,
- Без праве позиције на тржишту,
- Краткорочно управљање (названо још и „кризно“),
- Контрадикторне циљеве,
- Неспособност у креирању или процени промена.

Истовремено, **успешни ће бити они који се буду трудили да остваре следеће карактеристике:**

- Што ниже трошкове дистрибуције кроз дубоко разумевање свог посла, његов развој и трендове,
- Концентрацију на унапред утврђене групе потрошача (нпр. frequent users) и продајних канала (повезати их),
- Опортунитетну употребу технологије,
- Диференцирање производа и услуга, (инсистирајући на додатним вредностима за потрошаче и на снижавању трошкова у односу на конкуренте)
- Тоталне услуге за туристичко путовање, програм учесталих потрошача, бесплатни превоз и сл.,
- „Его” производи (златне картице, Orient Express),
- Стандардни производи (туре, rent-a-car на располагању и сл.),
- Стандардна услуга (манипулација пртљага, оброци током превоза, олакшице на терминалима и сл.),
- Разумевање потребе фокуса и на потрошаче и на конкуренте,
- Конзистентно управљање на бази одговарајућих смерница,
- Контролу остваривања активности,
- Константан преглед јаких тачака у односу на конкурентску позицију,
- Непрекидно истраживање на пољу производ/тржиште,
- Флексибилно организовање, визија и вођење

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

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

Предузете истраживачке активности и коришћене статистичке методе, а такође и приказани резултати, пружају адекватну слику о стању хотелијерства и туризма у Војводини, тачније, стању управљачке структуре хотелских предузећа у Војводини као једним од главних носилаца туристичке понуде у Покрајини. Резултати су презентовани у

виду 55 табела и 4 графикона и 3 карте који су у тексту детаљно објашњени. Поред тога у оквиру одређених поглавља кандидаткиња је анализирала добијене резултате на основу интервјуисања менаџера и на основу идентификације кључних речи, сагледане су активности менаџмента на прилагођавању хотелског производа савременим трендовима у туризму. Кандидаткиња се позива на 149 литературна цитата, што указује да је детаљно ушла у проблематику менаџмента у хотелијерству. Неопходно је напоменути да је кандидаткиња кроз читаву дисертацију износила закључке на основу својих запажања добијених резултата, а у циљу добијања нових резултата, и на основу сопствених претпоставки, довела у питање још увек актуелну научну поставку о томе да туристичку понуду карактерише „крутост“ тј. нееластичност. Својим истраживањем и тумачењем добијених резултата ауторка указује на неопходност превазилажења исте, да би прилагођавање новим трендовима било успешно и правовремено. 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:

НАПОМЕНА: Експлицитно навести да ли дисертација јесте или није написана у складу са наведеним образложењем, као и да ли она садржи или не садржи све битне елементе. Дати јасне, прецизне и концизне одговоре на 3. и 4. питање.

- | | |
|----|---|
| 1. | Да ли је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме |
| 2. | Да ли дисертација садржи све битне елементе |
| 3. | По чему је дисертација оригиналан допринос науци |
| 4. | Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања |

Докторска дисертација мр Светлане Вукосав написана је у складу са образложењем наведеним у пријави теме и садржи све битне елементе који представљају оригиналан научни допринос у области изучавања менаџмента у хотелијерству.

Резултати истраживања докторске дисертације мр Светлане Вукосав представљају уопште прва детаљна истраживања везана за менаџмент хотелских предузећа у Војводини нарочито када се сагледа чињеница да је кандидаткиња лично обавила интервјуе са 28 генералних менаџера из 28 хотелских предузећа. На основу наведеног може се констатовати да докторска дисертација мр Светлане Вукосав представља оригинални научни рад и пружа конкретан допринос науци.

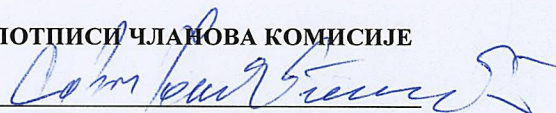
Евентуални недостатак ове докторске дисертације је да постоји још метода које нису примењене приликом истраживања, а које би евентуално могле допринети откривању нових научних резултата везаних за менаџмент у хотелијерству и хотелски производ. Међутим, предходни, условно речено, недостаци свакако су део плана који је везан за будућа истраживања и научна ангажовања кандидаткиње.

На основу претходно изнетих чињеница, може се констатовати да је мр Светлана Вукосав конкретно допринела проучавању менаџмента у хотелијерству.


X ПРЕДЛОГ:
На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:
<ul style="list-style-type: none"> - да се докторска дисертација прихвати, а кандидату одобри одбрана - да се докторска дисертација враћа кандидату на дораду (да се допуни, односно измени) или - да се докторска дисертација одбија
<p>На основу укупног сагледавања оцене докторске дисертације кандидаткиње мр Светлане Вукосав под насловом "ПРИЛАГОЂАВАЊЕ ХОТЕЛСКОГ ПРОИЗВОДА ВОЈВОДИНЕ САВРЕМЕНИМ ТЕНДЕНЦИЈАМА У ТУРИЗМУ", Комисија позитивно оцењује ову дисертацију и предлаже Научно-наставном већу Природно-математичког факултета Универзитета у Новом Саду да прихвати позитивну оцену и одобри кандидату да докторску дисертацију под овим насловом јавно брани.</p>

У Новом Саду, 29. априла 2010.

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ


Председник: др Сава Јанићевић, ванр.проф.


Ментор: др Саша Кицошев, ред.проф.


Члан: др Слободан Черовић, ванр.проф.