



**УНИВЕРЗИТЕТ ПРИВРЕДНА АКАДЕМИЈА У НОВОМ САДУ  
ФАКУЛТЕТ ЗА ПРИМЕЊЕНИ МЕНАџМЕНТ, ЕКОНОМИЈУ И  
ФИНАНСИЈЕ, БЕОГРАД**

**ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

**„САВРЕМЕНЕ ИНФОРМАЦИОНО-КОМУНИКАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ У  
ФУНКЦИЈИ УНАПРЕЂЕЊА И РАЗВОЈА ТУРИЗМА У КОСАНИЧКОМ КРАЈУ“,  
кандидат Владан Ивановић**

**I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ**

1. Датум и орган који је именовao комисију

Одлука Наставно-научног већа Факултета за примењени менаџмент, економију и финансије бр. 547 од 06.04.2015. године

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:

- **Проф. др Светомир Минић**, редовни професор, ужа научна област: Општи менаџмент од 24.04.2014. године, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије у Београду, Универзитет Привредна академија у Новом Саду, у својству председника Комисије
- **Проф. др Миодраг Брзаковић**, ванредни професор, ужа научна област Информатика, од 09.01.2014. године, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије у Београду, Универзитет Привредна академија у Новом Саду, у својству ментора
- **Проф. др Марко Андрејић**, редовни професор, ужа научна област Систем логистике одбране, 11.06.2009. године Војна академија, Универзитет Одбране, у својству члана
- **Доц. др Јасмина Мацгаљ**, доцент, ужа научна област Општи менаџмент од 19.11.2013. године, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, Универзитета Привредна академија у Новом Саду, у својству члана
- **Доц. др Ђурђица Вукајловић**, доцент, ужа научна област Пословна и међународна економија од 22.10.2012. године, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, Универзитета Привредна академија у Новом Саду, у својству члана

## II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

1. Име, име једног родитеља, презиме:

**Владан, Драгоје, Ивановић**

2. Датум рођења, општина, Република:

**26.07.1984. год., Ниш, Србија**

3. Датум одбране, место и назив магистарске тезе

**Факултет за менаџмент „ФАМ“, Нови Сад**

Службени гласник Републике Србије 76/05 на основу става 2, члана 127. Закона о високом образовању изједначава лица која су стекла VII-1 степен стручне спреме пре ступања закона на снагу са лицима која су стекла степен мастера након ступања закона на снагу.

4. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука :

-Менаџмент

5. Радно искуство:

- Од марта 2010. године до децембра 2012. године радио је у ДОО "Феликс" у Куршумлији, као комерцијалиста набавке и продаје.
- Од децембра 2012. је прешао на Високој пословној школи струковних студија у Блацу као сарадник у настави.
- Од јануара 2013. ради у МУП РС, Управи за ванредне ситуације у Нишу.

6. Публиковани радови по категоријама:

- 1) Марко Гашић, Јасмина Мацгаљ, **Владан Ивановић**, Горан Перић, Утицај руралног туризма на локални економски развој, *Ecologica*, Београд, 2015. Vol. 22, No 77, стр. 31-36. (M-51)
- 2) **Владан Ивановић**, Марко Гашић, Саша Иванов, В2В дилерски сервис као решење да се приступи е-туризму, *Анали Економског факултета у Суботици*, 2014. број 31, ISSN 0350-2120, Vol. 50, УДК 330, 385-393. (M-51)
- 3) **Владан Ивановић**, Снежана Кирин, Саша Иванов, Истраживање мотива запослених у Србији, *Анали Економског факултета у Суботици (in press)*. (M-51)
- 4) **Владан Ивановић**, Марко Гашић, Марија Стојиљковић, Интернет бизнис план туристичке компаније "MS", *Економски погледи*, Vol 15, број 4, Косовска Митровица, 2013., стр. 151-162. (M-52)
- 5) Марко Гашић, **Владан Ивановић**, Марија Стојиљковић, Горан Перић, Стратегијски маркетинг туристичке дестинације, *Економика*, година LX, I-III 2014, број 2. Ниш. (M-52)
- 6) **Владан Ивановић**, Марко Гашић, Јелена Симић, Мобилна апликација "онлајн резервација" као решење за приступање мобилној трговини у туризму, *Економски погледи* Vol 17, број 1, Економски факултет, Косовска Митровица, 2015. (M-52)

- 7) **Vladan Ivanović**, Marko Gašić, Marija Stojiljković, Saša Ivanov, Online booking system as a way to access e-turism and e-commerce in turism, INTERNATIONAL CONFERENCE "EDUCATION, SCIENCE, ECONOMICS AND TECHNOLOGIES" 25-26 Jun. 2014 – UNIVERSITY "PROF. DR ASSEN ZLATAROV", BURGAS. (M-33)
- 8) Marko Gašić, Marija Marčetić, Marija Stojiljković, **Vladan Ivanović**, Transfer pricing in multinational companies, INTERNATIONAL CONFERENCE "EDUCATION, SCIENCE, ECONOMICS AND TECHNOLOGIES" 25-26 Jun. 2014 – UNIVERSITY "PROF. DR ASSEN ZLATAROV", BURGAS. (M-33)
- 9) Marko Gašić, Aleksandar Stojković, **Vladan Ivanović**, Value added tax as the most important fiscal revenue of Serbia, INTERNATIONAL CONFERENCE "EDUCATION, SCIENCE, ECONOMICS AND TECHNOLOGIES" 25-26. Jun 2013 – UNIVERSITY "PROF. DR ASSEN ZLATAROV", BURGAS. (M-33)
- 10) Марко Гашић, **Владан Ивановић**, Горан Перић, Материјална база развоја туризма на простору Топличког округа, Међународна научна конференција SYNTHESIS 2015, Универзитет Сингидунум, Београд. (M-33)
- 11) **Владан Ивановић**, Јелена Плавски, Марко Гашић, Јасмина Мацгаљ, Природа као основа зелене економије, Међународни научни скуп „ Животна средина и адаптација привреде на климатске промене“ Ецологица, Институт економских наука, Београд, 21-24. април 2015. (M-33)
- 12) **Владан Ивановић**, Марко Гашић, Миодраг Брзаковић, Електронско образовање у функцији унапређења квалитета високошколског образовања, Јасмина Мацгаљ, Међународна научна конференција “Изврсност и образовање“ МЕФ, Београд, април 2015. (M-33)
- 13) Марко Гашић, **Владан Ивановић**, Горан Перић Значај, елементи и спровођење анализе друштвених мрежа, XXI научна и бизнис конференција YUINFO 2015, Копоник, 08-11. март 2015. (M-33)
- 14) **Владан Ивановић**, Јасмина Мацгаљ, Миодраг Брзаковић, Саша Иванов, Технолошке иновације у туризму као инструмент привредног развоја Косаничког краја, Међународна научна конференција „Иновације у функцији привредног развоја“, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, 10.12.2014., Београд. (M-33)
- 15) Олгица Милошевић, Јасмина Мацгаљ, **Владан Ивановић**, Системи као моћна средства подршке у одлучивању, Међународна конференција „Примењени менаџмент, економија и финансије у функцији одрживог развоја“, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, 26. 06.2014., Београд. (M-33)
- 16) Миодраг Симијоновић, **Владан Ивановић**, Ана Димитријевић, Интернет бизнис план у функцији унапређења пословања, “Менаџмент у саобраћају, јавним услугама, право и безбедност”, Висока струковна школа за менаџмент у саобраћају, Ниш, 26.06.2013., ISSN 978-86-6113-035-9, стр. 233-243. (M-33)

#### Остали објављени радови

- 1) Марко Гашић, **Владан Ивановић**, Милан Комадина, Развој руралног туризма у ЕУ, БизИнфо : часопис из области економије, менаџмента и информатике -Висока пословна школа струковних студија Блаце, ISSN: 2217-2769, година 2014, годиште 5, број 2, стр.34-44.
- 2) **Владан Ивановић**, Марко Гашић, Горан Перић, Систем за онлине резервацију као форма Б2Ц пословања у туризму, БизИнфо : часопис из области економије,

менаџмента и информатике - Висока пословна школа струковних студија, Блаце ISSN: 2217-2769, година 2014, годиште. 4, бр. 1, стр. 67-77.

- 3) **Владан Ивановић**, Марко Гашић, Миодраг Симијоновић, B2B електронска трговина у туризму, БизИнфо : часопис из области економије, менаџмента и информатике - Висока пословна школа струковних студија, Блаце, ISSN: 2217-2769. година 2014, годиште. 4, бр. 2, стр. 65-78.
- 4) Марко Гашић, Марија Стојиљковић, **Владан Ивановић**, Облици примене електронског банкарства, БизИнфо : часопис из области економије, менаџмента и информатике - Висока пословна школа струковних студија, ISSN: 2217-2769.- година 2013, годиште 4, бр. 2, стр. 49-63.

### **III НАСЛОВ ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

**„Савремене информационо-комуникационе технологије у функцији унапређења и развоја туризма у Косаничком крају“**

### **IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

Докторска дисертација садржи укупно 240 страна. Списак литературе је на 8 страна (од 182 од 190 стране), са 140 библиографском јединицом домаћих и страних аутора, научно-стручних радова објављених у часописима и публикацијама, нормативне законске регулативе и неколико Интернет извора. Дисертација садржи шест прилога на 50 страна (од 190 до 240).

Дисертација је структурирана у 9 поглавља и то:

1. УВОД, на 2 стране (од 16 до 18);
2. ТЕОРИЈСКО-МЕТОДОЛОШКА ОСНОВА РАДА, на 7 страна (од 18 до 25);
3. ТУРИЗАМ КАО ПРИВРЕДНА ДЕЛАТНОСТ И РАЗВОЈНИ ФЕНОМЕН, на 19 страна (од 25 до 44);
4. КОСАНИЦА КАО ДЕО ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ, на 24 стране (од 44 до 68);
5. САВРЕМЕНЕ ИНФОРМАЦИОНО КОМУНИКАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ И ЊИХОВА ПРИМЕНА У ТУРИЗМУ, на 47 страна (од 68 до 115);
6. СТУДИЈА СЛУЧАЈА: ПРИМЕНА ИКТ У КОМПАНИЈАМА ИЗ КОСАНИЧКОГ КРАЈА, ЊИХОВ ПОЛОЖАЈ НА Е-ТРЖИШТУ И АНАЛИЗА КОНКУРЕНЦИЈЕ, на 20 страна (од 115 до 135);
7. ДЕФИНИСАЊЕ ПРОБЛЕМА У КОМПАНИЈАМА ИЗ КОСАНИЧКОГ КРАЈА И МЕРА ЗА ЊИХОВО РЕШАВАЊЕ У ЦИЉУ УНАПРЕЂЕЊА ПОСЛОВАЊА, на 3 стране (од 135 до 138);
8. ПРИКАЗ ИМПЛЕМЕНТАЦИЈЕ ИНТЕРНЕТ БИЗНИС ПЛАНА У ФУНКЦИЈИ УНАПРЕЂЕЊА ПОСЛОВАЊА, на 39 страна (од 138 до 179) и
9. ЗАКЉУЧАК, на 3 стране (од 179 до 182).

Докторска дисертација има 10 табела, 15 графика и 112 слика-графичких илустрација, чиме је комплексна проблематика докторске дисертације визуелно приказана.

## V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Докторска дисертација има за циљ да се сагледа природно богатство и туристички потенцијал Косаничког краја, положај компанија чија је делатност туризам у Косаничком крају на Интернету, изврши анализа тржишта и сагледа конкуренција, како би се путем савремених информационо-комуникационих технологија утицало на унапређење и развој туризма у Косаничком крају. У основи, циљ је да се путем савремених информационо-комуникационих технологија компанијама чија је делатност туризам у Косаници помогне да опстану на савременом тржишту, реше проблеме са којима се суочавају, приступе новом начину пословања тј. унапреде пословање и да на тај начин утићу на унапређење и развој туризма у крају.

У дисертацији је свеобухватно размотрен проблем увођења и примене савремених информационо-комуникационих технологија у туризму, увођење електронског пословања, електронске трговине, мобилног пословања и мобилне трговине у компанијама које афирмишу туризам. Косанички крај је богат природним вредностима, али сами потенцијали ништа не значе ако нема ко да их презентује и афирмише, па је посебан акценат стављен на компаније и на њихову улогу у презентовању, очувању и пласману тих вредности и потенцијала, које обављајући ту привредну делатност, обезбеђују егзистенцију запослених и житеља Косанице.

Кандидат је нагласио да Интернет има основну предност управо у превазилажењу категорија које се зову време и простор и да данашњој популацији највреднију категорију представља време, да због презапослености и недовољног слободног времена, обилазак туристичких агенција им представља утрошак истог па све више прибегавају добијању информација путем Интернета и да се са друге стране, туристичке агенције све више прилагођавају Интернет оглашавању и све више своју понуду на Интернету обогаћују.

На основу наведеног, истраживање је усмерено на утврђивање квалитета основних, комплексних и комплементарних природних и антропогених вредности Косаничког краја и на утврђивање начина да се компанијама путем савремених информационо-комуникационих технологија помогне да пласирају те вредности путем Интернета на савременом и широком електронском тржишту.

Дисертација је конципирана тако да има методолошки, теоретски и емпиријско-истраживачки део. Написана је тако да има девет поглавља заједно са уводним, методолошким и закључним делом.

**У првом-уводном делу** дефинисан је туризам као динамична привредна делатност, која се налази у непрестаној еволуцији и својом динамиком, на једној страни, нуди нове дестинације, нове облике аранжмана, нове врсте путовања, а на другој страни, захтева нове приступе управљања, нове ресурсе, нове стратегије и сталне иновације.

Цитирано је да је иновација фактор који омогућава компанији да буде курутна, да опстане и расте, као и да иновација укључују оригиналан приступ и проналажење нових начина коришћења постојећих ресурса са циљем да се развију додатни ресурси.

Кандидат наводи да као један вид иновација у туризму, свакако јесте интеграција савремених информационо-комуникационих технологија у систем тј. пословне процесе пословања компанија чија је делатност туризам.

Истиче се да савремене информационо-комуникационе технологије поспешују процес повезивања туристичке понуде и туристичке тражње на тржишту дајући тако потпуно нову димензију дистрибуцији пакет аранжмана и да пружају компанијама чија је делатност туризам да применом нових иновативних и корисних алата могу да повећају своје присуство на

глобалном туристичком тржишту.

Кандидат је јасно образложио, да у данашњем свету повећане глобализације тржишта и економске регионализације, пословање не може бити успешно без примене савремених информационо-комуникационих технологија и да се у туристичкој индустрији пружање услуга туристима све више заснива на употреби Интернета као главног комуникационог канала. Као и да је Интернет у потпуности изменио начин пословања, де се руше географске границе, језичке баријере и валутна ограничења и да је омогућена једноставна и брза комуникација, преношење великих количина података на велике удаљености, једноставно објављивање и ажурирање мултимедијалних докумената и њихова континуирана доступност, дигитална испорука добара и услуга, стварање виртуелних организација итд.

Наглашено је да се све карактеристике и могућности које пружа Интернет означавају као електронско пословање (electronic business), да је електронска трговина саставни део електронског пословања, да је све више у примени мобилно пословање и мобилна трговина и да се апликације и сервиси наведених електронских и мобилних технологија у туризму врло често називају електронским туризмом.

На крају увода је наглашено, да су појавом и развојем наведених технологија и трендова многе компаније на глобалном туристичком тржишту, укључујући и компаније чија је делатност туризам из Косаничког краја, приморане да изврше реинжењеринг својих пословних процеса тј. свог пословања како би искористиле савремене информационо-комуникационе технологије и њихове предности, биле способне да опстану, раде и такмиче се на савременом и све турбулентнијем тржишту.

**У другом делу „ТЕОРИЈСКО-МЕТОДОЛОШКЕ ОСНОВА РАДА“** кандидат је дефинисао предмет, проблем, циљеве, хипотезе, фазе, начин, научну и друштвену оправданост истраживања.

**Предмет истраживања** докторске дисертације представљен је као процес увођења и примене савремених Интернет технологија у туризму, увођење електронског пословања, електронске трговине, мобилног пословања и мобилне трговине у компанијама које афирмишу туризам у Косаничком крају. Предмет су заправо проблеми са којима се компаније из Косаничког краја суочавају на Интрнету, заправо како и на који начин приступити електронској и мобилној трговини и равноправним снагама се суочити са конкуренцијом.

**Као научни проблем истраживања** докторске дисертације кандидат наводи, да се он односи на то, да се:

- **прво**, истражи проблематика стања примене савремене информационо-комуникационе технологије у функцији развоја туризма у Косаничком крају, и
- **друго**, да се на бази научно засноване методологије предложи концепт пословног унапређења и развоја туризма, у форми апликативног модела интернет бизнис плана који је у функцији унапређења пословања, а као предлог оптималних решења за примену у пракси реалног система, односно, туризма у Косаничком крају.

**Научни циљ дисертације** се огледа у томе, да се на темељу анализе релевантне домаће и стране литературе нађе најбоље решење за презентовање природних ресурса Косаничког краја на Интернету и да се компанијама које се баве туризмом помогне да реше проблеме, да уз помоћ савремених информационо-комуникационих технологија унапреде своје пословање, приступе електронској и мобилној трговини, онлајн пласману туристичких производа и услуга и да се равноправним снагама суоче са конкуренцијом на све турбулентнијем е-тржишту и тиме утицати на развој туризма у Косаничком крају. Док је **практични циљ** дисертације, да она пружи информације и нова сазнања које друге компаније могу да искористе за своје пословање и развој туризма у свом крају.

Кандидат је на бази сагледаног проблема, дефинисаног предмета и постављеног циља истраживања, за **основну хипотезу** поставио следеће:

**“Применом савремених информационо-комуникационих технологија и сервиса у туризму, у форми апликативног модела, могуће је афирмисати (презентовати) туристички потенцијал неког туристичког краја, а компаније чија је делатност туризам у том крају ће се брже и боље позиционирати на тржишту и тиме ће се унапредити и развити туризам“.**

Поред основне кандидат је поставио следеће три **додатне хипотезе**:

- Степен примене савремених информационо-комуникационих технологија у компанијама чија је делатност туризам у Косаничком крају је на незадовољавајућем нивоу па је њихов положај на е-тржишту у односу на друге компаније из других туристичких крајева веома лош.
- Што пре компаније из Косаничког краја схвате предности савремених информационо-комуникационих технологија то ће пре своје пословање унапредити и обезбедити себи опстанак на савременом туристичком тржишту.
- Бржим усвајањем модела електронског пословања компаније ће побољшати квалитет туристичке понуде и боље презентовати туристичке потенцијале, смањити своје трошкове, повећати приходе и бити курентније на савременом електронском тржишту и тиме утицати на унапређење и развој туризма.

Кандидат је истраживање спровео у шест фаза:

- Фаза 1.** Теоријско истраживање о туристичком систему, туризму, туристичким регијама и туристима као учесницима у систему.
- Фаза 2.** Истраживање у циљу сагледавања туристичких потенцијала, атракција и природних богатстава Косаничког краја и компанија чија је делатност туризам у Косаничком крају.
- Фаза 3.** Теоријско истраживање о савременим информационо-комуникационим технологијама, Интернету, електронском пословању, електронској трговини, мобилном пословању и мобилној трговини у туризму.
- Фаза 4.** Истраживање степена примене савремених информационо- комуникационих технологија у компанијама из Косаничког краја и њиховог положаја на електронском тржишту.
- Фаза 5.** Истраживање апликација и сервиса у туризму и креирање модела и решења за унапређење туризма у Косаничком крају.
- Фаза 6.** Сагледавање, упоређивање и анализа економских ефеката унапређења пословања (модела и решења).

Кандидат је истраживање спровео у Косаничком крају, у компанијама чија је делатност туризам и извршио је документарно истраживање анализом различитих докумената, архивске грађе у туристичкој организацији општине Куршумлија, као и на Интернету, где је прикупио емпиријске податке са великог броја веб страница компанија које се баве туризмом у Косаничком крају, компанија из окружења и шире.

У истраживању је примењено више истраживачких метода, као што су: метод теоретске анализе, метод анализе студије случајева, метод компарације, методи индукције и дедукције, статистички метод, SWOT анализа итд.

**У трећем делу дисертације – ТУРИЗАМ КАО ПРИВРЕДНА ДЕЛАТНОСТ И РАЗВОЈНИ ФЕНОМЕН** пошло се од дефинисања туризма где је наглашено да се туризам већ доказао и исказао као мултипликатор привредног развоја (мултипликативна функција), као инструмент развоја недовољно развијених подручја, као значајни фактор запошљавања становништва, као фактор повећања дохотка у другим делатностима (индуктивна функција) и као делатност која економски валоризује многа природна и културна добра која друге делатности не могу користити. Затим је кандидат сагледао и објаснио туристички систем и истакао да је у суштини, туризам подсистем у оквиру ширег привредног и економског система који обухвата разна поља деловања. Наведено је да су у туристички систем укључена три основна елемента: туристи (учесници у систему), географски елементи (емитивни региони који стварају туристе, транзициони региони, рецептивни региони) и туристичка привреда (они послови и организације које су укључене у пружање туристичког производа).

Кандидат је нагласио да се туризам као привредна делатност разликује од других делатности по многим карактеристикама и специфичностима као што су: хетерогеност, сезонски карактер пословања, непроизводност карактера рада у туризму и специфичност саставних елемената туристичког тржишта. Такође, да се туристичка делатност састоји од свих компанија и организација које су намењене да служе одређеним потребама и жељама туриста и да се туристичка делатност може дефинисати као збир производне и услужне привреде, које производе робу или пружају услуге већим делом, или у целости, само за туристичку потрошњу.

У наставку је кандидат обрадио туристичко тржиште као део туристичке привреде, где истиче да се туристичко тржиште одређује као тржиште посебне врсте, односно да је туристичко тржиште скуп односа понуде и тражње у свери услуга и добара који служе за подмирење туристичких потреба на одређеном простору, односно то је скуп односа понуде и тражње који настаје под утицајем туристичког кретања.

Као значајну тему овог поглавља, кандидат је истражио одрживи туризам и екотуризам и истакао чињеницу да је масовни развој туризма након Другог светског рата, изазвао мноштво негативних последица по животну средину и наводи да та чињеница указује на потребу стављања туристичке делатности под концепт одрживог развоја тј. да је туризму потребан одрживи развој. У овом делу је кандидат навео и цитирао дефиниције одрживог туризма и екотуризма и објаснио разлику између ова два појма. Оно што кандидат наглашава је да је данас, природа предмет тешке експлоатације, да је потребно њено одрживо коришћење у циљу очувања природних ресурса како би се осигурао успех у будућности. Такође, наглашено је да је један од кључних елемената новог размишљања по питању одрживости природних ресурса приступ екосистему, који укључује стратешку употребу и очување природних ресурса, као и прелазак на зелену економију која ће ојачати темеље природе смањењем притисака економских активности на биодиверзитет и екосистем.

На крају овог дела, кандидат је навео тенденције и трендове у будућем развоју туризма, односно сматра да се у технолошком окружењу дешавају најкрупније и најзначајније промене и да је једна од најмаркатнијих снажна примена савремених информационо-комуникационих технологија у туристичком сектору тј. компанијама које послују у оквиру тог сектора.

**У четвртм делу – КОСАНИЧКИ КРАЈ КАО ДЕО ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ** пошло се од сагледавања туристичко-географског положаја Косанице, који представља њен просторни однос према главним дисперзивним зонама и сличним туристичким просторима и састоји се из просторне и функционалне компоненте. Сагледан је географски, туристички и функционални положај Косанице.



Кандидат је нагласио да је Косаница природна и историјска област на југу Србије, да представља део Јужног Поморавља, односно сливова реке Косанице и Топлице и њених притока и да у морфолошком смислу Косанички крај припада Горњој Топлици.

Кандидат је сагледао најзначајније туристичке вредности и потенцијале Косанице, при чему је константовао да су њене природне вредности велике и недовољно истражене и да тек у задњих неколико година оне добијају своју праву туристичку вредност, као и да су предели овог краја особити, разноврсних боја, облика и интензитета.

Наведено је да се на релативно малом простору срећу велики контрасти по свим елементима њене природе, као и да су се многи туристи одушевљавали природним лепотама и богатствима Косанице, плодним земљиштем, разноврсним рудама Копаоника, бројним топлим, минералним и лековитим водама, непрегледним шумама, пашњацима и ливадама, обрађеним пољима, воћњацима, честим изворима питке и чисте планинске воде, бистрим и брзим потоцима и рекама, богатством дивљачи, разнобојним пољским цвећем и лековитим шумским биљем, али и природним ресурсима, које су задњих година све више привлачне за туристе и љубитеље природе.

Кандидат истиче да значајно место у склопу природних и антропогених туристичких вредности Косанице заузимају урбана и рурална насеља и то: Куршумлија, Пролом Бања, Луковска Бања и Куршумлијска Бања, а поред њих и природни феномен Ђавољу Варош која спада у категорију најважније туристичке вредности. Кандидат је наведене вредности детаљно обрадио и сликовито представио у овом делу рада.

Поред туристичких вредности и потенцијала, у овом делу рада, кандидат је сагледао и приказао компаније чија је делатност туризам и њихове смештајне капацитете. Приказано је 6 компанија од којих једна тренутно не послује. На основу сагледавања компанија и њихових капацитета, кандидат је закључио да је компанија „Планинка“, највећа компанија из области туризма на овом простору, да поседује преко 70% смештајних капацитета Косанице и да је управо она носилац развоја туризма у крају.

**У петом делу - САВРЕМЕНЕ ИНФОРМАЦИОНО-КОМУНИКАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ И ЊИХОВА ПРИМЕНА У ТУРИЗМУ**, кандидат је извршио теоријско истраживање у области савремених информационо-комуникационих технологија и извршио анализу примене наведених технологија у туризму (хотелијерству, авио саобраћају и туристичким агенцијама).

Кандидат у овом делу полази од Интернета као рачунарске мреже, сагледава његов развој, евалуацију, образлаже његове сервисе и анализира примену Интернета у Србији, где се уочава раст корисника Интернета, као и то да се Интернет све више користи за онлајн куповину.

Кандидат је на даље научно истражио област електронског пословања и навео да се електронско пословање дефинише као општи концепт који обухвата све облике пословних трансакција или размене информација које се изводе коришћењем информационе и комуникационе технологије.

Затим је научно истражена област електронске трговине, цитирана је дефиниција да је то коришћење електронских комуникација и дигиталних информација процесорске технологије у пословне сврхе за стварање, трансформацију, и редефиницију односа на стварању вредности између организација или између организација и појединаца.

Сагледан је однос између електронског пословања и електронске трговине и издвојене су три варијанте дефинисања односа између е-трговине и е-пословања.

Код електронске трговине кандидат посебно истиче форме електронске трговине, стављајући нагласак на В2В форму пословања која представља трансакције између два пословна система и В2С форму пословања која представља комуникацију пословног система са крајњим потрошачем.

Кандидат заступа да се В2С електронска трговина са једне стране намеће компанијама као потреба и средство у борби са конкуренцијом, а да са друге стране, данашњи купци захтевају већу понуду на клик миша и комплетане и детаљане информације о њој, па кандидат сматра да због тога компаније морају реконструисати своје ланце вредности и да се прилагоде и развију нове Интернет начине креирања одрживе вредности за потрошаче. Такође, и да примарно, В2В трговина обухвата интербизнис размену (размену између компанија), али се развијају и други В2В модели, као што су е-дистрибутери, В2В сервис провајдери, брокери и информациони посредници, којима се проширује могућност употребе В2В трговине.

Наводе се многобројне карактеристике и предности електронске трговине, типа пружање могућности да компанија оствари већи профит кроз снижење трошкова и повећање прихода од продаје, освајање нових тржишта, расположивост са сваког места итд.

У складу са напредком и развојем технологија, кандидат је на даље научно истражио област мобилног пословања и мобилне трговине у погледу њиховог значења, карактеристика и примене. Цитирана је дефиниција да је мобилно пословање нови предводник електронских комуникација и пословних могућности и да преставља електронско пословање које се обавља у бежичном окружењу уз помоћ бежичних уређаја, а мобилна трговина је дефинисана као трансакција са монетарном вредношћу, директна или индиректна, која се спроводи преко бежичне телекомуникационе мреже.

Кандидат сматра, да је употреба мобилне трговине у компанијама постала неопходност за стварање вредности за различите типове компанија у различитим секторима, укључујући и туристичку индустрију. Наглашава, да м-трговина може да послужи као јединствено средство у туристичкој индустрији за побољшање услуга којима се могу створити вредности и повећати пословне перформансе и да различити пословни процеси могу бити унапређени и реализовани интеграцијом мобилних технологија.

У овом делу рада је затим представљен и научно истражен термин електронски туризам и извршена је анализа његове примене у пракси. Кандидат је цитирао да је електронски туризам један од најважнијих сектора у данашњем пословном свету и да је економска нужност зато што глобална конкуренција захтева максималну ефикасност туристичког бизниса и то широм света, такође, да је последица нових технологија чија је појава омогућена брзим развојем Интернета и да је исто тако, резултат притиска туристичке тражње која, такође, тражи унапређење туристичког производа у смислу максималног личног задовољства итд.

Кандидат истиче да се сви сервиси и апликације напред наведених технологија (е-пословања, е-трговине, мобилног пословања и мобилне трговине) врло често називају е-туризам и сматра да појам е-туризама у Србији није толико заступљен колико у свету, а као разлог тога наводи слаб степен дигитализације и модернизације туризма у Србији.

**У шестом делу СТУДИЈА СЛУЧАЈА: ПРИМЕНА ИКТ У КОМПАНИЈАМА ИЗ КОСАНИЧКОГ КРАЈА, ЊИХОВ ПОЛОЖАЈ НА Е-ТРЖИШТУ И АНАЛИЗА КОНКУРЕНЦИЈЕ** полази се од анкете. Кандидат је спровео истраживање у компанијама чија је делатност туризам у Косаници са циљем сагледавања њиховог степена примене савремених информационо-комуникационих технологија. Анкетирање је извршио у 5 компанија, сагледао резултате, графички приказао, анализирао их и донео закључак да је степен примене савремених информационо-комуникационих технологија у компанијама чија је делатност туризам у Косаничком крају на

незадовољавајућем нивоу.

Након спроведене анкете и утврђивања степена примене савремених информационо-комуникационих технологија у компанијама у Косаници, извршено је истраживање на Интернету, са циљем сагледавања положаја компанија чија је делатност туризам из Косаничког краја на електронском тржишту. Од наведених 5 компанија из Косаничког краја, 3 компаније имају вебсајт тј. само су 3 компаније из Косаничког краја присутне на е-тржишту.

Кандидат је у овом делу сликовито приказао сајтове поменутих компанија из Косанице и извршио анализу њиховог положаја на е-тржишту, затим извршио анализу ранга (положаја) других компанија из других туристичких крајева на е-тржишту, сагледао резултате спроведених анализа и донео закључак да компаније чија је делатност туризам из Косаничког краја имају веома лош положај на е-тржишту у односу на друге компаније из других туристичких крајева.

На крају овог поглавља, наглашено је да је на основу спроведених истраживања, кандидат потврдио прву помоћну хипотезу докторске дисертације која гласи : *«Степен примене савремених информационо-комуникационих технологија у компанијама чија је делатност туризам у Косаничком крају је на незадовољавајућем нивоу па је њихов положај на е-тржишту у односу на друге компаније из других туристичких крајева веома лош»*.

**У седмом делу ДЕФИНИСАЊЕ ПРОБЛЕМА У КОМПАНИЈАМА ИЗ КОСАНИЧКОГ КРАЈА И МЕРА ЗА ЊИХОВО РЕШАВАЊЕ У ЦИЉУ УНАПРЕЂЕЊА ПОСЛОВАЊА** кандидат је дефинисао проблеме са којима се компаније суочавају на савременом тржишту и поставио мере за њихово решавање у циљу унапређења пословања, опсатанка и боље позицију на е-тржишту, а уједно и у циљу унапређења и развоја туризма у крају.

Као проблеме са којима се суочавају компаније из Косаничког краја на е-простору кандидат је навео следеће:

1. Слаба интерактивност, динамичност и комуникација са туристима на Интернету
2. Пласман робе/услуга путем Интернета
  - непостојање директне продаје крајњим потрошачима и система за онлјан резервацију (B2C пословања),
  - непостојање директне сарадње са пословним партнерима и продаје другим компанијама (B2B пословања).
3. Непостојање мобилног пословања и мобилне трговине
  - непостојање WAP сајта,
  - непостојање мобилног B2C пословања тј. непостојање мобилне онлајн резервације и могућности да се са мобилног телефона изврши резервација,
  - непостојање мобилног B2B пословања тј. непостојање сарадње са пословним партнерима путем мобилног телефона.
4. Недовољно едуковани кадари (запослени у туризму) из области информационих технологија

Као мере за решавање наведених проблема, кандидат наводи да је потребно:

1. Имплементирати на сајтовима интерактивне сервисе у циљу постизања боље комуникације са туристима.
2. Креирати електронску продавницу за продају туристичких аранжмана, ваучера и систем за онлајн резервацију као начин да се приступи В2С електронској трговини.
3. Креирати дилерски сервис као решење да се приступи В2В пословању.
4. Креирати WAP сајт.
5. Креирати на WAP сајту мобилну апликацију „онлајн резервацију“ као решење да се приступи В2С мобилној трговини.
6. Креирати на WAP сајту мобилну апликацију „дилерски сервис“ као решење да се приступи В2В мобилној трговини.
7. Организовати теоријску и практичку обуку запослених у циљу њиховог оспособљавања за коришћење наведених савремених информационо-комуникационих технологија.

Кандидат сматра да компаније чија је делатност туризам у Косаничком крају морају путем савремених информационо-комуникационих технологијама што пре да унапреде своје пословање, како би решиле наведене проблеме и себи обезбедиле опстанак на савременом тржишту.

У осмом делу ПРИКАЗ ИМПЛЕМЕНТАЦИЈЕ ИНТЕРНЕТ БИЗНИС ПЛАНА У ФИНКЦИЈИ УНАПРЕЂЕЊА ПОСЛОВАЊА, кандидат је представио Интернет бизнис план *као општи модел за унапређење пословања*, који компаније чија је делатност туризам у Косаничком крају, земљи и шире могу да искористе за приступање електронској трговини, мобилном пословању и мобилној трговини и за развој туризма у свом крају/округу путем савремених информационо-комуникационих технологија.

*Интернет бизнис план приказује модел мобилног пословања у туризму, В2С и В2В моделе електронске и мобилне трговине у туризму, као и предложена (креирана) решења према наведеним моделима.*

У оквиру Интернет бизнис плана кандидат је навео основне предуслове за развој туризма у Косаници, извршио процену сопствене позиције SWOT анализу (снаге, слабости, могућности и претње) и навео мотиве због којих компанија која је узета као case study унапређује своје пословање.

Као мотиве за унапређење пословања, кандидат наводи следеће:

1. Опстанак на све турболентнијем е-тржишту.
2. Већа доступност на тржишту и бољи ранг тј. исти или бољи положај у односу на конкуренцију.
3. Боља и лакша промоција туристичке понуде, производа/услуга како у земљи тако и у иностранству.

4. Доступност са било ког места и у било које време уз могућност онлајн продаје и резервације са мобилног телефона.
5. Повећање продаје и прихода од продаје.
6. Побољшање ефикасности, повећање продуктивности и смањење трошкова.
7. Већа добит, а тиме већа дивиденда.
8. Унапређење и развој туризма у Косаничком крају.
9. Стална едукација кадрова.
10. Испуњавање разноликих индивидуалних захтеве клијената и др.

Након дефинисаних мотива, кандидат је *представио моделе који приказују поступак функционисања B2C и B2B електронске - мобилне трговине у туризму, на основу којих је могуће креирати решења за сарадњу, продају производа туристима или другим компанијама, туристичким агенцијама путем Интернета и на основу представљених модела предложио решења:* веб продавницу за продају туристичких ваучера и оквиру ње систем за онлајн резервацију купљених ваучера, независан систем за онлајн резервацију, дилерски сервис, WAP сајт и мобилну апликацију „онлајн резервација“ и мобилну апликацију „дилерски сервис“.

Наведене моделе и предложена решења за приступање електронској трговини, мобилном пословању и мобилној трговини у туризму, кандидат је сликовито приказао и детаљно образложио.

Након имплементираних модела и решења, сагледани су расходи и приходи АД „Планинка“ за 2014. годину, тј. пре унапређења пословања и извршено је пројектовање истих билансних позиција за 2015. годину. На основу упоређивања финансијских резултата за исти временски период и извршене анализе, кандидат је дошао до закључка да се применом савремених информационо-комуникационих технологија са знатно мањим трошковима у односу на офлајн промоцију постиже боља и потпунија презентација тј. промоција и да ће се након унапређења пословања тј. приступањем електронској и мобилној трговини смањити трошкови, повећати продаја, а самим тим и приходи од продаје што ће се на крају одразити на профитабилност компаније.

Овом анализом, кандидат је у основи доказао трећу помоћну хипотезу:

„Бржим усвајањем модела електронског пословања компаније ће побољшати квалитет туристичке понуде и боље презентовати туристичке потенцијале, смањити своје трошкове, повећати приходе и бити курентније на савременом електронском тржишту и тиме утицати на унапређење и развој туризма“.

## **VI ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА**

На основу спроведених истраживања кандидат констатује да у данашњем свету повећане глобализације тржишта и економске регионализације, пословање не може бити успешно без примене савремених информационо-комуникационих технологија.

Установљено је да се у туристичкој индустрији, све више услуга које се пружају туристима заснивају на употреби Интернета као главног комуникационог канала и да компаније које не примењују наведе технологије су јако угрожене и у борби су за свој опстанак на све турболентнијем тржишту, а са друге стране компаније које их користе се налазе у периоду великих могућности.

Кандидат истиче да је Косанички крај веома богат туристичким вредностима и потенцијалима, а да притом неразвијен, и да ништа не значе потенцијали ако нема ко да их запази и искористи.

Наглашава се да управо компаније чија је делатност туризам у Косаничком крају играју важну улогу у презентовању наведених потенцијала и за развој туризма у крају.

Кандидат истиче да је степен примене савремених информационо-комуникационих технологија у компанијама чија је делатност туризам у Косаничком крају незадовољавајући, а затим и графички доказује да је положај поменутих компанија на е-тржишту због тога веома лош.

Наглашава се да су наведене компаније у проблему, да су угрожене и да су због тога приморане да што пре имплементирају савремене информационо-комуникационе технологије, како би опстале на тржишту, постигле бољу позицију, на бољи начин презентовале вредности Косанице и утицале на унапређење и развој туризма у крају.

Постављено је и доказано да што пре компаније схвате да путем савремених информационо-комуникационих технологија могу себи да обезбеде опстанак на тржишту, унапреде комуникацију са туристима, побољшају положај својих објеката на тржишту, продају своје производе/услуге, сарађују са другим компанијама и продају им аранжмане, повећају своју продуктивност и ефикасност, повећају приходе и смање трошкове, то ће пре своје пословање унапредити тј. имплементирати наведене савремене технологије.

Кандидат је доказао кроз студију случаја да ће, унапређењем пословања, применом креираних модела и решења тј. приступањем електронској трговини преко електронске продавнице, система за онлајн резервацију и дилерског сервиса, приступањем мобилном пословању преко WAP сајта и приступањем мобилној трговини преко мобилне апликације „онлајн резервација“ и мобилне апликације „дилерски сервис“, компанија свакако побољшати свој положај на тржишту, освојити нова тржишта, повећати продају самим тим и приходе од продаје, смањити трошкове (промоције, рекламе, закупнине и др.), а тиме и оставити већу добит.

**Кандидат је кроз предлог идејног решења „апликативног модела“ - Интернет бизнис план (модел и решења за приступање B2C и B2B електронској трговини и B2C и B2B мобилној трговини у туризму) решио дефинисани научни проблем и постављене циљеве ове докторске дисертације.**

**Кандидат истиче да је у претходно изнетиим констатацијама, које су донете на основу резултата спроведених истраживања, у потпуности потврдјена основна хипотеза истраживања, односно, да су поврђене и све три помоћне хипотезе истраживања.**

У закључку се притом наглашава, да наведене моделе и решења треба да искористе тј. имплементирају све компаније чија је делатност туризам у Косаници, како би опстале на тржишту, бориле се, боље презентовале туристичке потенцијале краја, унапредиле своје пословање и туризам у крају, а и све друге компаније чија је делатност туризам из других туристичких крајева и региона са истим циљевима.

**Од наведених модела користи су вишеструке и имаће их:**

- **Компаније чија је делатност туризам.** Компаније приступају новом начину пословања који ће им омогућити место на глобалном туристичком тржишту где географска удаљеност не представља проблем, где ће се наћи раме уз раме са конкуренцијом (великим и успешним компанијама) и биће у могућности да се боре за купца.
- **Запослени у наведеним компанијама.** Запослени у компанијама ће се едуковати за наведе савремене информационо-комуникационе технологије и биће оспособљени за рад са неаведеним системима и апликацијама.

- **Купци.** Купци (туристи, туристички дилери и туристичке агенције) ће моћи, пре свега, да темељно сагледају потенцијале краја, туристичку понуду компанија, а затим са било ког места у свету да прибаве потребне информације, обаве куповину и изврше резервацију смештаја.
- **Туристички крај.** Растом и развојем компанија чија је делатност туризам, више ће се инвестирати у туризам (побољшавати услови, градити хотели, радити на инфраструктури, уређењу итд.) тј. унапредиће се туризам у крају, што ће се у начелу одразити и на сам развој туризма у крају.
- **Житељи туристичког краја.** Развојем туризма у крају доћи ће и до раста животног стандарда житеља, смањења сиромаштва и до смањења стопе незапослености у крају.
- **Туристичка индустрија.** Наведеним моделима и решењима, утицаће се на бржи процес модернизације и дигитализације туристичке индустрије и доћи ће до коначног утемељења електронског туризма и усвајања термина мобилни туризам.

**Као правац даљег научног истраживања** предметног проблема, кандидат наводи **електронско плаћање**, а у циљу надоградње постојећих решења и имплементације система за електронско плаћање, како би се корисницима пружила могућност да приликом резервације смештаја, одмах и на истом месту, изврше и његово плаћање.

А циљу заштите ресурсне основе Косаничног краја, одрживог развоја туризма у крају, дугорочног опстанак и профитабилности компанија чија је делатност туризам у крају, кандидат наводи **правац даљег научног истраживања** транзицију познату под називом „**зелена економија**“ (доношење и усвајање националне и локалне стратегије). При чему, истиче, да прелазак на зелену економију представља постојеће и потенцијалне могућности за туризам земљама у развоју, зато што је туризам обећавајући извор прихода за земље у развоју, јер пружа ефикасни трансфер прихода из развијених земаља. Такође, наглашава, да зелени туризам има могућности да отвори нова радна места (зелене послове) и смањи сиромаштво.

## **VII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА**

У решавању проблема управљања процесом увођења и примене савремених информационо-комуникационих технологија у туризму, увођења електронског пословања, електронске трговине, мобилног пословања и мобилне трговине у компанијама које афирмишу туризам у Косаничком крају, кандидат је на систематичан начин истражио карактеристике савремених информационо-комуникационих технологија, њихове специфичности, тенденције будућег развоја, сагледао бројне теоријске аспекте туризма и примене савремених информационо-комуникационих технологија у туризму, препознајући у томе значај B2B и B2C апликација и сервиса електронске и мобилне трговине и њихову функцију на све обухватно пословање компанија, развој туристичких крајева и модернизацију туристичке индустрије. Кандидат је истраживањем и анализом уочио проблеме са којима се суочавају компаније чија је делатност туризма у Косаничком крају и на крају на основу предходно сагледаних теоријских аспеката и практичних примера поставио меделе и предложио решења за унапређење и развој туризма у Косаничком крају.

На темељима теоријског разматрања проблема управљања процесом увођења и примене савремених информационо-комуникационих технологија у туризму, односно, компанијама чија је делатност туризам у Косаничком крају, кандидат је логично поставио једну главну и три

помоћне хипотезе које су у истраживању и потврђене.

Докторска дисертација представља комплексно истраживање проблематике увођења савремених информационо-комуникационих технологија у туризму, од теоријског истраживања његових аспеката па до постављања конкретних апликативних модела и решења за унапређење пословања и приступање савременим технологијама (електронској и мобилној трговини).

Кандидат се током истраживања придржавао и водио главном хипотезом, са циљем да побољша афирмацију туристичких потенцијала Косанице, унапреди и дигитализује пословање у компанијама чија је делатност туризам у Косаници у циљу њиховог опстанка и боље позиције на све турболентнијем е-тржишту, а све то у циљу развоја туризма у Косаничком крају и успео да то кроз дисертацију и докаже.

Прву помоћну хипотезу кандидат је доказао истраживањем у компанијама, спроводећи анкету, истраживањем електронског тржишта и анализом ранга-положаја компанија на е-тржишту. Резултате је приказао табеларно и графички на основу којих се јасно доказује постављена хипотеза.

Другу помоћну хипотезу кандидат доказује у поглављу 7 и 8, кроз мере за решавање проблема у компанијама и кроз само унапређење (Интернет бизнис план).

Трећу помоћну хипотезу кандидат доказује, такође, кроз Интернет бизнис план, сагледавши ефекте унапређења пословања тј. анализом финансијских показатеља. Табеларно и графички су приказани трошкови и приходи за 2014 год. као и пројектовани показатељи за 2015.год., из којих уочавају ефекти имплементације наведених савремених информационо-комуникационих технологија.

На основу доказаних помоћних хипотеза, кандидат је у основи доказао и главну хипотезу истраживања.

Очекивани научни и друштвени допринос урађене дисертације постигнут је реализацијом постављеног научног циља истраживања. Научним описом створена је систематизована целина сазнања о савременим информационо-комуникационим технологијама и њиховој примени у туристичкој индустрији.

## **VIII КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

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

Тема докторске дисертације је оригинална, научно заснована и врло актуелна.

Докторска дисертација је у потпуности урађена у складу са образложењем датим у пријави теме. Кандидат је кроз теоријски и практични приступ истраживању функције савремених информационо-комуникационих технологија у туризму, на сасвим нов и оригиналан начин дао допринос развоју теорије и праксе пре свега у области савремених информационо-комуникационих технологија, затим у области туризма, а у целини из пројекат менаџмента.

Посебан значај и допринос се огледа у поступку утврђивања тренутног стања компанија на е-тржишту и дефинисању проблема, а потом и у постављању модела и предлога мера за решавање проблема, унапређења пословања у компанијама, којима ће се унапредити и развити туризам у Косаничком крају.



Кандидат се у истраживањима придржавао основне хипотезе постављене и наведене у пријави дисертације која се састоји у томе да је применом савремених информационо-комуникационих технологија и сервиса у туризму, у форми оптималног модела, могуће афирмисати (презентовати) туристички потенцијал неког туристичког краја и да ће се компаније чија је делатност туризам у том крају брже и боље позиционирати на тржишту и да ће се тиме унапредити и развити туризам“. Истраживања која је кандидат спровео током рада на докторској дисертацији резултирала су потврђивањем све три помоћне хипотезе које се састоје у томе: да је степен примене савремених информационо-комуникационих технологија у компанијама чија је делатност туризам у Косаничком крају је на незадовољавајућем нивоу, па је због тога положај компанија на е-тржишту веома лош ; да компаније што пре схвате предности савремених информационо-комуникационих технологија то ће пре своје пословање унапредити ; и да ће унапређењем пословања себи обезбедити опстанак, бити курутније, смањити трошкове пословања, повећати приходе и тиме утицати на унапређење и развој туризма.

## **2. Да ли дисертација садржи све битне елементе**

Обрађена дисертација садржи све битне елементе који су од кандидата захтевани, а који осликавају промишљен и веома практичан, стручан и научан приступ, почев од теоријског разматрања туризма као привредне делатности, сагледавања Косаничког краја и компанија које обављају делатност туризма у крају, савремених информационо-комуникационих технологија до истраживања степена примене савремених информационо-комуникационих технологија и позиција наведених компанија на е-тржишту, дефинисања проблема и креирања модела и решења за унапређење пословања тј. за приступање електронској и мобилној трговини у туризму, анализе финансијских показатеља и сагледавања ефеката примене наведених технологија.

## **3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци**

Дисертација даје оригиналан научни допринос који се односи на:

1. Косанички крај, јер до сада не постоје научна-истраживања везана за унапређење и развој туризма у овом крају путем савремених информационо-комуникационих технологија.
2. оригиналан приступ у обради термина, врста и карактеристика савремених информационо-комуникационих технологија, као и начина њихове примене и њихове функције у туристичкој индустрији, што представља својеврсан допринос у теоријском смислу у области информационих система у туризму.
3. допринос представља и Интернет бизнис план, који представља општи модел за унапређење пословања компанија путем савремених информационо-комуникационих технологија, који са једне стране представља својеврстан допринос у теоријском смислу, а са друге стране има своју практичну примену.
4. посебан допринос представља изградња В2В и В2С модела и предложених решења електронске и мобилне трговине у туризму, које могу да искористе све компаније чија је делатност туризам за унапређење пословања и развој туризма у свом крају, што, такође, представља и теоријски допринос који има своју практичну примену.
5. значајан допринос дисертације огледа се и у умешном комбиновању, прилагођавању и примени више истраживачких метода, ради стварања основе за изградњу модела који су представљали научни оквир за развој предложених решења за приступање електронској и мобилној трговини у туризму, што представља допринос који има практичну примену у туристичкој привреди.

**IX ПРЕДЛОГ:**

На основу укупне оцене докторске дисертације, комисија предлаже:

**-да се докторска дисертација прихвати и кандидату одобри одбрана**

Комисија сматра да је обрађена тематика у овој докторској дисертацији изузетно значајна за комплексно сагледавање функције савремених информационо-комуникационих технологија и њиховог утицаја на: позицију и пословање компанија чија је делатност туризам, унапређење и развој туристичких крајева, модернизацију и дигитализацију целе туристичке индустрије.

Дисертација садржи релевантну теоријску аргументацију и креативан методолошки поступак планирања унапређења и развоја Косаничког краја путем савремених информационо-комуникационих технологија. Поред теоријског разматрања дисертација садржи и конкретна практична истраживања као и проверу постављених модела и предложених решења. Кроз докторску дисертацију огледа се зрелост кандидата која се уочава кроз радове и дугогодишње научно истраживање из ове области, што му даје поуздану основу за повезивање научних достигнућа и реалности у конкретном туристичком систему.

Комисија за оцену докторске дисертације кандидата Владана Ивановића, под насловом **«Савремене информационо-комуникационе технологије у функцији унапређења и развоја туризма у Косаничком крају»**, сматра да овај рад задовољава све битне захтеве који се постављају за докторску дисертацију. Оцењујући да је ова докторска дисертација по идеји, концепту, примењеној методологији, научно изведеним закључцима и научно потврђеним хипотезама оригинално и самостално научно дело, комисија сматра да су се стекли услови за њену јавну одбрану.

**ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ**

1. \_\_\_\_\_  
проф. др Светомир Минић, председник Комисије
2. \_\_\_\_\_  
проф. др Миодраг Брзаковић, ментор
3. \_\_\_\_\_  
проф. др Марко Андрејић, члан
4. \_\_\_\_\_  
доц. др Јасмина Мацгаљ, члан
5. \_\_\_\_\_  
доц. др Ђурђица Вукајловић, члан