

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ У СУБОТИЦИ

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

-обавезна садржина- свака рубрика мора бити попуњена

(сви подаци уписују се у одговарајућу рубрику, а назив и место рубрике не могу се мењати или изоставити)

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ
<p>1. Датум и орган који је именовao комисију</p> <p>22. јуни 2017. год., Наставно-научно веће Економског факултета у Суботици</p> <p>2. Састав комисије са знаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен:</p> <p>1. Др Томислав Сударевић, ванредни професор, уже научна област Маркетинг, 08. 07. 2014. год., Економски факултет у Суботици</p> <p>2. Др Ружица Ковач Жнидершић, редовни професор, уже научна област Маркетинг, 05. 11. 2009. год., Економски факултет у Суботици,</p> <p>3. Др Вељко Маринковић, ванредни професор, уже научна област Менаџмент и пословна економија, 15. 03. 2015. год., Економски факултет Универзитета у Крагујевцу.</p>
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ
<p>1. Име, име једног родитеља, презиме:</p> <p>Саша, Милорад, Ралетић Јотановић</p> <p>2. Датум рођења, општина, држава:</p> <p>13.03.1984. године, Нови Сад, Србија</p> <p>3. Назив факултета, назив студијског програма дипломских академских студија – мастер и стечени стручни назив:</p> <p>Економски факултет, Маркетинг, Дипломирани економиста – мастер</p> <p>4. Година уписа на докторске студије и назив студијског програма докторских студија</p> <p>2009. година, Менаџмент и бизнис</p> <p>5. Назив факултета, назив магистарске тезе, научна област и датум одбране: -</p> <p>6. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука: -</p>

III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

МАРКЕТИНГ СА ДРУШТВЕНИМ ЦИЉЕМ И ЕКОЛОШКИ ОДГОВОРНО ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА СА ПРОСТОРА БИВШЕ ЈУГОСЛАВИЈЕ

IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

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

Докторска дисертација је конципирана у следећих 5 целина:

Уводна разматрања

1. Еколошка (не)одговорност потрошача
2. Маркетинг са друштвеним циљем – средство повећања еколошки одговорног понашања потрошача
3. Крос-културално емпиријско истраживање утицаја маркетинга са друштвеним циљем на еколошки одговорно понашање потрошача са простора бивше Југославије
4. Закључна разматрања

Физички опис рада: 5 поглавља, 258 страна, 69 табела, 58 слика, 12 графикона, 137 референци, 6 прилога.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

Рад представља структуру од пет целина.

Прва целина рада јесте увод који има за сврху да на концизан начин упозна читаоце са: циљем рада, постављеним хипотезама и подхипотезама, и потребама за предметним истраживањем. Методолошки оквир истраживања такође, чини прву целину рада и представља сажето упознавање са: проблемом истраживања, местом истраживања, узорком на којем је спроведено истраживање, инструментима истраживања, истраживачким варијаблима и методама које су примењене при анализи података.

Друга целина рада под називом „Еколошка (не)одговорност потрошача“ детаљније обрађује последице еколошки неодговорног понашања потрошача, односно нужност за популаризацијом еколошки одговорног понашања потрошача, као условом за одрживост заједнице. Природа еколошки одговорног понашања потрошача и његови облици испољавања се тумаче кроз: 1) еколошки одговорну куповину, 2) конзумирање на еколошки начин, 3) одлагање отпада на еколошки начин, и 4) пост-употребу производа. Потом се даје приказ резултата спроведених истраживања у свету на тему еколошки одговорног понашања потрошача и маркетинга са друштвеним циљем да би се у завршном делу дао приказ макроекономских фактора држава са простора бивше Југославије, као основе за компарације у истраживањима која следе.

Трећа целина рада се бави маркетингом са друштвеним циљем као средством повећања еколошки одговорног понашања потрошача, и подразумева два дела: општи део и део који се односи на елементе маркетинга са друштвеним циљем као стимулансе еколошки одговорног понашања потрошача. У оквиру општег дела детаљније се обрађује: настанак маркетинга са друштвеним циљем, његово поимање, његове карактеристике и критике на његов „рачун“. У оквиру дела који се односи на елементе маркетинга са друштвеним циљем као стимуланси еколошки одговорног понашања потрошача су детаљно анализирани елементи маркетинга са друштвеним циљем: цена, дистрибуција и промоција, као елементи традиционалног маркетинг микса, и партнерство, претходно искуство и креативност, као меки елементи маркетинг микса, док

се као производ посматра еколошки одговорно понашање потрошача. Сваки елемент је појединачно анализиран, при чему је указано на: његове карактеристике, резултате досадашњих истраживања на тему истог и примере добре праксе за исти, на основу чега је закључено какво је стимулативно дејство сваког од елемената.

Крос-културално емпиријско истраживање утицаја маркетинга са друштвеним циљем на еколошки одговорно понашање потрошача са простора бивше Југославије је четврта и уједно најобимнија целина рада. Она се састоји од четири засебна дела: методологије истраживања, резултата истраживања, дискусије резултата и ограничења истраживања.

У одељку методологије истраживања даје се детаљан приказ: узорка истраживања, инструмената истраживања, тока и поступка истраживања и статистичких метода које су се примениле при обради резултата истраживања. У оквиру дела који се тиче узорка истраживања су приказани: величина узорка, структура узорка истраживања у односу на државе и анализирани демографске карактеристике (пол, старосна доб, стручна спрема и месечна примања домаћинства), диспаритети који се јављају у узорку и методе прикупљања узорка. У оквиру дела који се тиче инструмената истраживања је приказана квалитативна и квантитативна анализа инструмената. Квалитативна анализа подразумева квалитативни приказ карактеристика пилот упитника и крајњег упитника, тачније: њихове сврхе, како су настали, од којих ставки су састављени, на који начин су мерени одговори, и како и коме су дистрибуирани. Део који се односи на пилот упитник обухвата и кратак квалитативни приказ карактеристика пилот упитника који указује због чега и на који начин је дошло до измене финалног упитника у односу на пилот упитник. Квантитативна анализа подразумева детаљан приказ резултата дескриптивне статистике свих ставки у крајњем упитнику и факторске структуре упитника, која подразумева приказ резултата експлоративне факторске анализе (ЕФА) и конфирмативне факторске анализе (ЦФА). У оквиру дела који се тиче тока и поступка истраживања указано је на начин спровођења истраживања. Део који се тиче статистичких метода је подељен на два дела: анализу припреме података за обраду (сличност образаца одговора испитаника, недостајући подаци и екстремне вредности) и методе анализе крајњих резултата: дескриптивну статистику, једно-факторску АНОВА, дво-факторску АНОВА и вишеструку хијерархијску регресију.

У делу резултата истраживања детаљно су приказани сви резултати, који се могу посматрати као две целине: 1) резултати добијени дескриптивном статистиком, и 2) резултати који се односе на разлике између потрошача са простора бивше Југославије. У делу дескриптивне статистике резултати су се структурирали у оквиру три поддела: а) дескриптивна статистика еколошки одговорног понашања потрошача из држава са простора бивше Југославије, б) дескриптивна статистика демографских карактеристика потрошача у односу на појединачна еколошки одговорна понашања потрошача из држава са простора бивше Југославије, и ц) дескриптивна статистика елемената маркетинг микса маркетинга са друштвеним циљем као стимуланса еколошки одговорног понашања потрошача из држава са простора бивше Југославије.

У делу који се односи на разлике између потрошача са простора бивше Југославије приказане су разлике по основу истраживања: а) у појединачним облицима еколошки одговорних понашања, б) у демографским карактеристикама у односу на појединачна еколошки одговорна понашања, ц) између елемената маркетинга са друштвеним циљем као стимуланса еколошки одговорног понашања, и д) између елемената маркетинга са друштвеним циљем као предиктора еколошки одговорног понашања.

Целина која се односи на дискусију резултата је састављена од подделова који коренспондирају горе наведеним разликама у еколошки одговорном понашању потрошача са простора бивше Југославије. Дискусија резултата подразумева објашњење добијених резултата путем раније поменутих истраживања, макроекономских фактора бивших југословенских држава и закључивања.

Део који се односи на ограничења спроведеног истраживања представља последњи део четврте целине рада, и односи се на анализу природе ограничења и аргументацију зашто постојећа ограничења не утичу на релевантност истраживања и добијених резултата.

Последња целина рада јесу закључна разматрања која указују на: сумиране резултате добијене истраживањем, значај истраживања са акцентом на могућности примене добијених резултата истраживања и предлоге за будућа истраживања.

На крају рада, као засебне целине, приказани су: коришћена литература, прилози (1-Пилот упитник, 2- Резултати пилот упитника, 3 – Крајњи упитник на српском, 4 – Крајњи упитник на хрватском, 5 – Крајњи упитник на словеначком, и 6 – Крајњи упитник на македонском), библиографија графика, табела и слика.

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

Радови који су објављени из области докторске дисертације су:

- Ралетић, Ј.С., Сударевић, Т., Катић, А., Калинић, М., Калинић, Ч. (2016). Еколошки одговорна куповина – анализа бивших југословенских република (Environmentally Responsible Purchasing – Analysis of the ex – Yugoslavian Republics). *Примењена екологија и истраживање окружења (Applied Ecology and Environmental Research)*, вол. 14, бр. 3, стр. 559-572, DOI: http://dx.doi.org/10.15666/aer/1403_559572 (M23),

- Ралетић, Ј.С. (2015). Економски аспект програма „Еко-школе“. *Монографија „Еко-школе као модел и средство образовања за одрживи развој“*, издавач: Висока школа струковних студија за менаџмент и пословне комуникације, Сремски Карловци, стр. 20-37, ИСБН: 978-86-86905-04-8. (M45),

- Ралетић, Ј.С., Ратковић, М., Марковић, Ј. (2015). Мерење ефеката друштвено одговорне промотивне интернет поруке. *Ecologica*, издавач: Научно-стручно друштво за заштиту животне средине Србије, Београд, бр. 80, стр. 720-726, ИССН: 0354 – 3285 (M51),

- Ралетић, Ј.С., Вечеји, Ф.В., Калинић, М., Вуксановић, Н. (2017). *Забринутост и став о климатским променама на простору бивше Југославије*. ХИИИ регионална конференција ЕнЕ15-ЕНВ.нет „Животна средина ка Европи“, Амбасадори одрживог развоја и животне средине, Београд, стр. 32-35, ИСБН: 978-86-89961-06-5, (M33)

- Ралетић, Ј.С., Вечеји, Ф.В., Ковљенић, М. (2016). *Одрживост окружења и еколошки отисак као индикатори употребе природних ресурса у републикама бивше Југославије*. ХИИ регионална конференција ЕнЕ15-ЕНВ.нет „Животна средина ка Европи“, Амбасадори одрживог развоја и животне средине, Београд, стр. 114-117, ИСБН: 978-86-89961-05-8 (M33).

- Ралетић, Ј.С., Катић, А., Ковљенић, М. (2015). *Национална стратегија одрживе производње и потрошње Републике Србије*. ХИ регионална конференција ЕнЕ15-ЕНВ.нет, Амбасадори одрживог развоја и животне средине, Београд, стр. 167-172, ИСБН: 978-86-89961-02-7. (M33)

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

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Докторска дисертација која је предмет овог извештаја је прво истраживање на тему еколошки одговорног понашања потрошача и маркетинга са друштвеним циљем као стимуланса и предиктора еколошки одговорног понашања потрошача са простора бивше Југославије, и као таква пружа драгоцене податке и резултате.

Закључци односно резултати истраживања указују да када је реч о:

- врстама еколошки одговорног понашања потрошача - постоје разлике у: еколошки одговорној куповини, конзумирању производа на еколошки начин и одлагању отпада на еколошки начин, док не постоје разлике у пост-употреби производа, између потрошача са простора бивше Југославије;
- демографским карактеристикама и еколошки одговорном понашању потрошача – постоје делимичне демографске разлике у: еколошки одговорној куповини (месечна примања домаћинства), конзумирању производа на еколошки начин (месечна примања домаћинства) и одлагању отпада на еколошки начин (старосна доб, стучна спрема и месечна примања домаћинства), док не постоје демографске разлике у пост-употреби производа, између потрошача са простора бивше Југославије;
- елементима маркетинга са друштвеним циљем као стимулансима за повећање еколошки одговорног понашања потрошача - постоје разлике у: цени, дистрибуцији, привредној пропаганди, унапређењу продаје, промоцији „од уста до уста“, претходном искуству, креативности и партнерству, док не постоје разлике у: односима са јавношћу, личној продаји и директном маркетингу, између потрошача са простора бивше Југославије и
- елементима маркетинга са друштвеним циљем као предикторима еколошки одговорног понашања потрошача - постоје разлике у: дистрибуцији, промоцији и претходном искуству, док не постоје разлике у цени и креативности, између потрошача са простора бивше Југославије.

Све четири полазне хипотезе:

X1: Постоје разлике у еколошки одговорном понашању између потрошача са простора бивше Југославије;

X2: Постоје демографске разлике у еколошки одговорном понашању између потрошача са простора бивше Југославије;

X3: Постоје разлике у елементима маркетинга са друштвеним циљем као стимулансима повећања еколошки одговорног понашања између потрошача са простора бивше Југославије и

X4: Постоје разлике у елементима маркетинга са друштвеним циљем као предикторима еколошки одговорног понашања између потрошача са простора бивше Југославије

на тај начин су делимично потврђене.

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

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

Кандидат је у изради дисертације користио адекватан научно методолошки инструментаријум што је резултирало високим квалитетом и научном валидношћу резултата до којих је дошао. У приказу резултата истраживања употребљене су бројне табеле, графикони и слике које помажу у бољем схватању обрађене материје и на тај начин у потпуности оправдавају своју употребу. У тумачењу резултата истраживања кандидат се користи научно прецизним и стручно разумљивим језиком уз особености свог стила писменог изражавања што даје аутентичност раду у највећој могућој мери. Имајући у виду горе наведене ставове, комисија даје позитивну оцену у погледу начина приказа и тумачења резултата истраживања.

IX КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

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

Основни циљ који је кандидат поставио приликом пријаве теме докторске дисертације јесте крос-културална анализа еколошки одговорног понашања потрошача и маркетинга са друштвеним циљем као средства повећања еколошки одговорног понашања потрошача на простору бивше Југославије. Увидом у предату укоричену верзију докторске дисертације могуће је констатовати да су правилном идентификацијом проблема и предмета истраживања избегнута расплињавања у процесу истраживања и интерпретацији њихових резултата чиме је постигнута потпуна подударност са образложењима наведеним у пријави исте.

У погледу испуњености битних елемената које дисертација треба да садржи могуће је констатовати да су они присутни у захтеваном облику у складу са стандардима докторске дисертације као научног рада високог ранга.

Дисертација представља оригинални рад кандидата који је користећи постојећа знања из области којом се бави, уз надоградњу нових сазнања до којих је дошао у процесу истраживања, дао нови квалитет. Као што је већ наведено у делу који се односи на закључке истраживања докторска дисертација која је предмет овог извештаја је прво истраживање на тему еколошки одговорног понашања потрошача и маркетинга са друштвеним циљем као стимуланса и предиктора еколошки одговорног понашања потрошача са простора бивше Југославије. Оригиналноста доприноса науци састоји се у успостављању и анализирању узрочно последичне везе између еколошки одговорног понашања потрошача и маркетинга са друштвеним циљем. Поред тога, употребом самостално креираног инструмента истраживања успело се доћи до драгоцених података и резултата у креирању профила еколошки одговорног потрошача држава са простора бивше Југославије, чиме се утиче и на креирање општеприхваћеног профила еколошки одговорног потрошача данас.

По мишљењу чланова комисије за оцену дисертације у раду нису присутни недостаци који би имали већи утицај на квалитет истог. Повећање броја испитаника и детаљнија структура упитника су класични недостаци највећег броја истраживања, па тако и овог, али се мора констатовати да је репрезентативност узорка и подударност у датим одговорима на еколошки одговорно понашање потрошача у толико високој мери присутна, да би исто имало само маргинални ефекат у односу на напор који се изискује за његово спровођење. Према томе, наведена ограничења истраживања су прихватљива и добијени резултати се сматрају релевантним.

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

2. Да ли дисертација садржи све битне елементе

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци

4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања

X ПРЕДЛОГ:

На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:

да се докторска дисертација кандидата Саше Ралетић Јотановић МСц. под насловом "МАРКЕТИНГ СА ДРУШТВЕНИМ ЦИЉЕМ И ЕКОЛОШКИ ОДГОВОРНО ПОНАШАЊЕ ПОТРОШАЧА СА ПРОСТОРА БИВШЕ ЈУГОСЛАВИЈЕ"

ПРИХВАТИ

а кандидату одобри одбрана.

- да се докторска дисертација прихвати, а кандидату одобри одбрана
- да се докторска дисертација враћа кандидату на дораду (да се допуни односно измени) или
- да се докторска дисертација одбија

НАВЕСТИ ИМЕ И ЗВАЊЕ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ
ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1. Др Томислав Сударевић, ванредни професор,

2. Др Ружица Ковач Жнидершић, редовни професор,

3. Др Вељко Маринковић, ванредни професор,

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.