

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ У СУБОТИЦИ

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ  
-обавезна садржина- свака рубрика мора бити попуњена

( , )

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ	
1.	
28.01.2016. године, Наставно научно веће Економског факултета у Суботици	
2.	
1. Проф. др Јелена Кончар,	, 11. 03. 1999.
2. Проф. др Александар Грубор,	, 28.03.2013.
3. Проф. др Стипе Ловрета,	, 31.10.1990.
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ	
1.	
Соња (Радован) Лековић	
2.	
23.02.1984.,	
3.	6
4.	
2010. ( : )	
5.	
6.	:-
III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:	
„ЕЛЕКТРОНСКА МАЛОПРОДАЈА У ФУНКЦИЈИ РАЗВОЈА НОВИХ КАНАЛА МАРКЕТИНГА У ЗЕМЉАМА ДУНАВСКОГ РЕГИОНА“	

ЕРТАЦИЈЕ:

Соње Лековић, MSc. „Електронска малопродаја у  
функцији развоја нових канала маркетинга у земљама Дунавског региона“,  
283 41 , 124 е 5 280  
web

УВОД ( 4. 12. )

**I. САВРЕМЕНИ ТРЕНДОВИ У МАЛОПРОДАЈНИМ ИНСТИТУЦИЈАМА КАНАЛА  
МАРКЕТИНГА ( 13. 37. )**

- 1.
- 2.
- 3.

**II. ЕЛЕКТРОНСКА МАЛОПРОДАЈА И ОСТАЛИ ОБЛИЦИ МАЛОПРОДАЈЕ БЕЗ  
ФИКСНЕ ЛОКАЦИЈЕ ( 38. 59. )**

- 1.
- 2.
- 3.

**III. ИДЕНТИФИКАЦИЈА И РАЗУМЕВАЊЕ ПОТРОШАЧА У ЕЛЕКТРОНСКОЈ  
МАЛОПРОДАЈИ ( 60. 107. )**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

**IV. УСЛОВИ ПРИМЕНЕ ЕЛЕКТРОНСКЕ МАЛОПРОДАЈЕ У СВЕТУ ( 108. 141.  
)**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

- 4.1.
- 4.2.
- 4.3.

- 5.
- 6.
- 7.

( )

( )

**V. КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА ЕЛЕКТРОНСКЕ МАЛОПРОДАЈЕ У ЗЕМЉАМА  
ДУНАВСКОГ РЕГИОНА ( 142. 200. )**

1.
  - 1.1.
  - 1.2.
  - 1.3.

- 1.7.
- 1.8.
- 1.9.
- 2.
- 2.1.
- 2.2.
- 2.3.
- 2.4.
- 2.5.
- 3.

**VI. ЕМПИРИЈСКО ИСТРАЖИВАЊЕ ЕЛЕКТРОНСКЕ МАЛОПРОДАЈЕ У ФУНКЦИЈИ  
РАЗВОЈА НОВИХ КАНАЛА МАРКЕТИНГА У ЗЕМЉАМА ДУНАВСКОГ РЕГИОНА  
( 201. 247. )**

- 1.
- 2.
- 2.1.
- 2.2.
- 3.
- 4.
- 5.

**ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА ( 248. 255. )**

**ЛИТЕРАТУРА ( 256. 269. )**

**ПРЕГЛЕД ТАБЕЛА И СЛИКА ( 270. 275. )**

**ПРИЛОЗИ ( 276. 283. )**

Web-

š õ

je

H0: Електронска малопродаја узрокује развој нових конкурентских и економско ефикасних канала маркетинга и миграцију потрошача из једног канала у други и између малопродаваца у земљама Дунавског региона.

H1: Развијеност електронске малопродаје, као новог канала маркетинга, разликује се у земљама Дунавског региона.

H2: Степен развоја електронске малопродаје у земљама Дунавског региона, неискоришћених потенцијала на страни тражње и понуде, имаће утицај на развој примене електронске малопродаје и уједначавање развоја малопродајног сектора у земљама Дунавског региона.

H3: Компаративне предности које потрошач идентификује и због којих се опредељује за електронску малопродају утичу на појаву миграције потрошача из једног канала у други у земљама Дунавског региона.

H4: Компаративне предности које потрошач идентификује и због којих се опредељује за

иву миграције потрошача између малопродаваца у земљама

производа за које потрошач користи Интернет да би се информисао о производима и донео одлуку о куповини, али куповину обавља у малопродајном објекту малопродавца, од оних које купују електронски у земљама Дунавског региона.

Нб: Могуће је идентификовати карактеристике потрошача који користе Интернет да би се информисали о производу (и доносе одлуку о куповини), али куповину обављају у малопродајном објекту малопродавца, од оних који купују електронски у земљама Дунавског региона.

У првом поглављу

Другим поглављем

У трећем поглављу

у четвртом поглављу

a  
Web-

петом поглављу

Шесто поглавље

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

ISI

01. 2012.

- ., **Лековић С.** (2015). §  
*Анали Економског факултета у Суботици*, Vol. 51, 33/2015, :  
. 360-371. **(M51)**
- Kon ar J., **Leković S.** (2015). "The Impact Of Multichannel Approach On Mobile Commerce Development In The Republic Of Serbia", 3<sup>rd</sup> International Conference on Contemporary Marketing Issues ICCMI 2015 - Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki (ATEI) - Greece; Kingston University London, Kingston Business School – UK, London, United Kingdom, 30<sup>th</sup> June - 3<sup>rd</sup> July 2015, pp. 361-365. **(M33)**
- ., **Лековић С.** (2014). §  
џ, *Анали Економског факултета у Суботици*, Vol. 50, 32/2014, :  
. 141-152. **(M51)**
- Vukmirovi G., **Leković S.** (2014). "Strategic Positioning Of Retailers On The Web In The Republic Of Serbia", Trade Perspectives 2014 ó People, technology, knowledge, Proceeding of the International Scientific Conference, 19-20<sup>th</sup> November 2014, Zagreb, Croatia, Faculty of Economics in Zagreb, pp. 298-307. **(M33)**
- ., **Лековић С.** (2013). §  
џ, *Анали Економског факултета у Суботици*, Vol. 49, 29/2013, :  
. 407-419. **(M51)**
- Kon ar J., Petrovi Katai Z., **Leković S.** (2012). "Strategy and Implementation of B2C Electronic Commerce as Functions of Serbian Economy Competitiveness", Proceedings of the 20th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe, 6-8<sup>th</sup> December, 2012, DePaul University of Chicaco College of Commerce, Vean University of Economics and Business, pp. 179-188. **(M33)**
- Лековић С.** (2010). §  
*Анали Економског факултета у Суботици*, Vol. 46, 24/2010, :  
. 249-454. **(M52)**

## РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

0

(H1)

првог циља истраживања

: )

ó

; )

ó

; )

ó

ПОТВРЂЕНА

H1.

(H2),

ДЕЛИМИЧНО ПОТВРЂЕНА

H2

другог циља истраживања

õ

Трећим циљем

§

трећег истраживачког

			(10%),		(80%).
Ma	,				
		(28.57%),		(100%).	
	<i>четвртог циља</i>				
	,				
				š	õ
	,				
			C&C.		
	,				
				š	õ
			<i>петог циља истраживања.</i>		
	š	õ			
			<i>шестог циља истраживања</i>		
š	õ				
(24.66%),		(21.92%)	(19.18%).		
	š	õ	(22.73%),		
(20.45%),		(13.64%)		(11.36%).	(22.73%),
	š	õ		(13.64%)	
	(11.36%).	(20.45%),			
	(12.90%)	(32.26%),		(12.90%),	
	(12.90%)	(12.90%).			
	<i>циља седам</i>				
	,				
	:	(49.5%),	(46.7%),	(49.1%),	(45.91%),
(44.89%)		(44.39%).			
		<i>H3</i>			
	(				
,	,	)	/	,	,
,	,	)		:	
				?	



ПОТВРЂУЈЕ НЗ. ДЕЛИМИЧНО

Н4.  
50  
50%

ПОТВРЂУЈЕ Н4.  
Н5  
(72.73%) (55.34%). (62.00%),

ПОТВРЂУЈЕ Н5.  
Осим циљем истраживања

деветог циља истраживања),  
Н6.  
62,6%, ( 15 34 80.8%, 75,6%, 61,5%, )

ПОТВРЂУЈЕ Н6.

(š õ š õ)  
једанаестог циља

C&C.

š õ  
š õ

( , , ),  
( , , ),

).



*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

## И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

Комисија доноси позитивну оцену начина приказа и тумачења резултата истраживања.

ОКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

3. 4. :
1.
2.
3.
4.

предлаже -  
прихвати позитивну оцену докторске дисертације  
§ А њ одобри јавну одбрану  
докторске дисертације .

, 2016.

Проф. др Јелена Кончар,

Проф. др Александар Грубор,

Проф. др Стипе Ловрета,