

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ
Мр Јелене Тасић

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ

1. Датум и орган који је именовео комисију

Дана 30.06.2016. на XV седници, Наставно-научно веће Природно-математичког факултета Универзитета у Новом Саду, именовало је комисију за оцену и одбрану докторске дисертације под насловом

“ЕНОГАСТРОНОМСКИТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОД РУРАЛНОГ ПОДРУЧЈАШУМАДИЈЕ И ЊЕГОВ УТИЦАЈ НА ЗАДОВОЉСТВО ТУРИСТА”

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:

др Кристина Кошић, ванредни професор, ужа научна област: Туризам, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, 29.10.2014. ПМФ-а у Новом Саду, председник комисије

др Ивана Блешић, ванредни професор, ужа научна област: Хотелијерство, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, 25.6.2015., члан комисије

др Бојана Калењук, доцент, ужа научна област: Гастрономија, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, 1.10.2014., члан комисије

др Светислав Миленковић, редовни професор, ужа научна област: Општа економија и привредни развој, 2007., Економски факултет у Крагујевцу, члан комисије

др Татјана Пивац, ванредни професор, ужа научна област: Туризам, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, 29.10.2014., ментор

II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

- 1. Име, име једног родитеља, презиме:*
Јелена, Миливоје, Тасић

2. *Датум рођења, општина, држава:*
22.03.1975. године, Крагујевац, Република Србија
3. *Назив факултета, назив студијског програма дипломских академских студија – мастер и стечени стручни назив:*
/
4. *Година уписа на докторске студије и назив студијског програма докторских студија:*
/
5. *Назив факултета, назив магистарске тезе, научна област и датум одбране:*
Економски факултет, Вишенаменска валоризација шумских ресурса Србије са посебним освртом на подручје Горње Ресаве, “ Ресурси, 13.09.2010.
6. *Научна област из које је стечено академско звање магистра наука:*
Ресурси

III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

“ЕНОГАСТРОНОМСКИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОД РУРАЛНОГ ПОДРУЧЈА ШУМАДИЈЕ И ЊЕГОВ УТИЦАЈ НА ЗАДОВОЉСТВО ТУРИСТА”

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Дисертација је написана на српском језику, ћириличним писмом на 211 страна, са укупно 55 табелом, 9 графикана, 16 слика и 1 прилогом. Испред основног дела текста, у раду су дати: наслов рада, увод списак табела, графикана, слика и садржај рада. Дисертација садржи све потребне делове истраживачког рада, који су подељени на 17 поглавља:

1. УВОД (5-8стр.) садржи предмет, циљеве и задатке рада, затим хипотезе и концепт истраживања.
2. ПРЕГЛЕД ЛИТЕРАТУРЕ (8-10стр.) садржи објашњење кључних појмова неопходних за разумевање истраживања и рада у целини. Дефинисане су појмовне одреднице еногастрономског туризма кроз приказ ресурса, врсте и типологију туриста вина и хране у еногастрономском туризму. Вино, храна и туризам представљају основне елементе производа винског туризма и пружају пакет аранжман животног стила који вински туристи желе да доживе (Carlsen & Charters, 2006). Као последица тога појављује се велики број студија из перспективе потрошача и индустрије које проучавају доживљаје винског туризма помоћу унапред одређених променљивих, елемената, фактора, компонената или атрибута — и то не само у Аустралији и Новом Зеланду већ широм света (Pan, Su, & Chiang, 2008; Loubser, 2004; Tassiopoulos & Haydam, 2006; Presenza et al, 2010, Alonso et al, 2012; Mitchell et al, 2012). На основу дате литературе, слично истраживање се може спровести на простору Шумадије, како би се постигао жељени циљ рада, уз сагласност или делимично одступање од владајућих ставова и схватања у литератури у овом подручју истраживања. Последњи део овог поглавља садржи основне појмове и претходна истраживања о жељама и задовољству туриста, њиховој мотивацији приликом посете винаријама и винским подручјима Шумадије.
3. КАРАКТЕРИСТИКЕ ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА У СВЕТУ (10-28 стр.) Храна и пиће представљају саставни део културе сваке земље. У питању су велике светске кухиње (америчка, француска, италијанска). Када је реч о земљама Старог света, може

се рећи да је због природне изолације, географски положај Аустралије крајње неповољан. Еногастрономски туризам је веома развијен у земљама Европе и света. Највише је развијен у Француској, Италији, Шпанији, Немачкој, Аустралији, Новом Зеланду, Аргентини, Чилеу и итд. Све ове земље имају карактеристичне винске регије и богату гастрономску кухињу.

4. ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКИ ПОЛОЖАЈ И ЊЕГОВ УТИЦАЈ НА РАЗВОЈ

ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА У ШУМАДИЈИ(28-30стр.) Ово поглавље указује на природне и еколошке факторе који утичу на развој и опстанак винове лозе. Шумадија има повољне услове за развој еногастрономског туризма. Она се налази у срцу Србије. Захваљујући бројним винаријама Шумадија заузима завидно место на винској мапи. Шумадијски рејон обухвата делове Централне Србије, јужно од Саве и Дунава, у сливовима реке Колубаре, Велике Мораве и Млаве. Погодна клима и састав земљишта, погодну узгоју аутохтоних сорти: Прокупац, Вранац и Смедеревка. Шумадија има богату гастрономску понуду, као и одличну понуду вина.

5. УТИЦАЈ ПРИРОДНИХ УСЛОВА НА РАЗВОЈ ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА У ШУМАДИЈИ(30-42стр.) Шумадија пружа повољне услове за развој еногастрономског туризма. Клима изузетно утиче на избор сортимената и на начин гајења винове лозе. Винова лоза се често гаји на скелетним земљиштима, која се карактеришу већим садржајем крупних честица.

6. ДРУШТВЕНО-ЕКОНОМСКИ УСЛОВИ ЗА РАЗВОЈ ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА(42-51стр.) Ово поглавље анализира српско и европско тржиште у производњи и потрошњи вина. Када посматрамо српско тржиште, може се рећи да је извоз вина у 2013. години износио 11,3 милиона евра и смањен је 9% у односу на 2012. годину. У 2013. години су Србију према вредности извоза претекли Румунија и Естонија, па је Србија била на 42. месту у свету према вредности извоза. Најбоље је рангирана Македонија, затим Црна Гора док су мању вредност извоза од Србије имали Хрватска, Словенија и Босна и Херцеговина. Највећи произвођач грозђа и вина у свету је Европска унија, која има извесних проблема са вишком вина, услед чега је покренута реформа. У последње две деценије запажа се изузетна експанзија производње грозђа и вина у тзв. земљама „Новог света“, као што су Аргентина, Чиле, САД (Калифорнија), Аустралија, Африка. За Србију, највећи конкурент по питању производње вина у региону је Македонија, која има компаративне предности у производњи грозђа и вина у односу на Србију, у смислу повољнијих агроклиматских услова, јефтине радне снаге, конкурентније цене грозђа и вина и др.

7. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ ВИНОГРАДАРСТВА У ШУМАДИЈИ(51-67стр.) У овом поглављу поред општих карактеристика виноградарства у Србији, издваја се и Шумадијско-вински рејон који у свом саставу обухвата 4 виногорја: крњевачко, опленачко, рачанско и крагујевачко. Виногради су углавном посађени на врховима благо заобљених брда на надморској висини 100-200 m. Од познатих произвођача овог рејона издвајамо: Крњево (Радовановић), Врбица (Аранђеловац), Александровић (Топола) и итд. Површине под виновом лозом заузимају преко 500 хектара. Географски положај овог рејона пружа повољне услове за развој винове лозе. Постоји једна занимљивост и та да је у Србији је 1955. године било око 135.000 хектара винограда, да би 2007. године тај број рапидно пао на 60.000 хектара. До такве производње дошло се због лоших тржишних услова, нејасног обележавања вина, непостојања недовољно савремених машина, недовољне промоције, дугогодишње производње вина ниског квалитета, неадекватне законске регулативе и итд.

8. ГАСТРОНОМИЈА КАО ПОКРЕТАЧКА СНАГА РАЗВОЈА ТУРИЗМА(67-83стр.) Свака дестинација има своје карактеристике и посебне обичаје на којој се базира национална кухиња и гастрономски специјалитети, који исто тако одржавају дух неког краја, тј. руралног подручја. Рурални туризам у нашој земљи посебно је развијен на породичним

газдинствима (етно-куће, етно-села), са циљем да се привуче пажња домаћих и страних туриста богатством гастрономских специјалитета (сир, кајмак, пршута, пројаница, купус), као и бројним старим и очуваним занатима и туристичким сувенирима. Манифестације имају мултифункционални карактер, повећавају промет и повећавају запосленост становништва

9. ОСНОВЕ РАЗВОЈА ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА У СРБИЈИ(83-97 стр.) односе се на кадрове и саобраћајну инфраструктуру које представљају битне факторе за развој еногастрономског туризма Шумадије. Свака је земља карактеристична по националној кухињи и гастрономским специјалитетима(Аустрија-бечка шницла, Словенија –крањска кобасица, Пољска-зурек, Италија-пица, Русија-Боршч и итд. Кластери су исто тако важан фактор туризма. Путем кластера има се за циљ да се повећа принос, квалитет услуге, едукација кадрова, запосленост, и развој еногастрономског туризма Шумадије. Неопходна је и већа подршка државе у реализацији циљева еногастрономије Шумадије.

10. МАРКЕТИНГ МИКС ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА(97-111стр). Основни елементимаркетинг микса су: производ, цена,дистрибуција и промоција. Тржиште је место сучељавања понуде и тражње.Цена се одређује у зависности од понуде и тражње на тржишту. Спроведена су била бројна истраживања у вези цене вина где су се туристи при његовој дегустацији углавном одређивали за оно вино које је било најскупље. Оно је имало висок квалитет.Промоција има огромну улогу у продаји вина.Ураду су наведене бројне винарије Шумадије са својим инструментима маркетинг микса. Интернет у промоцији представља најсавременији облик продаје.

11.МЕТОДЕ ИСТРАЖИВАЊА(111-122стр.) обухвата приказ и анализу методолошких приступа који су коришћени приликом израде дисертације. Представљени су место, време, ток истраживања и начин одређивањаузорка. На крају поглавља појашњени су коришћени инструменти и примењене статистичке методе истраживања. Да би докторска дисертација имала своју оригиналну научну потврду коришћене су у радусве методе друштвено-хуманистичких наука полазећи од: индукције, дедукције, математичко-статистичке методе, као и: FAS,PESTEL, TOWS и SWOT.

12.БУДУЋИ ПРАВЦИ РАЗВОЈА ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА У ДОКУМЕНТИМА ЕКОНОМСКЕ ПОЛИТИКЕ СРБИЈЕ(122-129стр.)Садашње стање и трендови у еногастрономском туризму Шумадије нису задовољавајући, због недовољне информисаности о еногастрономским дестинацијама и винској култури, неадекватне саобраћајне инфраструктуре, недостатка финансијских средстава, слабих улагања у машине и опрему. Циљеви развоја еногастрономског туризма би требали бити:

1. Развој винског туризма утемељен на аутохтоним сортама винове лозе,
2. Боља заштита животне средине ради опстанка и развоја виноградарства и винарства,
3. Повезаност светске енологије са домаћом производњом шумадијских вина,
4. Стварање квалитетнијег живота у руралној средини и
5. Стварање јасније слике о шумадијском бренду.

Србија мора имати прецизно дефинисан туристички бренд, који ће имати за циљ да привуче још више туриста. Реч је, пре свега, о квалитетном вину, добрим гастрономски специјалитетима, одличним угоститељско-смештајним капацитетима, организовано и богатом туристичком програму туристичке организације који укључујевинске путеве,тј. посете винаријама и винским подрумима,обилазак винограда уз пратњу туристичког водича. Све претходно наведено може позитивно утицати на долазак туриста у Србију.

13. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА(129-159стр). У овом поглављу представљени су резултати истраживања који су произашли из постављених хипотеза. У оквиру израде рада и провере датих хипотеза, спроведено је емпиријско истраживање о утицају развоја туризма у еногастрономској дестинацији Шумадије, услед чега се дошло до врло

релевантних информација о томе какве су жеље, мотиви и задовољство домаћих и страних туриста, о стању и потенцијалима наших винарија

14. ПРЕПОРУКЕ ЗА ДАЉИ РАЗВОЈ ЕНОГАСТРОНОМСКОГ ТУРИЗМА ШУМАДИЈЕ (159-175 стр). Препоруке су обухватиле преглед свих недостатака који су уочени приликом теоријског и теренског истраживања. Скренута је пажња на актуелне проблеме и изложене су идеје и предлози за могуће побољшање еногастрономске понуде и њено укључивање у туристичку понуду Шумадије.

15. ЗАКЉУЧАК (175-177 стр.) обухвата сумиране резултате истраживања, ограничења и предлоге за будућа истраживања.

16. ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА (177-180 стр.) садржи домаће и стране библиографске јединице као и Интернет изворе.

17. ПРИЛОЗИ (180-193 стр.) садрже инструменте за прикупљање података (упитник о еногастрономској понуди, упитници намењени посетиоцима и запосленима у винаријама Шумадије).

Дисертација садржи и биографију аутора и кључну документацијску информацију.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Увод је написан тако да јасно указује на значај, актуелност и важност изучаване проблематике. Представљене су хипотезе и потхипотезе, предмет, задатак и циљ истраживања, као и методе истраживања.

У теоријском делу дисертације су кроз неколико целина изнети савремени и корисни подаци, дефиниције, теорије и досадашња истраживања из области еногастрономског туризма, мотивације туриста и њихови доживљаји приликом посете винаријама Шумадије.

У методолошком делу дисертације детаљно су приказани и анализирани методолошки приступи који су коришћени за потребе израде дисертације. Објашњени су место, време и ток истраживања, затим употреба упитника и на крају су објашњене појединачне статистичке методе, које су коришћене за добијање резултата истраживања.

Резултати рада су представљени тако, да је дат је увид у перцепцију посетилаца приликом посете винаријама и навике посећивања винаријама од стране испитаника. Овде су представљени резултати добијени статистичким методама, који су се тицали перцепције посетилаца о еногастрономској понуди. Овде је разматранутицај еногастрономског туризма на задовољство и мотивисаност туриста приликом посете винаријама и винским подручјима Шумадије.

У оквиру овог поглавља јасно је назначено прихватање или одбацивање полазних хипотеза.

Закључак је утемељен на резултатима истраживања и полазним хипотезама. Изнети су основни резултати рада, потврђене су или одбачене полазне хипотезе чиме су реализовани постављени циљеви и задаци дисертације.

Литература и извори података обухватају домаће и стране библиографске јединице које су критички одабране у складу са темом дисертације, а које су релевантне и актуелне.

Комисија је позитивно оценила све делове докторске дисертације.

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

Јелена Тасић има у својој досадашњој научној продукцији има 5 објављених радова .

Радови који су објављени на основу резултата истраживања у оквиру рада на дисертацији су:

1. Миленковић, С., **Тасић, Ј.** (2011): Конкурентске предности туристичке валоризације шума Србије, 6. Међународни симпозијум о ловству и одрживом коришћењу

- биодиверзитета, Жагубица, Ловачки савез Србије, стр.292-310.
2. Миленковић, С., **Тасић, Ј.**(2013):Органска храна као перспективни производ Србије, Економске теме, vol. 51 (2), Економски факултет, Универзитет у Нишу, Ниш, стр. 411-424.
 3. **Тасић, Ј.**(2012):Основе развоја туризма у руралним просторима Шумадије, Зборник радова:Први стручни скуп о руралном туризму и одрживом развоју (I), Крагујевац, стр. 66-75.
 4. Миленковић, С., **Тасић, Ј.**, Живковић, Б.(2012.), Шуме Горње Ресаве и њихов економски и ловно туристички значај, Зборник радова: Научни скуп ловства и ловног туризма са међународним учешћем, Жагубица, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Универзитет у Новом Саду, Нови Сад, Ловачко удружење “Јован Шербановић“ Жагубица, 201., стр. 221-239.
 5. **Tasic, J.** (2014):*Economic and spatial valorization of forests resources in Serbia*, International Conference "ECOLOGICAL TRUTH" Eco-Ist'14, University of Belgrade – Technical Faculty in Bor, Bor, str. 492-503.

На основу правилника докторских студија Универзитета у Новом Саду, комисија констатује да кандидат испуњава услове за одбрану докторске дисертације.

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Добијени резултати дисертације потврдили су већину претпоставки. На основу емпиријског истраживања долази се до следећих недостатака и могућности за развој и експлоатацију еногастрономског туризма Шумадије. Основни недостаци који су довели до оваквих показатеља су:

- веома ниско знање о еногастрономском туризму,
- коришћење страних израза за тај облик туризма, што је многим људима у Шумадији непознаница. Због тога и појам еногастрономски туризам у Шумадији није разумљив, те се предлаже да се зове туризам хране и вина, који ће сваком потенцијалном учеснику у развоју тог туризма омогућити боље разумевање.
- да се избегне метод угледања на најразвијеније земље света. Тај облик туризма требало би да се развија и користи у складу са нашом традицијом, наслеђеном баштином, нашим различитим етно -идентитетима, аутентичношћу демографских простора, а Шумадија припада посебном изворном простору бујне шумске вегетације у прошлости. Због тога би требало добро проучити и коришћење шумских плодова и зачинског биља за производњу типичне хране за туристе. Из истих разлога Шумадија са својим лековитим биљем и корисним травама као и виноградарским подручјима може да развије још бољи Бермет од подручја Сремских Карловаца, јер има већи број сунчаних дана у години, што је један од базних ресурса за квалитетно вино,
- Лоша инфра и супраструктура, како урбана, тако и рурално виноградарска, успорава токове свих елемената развоја и коришћења еногастрономског туризма Шумадије,
- Менаџмент у туризму Шумадије је на најнижем нивоу развоја, па самим тим и управљање еногастрономским туризмом и стварањем одговарајућих дестинација је претежно хаотично и стихијско,
- неодговарајући кадрови који доносе одлуке у локалним самоуправама, такође су једна од сметњи развоја еногастрономског туризма Шумадије,
- неразумевање државе за потребе и могућности развоја еногастрономског туризма у Шумадији, и недостатак финансијских и других подстицајних средстава организацијама како у земљи, тако и у иностранству.

Резултати изложени у складу са задацима истраживања су следећи:.

Прва хипотеза је гласила: Ставови туриста утичу на развој еногастрономског туризма Шумадије. Када се говори о особинама испитаника, неке особине значајно утичу на став испитаника о развијености еногастрономског туризма на територији Шумадије. Ту се пре свега мисли на године испитаника и њихов ниво образовања. Млађи испитаници имају боље мишљење о развијености ове гране туризма, али су они углавном нижег образовања, у просеку са завршеном средњом школом. Старији испитаници, са друге стране, не гледају благонаклоно на развијеност ове туристичке дисциплине и то су углавном високо образовани учесници анкета. Требало би истаћи да мишљење испитаника о развијености еногастрономског туризма никако не зависи од њиховог пола. Што се тиче ставова испитаника о неопходности ресурса, постоји значајна разлика у овим оценама код испитаника у групама које сматрају, односно не сматрају еногастрономски туризам развијеним. Наиме, испитаници који негирају развијеност еногастрономског туризма, оцењују значај ресурса много већом оценом. Како су ресурси запостављени и неразвијени, то се код ових испитаника ствара осећај да је нужно таква ситуација и у еногастрономском туризму. Са друге стране, испитаници који потврђују развијеност еногастрономског туризма, не дају толико значајну улогу ресурсима. Они учачавају друге елементе као неопходне, претежно разне врсте манифестација, чији је број у порасту. Ово доводи до појаве става да је у Србији еногастрономски туризам ипак развијен. На овај начин потврђујем хипотезу Х1 из рада, која показује флукуације и стабилност еногастрономског туризма Шумадије.

Друга хипотеза се односила на следеће: Туристи су задовољни понудом еногастрономских активности. Хипотеза Х2 се, у најбољем случају само делимично може прихватити. Евидентно је да се највећи број туриста изјаснио да је еногастрономска понуда само делимично задовољила њихове апетите, мада има и оних који су видно незадовољни понудом. Све ово наводи на закључак да је у еногастрономији потребно још доста улагања у садржаје, али и анализирати који би то нови садржаји додатно привукли туристе.

Прва потхипотеза је гласила: Природни и антропогени ресурси су значајни за еногастрономски туризам. Основна анализа еногастрономских туриста показује да су то у глобалу испитаници млађег и средњег животног доба. Такође, уочљиво је да интересовање за еногастрономски туризам опада са повећањем броја година. Интересовање је највеће у групи до 35 година, затим оно нешто опада у групи до 55 година, да би у групи испитаника преко 55 година то интересовање престало да постоји. Интересовање старосне групе до 35 година живота се повећава због тога, што је та група у најбољем активном, тј. радно-способном добу. То значи да је у њој циљ економско-профитабилан успех еногастрономског туризма. Она група која је у старосном добу од 35 година па навише, објашњава се тиме да она није нашла одговарајући радни статус и економску сигурност егзистенције. Такође, приметно је да еногастрономски туристи знатно мањом оценом оцењују неопходност природних ресурса за развој овог вида туризма. Стога можемо закључити да су природни ресурси прецењена категорија, на којој се без разлога потенцира у стварању планова развоја туризма уопште. Ипак, еногастрономски туристи су значајно вишом оценом оценили став да би управо вински туризам, стварање имиџа шумадијских вина и гастрономски специјалитети требало бити циљ развоја еногастрономског туризма. Домаће и стране туристе требало би укључити у бројне туристичке активности: домаће радиности, туристички сувенири, стари занати и итд.

Друга потхипотеза се односила на следеће: Дегустација вина и хране су најдоминантнији мотиви приликом посете винским подрумима. Дошло се до сазнања да је уочена јака веза између става испитаника о томе да ли себе сматрају еногастрономским туристима и мотива за посете винским подрумима. Истраживање потврђује да постоји статистички значајна разлика у пропорцијама еногастрономских туриста по различитим мотивима посете винским подрумима. Еногастрономски туристи у највећем броју бирају дегустацију вина и хране као мотив. Са друге стране, дегустатори су углавном лоцирани у

прве две старосне групе, а то су управо оне групе које себе виде као еногастрономске туристе. Ипак, треба напоменути да су дегустатори вина и хране ипак перманентно смештени у групи до 35 година, док је међу испитаницима до 55 година примарни мотив одмор и разонода.

Трећа потхипотеза се односила на то да се утврди да ли еногастрономији зависи од пола, и образовања еногастрономских туриста. Хипотеза се може делимично прихватити. Пол испитаника у опште не утиче на одлуку испитаника о упражњавању еногастрономског туризма. Са друге стране, образовање утиче на ову одлуку, али у негативном смислу. Еногастрономски туристи се карактеришу јако ниским нивоом образовања, а њихова медијана $M_2=2$ нам говори да су то углавном особе са завршеном средњом школом. Код опонената еногастрономије медијана износи $M_1=4$, што сугерише да је реч о испитаницима са завршеним факултетом.

Четврта потхипотеза: Материјални елементи су најзначајнији за задовољство туристе Шумадије. Хипотеза се може прихватити. Јака веза између става испитаника о томе да ли себе сматрају еногастрономским туристима и утисака који су доминантни при посети еногастрономским дестинацијама проузрокована је пре свега чињеницом да су еногастрономски туристи махом привучени материјалним елементима. Ипак, нису сви испитаници на које материјални елементи остављају најјачи утисак поборници еногастрономије. Један број испитаника је одговарајуће материјалне елементе пронашао у другим врстама туризма.

Трећа хипотеза је била да се утврди да ли је еногастрономија циљ руралног туризма Шумадије. Хипотеза може бити прихваћена, али уз одговарајућа ограничења. Постоји јака веза између година испитаника и њиховог става о потенцијалима еногастрономије. Испитаници који су млађи од 55 година махом тврде да би еногастрономија требало бити циљ туризма у Шумадији. Ипак, то није случај међу старијим испитаницима, који потенцијале виде у другим облицима развоја. Интересантна је појава да особе које гаје оптимистичан став о потенцијалима еногастрономије не виде ресурсе као незаобилазни фактор у развоју исте, верујући да радом и креативношћу могуће је заобићи недостатак било које препреке. Они који су песимисти у погледу еногастрономије, дају висок значај готово свим наведеним ресурсима, и на тај начин смањују драстично број опција који задовољавају њихове стандарде. Дакле, еногастрономија може бити носилац развоја туризма у Шумадији, али би требало водити рачуна о избору персонала који ће бити носилац тог развоја.

Прва потхипотеза: Гостољубивост локалног становништва је неопходна за развој еногастрономског и руралног туризма Шумадије. Ова хипотеза не може бити прихваћена. Наиме, иако је уочена веома јака веза између става о могућностима еногастрономије и става о факторима који привлаче туристе, гостољубивост није одговарајући носилац те везе. Гостољубивост није препозната као примарни фактор у групи која има позитиван став о могућностима еногастрономије, односно у групи која је означена као потенцијални носилац развоја еногастрономског туризма. Као примарни фактори препознају се еногастрономске манифестације и аутохтоне врсте лозе. Са друге стране, гостољубивост је препозната као примарни фактор код највећег броја најстаријих испитаника, али они, као што је раније потврђено, имају негативан став према еногастрономским потенцијалима. Ова појава може се тумачити као наслеђе неких ранијих времена када се, услед недостатака одговарајућих манифестација, много више пажње поклањало гостољубивости.

Друга и трећа потхипотеза је била да се утврди да ли се најпрофитабилније улагање новца за развој еногастрономског туризма налази у производњи здраве хране или изградњи етно села. Хипотезе се у глобалу могу прихватити. Уочљиве су статистички значајне везе између става о могућностима еногастрономије и става о инвестиционом улагању, односно допунском бизнису. Како се претпоставља да новац неће улагати они који песимистички гледају на могућности еногастрономије, важно је уочити стање ствари у групи која о

поменути могућностима има супротан став. Међу испитаницима који имају позитивно виђење, изградња етно објеката ипак представља примарну опцију када су у питању инвестициона улагања, док се производња и продаја хране и вина ипак посматра као најпрофитабилнији вид додатног бизниса.

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

Кандидаткиња је јасно и систематично уз помоћ текста, табела и графика приказала 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 релевантним наводима литературе и изворима података. Предузете истраживачке активности, коришћене статистичке методе, анализа и интерпретација резултата, представљају одговарајући научни скуп инструмената помоћу кога су приказане карактеристике еногастрономског туризма, перцепције и ставови туриста и запослењих у туристичким агенцијама и винаријама.

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:

1. Да ли је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме?

Комисија сматра да је дисертација кандидаткиње Јелена Тасић, 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 еногастрономског туризма, мотивације и задовољства посетилаца винаријама Шумадије и као таква представља оригиналан научни допринос у области изучавања еногастрономског туризма.

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци?

Дисертација је оригиналан допринос науци првенствено због теоријског и практичног значаја истраживачких питања на које одговара. Научни допринос се огледа у проширењу сазнања у вези са мотивима и задовољством посетилаца винаријама Шумадије. Познавање перцепција и преференција посетилаца је од великог значаја за промоцију еногастрономске понуде Шумадије. С друге стране кроз конструктивне предлоге и примедбе, кандидаткиња је имала за циљ да сугерише и мотивише покретање промена које би омогућиле менаџменту еногастрономије да побољша ниво квалитета услуга односно да омогуће посетиоцима најбоље могуће искуство. Остали субјекти који имају корист од развоја еногастрономског туризма ће добити научно релевантне податке, који могу помоћи у креирању одлука о усмеравању развоја овог вида туризма у Србији.

4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања?

Увидом у докторску дисертацију нису уочени недостаци, који су утицали на резултате истраживања и закључке рада.

X ПРЕДЛОГ:

На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:

Комисија једногласно предлаже да се докторска дисертација Јелене М.Тасић под називом „ЕНОГАСТРОНОМСКИ ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОД РУРАЛНОГ ПОДРУЧЈА ШУМАДИЈЕ И ЊЕГОВ УТИЦАЈ НА ЗАДОВОЉСТВО ТУРИСТА” може прихватити, а кандидату да се одобри одбрана.

У Новом Саду, 25.07.2016.

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ:

др Кристина Кошић,
ванредни професор, ПМФ-а у Новом Саду-председник

др Татјана Пивац,
ванредни професор, ПМФ-а у Новом Саду -ментор

др Ивана Блешкић,
ванредни професор, ПМФ-а у Новом Саду-члан

др Бојана Калењук,
доцент, ПМФ-а у Новом Саду-члан

др Светислав Миленковић,
редовни професор,
Економски Факултет у Крагујевцу-члан