

# УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ

## ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ

### ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Кандидат: **мр Јелена Матановић**

Тема: **Значај демографских и психолошких одлика за реално и намеравано понашање потрошача**

<b>I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ</b>
<p>1. Датум и орган који је именовео комисију</p> <p><b>Наставно-научно веће Филозофског факултета у Новом Саду је на седници одржаној 12.2.2016. године именовало Комисију за оцену и одбрану докторске дисертације кандидаткиње мр Јелене Матановић.</b></p>
<p>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:</p> <p>1. <b>Проф. др Небојша Мајсторовић, ванредни професор, Психологија, 20.12.2012., Филозофски факултет у Новом Саду, ментор</b></p> <p>2. <b>Проф. др Ружица Ковач Печкаи Жнидершић, редовни професор, Маркетинг, 5.11.2009. Економски факултет у Суботици, члан комисије.</b></p> <p>3. <b>др Ивана Петровић, доцент, Психологија, 8.7.2008. Филозофски факултет у Београду, председник комисије.</b></p>
<b>II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ</b>
<p>1. Име, име једног родитеља, презиме: <b>Јелена, Мирослав, Матановић</b></p> <p>2. Датум рођења, општина, држава: <b>10.07.1980. Нови Сад, Нови Сад, Република Србија</b></p> <p>3. Датум одбране, место и назив магистарске тезе:</p> <p><b>29.10.2009. Филозофски факултет, Одсек за психологију, Задовољство послом универзитетских наставника и сарадника</b></p> <p>4. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука</p> <p><b>Психологија, Индустијска психологија</b></p>
<b>III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:</b>
<p><b>Значај демографских и психолошких одлика за реално и намеравано понашање потрошача</b></p>

#### IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Навести кратак садржај са знаком броја страна, поглавља, слика, шема, графикона и сл.

Докторска дисертација Мр Јелене Матановић садржи 195 страна, укључујући 176 референци, 1 дијаграм, 10 слика, 22 табеле и 3 групе прилога.

Текст је организован у 3 поглавља, литературу и 3 прилога.

Садржај дисертације:

РЕЗИМЕ .....	12
ABSTRACT .....	14
УВОД .....	16
ТЕОРИЈСКИ ДЕО .....	19
Понашање потрошача .....	19
Демографске одлике и потрошачко понашање .....	19
Психолошке одлике потрошача – инволвираност, вредности и саморегулација понашања .....	22
Инволвираност потрошача .....	22
Типови и теорије инволвираности потрошача .....	30
Операционализација инволвираности потрошача .....	44
Истраживања инволвираности потрошача .....	50
Инволвираност и демографске одлике потрошача .....	56
Вредности .....	60
Операционализација вредности .....	62
Шварцов модел вредности .....	64
Истраживања вредности у области маркетинга .....	69
Теорија селф-детерминације .....	72
Теорија когнитивне евалуације .....	74
Теорија организмичке интеграције .....	75
Теорија каузалних оријентација .....	78
Теорија базичних потреба .....	79
Теорија садржаја циљева .....	79
Теорија мотивације за односе са другима .....	79
Истраживања теорије селф-детерминације у области маркетинга .....	80
Саморегулација свакодневног понашања –самосвест .....	82
Истраживања самосвести у области маркетинга .....	83
Проблем истраживања .....	86
Циљеви и хипотезе истраживања .....	87
ЕМПИРИЈСКИ ДЕО .....	94
Узорак испитаника .....	94
Процедура прикупљања података .....	97
Варијабле и инструменти коришћени у истраживању .....	97
Припрема података и статистичке анализе .....	102
Резултати истраживања .....	104
Дескриптивна анализа података .....	104
Факторска структура упитника Профил инволвираности .....	105
Специфичности две подгрупе узорка према испитиваним варијаблама .....	108
Типологија купаца и потенцијалних купаца аутомобила .....	111
Кластер анализа на основу фактора инволвираности .....	111
Специфичности кластера купаца према испитиваним варијаблама .....	114
Анализа значаја демографских карактеристика потрошача за ниво и тип инволвираности .....	118

Анализа значаја психолошких карактеристика потрошача за ниво и тип инволвираности .....	122
Анализа медијаторног ефекта инволвираности у производ на релацију вредности, селф концепта и куповног понашања .....	127
Додатне анализе .....	129
Дискусија .....	132
Структура инволвираности .....	133
Специфичности две подгрупе узорка (купци и потенцијални купци) према испитиваним варијаблама .....	135
Типологија купаца и потенцијалних купаца аутомобила .....	137
Разлике према психолошким карактеристикама међу припадницима четири кластера .....	140
Значај демографских карактеристика за ниво и тип инволвираности .....	143
Значај психолошких карактеристика за ниво и тип инволвираности .....	146
Вредности и инволвираност .....	146
Генералне каузалне оријентације, самосвест и инволвираност .....	148
Медијаторни ефекат инволвираности на релацију вредности, селф концепта и куповног понашања .....	151
Додатне анализе .....	152
Практичне импликације налаза .....	153
Недостаци истраживачког нацрта .....	155
Завршна разматрања и закључци .....	157
ЛИТЕРАТУРА .....	161
ПРИЛОЗИ .....	174
Батерија инструмената коришћена у истаживању .....	174
Универзалне људске вредности и ставке које их дефинишу .....	185
Додатни резултати .....	187

## **V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

У поглављима УВОД и ТЕОРИЈСКИ ДЕО кандидаткиња Матановић даје шири контекст теме истраживања и приказује концептуални оквир истраживања. Представљен је историјат развоја маркетинг концепта и укратко су описани појмови понашања потрошача као и фактора који омогућавају да разумемо такво понашање. Наведене су особине саморегулације, демографске одлике купца и његове укључености у производ (инволвираност). Конкретно, кандидаткиња у уводу истиче да је сврха истраживања да се опише профил особина типичног купца аутомобила у Србији, с обзиром на инволвираност, поједине аспекте личности и релевантне социо-демографске одлике. Даље у овом делу текста разрађени су модели понашања потрошача као и процес доношења одлуке о куповини производа. Кандидаткиња даје одређење процеса доношења одлуке о куповини као процес примања и евалуирања информација о производу, упоређивање конкурентних производа са потребама потрошача, те одлучивање о куповини одређеног производа. Даље, представљена је типологија куповних одлука у зависности од степена инволвираности у производ према моделу Асаел-у (Assael, 1995). Потом су детаљно приказани типови и теорије инволвираности попут базичног модела инволвираности који су предложили Нокс, Вокер и Маршал (Knox, Walker i Marshall, 1994). На страницама од 40. до 44. кандидаткиња описује девет типова инволвираности потрошача у производ према Капфереру и Лорену (Kapferer & Laurent, 1986) чију операционализацију користи у облику инструмента за прикупљање података у свом истраживању. Од 50. до 59. стране текста кандидаткиња износи резултате савремених иностраних и домаћих истраживања у области инволвираности потрошача. Приказ ранијих истраживања се наставља прегледом налаза у области личних вредности као детерминанти потрошачког понашања и то наводећи моделе ВАЈС по Мичелу (Mitchell, 1983) и модел универзалних људских вредности по Шварцу (Schwartz, 1992). Кандидаткиња закључује да индивидуалне вредности попут Самоунапређење из Шварцовог модела прогнозирају појаву Задовољства као тип инволвираности у производ. На страницама од 72. до 85. описана је теорија самодетерминације са својим мини-теоријама и приказани резултати примене овог теоријског оквира у истраживањима у маркетингу. Наведени су претходни налази по којима је код домаћих потрошача доминантна аутономна каузална оријентација, а значајне полне разлике указују да је више жена са доминантно аутономном каузалном оријентацијом. Надаље, утврђено је да аутономна оријентација предвиђа фактор инволвираности Задовољство и Важност док контролишућа каузална оријентација предвиђа факторе Важност и Последице ризика (Матановић и сар, 2012). Кандидаткиња закључује ТЕОРИЈСКИ ДЕО констатацијом да постоји велики број истраживања понашања потрошача али не и академских студија које укључују аспекте личности (селф) у предвиђању инволвираности и куповине специфичног производа какав је аутомобил.

Проблем истраживања кандидаткиња формулише у облику питања - какав је значај демографских карактеристика, вредносних оријентација и селф-концепта за куповину аутомобила на тржишту у Србији? Након тога, дефинише седам циљева истраживања и њима пратећих хипотеза. У делу дисертације од 94. до 103. стране кандидаткиња описује узорак испитаника (купци и потенцијални купци аутомобила који су купили овај производ у претходних шест месеци или намеравају да га купе у наредних шест месеци), узорак варијабли и њима одговарајући инструменти као и опис припреме и начина обраде података.

У поглављу РЕЗУЛТАТИ кандидаткиња прво представља налазе дескриптивне анализе мерених варијабли, факторску структуру упитника Профил инволвираности закључујући да одабрани инструменти показују задовољавајућу интерну конзистентност а да дистрибуције скорова на свим варијаблама не показују тенденцију одступање од нормалности. Анализе разлике између купаца и потенцијалних купаца показује да су потенцијални купци значајно више инволвирану у смислу процене вероватноће ризика од погрешне куповине него што је то нађено код оних који су већ купили аутомобил. По другим типовима инволвираности значајне разлике нису нађене. Између две групе купаца нису нађене значајне разлике ни у важности индивидуалних вредности као ни по генералним каузалним оријентацијама и самосвести. Другим речина, купци и потенцијални купци аутомобила чине релативно хомогену групу потрошача по мереним психолошким својствима. Исход кластер анализе свих испитаника показао је да се купци разврставају у четири групе хомогене по факторима инволвираности – експертска инволвираност, високо инволвирану, ризична инволвираност и ниска. Анализа разлика међу кластерима по психолошким карактеристикама показала је да су испитаници који се налазе у кластеру експертска инволвираност доминантније каузално оријентисани у односу на испитанике из кластера ниска

инволвираност, да испитаници који припадају кластеру висока инволвираност имају развијенију контролишућу оријентацију у односу на испитанике из кластера ризична и ниска инволвираност. Разлике постоје и у изражености јавне самосвести, према вредностима Усмереност на себе, Стимулацији, Хедонизму, Постигнућу, Моћи и Традицији. На пример, купце који припадају кластеру експертска инволвираност прати више развијена Усмереност на себе док припаднике другог кластера (висока инволвираност) прати јача Стимулацији у односу на припаднике кластера Ниска инволвираност. На основу ових и других разлика кандидаткиња закључује да се подгрупе купаца аутомобила формиране према степену инволвираности у производ разликују према мереним психолошким својствима, односно, да подела на купце и потенцијалне купце нема своју психолошку основу у њиховим особинама него у различитом статусу током процеса доношења одлуке о куповини аутомобила. Анализе разлика између демографских група (пол, старост, ниво образовања, породична одговорност) код купаца и потенцијалних купаца показују да постоје само неке значајане разлике и то само унутар групе купаца, не и унутар групе потенцијалних купаца. Тако, утврђено је да су мушкарци купци више инволвиранани него жене купци и то само у погледу инволвираности номинираном као Значење; да су најмлађи купци најмање осетљиви на инволвираност типа Последице ризика, као и да купци нижег образовања показују више нивое инволвираности дефинисаним као Важност и Задовољство; коначно, купци одговорни за мањи број чланова домаћинства остварују више резултате на факторима инволвираности дефинисаним као Важност и Задовољство. Утврђене разлике по типу инволвираности кандидаткиња је покушала да објасни регресијским моделима у којима су предиктори инволвираности биле аутономна и контролисана регулација, самосвест и систем индивидуалних вредности. Добијено је да Укупну инволвираност предвиђају повишене вредности Моћ и Стимулација, да Важност и Задовољство предвиђају Моћ и Постигнуће, да Моћ предвиђа Значење, док се као предиктори инволвираности именоване као Вероватноћа ризика издвајају повишена аутономна каузална оријентација, јавна самосвест, социјална анксиозност и снижена Стимулација и Самоусмерење. Како је психолошко значење ових релација кандидаткиња открива у анализама корелација на нивоу ставки упитника. Таква анализа показује, на пример, да су купци који оцењују високу вероватноћу ризика у куповини социјално анксиозни, стидљиви и несигурни у себе. Константовано је да су каузалне оријентације, личне вредности и самосвест значајни предиктори инволвираности код купаца и потенцијалних купаца производа какав је аутомобил. Такође, путем логистичке регресијске анализе утврђено је и то да инволвираност не остварује медијаторни ефекат на релацију вредности и селф концепта, са једне, и куповног понашања, са друге стране.

У поглављу ДОДАТНЕ АНАЛИЗЕ, кандидаткиња спроводи анализу фактора избора брэнда аутомобила и долази до закључка да се наши купци и потенцијални купци аутомобила групишу према земљи порекла аутомобила: Немачки брэндови, Француски, Јапански и Италија/Србија. Анализа разлика између група потрошача опредељених за једну марку показала је да купци или потенцијални купци јапанског брэнда аутомобила имају значајно нижи фактор инволвираности Вероватноћа Ризика.

У поглављу ДИСКУСИЈА наилазимо на идентичну структуру налаза као и у претходном делу текста али са много дубљом анализом фактора и анализом консеквенци таквих налаза. Ово поглавље обухвата разматрање свих добијених налаза, практичне импликације добијених резултата, недостатке истраживачког нацрта као и завршна разматрања и закључке. Кандидаткиња у дискусији резултата прати постављене циљеве и хипотезе, те пружа објашњења за сваки налаз која су у складу са теоријским поставкама тезе. Најпре су дискутовани налази који се тичу структуре конструкта инволвираности, затим специфичности две подгрупе испитаника према инволвираности. Понуђена су објашњења за разлике које су утврђене код купаца и потенцијалних купаца аутомобила. Типологија купаца је дискутована у складу са теоријским концептима описаним у теоријском делу тезе, те су наведена објашњења за сваки од добијених кластера. Значај демографских и психолошких карактеристика за ниво и тип инволвираности дискутован је за купце и потенцијалне купце, издвојене су значајне вредности и карактеристике личности које са успехом предвиђају поједине типове инволвираности. Кандидаткиња даље нуди објашњење зашто је изостала веза вредности, селф концепта и куповног понашања. Последње су дискутоване додатне анализе које су указале на специфичности нивоа и типова инволвираности на основу земље порекла купљеног аутомобила.

У практичним импликацијама налаза кандидаткиња наводи бројне примене добијених резултата у маркетиншкој пракси. Наводи могућности за сегментацију потенцијалног тржишта купаца

аутомобила на основу инволвираности у производ. Такође, наводи смернице за креирање стратегије промоције производа која би била у складу са доминантним вредностима потенцијалног тржишта. Практична примена налаза добијених у овој тези огледа се и информацијама везаним за едукацију продајног особља у салонима аутомобила, како би на адекватан начин смањили ризике при куповини и успешно закључили процес доношења одлуке о куповини. Недостаци истраживачког нацрта тичу се величине узорка и трансферзалности нацрта истраживања. Кандидаткиња такође наводи и смернице за даља истраживања. У завршним разматрањима сумирани су добијени резултати истраживања.

У три ПРИЛОГА кандидаткиња представља батерију упитника којима је извршено прикупљање података, листу индивидуалних мера једанаест вредности из Циркуларног модела универзалних људских вредности (Schwartz, 1992) и приказује табеле из неколико статистичких анализа.

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

Таксативно навести називе радова, где и када су објављени. Прво навести најмање један рад објављен или прихваћен за објављивање у часопису са ISI листе односно са листе министарства надлежног за науку када су у питању друштвено-хуманистичке науке или радове који могу заменити овај услов до 01. јануара 2012. године. У случају радова прихваћених за објављивање, таксативно навести називе радова, где и када ће бити објављени и приложити потврду о томе.

Кандидаткиња Матановић има 2 објављена научна рада везана за тему докторске тезе, 4 рада објављена у стручним часописима са СЦИ листе Министарства везане за друштвено-хуманистичке науке и 1 рад у штампи (захтев за издавање потврде послат у редакцију часописа Психологија), 20 саопштења на научним скуповима међународног карактера, 9 излагања на научним скуповима националног карактера, 3 рада објављена у зборницима националног значаја и 5 радова у другим часописима:

1. Popov B., Majstorović, N., Matanovic, J., Jelić, D. and Raković, S. (2016). Negative work experiences, affectivity and irrational beliefs as predictors of employees' psychophysical health and sickness absenteeism. *Psihologija* (u štampi). Рад није у вези са докторском дисертацијом.
2. Францешко, М. Михић, В. и Кајон, Ј. (2006). Социјална дистанца и стереотипи о Ромима код деце новосадских основних школа. *Психологија*, **39** (2), 167-182. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
3. Popov, B., Miljanović, M., Stojaković, M. i Matanović, J. (2013). Work stressors, distress, and burnout: The role of coping strategies. *Primenjena psihologija*, Vol. 6 (4). Str 355-370. UDC 159.944. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
4. Матановић, Ј. (2009). Особине личности као предиктори задовољства послом. *Примењена психологија*, Вол. **2** (3), 327-338. ИССН 1821-0147. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
5. Генц, А., Пекић, Ј. и Матановић, Ј. (2013). Механизми суочавања са стресом, оптимизам и генерална самоефикасност као предиктори психофизичког здравља, *Примењена психологија*, Вол **6**, број 22, стр: 155-174. ИССН 1821-0147. Рад није у вези са докторском дисертацијом. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
6. Слијепчевић, В., Матановић, Ј. (2015). Повезаност вредности и типова инволвираности потрошача у процес доношења куповне одлуке. *Маркетинг*, Вол 46, број 2, стр: 132-140. ИССН 03543471 (Штампано изд..) ИССН 2334-8364 (Online), УДК 658.012.2:336. Рад је у вези са докторском дисертацијом.
7. Мајсторовић, Н., Матановић, Ј и Вермезовић, Т. (2015). Предиктори радног статуса свршених

студената Универзитета у Новом саду. Зборник радова штампаних у целини са XXI скупа Трендови развоја „Универзитет у променама“, Факултет техничких наука, стр.82-86. ИСБН 978-86-7892-680-8. Рад није у вези са докторском дисертацијом.

8. Мајсторовић, Н., Матановић, Ј и Вермезовић, Т. (2015). Запосленост и фактори запошљивости свршених студената Универзитета у Новом Саду. Како повећати запосленост у Србији, УР. Проф. Др Радован Пејановић и Проф. Др Божидар Церовић, Универзитет у Новом саду, Научно друштво економиста Србије и Покрајински секретаријат за привреду, запошљавање и равноправност полова, стр. str. 57-68. ИСБН 978-86-499-0197-1. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
9. Матановић, Ј., Слијепчевић, В., Обрић, М., Мајсторовић, Н. и Попов, Б. (2012). Инволвораност потрошача у производ и релације са генералним каузалним оријентацијама. *Маркетинг*, Вол **43**, број 4, стр: 245-252. УДК 366.622. ИССН 0354-3471. Рад је у вези са докторском дисертацијом.
10. Францешко, М. Косановић, Б. и Матановић, Ј. (2008). Радни стилови и начин руковођења, *Анали пословне економије*, Год.ИИ, Вол.1, бр.2, Универзитет за пословни инжењеринг и менаџмент, Бања Лука, стр. 21-38. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
11. Кајон, Ј., Михаић, В. и Францешко, М. (2007). Социометријски статус ромске и неромске деце у основној школи. *Педагошка стварност*, вол. 53 бр. 1-2, стр. 99-110. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
12. Францешко М., Кајон Ј., Михаић В., Пантелић, Д. (2007). Психолошка типологија продаваца, *Маркетинг*, Вол. 38, Но. 1-2, стр. 29- 37, УДК: 339+658, ИССН 034-3471. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
13. Кајон, Ј. (2005). Психолошка структура националног и европског идентитета-међукултурно истраживање. У: Францешко, М. и Зотовић М. (Ур.). *Личност у вишекултурном друштву: Психосоцијални аспекти друштвене транзиције у Србији*, вол В, Нови Сад, Филозофски факултет, Одсек за психологију, 59-74. ИССН 1452-211Х, ИСБН86-80271-23-3. Рад није у вези са докторском дисертацијом.
14. Кајон, Ј. (2005). Психолошка структура националног и европског идентитета: кроскултурално истраживање. Усмено саопштење на научној конференцији са међународним учешћем: „Психосоцијални аспекти друштвене транзиције у Србији“, Одсек за психологију, Филозофски факултет, Нови Сад, 4-5.11.2005. Књига резимеа страна 21-22. Није у вези са темом дисертације.
15. Францешко, М. Косановић, Б. и Кајон, Ј. (2005). Радни стилови као предиктори начина руковођења. Саопштење на 17. Данима Рамира и Зорана Бујаса, Загреб, 15-17.12.2005, Књига резимеа, Школска књига, Загреб,стр. 48. ИСБН 953-175-241-9. Није у вези са темом дисертације.
16. Косановић, Б. Кајон, Ј. и Францешко, М.. (2005). Мотив општег постигнућа као предиктор стилова руковођења. Саопштење на 17. Данима Рамира и Зорана Бујаса, Загреб, 15-17.12.2005, Књига резимеа, Школска књига, Загреб,стр. 107. ИСБН 953-175-241-9. Није у вези са темом дисертације.
17. Franceško, M. Kosanović, B. & Kajon, J. (2006). Comparative analysis of theoretical and empirical models of working styles and their salience in managers. Саопштење на међународном зnanstvenostručnom skupu 15. Dani psihologije, Zadar, 25.-27.05.2006. Sažetci radova, str. 135. ISBN 953-7237-11-7. Није у вези са темом дисертације.
18. Franceško, M. Kajon, J & Mihić, V. (2006). Operationalization of a model of salesmen typology.

Saopštenje na međunarodnom znanstveno-stručnom skupu 15. Dani psihologije, Zadar, 25.-27.05.2006. Sažetci radova, str. 134. ISBN 953-7237-11-7. Није у вези са темом дисертације.

19. Franceško, M. Mihić, V. & Kajon, J. (2006). The authoritarian personality – re-consideration in the new context. Saopštenje na 29.th Annual Scientific Meeting International Society of Political Psychology, Barselona, Spain, 12-15.07.2006. Book of presents, page 56. Није у вези са темом дисертације.
20. Францешко, М. Михић, В. и Кајон, Ј. (2006). Разрада концепта и степен изражености ауторитарности: разлике међу половима и узрасним категоријама. Усмено саопштење на међународном интердисциплинарном скупу Европске димензије реформе система образовања и васпитања у организацији Одсека за педагогију Филозофског факултета у Новом Саду и Педагошког факултета Универзитета у Љубљани, Филозофски факултет, Нови Сад, 14-16.12.2006. Зборник резимеа страна 22-23. ИСБН 86-80271-52-7. Није у вези са темом дисертације.
21. Михић, В. и Матановић, Ј. (2007). Социопсихолошки аспекти инклузије ромске деце у основне школе. саопштење на 55. научно стручном скупу психолога Србије (23-26.05.). Књига резимеа, Друштво психолога Србије, Београд. стр. 75. ИСБН 978-86-83797-57-8. Није у вези са темом дисертације.
22. Косановић, Б., Францешко, М. и Матановић, Ј. (2007). Тежња ка моћи и ауторитарност: разлике по полу и нивоу образовања. Саопштење на 18. Данима Рамира и Зорана Бујаса, Загреб, 13-15.12.2007, Књига резимеа, Школска књига, Загреб, стр. 147. ИСБН 978-953-175-302-9. Није у вези са темом дисертације.
23. Францешко, М., Косановић, Б., и Матановић, Ј. (2007). Разрада концепата и однос између ауторитарности и мотива постигнућа. Саопштење на 18. Данима Рамира и Зорана Бујаса, Загреб, 13-15.12.2007, Књига резимеа, Школска књига, Загреб, стр. 146. ИСБН 978-953-175-302-9. Није у вези са темом дисертације.
24. Popov, B. Bodroža, B and Matanović, J. (2009). Relationship between cyber behaviour on social networking sites and big five model. Saopštenje na 19. Danima Ramira i Zorana Bujasa, Zagreb, 22-25.04.2009, Knjiga rezimea, Školska knjiga, Zagreb, str. 158. ISBN 978-953-175-339-5. Није у вези са темом дисертације.
25. Попов, Б. Мајсторовић, Н. Матановић, Ј. Бодрожа, Б. и Пантелић, Ј. (2009). Макијавелизам, когнитивне потребе и каузалне оријентације код студената психологије. Усмено саопштење на 57. научно-стручном скупу психолога Србије, Психологија у Србији – визија и реалност. Палић, 27-30. мај 2009. Књига резимеа, Друштво психолога Србије, Београд. стр.95. ИСБН 978-86-83797-700-7. Није у вези са темом дисертације.
26. Попов, Б. Мајсторовић, Н. Илић, О. Радановић, Ј. и Матановић, Ј. (2009). Значај когнитивних потреба, макијавелизма и каузалних оријентација за успех на студијама психологије. Усмено саопштење на 57. научно-стручном скупу психолога Србије, Психологија у Србији – визија и реалност. Палић, 27-30. мај 2009. Књига резимеа, Друштво психолога Србије, Београд. стр. 96. ИСБН 978-86-83797-700-7. Није у вези са темом дисертације.
27. Матановић, Ј. Мајсторовић, Н. Бодрожа, Б. и Попов, Б. (2009). Повезаност структуре мотивације за учење, задовољства студијама и успеха студената психологије. Усмено саопштење на 57. научно-стручном скупу психолога Србије, Психологија у Србији – визија и реалност. Палић, 27-30. мај 2009. Књига резимеа, Друштво психолога Србије, Београд. стр. 98. ИСБН 978-86-83797-700-7. Није у вези са темом дисертације.
28. Бодрожа, Б. Мајсторовић, Н. Попов, Б. и Матановић, Ј. (2009). Повезаност вредносних оријентација и генералних каузалних оријентација код студената психологије. Усмено

саопштење на 57. научно-стручном скупу психолога Србије, Психологија у Србији – визија и реалност. Палић, 27-30. мај 2009. Књига резимеа, Друштво психолога Србије, Београд. стр. 103. ИСБН 978-86-83797-700-7. Није у вези са темом дисертације.

29. Матановић, Ј. Бодрожа, Б. и Мајсторовић, Н. (2009). Развијеност и структура радних вредности код студената психологије 1995. и 2009. године. Усмено саопштење на Научно-стручном скупу Савремени трендови у психологији. Одсек за психологију, Филозофски факултет, Нови Сад, 23. и 24.10.2009. Књига резимеа, стр. 58. ИСБН 978-86-6065-025-4. Није у вези са темом дисертације.
30. Попов, Б., Мајсторовић, Н. и Матановић, Ј. (2010). Радни стрес у Србији – корак ка разумевању, процени и могућностима за превазилажење. Усмено саопштење на 58. научно-стручном скупу психолога Србије, Здрав појединац <-> здраво друштво. Златибор, 26-29. мај 2010. Књига резимеа, Друштво психолога Србије, Београд. стр. 54-55. ИСБН 978-86-83797-79-0. Није у вези са темом дисертације.
31. Матановић, Ј. Попов, Б. (2010). Задовољство послом свеучилишних наставника и сурадника. ХВИИ Дани психологије, Задар, Хрватска, 27.- 29. 05. 2010. Сажетци радова, стр. 76. ИСБН 978-953-7237-65-3. Није у вези са темом дисертације.
32. Обрић, М., Матановић, Ј., Мајсторовић, Н., Новаков, И. и Премић, В. (2011). Значај централности рада за активизам и флексибилност у поновном запошљавању. Усмено саопштење на 59. Научно-стручном скупу психолога Србије, Наш идентитет и друштвене промене. Соко Бања, 1.-4. јун 2011. Књига резимеа, Београд: Друштво психолога Србије, стр. 131-132. ИСБН: 978-86-83797-85-1. Није у вези са темом дисертације.
33. Калај, В., Мимић, Р., Попов, Б., Сретковић, Т. и Матановић, Ј. (2011). Шта предвиђа позитивне, а шта негативне индикаторе стреса код запослених? Тест модела организацијског здравља. Саопштење на међународном научно-стручном скупу Савремени трендови у психологији, 14-16.10.2011. Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет, Одсек за психологију. Књига резимеа страна 283-284, ИСБН 978-86-6065-080-3. Није у вези са темом дисертације.
34. Матановић, Ј., Мајсторовић, Н. и Митрић-Аћимовић, Д. (2011). Коруптивно мишљење – рационализације, њихово значење, типови и присуство. Саопштење на међународном научно-стручном скупу Савремени трендови у психологији, 14-16.10.2011. Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет, Одсек за психологију. Књига резимеа страна 287-288, ИСБН 978-86-6065-080-3. Није у вези са темом дисертације.
35. Матановић, Ј., Мајсторовић, Н. и Обрић, М. (2011). Инволвираност у производ и релације са самосвешћу потрошача. Саопштење на међународном научно-стручном скупу Савремени трендови у психологији, 14-16.10.2011. Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет, Одсек за психологију. Књига резимеа страна 289-290, ИСБН 978-86-6065-080-3. М34 – саопштење са пројекта У вези са темом дисертације.
36. Матановић, Ј., Слијепчевић, В., Мајсторовић, Н., и Попов, Б. (2012). Генералне каузалне оријентације и инволвираност у производ потрошача. Саопштење на Научно-стручном скупу психолога Србије, 30.05-02.06.2012. Универзитет у Београду, Филозофски факултет, Одсек за психологију. Књига резимеа страна 140-141, ИСБН 978-86-83797-93-6. М64 – саопштење са пројекта. Није у вези са темом дисертације.
37. Пекић, Ј., Матановић, Ј. и Генц, А. (2013). Предвиђање исхода стресних трансакција на темељу особних ресурса за суочавање са стресом и стратегија суочавања са стресом. Постер презентација на 21. Данима Рамира и Зорана Бујаса, Загреб, 11-13.04.2013, Књига резимеа, Филозофски факултет, Загреб, стр. 242. ИСБН 978-953-175-463-7. Није у вези са темом дисертације.

38. Слијепчевић, В., Матановић, Ј., Мајсторовић, Н., и Попов, Б. (2013). Улога централности рада у флексибилности при поновном запошљавању. Саопштење на Научно-стручном скупу психолога Србије, Доњи Милановац, 29.05-01.06.2013. Књига резимеа страна 103-104, ИСБН 978-86-89377-04-0. Није у вези са темом дисертације.
39. Попов, Б., Матановић, Ј., Слијепчевић, В., Грујић, Н., Јованов, М. и Раковић, С. (2013). Које емоције на послу нас највише исцрпљују? Тест РЕБТ модела емоција у предикцији изгарања. Усмено саопштење на Научно-стручном скупу Савремени трендови у психологији, Нови Сад, 11-13.10.2013. Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет, Одсек за психологију. Књига резимеа страна 66. ИСБН 978-86-6065-174-9. Није у вези са темом дисертације.
40. Мајсторовић, Н., Слијепчевић, В., Попов, Б. и Матановић, Ј. (2013). Демографске одлике и стаж незапослености као фактори активизма у поновном запошљавању. Усмено саопштење на Научно-стручном скупу Савремени трендови у психологији, Нови Сад, 11-13.10.2013. Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет, Одсек за психологију. Књига резимеа страна 68. ИСБН 978-86-6065-174-9. Није у вези са темом дисертације.
41. Majstorović, N., Popov, B. & Matanović, J. (2015). Unemployment health consequences and factors of activism in re-employment. Saopštenje na 14th European Congress of Psychology, 7-10.7.2015, Milan, Italy. Abstract book, str.943. ISBN 9788898116225. Knjiga abstrakata dostupna na [http://www.ecp2015.it/wp-content/uploads/2015/07/ECP-2015-Abstract-Book\\_upd27jul1.pdf](http://www.ecp2015.it/wp-content/uploads/2015/07/ECP-2015-Abstract-Book_upd27jul1.pdf) Није у вези са темом дисертације.
42. Majstorović, N., Vermezović, T., Popov, B. & Matanović, J. (2015). Demografske odlike i aspekti psiho-fizičkog zdravlja kod nezaposlenih u Srbiji. Usmeno saopštenje na Naučno-stručnom skupu "Savremeni trendovi u psihologiji", 29-31. 10. 2015. Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu. Knjika sažetaka str. 49-51. ISBN 978-86-6065-333-0. Није у вези са темом дисертације.

## **VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА**

У поглављима РЕЗУЛТАТИ, ДИСКУСИЈА И ЗАКЉУЧЦИ кандидаткиња Матановић, као најважнији налаз свог истраживања наводи то да мерене психолошке и демографске карактеристике не диференцирају купце од потенцијалних купаца. Међутим, утврђено је да се две групе потрошача значајно разликују у нивоу укупне инволвираности као и на фактору Вероватноћа ризика. Наиме, потенцијални купци аутомобила показују значајно развијенији ој тип инволвираности у односу на купце аутомобила. Демографске и мерене психолошке карактеристике појављују се као предиктори појединих типова инволвираности у производ као што је аутомобил. Тако, пол, старост, образовање и животни циклус породице значајни су предиктори инволвираности у овај производ. Занимљиво је да, упркос налазу да су наши испитаници углавном аутономни у доношењу одлука, одлуку о куповини аутомобила доносе уз помоћ других особа. Кандидаткиња закључује да је куповина аутомобила код нас социјални процес који се огледа у интеракцији купца са продавцем али и у интеракцији са значајним људима из непосредног окружења.

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

Експлицитно навести позитивну или негативну оцену начина приказа и тумачења резултата истраживања.

Кандидаткиња Матановић је истраживачки податке приказала на дескриптивном и инференцијалном нивоу. Прво су дистрибуције свих мерених варијабли описане у смислу централне тенденције и распршења, распона њихових скорова као и мера закривљености и издужености. Применом факторске анализе испитана је структура латентног простора мера упитнка Профил инволвираности, потом помоћу т-тестова су анализирани разлике две групе купаца по свим мереним варијаблама укључујући и типове инволвираности. Анализом варијансе испитиване су психолошке разлике између група потрошача формираних на основу резултата кластер анализе потрошача према мерама инволвираности у производ. Вишеструка регресијска анализа са дихотомним или континуираним критеријумом је примењена у испитивању предикције куповног понашања или типова инволвираности.

Кандидаткиња је на квалитетан начин представила мерене конструкте, њихове инструменте, правилно поставила циљеве истраживања и на одговарајући начин тестирала хипотезе. Кандидаткиња Матановић резултате анализа тумачи коректно и прецизно, пореди их са резултатима претходних домаћих и иностраних истраживања, оцењује њихове домете и прецизира ограничења која намеће примењени нацрт истраживања. Отуда, може се рећи да су приказ резултата истраживања и њихово тумачење у овој дисертацији спроведени у складу са очекивањима која се обично постављају пред формат докторске тезе.

## **IX КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ:**

Експлицитно навести да ли дисертација јесте или није написана у складу са наведеним образложењем, као и да ли она садржи или не садржи све битне елементе. Дати јасне, прецизне и концизне одговоре на 3. и 4. питање:

1. Да ли је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме Докторска дисертација мр Јелене Матановић је написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме.

2. Да ли дисертација садржи све битне елементе Докторска дисертација мр Јелене Матановић садржи све битне елементе оригиналног научног рада у области Индустијске/организациске психологије.

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци Ова дисертација представља оригиналан допринос науци јер испитује понашање купаца из перспективе теорије универзалних људских вредности и теорије самодетерминације које до сада нису биле примењиване у области маркетинга. Резултати показују да ови концептуални оквири омогућавају да се боље разуме феномен инволвираности, како код купаца аутомобила тако и код оних који се спремају да донесу одлуку о куповини аутомобила.

4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања Недостаци докторске дисертације мр Јелене Матановић произилазе из уобичајених недостатности корелационог и трансферзалног истраживачког нацрта, односно, немогућности утврђивања временског следа или каузалних односа мерених варијабли.

**X ПРЕДЛОГ:**

На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:

На основу увида у садржај докторске дисертације кандидаткиње мр Јелене Матановић, под насловом "**Значај демографских и психолошких одлика за реално и намеравано понашање потрошача**" и укупне оцене њене научне вредности, Комисија позитивно оцењује ову дисертацију и предлаже Наставно-научном већу Филозофског факултета, Универзитета у Новом Саду да прихвати позитивну оцену и одобри кандидаткињи да докторску дисертацију под овим насловом јавно брани.

НАВЕСТИ ИМЕ И ЗВАЊЕ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ  
ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

др Ружица Ковач Печкаи Жнидершић, редовни професор,  
Економски факултет у Суботици

---

др Ивана Петровић, доцент,  
Филозофски факултет у Београду

---

др Небојша Мајсторовић, ванредни професор,  
Филозофски факултет у Новом Саду

---

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