

**НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ  
ЕКОНОМСКОГ ФАКУЛТЕТА УНИВЕРЗИТЕТА У КРАГУЈЕВЦУ**

**Предмет: Извештај Комисије о оцени докторске дисертације**

Одлуком Наставно-научног већа Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, број 2425/XI-2) од 28. 09. 2016. године и Стручног већа за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Крагујевцу, број IV-02-955/11 од 12. 10. 2016. године, именовани смо за чланове Комисије за писање Извештаја о оцени докторске дисертације под насловом „Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“ кандидата Дејана Секулића.

На основу увида и анализе урађене и предате докторске дисертације, Комисија за писање Извештаја о оцени докторске дисертације и за њену јавну одбрану подноси Наставно-научном већу Економског факултета Универзитета у Крагујевцу следећи

**ИЗВЕШТАЈ**

**1. ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ**

**1.1. Основни биографски подаци**

Дејан Секулић је рођен 22. 11. 1983. године у Параћину. Основну и средњу школу завршио је у Параћину са одличним успехом. Економски факултет Универзитета у Београду уписао је академске 2002/03. Дипломирао је 24. 05. 2007. године, одбравивши дипломски рад на тему „Односи учесника у ланцима снабдевања“ из предмета Маркетинг логистика са оценом 10 (десет). Просечна оцена на студијама износила је 9,15 (девет и 15/100).

По завршетку студија радио је у грађевинској фирми “Неимар инжењеринг” у Руској Федерацији у служби набавке и финансија, а затим у “Идеи” на позицији асистента менаџера категорије производа за слаткише и грицкалице и менаџера категорије производа за конзервирану храну. Учествовао је на бројним пословним семинарима и програмима обуке.

Докторске студије на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу уписао је академске 2010/2011. године, на модулу Управљање пословањем. Све испите предвиђене наставним планом и програмом положио је са просечном оценом 9,25 (девет и 25/100).

У звање асистента за ужу научну област Маркетинг изабран је 28. 10. 2011. године, на Факултету за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи Универзитета у

Крагујевцу. Ангажован је на предметима Маркетинг менаџмент, Истраживање туристичког тржишта и Менаџмент смештајним капацитетима. У циљу повезивања научног и практичног рада, током 2012. године стручно се усавршавао у хотелу "Holiday Inn" у Београду у области Менаџмента сектором соба. Председник је Савета факултета и секретар Катедре за пословну економију, а као члан Комисије за организовање и спровођење студентске праксе иницирао је сарадњу и потписивање бројних уговора са хотелима и туристичким агенцијама, у циљу организовања и упућивања студената на обављање обавезне стручне праксе.

Учествовао је на ТЕМПУС пројекту „Модернизација и хармонизација студија туризма у Србији“, као и у изradi пројекта „Стратегија развоја туризма Општине Рача“.

Кандидат је члан Српског удружења за маркетинг (СeМА).

## **1.2. Научно-истраживачки рад**

Дејан Секулић се у свом досадашњем научно-стручном раду бавио проблематиком која припада ужој научној области Менаџмент и пословна економија. Основне резултате истраживања саопштио је у следећим публикованим радовима:

### **Рад у међународном часопису (M23, SCOPUS)**

1. Мандарић, М., Миловановић, В., Секулић, Д. (2013), *Contibution of Brand Orientation to Business Performances of Serbian Companies*, Metalurgia International, вол. XVIII, бр. 4, стр. 72-77, (ISSN 1582-2214, SCI)
2. Секулић, Д., Мандарић, М. (2014), *Models for Measuring Services Quality and Customer Satisfaction in Hotel Industry*, Actual Problems of Economics, 8(158), стр. 480-487. (ISSN 1993-6788, SCOPUS)

### **Рад у часопису међународног значаја верификованог посебном одлуком (M24)**

1. Секулић, Д., Миловановић, В., Милићевић С. (2015), *Улога стручне праксе у образовању будућих кадрова у хотелијерству и туризму*, Настава и васпитање, вол. LXIV, бр. 2, стр. 371-383 (ISSN 0547-3330, UDK - 640.4:371.38-057.875(497.11), 338.48:371.38-057.875(497.11), DOI: 10.5937/nasvas1502371S)

### **Саопштење са међународног скупа штампано у целини (M33)**

1. Мандарић, М., Максимовић, Н., Секулић, Д. (2012), *Примена информационе технологије и интернета у промоцији туристичке дестинације и заштита корисника услуга*, VII међународни научни скуп, Медитерански дани: „Туризам: изазови и могућности“, Требиње, Босна и Херцеговина, стр. 176–183 (ISBN: 978-86--7329-096-6)
2. Секулић, Д., Максимовић, Н. (2012), *Marketing concept of human resources management in hospitality industry of Serbia*, I Међународна конференција

- „Employment, Education and Entrepreneurship“, Висока школа за пословну економију и предузетништво, Београд. Рад објављен у зборнику радова „*Entrepreneurship*“, Vol. 3, стр. 417-433. (ISBN 978-86-6069-082-3, COBISS.SR-ID 195406348)
3. Максимовић, Н., Секулић, Д. (2012), *Конзументизам и правна заштита корисника услуга*, Међународна конференција о друштвеном и технолошком развоју (СТЕД 2012), Бањалука, Босна и Херцеговина, стр. 910–926 (UDK 366+346)
  4. Мандарић, М., Секулић, Д., Пантић, Н. (2012), *Empirical Investigation of Brand Orientation in the Non-Profit Sector*, II међународна научна конференција „Савремени изазови у економији, пословању и менаџменту – ЕБМ 2012“, Економски факултет у Крагујевцу, стр. 227–237 (ISBN 978-86-6091-037-2)
  5. Максимовић, Н., Секулић, Д. (2013), *Анализа квалитета услуга у јавним предузећима*, IX мајско саветовање – Услужно право, Правни факултет, Крагујевац, стр. 1197–1209 (ISBN 978-86-7623-043-3, UDK 347.725, COBISS.SR-ID 198137100)
  6. Мандарић, М., Секулић, Д. (2013), *Green Brands as Determinants of Corporate Social Responsibility*, III међународна конференција: „Economics and Management – Based on New Technologies – EmoNT 2013“, Врњачка Бања, Србија, стр. 267–270 (ISBN 978-86-6075-039-8)
  7. Подовац, М., Милићевић, С., Секулић, Д. (2013), *Quality Management in Function of Tourism Competitiveness of Serbian Economy*, III међународна конференција: „Economics and Management – Based on New Technologies – EmoNT 2013“, Врњачка Бања, Србија, стр. 380–384 (ISBN 978-86-6075-039-8)
  8. Подовац, М., Милићевић, С., Секулић, Д. (2013), *Role and Significance of Information Technologies for Serbian Tourism Development*, XIII међународна конференција: Research and Development in Mechanical Industry – RaDMI 2013, Копаоник, Србија, стр. 431–435 (ISBN 978-86-6075-042-8)
  9. Мандарић, М., Секулић, Д. (2014), *Brand management in tourism education: Role of development and building of strong brand for a higher education institution in tourism*, I International Conference „Higher Education in Function of Sustainable Development of Tourism in Serbia and Western Balkans“, Business and Technical College of Vocational Studies, Užice, Serbia, pp. 199-210. (ISBN 978-86-83573-44-8, COBISS.SR-ID 209980940)
  10. Максимовић, Н., Секулић, Д. (2016), *Enforcement of EU regulations as basis of efficient management of hospitality companies*, International Scientific Conference „Tourism in Function of Development of The Republic of Serbia“ Spa tourism in Serbia and experiences of other countries, University of Kragujevac – Faculty of Hotel Management and Tourism, Vrnjačka Banja. (Ed. Drago Cvijanović), pp.464-482, (ISBN 978-86-89949-11-7, COBISS.SR-ID 223639308)

#### **Рад у водећем часопису националног значаја (M51)**

1. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Квалитет услуга као детерминанта сатисфакције потрошача у хотелијерству*, Маркетинг, год. 44, бр. 3, стр. 231–246 (ISSN 0354-3471, UDK 658.6:640.)
2. Секулић, Д., Максимовић, Н. (2013), *Зелени хотели – Значај „зелених“ атрибута за потрошаче у хотелијерству*, Ecologica, год. 20, бр. 70, стр. 257–260 (ISSN 0354--3285, UDK 332.15.36:640.41, COBISS.SR – ID 80263175)

3. Секулић, Д., Мандарић, М., Милићевић, С. (2012), *Извозни маркетинг кондиторске индустрије Србије – Емпиријска студија Концерн Бамби – Банат а.д.*”, Мегатренд ревија, год. 10, бр. 2, стр. 271–288 (ISSN 1820-3159, UDK 338.439.4:339.137.2; 005.336.3:664.68)
4. Секулић, Д., Мандарић, М., Максимовић, Н. (2014), *Утицај зелене пословне праксе на сатисфакцију и лојалност потрошача у хотелској индустрији*, *Ecologica*, вол. 21, бр. 74, стр. 312-316. (ISSN 0354-3285, UDC:379.832, COBISS.SR – ID 80263175)

#### **Рад у часопису националног значаја (M52)**

1. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Савремени трендови у хотелијерству*, *Економски погледи*, год. 15, бр. 2, стр. 63–74 (ISSN 1450-7951, UDK 338.488.2:640.4, JEL: L83)

#### **Рад у научном часопису (M53)**

1. Секулић, Д., Милићевић, С., Мандарић, М. (2012), *Маркетинг концепт у организацији пословања хотелског предузећа*, *Туристичко пословање*, бр. 10/2012, стр. 51–62 (ISSN 0354-3099, UDK 338.486.3:640.412; 640.4:659.1)
2. Секулић, Д., Мандарић, М. (2012), *Организационе перформансе као детерминанта развоја хотелског пословања*, *Економија – теорија и пракса*, год. 5, бр. 2, стр. 42–58 (ISSN 2217-5458, UDK 331.103:640)
3. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Анализа пословања сто најуспешнијих компанија јадранског региона*, *Менаџмент у хотелијерству и туризму*, 1 (2), стр. 07-19 (ISSN 2334-8267, УДК 005.52(497)“2009/2010“; 658.14/.17; 005.332:338.124.2(100))
4. Маринковић, В., Секулић, Д. (2016), *Мотив боравка као основ сегментације корисника хотелијерских услуга*, *Менаџмент у хотелијерству и туризму*, Год. 4, Бр. 2, стр. 25-35 (ISSN 2334-8267, УДК: 338.48-6:640.412; 338.488.2:640.412)

#### **Саопштење са скупа националног значаја штампано у целини (M63)**

1. Мандарић, М., Петровић, М., Секулић, Д. (2012), *Промоција руралног туризма у функцији привредног развоја*, *Научно-стручна конференција: „Развој компететних људских ресурса за потребе туризма у земљама региона ЈИЕ“*, Јахорина, Босна и Херцеговина, стр. 195–203 (ISBN 978-9958-0912-0-9, COBISS.BH-ID 19713030)

## **2. ПРИКАЗ СТРУКТУРЕ И САДРЖАЈ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

### **2.1. Основни подаци о докторској дисертацији**

Докторска дисертација кандидата **Дејана Секулића** под насловом **„Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“**, написана је на vii + 266 стране компјутерски обрађеног текста (формата А4 стандардног прореда и величине слова). У циљу систематизације, боље

прегледности, једноставније упоредивости и анализе података у раду су налази 59 табела и 35 слика. Приликом израде докторске дисертације коришћена је актуелна и релевантна литература од 293 библиографске јединице страних и домаћих извора, као и 27 интернет извора.

Након апстракта на српском и енглеском језику дисертација обухвата: *Увод* (5 страна) и четири логично повезана дела: I део: *Концепт квалитета услуга у хотелијерству* (71 страна), II део: *Сатисфакција корисника хотелијерских услуга* (54 стране), III део: *Маркетинг односа са потрошачима у хотелијерству* (69 страна), IV део: *Методологија и резултати емпиријског истраживања* (44 стране), *Закључна разматрања* (5 страна), *Литература* (14 страна) и *Прилози* (4 стране).

## **2.1. Предмет, циљеви, хипотезе и истраживачка методологија**

*Предмет докторске дисертације* је анализа теоријских и практичних сазнања о квалитету услуга, управљању квалитетом услуга и моделима за мерење квалитета услуга у услужним делатностима, са посебним нагласком на хотелску индустрију. У дисертацији се полази од анализе теоријских аспеката концепта сатисфакције потрошача, метода и модела мерења сатисфакције потрошача и међузависности квалитета услуга и сатисфакције корисника услуга у хотелијерству.

*Основни циљ истраживања* у докторској дисертацији је идентификовање најзначајнијих компоненти хотелске понуде које опредељују квалитет услуга у хотелијерству, а које истовремено утичу на сатисфакцију корисника хотелијерских услуга. Поред овог основног циља дефинисана су и три специфична циља.

*Први специфични циљ* истраживања односи се на критичку процену постојећих модела за мерење квалитета услуга и сатисфакције потрошача, на основу којих је креиран нови модел за мерење квалитета услуга у хотелијерству.

*Други специфични циљ* истраживања односи се на предлагање мера за побољшање методологије за мерење квалитета услуга и сатисфакције корисника услуга у хотелијерству и указивање на могућности примене резултата и закључака истраживања у пракси хотелских предузећа.

*Трећи специфични циљ истраживања* је да се испитају разлике у ставовима различитих демографских група испитаника о компонентама квалитета услуга хотела у циљу утврђивања степена њихове сатисфакције и лојалности.

На основу предмета и циљева истраживања дефинисане су две групе хипотеза: 1) хипотезе о узрочно-последичној повезаности варијабли у моделу, 2) хипотезе о статистичкој значајности разлика у просечним оценама у зависности од демографских обележја испитаника и мотива њиховог боравка у одређеном хотелу.

*Хипотезе о узрочно-последичној повезаности концепата у моделу:*

X-1: Перципирани квалитет хотелске услуге има сигнификантан утицај на сатисфакцију корисника хотелијерских услуга;

X-2: Перципирани имиџ хотела значајно утиче на сатисфакцију корисника услуга у хотелијерству;

X-3: Сатисфакција корисника хотелијерских услуга имплицира њихову лојалност.

*Хипотезе о статистичкој значајности разлика у просечним оценама у зависности од демографских обележја испитаника и мотива боравка:*

X-4: Не постоји статистички значајна разлика у просечним оценама квалитета услуге између различитих група испитаника, уколико као критеријум поделе испитаника посматрамо демографска обележја (пол, старост, ниво образовања) и мотив боравка.

X-5: Не постоји статистички значајна разлика у просечним оценама перципираног имица хотела између различитих група испитаника, уколико као критеријум поделе испитаника посматрамо демографска обележја (пол, старост, ниво образовања) и мотив боравка.

X-6: Не постоји статистички значајна разлика у просечним оценама између различитих група испитаника у вези са укупном сатисфакцијом, уколико као критеријум поделе испитаника посматрамо демографска обележја (пол, старост, ниво образовања) и мотив боравка.

X-7: Не постоји статистички значајна разлика у просечним оценама између различитих група испитаника у вези са лојалношћу, уколико као критеријум поделе испитаника посматрамо демографска обележја (пол, старост, ниво образовања) и мотив боравка.

У докторској дисертацији за анализу података и презентацију резултата кандидат је користио научне методе карактеристичне за област друштвених наука. Метод анализе је коришћен за идентификовање и дефинисање основних компоненти квалитета услуга и сатисфакције потрошача. Методом синтезе утврђен је заједнички допринос и утицај ових компоненти на сатисфакцију корисника услуга у хотелима. Методом дескрипције дефинисани су појмови и чињенице везане за квалитет услуга и сатисфакцију потрошача. Методом компарације утврђене се сличности и разлике између алтернативних модела за мерење квалитета услуга и сатисфакције потрошача. Применом анализе садржаја извршена је анализа досадашњих истраживања из области маркетинга у хотелијерству, менаџмента квалитетом, квалитета услуга, сатисфакције потрошача и маркетинг односа са потрошачима.

У емпиријском истраживању кандидат је за прикупљање примарних података користио метод испитивања путем анкете, чија је примена уобичајена у маркетинг истраживањима. Упитник садржи прецизно дефинисана питања која се односе на елементе квалитета услуга у хотелу, имиц хотела, степен сатисфакције и лојалност гостију. Констатације путем којих су мерене кључне варијабле модела дефинисане су на основу прегледа релевантне литературе. Испитаници су изражавали степен свог задовољства у односу на наведене констатације у анкетном упитнику на седмостепеној Ликертовој скали, при чему оцена 1 означава апсолутно неслагање/незадовољство, док оцена 7 означава апсолутно слагање/ задовољство са одређеном констатацијом.

Статистичка анализа података спроведена је у Статистичком пакету за друштвене науке (*Statistical Package for Social Sciences – SPSS 21*). У првом кораку статистичке анализе кандидат је тестирао поузданост конципираног истраживачког модела. Анализа поузданости је спроведена израчунавањем вредности коефицијента *Cronbach alpha*, како за цео модел, тако и за сваку појединачну варијаблу. На основу вредности Пирсоновог коефицијента утврђен је степен линеарне зависности између посматраних варијабли модела. Дескриптивном статистичком анализом израчунате

су вредности аритметичке средине, стандардне девијације и модуси. Применом просте и вишеструке регресионе анализе утврђен је утицај компоненти хотелске понуде на сатисфакцију гостију, као и утицај сатисфакције на њихову лојалност. Проблем мултиколинеарности испитан је на основу вредности Фактора раста варијансе (*VIF – Variance Inflation Factor*). Применом одговарајућих статистичких метода инференцијалне статистичке анализе утврђена је статистичка значајност разлика између аритметичких средина више посматраних група испитаника у односу на посматрана обележја (пол, старост, образовање, мотив боравка). У ту сврху коришћен је *t*-тест за два независна узорка, док је у случају компарације три посматране група испитаника примењена анализа варијансе (АНОВА).

### **2.3. Садржај докторске дисертације**

У складу са наведеним предметом, циљевима истраживања и постављеним хипотезама, докторска дисертација је структурирана на следећи начин:

## **УВОД**

### *Први део*

## **КОНЦЕПТ КВАЛИТЕТА УСЛУГА У ХОТЕЛИЈЕРСТВУ**

### **1. Маркетинг концепт у хотелијерству**

#### 1.1. Развој маркетинг концепта

#### 1.2. Макро и микро окружење у хотелијерству

##### *1.2.1. Макромаркетинг окружење*

##### *1.2.2. Микромаркетинг окружење*

#### 1.3. Специфичности маркетинга у хотелијерству

#### 1.4. Маркетинг микс у хотелијерству

#### 1.5. Стратегије управљања маркетингом у хотелијерству

### **2. Карактеристике квалитета услуга у хотелијерству**

#### 2.1. Однос квалитета производа и квалитета услуга у савременој привреди

#### 2.2. Вишедимензионалност квалитета услуга у хотелијерству

#### 2.3. Геп модел квалитета услуга

#### 2.4. Тотални и атрактивни квалитет у хотелијерству

#### 2.5. Управљање квалитетом услуга у хотелијерству

##### *2.5.1. Стандарди управљања квалитетом услуга*

##### *2.5.2. Неопходни ресурси за управљање квалитетом услуга*

#### 2.6. Квалитет односа у услужном сусрету

#### 2.7. Улога корисника у контроли квалитета хотелијерских услуга

### **3. Мерење квалитета услуга**

#### 3.1. Значај мерења квалитета услуга

- 3.2. Компоненте квалитета услуга
- 3.3. Модели за мерење квалитета услуга
  - 3.3.1. *SERVQUAL*
  - 3.3.2. *SERVPERF*
  - 3.3.3. *LODGSERV*
  - 3.3.4. *HOLSERV*
  - 3.3.5. *LQI*
  - 3.3.6. *DINESERV*

#### *Други део*

### **САТИСФАКЦИЈА КОРИСНИКА ХОТЕЛИЈЕРСКИХ УСЛУГА**

#### **1. Концепт сатисфакције потрошача**

- 1.1. Анализа различитих степена сатисфакције потрошача
- 1.2. Тотална сатисфакција потрошача
- 1.3. Однос сатисфакције и лојалности потрошача

#### **2. Компоненте квалитета као детерминанте сатисфакције корисника услуга у хотелијерству**

- 2.1. Однос квалитета услуга и сатисфакције потрошача
- 2.2. Опиљиве компоненте квалитета хотелских услуга
- 2.3. Неопиљиве компоненте квалитета хотелских услуга
- 2.4. Однос имиџа хотела и сатисфакције корисника услуга у хотелијерству

#### **3. Мерење сатисфакције потрошача**

- 3.1. Циљеви мерења сатисфакције потрошача
- 3.2. Поступак мерења сатисфакције потрошача
- 3.3. Модели за мерење сатисфакције потрошача
  - 3.3.1. *Шведски барометар сатисфакције потрошача*
  - 3.3.2. *Амерички индекс сатисфакције потрошача*
  - 3.3.3. *Норвешки барометар сатисфакције потрошача*
  - 3.3.4. *Европски индекс сатисфакције потрошача*
  - 3.3.5. *Швајцарски индекс сатисфакције потрошача*
  - 3.3.6. *Немачки индекс сатисфакције потрошача*

#### *Трећи део*

### **МАРКЕТИНГ ОДНОСА СА ПОТРОШАЧИМА У ХОТЕЛИЈЕРСТВУ**

#### **1. Развој маркетинга односа у хотелијерству**

- 1.1. Оријентација хотела на потрошаче



- 1.2. Од класичног маркетинга ка маркетингу односа
- 1.3. Суштина концепта маркетинга односа
- 1.4. Типови маркетинга односа у хотелијерству
  - 1.4.1. Однос између госта и хотела
  - 1.4.2. Однос између посредника и хотела
  - 1.4.3. Однос између запослених и хотела
  - 1.4.4. Однос између конкурената у хотелијерству

## **2. Стратегија развоја дугорочних односа са потрошачима у хотелијерству**

- 2.1. Суштина концепта маркетинга односа са потрошачима (*Customer Relationship Marketing – CRM*)
  - 2.2. CRM процес и циклус госта у хотелу
  - 2.3. CRM и интеграција хотелских одељења
  - 2.4. Алати за имплементацију CRM-а у хотелијерству
- ## **3. Управљање односима са потрошачима у хотелијерству**
- 3.1. Креирање вредности за потрошаче
  - 3.2. Привлачење и задржавање порошача
  - 3.3. Изградња дугорочне лојалности у хотелијерству
  - 3.4. Програми лојалности у хотелијерству

### ***Четврти део***

## **МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ЕМПИРИЈСКОГ ИСТРАЖИВАЊА**

### **1. Конципирање истраживачког модела**

- 1.1. Дефинисање предмета и циљева истраживања
- 1.2. Дефинисање истраживачких варијабли и хипотеза
- 1.3. Одређивање метода за прикупљање и анализу података
- 1.4. Опис узорка

### **2. Резултати емпиријског истраживања**

- 2.1. Резултати дескриптивне статистичке анализе
- 2.2. Оцена поузданости конципираног модела и корелациона анализа
- 2.3. Резултати регресионе анализе
- 2.4. Резултати тестова поређења средина
- 2.5. Предлог мера за унапређење квалитета у функцији повећања сатисфакције и лојалности корисника хотелијерских услуга
- 2.6. Ограничења и предлози за будућа истраживања

## ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

### ЛИТЕРАТУРА

#### ПРИЛОГ

Прилог 1. Приказ e-mail анкете на рачунару

Прилог 2. Анкета – Мерење задовољства гостију у хотелијерству

У првом делу докторске дисертације, под насловом „*Концепт квалитета услуга у хотелијерству*“, (стр. 6-76), полази се од развоја маркетинг концепта и анализирају фактори макро и микро окружења који утичу на пословање хотела. Утицај екстерних и интерних фактора условљава проактивни приступ у креирању и имплементацији пословне стратегије, што се огледа у уобличавању и променама у маркетинг миксу хотелских компанија. Објашњен је однос између квалитета производа и квалитета услуга у савременој привреди, вишедимензионалност квалитета услуга, као и геп модел квалитета услуга. Управљање квалитетом у хотелијерству је континуиран процес који подразумева поштовање утврђених стандарда, њихово стално одржавање и унапређивање. Истакнут је значај корисника у контроли квалитета хотелијерских услуга. Разматран је значај мерења квалитета услуга, компоненте квалитета услуге, као и модели за мерења квалитета услуга као што су, SERVQUAL, SERVPERF, LODGSERV, HOLSERV, LQI и DINESERV.

У другом делу, који носи наслов „*Сатисфакција корисника хотелијерских услуга*“, (стр. 77-130), полази се од дефинисања концепта сатисфакције потрошача. Концепт сатисфакције потрошача заузима значајно место у маркетиншкој литератури, с обзиром на то да утиче на будуће понашање потрошача и њихову лојалност. Анализирани су различити степени сатсфакције потрошача, тотална сатисфакција, као и однос сатисфакције и лојалности поторшача. У овом делу разматрани су основни фактори који утичу на сатисфакцију корисника услуга у хотелијерству. У том контексту, разматран је утицај компоненти хотелске понуде на задовољство корисника услуга. Издвојене су две групе компоненти хотелских услуга, опипљиве (локација, изглед хотела, опремљеност пријемног хола, собе и ресторана, постојање садржаја за спорт и рекреацију) и неопипљиве (љубазност, услужност, професионалност, емпатија). Поред тога, анализиран је однос имиџа хотела и сатисфакције корисника хотелијерских услуга. Посебно је указано на циљеве, поступак и моделе мерења сатисфакције потрошача. Објашњени су најпознатији индекси за мерење сатисфакције потрошача на националном нивоу, као што су шведски, амерички, норвешки, европски, швајцарски и немачки индекс сатисфакције потрошача.

Трећи део под насловом „*Маркетинг односа са потрошачима у хотелијерству*“ (стр. 131-199), усмерен је на разматрање концепта маркетинг односа, од класичног маркетинга до маркетинг односа са потрошачима. Маркетинг односа постаје веома популаран концепт у теорији и пракси маркетинга, јер традиционални концепт маркетинга заснован на комбинацији инструмената маркетинг микса постаје све мање ефективан у новим конкурентским условима умрежене економије и тржишта. Основна филозофија маркетинг односа заснована је на задржавању постојећих потрошача у циљу остваривања дугорочне конкурентске предности на тржишту. У том контексту, детаљно су објашњене сличности и разлике између маркетинг односа (*RM - Relationship Marketing*) и маркетинг односа

са потрошачима (*CRM – Customer Relationship Marketing*). Маркетинг односа је шири појам, јер обухвата односе које предузеће има са потрошачима, али и са свим другим тржишним актерима. Маркетинг односа са потрошачима је маркетинг концепт који предузећу омогућава да идентификује, привуче и повећа број профитабилних потрошача путем управљања директним односима са њима. С тим у вези, разматрани су различити типови односа у хотелијерству, који обухватају односе хотела и њихових гостију, затим односе са посредницима, запосленима и другим конкурентским хотелима. С обзиром на то да је фокус истраживања на потрошачу, у овом делу је разматрана стратегија развоја и имплементација маркетинг односа са потрошачима, која се базира на коришћењу савремене информационе технологије. У оквиру управљања односима са потрошачима, анализиран је концепт креирања вредности за потрошаче, привлачење и задржавање потрошача и изградња њихове лојалности. Поред тога указано је на најпознатије програме лојалности који су карактеристични за велике хотелске ланце.

У четвртом делу, под насловом „*Методологија и резултати емпиријског истраживања*“ (стр. 200-243), конципиран је истраживачки модел за мерење квалитета услуга, полазећи од постојећих модела у релевантној литератури. На основу предмета истраживања, постављених циљева и дефинисаних хипотеза, кандидат је приступио теренском истраживању, односно прикупљању примарних података методом испитивања путем анкете. Упитник је конципиран тако да прати циклус госта у хотелу, од његовог доласка до одласка из хотела. У том контексту, хотелски гости (испитаници) оцењивали су квалитет свих елемената хотелске понуде. Оцењивана је укупност хотелске понуде, односно опипљиве (изглед хотела, локација, намештај, соба, купатило и остали садржаји у хотелу) и неопипљиве компоненте хотела (љубазност, емпатија, ажурност, професионалност).

Применом дескриптивне статистичке анализе утврђене су вредности аритметичких средина, стандардних девијација и модуса независних варијабли у моделу. Израчунавањем коефицијента *Cronbach alpha* оцењена је поузданост постављеног модела, а степен линеарне корелације између варијабли утврђен је израчунавањем Пирсоновог коефицијента. Применом просте и вишеструке регресионе анализе утврђен је утицај квалитета услуге и имица на сатисфакцију, као и утицај сатисфакције на лојалност. Посебно је испитан утицај појединачних компоненти квалитета услуге на сатисфакцију гостију. Тестиране су постављене статистичке хипотезе о једнакости аритметичких средина варијабли модела у зависности од демографских обележја испитаника и мотива њиховог боравка у хотелу. На основу резултата емпиријске анализе предложене су конкретне мере за унапређење квалитета услуга у циљу повећања сатисфакције и лојалности корисника хотелијерских услуга, као и ограничења и предлози за будућа истраживања.

У закључним разматрањима (стр. 244-248), систематизовани су ставови о међузависности квалитета услуга, имица хотела, сатисфакције и лојалности корисника хотелијерских услуга. Истакнута је узрочно-последична повезаност дефинисаних концепата, наглашени су резултати до којих се дошло емпиријским истраживањем и предложене мере за унапређење квалитета услуга хотелских предузећа.

### 3. ОЦЕНА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

#### 3.1. Значај и допринос докторске дисертације са аспекта актуелног стања у научној области

Утицај квалитета на сатисфакцију потрошача заузима значајно место у теорији из области маркетинга, као и пракси услужних предузећа. Иако су квалитет услуга и сатисфакција потрошача веома блиски концепти, између њих постоје значајне разлике. Идентификоване разлике условиле су повећање броја истраживања у којима се квалитет услуга и сатисфакција потрошача посматрају као самостални, одвојени концепти, а један од главних изазова за истраживаче је испитивање природе односа између концепата, односно узрочно-последичне повезаности квалитета услуга и сатисфакције потрошача. Специфичност хотелске услуге огледа се у повезаности опипљивих и неопипљивих атрибута који задовољавају потребе и жеље гостију. Ова чињеница указује на сложеност и значај квалитета хотелске услуге за сатисфакцију гостију. Стога, значај истраживања у докторској дисертацији се огледа у теоријском одређивању концепта квалитета услуга, компоненти квалитета и сатисфакције потрошача, утврђивање узрочно-последичне везе између ова два концепта, развијању методологије мерења квалитета услуга, као и на емпиријску потврду утицаја квалитета услуга на сатисфакцију корисника хотелијерских услуга.

Значај и допринос докторске дисертације се може посматрати са два аспекта. Први се односи на унапређење теоријског разумевања основних појмова и природе односа између квалитета услуга и задовољства гостију хотела. Научни допринос се огледа у комплексном и широком обухвату посматраних појава и релација, а које се односе на дефинисање и објашњавање основних појмова као што су квалитет услуга, сатисфакција потрошача, управљање квалитетом услуга, услужни сусрет и маркетинг односа са потрошачима у хотелијерству, као и њихову повезаност и међузависност. Такође, допринос докторске дисертације је у свеобухватној анализи најчешће коришћених метода и модела за мерење квалитета услуга и сатисфакције потрошача, са посебним акцентом на хотелску индустрију. Тако, на основу постојећих познатих модела у домаћој и иностраној литератури предложен је и објашњен нови модел за мерење квалитета услуга у хотелској индустрији, помоћу кога се анализира узрочно-последична повезаност између квалитета услуга, сатисфакције и лојалности корисника услуга у хотелијерству. Допринос ове докторске дисертације је у предлагању теоријски утемељеног и емпиријски тестираног модела за мерење квалитета услуга, прилагођеног специфичним захтевима хотелске индустрије.

Други аспект се односи на могућност примене и коришћења добијених резултата у пракси. Поставке које се односе на концепт квалитета услуга и сатисфакције потрошача у услужним делатностима нису довољно теоријски обрађене и емпиријски потврђене у домаћој литератури. Студије домаћих аутора из области квалитета услуга, сатисфакције и лојалности до сада су углавном имплементирани у делатностима као што су банкарство, ресторатерство, туризам, трговина, образовање. С друге стране, веома мали број радова бави се квалитетом и сатисфакцијом корисника услуга у хотелијерству. Квалитет услуга, задовољство потрошача, лојалност и остваривање догоровних односа са потрошачима представљају важне факторе унапређивања пословних циљева предузећа. Значај и

допринос докторске дисертације се управо огледа у емпириској верификацији постављеног модела за мерење квалитета услуга у хотелијерству, у циљу идентификовања најзначајнијих компоненти хотелске услуге које утичу на сатисфакцију гостију и њихову лојалност. Резултати емпиријске анализе омогућили су предлагање конкретних мера за побољшање квалитета услуга у хотелијерству у Републици Србији.

### **3.2. Оцена да је урађена докторска дисертација резултат оригиналног научног рада кандидата у одговарајућој научној области**

Комисија оцењује да докторска дисертација под насловом „Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“ представља резултат оригиналног научног рада кандидата **Дејана Секулића**. Обрађена тема је актуелна, недовољно истражена и значајна за развој економске науке, област менаџмента и пословне економије, посебно за област хотелијерства.

Дефинисани предмет и циљеви истраживања, постављене хипотезе, примењена методологија и резултати до којих се у истраживању дошло, потврђују да докторска дисертација садржи све неопходне елементе и представља резултат оригиналног научно-истраживачког рада кандидата.

Кандидат Дејан Секулић показао је добро разумевање проблематике, објективност и аналитичност у раду и завидну способност закључивања. Дисертација је резултат самосталног рада кандидата, писана је јасним стилем уз коришћење адекватне стручне терминологије и релевантне домаће и стране литературе. Кандидат је кроз примену адекватне методологије истраживања аргументовано одговорио на постављене истраживачке циљеве и извео релевантне закључке о проучаваним проблемима.

На основу свега наведеног, Комисија констатује да докторска дисертација садржи све елементе оригиналног, самосталног и квалитетног научног и стручног истраживачког рада.

### **3.3. Преглед остварених резултата рада кандидата у одређеној научној области**

Досадашњи истраживачки рад кандидата **Дејана Секулића** у највећој мери је повезан са предметом истраживања у докторској дисертацији. Кандидат је објавио значајан број научних радова у домаћим и иностраним часописима, зборницима радова са међународних и националних конференција од којих Комисија посебно издваја следеће:

1. Секулић, Д., Мандарић, М. (2014), *Models for Measuring Services Quality and Customer Satisfaction in Hotel Industry*, Actual Problems of Economics, 8(158), стр. 480-487. (ISSN 1993-6788, SCOPUS)
2. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Квалитет услуга као детерминанта сатисфакције потрошача у хотелијерству*, Маркетинг, год. 44, бр. 3, стр. 231-246 (ISSN 0354-3471, UDK 658.6:640.);
3. Секулић, Д., Максимовић, Н. (2013), *Зелени хотели – Значај „зелених“ атрибута за потрошаче у хотелијерству*, Ecologica, год. 20, бр. 70, стр. 257-260 (ISSN 0354-3285, UDK 332.15.36:640.41, COBISS.SR – ID 80263175);

4. Секулић, Д., Мандарић, М., Максимовић, Н. (2014), *Утицај зелене пословне праксе на сатисфакцију и лојалност потрошача у хотелској индустрији*, *Ecologica*, вол. 21, бр. 74, стр. 312-316. (ISSN 0354-3285, UDC:379.832, COBISS.SR – ID 80263175)
5. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Савремени трендови у хотелијерству*, *Економски погледи*, год. 15, бр. 2, стр. 63–74 (ISSN 1450-7951, UDK 338.488.2:640.4, JEL: L83);
6. Секулић, Д., Милићевић, С., Мандарић, М. (2012), *Маркетинг концепт у организацији пословања хотелског предузећа*, *Туристичко пословање*, бр. 10/2012, стр. 51–62 (ISSN 0354-3099, UDK 338.486.3:640.412; 640.4:659.1);
7. Секулић, Д., Мандарић, М. (2012), *Организационе перформансе као детерминанта развоја хотелског пословања*, *Економија – теорија и пракса*, год. 5, бр. 2, стр. 42–58 (ISSN 2217-5458, UDK 331.103:640);

### 3.4. Оцена о испуњености обима и квалитета у односу на пријављену тему

Комисија оцењује да докторска дисертација кандидата **Дејана Секулића** под насловом **„Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“** у потпуности испуњава дефинисане захтеве у погледу садржаја, обима, квалитета и резултата рада у односу на тему која је пријављена и одобрена. Избор релевантне литературе примерен је дефинисаном предмету истраживања и омогућио је систематичну анализу и критичко вредновање претпоставки и емпиријских резултата, што представља важан услов научне утемељености целокупног истраживања које је кандидат спровео. Истраживана проблематика је изложена у четири дела, логично повезана у складну целину, са научно изведеним и аргументованим закључцима. Структура и садржај дисертације усклађени су у потпуности са одабраном темом, предметом и циљевима истраживања, постављеним хипотезама и примењеном методологијом. На основу изнетих ставова Комисија констатује да резултат истраживачког рада кандидата представља значајан и оригиналан научни и стручни допринос у области маркетинга у хотелијерству.

### 3.5. Научни резултати докторске дисертације

Комисија сматра да је истраживање у докторској дисертацији кандидата **Дејана Секулића** под насловом **„Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“** допринело сагледавању узрочно-последичне везе између квалитета хотелских услуга и сатисфакције гостију. Кључни научни резултати истраживања у докторској дисертацији односе се на следеће:

- Предлог новог модела за мерење квалитета услуга у хотелијерству на основу критичке анализе постојећих модела у домаћој и страној литератури и указивање на кључне елементе хотелске понуде који имају најзначајнији утицај на сатисфакцију гостију.
- Предлог мера за унапређење квалитета услужне понуде у хотелској индустрији у Србији.
- Потврђен је висок степен корелације између укупног задовољства и лојалности гостију, као и између квалитета услуга и сатисфакције.

- Применом просте и вишеструке регресионе анализе тестиране су хипотезе о узрочно-последичној повезаности концепата. Резултати тестирања хипотеза су показали да квалитета услуга и имиц хотела значајно утиче на сатисфакцију гостију, али и да најнижи степен корелације постоји између имица хотела и сатисфакције.
- Компоненте квалитета (описљиве и неописљиве) имају сигнификантан утицај на сатисфакцију корисника хотелијерских услуга, при чему нешто већи значај имају неописљиве компоненте квалитета услуге у односу на описљиве.
- Резултати тестирања статистичке значајности разлика у оценама дефинисаних концепата у односу на демографска обележја (пол, старост, образовање) и мотив боравка су показала да пол испитаника утиче на оцену квалитета хотелских услуга, имица хотела и сатисфакције, док није статистички значајан фактор њихове лојалности.
- Гости хотела који припадају различитим старосним групама слично оцењују квалитет услуга, имиц хотела и изражавају сличан степен задовољства и лојалности према одређеном хотелском објекту.
- Ниво образовања испитаника утиче на оцену квалитета услуга хотела, док испитаници различитог образовног нивоа нису показали разлике у оценама имица хотела, задовољства испорученом услугом и лојалности.
- У зависности да ли је мотив боравка госта у хотелу посао или одмор, јављају се разлике у оцени квалитета услуге и имица хотела. С друге стране, без обзира да ли су у питању пословни путници или туристи, ови испитаници нису показали разлике у нивоу задовољства и лојалности према одређеном хотелу.

Наведени резултати дисертације, емпиријски потврђени, указују на значај и утицај квалитета услуга на задовољство корисника хотелијерских услуга и на њихову лојалност.

### **3.6. Применљивост и корисност резултата у теорији и пракси**

Резултати истраживања у докторској дисертацији кандидата **Дејана Секулића** под насловом „Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“, имају теоријски и практичан значај и применљивост имајући у виду актуелност и недовољну заступљеност ове проблематике у домаћој литератури, као и примену резултата у пракси хотелских предузећа.

Теоријска применљивост и корисност докторске дисертације огледа се у проширивању теоријских знања у области менаџмента и маркетинга у хотелијерству. Свеобухватном теоријском анализом дефинисани су и објашњени појмови као што су квалитет услуга, сатисфакција и лојалност потрошача, имиц хотела, као и њихова повезаност и међузависност. Теоријски су разграничени појмови маркетинг односа и управљања маркетинг односима са потрошачима. Истакнути су односи које хотелска предузећа успостављају са осталим стејкхолдерима. Наглашен је значај информационе технологије као незаобилазног предуслова за имплементацију маркетинг односа са потрошачима у хотелијерству. Критички су обрађени постојећи модели за мерење квалитета услуга и сатисфакције познати у домаћој и иностраној литератури, на основу којих је предложен нови модел

за мерење квалитета услуга у хотелској индустрији. На основу модела емпиријски је потврђена узрочно-последична веза између квалитета услуга, имица хотела, сатисфакције и лојалности корисника услуга у хотелијерству.

Применљивост и корисност докторске дисертације у пракси произилази из оригиналног емпиријског истраживања спроведеног у хотелима у Републици Србији. Идентификован је јасан однос између различитих компоненти квалитета хотелске понуде и сатисфакције хотелских гостију. На основу резултата емпиријског истраживања дефинисане су конкретне препоруке за унапређење квалитета услужне понуде у хотелској индустрији. Резултати истраживања могу омогућити менаџерима хотелских компанија да прошире сазнања о факторима који су повезани са сатисфакцијом постојећих и будућих гостију. Менаџери хотела резултате истраживања могу користити да јасније идентификују кључне компоненте хотелске услуге, прецизније формулишу стратегију привлачења и задржавања гостију и конципирају адекватне програме лојалности у циљу развоја дугорочних односа са гостима. Могућност редовног праћења импликација квалитета услуга на сатисфакцију гостију омогућава идентификовање промена током времена и прецизније формулисање и имплементацију стратегије управљања квалитетом хотелских услуга.

### 3.7. Начин презентирања резултата научној јавности

Актуелност предмета истраживања у докторској дисертацији кандидата **Дејана Секулића** под насловом „**Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга**“, као и резултати добијени кроз емпиријско истраживање представљају добру основу за припрему научних радова. Научна и стручна јавност биће упозната са релевантним закључцима и достигнућима истраживања. Радови проистекли из докторске дисертације биће публиковани у референтним домаћим и иностраним часописима или презентовани на научним скуповима националног и међународног значаја. Очекује се да ће радови кандидата који буду објављени на основу дисертације иницирати научно-стручне дискусије и дубљу анализу најважнијих аспеката проблематике која је истраживана у дисертацији. Радови који су већ презентовани стручној јавности су следећи:

1. Секулић, Д., Мандарић, М. (2014), *Models for Measuring Services Quality and Customer Satisfaction in Hotel Industry*, Actual Problems of Economics, 8(158), стр. 480-487. (ISSN 1993-6788, SCOPUS)
2. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Квалитет услуга као детерминанта сатисфакције потрошача у хотелијерству*, Маркетинг, год. 44, бр. 3, стр. 231-246 (ISSN 0354-3471, UDK 658.6:640.)
3. Маринковић, В., Секулић, Д. (2016), *Мотив боравка као основ сегментације корисника хотелијерских услуга*, Менаџмент у хотелијерству и туризму, Год. 4, Бр. 2, стр. 25-35 (ISSN 2334-8267, УДК: 338.48-6:640.412; 338.488.2:640.412)



## ЗАКЉУЧАК КОМИСИЈЕ

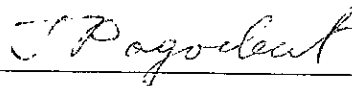
Комисија је једногласна у оцени да докторска дисертација кандидата **Дејана Секулића** под насловом „Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“ испуњава све суштинске и формалне услове за јавну одбрану.

## ПРЕДЛОГ КОМИСИЈЕ

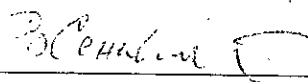
На основу изнетих констатација, анализе резултата и доприноса, као и изложене оцене и закључка о докторској дисертацији, Комисија предлаже Наставно-научном већу Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, да прихвати Извештај о оцени докторске дисертације кандидата **Дејана Секулића** под насловом „Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга“ и одобри њену јавну одбрану.

У Крагујевцу, новембар 2016. године

## ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ



**Др Гордана Радосављевић**, редовни професор Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословна економија



**Др Владимир Сенић**, ванредни професор Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословање



**Др Александар Ђорђевић**, доцент Економског факултета Универзитета у Београду, ужа научна област Пословна економија и менаџмент

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

01.12.2016

02.12.2016

**ЗАХТЕВ**  
**ЗА ДАВАЊЕ САГЛАСНОСТИ НА ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОЈ**  
**ДОКТОРСКОЈ ДИСЕРТАЦИЈИ**

Шифра за идентификацију дисертације:

Шифра УДК (бројчано): 005:338.48

**Веб адреса на којој се налази извештај Комисије о урађеној докторској дисертацији:**

**СТРУЧНОМ ВЕЋУ ЗА ДРУШТВЕНО-ХУМАНИСТИЧКЕ НАУКЕ**  
**УНИВЕРЗИТЕТА У КРАГУЈЕВЦУ**

Молим да у складу са чл. \_\_\_\_\_ Закона о високом образовању и чл. 48 Статута Универзитета дате сагласност на извештај комисије о урађеној докторској дисертацији:

Назив дисертације: Квалитет у функцији обезбеђивања сатисфакције корисника хотелијерских услуга

Научна област УДК(текст): Менаџмент и пословна економија

Ментор и састав комисије за оцену дисертације:

Др Вељко Маринковић, ванредни професор Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословна економија, ментор;

Др Гордана Радосављевић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословна економија, председник Комисије;

Др Владимир Сенић, ванредни професор Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословање, члан;

Др Александар Ђорђевић, доцент Економског факултета Универзитета у Београду, ужа научна област Пословна економија и менаџмент, члан.

Главни допринос дисертације (текст до 100 речи)

Допринос докторске дисертације огледа се у теоријској и емпиријској анализи најзначајнијих компоненти квалитета које су покретачи сатисфакције корисника хотелијерских услуга. Предложен је нови модел за мерење квалитета услуга у хотелијерству на основу критичке анализе постојећих модела у домаћој и иностраној литератури и указано је на кључне елементе хотелске понуде који имају најзначајнији утицај на сатисфакцију гостију. Посебан допринос дисертације представљају резултати спроведеног емпиријског истраживања о узрочно-последичној повезаности квалитета услуга, имиџа хотела, сатисфакције и лојалности гостију. Добијени резултати показују да је сатисфакција корисника хотелијерских услуга условљена квалитетом услуга и имиџом хотела, док као резултат сатисфакције гостију јавља се њихова лојалност. На основу резултата емпиријског истраживања дефинисане су конкретне препоруке за унапређење квалитета услужне понуде у хотелској индустрији у Србији. Тестирани модел обезбеђује поуздану основу за будућа истраживања квалитета и сатисфакције корисника хотелијерских услуга како на нивоу појединачних хотела, тако и на нивоу целокупне хотелске индустрије.

**ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ**

Презиме и име кандидата: Секулић Дејан

Назив завршеног факултета: Економски факултет Универзитета у Београду

Одсек, група, смер: Трговина

Година дипломирања: 2007

Назив магистарског рада, односно докторског студијског програма:

Научно подручје:

Година одбране:

Факултет и место:

Број публикованих радова: 23 (навести рад који се тражи из члана 9. овог правилника)

1. Секулић, Д., Мандарић, М. (2014), *Models for Measuring Services Quality and Customer Satisfaction in Hotel Industry*, Actual Problems of Economics, вол. 8, бр. 158, стр. 480-487. (ISSN 1993-6788, SCOPUS)

2. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Квалитет услуга као детерминанта сатисфакције потрошача у хотелијерству*, Маркетинг, вол. 44, бр. 3, стр. 231-246. (ISSN 0354-3471, UDK 658.6:640.) (M51)

3. Секулић, Д., Максимовић, Н. (2013), *Зелени хотели - Значај „зелених“ атрибута за потрошаче у хотелијерству*, Ecologica, вол. 20, бр. 70, стр. 257-260. (ISSN 0354-3285, UDC:332.15.36:640.41, COBISS.SR – ID 80263175) (M51)

4. Секулић, Д., Мандарић, М., Максимовић, Н. (2014), *Утицај зелене пословне праксе на сатисфакцију и лојалност потрошача у хотелској индустрији*, Ecologica, вол. 21, бр. 74, стр. 312-316. (ISSN 0354-3285, UDC:379.832, COBISS.SR – ID 80263175) (M51)

5. Секулић, Д., Мандарић, М. (2013), *Савремени трендови у хотелијерству*, Економски погледи, вол. 15, бр. 2, стр. 63-74. (ISSN 1450-7951, UDK: 338.488.2:640.4, JEL: L83) (M52)

Назив и седиште организације у којој је кандидат запослен: Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи Универзитета у Крагујевцу

Радно место: Асистент

**ПОТВРЂУЈЕМО ДА КАНДИДАТ ИСПУЊАВА УСЛОВЕ УТВРЂЕНЕ ЧЛ. \_\_\_\_\_  
ЗАКОНА О ВИСОКОМ ОБРАЗОВАЊУ И ЧЛ. 48 СТАТУТА УНИВЕРЗИТЕТА  
У КРАГУЈЕВЦУ**

У прилогу вам достављамо: - Извештај комисије о оцени урађене докторске дисертације;  
- Одлуку научно-наставног већа факултета о прихватању извештаја комисије о урађеној докторској дисертацији

Крагујевац, новембар 2016.



ДЕКАН ЕКОНОМСКОГ ФАКУЛТЕТА  
Проф. др Петар Веселиновић