

Наставно-научном већу
Факултета организационих наука
Универзитета у Београду

Предмет: Подобност теме и кандидата Јелене Васковић за израду докторске дисертације

Одлуком 3/89-13 бр. од 15.10.2014. године именовани смо за чланове Комисије за оцену теме и подобности кандидата **Јелене Васковић** за израду докторске дисертације и научне заснованости теме „Модел електронског пословања локалних туристичких заједница“.

На основу материјала приложеног уз Захтев кандидата, Комисија подноси следећи

ИЗВЕШТАЈ

1. Подаци о кандидату

1.1. Биографски подаци

Јелена Васковић рођена је 07.04.1987. године у Београду. Завршила је основну школу „Владислав Рибникар“ и четрнаесту Београдску гимназију, друштвено језички смер. Факултет организационих наука уписала је 2006. године смер Информациони системи и технологије и завршила 2011. године. Завршни рад одбранила је са оценом 10 (десет). Дипломске академске - мастер студије, студијски програм Електронско пословање и управљање системима, уписала је на Факултету организационих наука 2011. године. Завршни (Мастер) рад под називом: „NFC технологија као средство Интернет маркетинга“, одбранила је 2012. године са оценом 10 (десет). Докторске студије на смеру Информациони системи и квантитативни менаџмент, изборно подручје Електронско пословања, уписала је 2012.године. Положила је све испите са просечном оценом 10 (десет).

Од априла 2013. године ангажована је на Високој школи модерног бизниса на пословима управљања системом за учење на даљину, развоја сајта Центра за развој пројеката и развоја сајта школе. Од фебруара 2014. године ради у предузећу E-front на пословима програмера пословне интелигенције.

1.2. Стечено научноистраживачко искуство

У наставку ће бити приказани научни резултати кандидата, објављени на конференцијама и у часописима. Већина радова је из области електронског пословања, примене технологија електронског пословања и интернет маркетинга.

Радови објављени у научним часописима међународног значаја са импакт фактором (M20):

- [1] **Vasković J.**, Ljubojević M., Stanković S., Vasković V.: *The Model of Coordination of Communication Channels for small Tourist Communities*, - Transylvanian Review of Administrative Sciences, Special Issue, 2013, pp.174-188, ISSN 2247-8310, IF (2013) = 0.532, M23
- [2] Ljubojević M., Vasković V., Stanković S., **Vasković J.**: *Using the Supplementary Video in Multimedia Instructions as Teaching Tool to Increase Efficiency of Learning and Quality of Experience*, - The International Review of Research in Open and Distance Learning, Vol 15, No 3, 2014, pp. 275-291, ISSN 1492-3831, IF (2013) = 0.748, M22

Часописи националног значаја (M50)

- [1] **Васковић Ј.**, *Примена NFC технологије у системима плаћања*, - Банкарство, бр. 04, 2012, стр. 86-103, ISSN 1451-4354, UDK 621.395.721.5:658.88; 005.591.6. M52
- [2] **Васковић Ј.**, *NFC технологија и могућности њене практичне примене*, - InfoM бр. 43/12, 2012, ISSN 1451-4397, UDC 004.7:621.39 M52
- [3] Васковић В., **Васковић Ј.**, *Препоруке за управљање ризиком у електронској трговини*, -Техника, бр.2, стр. 349, 2013, ISSN 0040-2176, UDC: 62(062.2)(497.1), M51

Зборници скупова националног значаја (M60):

- [1] **Васковић Ј.**, Човић Н., Васковић В.: *Warranty management model in e-commerce*, Зборник радова на CD-у са XIV међународног симпозијума SymOrg 2014, pp. 498-503, Златибор, 2014, ISBN 978-86-7680-255-5, M63
- [2] **Васковић Ј.**, Љубојевић М., Васковић В., Станковић С.: *Побољшање ефикасности линеарних „online“ мултимедијалних едукативних садржаја*, Зборник радова на CD-у, Yu Инфо, 2013, Копаоник, M63
- [3] Крећа М., **Васковић Ј.**: *Анализа стања сервиса електронске управе у Србији*, Зборник радова на CD-у, Међународна Конференција и Изложба, Хотел "Извор", Аранђеловац, 12. јун - 13. јун 2013, M63
- [4] **Васковић Ј.**, Човић Н.: *Outsourcing as a business strategy*, XIII Интернационални симпозијум о иновативном менаџменту и пословним перформансама, Златибор, 2012., ISBN 978-86-7680-255-5, M63
- [5] **Васковић Ј.**, Крећа М.: *Примена мобилних апликација као средства маркетинга у туризму*, Зборник радова на CD-у, XIII Међународна конференција Е-трговина 2013, Палић, 24.04.-26.04. 2013. M63
- [6] **Васковић Ј.**: *Мобилни маркетинг*, XI међународна конференција о електронској трговини и електронском пословању, Зборник радова на CD-у, Палић Април 06.04-08.04. 2011. M63
- [7] **Васковић Ј.**, Васковић В.: *Могућности примене СМС сервиса у управљању снабдевањем*, Зборник радова на CD-у, Yu info, XVIII konferencija, Кораоник 29.2.-3.3.2012. M63
- [8] **Васковић Ј.**: *Примена NFC технологије у јавном транспорту*, Зборник радова на CD-у, XII међународна конференција о електронској трговини и електронском пословању, Палић 25.04.-27.04 2012. M63

- [9] **Васковић Ј.**, Човић Н.: *Анализа примене Инфо киоск технологије*, Зборник радова на CD-у, X међународна конференција о електронској трговини и електронском пословању, Палић 21.04.-23.04. 2010. М63

Уџбеници

- [1] Васковић В., Ранковић М., Станковић С., **Васковић Ј.:** *Основи електронског банкарства*: Бања Лука College, Бесједе Бања Лука, Босна и Херцеговина, 233 страна, 2011, ISBN: 978-99938-1-152-7; COBISS.BH-ID 2412312.
- [2] Васковић В., **Васковић Ј.:** *Интернет маркетинг*: Београдска пословна школа, 262 стране, 2012, ISBN 978-86-7169-390-5, COBIS.SR-ID 339:004.738.8.

Следи списак положених предмета на докторским студијама са оценама и ЕСПБ бодовима:

Назив предмета	Оцена	ЕСПБ
Електронско пословање	10 (десет)	10
Интернет маркетинг	10 (десет)	10
Е-управа	10 (десет)	10
Интернет интелигентних уређаја	10 (десет)	10
Е-образовање	10 (десет)	10
Мобилно пословање	10 (десет)	10
Менаџмент електронског пословања	10 (десет)	10
Сајбер психологија	10 (десет)	10
Методологија научно-истраживачког рада	10 (десет)	10

1.3. Оцена подобности кандидата за рад на предложеној теми

Узимајући у обзир:

- резултате остварене током досадашњег образовања;
- истраживања на тему електронског пословања,
- педагошки рад на Високој школи модерног бизниса у Београду, који је оцењен високим оценама од стране студената;
- послова које тренутно обавља у домену пословне интелигенције у електронском пословању;

закључује се да је Јелена Васковић у потпуности квалификована и припремљена да тему докторске дисертације самостално истражује и пружи научно-стручне доприносе у тој области.

2. Предмет и циљ истраживања

Предмет истраживања приступног рада је електронско пословање локалних туристичких заједница. Централни проблем који се анализира је могућност коришћења нових технологија електронског пословања за унапређење пословања и развој нових пословних модела локалних туристичких заједница. Разматра се интеграција канала комуникације у електронском пословању локалних туристичких заједница. Циљ рада је да се истражи у којој мери технологије електронског пословања могу да омогуће

праћење и усмеравање корисника туристичких услуга, како би се унапредили резултати пословања локалних туристичких заједница.

У литератури се под појмом „локална туристичка заједница“ подразумева јединствена целина (град, бања, летовалиште, излетишта и други туристички комплекси) са већим бројем објеката око туристичких атракција. На макро нивоу локална туристичка заједница послује као јединствена целина. У оквирима локалне туристичке заједнице појединачни објекти конкуришу једни другима. Овакве заједнице могу даље да формирају групе самосталних објеката, а у оквирима ове понуде могу бити и остали туристички садржаји. Ово је посебно изражено у подручјима која су мање развијена и налазе се ван стандардних туристичких праваца. За ове заједнице технологије електронског пословања су омогућиле нове канале за понуду и промоцију туристичких капацитета.

Већи број истраживања у области пословања локалних туристичких заједница је примарно усмерен на употребу појединачних технологија електронског пословања. На овај начин се унапређују само поједини сегменти туристичке понуде. Парцијална решења не пружају могућност за повезивање понуда различитих типова туристичких услуга. Интеграцијом различитих пословних модела, технологија и сервиса могу се искористити сви потенцијали примене електронског пословања у локалним туристичким заједницама. Повезивањем савремених информационих технологија и интеграцијом свих извора података, систем се може лакше прилагодити особинама корисника туристичких услуга. Истовремено, омогућава се динамичност система тако да се корисницима туристичких услуга обезбеђују прецизне и правовремене информације о свим аспектима путовања и боравка.

Истраживања указују на то да се кључне предности електронског пословања локалних туристичких дестинација могу посматрати кроз нове, напредне сервисе као што су: рутирање корисника преко шема лојалности, системи препоруке, придружени маркетинг, маркетинг друштвених мрежа и други. Применом технологија и сервиса електронског пословања може се повећати доступност информација, привући већи број корисника, унапредити понуда, повећати задовољство корисника и утицати на продужење боравка на одређеној дестинацији.

Електронско пословање локалних туристичких заједница обухвата комплетан поступак од информисања корисника, дистрибуције информација, регистрација и праћења доласка на дестинацију. На дестинацији корисник се региструје а информациони систем прати како, где и шта он посећује, при чему се кретање корисника усмерава циљаним и персонализованим информацијама које се пласирају током посете туристичким објектима. Програмима лојалности се подстиче интересовање корисника и стварају предуслови за његово дуже задржавање на дестинацији. Праћењем интересовања корисника на дестинацији могу се доносити закључци о интересовањима, па је могуће креирати адаптивне и персонализоване руте ка следећим дестинацијама. На овај начин се на макро нивоу повећава задржавање корисника.

Локалне туристичке заједнице располажу малим средствима за промоцију, обавештавање и привлачење корисника туристичких услуга. Интернет је у великој мери допринео да се за ова места сазна, али је то и даље недовољно за масовније обавештавање корисника туристичких услуга. Мобилни уређаји су се показали као погодни за проширење маркетинг активности ових дестинација. Комбинација

различитих канала омогућава да се промотивне кампање дислоцирају дуж магистралних путева, повежу са програмима лојалности и на тај начин повећају посету у малим локалним заједницама. У дисертацији ће бити детаљно анализирани технологије које се могу применити у електронском пословању туристичких дестинација. Анализом ће бити обухваћене могућности које појединачне технологије могу имати у погледу информисања корисника туристичких услуга. Посебна пажња биће посвећена коришћењу ових технологија за формирање програма лојалности и њихово коришћење како би се корисници туристичких услуга привукли на дестинацију и продужили боравак.

Један од важних проблема који ће у раду бити анализиран јесте проблем идентификације корисника, као и безбедност у оквиру електронског пословања локалне туристичке дестинације. У раду ће бити анализирани технике регистрација и праћења корисника комбинацијом техника: бар код, QR код, SMS, NFC, RF на мобилним уређајима, инфо-киосцима и уређајима за читање и упис података. С обзиром на то да ће корисници туристичких услуга приступити коришћењем различитих технологија и техникама, потребно је анализирати које су могућности појединачних решења за препознавање корисника туристичких услуга и њихових уређаја. Сигурност коју треба обезбедити у овом пословању односи се на спречавање злоупотреба и вишеструког коришћења добијених погодности.

Електронско пословање омогућило је локалним туристичким заједницама наступ на глобалном тржишту. Информисање и резервисање места у локалним заједницама може се реализовати преко: мреже туристичких агенција, Интернета, мобилних сервиса, друштвених мрежа или проналажењем смештаја на лицу места. Могућност резервисања смештајних капацитета на више начина ствара додатне погодности за ангажовање слободних капацитета. При томе, потребно је извршити координацију канала комуникације како би се омогућила интеграција информација и избегло двојно резервисање истих капацитета. Да би се остварила комуникација и координација комуникационих канала потребно је усагласити постојећа технолошка решења или их заменити новим, тј. потребно је остварити интероперабилност у електронском пословању туристичких заједница. Интероперабилност се може постићи на хоризонталном нивоу локалне заједнице, а због потреба рутирања корисника туристичких услуга између различитих дестинација потребно је постићи и вертикалну интероперабилност. Интероперабилност у електронском пословању локалних туристичких заједница треба постићи на нивоу података, сервиса, пословних процеса и семантике. Интероперабилност обухвата и усклађивање са системима електронског пословања институција надлежних за контролу туристичког сектора, чиме се остварује боља контрола и праћење туристичког сектора на нивоу државе.

Развој и примена модела електронског пословања локалних туристичких заједница може имати позитиван утицај на развој туризма у Србији. Србија се налази на централном путу који води од средње Европе ка Грчкој, Турској и Блиском истоку (пут E70 и E75), којим пролази велики број корисника туристичких услуга који се краће задржавају. Примена модела електронског пословања који се развија у докторској дисертацији, може продужити боравак корисника туристичких услуга у Србији и позитивно утицати на развој и приходе од туризма. Обавештења о туристичким дестинацијама на главним путевима у Србији су недовољна и не пружају довољно информација. Ово се посебно односи на локалне туристичке заједнице које су удаљене од главних магистралних праваца мање од 100 километара.

У дисертацији ће бити развијен модел електронског пословања локалне туристичке заједнице. Модел ће обухватити организацију пословања локалних туристичких заједница са посебним фокусом на координацију комуникационих канала електронског пословања. Однос локалне туристичке заједнице, односно објекта који пружају туристичке услуге и локалне администрације, биће посебно размотрен. Анализираће се пријављивање корисника и њихово праћење са становишта наплате такси за боравак на дестинацији у оквирима свеукупног електронског пословања локалне туристичке заједнице. Развијени модел ће обухватити сервисе, као што су резервација хотела преко SMS-а, *Bluetooth*-а и WiFi-а, резервација места у ресторанима или на разним догађањима и скуповима, туристички билтен, обавештења о дестинацијама, информације о саобраћају, локације здравствених услуга, и друго. Модел промоције обухватиће и интерактивне инфо-киоске и билборде где би се омогућило да корисници туристичких услуга преузму материјал на свој мобилни уређај преко мобилних технологија као што су *Bluetooth*, WiFi, NFC, и друге. Анализираће се могућност преузимања информатора у електронском облику, као и звучних и видео-записа на различитим језицима приликом посете туристичким локалитетима. Овакви самоуслужни материјали омогућавају да се у њих убаце поруке о томе шта би следеће корисник могао да посети. Овакав начин електронског пословања омогућава да се корисници туристичких услуга обавештавају и да се рутирају кроз туристичку дестинацију. Истраживања која ће у овом домену бити обављена односе се на могућности дистрибуције података корисницима и утицај аудио и видео материјала. Посебно ће бити истраживан утицај убачених огласних порука у основни материјал аудио и видео-записа.

Примарни циљ истраживања у раду је развој модела електронског пословања локалних туристичких заједница. Пословно повезивање различитих технологија захтева да се усагласе сви подаци на нивоу локалне туристичке заједнице. Да би се реализовало вертикално повезивање већег броја оваквих заједница, потребно је усаглашавање на нивоу свих учесника (држава).

Циљеви које треба постићи развојем модела електронског пословања локалних туристичких заједница су:

- Креирање модела електронског пословања и интеграције пословних процеса локалних туристичких заједница;
- Дефинисање архитектуре система електронског пословања неопходне за повезивање и координацију комуникационих канала туристичких дестинација;
- Дефинисање методологије препознавања и аутентификације корисника на дестинацији;
- Развој генеричког оквира за развој нових пословних модела локалних туристичких заједница;
- Развој модела интеграције различитих технологија комуникације и размене података у оквирима туристичких дестинација (хоризонтална координација) и размена података између различитих дестинација (вертикална координација);
- Повећање интероперабилности пословних процеса и података у електронском пословању туристичких дестинација;
- Повећање употребљивости и доступности информација туристичким организацијама и крајњим корисницима;
- Анализа могућности побољшања кооперације учесника у еко-систему електронског пословања туристичких дестинација;

- Евалуација развијеног модела.

За остварење постављених циљева треба реализовати следећа истраживања:

- Истраживање треба да обухвати заступљеност Интернета у електронском пословању локалних туристичких заједница у Републици Србији.
- Утврђивање могућности примене модела координације комуникационих канала електронског пословања локалних туристичких заједница.
- Истраживање могућности примене технолошких решења у електронском пословању локалних туристичких заједница.
- Истраживање утицаја мултимедијалних садржаја на степен задовољства корисника туристичких услуга.
- Истраживање утицаја линеарних и нелинеарних видео материјала на кориснике туристичких услуга.
- Истраживање утицаја дизајна и рејтинга сајтова локалних туристичких заједница на поверење корисника, кориснике туристичких услуга у презентоване информације.

Почетна листа библиографских извора која ће се користити приликом израде докторске дисертације:

1. Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism. *Tourism Management* , 32, 1204-1213.
2. Amaro, S., & Duarte, P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management* , 46, 64-79.
3. Andreu, L., Alda, J., Bigne, E. J., & Mattila, A. S. (2010). An analysis of e-business adoption and its impact on relational quality. *Tourism Management* , 31, 777–787.
4. Anind K. D., (2001). Understanding and Using Context. Future Computing Environments Group. <http://www.cc.gatech.edu/fce/ctk/pubs/PeTe5-1.pdf>. Preuzeto 12.03.2015.
5. Bader, A., Baldauf, M., Leinert, S., Fleck, M., & Liebrich, A. (n.d.). Mobile Tourism Services and Technology Acceptance in a Mature Domestic Tourism Market: The Case of Switzerland.
6. Berne, C., Garcia-Gonzalez, M., & Mugica, J. (2012). How ICT shifts the power balance of tourism distribution channels. *Tourism Management* , 33, 205-214.
7. Bénédicte, A., Rani, J. D., Christian, L., (2011) Innovation in the tourism industry: The case of Tourism, *Tourism Management* 32, 1204-1213
8. Bhat, S. S., & Milne, S. (2008). Network effects on cooperation in destination website development. *Tourism Management* , 29, 1131–1140.
9. Bouwman, H., Carlsson, C., Lopez-Nicolas, C., McKenna, B., Molina-Castillo, F., Tuunanen, T., et al. (2012). Mobile Travel Services: The Effect of Moderating Context Factors. *Information Technology & Tourism* , 13, 57–74.
10. Bressolles, G., Durrieu, F., & Senecal, S. (2014). A consumer typology based on service quality and e-satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 21, 889–896.
11. Buhalis, Dimitrios., Zornitza, Yovcheva.,(2012). Augmented reality in tourism, The digital tourism think tank reports and best practice, 2/12
12. Buhalisa, D., & Lawb, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years. *Tourism Management* , 29, 609–623.
13. Cebi, S. (2013). A quality evaluation model for the design quality of online shopping websites. *Electronic Commerce Research and Applications* , 12, 124–135.
14. Cultural Policy Brief № 3., 2011. Towards a politics of sustainable tourism. Sustainable tourism: technology and new model Destination Management Systems (DMS). Document established by the Directorate of Culture and Cultural and Natural Heritage, Council of Europe
15. Dale, C. (2002). The competitive networks of tourism e-mediaries: New strategies, new advantages. *Journal of Vacation Marketing* , 9.

16. Daglas, P. (2014). Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. *Journal of Travel Research*. Vol.53(2), 141-153. SAGE Publication, DOI: 10.11.17/ 0047287513491334
17. Franco, L. K., Rosa, J. H., Barbosa, J. L., Costa, C. A., & Yamin, A. C. (2011). MUCS: A model for ubiquitous commerce support. *Electronic Commerce Research and Applications* , 10, 237–246.
18. Gao, L., & Bai, X. (2014). Online consumer behaviour and its relationship to website atmospheric induced flow: Insights into online travel agencies in China. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 21, 653–665.
19. Garín-Muñoz, T., & Pérez-Amaral, T. (2010). Internet Usage for Travel and Tourism. The Case of Spain. 21st European Regional ITS Conference, Copenhagen 2010.
20. Goneos-Malka, A., Strasheim, A., & Grobler, A. (2014). Conventionalists, Connectors, Technoisseurs and Mobilarti: Differential profiles of mobile marketing segments based on phone features and post modern characteristics of consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 21, 905–916.
21. Gregori, N., Daniele, R., & Altinay, L. (2014). Affiliate Marketing in Tourism: Determinants of Consumer Trust. *Journal of Travel Research* , 53, 196-210.
22. Gupta, A. (2012). An overview of information technology in tourism industry. *International Journal of Applied Services Marketing Perspectives* , (2012),1.
23. Hand, A., Cardiff, J., Magee, P., & Doody, J. (2006). An architecture and development methodology for location-based services. *Electronic Commerce Research and Applications*, 5, 201–208.
24. Lubbe, B. (2005). A new revenue model for travel intermediaries in South Africa: The negotiated approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12, 385–396.
25. Ljubojević, M., Vasković, V., Stanković, S., Vasković, J. (2014) Using the Supplementary Video in Multimedia Instructions as Teaching Tool to Increase Efficiency of Learning and Quality of Experience, *The International Review of Research in Open and Distance Learning*, Vol 15, No 3, 2014, pp. 275-291
26. Luo, Q., & Zhong, D. (2015). Using social network analysis to explain communication characteristics of travel-related electronic word-of-mouth on social networking sites. *Tourism Management*, 46, 274-282.
27. MacKay, K., & Vogt, C. (2012). Information technology in everyday and vacation contexts. *Annals of Tourism Research* , 39, 1380–1401.
28. Marisa von Bergner, N., & Lohmann, M. (2014). Future Challenges for Global Tourism: A Delphi Survey. *Journal of Travel Research* (53), 420-432.
29. Martin-Rojas, R., Garcia-Morales, V. J., & Mihi-Ramirez, A. (2014). Knowledge-Based Organization in Tourism Industry. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* , 82–93.
30. Marjanović B., Biga N., (2008). Razvoj, implementacija i postignuti rezultati u uštedi energije ostvareni upotrebom sistema za kontrolu i regulaciju grejanja tecor. Regionalna konferencija: Industrijska energetika i zaštita životne sredine u zemljama Jugoistočne Evrope IEEP 2008 24-28. juni 2008. Hotel Palisad, Zlatibor, Srbija
31. Mihalic, T. (2013). Performance of Environmental Resources of a Tourist Destination: Concept and Application. *Journal of Travel Research* , 52, 614-630.
32. Milutinović M., Simić K., Labus A., Bogdanović Z., Despotović-Zrakić M. (2014) Platforma za učenje interneta inteligentnih uređaja. *Infoteh-Jahorina* Vol. 13, March 2014.
33. Nath, A. V., & Menon, D. (n.d.). Role of Information Technology in Tourism.
34. Ozturk, H. E., & Eraydin, A. (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organisation building in the Antalya tourism region. *Tourism Management* , 31, 113–124.
35. Pearce, D. G. (2014). Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. *Journal of Travel Research* , 53, 141-153.
36. Polites, G. L., Williams, C. K., Karahanna, E., & Seligman, L. (2012). A theoretical framework for consumer e-satisfaction and site stickiness: an evaluation in the context of online hotel reservations. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* , 22, 1–37.

37. Sanchez-Franco, M. J., & Rondan-Cataluña, F. J. (2010). Virtual travel communities and customer loyalty: Customer purchase. *Electronic Commerce Research and Applications* , 9, 171–182.
38. Schmidt-Rauch, S., & Schwabe, G. (2014). Designing for mobile value co-creation—the case of travel counselling. *Electron Markets* , 24, pp. 5–17.
39. Sparks, B. A., Perkins, H. E., & Buckley, R. (2013). Online travel reviews as persuasive communication: The effects of content type, source, and certification logos on consumer behavior. *Tourism Management* , 39, 1-9.
40. Spaulding, T. J. (2010). How can virtual communities create value for business? *Electronic Commerce Research and Applications* , 8, 38–49.
41. Spencer, A. J., Buhalis, D., & Moital, M. (2012). A hierarchical model of technology adoption for small owner-managed travel. *Tourism Management* , 33, 1195-1208.
42. Sigala, M., (2011). Sustainable tourism: Technology and new model destination, *Management systems* , Department of Business Administration, University of the Aegean, Greece, 11.01.2011
43. Tanford, S., Baloglu, S., & Erdem, M. (2012). Travel Packaging on the Internet: The Impact of Pricing Information and Perceived Value on Consumer Choice. *Journal of Travel Research* , 51, 68-80.
44. Tjostheim, I., Nordlund, B., Lous, J., & Fuglerud, K. S. (2003). Travelers and location-information in the mobile environment – consumer attitudes and a prototype of a service for early adopters of mobile Internet service. *ENTER 2003*, Helsinki.
45. Vasković, J., Ljubojević, M., Stanković, S., & Vasković, V. (2013). The model of coordination of communication channels for small tourist communities. *Transylvanian Review of Administrative Sciences (Special Issue)*, 174-188.
46. Vasković, J. (2012) Primena NFC tehnologije u sistemima plaćanja, *Bankarstvo*, 04, Str. 86-103, UDK 621.395.721.5:658.88 ; 005.591.6.
47. Vasković, J., (2012), NFC tehnologija i mogućnosti njene praktične primene, *InfoM*.
48. Vasković, V., Vasković, J., (2013), Preporuke za upravljanje rizikom u elektronskoj trgovini, *Tehnika*, Str. 349
49. Vasković, J., Čović, N. (2010), "Analiza primene Info kiosk tehnologije", X međunarodna konferencija o elektronskoj trgovini i elektronskom poslovanju, Palić April 21.-23. 2010.
50. Vasković, J. (2011), "Mobilni marketing", XI međunarodna konferencija o elektronskoj trgovini i elektronskom poslovanju, Palić April 6.-8. 2011.
51. Vasković, J., Vasković, V. (2012), "Mogućnosti primene SMS servisa u upravljanju snabdevanjem", *Yu info*, XVIII konferencija, Kopaonik 29.2.-3.3.2012.
52. Vasković, J. (2012), "Primena NFC tehnologije u javnom transportu", XII međunarodna konferencija o elektronskoj trgovini i elektronskom poslovanju, Palić April 25.-27. 2012.
53. Vasković, J. Čović, N. (2012), "Outsourcing as a business strategy" (Outsourcing kao poslovna odluka), XIII Internacionalni simpozijum o inovativnom menadžmentu i poslovnim performansama, Zlatibor, Jun 5-9, 2012., ISBN 978-86-7680-255-5
54. Vasković, J., Ljubojević, M., Vasković, V., Stanković, S. (2013), Poboljšanje efikasnosti linearnih onlajn multimedijalnih edukativnih sadržaja, *Yu Info* 2013, Kopaonik, Mart 3.-6. 2013.
55. Vasković, J., Kreća, M. (2013), Primena mobilnih aplikacija kao sredstva marketinga u turizmu, XIII Međunarodna konferencija E-trgovina 2013, Palić, April 24.-26. 2013.
56. Kreća, M., Vasković, J. (2013), Analiza stanja servisa elektronske uprave u Srbiji, Međunarodna Konferencija i Izložba, Hotel "Izvor", Arandjelovac, 12. jun - 13. jun 2013
57. Vasković, V. Čović, N. Vasković, J. (2014), "Warranty management model in e-commerce", XIV international symposium, Jun 6 - 10, 2014, Zlatibor, Srbija
58. Wayne, S., (2005) The Risks and Opportunities from Globalisation New Zealand Treasury Working Paper 07/05
59. UNWTO Tourism Towards 2030: Actual trend and forecast 1950-2030
60. W. H. Bons, R., Alt, R., Lee, H. G., & Weber, B. (2012). Banking in the Internet and mobile era. *Electron Markets* , 22, 197–202.
61. Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management* , 31, 179–188.

62. Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2014). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services* .
63. Zheng, X., Ulrike G. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management* 31 (2010) 179–188
64. Yamamoto, T., Li, C., & Morikawa, T. (2014). An empirical analysis of the factors raising the interest in new shopping destinations. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 21, 950–957.
65. Yang Guo,. (2014). The embedding convergence of smart cities and tourism Internet of things in China and advance perspective. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 2(1): 54-69, 2014 An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty ISSN: 2147-9100
66. Youcheng, W,. (2008) Collaborative Destination Marketing: Understanding the Dynamic Process, *Journal of Travel Research* 2008; 47; 151 originally published online Jun 30, 2008; DOI: 10.1177/0047287508321194

3. Полазне хипотезе

Главна хипотеза која ће бити тестирана у дисертацији гласи:

Развојем система електронског пословања локалних туристичких заједница и координацијом комуникационих канала стварају се предуслови за бољи контакт са корисницима, усклађују се сви пословни процеси, побољшавају се перформансе и постиже се виши ниво задовољства корисника система.

На основу дефинисаног предмета истраживања може се издвојити неколико посебних хипотеза:

Хипотеза 1: Применом технологија и сервиса електронског пословања омогућава се регистровање, обавештавање, рутирање и праћење великог броја корисника туристичких услуга.

Хипотеза 2: Применом технологија електронског пословања могуће је реализовати координацију комуникационих канала за достављање информација корисницима туристичких услуга током посете дестинацији и њихово усмеравање ка наредним дестинацијама.

Хипотеза 3: Могуће је остварити међудестинацијску координацију информација и пословно повезивање применом технологија електронског пословања.

Хипотеза 4: Примена нових решења базираних на мобилним комуникацијама и Интернет технологијама може да унапреди процесе координације пословања локалних туристичких заједница.

Хипотеза 5: Координација комуникационих канала доприноси дужем задржавању корисника туристичких услуга у оквиру локалне туристичке заједнице.

Хипотеза 6: Примена мултимедијалних презентација у пословању локалних туристичких заједница доприноси квалитетнијем информисању и задовољству корисника туристичких услуга.

Хипотеза 7: Контрола пословања локалних туристичких заједница се унапређује увођењем електронског пословања.

4. Методе истраживања

Методологија истраживања у овој дисертацији обухватиће сложен и организован поступак полазећи од логичких начела и принципа по утврђеним фазама.

У сврху истраживања и прикупљања примарних и секундарних података користиће се методе из групе основних, тј. историјске, генеричко-развојне и системско-структурално-функционалне, као и из група опште-научних и специфичних метода.

За израду ове дисертације од општих научних метода користиће се методе прикупљања и анализе постојећих научних резултата проучавањем литературе и других извора теорије и праксе, моделирање, аналитичко-дедуктивна и статистичка метода. Моделирање ће се користити приликом израде модела координације комуникационих канала локалних туристичких дестинација. Моделом ће бити обухваћене све технологије примењене у пословању локалних туристичких дестинација. Аналитичко-дедуктивне методе користиће се за анализу података о постојећим решењима електронског пословања, о техникама интеграције различитих пословних процеса као и о технологијама и методама имплементације безбедносних елемената. Мерење и евалуација релевантних параметара као и анализа добијених резултата, биће обављени помоћу статистичких метода.

У експерименталном делу биће извршена евалуација елемената развијеног модела. Анализом ће бити обухваћено тренутно стање електронског пословања локалних туристичких заједница у свету и у нашој земљи. Анализираће се квалитет веб-сајтова локалних туристичких заједница као и квалитет искустава употребе технологија електронског пословања од стране корисника туристичких услуга. У оквиру евалуације користиће се методе анализе аудио и видео садржаја и њиховог утицаја на понашање корисника. Добијени резултати експеримента треба да потврде главну хипотезу о побољшању модела електронског пословања локалних туристичких дестинација.

Резултати истраживања биће презентовани текстуално, описивањем, и приказани кроз више табела, слика и дијаграма са упоредним резултатима. Синтеза, апстракција, генерализација и класификација, као и остале методе научног објашњења, биће примењене за закључивање на основу индукције и дедукције.

Ово истраживање се може класификовати по општости као појединачно, по критеријуму својства предмета као теоријско-емпиријско, по припадности науци као интердисциплинарно, по актуелности предмета као актуелно, а по улози у науци ово истраживање припада акционим.

Овај избор истраживачких метода ће бити употребљен са циљем да се истраживање и ток истраживачког процеса у свим фазама, тј. идентификацији и дефинисању проблема, планирању дизајна истраживања, сакупљању, обради и анализи података, као и формулацији закључака, коректно спроведе у складу са основним принципима научно-истраживачког рада.

5. Очекивани научни доприноси

Најзначајнији допринос овог рада биће дефинисање модела координације комуникационих канала електронског пословања локалних туристичких заједница.

Кључни научни доприноси овог рада огледаће се у:

- Формалном опису сервиса електронског пословања за подршку пословним процесима локалних туристичких заједница;
- Формалном опису модела електронског пословања и координације комуникационих канала локалних туристичких заједница;
- Развоју архитектуре модела и компоненти неопходних за интеграцију свих учесника у еко-систему електронског пословања локалних туристичких заједница;
- Развоју модела хоризонталне и вертикалне координације комуникационих канала електронског пословања локалних туристичких заједница;
- Развоју модела шема лојалности туристичких дестинација;
- Развоју метода за оцену перформанси развијеног модела.

Истраживања у оквиру овог приступног рада резултоваће и низом стручних доприноса од којих су најважнији:

- Анализа и систематизација модела интеграције у еко-систему електронског пословања локалних туристичких заједница;
- Компаративна анализа постојећих решења у области електронског пословања локалних туристичких заједница;
- Преглед и анализа постојећих сервиса развијених у области електронског пословања локалних туристичких заједница;
- Могућности координације комуникационих канала електронског пословања локалних туристичких заједница;
- Анализа технологија неопходних за имплементацију у области електронског пословања локалних туристичких заједница;
- Истраживање и анализа могућности повезивања локалних туристичких заједница са државним органима и организацијама;
- Истраживање и анализа технологија применљивих у идентификацији и корисника туристичких услуга у програмима лојалности локалних туристичких заједница.

Са становишта друштвене користи резултати истраживања могу имати вишеструке импликације:

- Модел координације комуникационих канала електронског пословања локалних туристичких заједница ствара предуслове за ефикаснију комуникацију између учесника у пословању;
- Високи трошкови маркетинга могу се значајно редуковати коришћењем нових технологија електронског пословања;
- С обзиром на то да је Република Србија на централном магистралном путу, примена развијеног модела може да повећа задржавање корисника туристичких услуга у локалним туристичким заједницама, омогући да се отвори већи број радних места, као и да се повећају приходи од туризма;
- Побољшање техничко-технолошких решења пословних процеса, њихово унапређење и прилагођавање крајњим корисницима.

6. План истраживања и структура рада

План истраживања докторске дисертације приказан је у следећој табели:

	ФАЗА	ЗАДАТАК	МЕТОДЕ, ТЕХНИКЕ, СТАНДАРДИ
1.	Анализа постојећег стања и досадашњих резултата истраживања	- Прикупљање информација у циљу анализе и систематизације постојећег стања и досадашњих резултата. - Компаративна анализа постојећих решења у домену електронског пословања и координације комуникационих канала туристичких дестинација.	- Претраживање научне литературе - Претраживање стручне литературе - Претраживање и анализа комерцијалних решења - Претраживање ресурса на вебу - Студије случаја - Претраживање база података
2.	Моделирање	- Систематизација и анализа технологија које се користе у електронском пословању локалних туристичких дестинација - Анализа и одабир канала комуникације које треба повезати у јединствен систем	- Анализа постојећих решења - Анализа студија случаја - Методе и алати за моделирање електронског пословања локалних туристичких заједница
3.	Пројектовање и развој	- Планирање - Анализа постојећих модела координације комуникационих канала у електронском пословању - Пословна анализа - Моделирање процеса и података - Моделирање архитектуре система - Моделирање интеграције процеса - Пројектовање модела координације комуникационих канала туристичких дестинација	- Методе моделирања и пројектовања процеса - Методе пројектовања података - Методе моделирања и пројектовања електронског пословања локалних туристичких заједница - UML
4.	Примена модела	- Тестирање и имплементација дела развијеног модела - Дефинисање кључних идентификатора перформанси модела - Анализа резултата	- Алати за реализацију веб продајног места - Алати за развој апликација на <i>Android</i> платформи - Алати за реализацију веб и <i>cloud</i> сервиса - Алати за интеграцију
5.	Евалуација модела и приказ резултата	- Анализа резултата примене и корективне мере - Анализа предложеног решења - Предлог будућег истраживања	- Верификација и валидација - Статистичке методе - Методе анализе аудио и видео-садржаја - Анализа - Синтеза

Оквирно, структуру докторске дисертације, сачињавало би 8 (осам) поглавља и литература:

- 1 Увод
 - 1.1 Предмет и циљ истраживања
 - 1.2 Циљ истраживања
 - 1.3 Полазне хипотезе
 - 1.4 Методе истраживања
- 2 Електронско пословање у туризму
 - 2.1 Развој туризма у свету
 - 2.2 Историјски развој примене информационих технологија у туризму
 - 2.3 Колаборативни маркетинг локалних туристичких дестинација
 - 2.4 Друштвене мреже у пословању локалних туристичких заједница
 - 2.5 Електронско пословање локалних туристичких заједница
- 3 Технологије електронског пословања локалних туристичких заједница
 - 3.1 Технолошке иновације и њихов утицај на локалне туристичке заједнице
 - 3.2 Технолошки предуслови за примену електронског пословања локалних туристичких заједница
 - 3.3 Технологије у електронском пословању локалних туристичких заједница
 - 3.4 Сигурност и заштита података у електронском пословању локалних туристичких заједница
 - 3.4 Интероперабилност и ISO стандарди у електронском пословању локалних туристичких заједница
- 4 Модел електронског пословања локалних туристичких заједница
 - 4.1 Модел вертикалног повезивања дестинација и локалних туристичких заједница
 - 4.2 Модел хоризонталног повезивања дестинација и локалних туристичких заједница
 - 4.3 Модел инфраструктуре електронског пословања локалних туристичких заједница
 - 4.4 Модел организације електронског пословања локалних туристичких заједница
 - 4.5 Стратешко партнерство и *outsourcing* у електронском пословању локалних туристичких заједница
 - 4.6 Промена пословног односа партнера у електронском пословању локалних туристичких заједница
- 5 Евалуација модела електронског пословања локалних туристичких заједница
 - 5.1 Модел евалуације електронског пословања локалних туристичких заједница
 - 5.2 Истраживање квалитета сајтова локалних туристичких дестинација у Србији
 - 5.3 Евалуација мреже инфо киоска
- 6 Научни и стручни доприноси
- 7 Будућа истраживања
- 8 Закључак
- 9 Литература

7. Закључак и предлог

Из изложеног се може закључити да кандидат Јелена Васковић испуњава све услове предвиђене Законом о високом образовању за одобрење израде докторске дисертације под насловом "Модел електронског пословања локалних туристичких заједница".

Јелена Васковић поседује неопходна знања из области електронског пословања, интернет маркетинга и технологија електронског пословања, као и капацитет да успешно ради на докторској дисертацији.

Тема припада ужој научној области Електронско пословање, мултидисциплинарна је и актуелна. Добијени резултати могу имати широку практичну примену у пројектовању и имплементацији електронског пословања локалних туристичких заједница.

На основу свега наведеног, комисија предлаже Наставно-научном већу да прихвати предложену тему и одобри израду пријављене докторске дисертације. За ментора докторске дисертације предлаже се др Зорица Богдановић, доцент Факултета организационих наука, Универзитета у Београду.

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ:

др Зорица Богдановић, доцент,
Факултет организационих наука,
Универзитета у Београду,

др Божидар Раденковић, редовни професор,
Факултет организационих наука,
Универзитета у Београду,

др Маријана Деспотовић-Зракић, ванредни професор,
Факултет организационих наука,
Универзитета у Београду,

др Александра Лабус, доцент,
Факултет организационих наука,
Универзитета у Београду,

др Милорад Станојевић, редовни професор,
Саобраћајни факултет,
Универзитета у Београду.