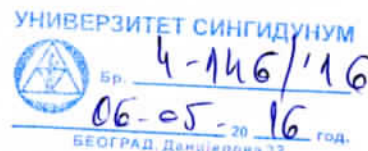


**VEĆU DEPARTMANA ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE I MEĐUNARODNJU
SARADNJU UNIVERZITETA SINGIDUNUM, BEOGRAD**

Na osnovu odluke Veća Departmana za poslediplomske studije Univerziteta Singidunum iz Beograda broj 4- 223/2015 od 09.07.2015., određeni smo u Komisiju za ocenu doktorske disertacije kandidata **Obren Drljevića, magistar** pod naslovom „**Upravljanje restoranskim poslovanjem u savremenim tržišnim uslovima**“ o čemu podnosimo sledeći

IZVEŠTAJ



1. Osnovni podaci o kandidatu

Kandidat Obren Drljević rođen je 1957. godine u mestu Ravni u Crnoj Gori. Srednju ugostiteljsku školu „Sergej Stanić“ u Podgorici završio je 1975. Godine. Školovanje nastavlja na Višoj ugostiteljskoj školi u Beogradu. Nakon školovanja, specijalizaciju završava u Francuskoj, a od 1978. do 1985. karijeru započinje kao instruktor praktične nastave 2000. godine diplomirao na Univerzitetu u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo. 2005. godine završio specijalističke studije na Univerzitetu Singidunum na Fakultetu za turistički i hotelijerski menadžment, a 2007. magistarske studije na istom Univerzitetu na temu *Gastronomska ponuda kao determinanta razvoja akva parka*.

Angažovan je na mestu predavača na Višoj ugostiteljskoj školi „Sergej Stanić“ u Podgorici na predmetima Menadžment hrane i pića, Planiranje menija i Primenjeni gastronomski menadžment i vlasnik je firme Event Planner koja se bavi konsultantskim uslugama u ugostiteljstvu i organizacijom korporativnih događaja.

Predsednik grupacije restorana u Privrednoj komori Beograda, član nadzornog odbora Kulinarske federacije Srbije, član upravnog odbora Udruženja hotelijera i restoratera HORES. 2010. predsednik skupštine udruženja hotelijera i restoratera HORES. Član skupštine Turističke nacionalne razvojne korporacije republike Srbije, potpredsednik Tekvondo asocijacije Srbije, tehnički ekspert za hotele i restorane kod sertifikacionog tela TMS CEE Beograd.

Tokom karijere Od 1995. do 2015..radi kao direktor ugostiteljskog preduzeća „Jezero“ na Adi ciganliji.

Predavač na Visokoj hotelijerskoj školi na predmetu Planiranje menija i Poslastičarstvo i pekarstvo I i II.

Od 1985. do 1987. radi kao koordinator za ugostiteljstvo u PKB Turistu. Godine 1983. odgovoran za ishranu na šestoj konferenciji UNCTAD, najznačajnijem političkom događaju u to vreme u bivšoj Jugoslaviji sa 3000 učesnika. Tokom 1987. pomoćnik direktora OUR Obrenovac koji u svom sastavu ima hotel „Obrenovac“ i 30 restorana i bifea. Godine 1988. radi na renoviranju i otvaranju restorana „Atina“ na Terazijama kao upravnik.

Godine 1989. zadužen za organizaciju ishrane na 9. Samitu nesvrstanih, u Sava Centru koji je okupio predsednike, premijere i ministre 96 država sa odličnim ocenama.

Od 1992. do 1995. godine vodio sektor ugostiteljstva i pekarsko-poslastičarske proizvode na Adi Ciganliji u okviru PKB Beotursa koje je zapošljavalo 150 radnika.

U dosadašnjem stručnom i istraživačkom radu kandidat ima više objavljenih naučnih radova iz kategorije M20 i M50, kao i učešća i izlaganja na naučnim skupovima, kategorija M30 .

Referentni naučni radovi M20 i M50 kategorije:

1. Rađenović, M., Tripković – Marković, A., Drljević, O., Čoso, R., Izazovi menadžmenta ljudskih resursa u hotelijerskoj industriji Crne Gore, TEME, Univerzitet u Nišu, 2016. M24
2. Vukić M., Drljević O., Senzorna svojstva kao komponente gastro-proizvoda, časopis Hotellink br. 4, 2004, str. 155–171. M53
3. Drljević O., Značaj motivacije, morala i podsticaja zaposlenih na kvalitete gastronomskih proizvoda, časopis Hotellink br. 6, 2005, str. 234–243. M53
4. Drljević O., Standard receptura i njihov značaj za kvalitet gastronomskog proizvoda, časopis Hotellink br.15–16, 2010, str. 254–270. M53
5. Drljević O., Ragin B., Balkanska hrana kao regionalni brend, Hotelska kuća, Zlatibor, 2013, str. 484–494. M53
6. Vukić M., Drljević O., Pojam, definisanje i značaj gastronomskih proizvoda, Hotellink br. 23–24, 2014, str 1–15. M53

Kao koautor učestvovao je u pisanju dva udžbenika:

1. Dr Milorad Vukić, Sci Obren Drljević, Gastronomski proizvodi, Viša hotelijerska škola, Beograd, 2006.
2. Dr Milorad Vukić, Sci Obren Drljević, Planiranje menija, Visoka hotelijerska škola, Beograd, 2011.

Doktorska disertacija kandidata Obrena Drljevića -magistar urađena je na 231 strana od čega je: 214 strane kucanog teksta u okviru koga su prikazane 1 tabela, 12 primera, 1 grafikon i 11 slika, kao i 337 fusnota; 7 strana spisak literature sa 159 bibliografske jedinice, a 5 strana je Prilog u kome je prikazan anketni upitnik, kao i 3 strane spiska restoranskih preduzeća gde je obavljeno anketiranje i intervjuisanje. Od navedenih 159 izvora, 137 su knjige i monografije, članci i dokumenti i 22 izvora sa web-a.

Doktorska disertacija kandidata Obrena Drljevića prošla je proveru softvera za ustanovljavanje preklapanja/plagijarizma (iThenticate: Plagiarism Detection Software). Ukupan procentualni iznos zapaženih preklapanja iznosi 6% disertacije. Svaka jedinica primarnih izvora, naznačenih kao potencijalni izvor prilikom provere plagijarizma, iznosi manje od 1% u ukupnom radu. Najveći broj uočenih preklapanja, odnosi se na reference navedene u fusnotama koje je kandidat koristio prilikom navođenja izvora za prikazane tvrdnje i citate u disertaciji. Preostali deo preklapanja odnosi se na periodične reči i izraze koji su opšte prihvaćeni i koriste se u svakodnevnoj komunikaciji i akademskom pisanju u različitim oblastima pa se stoga ne mogu smatrati plagijarizmom kao i adekvatno navedene preuzete delove iz drugih izvora literature, obeležene navodnicima i fusnotama koje ukazuju na originalni rad iz kog su delovi citirani. Deo disertacije koji se odnosi na istraživanje i analizu rezultata nema preklapanja koja se mogu smatrati plagijarizmom što ukazuje na originalnost samog istraživanja.

2. Predmet i cilj doktorske disertacije

Predmet istraživanja

Predmet istraživanja u ovoj disertaciji je delovanje savremenih ekonomskih faktora i promena u makro i mikro okruženju. Radi toga, neophodno je da se istraži položaj restoranskih preduzeća Srbije u savremenim tržišnim uslovima. Te okolnosti zahtevaju novi pristup upravljanju restoranskim preduzećima, kao i novi pristup razvoju ugostiteljstva. Restoranska preduzeća su deo ugostiteljske industrije i veoma bitan element turističke ponude.

Razvoj ugostiteljstva u Srbiji poslednjih godina podstiče na razmišljanje o budućim pravcima razvoja i načinima da se grana u celini podigne na još viši nivo i dostignu rezultati najrazvijenijih zemalja Evrope. Da bi se pratili savremeni trendovi, potrebno je definisati pravce i strategiju razvoja preduzeća na novim polazištima. Restoraterstvo će na taj način postati i jaka osnova oza razvoj turističke privrede u celini.

Predmet ove disertacije jeste da predstavi najnovije trendove navedene u svetskoj literaturi i zatim istraži koliko su restorani u našoj zemlji fleksibilni u praćenju tih trendova. U fokusu istraživanja je profitabilni uslužni program, čiji je integralni deo sistem kontinuiranog poboljšanja kvaliteta.

Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je da se obrade sve kritične oblasti upravljanja restoranom i daju preporuke za uspešno rukovođenje. U tom smislu cilj se sagledavanje postojećeg stanja u poslovanju restoranskih preduzeća u našoj zemlji, a parametri su uzet iz savremene literatura iz ove

oblasti. Cilj je i analiza menadžmenta u restoranskom preduzećima: upravljanje ljudskim resursima je od presudnog značaja za uspeh restorana, imajući u vidu neodvojivost proizvodnje i potrošnje u procesu pružanja usluga; upravljanje proizvodom – planiranje menija i prilagođavanje menija izmenjenim zahtevima tržišta; upravljanje finansijama – prag rentabilnosti kao prelomna tačka, standardni recept, kartice troškova, formiranje cena i meni inženjering; upravljanje kvalitetom usluge i propustima u usluzi, kritičnim faktorima za satisfakciju gostiju i analizu zadovoljstva. Istraživanjem će se doći do informacija kako na tržište plasirati proizvod najboljeg kvaliteta. Glavni cilj istraživanja je da se da odgovor na pitanje kako povećati konkurentnost restoranskog preduzeća. Cilj je da se postigne permanentno podizanje kvaliteta i razvoj restoranske ponude na nivo po kome možemo biti prepoznatljiviji u svetu.

Hipotetički okvir istraživanja

U istraživanju se pošlo od sledećih hipoteza:

H.1. Poslovanje restorana u Srbiji usklađeno je sa savremenim trendovima u restoratersstvu navedenim u svetskoj literaturi

H.2. Uspešna politika u restoraterstvu mora da inicira stalne promene koje predstavljaju strategiju razvoja proizvoda na tržištu – ključ uspeha je fleksibilnost;

H.3. Uspešan restoranski menadžment zahteva profesionalizaciju. Zasniva na efikasnoj koordinaciji svih zaposlenih, koji zajedno daju kvalitet restoranskih proizvoda i usluga posetiocima u restoranima Srbije.

Dokazivanje hipoteza zasniva se na sledećim teorijskim i praktičnim saznanjima:

1. Restoran je glavna osnova istraživanja;
2. Restorani posluju u okviru makro i mikro okruženja pa tako na poslovanje restorana utiču svi faktori i promene koje se dešavaju u ova dva okruženja;
3. Za restoranska preduzeća efikasno upravljanje od kritičnog značaja;
4. Opšti trend svetskog tržišta fokusiran je na preferencije gostiju, koje se stalno menjaju;
5. Inovacija proizvoda i fleksibilnost u skladu je sa izmenjenim preferencijama i navikama gostiju preduslov za opstanak na tržištu
6. Sve navedene faktore i uslove otežava i činjenica da je konkurencija na tržištu sve izraženija
7. U ugostiteljskoj industriji dešavaju se krupne promene, velika preduzeća se gase a fleksibilnost zahteva mala preduzeća koja se lako prilagođavaju novim zahtevima.

3. Metode istraživanja

U istraživanju su korišćene: osnovne, opštenaučne i metode i tehnike prikupljanja podataka. Od osnovnih metoda primenjene su analitičke i sintetičke metode. Od opšte naučnih metoda:

hipotetičko-deduktivna metoda, komparativna, statistička i metoda modelovanja. Od metoda i tehnika prikupljanja podataka primenjene su: anketa, intervju, statističke metode i analiza sadržaja izvora primarne i sekundarne građe.

Ovo istraživanje podrazumevalo je kako pregled najnovije svetske stručne literature –“desk” istraživanja, tako i proveru stvarnog stanja na terenu, u restoranima širom Srbije, odnosno primarna istraživanja. Korišćeni su različiti metodi funkcionalne analize da bi se došlo do utvrđivanja veza i odnosa između analiziranih pojava, metod komparativne analize, kako bi se uočile sličnosti i razlike u dejstvu faktora koji su bili predmet analize, kauzalna analiza, metod klasifikacije, sinteza i metod uzorka.

U radu se pošlo od opštih metodoloških pretpostavki, korišćeno je dijalektičko poimanje saznanja u istraživanju problema, zasnovano na sintezi različitih metodoloških postupaka. Primenjen je metod indukcije kao početni proces u saznavanju nekih opštih zakonitosti u radu restorana i metod dedukcije da bi se iz opštih zakonitosti došlo do posebnih saznanja. Rezultat ovakvog istraživanja je konkretizacija teorijskih saznanja na polazištima specifičnih obeležja, značajnih za upravljanje poslovanjem restorana u savremenim uslovima. Nakon obrade informacija prikupljenih na temelju anketa, intervju a i snimanja na terenu, primenjen je logički –ianalički postupak analize i sinteze, apstrakcije i generalizacije, da bi se došlo do određenih uobičajenih osobinaelemenatasignifikantnihzaposlovanje restorana.

Klasifikovani su svi elementi do kojih se došlo istraživanjem, da bi se ukazalo na bitne veze i odnose, a metodom generalizacije na osnovu indukcije se dolazi do opštih saznanja o kretanju razvoja posmatrane pojave na osnovu posebnih i pojedinalnih, o željenim ciljevima i pravcima poslovanja restoranskih preduzeća. Iskustvena metoda bila je podloga za prognoziranje budućih pravaca razvoja poslovanja.

U radu je korišćena dostupna teorijska i stručna literatura za analiziranje najznačajnijih ekonomskih aspekta restoranskih preduzeća u svetu i kod nas. Istraživanje za potrebe ove disertacije je sprovedeno na uzorku od osamdeset četiri reprezentativna restoranska preduzeća u Srbiji. Direktnim intervjuom anketirani su menadžeri i vlasnici restorana u periodu od oktobra 2013. do jula 2014. godine. U obradi podataka korišćen je program SPSS 19, za analizu podataka korišćena je deskriptivna statistika, a za testiranje hipoteza srednja vrednost, modus, medijana, standardna devijacija, Pearsonov test korelacije, Hi kvadrat test, analiza varijanse (ANOVA).

5. Kratak opis sadržaja doktorske disertacije

Uz uvodna i zaključna razmatranja disertacija obuhvata tri međusobno povezana dela. U uvodu su formulisani predmeti cilj istraživanja, postavljene hipoteze, navedene su naučne metode koje će se koristiti u radu. Teorijski deo sadrži pregled aktuelne svetske i domaće literature iz ove oblasti. Zatim su prikazani rezultati istraživanja i zaključna razmatranja. Pregled literature prikazan je u sedam poglavlja koje čine sistem poslovanja restoranskog preduzeća.

U prvom poglavlju dat je istorijski pregled nastanka restoraterstva, osnovni pojmovi i podele restoraterstva, restoranskog proizvoda i ključnih elemenata restoranskog proizvoda. Predstavljen je kratak osvrt na istoriju nastanka restorana u Srbiji i situacija na tržištu restorana Srbije danas kao i dostignuti stepen razvoja restoraterstva u svetu sa predviđanjem budućih pravaca razvoja.

Zatim su u drugom poglavlju date osnovne definicije menadžmenta i aktivnosti procesa menadžmenta, kao i odnos menadžmenta i organizacionog okruženja i mesto restoraterstva u ovoj disciplini. Posebnu ulogu imaju menadžeri, lideri, čije znanje i sposobnosti direktno opredeljuju uspešnost preduzeća.

Upravljanje ljudskim resursima analizirano je u trećem poglavlju. Menadžeri organizuju ljude, bez dobrih kadrova pružanje usluge nije moguće. Jedna od karakteristika usluga je neodvojivost proizvodnje i potrošnje, odnosno direktni kontakt pružaoca i korisnika usluge, što daje poseban značaj planiranju, izboru, obuci i stalnom usavršavanju kadrova. Motivacija zaposlenih i adekvatno nagrađivanje je bitan aspekt i jedini put do pružanja kvalitetne usluge.

U četvrtom poglavlju analiziran je proizvod, najvažniji element u poslovanju – meni restorana, odnosno definicija, vrste, faktori koji utiču na kreiranje menija, izgled menija. Dizajniranje restoranske usluge predstavlja za menadžment restorana osnovni zadatak. Meni povezuje sve ostale funkcije u restoranu, povećava prodaju i služi kao osnova kontrole. Opisne stavke, redosled i prikazivanje cena utiču na rast prodaje i profita. Uvažavanje trendova ishrane, uvođenje i promovisanje zdravih opcija, lakih obroka i manjih porcija u jelovnik danas je neophodnost koju donose nove navike potrošača i težnja da se izbalansira brz tempo i želja za zdravijim životom.

Određivanje cena u meniju, meni inženjering, tj. pravilno upravljanje profitabilnim stavkama u meniju su ključni aspekti finansijskog upravljanja. Peto poglavlje odnosi se na određivanje cena u meniju i kartice troškova. Dat je pregled pet najvažnijih standarda bez kojih nije moguće zamisliti uspešno poslovanje savremene restoranske organizacije.

Šesto poglavlje odnosi se na kvalitet restoranskih proizvoda i usluga - kompleksan koncept koji je postao imperativ današnjeg poslovanja. Težnja ka kvalitetu postala je zadatak svake proizvodno-uslužne restoraterske organizacije koja stremi uspehu. Njihova osnovna funkcija je da omoguće povećanje sposobnosti uslužne restoraterske organizacije, da privuče nove i zadrži postojeće goste, s jedne strane, i da obezbedi povećanje zadovoljstva i lojalnosti kod korisnika restoranskih usluga, s druge strane.

Sedmo poglavlje odnosi se na upravljanje marketingom. Dobar proizvod dobija potvrdu na tržištu. Restoranskim preduzećima u borbi za goste na raspolaganju su različite metode prodaje i reklamiranja na tržištu. Akcenat je na korišćenju novih tehnologija i širokoj upotrebi interneta u različitim aspektima komunikacije sa potrošačima, bez čega je nemoguće zamisliti poslovanje bilo koje organizacije na savremenom tržištu.

Kvalitet restoranskih proizvoda i usluga je kompleksan koncept koji je postao imperativ današnjeg poslovanja. Težnja ka kvalitetu postala je zadatak svake proizvodno-uslužne restoraterske organizacije koja stremlji uspehu. Njihova osnovna funkcija je da omogućuje povećanje sposobnosti uslužne restoraterske organizacije, da privuče nove i zadrži postojeće goste, s jedne strane, i da obezbedi povećanje zadovoljstva i lojalnosti kod korisnika restoranskih usluga, s druge strane.

Dobar proizvod dobija potvrdu na tržištu. Restoranskim preduzećima u borbi za goste na raspolaganju su različite metode prodaje i reklamiranja na tržištu. Akcenat je na korišćenju novih tehnologija i širokoj upotrebi interneta u različitim aspektima komunikacije sa potrošačima, bez čega je nemoguće zamisliti poslovanje bilo koje organizacije na savremenom tržištu.

Zatim su prikazani rezultati istraživanja. Kao oslonac istraživanja poslužili su stavovi menadžera restorana u Srbiji, odnosno sproveden je test u kome je predstavljeno kako direktno menadžeri ocenjuju uspehe svoga rada u restoraterstvu. Istraživanje je pokazalo da je poslovanje restorana u Srbiji usklađeno sa trendovima poslovanja restorana u svetu, Srbija postaje sve popularnija po gastronomskoj ponudi.

Uzaključnim razmatranjima prezentovana su sažeta osnovna saznanja do kojih se došlo. Pri tome centralna pažnja se posvećuje ukazivanju na aktivnosti koje su neophodne za opstanak restorana.

6. Očekivani rezultati i naučni doprinos doktorske disertacije

U skladu sa navedenim ciljem i predmetom istraživanja, kao i postavljenim hipotezama, na kojima se zasniva istraživanje, disertacija je omogućila da se sagledaju i analiziraju aktivnosti upravljanja restoranskim poslovanjem u savremenim tržišnim uslovima.

Primenom utvrđene naučne metodologije, sveobuhvatne teorijske i empirijske analize, koja podrazumeva pregled i izučavanje brojne domaće i inostrane literature, izvršena su opsežna terenska istraživanja iz kojih su proistekli rezultati rada koji će pokazati da li su restorani u Srbiji uhvatili korak sa svim navedenim promenama. Analizom se došlo do sledećih rezultata:

H.1. Da je poslovanje restorana u Srbiji usklađeno sa trendovima u restoraterstvu navedenim u savremenoj literaturi;

Trendovi u literaturi su ispitivani po svim ključnim parametrima poslovanja, a zatim je kreiran upitnik kojim je izvršeno ispitivanje o načinu poslovanja u odnosu na trendove iz literature. Rezultati istraživanja koje je rađeno za potrebe ove disertacije na uzorku od 84 restorana Srbije, pokazuju da je poslovanje restorana u usklađeno sa trendovima poslovanja restorana koji se navode u svetskoj literaturi. Srbija ne zaostaje po trendovima u kreiranju menija, kvalitetu usluge, primeni novih tehnologija u svim sferama poslovanja, u uslugama i marketing miks. Kvalifikaciona struktura zaposlenih i usklađenost sa trendovima u zelenim tehnologijama imaju lošiju strukturu od poželjne, ali sa ovim problemom zbog karakteristika usluga suočavaju se i restorani u svetu.

H.2. Da uspešna politika u restoraterstvu mora da inicira stalne promene koje predstavljaju strategiju razvoja proizvoda na tržištu – ključ uspeha je fleksibilnost;

Promene u okruženju zahtevaju i promene u organizaciji i tehnologiji pružanja usluga, zato se ne sme dozvoliti stvaranje raskoraka u prilagođavanju organizacione strukture preduzeća tržišnim, organizacionim i drugim promenama. Takav zahtev uslovljen je primenom savremenih (visokih) tehnologija i informatike u poslovanju i opštim tendencijama u organizovanosti tražnje i ponude za ovim uslugama. Promene koje se dešavaju u makrookruženju utiču na poslovanje svih organizacija. Otežavajući ekonomski uslovi poslovanja i veća konkurencija pooštravaju borbu na tržištu za svakog gosta. Nove tehnologije su imperativ za opstanak, donose promene u svim sferama poslovanja: u prikupljanju informacija, u proizvodnim procesima i u komunikaciji sa potrošačima. Potrošačima su dostupne sve informacije, menjaju se preferencije i navike potrošača. Na sve ove izmenjene uslove restorani moraju da reaguju brzo, ključni momenat je fleksibilnost i efikasno prilagođavanje promenama.

H.3. Da se uspešan restoranski menadžment zasniva na profesionalizaciji, efikasnoj koordinaciji svih zaposlenih, koji zajedno daju kvalitet restoranskih proizvoda i usluga posetiocima u restoranima Srbije.

U prilagođavanju restoranske ponude savremenim trendovima i njenom adekvatnijem pozicioniranju na turističkom tržištu, ključnu ulogu ima menadžment restoranskog preduzeća. Menadžment restoranskih preduzeća je veoma specifičan i predstavlja glavnu aktivnost sa stanovišta iznalaženja mogućnosti za uspešno vođenje restoranskog preduzeća, pratekretanja i promene zahteva tražnje, dostignuti nivo tehničko-tehnološkog razvoja,

razvoj sa vremenih informacionih sistema, savremene trendove u ponudi hrane i pića, načinu usluživanja (serviranja), kao i primenu nove marketing koncepcije. To su osnovni elementi i izvori iz kojih nastaju ideje menadžera u rukovođenju restoranom ili drugim ugostiteljskim objektom.

Kandidat ispravno konstatuje da upravljanje ljudskim resursima na svim nivoima je značajno za restoraterstvo i jedan od najvećih problema sa kojima se suočavaju restorateri u svetu i kod nas. Zaposleni na svim linijama su veoma bitni, pogotovo zbog same karakteristike usluge a to je neodvojivost proizvodnje od potrošnje, tj. činjenica da se usluga pruža u interakciji zaposlenih sa gostima. Zbog toga je veoma značajno sagledati na koji način se vrši regrutacija, selekcija i nagrađivanje radnika. Restorateri naglašavaju problem nedovoljno obučениh kadrova, nezainteresovanost za rad i velike fluktuacije radne snage. Zbog te činjenice interesantno je sagledati metode regrutacije kadrova. Posao u ovoj industriji preko konkursa našlo je svega 20% zaposlenih, dok je 40% njih došlo u restoran preko preporuke, a 40% na osnovu nekog vida prakse ili probnog rada. Time se ističu i pozitivne i negativne strane, pokazuje se da je veoma mala zastupljenost angažovanja zaposlenih preko konkursa. Na ovaj način preduzeće smanjuje troškove i smanjuje neizvesnost kada je u pitanju praksa studenata, ali povećava neobjektivnost u odabiru i ocenama kada su u pitanju zaposleni koji su posao našli preko preporuke, kako kod zapošljavanja tako i u radu.

Kandidat svoje istraživanje završava ispravnim zaključkom da navedenim rezultatima istraživanja treba dodati činjenicu da je teritorijalni obuhvat dosegao i najnerazvijenije centre. Uprkos svemu, Srbija postaje poznata po gastronomskoj ponudi u okruženju a i šire. Iz tog razloga ovo je segment kome treba posvetiti odgovarajuću pažnju, podsticajnim merama i odgovarajućom politikom doprineti da se podigne na još viši nivo. Danas je restoraterstvo jedna od najbrže rastućih grana u našoj zemlji i predstavlja naš ponos.

7. Mišljenje i predlog Komisije

Doktorska disertacija Obrena Drljevića- magistar urađena je prema ranije odobrenoj prijavi. Ostvaren je plan istraživanja uz primenu postojećih naučnih i stručnih znanja iz više naučnih i ekonomskih disciplina, a može se zaključiti da je kandidat za svoju doktorsku disertaciju izabrao aktuelnu i kompleksnu temu. Struktura rada je dobro postavljena i omogućila je kandidatu da ostvari svoje istraživačke namere. Kandidat je uspeo da da relevantne odgovore na postavljene ciljeve rada, a to je glavni doprinos nauci pored urađenog istraživačkog dela rada.

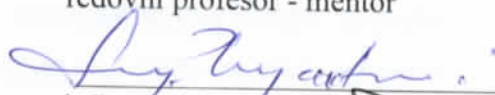
Disertacija je samostalan naučno - istraživački rad kandidata. Pokazana je sposobnost za originalni pristup u analizi posmatranih pojava koje su predmet disertacije.

Polazeći od napred navedenog predlažemo Veću Departmana za poslediplomske studije i međunarodnu saradnju i Senatu Univerziteta Singidunum da prihvati doktorsku disertaciju Obrena Drljevića, magistar, pod naslovom „**Upravljanje restoranskim poslovanjem u savremenim tržišnim uslovima**“ i odobri njenu javnu odbranu.

Članovi Komisije:



dr Slobodan Čerović,
redovni profesor - mentor



dr Dragoljub Barjaktarović,
vanredni profesor – predsednik



Prof.dr Đorđe Čomić,
redovni profesor - član