

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ
ОБРАЗАЦ – 6
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТАТ

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ		
1. Датум и орган који је именовано комисију: 14.04.2022. Наставно-научно веће Природно-математичког факултета		
2. Састав комисије у складу са <i>Правилима докторских студија Универзитета у Новом Саду</i> :		
1. <u>Бесермењи Снежана</u> презиме и име	<u>редован професор</u> звање	<u>Туризам 07.03.2011.</u> ужа научна област и датум избора
<u>Природно-математички факултет, Нови Сад</u> установа у којој је запослен-а	<u>председник</u> функција у комисији	
2. <u>Вујичић Мирослав</u> презиме и име	<u>ванредни професор</u> звање	<u>Туризам 10.09.2020.</u> ужа научна област и датум избора
<u>Природно-математички факултет, Нови Сад</u> установа у којој је запослен-а	<u>ментор</u> функција у комисији	
3. <u>Пивац Татјана</u> презиме и име	<u>редован професор</u> звање	<u>Туризам 01.03.2020.</u> ужа научна област и датум избора
<u>Природно-математички факултет, Нови Сад</u> установа у којој је запослен-а	<u>члан</u> функција у комисији	
4. <u>Братић Марија</u> презиме и име	<u>ванредни професор</u> звање	<u>Туризам 01.12.2021.</u> ужа научна област и датум избора
<u>Природно-математички факултет, Ниш</u> установа у којој је запослен-а	<u>члан</u> функција у комисији	
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ		
1. Име, име једног родитеља, презиме: Демир Селим Шаћировић		
2. Датум рођења, општина, држава: 31.08. 1991. Нови Пазар, Република Србија		
3. Назив факултета, назив претходно завршеног нивоа студија и стечени стручни/академски назив: Географски факултет у Београду, Мастер академске студије на смеру просторно планирањ и Мастер академске студије на смеру географија, стекао академски назив Мастер просторног планирања и Мастер географије.		
4. Година уписа на докторске студије и назив студијског програма докторских студија: 2016. Доктор наука – геонауке - туризам		
III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:		
Истраживање мотивације и демотивације туриста на примеру мулти-атракцијске дестинације		

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Дисертација садржи 258 страна, 13 поглавља, 38 табела, 16 графикона, 1 слика, 2 прилога. Поред предговора и кључне документацијске информације, докторска дисертација садржи следећа поглавља:

- 1. Увод (стр.6-8)** – даје се увид, да је тема мотивације и демотивације у туризму, на примеру мулти-атракцијске дестинације веома актуелна у свету туризма. Самим тим, широка теоријска и аналитичка студија ове врсте, имаће велики значај у бољем перципирању укупне слике поменутих туристичких дестинација.
- 2. Предмет, циљ и хипотезе истраживања (стр. 9-13)** Предмет је идентификација и евалуација мотивације и демотивације домаћих и страних туриста при посети мулти-атракцијских дестинација Београда, Новог Сада и Ниша. Циљ докторске дисертације је испитивање разлика у мотивацији и демотивацији туриста различитих социо-демографских одлика. Полазна претпоставка у изради докторске дисертације је да мноштво фактора различите јачине утиче на избор мулти-атракцијске дестинације. Зато је циљ је да се утврде фактори, који су од највећег значаја за одабир дестинације туриста.
- 3. Туристичка дестинација (стр. 14-23)** – даје увид да је туристичка дестинација комплексан производ, не само зато што представља мозаик различитих туристичких производа већ и зато што представља перцептивни концепт, који може бити субјективно интерпретиран од стране потрошача у зависности од разних фактора.
- 4. Мотивација у туристичким путовањима (стр. 24- 52)** – даје се увид, да је мотивација за путовање главна карика, која треба да се пробуди у потенцијалним туристима и покрене их да посете одређену туристичку дестинацију. Зато су бројни аутори радили студије на тему мотивације у туризму. У овом поглављу су наведени обрасци, које су неки од аутора развили, а који се могу применити за било коју туристичку дестинацију.
- 5. Дефинисање појма демотивације при туристичком путовању и покушај типологије (стр. 53-57)** - Поред значаја дефинисања мотивације посете одређеној туристичкој дестинацији, да би било које истраживање, које се везује за унапређење туристичке понуде било комплетно, потребно је посветити се и ограничењима при туристичком путовању. На основу резултата добијених из различитих студија, аутор је закључио да су сама ограничења повезана и да је то још један од аспеката на који се треба фокусирати, и прилагодити образце за истраживање.
- 6. Опис одабраних подручја за истраживање мотивације и демотивације туриста (стр. 58 - 151)** - Београд, Нови Сад и Ниш су због присутних вредности у функцији туристичког развоја одабрана подручја, јер се сматрају релевантним за истраживање, будући да та три града привлаче највећи број туриста, када је реч о градским срединама. У овом поглављу су представљене главне карактеристике, које ове градове чине мулти – атракцијским дестинацијама.
- 7. Аналитичка скала за мерење мотивације и ограничења домаћих и страних туриста на мулти-атракцијским дестинацијама-студија случаја Београда, Новог Сада и Ниша (стр.152 - 184)** – За истраживање и прикупљање података коришћена је аналитичка скала, за чију су израду као основа коришћене већ доказане аналитичке скале које су израдили домаћи истраживачи истраживачи (Божић и сар., 2017), и применили је на Виминацијуму (мулти-атракцијској дестинацији), као и скала коју је израдио Вујичић са сарадницима истражујући простор града Новог Сада (Вујичић и др., 2020). На основу ове две аналитичке скале, које су валидиране, и на основу којих су добијени жељени резултати, формирана је основа коначне аналитичке скале, која је додатно проширена и прилагођена у циљу добијања што бољих резултата и одговора на постављење циљеве истраживања.
- 8. Анализе сличности и разлика између испитаника према њиховим социо-**

демографским одликама (стр. 185 - 200) – У овом поглављу су обрађене анализе сличности и разлике и за мотиве и за ограничења. Коришћен је Т-тест за рачунање разлике по полу испитаника, док је за анализу разлике у односу на образовање, старост, приходе и порекло туриста копршћен ANOVA Post-hok test LSD.

- 9. Анализа латентних профила (стр. 201 – 204)** – У овом поглављу је усвојен статистички приступ фокусиран на анализе латентног профила, да би се идентификовали хомогени подтипови туриста, када је реч о мотивацији и демотивацији при посети мулти-атракцијске дестинације. Овај статистички поступак, пореди моделе са различитим бројем латентних категорија.
- 10. Дискусија (стр. 205 – 210)** – У овом поглављу, као један од главних циљева докторске дисертације издваја се формирање и тестирање аналитичке скале, која даје могућност да се на најбољи могући начин добију одговори шта мотивише, а шта демотивише туристе да посете одређену мулти-атракцијску туристичку дестинацију, у овом случају Београд, Нови Сад и Ниш.
- 11. Закључна разматрања (стр. 211 – 214)** – У овом делу су изведена разматрања, која су везана за резултате истраживања, као и научни и практични допринос докторске дисертације. Акцент је стављен на добијене резултате, који су повезани са постављеним предметом, циљем, задацима и хипотезама рада.
- 12. Литература и итернет извори (стр. 2015 – 269)** - састоји се од 605 домаћих и страних референци и 18 извора са веб-сајтова.
- 13. Прилози (стр 269 – 279)** – креирани анкетни упитници за потребе истраживања.
- 14. Биографија-** сдржи релевантне податке о кандидату.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Увод је написан тако да јасно указује на значај, актуелност и важност изучаване проблематике, као и научни допринос истраживања. Фокус истраживања је да се тестира и валидира скала мотивације и демотивације, креирана на основу прегледа претходно валидираних скал.

Комисија је позитивно оценила уводни део дисертације.

Предмет, циљ и хипотезе истраживања је поглавље, које јасно указује на полазну претпоставку у изради докторске дисертације, да мноштво фактора различите јачине (тежине) утиче на избор мулти-атракцијске дестинације. Циљ је да се утврде фактори, који су од највећег значаја за одабир дестинације туриста. У раду се тежи креирању и валидирању скале за мерење мотивације и демотивације при посети градова као мулти-атракцијске средине. Затим се покушава успоставити веза између туристичке мотивације и демотивације са осталим факторима, који утичу на избор туристичке дестинације, као што су националност, пол, старост, приход, образовање, брачно стање, све са циљем формирања група у којима доминирају одређени мотиви.

Комисија је позитивно оценила предмет, циљ и хипотезе истраживања.

Туристичка дестинација је комплексан производ, па се у овом поглављу обрађује значај имица туристичке дестинације, јер он има веома велику улогу у одабиру дестинације и задовољству туриста, затим се обрађују градови као мулти-атракцијске средине и градски туризам, као и главне потребе за адаптацијом у градском туризму.

Комисија је позитивно оценила поглавље туристичка дестинација.

Мотивација у туристичким путовањима је поглавље у којем се наводе дефиниције мотивације у туристичким путовањима и истраживања бројних аутора. На основу њих, закључено је да мотивација представља покретачку снагу туриста, кроз одређено понашање, а све у циљу постизања унутрашње психичке равнотеже и задовољства. Из свих претходно наведених дефиниција, може се закључити да, у суштини, мотивација представља покретачку снагу туриста кроз одређено понашање, а све у циљу постизања унутрашње психичке равнотеже и задовољства. У овом поглављу су дати прикази различитих студија на тему

мотивације туриста.

Комисија је позитивно оценила поглавље које се бави мотивацијом у туристичким путовањима.

Дефинисање појма демотивације при туристичком путовању и покушај типологије је поглавље, које се бави ограничењима при туристичком путовању. На основу резултата бројних студија, аутори су закључили да су сама ограничења повезана, и да је то још један од аспеката на који се треба фокусирати, и прилагодити образце за истраживање. Тродимензионални модел је тестиран од стране бројних аутора, и показао се као најпрактичнији. Према овом моделу јасно се зна хијерархија ограничења, варијабле су дефинисане тако да се добијеним резултатима, добије најјаснија слика о томе која су ограничења мање, а која више битна и зашто. Први ниво ограничења назван је „**интраперсонална ограничења**“ и односи се на ограничења појединца (лоше здравље, недостатак самопоуздања, депресија, анксиозност, религиозност итд.). Други ниво ограничења назван је „**интерперсонална ограничења**“ и односи се на социјални живот (неадекватно друштво за путовање, породичне обавезе, сукоб мишљења око путовања са партнером или пријатељима итд.). На крају трећи ниво ограничења јесу „**структурална ограничења**“ и односе се на препреке спољашњег окружења (недостатак новца, недостатак времена, удаљеност жељене дестинације, обавезе на послу итд.).

Комисија је позитивно оценила поглавље које дефинише појам демотивације при туристичком путовању и покушај типологије.

Опис одабраних подручија за истраживање мотивације и демотивације туриста је поглавље у којем се одабрана подручија за истраживање детаљно анализирају, па се представља њихов туристичко-географски положај, природно-географске одлике, друштвено-географске одлике, културна добра, манифестације, материјална база, организациони фактори, комуникациони фактори и туристички промет.

Комисија је позитивно оценила поглавље које описује одабрана подручија за истраживање мотивације и демотивације туриста.

Аналитичка скала за мерење мотивације и ограничења домаћих и страних туриста на мулти-атракцијским дестинацијама-студија случаја Београда, Новог Сада и Ниша. Београд, Нови Сад и Ниш представљају мулти-функционалне туристичке дестинације, и као такви нуде могућности за развој различитих облика туризма. Како би се спровела адекватна маркетинг стратегија потребно је прво идентификовати факторе, који утичу на одабир дестинације, а затим извршити евалуацију истих, односно одредити мотив путовања и профил туриста који га посећују. На основу истраживања јасно се види, да су предњачиле припаднице женског пола, у односу на мушкарце, што није изненађење, јер жене представљају све већи и већи проценат туристичке клијентеле широм света, што је и потврђено у ранијим истраживањима. Што се тиче старости испитаника највећи део спада у групу од 25 до 34 године (54,3%), као и у групу до 24 године. Да би истраживање било што богатије и квалитетније, анкетирани су и страни и домаћи туристи. Домаћи туристи, анкетирани су у незнатно већем броју, а у каснијем делу рада приказане су и разлике у мотивацији и демотивацији домаћих и страних туриста да посете градску дестинацију, што представља и одговор на једну од задатих хипотеза овог истраживања. По занимању анкетираних туриста, велику већину чине ученици (27,6%), студенти (32,7%) и запослени (33,4%), док су незапослени (5,8%) и пензионери (0,5%) учествовали у малом броју. Већину испитаника чине високо образовани туристи, који су према добијеним резултатима значајно другачије оценили мотиве и ограничења у односу на туристе са нижим степеном образовања. Још једна од ставки која је обухваћена упитником јесу месечни приходи. Добијени резултати су јасно подељени према групама, а највећи проценат чине туристи са месечним примањима од 700 до 1.500 евра (45,9%), што је и очекивано јер велики број учесника у истраживању су из суседних земаља (Хрватска, Румунија, Бугарска), као и Турска, Немачка и друге, које имају знатно виши животни стандард од домаћих туриста. За истраживање и прикупљање података коришћена је аналитичка скала, за чију су израду као основа коришћене већ доказане аналитичке скале које су израдили домаћи истраживачи (Божић и Вујичић). Упитник се

састојао из три дела. Први део упитника сачињавала су питања везана за социо-демографске одлике туриста, као и питања везана за дужину боравка, тип смештаја и слично, на која су туристи одговарали на врло једноставан начин, уписивањем кратких одговора или заокруживањем понуђених одговора. Поред питања о социо-демографским одликама, у овом делу упитника, нашла су се и питања о томе колико су туристи задовољни Београдом, Новим Садом и Нишом, као туристичком дестинацијом, као и о томе колико пута су посетили неку од ових дестинација, и колико дуго ће остати. Оваква питања представљају одличан увод, на основу којег се јасније разуме остатак упитника, и на крају су добијени потпунији резултати.

Други део упитника везан је за мотиве посете мулти-атракцијској дестинацији. Сачињен је од 38 различитих мотива 20 мотива „привлачења“ и 18 мотива „гурања“. Већина мотива преузета је из већ доказаних студија на тему мотивације и демотивације, које су више пута поменуте у теоријском делу и коришћене у истраживању. Трећи део упитника односи се на ограничења посете мулти-атракцијској дестинацији. Као и код мотивације пре одабира ограничења, на основу којих се на најбољи могући начин одговара на постављене хипотезе. Извршено је и опширно истраживање бројних студија на тему демотивације у туризму, и изабрано је 22 ограничења, која су највише одговарала постављеним хипотезама о демотивацији. За разлику од мотива посете, где постоји велики број начина истраживања и теорија, када је реч о демотивацији јасно се издвајају три групе ограничења (структурна, интерперсонална и интраперсонална). Од 22 изабрана ограничења осам чине структурна, пет интерперсонална и девет интраперсоналних ограничења, на које су туристи одговарали на исти начин као и код дела за мотиве, односно коришћена је Ликертова скала. Укупан број испитаника, који је учествовао у истраживању је 451. Испитаници су били домаћи и страни туристи, који су посетили једну од три градске дестинације (Београд, Ниш или Нови Сад). Подаци су прикупљани од августа 2020. године до фебруара 2021. године, и то на најпосећенијим локацијама (на Калемегданској тврђави у Београду, на Тргу слободе у Новом Саду, и Нишкој тврђави у Нишу). Након дескриптивне анализе помоћу које су приказане социо-демографске одлике испитаника, одрађена је експлоративна факторска анализа за факторе мотивације и ограничења. Након тога је урађена конфирматорна факторска анализа, помоћу које су потврђени и додатно појашњени добијени резултати.

Експлоративна факторска анализа спроведена је на узорку од 97 испитаника, који су насумично изабрани код целокупног узорка. Издвојено је пет фактора који објашњавају најмање 55,022% укупне варијансе. Према резултатима читавања фактора за сваку ставку, пет компоненти се тумачи као пет различитих фактора мотивације, који су: опуштање и едукација, квалитетна туристичка понуда, социјални живот, его и хедонизам и психофизички одмор. Експлоративна факторска анализа спроведена је на исти начин као и за мотивацију, на узорку од 97 испитаника који су насумично изабрани код целокупног узорка. Издвојена су три фактора који објашњавају најмање 61,055% укупне варијансе. Према резултатима читавања фактора за сваку ставку, три компоненте се тумаче као три различита фактора ограничења, и то: интраперсонална, интерперсонална и структурална.

Комисија је позитивно оценила поглавље аналитичка скала за мерење мотивације и ограничења домаћих и страних туриста на мулти-атракцијским дестинацијама-студија случаја Београда, Новог Сада и Ниша.

Анализе сличности и разлика између испитаника према њиховим социо-демографским одликама. Анализе сличности и разлике обрађене су и за мотиве и за ограничења. Урађене су анализе: разлика према полу, разлика према старости испитаника, разлика према образовању, разлика према приходима и разлика према пореклу туриста.

Комисија је позитивно оценила поглавље Анализе сличности и разлика између испитаника према њиховим социо-демографским одликама.

Анализа латентних профила је поглавље, које у циљу идентификације дистинктних група испитаника, када је реч о мотивацији и демотивацији при посети мулти-атракцијским дестинацијама, примењена је анализа латентних профила, имплементирана у програмском пакету „mclust“ у R програмском језику. Овај статистички поступак, пореди моделе са различитим бројем латентних категорија. За разлику од сродног поступка анализе латентних класа, анализа латентних профила спроводи се на континуираним подацима. Издвојени

латентни профили у простору Мотивације и Демотивације могу бити од практичне примене туристичким организацијама, туристичким агенцијама, угоститељским објектима који своју понуду развијају на простору мулти-атракцијске дестинације. На основу дефинисаних група могу развијати свој туристички производ и планирати маркетинг стратегије.

Комисија је позитивно оценила поглавље анализа латентних профила.

Дискусија је поглавље у којем се као један од главних циљева докторске дисертације издваја формирање и тестирање аналитичке скале, која даје могућност да се на најбољи могући начин добију одговори шта мотивише, а шта демотивише туристе да посете одређену мулти-атракцијску туристичку дестинацију, у овом случају Београд, Нови Сад и Ниш. Унапређење већ постојећих валидираних скала јесте у повезивању фактора мотивације и ограничења и формирање једне свеобухватне скале, обухватајући комплексну скалу мотивације (фактора гурања и фактора привлачења) и демотивације (ограничења). Када је реч о самим факторима мотивације и демотивације, коришћени су они који су потврђени у бројним студијама и подржани у најпознатијим теоријама, међу којима се издвајају „пуш“ и „пул“ фактори, као и „интраперсонална“, „интерперсонална“ и „структурна“ ограничења. Комбиновањем поменутих студија, теорија и других аналитичких скала, добијена је скала коју чине 38 ајтема мотива, и 22 ајтема ограничења, на основу којих је успешно спроведена анкета.

Оно што чини ову докторску дисертацију посебно значајном, јесте чињеница да су добијени битни подаци о страним и домаћим туристима, њиховим социо-демографским одликама, као и најчешћим мотивима и ограничењима посете за три највећа града Републике Србије. Након спроведене анкете и њихове обраде, добијени подаци показују шта највише привлачи, а шта одбија туристе на основу њихових социо-демографских одлика (пол, старост, образовање, месечни приходи и порекло). Овим повезивањем мотива и ограничења посете са социо-демографским одликама, добијени су потпуни нови, посебно значајни резултати, који могу бити од велике помоћи у стварању најбоље могуће туристичке понуде Београда, Новог Сада и Ниша.

Као најзначајнији фактори издвојили су се они који се односе на социјални живот, односно дружење међу самим туристима, што не треба да представља велико изненађење, јер је и у другим студијама поменуто већ потврђено, односно да се велики број туриста одлучује на путовање да би учврстио, или поправио везу са пријатељима, или породицом. Ово сазнање нам указује на то да треба организовати што већи број туристичких активности, које подстичу одређене групе активности, као што су: различите екипне спортске активности, возња кајаком, бицикличке туре и слично. Још један фактор, који се издвојио као јако значајан туристима јесте богата културно-историјска баштина Београда, Новог Сада и Ниша. Богата историја ових градова, овековечена како знаменитим културно-историјским споменицима, грађевинама, тако и народним обичајима и културом показао се као један од најзначајнијих мотива привлачења. Као доказ за ову тврдњу поред добијених резултата анкетом, може се узети и чињеница да је најпознатија туристичка тура у Србији “подземни Београд” чија се тематика управо односи на занимљиву историју, приказану кроз низ посета туристичким атракцијама (Римска капија, Римски бунар, барутана, Титов бункер и винарија у природној пећини на Калемегдану) и анегдоте које прате ова места. Поред Београда, и Нови Сад и Ниш поседују непресушан потенцијал када је реч о културно-историјској баштини. Све нам ово указује да је потребно да се стави акценат и форсира промоција овог сегмента туристичке понуде кроз организовање различитих тематских догађаја и квалитетан маркетинг.

Када је реч о демотивацији, односно о томе шта одбија туристе да посете Београд, Нови Сад и Ниш, као највећа препрека издвајају се структурна ограничења, што се поклапа са већином студија, које су се бавиле овом проблематиком. Интраперсонална ограничења чине најмању препреку, што говори о томе да индивидуално постоји јака жеља за посетом ових дестинација. Оно што није тако очекивано јесте податак да је ограничење „не могу да путујем због високих трошкова” јако значајно туристима, што се да друге стране може објаснити великим бројем студената и средњошколаца међу туристима, као и посетилаца из околних земаља и саме Србије чији су приходи скромни у односу на туристе из Западне Европе и Северне Америке и слично. Овај податак указује на то да иако је Србија јефтина дестинација за туристе који долазе из богатих земаља (Швајцарска, САД, Немачка, В. Британија итд.), не треба занемарити ни велики број туриста из околних земаља и других градова Србије, којима

неприступачне цене представљају највећу препреку. Због тога је јако битно да ови градови имају разноврсну туристичку понуду, која ће моћи да привуче туристе различитих финансијских могућности.

У циљу што једоставнијег приказивања и разумевања добијених резултата, након анализе појединачних фактора мотива и ограничења, извршена је факторска анализа и издвојено је пет фактора.

Први фактор назван је „опуштање и едукација”, у оквиру кога се као туристима најзначајнији издвајају већ поменути културно-историјска баштина, знатижеља и природне лепоте. Калемегдан, Петроварадинска, као и Нишка тврђава су магнет за све туристе који су љубитељи узбудљиве историје и јединствене архитектуре. Ове атракције годинама важе за најзначајнија туристичка места у Србији у чије се одржавање и за чију се промоцију издвајају знатна новчана средства. Добијени резултати само су још једна потврда да треба и даље наставити са истим трендом, чак и још више радити на развоју овог дела туристичке понуде. Следећи ајтем, који је јако значајан у привлачењу туриста јесте „природна лепота дестинација”. Свакако да када је реч о природним лепотама посебно место заузима река Дунав, на чијим су обалама изграђени Београд и Нови Сад. Крстарење Дунавом, шетње, излети и ноћни живот поред Дунава само су неке од активности које туристе привлаче да посете Београд и Нови Сад. Поред Дунава, ту су и друге реке (Сава и Нишава), речна острва (Велико ратно, Мало ратно, Рибарско острво и друга), као и планине Авала, Фрушка гора и Стара планина у југоисточној Србији заједно чине један конгломерат природних лепота, који може у потпуности задовољити туристе, који теже за посетом природним лепотама. Да се природне лепоте могу наћи у градским центрима, на само пар минута од градске буке и гужве, доказ су градски паркови који служе као идеална одмаралишта како за локалне становнике, тако и за домаће и стране туристе. Посебно се могу издвојити Калемегдански и Ташмајдански парк у Београду смештени у центру Београда; Дунавски парк који представља идеалан спој природе, културе и историје Новог Сада, као и парк Чаир који представља природну оазу у самом центру Ниша.

Други издвојени фактор мотива јесте „квалитетна туристичка понуда” у оквиру кога се као најзначајнији издвајају ајтеми „због аутентичног искуства” и „дружељубивости локалног становништва”. На основу проучавања теорија и студија лако се долази до закључка да је један од главних мотива за путовањем „потреба за новином”, односно променом, бегом од свакодневице и аутентичним искуством.

Србија је земља са изузетно турбулентном историјом што се може видети кроз многе културно-историјске споменике, богату инфраструктуру (српску, аустроугарску, турску и римску), богату кухињу, и уопште велики религијски, етнички и културни диверзитет. Све наведено чини ова три града изузетно занимљивим за све знатижељне туристе у потрази за аутентичним искуством. Други ајтем који се издвојио је као значајан јесте „гостољубивост локалног становништва”. Овај податак се може повезати са студијом Кохена из 1972. Године, по којој туристи који пуно путују, и више пута посећују исту дестинацију теже ка зближавању и стварању пријатељства са локалним становништвом. Београд се издвојио као дестинација са највећим бројем туриста који се враћају више пута у овај град у односу на Нови Сад и Ниш. Самим тим може се закључити да је, као један од многобројних фактора привлачења, утицај имало и гостопримство локалног становништва. Свакако да ће даљим наставком тренда повећања броја туриста у свету и код нас, гостопримство локалног становништва имати све већу улогу у целокупној туристичкој понуди.

Када је реч о **трећем изолованом фактору** „социјални живот”, као најзначајнији туристима „потрага за авантуром” и „због догађаја и манифестација”. Туристима које привлаче туристички догађаји и манифестације, сигурно неће бити ускраћено задовољство, обзиром да се ради о нечему по чему су Београд, Нови Сад и Ниш познати. Међу многобројним догађајима и манифестацијама, издвајају се светски познати: музички фестивали Ехит у Новом Саду, Бир фест у Београду и Нишвил у Нишу, који привлаче велики број туриста из целог света.

Четврти изоловани фактор назван је „личне потребе”, чији су ајтеми били најмање значајни туристима. Ајтеми који су оцењени као значајни у оквиру овог фактора јесу „шопинг” и „пословни састанак”. Ако погледамо ширу слику и упоредимо ова два ајтема са свим осталим, јасно ће се уочити да туристима нису толико значајни, ни привлачни ови сектори туристичке

понуде у случају Београда, Новог Сада и Ниша. Због релативне близине великих европских метропола које су синоним за шопинг и бизнис туризам (Беч, Рим, Милано и Париз) разумљиво је да туристима ови сектори туристичке понуде нису толико интересантни. Свакако да поред изграђених шопинг центара у сва три града, и Новог Београда који предњачи по броју бизнис и конференцијских сала, постоји још пуно простора за напредовање у шопинг и бизнис туризму.

На крају изолован је још један, **пети фактор** по називу „психо-физички одмор”, чији су се ајтеми показали као јако значајни туристима. Свакодневне обавезе, стрес и брзина савременог начина живота стварају код сваког појединца велики ментални умор, и самим тим изискују ментални одмор и опуштање. „Бекство од обавеза и свакодневице” је још један ајтем од великог значаја, због чега заслужује велику пажњу и посвећеност туристичких организација. Време проведено у природи поред реке, или језера у безбедној и пријатној атмосфери, најбољи је одговор на ове потребе туриста. Као што је већ наведено Београд, Нови Сад и Ниш се могу похвалити природним лепотама, рекама, зеленилом и као такви имају потенцијал да одговоре на ове потребе туриста.

Након одрађене факторске анализе мотива „привлачења” и „гурања” изолована су и три најпознатија фактора ограничења: интраперсонална, интерперсонална и структурна ограничења. Интраперсонална ограничења су оцењена као најблажа препрека посети Београду, Новом Саду и Нишу. Добијени резултати указују да ниједан ајтем интраперсоналних ограничења не представља озбиљну препреку, што је доказ да велика већина туриста види Београд, Нови Сад и Ниш као отворене и приступачне туристичке дестинације.

Други изоловани фактор „интерперсонална ограничења” такође је оцењен као безначајна препрека посети. Ајтем „дестинација је прилично удаљена од места у коме живим” издвојио се као највеће ограничење, што показује да се свакако не ради о значајној препреци. Сва три града, као и сама Република Србија имају завидан географски положај у југоисточној Европи, који треба на најбољи могући начин искористити.

На крају је изолован фактор „структурна ограничења”. Као и код других студија, које су се бавиле истраживањима везаним за ограничења у туризму, структурна ограничења показала су се као највећа препрека посети, тако и у овом случају у Београду, Новом Саду и Нишу. Ајтеми „недостатак времена”, „обавезе на послу” и „недостатак финансијских средстава” се издвајају као највећа ограничења..

Комисија је позитивно оценила дискусију.

Закључна разматрања дају комплетну слику и даје одговор на постављене хипотезе, што представља и коначни и најбитнији део дисертације.

Прва хипотеза (*пол утиче на мотивацију при избору града као мултиатракцијеске дестинације*) је у **потпуности одбијена**. Ни по једном од пет изолованих фактора мотивације није било значајних разлика, што не даје могућност да боље разумемо разлике у потребама посетиоца у односу на пол, те овим нису потврђене тврдње Чена и Керстетера, да мушкарце значајно више привлачи ноћни живот, ни Мотиата и Куина, као и Макгехи и сарадника, који тврде да жене покрећу путовања и да је њима значајно битнији одмор и опуштање, што се у овом случају односи на изоловање факторе „социјални живот“ и „психо-физички“ одмор. Значајних разлика у односу на пол, није било ни када су у питању ограничења, односно демотивација. Ни према једном од три изолована фактора ограничења није било значајних разлика, чиме се у **потпуности одбија друга хипотеза** (*пол туриста утиче на демотивацију при избору посете одређене мулти-атракцијеске дестинације*). У претходном делу текста изнета је тврдња Фрејсингера и Реја, као и Хендерсон и сарадника, да жене имају више препрека од мушкараца када је реч о путовању, које се односе на породична, друштвена и физичка ограничења, која у овом случају припадају интерперсоналном и структуралном изолованом фактору, која у овом случају, такође, није потврђена. Овакви резултати се могу објаснити великим процентом младих испитаника, који имају мање наведених обавеза, и самим тим нема значајних разлика у односу на пол.

Трећа хипотеза односила се на разлике у мотивацији у односу на старост испитаника. Ни према једном од пет изолованих фактора мотивације нема значајних разлика у односу на године старости, чиме се не **потврђује хипотеза број 3** (*да старост утиче на мотивацију*)

посете градским дестинацијама). Истраживачи Балоглу и Кастенхолц са сарадницима и урадили су више студија на ову тему, и дошли до закључка да је старијим туристима битнији одмор, док је млађим туристима битнија авантура и дружење. Једини резултат који се мало значајније разликује јесте код изолованог фактора „психо-физички одмор” за старосну групу од 45 до 54 године, који су овај фактор оценили као значајнији, у односу на туристе који припадају осталим старосним групама. На основу добијених резултата, може се закључити, да нема значајних разлика ни према једном од изолованих фактора, чак ни код фактора „социјални живот“ и „психо-физички одмор“, чиме се хипозета број три одбацује.

Четврта хипотеза (*старост утиче на демотивацију туриста при посети одређене туристичке дестинације*) такође се **одбацује** на основу резултата АНОВА, по којима **нема значајних разлика у односу на старост.**

Утицај образовања испитаника на пет изолованих фактора мотива истражен је коришћењем анализе варијансе. На основу резултата, увиђа се да значајне разлике не постоје ни за један од пет изолованих фактора. За разлику од истраживача Зимера и осталих, који су у својим студијама доказали да постоји значајна разлика у мотивацији туриста у односу на ниво образовања, добијеним резултатима **не потврђује се хипотеза број 5**, по којој *образовање утиче на мотивацију да се посети одређена градска дестинација.*

Као и код мотивације и код демотивације у односу на образовање ни по једном од три изолована фактора, не постоје значајне разлике између испитаника, чиме се **одбацује хипотеза број 6** *да постоје значајне разлике међу испитаницима различитог нивоа образовања у односу на демотивацију посете градским дестинацијама.* Ипак, оно што се из добијених резултата истраживања поклапа са тврдњама других истраживача на тему демотивације у туризму, јесте то да структурална ограничења представљају највећу препреку. На основу добијених резултата **одбацује се хипотеза број 7**, јер *нема значајних разлика између испитаника са различитим месечним примањима када је у питању мотивација посете градским дестинацијама*, ни по једном од пет изолованих фактора мотива. Оно што се може издвојити као значајан податак је то да изоловани фактор мотива „психо-физички одмор” има највишу просечну оцену, што показује, да овај фактор највише подстиче туристе да путују. Са друге стране изоловани фактор „его и хедонизам” је оцењен са најнижом просечном оценом, и самим тим најмање подстиче туристе да посете градске дестинације, у овом случају Београд, Нови Сад и Ниш.

За разлику од фактора мотива, значајне разлике међу испитаницима у односу на приходе изражене су код ограничења. „Интраперсонална ограничења” представљају значајно различиту баријеру између испитаника са различитим приходима. Испитаници са најнижим приходима су овај фактор оценили са најнижом оценом, за разлику од испитаника са вишим приходима, који су дали највишу оцену. Иста ситуација се понавља и код интерперсоналних ограничења, наиме најнижу оцену дали су испитаници са најнижим приходима, у односу на испитанике са већим приходима. Из добијених резултата може се закључити да интраперсонална и интерперсонална ограничења представљају блажу препреку код испитаника са нижим приходима (углавном су то млади домаћи туристи) у односу на испитанике са вишим примањима. Међутим оно што је охрабрујуће је то да су укупне просечне оцене ниске, и самим тим не представљају велику препреку за посету Београду, Новом Саду и Нишу. Овим резултатима се **потврђује хипотеза број осам**, по којој *постоје значајне разлике у демотивацији туриста при посети одређене градске дестинације*, и то свакако не треба занемарити, већ се адекватно прилагодити.

Девета хипотеза односила се на *разлике у мотивацији у односу на порекло туриста.* Од пет изолованих фактора мотива, значајна разлика везује се за два фактора. Први фактор је „психо-физички одмор” чији резултати показују, да је овај фактор значајно битнији страним у односу на домаће испитанике, који посету Београду, Новом Саду или Нишу виде као прилику за психички и физички одмор, односно испуњење потребе за „жновим искуством”, бегом од свакодневице у средину другачије културе, за разлику од домаћих туриста, којима је овај фактор мање битан. Други фактор по коме се значајно разликују домаћи и страни испитаници јесте „квалитетна туристичка понуда” који је као изоловани фактор мотива значајно битнији домаћим, у односу на стране туристе, који дају предност другим вредностима, који су већ поменути. Добитим резултатима показало се да постоје разлике у мотивацији у односу на порекло, самим тим је ова хипотеза **делимично потврђена.**

Последња, **десета хипотеза** а која се односи на *значајне разлике у демотивацији посете одређеној мулти-атракцијској дестинацији у односу на порекло* се **потврђује**. Када су у питању ограничења, два изолована фактора значајно се разликују између страних и домаћих туриста. Просечне оцене „Интраперсоналних ограничења”, указују на то да су финансије значајно већа препрека за стране у односу на домаће туристе. Као што је већ поменуто код мотива, „Интерперсонална ограничења” као фактор је битнији страним туристима, што се може довести у везу са већом удаљеношћу у односу на домаће туристе, који могу да сами лакше посећују домаће дестинације.

Комисија је позитивно оценила кључна раматрања.

Литература и интернет извори је поглавље у којем је наведено 605 домаћих и страних референци и 18 извора са веб-сајтова.

Комисија сматра да је кандидат користио обимну, савремену и релевантну инострану и домаћу литературу, што је допринело да дисертација буде на одговарајући начин обрађена и задовољи све критеријуме, које треба да поседује.

Прилози је поглавље у којем су приложена два креирана анкетни упитници за потребе истраживања. Упитнике су попунили инострани и домаћи туристи у Београду, Новом Саду и Нишу.

Комисија сматра да су упитници одговарајући за потребе истраживања.

Биографија сдржи релевантне податке о кандидату.

Комисија сматра, да је кандидат издвојио најважније чињенице.

VI СПИСАК НАУЧНИХ И СТРУЧНИХ РАДОВА КОЈИ СУ ОБЈАВЉЕНИ ИЛИ ПРИХВАЋЕНИ ЗА ОБЈАВЉИВАЊЕ НА ОСНОВУ РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА У ОКВИРУ РАДА НА ДОКТОРСКОЈ ДИСЕРТАЦИЈИ:

Šaćirović D., Bratić M. (2021): Motivational factors and satisfaction of foreign tourists visiting Belgrade as tourist destination according to their social and demographic characteristics; FEB-Fresenius Environmental Bulletin; vol.30; No.4; 4085-4093; ISSN:1018-4619; (M23) file:///C:/Users/user/Downloads/FEB_04A_2021_Pp_03963-04712.pdf

Таксативно навести називе радова, где и када су објављени. Прво навести најмање један рад објављен или прихваћен за објављивање у складу са *Правилима докторских студија Универзитета у Новом Саду* који је повезан са садржајем докторске дисертације. У случају радова прихваћених за објављивање, таксативно навести називе радова, где и када ће бити објављени и приложити потврду уредника часописа о томе.

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА:

Уз примену утврђене научне методологије и коришћење домаће и иностране научне литературе, кандидат је реализовао постављене циљеве и задатке истраживања. Као један од главних циљева докторске дисертације издваја се формирање и тестирање аналитичке скале, која даје могућност да се на најбољи могући начин добију одговори шта мотивише, а шта демотивише туристе да посете одређену мулти-атракцијску туристичку дестинацију, у овом случају Београд, Нови Сад и Ниш. У теоријском делу дисертације истакнуте су најзначајније теорије и студије на тему мотивације и демотивације у туризму, које су послужиле као увод и као основа за креирање аналитичке скале мотивације и демотивације за мулти-атракцијске дестинације. Помоћу **дескриптивне анализе** добијено је мноштво одговора о томе шта мотивише, а шта демотивише туристе да посете Београд, Нови Сад и Ниш, као и саме социо-демографске одлике туриста. Међутим, да би се добила комплетна слика и што кориснији резултати, урађена је и факторска анализа за валидирање скале, а затим су одрађене анализе сличности и разлика међу туристима у односу на њихове социо-демографске одлике (пол, старост, образовање, месечни приходи и порекло туриста) и на тај начин се добио одговор на постављене хипотезе, што представља и коначни и најбитнији део дисертације.

Прва хипотеза (*пол утиче на мотивацију при избору града као мултиатракцијеске дестинације*) је у **потпуности одбијена**. Ни по једном од пет изолованих фактора мотивације није било значајних разлика, што не даје могућност да се боље разуму разлике у потребама посетиоца у односу на пол, те овим нису потврђене тврдње Чена и Керстетера (Chen & Kerstetter, 1999), да мушкарце значајно више привлачи ноћни живот, ни Мотиата и Куина, као и Макгехи и сарадника (Mottiar & Kuinn, 2004; McGehee et al., 1996), који тврде да жене покрећу путовања и да је њима значајно битнији одмор и опуштање, што се у овом случају односи на изоловање факторе „социјални живот“ и „психо-физички“ одмор.

Значајних разлика у односу на пол, није било ни када су у питању ограничења, односно демотивација. Ни према једном од три изолована фактора ограничења није било значајних разлика, чиме се у **потпуности одбија друга хипотеза** (*пол туриста утиче на демотивацију при избору посете одређене мулти-атракцијеске дестинације*). У претходном делу текста изнета је тврдња Фрејсингера и Реја, као и Хендерсон и сарадника (Freysinger & Ray, 1994; Henderson et al., 1991), да жене имају више препрека од мушкараца када је реч о путовању, које се односе на породична, друштвена и физичка ограничења, која у овом случају припадају интерперсоналном и структуралном изолованом фактору, која у овом случају, такође, није потврђена. Овакви резултати се могу објаснити великим процентом младих испитаника, који имају мање наведених обавеза, и самим тим нема значајних разлика у односу на пол.

Трећа хипотеза односила се на разлике у мотивацији у односу на старост испитаника. Ни према једном од пет изолованих фактора мотивације нема значајних разлика у односу на

године старости, чиме се не **потврђује хипотеза број 3** (да старост утиче на мотивацију посете градским дестинацијама). Истраживачи Балоглу (Baloglu, S. 1997) и Кастенхолц са сарадницима и (Kastenholz, et al., 2005) урадили су више студија на ову тему, и дошли до закључка да је старијим туристима битнији одмор, док је млађим туристима битнија авантура и дружење. Једини резултат који се мало значајније разликује јесте код изолованог фактора „психо-физички одмор“ за старосну групу од 45 до 54 године, који су овај фактор оценили као значајнији, у односу на туристе који припадају осталим старосним групама. На основу добијених резултата, може се закључити, да нема значајних разлика ни према једном од изолованих фактора, чак ни код фактора „социјални живот“ и „психо-физички одмор“, чиме се хипотеза број три одбацује.

Четврта хипотеза (старост утиче на демотивацију туриста при посети одређене туристичке дестинације) такође се **одбацује** на основу резултата АНОВА, по којима **нема значајних разлика у односу на старост**.

Утицај образовања испитаника на пет изолованих фактора мотива истражен је коришћењем анализе варијансе. На основу резултата, увиђа се да значајне разлике не постоје ни за један од пет изолованих фактора. За разлику од истраживача (Zimmer et al., 1995; Sangpikul & Bathra. 2009; Gitelson, D. L, 1990), који су у својим студијама доказали да постоји значајна разлика у мотивацији туриста у односу на ниво образовања, добијеним резултатима **не потврђује се хипотеза број 5**, по којој *образовање утиче на мотивацију да се посети одређена градска дестинација*.

Као и код мотивације и код демотивације у односу на образовање ни по једном од три изолована фактора, не постоје значајне разлике између испитаника, чиме се **одбацује хипотеза број 6** да постоје значајне разлике међу испитаницима различитог нивоа образовања у односу на демотивацију посете градским дестинацијама. Ипак, оно што се из добијених резултата истраживања поклапа са тврдњама других истраживача на тему демотивације у туризму, јесте то да структурална ограничења представљају највећу препреку, са највишом просечном оценом (2,57) у односу на интерперсонална (2,09) и интраперсонална ограничења са најнижом просечном оценом (1,79).

На основу добијених резултата **одбацује се хипотеза број 7**, јер *нема значајних разлика између испитаника са различитим месечним примањима када је у питању мотивација посете градским дестинацијама*, ни по једном од пет изолованих фактора мотива. Оно што се може издвојити као значајан податак је то да изоловани фактор мотива „психо-физички одмор“ има највишу просечну оцену (3,33), што показује, да овај фактор највише подстиче туристе да путују. Са друге стране изоловани фактор „его и хедонизам“ је оцењен са најнижом просечном оценом, и самим тим најмање подстиче туристе да посете градске дестинације, у овом случају Београд, Нови Сад и Ниш.

За разлику од фактора мотива, значајне разлике међу испитаницима у односу на приходе изражене су код ограничења. „Интраперсонална ограничења“ ($p=0.005<0.01$) представљају значајно различиту баријеру између испитаника са различитим приходима. Испитаници са најнижим приходима су овај фактор оценили са најнижом оценом (1,59), за разлику од испитаника са вишим приходима (1.600-2.500 евра), који су дали највишу оцену (2,2). Иста ситуација се понавља и код интерперсоналних ограничења, наиме најнижу оцену (1,88) дали су испитаници са најнижим приходима, у односу на испитанике са приходима (1.600-2.500 евра), који су овај фактор оценили оценом (2,56). Из добијених резултата може се закључити да интраперсонална и интерперсонална ограничења представљају блажу препреку код испитаника са нижим приходима (углавном су то млади домаћи туристи) у односу на испитанике са вишим примањима. Међутим оно што је охрабрујуће је то да су укупне просечне оцене (1,79) и (2,09) ниске, и самим тим не представљају велику препреку за посету Београду, Новом Саду и Нишу. Овим резултатима се **потврђује хипотеза број осам**, по којој *постоје значајне разлике у демотивацији туриста при посети одређене градске дестинације*, и то свакако не треба занемарити, већ се адекватно прилагодити.

Девета хипотеза односила се на *разлике у мотивацији у односу на порекло туриста*. Од пет изолованих фактора мотива, значајна разлика везује се за два фактора. Први фактор је „психо-физички одмор“ чији резултати нам говоре да је овај фактор значајно битнији страним у односу на домаће испитанике, који посету Београду, Новом Саду или Нишу виде као прилику за психички и физички одмор, односно испуњење потребе за „новим искуством“, бегом од

свакодневице у средину другачије културе, за разлику од домаћих туриста, којима је овај фактор мање битан. Други фактор по коме се значајно разликују домаћи и страни испитаници јесте „квалитетна туристичка понуда” који је као изоловани фактор мотива значајно битнији домаћим, у односу на стране туристе, који дају предност другим вредностима, који су већ поменути. Добијеним резултатима показало се да постоје разлике у мотивацији у односу на порекло, самим тим је ова хипотеза **делимично потврђена**.

Последња, **десета хипотеза** а која се односи на *значајне разлике у демотивацији посете одређеној мулти-атракцијској дестинацији у односу на порекло* се **потврђује**. Када су у питању ограничења, два изолована фактора значајно се разликују између страних и домаћих туриста. Просечне оцене „Интраперсоналних ограничења”, указују на то да су финансије значајно већа препрека за стране у односу на домаће туристе. Као што је већ поменуто код мотива, „Интерперсонална ограничења” као фактор је битнији страним туристима, што се може довести у везу са већом удаљеношћу у односу на домаће туристе, који могу да сами лакше посећују домаће дестинације.

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА:

Кандидат је јасно и систематично уз помоћ текста, табела и графика приказо резултате истраживања и целокупног рада на дисертацији. Добијени резултати су јасно тумачени и прегледно приказани, уз одговарајућа образложења у тексту. На основу њих изведени су закључци који дају одговоре на постављене хипотезе, циљеве и задатке истраживања. Резултати рада су прецизно тумачени, научно оправдани и подржани бројним наводима литературе и изворима података. Предузете истраживачке активности, коришћене статистичке методе, анализа и интерпретација резултата, представљају одговарајућу научни инструментаријум. Подаци прикупљени током истраживања су статистички обрађени помоћу адекватних статистичких анализа. Наведена литература је савремена, обимна и релевантана за посматрану тему истраживања.

Напомена: докторска дисертација је прошла проверу оригиналности применом софтвер iThenticate која је показала да индекс сличности дисертације износи 15%, што указује да анализиран документ представља оригинални рад.

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 ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Експлицитно навести да ли дисертација јесте или није написана у складу са наведеним образложењем, као и да ли она садржи или не садржи све битне елементе. 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

Комисија сматра да је дисертација кандидата Демира С. Шаћировић написана у складу са образложењима написаним у пријави теме.

2. Да ли дисертација садржи све битне елементе

Дисертација садржи све битне елементе научног рада. Рађена је у складу са савременим истраживањима из области мотивације и демотивације туриста на примеру мулти-атракцијске дестинације.

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци?

Кандидат је користио методологију тестирану и прихваћену у међународној научној литератури, чиме је омогућено поређење добијених резултата са истим или сличним истраживањима у другим државама. Научни допринос истраживања дисертације огледа се у бољем разумевању значаја мотивације и демотивације туриста на примеру мулти-атракцијске дестинације. Статистички приступ фокусиран је на анализи латентног профила, како би се идентификовали хомогени подтипови туриста, када је реч о мотивацији и демотивацији при посети мулти-атракцијске дестинације. Дисертација ће моћи да се искористити и као теоријска основа за даља туристичка истраживања ове тематике на студијама других градова, насеља и туристичких атракција широм Србије. Добијени резултати могу бити полазна основа за израду туристичких стратегија поменутих градова у циљу повећања броја посетилаца. Ово истраживање обухвата широк спектар одговора, који ће бити корисни, и моћи ће да се употребе у пословању рецептивних туристичких агенција, хотела, ресторана, самосталних туристичких водича, као и самих туристичких организација ових градова. На крају, добиће се

јасан предлог и начин промовисања наших градова ван наше земље.

4. Који су недостаци дисертације и какав је њихов утицај на резултат истраживања?

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

X ПРЕДЛОГ:

На основу наведеног, комисија предлаже:

- а) да се докторска дисертација прихвати, а кандидату одобри одбрана;**
- б) да се докторска дисертација врати кандидату на дораду (да се допуни односно измени);
- в) да се докторска дисертација одбије.

Место и датум: 26.04.2022.

1. Снежана Бесермењи, редован професор

председник
2. Вујичић Мирослав, ванредни професор
-----, ментор
3. Пивац Татјана, редован професор
_____, члан
4. Братић Марија, ванредни професор
_____, члан

НАПОМЕНА: Члан комисије који не жели да потпише извештај јер се не слаже са мишљењем већине чланова комисије, дужан је да унесе у извештај образложење односно разлоге због којих не жели да потпише извештај и да исти потпише.