

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

Презиме, име једног родитеља и име	Зимоњић (Јусуф) Велида
Датум и место рођења	22.07.1981. године, Нови Пазар, Србија

Основне студије

Универзитет	Универзитет у Крагујевцу
Факултет	Економски факултет у Крагујевцу
Студијски програм	Менаџмент у трговини
Звање	Дипломирани економиста
Година уписа	2003
Година завршетка	2007
Просечна оцена	8,67

Магистарске студије

Универзитет	
Факултет	
Студијски програм	
Звање	
Година уписа	
Година завршетка	
Просечна оцена	
Научна област	
Наслов завршног рада	

Докторске студије

Универзитет	Универзитет у Нишу
Факултет	Економски факултет у Нишу
Студијски програм	Пословно управљање
Година уписа	2013
Остварен број ЕСПБ бодова	120
Просечна оцена	10

НАСЛОВ ТЕМЕ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Наслов теме докторске дисертације	Допринос маркетинга унапређењу квалитета услуга
Име и презиме ментора, звање	Др Љиљана Станковић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Нишу, у пензији
Број и датум добијања сагласности за тему докторске дисертације	НСВ бр. 8/18-01-001/13-008 од 09.01.2013. године

ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Број страна	265
Број поглавља	6
Број слика (шема, графика)	23
Број табела	69
Број прилога	3

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>Велида Зимоњић, „Испитивање нивоа сатисфакције корисника банкарских услуга применом SERVQUAL модела - Examination of satisfaction level of bank service customers using SERVQUAL model“, <i>Економске теме</i>, (2018), Vol. 56, No. 4, pp. 475-486</p> <p>У раду су анализани значај сатисфакције потрошача и фактори који је условљавају. Посебна пажња усмерена је на испитивање односа који постоји између сатисфакције потрошача, њихових очекивања, лојалности и квалитета услуга. Успостављање и неговање дугорочних односа који су засновани на суштинској лојалности представља предуслов поновних куповина и остваривања пословног успеха предузећа. С обзиром да банкарски сектор карактерише интензивна конкуренција, конкретно емпиријско истраживање ауторке усмерено је на испитивање нивоа сатисфакције корисника банкарских услуга у Србији применом SERVQUAL модела. На основу анализе теорије и сопствених истраживања ауторка је формулисала одређене закључке и препоруке који се могу користити за унапређење пословне праксе.</p>	M51
2	<p>Сузана Ђукић, Велида Зимоњић, „Квалитет услуге као детерминанта сатисфакције потрошача - Service quality as determinant of customer satisfaction“, <i>Facta Universitatis</i>, (2012), Vol. 9, No. 3, pp. 311-325</p> <p>У савременим условима пословања које карактерише изузетна турбулентност, неизвесност, динамичност, опстанак, раст и развој предузећа условљен је усредсређивањем на обезбеђење високог нивоа сатисфакције потрошача. Сатисфакција</p>	M51

	<p>потрошача је водећи циљ и мерило успеха савременог предузећа. Висока стопа промене марке је посебно изражена на тржишту услуга због интензивне конкуренције и захтевнијих потрошача. Потрошачи су информисанији, образованији што се одражава на њихова очекивања у погледу квалитета испоручене вредности. Полазећи од тих сазнања у раду је истраживана веза између квалитета испоручене услуге и сатисфакције потрошача. Анализиран је и објашњен допринос TQM-а унапређењу квалитета услуга и сатисфакције потрошача.</p>	
3	<p>Решовић С., Кијевчанин В. (2010), "Унапређење квалитета на високошколским институцијама у Србији", XII међународни симпозијум Symorg - Организационе науке и менаџмент знања, Факултет организационих наука Београд, Златибор, Vol. 13, стр. 3000-3006, ISBN 978-86-7680-216-6, С OBBIS.RS-ID 175802124</p> <p>Квалитет је претпоставка опстанка и развоја свих организација у савременим условима привређивања, без обзира на то којом се делатношћу баве. Високошколске институције су постале свесне те чињенице и континуирано раде на унапређењу квалитета свих аспеката њиховог деловања. Унапређење система квалитета условљено је успостављањем бројних механизма и мера у тим институцијама, развијањем тржишно оријентисане климе и културе које промовишу квалитет као заједнички циљ свих запослених, као и успешну примену одабраних система и стандарда и њихово интерно и екстерно вредновање. У раду је презентирана анализа система квалитета који су успостављени у високошколским институцијама у Србији као основа за њихово поређење.</p> <p><i>Кратак опис садржине (до 100 речи)</i></p>	M63
4	<p>Никезић, С., Матић, М., Кијевчанин, В. (2010), "Улагање у квалитет и интегрисани систем еко-менаџмента – парадигм заштите животне средине", Зборник радова, Научно-стручна конференција са међународним учешћем, стр. 103-108, ISBN 978-86-86893-28-4</p> <p>У раду је објашњена потреба улагања у заштиту животне средине као битног предуслова одрживог развоја. Управљање у овом домену прихваћено је у глобалним размерама, а такође и на нивоу скоро свих држава. Потписане су одговарајуће конвенције које регулишу ову област и ратификоване су на канференцијама (Хелсинки, Кјото) и на другим састанцима. Међутим, све што је међународно прихваћено није и у пракси заступљено. Проблем животне средине и концепт еколошког менаџмента недовољно су заступљени у образовном систему већине земаља потписница многобројних декларација. Такође и проблем обезбеђивања средстава за заштиту животне средине преко одговарајућих министарстава у условима економске кризе није у потпуности заживео.</p>	M63
5	<p>Кијевчанин, В., Бећировић, С. (2008), "Стратегија обезбеђења квалитета на Државном универзитету у Новом Пазару", СПИН, Зборник радова, VI скуп привредника и научника, Београд, стр. 141-145, ISBN 978-86-7680-164-0, COBBIS.SR-ID 152706572</p> <p>Обезбеђење квалитета у високом образовању у савременим условима постаје све актуелнија тема, јер постоји реална потреба усклађивања стандарда и процедура на глобалном нивоу у складу са Болоњском декларацијом. Да би високошколске образовне институције постале конкурентне морају да обезбеде висок степен квалитета не само наставе, већ и целокупне организације. Државни универзитет у Новом Пазару као</p>	M63

	<p>приоритетан циљ поставио је обезбеђење квалитета, а то је резултирало добијањем Акредитације за Универзитет као целину, департмане и студијске програме. У раду је презентирана анализа процеса обезбеђења квалитета на Државном универзитету у Новом Пазару и оцена Стратегије квалитета коју примењује.</p>	
6	<p>Кијевчанин, В., Максимовић, А. (2012), “TQM модел и модел балансне карте у функцији управљања знањем”, Зборник радова – III студентска конференција: Улога универзитета у превазилажењу друштвено-економске кризе, Државни универзитет у Новом Пазару, Нови Пазар, стр. 35-45, ISBN: 978-80-86893-48-2</p> <p>У изузетно турбулентном и динамичном окружењу, за организације које желе да опстану, расту и развијају је веома је важно да уче, с обзиром да је знање један од лимитирајућих фактора њиховог успеха. Концепт управљања знањем почиње интензивно да се развија од средине 1990-их година и представља новонастали интердисциплинарни пословни процес у чијем фокусу се налази организационо учење. У раду су презентирана искуства и примери добре праксе у управљању укупним квалитетом. Балансна карта је један од најмоћнијих алата за остварење организационе изврсноности што показују примери бројних организација које је користе у процесу управљања за унапређење своје конкурентске позиције.</p>	М63

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
--	----

Образложење: Кандидаткиња испуњава услове за оцену и одбрану докторске дисертације који су предвиђени Законом о високом образовању, Статутом Универзитета, Статутом Факултета и документом Факултета у коме су ти услови ближе одређени, *Стандарди и процедуре за обезбеђење квалитета у поступку организовања и завршетка докторских академских студија и израде и одбране завршног рада - докторске дисертације.* Кандидаткиња испуњава и услове дефинисане *Правилником о поступку припреме и условима за одбрану докторске дисертације Универзитета у Нишу,* донетог на седници одржаној 07. јула 2014. године. Кандидаткиња је аутор (коаутор): више од једног научног рада објављеног у домаћем часопису са листе министарства надлежног за науку (видети списак објављених радова кандидата), доказ да је првопотписани аутор рада објављеног у часопису који издаје Универзитет у Нишу или факултет Универзитета у Нишу (рад објављен у часопису „Економске теме“ чији је издавач Економски факултет - видети списак објављених радова кандидата).

ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Кратак опис појединих делова дисертације (до 500 речи)

Структуру докторске дисертације чине: увод и шест глава: *Значај услуга у савременој привреди, Развој маркетинга услуга, Карактеристике маркетинг програма услужне компаније, Улога маркетинга у дефинисању стандарда квалитета услуге, Утицај сатисфакције и лојалности потрошача на квалитет услуга, Истраживање доприноса маркетинга квалитету услуга банака у Србији.* Следе закључак, литература и прилози.

У *првој глави* објашњене су основне карактеристике услужне економије које произилазе из карактера услуга, фактори који утичу на развој услужног сектора и значај услуга за развој националне економије. У савременој привреди услуге су значајан извор конкурентске предности свих, а посебно услужних

организација. Због тога је одговарајућа пажња у истраживању усмерена на анализу значаја услуга као основе за стицање пословне и националне конкурентске предности.

Друга глава дисертације садржи теоријски осврт на трендове који обликују окружење услужних организација. Анализиране су карактеристике тржишта услуга, специфичности примене маркетинг концепта у сектору услуга. Приказан је развој тржишне оријентације услужних организација, специфичности и потреба прилагођавања маркетинг стратегија и програма потребама услужних организација.

У **трећој глави** објашњен је концепт услуге и услужне понуде. Детаљно су анализирани инструменти маркетинг програма услужне организације: концепт услуге, и у оквиру њега квалитет као најзначајнија детерминанта, цена услуге, канали маркетинга, маркетинг комуницирање, запослени као инструмент маркетинг микса, услужно окружење и услужни процеси.

Улога маркетинга у дефинисању стандарда квалитета услуге анализирана је у оквиру **четврте главе**. Полазећи од потребе и значаја ефикасног управљања укупним квалитетом објашњен је концепт управљања укупним квалитетом, посебно његове специфичности у сектору услуга, улога маркетинга у управљању укупним квалитетом, дефинисање стандарда квалитета услуга. Приказан је развој стандарда квалитета услуга и процес њиховог утврђивања. Посебна пажња усмерена је на примену стандарда ИСО 9000 у унапређењу квалитета услуга.

У **петој глави** дисертације анализа је усмерена на истраживање значаја који има сатисфакција корисника услуга. Анализиран је однос између сатисфакције и очекивања потрошача, значај и начини мерења сатисфакције потрошача. Посебна пажња усмерена је на објашњење утицаја сатисфакције и лојалности потрошача на квалитет услуга и тржишно позиционирање услужних организација. Предмет посебне анализе у оквиру ове главе је испитивање значаја успостављања и неговања дугорочних односа са потрошачима за унапређење квалитета услуга и пословне конкурентности.

У **шестој глави** дисертације анализирани су резултати емпиријског истраживања. Детаљно су објашњени. предмет и циљ истраживања, избор извора и метода за прикупљање података, узорак истраживања, упитник за прикупљање података. Анкетиране су две групе субјеката: корисници банкарских услуга као субјекти тражње и менаџери банака као носиоци понуде. За прикупљање података кандидаткиња је користила структуриране упитнике. Одговарајућом анализом, идентификовани су проблеми са којима се суочавају учесници на банкарском тржишту у Србији, као и могућности и шансе да се унапреди овај сектор пословања. Идентификоване су могућности, али и препреке за унапређење стратегијске позиције банака да развијају успешне пословне и маркетинг стратегије. Резултати теоријских и емпиријских истраживања коришћени су као основа за одговор на постављена истраживачка питања и тестирање хипотеза.

У **завршном делу рада** презентирани су закључци истраживања. На основу резултата истраживања формулисани су предлози и смернице за унапређење квалитета услуга и боље позиционирање банака на финансијском тржишту.

ВРЕДНОВАЊЕ РЕЗУЛТАТА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

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

У пријави дисертације дефинисан је основни циљ – да се установи да ли примена маркетинг концепта доприноси унапређењу квалитета услуга. Подаци прикупљени емпиријским истраживањем коришћени су за проверу главне истраживачке хипотезе којом је претпостављен позитиван однос примене тржишне оријентације операционализоване кроз маркетинг концепт и унапређења квалитета услуга. Позитиван однос је доказан, поткрепљена је главна хипотеза, и тиме остварен основни циљ дисертације.

Основни циљ је спецификован кроз циљеве нижег реда, на основу којих су дефинисане и посебне истраживачке хипотезе. Намера кандидаткиње је била да установи да ли примена маркетинг концепта има позитиван утицај и на друге перформансе услужних организација и националне

привреде. Емпиријски су поткрепљене хипотезе којима је претпостављено да примена маркетинг концепта у услужним организацијама доприноси сатисфакцији потрошача и осталих стејхолдера, конкурентности и иновативности предузећа и привреде. Теоријски је поткрепљена хипотеза о позитивном утицају примене маркетинг концепта на остваривање циљева свих учесника у ланцу вредности. Тиме су остварени и додатни циљеви постављени у пријави докторске дисертације. У пријави је наведено да ће резултати истраживања омогућити одговор на питање да ли се применом маркетинг концепта могу објаснити разлике у стратегијској позиционираности организација банкарског сектора. Допунским хипотезама су проверени и ови односи, чиме су испуњени и допунски циљеви и постигнути очекивани резултати.

Вредновање значаја и научног доприноса резултата дисертације (до 200 речи)

Истраживања о доприносу маркетинга унапређењу пословних перформанси предузећа већим делом су реализована у контексту производних организација. У контексту сектора услуга таква истраживања су малобројна, посебно у Републици Србији. Опредељење кандидаткиње за теоријска и емпиријска истраживања у овој области, значајно је јер доприноси унапређењу пословне праксе и уобличавању теорије. Научни доприноси реализованог истраживања о доприносу маркетинга унапређењу квалитета услуга, могу се поделити у три групе. *Теоријски доприноси* подразумевају систематизацију резултата претходних истраживања о: маркетинг концепту као пословној оријентацији; његовим специфичностима у контекстима од значаја за истраживање у сектору услуга. У дисертацији је детаљно приказан развој маркетинг концепта у области услуга, што представља још увек недовољно истражену област, посебно у Републици Србији. *Емпиријски допринос* подразумева повећање расположивих података о утицају примене маркетинг концепта на квалитет услуга, а самим тим и на пословне перформансе услужних организација.

Налази истраживања указују на позитиван утицај примене маркетинг концепта на успешност, репутацију и конкурентност услужних организација, сатисфакцију и лојалност корисника услуга и на унапређење њихове конкурентности и иновативности. Основни *методолошки допринос* представља истраживачки инструмент за вредновање доприноса маркетинга унапређењу квалитета услуга. Закључујемо да дисертација представља солидну основу за даља истраживања у области маркетинга услуга и посебно у области унапређења квалитета укупне понуде услужних организација.

Оцена самосталности научног рада кандидата (до 100 речи)

У складу са *Стандардима и процедурама за обезбеђење квалитета у поступку уписа, организовања и завршетка докторских академских студија и израде и одбране завршног рада - докторске дисертације*, кандидаткиња је дефинисала предмет и циљеве истраживања. Потом је, уз сугестије менторке, дефинисала финалну структуру дисертације усклађену са постављеним циљевима. Кандидаткиња је показала висок степен самосталности у свим фазама израде докторске дисертације. На основу анализе релевантне литературе из области маркетинга и менаџмента у контексту сектора услуга, представила је солидну теоријску аргументацију предмета истраживања. Самостално је реализовала све фазе емпиријског истраживања. Резултати теоријског и емпиријског истраживања су омогућили кандидаткињи да самостално тестира дефинисане хипотезе, формулише закључке и предложи правце будућих истраживања.

ЗАКЉУЧАК (до 100 речи)

Комисија констатује да су резултати истраживања, научни допринос, као и самосталност научног рада кандидаткиње задовољавајући и потпуно сагласни са одредбама Закона, Статута Универзитета у Нишу и Статута Економског факултета у Нишу којима су дефинисани услови за позитивну оцену докторске дисертације. Сходно томе, Комисија позитивно оцењује докторску дисертацију кандидаткиње **Велиде Зимоњић** под називом „**Допринос маркетинга унапређењу квалитета услуга**“.

Комисија предлаже Наставно-научном већу Економског факултета у Нишу да прихвати Извештај о оцени докторске дисертације „**Допринос маркетинга унапређењу квалитета услуга**“ Велиде Зимоњић и одобри њену јавну одбрану.

КОМИСИЈА

Број одлуке ННВ о именовану Комисије	Одлука ННВ бр.04-440 од 28.02.2019. Одлука НСВ за друштвено-хуманистичке науке бр. 8/18-01-002/19-027
Датум именовања Комисије	20.03.2019.

Р. бр.	Име и презиме, звање		Потпис
1.	Др Сузана Ђукић, редовни професор	председник	
	Пословно управљање (Научна област)	Економски факултет Ниш (Установа у којој је запослен)	
2.	Др Љиљана Станковић, редовни професор у пензији	ментор,	
	Пословно управљање (Научна област)	Економски факултет Ниш (Установа у којој је запослен)	
3.	Др Александар Грубор, редовни професор	члан	
	Маркетинг и трговина (Научна област)	Економски факултет Суботица (Установа у којој је запослен)	

Датум и место:

08.04.2019. Ниш