

## ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

## ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

Презиме, име једног родитеља и име	Станковић, Славољуб, Милица
Датум и место рођења	28.08.1988., Скопље, Р. Македонија

## Основне студије

Универзитет	Универзитет у Нишу
Факултет	Економски факултет
Студијски програм	Финансије, банкарство и осигурање
Звање	Дипломирани економиста
Година уписа	2007.
Година завршетка	2011.
Просечна оцена	9,65

## Магистарске студије, магистарске студије

Универзитет	Универзитет у Нишу
Факултет	Економски факултет
Студијски програм	Економија
Звање	Дипломирани економиста мастер
Година уписа	2011.
Година завршетка	2012.
Просечна оцена	10,00
Научна област	Економија
Наслов завршног рада	Усаглашавање аграрне политике Србије са Заједничком аграрном политиком Европске уније

## Докторске студије

Универзитет	Универзитет у Нишу
Факултет	Економски факултет
Студијски програм	Економија, модул: Пословно управљање
Година уписа	2012.
Остварен број ЕСПБ бодова	120
Просечна оцена	10,00

## НАСЛОВ ТЕМЕ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Наслов теме докторске дисертације	Франшизинг као стратегија интернационализације малих и средњих предузећа
Име и презиме ментора, звање	др Сузана Стефановић, редовни професор
Број и датум добијања сагласности за тему докторске дисертације	Одлука НСВ број 8/18-01-007/15-021 од 29.09.2015.

## ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Број страна	359+40 (прилози)
Број поглавља	5 (пет)
Број слика (шема, графикона)	38 (тридесет осам)
Број табела	72 (седамдесет два)
Број прилога	8 (осам)

**ПРИКАЗ НАУЧНИХ И СТРУЧНИХ РАДОВА КАНДИДАТА  
који садрже резултате истраживања у оквиру докторске дисертације**

Р. бр.	Аутор-и, наслов, часопис, година, број волумена, странице	Категорија
1	<p><b>Stanković, M.</b> (2016). International franchising in the hotel industry. <i>Facta Universitatis, Series: Economics and Organization</i>. 13(4): 415-426.</p> <p><i>Рад указује на значај франшизинга као стилајетиве интернационализације у сектору хотелијерства. Имајући у виду да највећи број хотела који поседују по систему франшизинга потиче из САД-а, у фокусу анализе су франшизна предузећа из сектора хотелијерства из САД-а, која су рангирана на листи Топ 500 франшиза за 2016. годину. На основу статистичке анализе, ауторка је утврдила да постоји статистички значајна јака позитивна корелација између величине франшизног система и имплементације франшизинга као стилајетиве интернационализације, као и статистички значајна јака позитивна корелација између старијих франшизног система и интернационализације хотелијерских ланаца путем франшизинга. Закључак је да се стварају и већа франшизна предузећа из сектора хотелијерства пре одлучују за примену франшизинга као стилајетиве интернационализације.</i></p>	M51
2	<p><b>Гашевић, Д., Станковић, М.</b> (2016). Франшизинг као стратегија експанзије хотелских ланаца на глобалном нивоу. <i>Школа бизниса</i>. 1, 74-88.</p> <p><i>Франшизни модел пословања успешно примењују предузећа у оквиру туристичке индустрије. Циљ рада је да се презентује улога и значај овог пословног модела у туризму, уколико се узму у обзир све његове специфичности, а нарочито особености које се везују за хотелијерство. Представљајући примере примене франшизног пословања у InterContinental и Marriott International хотелијерским институцијама, наглашавају се вредности ове пословне форме за све учеснике. Посебно је значајна димензија која говори у прилогу туристима (корисницима туристичких услуга), који избором хотела у систему познате франшизе смањују, или потпуно елиминису, ризик непоузданих одлука, а избор познатог бренда за њих је гаранција позитивне искуства. Емпијски подаци приказани у раду показују да франшизинг представља доминантну форму експанзије хотелијерских ланаца на глобалном нивоу.</i></p>	M53
3	<p><b>Stefanovic, S., Stankovic, M.</b> (2015). The Importance of Education and Training for the Development of Franchise Partnerships, in: Krstić, B., Paszek, Z. (eds.) <i>Competitiveness of Enterprises and National Economies</i>, University of Nis, Faculty of Economics, Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, 203-220.</p> <p><i>У условима растуће конкуренције и променљивих услова пословања, франшизинг као пословни концепт постаје све присутнији. Имајући у виду да се франшизинг може посматрати као предузетничко партнерство између даваоца и корисника франшизе, франшизна обука се често идентификује са предузетничком едукацијом. У раду се дефинише франшизни програм обуке који обухвата: иницијални програм обуке, базични програм обуке, текући програм обуке и програм обуке „тренинг за тренере“. Циљ рада је да се нагласи значај формалног и неформалног образовања и обуке за остваривање раста и развоја франшизног система. Резултати емпијске истраживања потврђују предполошку да постоји позитивна корелација између нивоа формалног образовања даваоца франшизе/неформалног образовања даваоца и корисника франшизе и остваривања раста и развоја франшизног система. Рад наглашава неопходност развоја и примене свеобухватног програма франшизне обуке за даваоце франшизе, кориснике франшизе и запослене у франшизним јединицама.</i></p>	M14
4	<p><b>Stefanović, S., Stanković, M.</b> (2014). Улога информационо-комуникационих технологија и Интернета у развоју франшизних система. <i>Економске теме</i>. 52(4): 419-446.</p> <p><i>Рад указује на интензивну употребу савремене информационе и комуникационе технологије са циљем унапређења комуникације између даваоца и корисника франшизе и интеракције са крајњим корисницима. Истраживање је извршено путем свеобухватне он-лајн анализе веб-сајтова франшизних компанија даваоца франшизе. На основу статистичке анализе, аутори истичу да постоји статистички значајна јака позитивна корелација између употребе веб-сајта и броја датих франшиза. Закључује се да мања употреба савремене технологије и Интернета у недовољно развијеним земљама утиче на старије ширење мреже франшизних јединица, него у развијеним земљама у којима је употреба ИКТ и Интернета на много вишем нивоу.</i></p>	M51
5	<p><b>Stefanović, S., Stanković, M.</b> (2014) Entrepreneurial Model of Franchising, XIV International Symposium - SymOrg 2014, Zbornik radova: Aleksandar Marković, Sladjana Barjaktarović-Rakočević (urednici) <i>New Business Models and Sustainable Competitiveness</i>, Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka, 560-567.</p> <p><i>У савременим условима франшизинг доживљава експанзију и континуирани раст као модел пословања. У складу са повезаношћу концепта предузетничког и франшизинга, у раду се објашњава предузетнички модел франшизинга. На основу дефиниција предузетничког и моћности њихове примене на концепт франшизинга, указује се да је концепт франшизинга потпуно у потпуности комбинован са концептом предузетничког. Циљ рада је да се укаже на повезаност ова два концепта и да се објасни теоријски модел предузетничког понашања у франшизингу. Теоријски модел предузетничког понашања који се излаже у раду показује да се максимизирање предузетничког понашања корисника франшизе остварује кроз употребу мрежа корисника франшизе. У крајњем, корисници франшизе кроз своје мреже и предузетничко понашање стварају нову вредност у смислу пословног раста, прилагођавања предузетничких иницијатива у систему, постојећу организациону лидерство и решавање пословних проблема.</i></p>	M33
6	<p><b>Stankovic, M.</b> (2014). Agricultural franchising and contribution to achieving objectives of the EU Common Agricultural Policy. <i>Economics of Agriculture</i>. 61(4): 1021-1035.</p> <p><i>У раду се анализира аграрни франшизинг као једна од иновација у области франшизинга, чија имплементација је још увек у повоју, те се стога треба залагати за популаризацију овог пословног модела. Ауторка истиче значај развоја концепта аграрног франшизинга и допринос имплементације овог концепта остварењу циљева Заједничке аграрне политике Европске уније и унапређењу аграрног сектора у целини. Посебна пажња је посвећена аграрном франшизингу као хибридном облику девинвестирања у условима економске кризе. На основу анализе вредности и недостатака аграрног франшизинга, ауторка закључује да аграрни франшизинг има потенцијал за решавање великог броја проблема у аграрном сектору.</i></p>	M24

<p>7 <b>Stefanovic, S., Stankovic, M. (2013). Comparative analysis of the development of franchising in Serbia and worldwide. <i>Marketing</i>. 44(2), 115-127.</b></p> <p><i>На глобалном нивоу постоји константна тенденција развоја постојећих и нових франшизини система. Ова област је још увек недовољно истражена у Србији. Циљ рада је да се на основу компаративне анализе развоја франшизинија у Србији и свету укаже на значај који овај концепт има на глобалном нивоу и на неопходности интензивније развоја у Србији. У раду се указује на развој франшизинија као концепта половања у савременим условима, уз осврт на суштинске карактеристике, предности и недостатке франшизних система. Анализа франшизинија у свету и у Србији указује на то да је у Србији овај начин половања још увек у развоју, те да је ова област још увек недовољно правно регулисана. У циљу компаративне анализе најпознатијих франшизини система у развијеним иржисним економијама и Србији, полази се од репрезентативних примера концепта франшизе из САД-а, Велике Британије и Србије. У раду се на основу прегледа одабраних франшизних система и засиуљености сираних франшиза у Србији и франшиза из Србије у иностранству, указује на то да је мали број домаћих франшиза интернационализован.</i></p>	M51
<p>8 <b>Stankovic, M. (2013). The importance of innovation for the development of franchise systems. <i>The School of Business</i>. 3-4, 193- 211.</b></p> <p><i>У савременом конкурентном пословном окружењу, иновације су од пресудног значаја за успех сваке компаније. Један од половних концепта који је иешко повезати са иновацијама, с обзиром да представља коришћење испробаној половној модела, јесте свакако франшизини. На глобалном нивоу постоји константна тенденција развоја постојећих и нових франшизини система. С тим у вези, у раду се указује на значај иновација за развој и унапређење франшизних система. Феномен оиворених иновација је све значајнији у последњих неколико година. Раг указује на значај оиворених иновација као најбоље начина за иновирање половања франшизних компанија кроз доношење идеје из екстерног окружења и размењивање интерно креираних идеја. Модел оиворених иновација подразумева ишеирацију куиаца, добављача и корисника франшизе у процес развоја нових производа. Оиворена сирашеија развоја нових производа је веома важна за франшизне компаније које желе да буду лидери. Раг указује на ирсиективне развоја оиворених иновација у франшизним системима будућности.</i></p>	M53

**НАПОМЕНА:** уколико је кандидат објавио више од 3 рада, додати нове редове у овај део документа

### ИСПУЊЕНОСТ УСЛОВА ЗА ОДБРАНУ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Кандидат испуњава услове за оцену и одбрану докторске дисертације који су предвиђени Законом о високом образовању, Статутом Универзитета и Статутом Факултета.

ДА    НЕ

Кандидаткиња Милица Сјанковић испуњава све услове за оцену и одбрану докторске дисертације који су предвиђени Законом о високом образовању, Статутом Универзитета у Нишу и Статутом Економске факултета у Нишу. У складу са Стандардима и процедурама за обезбеђење квалитета у постојећу организовања и заврешка докторских академских студија и израде и одбране завршног рада – докторске дисертације, Економске факултета у Нишу, кандидаткиња је извршила све предисциплине и дисциплине обавезе на докторским академским студијама, презентовала резултате истраживања у вези са пријавом теме докторске дисертације на два докторантска колоквијума и пријавила тему докторске дисертације. Кандидаткиња је у складу са Правилником о постојећу давања сагласности на одлуку о усвајању теме докторске дисертације и на одлуку о усвајању извештаја о урађеној докторској дисертацији Факултету предала Захтев за одређивање Комисије за оцену и одбрану докторске дисертације, као и одговарајући број примерака урађене докторске дисертације. Комисија је утврдила да кандидаткиња испуњава услове дефинисане Правилником о постојећу приреме и условима за одбрану докторске дисертације Универзитета у Нишу. Кандидаткиња Милица Сјанковић је објавила више научних радова у домаћим часописима са листе Министарства науке, и приложила је доказ да је првоишписани аутор научног рада објављеног у часопису који издаје Универзитет у Нишу или факултет Универзитета у Нишу.

### ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Кратак опис појединих делова дисертације (до 500 речи)

Садржај докторске дисертације, поред увода, закључка и литературе, чини пет логички повезаних делова, при чему су прва четири поглавља теоријско-концептуалне природе, док су методолошка питања и резултати спроведеног емпиријског истраживања приказани у петом делу дисертације.

У првом делу дисертације под називом *Карактеристике, улога и значај малих и средњих предузећа у савременој економији* анализирана је улога и значај малих и средњих предузећа (МСП) у глобалној економији и привреди Републике Србије. Истиче се значај МСП као појавног облика предузетничке активности и указује се на предности и недостатке, али и на разлоге и мотиве за покретање половања кроз оснивање малих и средњих предузећа. Поред тога, извршена је компаративна анализа развоја МСП у Републици Србији и на глобалном нивоу. Посебна пажња се посвећује расту и управљању растом МСП, са акцентом на интернационализацију као стратегију раста.

Други део дисертације под називом *Основне карактеристике и теоријски прилиу франшизиниу* обухвата анализу развоја, улоге и значаја франшизинга као половног концепта. Такође, у овом делу дисертације се анализирају предузетнички концепт франшизинга и теоријски приступи доношења одлуке о уласку у франшизни систем. Сагледавају се различите врсте франшиза и наглашавају предности и недостаци франшизинга као половног концепта. Аспект франшизног односа у франшизингу је неправедно запостављена тема, те се значајна пажња посвећује управо избору одговарајућег франшизног партнера и еволуцији односа у франшизном систему.

Трећи део дисертације који носи назив *Сирашеије интернационализације малих и средњих предузећа* пружа увид у неке од теоријских модела интернационализације МСП. Предмет анализе у овом делу дисертације су проактивни и реактивни мотиви који утичу на интернационализацију МСП. Поред мотива, сагледава се значај интерних и екстерних фактора који утичу на интернационализацију МСП, са посебним освртом на утицај

употребе савремене ИКТ и Интернета у франшизним системима. Имајући у виду да се МСП због својих карактеристика и недостатка ресурса често суочавају са низом изазова при изласку на страно тржиште, у овом делу дисертације су анализирани интерне и екстерне баријере за интернационализацију МСП, са акцентом на програме подршке за превазилажење наведених баријера. Након тога, фокус се ставља на различите врсте стратегија интернационализације МСП и компаративну анализу истих.

Четврти део дисертације носи назив *Формулисање и имплементација стратегије интернационализације малих и средњих предузећа применом франшизинга*. У овом делу дисертације фокус је на мотивима и циљевима интернационализације МСП кроз франшизинг, као и интерним и екстерним факторима који утичу на примену франшизинга као стратегије интернационализације. Посебна пажња се посвећује формулисању стратегије интернационализације за франшизна МСП и врстама интернационалних давалаца франшизе. Други део овог поглавља је посвећен приступима селекцији тржишта и факторима који могу утицати на избор тржишта од стране франшизних МСП која примењују франшизинг као стратегију интернационализације. На крају овог поглавља, акценат је на имплементацији и евалуацији франшизинга као стратегије интернационализације МСП.

У петом делу дисертације под називом *Емпиријско истраживање франшизинга као стратегије интернационализације малих и средњих предузећа у Републици Србији* су, поред методолошких оквира истраживања, презентовани и резултати емпиријског истраживања, као и смернице за даља истраживања. На основу примарних података који су прикупљени анкетирањем франшизних МСП из Републике Србије и анализе добијених података применом одговарајућих статистичких метода, сублимирани су и дискутовани добијени резултати, уз компарацију са резултатима сличних студија. Након детаљног увида у постојећу литературу и сагледавања резултата добијених емпиријским истраживањем, дати су релевантни закључци.

## ВРЕДНОВАЊЕ РЕЗУЛТАТА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Ниво остваривања постављених циљева из пријаве докторске дисертације (*go 200 речи*)

Кандидаткиња је као основни циљ свог истраживања у докторској дисертацији навела идентификовање стања и могућности за интернационализацију МСП и примену франшизинга као једне од стратегија интернационализације МСП. Такође, као посебне циљеве истраживања кандидаткиња је навела идентификовање интерних и екстерних фактора који утичу на коришћење франшизинга од стране МСП при интернационализацији пословања, као и разлика у величини или карактеру утицаја ових фактора.

Истраживање је потврдило да интерни фактори из домена делатности, величине и старости франшизног предузећа имају значајан утицај на примену франшизинга при изласку на интернационално тржиште, при чему највећи утицај има величина франшизног МСП. Такође, на примену франшизинга као стратегије интернационализације МСП утичу екстерни фактори из домена привредне развијености земље и географске и културне дистанце између земаља из којих потичу давалац и корисници франшизе, при чему највећи утицај има културна дистанца. Иако је проценат корисника ИКТ и Интернета у пословању већи међу франшизним МСП која се интернационализују путем франшизинга у односу на она која примењују друге стратегије интернационализације, регресиони модел који укључује факторе из овог домена није показао статистичку значајност. Анализом литературе и резултата емпиријских истраживања је утврђено да се франшизинг још увек мање примењује од стране МСП у Републици Србији и у глобалним оквирима, у односу на друге стратегије интернационализације. На основу увида у написану докторску дисертацију, може се закључити да је кандидаткиња у потпуности остварила постављене циљеве.

Вредновање значаја и научног доприноса резултата дисертације (*go 200 речи*)

У докторској дисертацији је извршена детаљна анализа тренутног стања примене франшизинга као стратегије интернационализације МСП, како у Републици Србији, тако и на глобалном нивоу. Тиме је дат допринос актуелизацији франшизинга, посебно као стратегије интернационализације МСП, с обзиром на то да ова тема није у довољној мери и на свеобухватан начин истражена у иностраној и домаћој литератури. Поред теоријских резултата добијених свеобухватном анализом и систематизацијом досадашњих истраживања, докторска дисертација пружа и значајан практичан допринос на основу резултата емпиријског истраживања.

Резултати спроведеног емпиријског истраживања указују да се предности примене франшизинга као стратегије интернационализације за МСП огледају првенствено у уласку на међународно тржиште са познатим брендом и континуираним квалитетом понуде, чиме се омогућује брза експанзија на нова тржишта уз релативно ниске трошкове и ризик. Допринос докторске дисертације је и у сагледавању разлике у величини и карактеру утицаја интерних и екстерних фактора при опредељењу за франшизинг у односу на друге стратегије интернационализације за МСП. Такође, допринос се огледа у конципирању препорука за домаћа МСП даваоце франшизе, која примењују франшизинг као стратегију интернационализације, али и у постављању смерница за франшизна МСП која још увек нису интернационализовала своје пословање. Ова докторска дисертација може допринети употпуњењу истраживачке грађе у ужој научној области пословног управљања, те стога може бити значајна за научну и стручну јавност.

Оцена самосталности научног рада кандидата (go 100 речи)

Кандидаткиња је, уз уважавање сугестија менторке и чланова Комисије, у свим фазама припреме и израде докторске дисертације показала висок степен самосталности у научног раду. На основу детаљне анализе релевантне литературе, кандидаткиња је дефинисала предмет, основни и специфичне циљеве дисертације, претпоставке од којих полази у раду, чиме је дала добар концепцијски оквир за реализацију како теоријског, тако и емпиријског дела истраживања. Након теоријске експликације предмета истраживања, кандидаткиња је реализовала емпиријско истраживање и применом научних метода тестирали дефинисане хипотезе и дискутовала добијене резултате. На основу свеобухватне анализе релевантне домаће и стране литературе и добијених емпиријских резултата, кандидаткиња је формулисала одговарајуће закључке и предложила препоруке у циљу обезбеђивања веће друштвене и институционалне подршке франшизном пословању МСП.

**ЗАКЉУЧАК** (go 100 речи)

Комисија констатује да су резултати истраживања, научни допринос и самосталност научног рада кандидаткиње задовољавајући и потпуно сагласни са одредбама Закона, Статута Универзитета у Нишу и Статута Економског факултета у Нишу којима су прецизно дефинисани услови за позитивну оцену докторске дисертације. Сходно томе, Комисија позитивно оцењује докторску дисертацију кандидаткиње Милице Станковић под називом „*Франшизини као стиратизија интернационализације малих и средњих предузећа*“ и предлаже Наставно-научном већу Економског факултета у Нишу да прихвати Извештај о оцени докторске дисертације и одобри њену јавну одбрану.

**КОМИСИЈА**

Број одлуке ННВ о именовању Комисије

**НСВ број 8/18-01-001/17-032**

Датум именовања Комисије

**21.02.2017.**

Р. бр.	Име и презиме, звање		Потпис
1.	др Горан Миловановић, редовни професор	председник	
	Економија, Пословно управљање (Научна област)	Економски факултет Универзитета у Нишу (Установа у којој је запослен)	
2.	др Сузана Стефановић, редовни професор	ментор, члан	
	Економија, Пословно управљање (Научна област)	Економски факултет Универзитета у Нишу (Установа у којој је запослен)	
3.	Др Благоје Пауновић, редовни професор	члан	
	Економија, Пословна економија и менаџмент (Научна област)	Економски факултет Универзитета у Београду (Установа у којој је запослен)	

Датум и место:

07.03.2017., Ниш