



УНИВЕРЗИТЕТ ПРИВРЕДНА АКАДЕМИЈА У НОВОМ САДУ

ФАКУЛТЕТ ЗА ПРИМЕЊЕНИ МЕНАџМЕНТ, ЕКОНОМИЈУ И ФИНАНСИЈЕ, БЕОГРАД

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

„Фактори конкурентности и тржишно учешће организације као претпоставка пословног успеха“, кандидат Никола Ћурчић

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ

1. Датум и орган који је именовao комисију

Одлука Наставно научног већа Факултета за примењени менаџмент, економију и финансије бр. 375 од 30.01.2017. год.

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:

- 1) **Проф. др Славомир Милетић**, редовни професор, ужа научна област: Маркетинг, 12.07.2011., Универзитет у Приштини, Економски факултет Косовска Митровица – у својству председника комисије;
- 2) **Проф. др Ћурђица Вукајловић**, ванредни професор, ужа научна област: Пословна и међународна економија, 22.09.2016. године, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, Београд, Универзитет Привредна академија у Новом Саду - у својству ментора;
- 3) **Проф. др Томислав Брзаковић**, редовни професор, ужа научна област: Економија и финансирање, 22.09.2016. године, Факултет за примењени менаџмент, економију и финансије, Београду, Универзитет Привредна академија у Новом Саду – у својству члана;
- 4) **Проф. др Александар Грубор**, редовни професор, ужа научна област: Маркетинг, 28.03.2013., Економски факултет у Суботици, Универзитет у Новом Саду – у својству члана;
- 5) **Др Зоран Симоновић**, научни сарадник, ужа научна област: Економија, 26.03.2015., Институт за Економику Пољопривреде, Београд – у својству члана.

II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

1. Име, име једног родитеља, презиме:

Никола (Војислав) Ћурчић

2. Датум и место рођења, општина, република

09.07.1981. Београд, Република Србија

3. Датум одбране, место и назив магистарског рада:

27.01.2014. Универзитет Сингидунум, Београд, „Управљање тржишним учешћем и конкурентност привредне организације“

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

Економске науке

5. Приказ научних стручних радова са оценом:

- 1) Radivojević N., Čurčić N., Milojkovic D., Miletić V., (2016) „*Testing value-at-risk models in emerging markets during crises: a case study on South Eastern European countries*“, The Journal of risk model validation, Vol.10, No: 2, 57-81, Published by Incisive Media , London, England. (M23)
- 2) Вујовић С, Ђурчић Н., Милетић В., (2016), *Утицај туризма на кружни ток економских процеса* , међународни научни часопис „Економика пољопривреде“ , број 63 / 1 , 2016 Београд (M24)
- 3) Марчетић М., Ђурчић Н., Лазовић К. (2016): *Модалитети евазије пореза на додатну вредност у Републици Србији*, научни часопис „Анали Економског факултета у Суботици“, година 2016. број 35. (M51)
- 4) Радивојевић Н., Милојковић Д, Ђурчић Н., (2015): *Апликативност непараметарских модела историјске симулације на тржиштима у настајању*, научни часопис „Пословна економија“, Сремска Каменица, година 2015, број 2, стр 89-107. (M51)
- 5) Ђурчић Н., Муховић А., Јовановић З. (2013), : *Конкурентност фирме као исходите ефикасног система мотивисања запослених*, научни часопис „Економика“ Ниш, Година 2013. број 4., стр. 203-213. (M52)
- 6) Ђурчић Н., Јовановић З., Муховић А. (2013), : *Коришћење анализе одлучивања у решавању проблема управљања* , научни часопис „ Економика“ Ниш, Година 2013. број 1., стр. 197-204. (M52)
- 7) Вукајловић Ђ, Брзаковић М, Ђурчић Н. (2016) „ *Оцена компетенци запослених од стране различитих менаџмент нивоа*“ Економика, Ниш, 62(3), стр: 47-57. (M 52)
- 8) Девећ Ж., Ђурчић Н., Радивојевић, Н. (2014) „*Креирање концепта маркетинг комуницирања на међународном пословном тржишту.*“ Економика, Ниш, 60(3), 225-235. (M52)
- 9) Муховић А., Ђурчић Н.: (2011), *Информациона технологија у савременој организацији*, научни часопис „ Економика“ Ниш, Година 2011. број 4., стр. 173 - 183. (M52)
- 10) Вукајловић, Ђ., Ђурчић, Н. (2016): *Оцена фактора конкурентности и иновативности у циљу остваривања тржишног учешћа*, Економија теорија и пракса 9(3), стр. 35-54. (M53)
- 11) Ђурчић Н. (2012): *Маркетинг орјентација у функцији генерисања туристичког производа* , научни скуп са међународним учешћем,, Туризам, изазови и могућности“ Требиње 7- 2012. Економски институт Београд, стр.523-530. (M33)
- 12) Ђурчић Н., Ђуровић С., (2015) „*Развој вишег нивоа конкурентности предузећа као исходите кластерског повезивања*“, X међународни мултидисциплинарни научни скуп „Еуробранд“ , Сребрно језеро, стр; 180-189. (M33)

III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

„Фактори конкурентности и тржишно учешће организације као претпоставка пословног успеха“

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Докторска дисертација садржи укупно 230. страна. Осим списка литературе са укупно 122. библиографске јединице домаћих и страних аутора, научно стручних радова објављених у часописима и публикација и интернет извора, дисертација садржи следећа поглавља и то:

1. УВОД, на 4. стране, (5-8);
2. ТЕОРИЈСКО-МЕТОДОЛОШКИ ОКВИР РАДА, на 6. страна, (9-14);
3. КОНКУРЕНТНОСТ ОРГАНИЗАЦИЈЕ, на 21-ној страни, (15-35);
4. ТРЖИШНО УЧЕШЋЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ, на 41-ној страни, (36-76);
5. МАРКЕТИНШКА КОНЦЕПЦИЈА И ЗНАЧАЈ ИСТРАЖИВАЊА ТРЖИШТА на 19. страна, (76-94);
6. ИНОВАЦИЈЕ И КОНКУРЕНТНОСТ ОРГАНИЗАЦИЈЕ У ФУНКЦИЈИ ПОВЕЋАЊА ТРЖИШНОГ УЧЕШЋА, на 18. страна, (95-112);
7. КОНКУРЕНТНОСТ И ТРЖИШНО УЧЕШЋЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СА АСПЕКТА ЊИХОВИХ КАРАКТЕРИСТИКА, на 12. страна, (113-124);
8. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА, на 74. стране, (125-198);
9. ДИСКУСИЈА, на 11. страна, (199-209);
10. ЗАКЉУЧАК, на 4. стране, (210-213);
12. ЛИТЕРАТУРА, на 8. страна, (214-221);
13. ПРИЛОЗИ, на 9. страна, (222-230).

Докторска дисертација има укупно 102. илустрације (71. табела, 26. графика и 6. слике), чиме је елаборација ове сложене проблематике знатно обогаћена.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Конкурентност је данас постала доминантна економска тема чему је поред природне потребе да се буде бољи од других, допринела и светска економска криза кроз коју пролазе све организације. Оне се без обзира на величину, суочавају са захтевима успешности пословања, квалитета производа/услуга, технологије и одрживог развоја. Да би сталне притиске претвориле у конкурентске предности, организације би морале системски одржавати и унапређивати своје пословање. Током протеклих деценија осетна је промена у виду већих, бржих и снажнијих осцилација и турбуленција на све конкурентнијим тржиштима широм света. Стабилан раст конкретне организације и респектабилно тржишно учешће мора бити директан резултат пораста броја пословних клијената.

Ова докторска дисертација имала је циљ да укаже на значај конкурентности организације и напоре које би требало уложити како би се остварио пословни успех. На тржишту данас постоји велики број истих или сличних организација које нуде производе који задовољавају исте потребе потрошача. Бити различит од других, привући потрошаче, циљ је пословања, уколико се жели остварити пословни успех. Опције креирања конкурентске предности зависе од бројних варијабли и

расположивих ресурса. Савремени услови пословања наметнули су нова језгра конкурентности, која се пре свега налазе у нематеријалној имовини - знању, стручности, интелектуалној својини, репутацији и односима са клијентима.

Истраживање је кренуло од главне претпоставке (хипотезе) по којој креирање модела остваривања тржишног учешћа организације кроз сагледавање фактора конкурентности доприноси повећању пословног успеха организације. Докторска дисертација је конципирана тако да има теоретски и истраживачки део са закључним разматрањима.

У **уводном делу** дат је приказ конкурентности у савременим оквирима и значај конкурентске предности за пословни успех. Упућује се да су економска криза и њене последице идентификоване као фундаментални фактори промена у окружењу савремених организација, које су довеле до тога да се успостављају нови и све сложенији конкурентски односи на светском тржишту. Пословни процеси који се одвијају у светској економији доводе до све оштрије конкуренције између организација.

У другом делу **„Теоријско - методолошки оквир рада“** приказане су основе на којима се истраживање заснивало.

Предмет истраживања у ширем смислу речи представља утврђивање који су то фактори конкурентности и које је оптимално решење остваривања тржишног учешћа организације, узимајући у обзир чињеницу да се величина тржишног учешћа не може једном заувек дефинисати, као и да се конкуренција стално мења. У ужем смислу речи предмет истраживања је креирање модела развоја организација уз истицање фактора конкурентности и осталих фактора који утичу на тржишно учешће.

Проблем истраживања је пронаћи оне факторе конкурентности које су од пресудног значаја за пословни успех, као и утврђивање начина повећавања тржишног учешћа.

Основни **циљ** истраживања у овом раду је потврда исправности теорије да у савременом комплексном пословном амбијенту, једном стечена тржишна позиција и конкурентска предност нису непромењиве категорије. Да би их привредна организација одржала (али и ојачала) неопходно је да континуирано прати збивања на тржишту.

Методологија истраживања своди се на аналитичке, синтетичке и општенаучне методе. Истраживање представља емпиријску студију транверзалног карактера. Само прикупљање података вршено је на основу посебно припремљеног упитника. Узорак се састојао од 94. организације које послују на територији Републике Србије. Добијени подаци су обрађени апликативним SPSS системом за обраду података, уз коришћење дескриптивне и компаративне статистике.

У делу **„Хипотезе истраживања“** постављена је једна основна хипотеза:

Креирање модела остваривања тржишног учешћа организације кроз сагледавање фактора конкурентности доприноси повећању пословног успеха организације.

Поред основне, дефинисане су и три помоћне хипотезе:

H1: Институционални оквир у великој мери утиче на конкурентност и тржишно учешће;

H2: Без обзира на карактеристике организације, неопходно је повећање конкурентске позиције и тржишног учешћа;

НЗ: Креирање модела пословног успеха директно је повезано са повећањем тржишног учешћа организације и активности конкуренције.

У делу „**Конкурентност организације**“, представљена је конкурентност као суштина успеха или неуспеха сваке организације. Она одређује активности организације које могу поспешити њене перформансе, као што су иновације, кохерентне културе или квалитетне имплементације. Организације које примењују савремене методе и технике менаџмента имају знатно бољу шансу да ојачају своју конкурентску способност на глобалном тржишту и да заузму стабилну тржишну позицију са перспективом за даљи тржишни раст и профитабилност. Кандидат указује да кључни ресурс за остварење и одржавање конкурентске предности сваке организације представљају посебне менаџерске вештине. Знање о организацији и привредној грани којој припада, дозвољава ефикасним менаџерима да донесу одлуке на бази прецизних информација и да разумеју последице тих одлука. У овом поглављу говори се о факторима конкурентности, стратегијама конкурентности, ресурсима организације у функцији конкурентности, као и о конкурентности домаћих организација. Указује се на значај улагања у конкурентност, као и на начине мерења конкурентности.

У делу „**Тржишно учешће организације**“ указује се да је адекватна оцена нивоа учешћа организације на тржишту важан инпут који може да користи за доношење одлука из домена повећања успешности њене пословне политике. Данас су купци/потрошачи једина константа на коју организације могу рачунати, те се праћење промена у перцепцијама потрошача, њиховим потребама и захтевима, навикама и стилу живота као и ставовима о појединим конкурентима намеће као предуслов остваривања успешне позиције на тржишту. У оквиру овог поглавља указује се на разумевање суштине тржишта, јер је данас постало апсурдно говорити о било каквој активности организација, а да се при томе не пође од тржишта с обзиром да је масовна производња довела до оштре конкуренције која је тржишту дала већу улогу и значај. Индикатори тржишног учешћа, апсолутног и релативног, омогућавају да се сагледа конкурентска позиција организације у односу на конкуренцију. Наводи се да стратегије тржишног учешћа могу бити: креирање или повећање тржишног учешћа, одржавање тржишног учешћа и смањивање тржишног учешћа. Управљање тржишним учешћем је најсложеније на тржишту непосредних конкурената, а конкуренти се сегментирају на: лидере, изазиваче, следбенике и тампонере.

Део дисертације „**Маркетинг концепција и значај истраживања тржишта**“ указује на значај маркетинга који подразумева задовољне потрошаче, док су фактори који утичу на њихово задовољство вредност производа/услуге, цена и квалитет, трошак, услуге (услужно особље). Коначна фаза и поента маркетинг концепције јесте размена и трансакције, односно испорука очекиване вредности (производа) у замену за новац или другу робу или услугу. У овом процесу наводи се значај истраживања тржишта као оруђа за спровођење концепције маркетинга, а задовољан потрошач је циљ концепције. За менаџере сваке организације прилично је озбиљно питање да идентификују тржиште у маркетингу које треба освојити. Разумевање тржишта, без обзира са које тачке се посматра мора да обухвати све понуђаче производа и услуга било да су они произвођачи или дистрибутивна мрежа која делује на једном простору. Уколико организација жели да успе на тржишту, мора да створи трајну конкурентну предност која се може остварити кроз конкурентност базирану на производима, на ценама и на маркетинг каналима.

У делу „Иновације и конкурентност организације у функцији повећања тржишног учешћа“ кандидат указује да је стварање тржишно прихватљивих и конкурентних иновација условљено проналажењем специфичних извора и способности и постизањем оперативне ефикасности. Искуства пословне праксе показују да су организације са супериорним пословним перформансама флексибилне и да континуираним иновацијама настоје да створе јединствену вредност за потрошаче. Успешне иновације зависе од различитих врста организационих, економских, маркетиншких, социјалних и других знања односно од квалитета интелектуалног капитала организације. Иако све иновације не постају резултат активности истраживања и развоја (ИР), интелектуални капитал је свакако најважнији чинилац развоја иновација. Наводи се да нови производ, односно вредност која настаје као одговор на артикулисане потребе потрошача треба да обезбеди дугорочни пословни успех организације, посебно на конкурентски интензивним тржиштима. Конкурентност захтева да се организације мењају и све више оријентишу на отворене иновације и на сарадњу са потрошачима, с обзиром да укључивање потрошача у процес развијања иновација значајно смањује њихов тржишни ризик.

Део дисертације „Конкурентност и тржишно учешће организација са аспекта њихових карактеристика“ указује да се организације које раде у истим или сличним окружењима могу надметати користећи различите методе захваљујући различитим стратешким оријентацијама њиховог менаџмента и других интерних карактеристичних способности. Наводи се да сектор малих и средњих предузећа карактеришу и неповољан секторски распоред, односно концентрација предузећа у радно интензивним и услужним делатностима, као и драстичне разлике у нивоу развијености сектора по окрузима, присутан је проблем територијалне и гранске неповезаности, услед чега су појединачна предузећа слаби партнери и према домаћим институционалним купцима, али и у извозу. У овом делу аутор представља Глобални индекс конкурентности и позицију Србије 2015/2016. године, која је рангирана на 94. месту од посматраних 140. земаља, као и позицију Србије у оквиру дванаест стубова путем којих се посматра и мери конкурентност.

Део „Резултати истраживања“ приказује статистичку анализу истраживања у виду трансверзалне студије која је спроведена на 94. организације. У овом делу је прво дат опис узорка, а затим су дескриптивном статистиком представљене оцене фактора од значаја за остваривање конкурентске позиције, оцене фактора од значаја за конкурентност производа/услуга организације, оцене фактора од значаја за улазак организације на ново тржиште, као и оцене фактора од значаја за ниво тржишног учешћа. Непараметарским χ^2 тестом (Chi-Square) представљене су разлике у оценама фактора од значаја за конкурентност и тржишно учешће у организацијама различитих карактеристика (различите величине, нивои пословања, година пословања и делатности). Разлике у оценама тржишног учешћа организација и конкурентности представљене су АНОВА тестом. Корелациона анализа представљена је за факторе потребне за остваривање конкурентске позиције, факторе од значаја за конкурентност производа/услуга, улазак на ново тржиште и ниво тржишног учешћа у односу на остварену конкурентност организације.

У делу дисертације „Дискусија“ представљени су сумирани резултати истраживања, као и два модела. У првом моделу конкурентности производа/услуга представљен је утицај цене, квалитета производа/последодајног сервиса, ниво иновативних активности, едукација менаџмента/запослених као и ниво државне подршке на

конкурентност производа/услуга у односу на националне и иностране. Други модел тржишно учешће организације, приказује слику финансијског улагања, утицаја менаџмента, ангажовања спољних сарадника, едукација менаџмента/запоселних на повећање тржишног учешћа у националним, као и ван националним оквирима.

У „Закључку“ дисертације сумирана је слика теоријског и емпиријској истраживања са закључним разматрањима проблематике која је у раду обрађивана.

Део „Додатак“ сачињава списак табела, графикона и слика као и оригиналан упитник који је коришћен у истраживању.

VI ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Кандидат, на основу спроведених истраживања, констатује да су у савременом пословном окружењу циљеви организација различити и варирају у зависности од њихове врсте, фазе развоја, зрелости, али су одрживост и остваривање предности на тржишту њихови примарни циљеви. Да би ушле у корак са оштром конкуренцијом на светском тржишту, домаће организације морају идентификовати кључне промене које се одигравају на глобалном нивоу, а први корак у сагледавању јаке конкуренције јесте анализа учесника на тржишту.

У дисертацији кандидат потврђује да конкурентност и тржишно учешће утичу на пословни успех организације и да од начина сагледавања фактора који утичу на тржишно учешће и креирања стратегија зависи и крајњи исход пословања. Индикатори тржишног учешћа омогућавају организацији да сагледа конкурентску позицију у односу на ривале. Модерно оријентисан менаџмент треба да препозна све предности кључних фактора конкурентности, пре свих савремене технологије, реализујући стратегију на начин да генерише одрживу конкурентску предност уз очекивани пословни успех.

Кроз истраживање потврђене су хипотезе, при чему је битно напоменути да се тржишно учешће разликује у зависности од затечених услова окружења и интерних карактеристика организације. Као најзначајнији фактор за остваривање конкурентске предности организације оцењени су менаџмент, маркетинг и иновације, док је државна подршка оцењена са врло ниском оценом, као фактор од значаја за остваривање конкурентске предности. Конкурентност производа/услуга се највише тражи преко цене, добре функционисања и маркетинга. Овакви резултати се потврђују, без обзира на величину организације, делатност и дужину пословања.

Моделом конкурентности уочено је да квалитет производа/услуга и цена утичу на конкурентност производа/услуга у односу на домаће, док ниво иновативних активности и квалитет производа/услуга утиче значајно на конкурентност производа/услуга у односу на иностране. Моделом тржишног учешћа организације види се да је значајан утицај ангажовања спољних сарадника на тржишно учешће организација како у националним тако и међународним оквирима, као и да је значајан утицај едукације менаџмента на тржишно учешће организација ван националних оквира. Закључује се да је неопходно повећати финансијска улагања у циљу повећања тржишног учешћа и више радити на едукацији менаџмента/запослених.

Оно шта кандидат посебно истиче је да је конкурентност без обзира на карактеристике организације (величина, делатност, дужина пословања) изузетно

значајна, те да морају да улажу напор у повећање конкурентности и тржишног учешћа, као предуслов пословног успеха. Неопходно је повећати иновативне активности и радити на унапређењу послепродајног сервиса и дизајна, пре него на ценовној конкурентности. Организације с једне стране морају издвајати већа финансијска средства за повећање иновативности, а с друге стране држава мора уложити већи напор како би се повећала конкурентност организација, производа и услуга.

VII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

Применом квалитативних и квантитативних метода истраживања у оцени фактора који су од значаја за конкурентност и тржишно учешће организација, а у циљу остваривања пословног успеха, дошло се до научно релевантних инфорамција које могу бити темељ новог приступа рада организација, њиховог напретка и помака како на домаћем, тако и на међународном тржишту.

Нова сазнања следе из предходних литерарних истраживања, анализом досадашњих истраживања, као и истраживања спроведених техником анкетања, методом случајног узорка организација које послују на територији Републике Србије.

Кандидат у свом раду даје теоријске поставке истраживања, базирајући их на релевантној домаћој и страниј литератури, као и на резултатима досадашњих истраживања. Конкурентност посматра кроз Глобални индекс конкурентности којим се мере индикатори у 140 земаља, посматрајући положај Србије кроз подиндексе и стубове конкурентности.

Емпиријско истраживање представља студију пресека. Кандидат у свом раду прво даје опис узорка, а затим дескриптивном статистиком (кроз апсолутне и релативне показатеље) приказује све посматране варијабле у узорку. Компаративном статистиком (помоћу χ^2 теста и АНОВЕ) уочава постојање разлика у конкурентности организација које су различитих карактеристика, док корелационом анализом указује на повезаност између фактора конкурентности и остварене конкурентности организација у узорку. Модел конкурентности анализира уз помоћ АМОС софтвера за моделирање, дајући преглед фактора, повезаности, смера и јачине везе између варијабли.

VIII КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

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

Свеобухватним, теоретским и практичним приступом истраживању рада, кроз преглед литературе, досадашњих истраживања и емпијског истраживања, а све у правцу повећања конкурентности и тржишног учешћа организација и производа/услуга, потврђује се да је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме.

У циљу доказивања основне хипотезе докторске дисертације, која се односила на креирање модела остваривања тржишног учешћа организације кроз сагледавање фактора конкурентности како би се остваривао већи пословни успех организације, кандидат анализира факторе конкурентности, остварену конкурентност, разлике у конкурентности организација различитих карактеристика, а такође представља и моделе конкурентности.

У циљу доказивања основне хипотезе, постављене су и помоћне хипотезе, које су доказане детаљном теоретском анализом домаће и стране литературе, након чега је спроведено емпиријско истраживање. Резултати дају јаку теоријску, а такође и практичну основу за подизање конкурентности и тржишног учешћа организација.

Спроведено је истраживање на узорку од 94. организације, на основу унапред припремљеног узорка, како је наведено и у пријави теме. Организације су различитих карактеристика, изабаране случајним избором. Без обзира на карактеристике организације, истраживање је показало да је конкурентност и тржишна позиција од изузетног значаја за конкурентност и тржишно учешће, с обзиром да данашњи убрзани технолошки прогрес креира тржишни амбијент у којем опстају само организације које имају свеобухватни прилаз и наступ на тржишту.

Свака организација је ентитет за себе, која послује у затеченом окружењу са тренутним интерним капацитетима. У фокусу управљања организацијом морају бити пословне функције као што су: маркетинг, квалитет, истраживање и развој, које функције због своје тржишне оријентације носе стратегијски предзнак. Свака организација која послује на тржишту континуирано тежи да повећа своје тржишно учешће, с обзиром да постоји позитивна корелација између тржишног учешћа и пословног успеха (профитабилности).

2. Да ли дисертација садржи све битне елементе

Дисертација обрађена и презентована на наведени начин садржи све битне елементе који су захтевани од кандидата при приступу, изради и изведеним закључцима.

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци

Научно истраживачки задатак решаван у овом раду је отворио нова подручја истраживања која се тичу фактора конкурентности и тржишног учешћа организације. Оригиналноост дисертације се огледа у емпиријској провери теоријских поставки, чиме се даје реална слика фактора и остварене конкурентности организација. На овај начин су отворена подручја:

- истраживање фактора од значаја за посебне привредне гране узимајући у обзир домаће и инострано тржиште;
- истраживање ставова потрошача/корисника производа/услуга о факторима које они перципирају као значајне;
- даљим истраживањем требало би истражити могућности повећања државне подршке у подизању конкурентности, као и могућности повезивања организација како би заједничким наступом на тржишту остварили већу конкурентност, уз смањене трошкове;
- неопходно је утврдити позитивну праксу и начине њеног имплементирања у организације;
- утврдити ниво едукације свих менаџмент нивоа у погледу оцене и значаја

фактора конкурентности, и предвидети едукацију у циљу њиховог унапређења.

Допринос науци ове докторске дисертације садржан је у истраженом стању и препорукама које се односе на факторе конкурентности и тржишну позицију организација.

Теоријском анализом дати су ставови у литератури и резултати досадашњих истраживања, а на основу расположивих података применом статистичких метода извршена је идентификација актуелног стања, на основу директно укључених тржишних актера у виду понуђача производа/услуга. Резултати дају смернице у правцу промена, како би се кориговали недостаци.

Истраживање на којем је базирана реализација овог рада обухватило је бројне изворе литературе, емпиријско истраживање, као и критички осврт кандидата.

Допринос науци овог рада огледа се у томе што је потврђена основна хипотеза предметног истраживања, анализирани фактори који утичу на конкурентност и тржишно учешће, а такође су и представљени модели који упућују на могућности решавања појединих сегмената ове сложене проблематике.

Наведено истраживање, резултати и препоруке дају допринос вредан пажње научне јавности.

IX ПРЕДЛОГ:

На основу укупне оцене дисертације комисија предлаже:

- **да се докторска дисертација прихвати, а кандидату одобри одбрана.**

Комисија сматра да је обрађена тематика у овој докторској дисертацији изузетно значајна за унапређење конкурентности и тржишног учешћа организација и њихових производа/услуга, кроз сагледавање фактора који делују у датом окружењу. Подизањем конкурентности појединачних организација доприноси се подизању конкурентности у ширим националним оквирима, што опет последично води бољој тржишној препознатљивости производа одређене земље порекла.

У том контексту дисертација не само да нуди релевантну теоријску аргументацију, већ и њену практичну потврду и примену не само на нивоу појединачних привредних субјеката, већ и шире у оквиру националних граница.

Истраживања из ове области упућују на изузетан значај коју ова област има тренутно и коју ће све више имати у будућности, кроз појединачни утицај, али и кроз заједничко деловање организација и укључивање државне подршке. Изучавање конкурентности и управљање тржишним учешћем као претпоставке пословног успеха, постају све значајнија питања, управо услед рапидних и сталних промена технологије, динамике и глобализације пословања, па се актуелност истраживања огледа у садашњости уз акценат на континуитет праћења промена и трендова.

Комисија за оцену докторске дисертације **Николе Ђурчића**, под насловом: **„Фактори конкурентности и тржишно учешће организације као претпоставка пословног успеха“**, сматра да задовољава све битне захтеве који се постављају за докторску дисертацију. Оцењује да је ова докторска дисертација у потпуности урађена према одобреној пријави, да је оригинално и самостално научно дело, па Комисија сматра да су се стекли услови за њену јавну одбрану.

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1. Проф. др Славомир Милетић, редовни професор, председник

2. Проф. др Ђурђица Вукајловић, ванредни професор, ментор

3. Проф. др Томислав Брзаковић, редовни професор, члан

4. Проф. др Александар Грубор, редовни професор, члан

5. Др Зоран Симоновић, научни сарадник, члан

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.