

Наставно – научном већу
Факултета организационих наука
Универзитета у Београду

Предмет: Подобност теме и кандидата Сузане Милиновић за израду докторске дисертације

Одлуком бр. 3/92-14 од 13.07.2016. године именовани смо за чланове Комисије за оцену теме и подобности кандидата **Сузане Милиновић** за израду докторске дисертације и научне заснованости теме „Управљање односима са пословним партнерима у B2B електронском пословању великих предузећа“.

На основу материјала приложеног уз Захтев кандидата, Комисија подноси следећи

ИЗВЕШТАЈ

1. Подаци о кандидату

1.1. Биографски подаци

Сузана Милиновић је рођена 02.06.1974. године у Сремској Митровици, Република Србија. Завршила је гимназију „Стеван Пузић“ 1993. године. Исте године уписала је Вишу пословну школу у Новом Саду где је дипломирала 2001. године и стекла звање Инжењер информатике. Завршни рад под називом „Евиденција социјалне помоћи“ одбранила је са оценом 10. Године 2006. године уписује Технички факултет „Михајло Пупин“ у Зрењанину где је дипломирала 2009. године и стиче звање Дипломирани инжењер информатике. Завршни рад под називом „Модел информационог система за предузеће у индустрији обуће“ одбранила је са оценом 10. Дипломске академске – мастер студије уписала је 2011. године на Факултету организационих наука у Београду на студијском програму Електронско пословање и управљање системима. Одбраном завршног (мастер) рада под насловом „Имплемен

“, 2013. године стиче звање мастер инжењер организационих наука, са просечном оценом 10. Докторске студије, студијски програм Информациони системи и менаџмент, изборно подручје Електронско пословање на Факултету организационих наука уписала је 2014. године. Тренутно је студент друге године докторских студија. Положила је свих девет програмом предвиђених испита на докторским студијама са просечном оценом 10. Прво радно искуство стекла је радећи као менаџер набавке у Гамма мензама у Роверету, Италија, у периоду 1996-2002. Током 2003. године радила је као референт за расписивање и праћење производње у италијанској фабрици обуће Аска у Кули. Од 2004. ради у компанији Falc East, као Директор организационе јединице Рума.

1.2. Сечено науиноираживако искуство

У наставку ће бити приказани научни резултати кандидата, објављени на конференцијама и у часописима. Током досадашњег рада Сузана Милиновић је објавила више радова у земљи и иностранству и учествовала на више научних скупова и конференција. Објављени радови су из области електронског пословања и примене технологија електронског пословања

Списак објављених радова

Радови објављени у зборницима међународних научних скупова (M30):

1. S. Milinović, D. Vasiljević, M. Despotović-Zrakić, Stakeholder relationship management in E-business of large enterprises, Zbornik radova sa XV međunarodnog simpozijuma SymOrg 2016, 10-13 jun 2016, Zlatibor, ISBN 978-86-7680-326-2, pp.285-296 (M33).
2. Z. Bogdanović, A. Labus, K. Simić, V. Ratković-Živanović, S. Milinović (2015) Harnessing Crowdvoting To Support Students' Creativity, *EDULEARN15 Proceedings*, 7th International Conference on Education and New Learning Technologies, 6-8 July 2015, Barcelona, Spain, pp. 4318-4326, ISBN: 978-84-606-8243-1 (M33).
3. M. Despotović-Zrakić, A. Labus, Z. Bogdanović, M. Labus, S. Milinović, A Virtual Laboratory for Teaching Internet of Things, *Proceedings of the 10th International Conference on Virtual Learning ICVL 2015*, Timisoara, Romania, 31.10.2015, pp. 259-264 (M33).
4. S. Milinović, D. Đokić, A. Labus, Supply chain management in footwear industry, Zbornik radova sa XIV međunarodnog simpozijuma SymOrg 2014, pp. 448-454, 6-10. jun 2014, Zlatibor, ISBN 978-86-7680-255-5, (M33).

Радови објављени у научним часописима националног значаја (M50):

5. A. Labus, M. Milutinović, Đ. Stepanić, M. Stevanović, S. Milinović, Wearable Computing in E-Education, *Journal for Universal Excellence*, vol. 4, no. 1, pp. A39-A51, Faculty of organizational studies in Novo Mesto, Slovenia, 2015 (M50).
6. Z. Bogdanović, M. Despotović-Zrakić, M. Milutinović, M. Anđelić, S. Milinović, Model for Enhanced Data Management, Visualization, and Adaptation in e-learning, *Journal For Management Theory And Practice*, No.69, pp. 5-13, Belgrade 2013, ISSN 1820-0222, doi: 10.7595/management.fon.2013.0030, UDC: 37.018.43:004.738.5 ; 371.3:004 (M51).

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

Назив предмета	Оцена	ЕСПБ
Електронско пословање – одабрана поглавља	10 (десет)	10
Интернет маркетинг и друштвени медији – одабрана поглавља	10 (десет)	10
Е-банкарство	10 (десет)	10
Е-образовање – одабрана поглавља	10 (десет)	10
Методологија научно-истраживачког рада у техничко-технолошким наукама	10 (десет)	10
Мобилно пословање – одабрана поглавља	10 (десет)	10
Интернет интелигентних уређаја	10 (десет)	10
Интернет технологије – одабрана поглавља	10 (десет)	10
Пословна интелигенција у електронском пословању	10 (десет)	10

1.3. Оцена подобности кандидата за рад на предложеној теми

Узимајући у обзир:

- резултате остварене током досадашњег образовања,
- резултате истраживања у области електронског пословања публиковане на научним конференцијама и у часописима,
- радно искуство кандидата

закључује се да је Сузана Милиновић квалификована и припремљена да тему докторске дисертације самостално истражује и пружи научне и стручне доприносе у тој области.

2. Предмет и циљ истраживања

Предмет истраживања у докторској дисертацији је управљање односима са пословним партнерима у B2B електронском пословању великих предузећа. Основни проблем који се анализира је испитивање могућности коришћења савремених технологија електронског пословања како би се унапредила сарадња са пословним партнерима у великим предузећима. Циљ је да се истражи у којој мери савремене технологије електронског пословања, као што су персонализована B2B електронска трговина, друштвене мреже, мобилне технологије и технологије Интернета интелигентних уређаја могу да допринесу решавању проблема и унапређењу комуникације и сарадње са пословним партнерима. Имајући у виду трендове везане за глобализацију електронског пословања, истраживања ће бити усмерена на велика предузећа која послују у хетерогеним тржишним условима и која имају комплексне пословне процесе.

Анализа литературе у области B2B електронског пословања показује да нема довољно научних и стручних радова који се на систематски начин баве проблемима управљања односима са пословним партнерима у електронском пословању великих предузећа. Велика предузећа често послују на различитим локацијама и подлежу различитим тржишним и правним нормама. С обзиром на комплексност ланаца вредности у великим предузећима, примена технологија електронског пословања може омогућити бржу комуникацију, боље информације за доношење пословних одлука и боље управљање односима са пословним партнерима.

Управљање односима са пословним партнерима у великим предузећима обухвата низ техника и метода које стварају оквир за ефикасну дугорочну сарадњу. У електронском пословању великих предузећа најзначајнији пословни партнери и стејхолдери су: добављачи, дистрибутери, продавци, запослени, клијенти, купци, крајњи корисници и други. Управљање односима са пословним партнерима има за циљ: унапређење односа, усклађивање пословних процеса, доношење одлука на основу остварене комуникације, смањење ризика, постизање бољих резултата пословања и задовољније крајње потрошаче. Проблем се јавља у координацији канала комуникације и сарадње са пословним партнерима и правовременој интеграцији информација и пословних процеса који се одвијају преко различитих канала сарадње.

Координација канала комуникације и сарадње са пословним партнерима у B2B електронском пословању може се остварити развојем и применом B2B портала. Да би се постигла потпуна ефективност система електронског пословања, у B2B портал је потребно интегрисати сервисе за комуникацију, сарадњу и управљање односима са пословним партнерима. B2B портал може да интегрише сервисе за подршку пословним процесима, као што су: електронска трговина, управљачки процеси, извештавање,

аналитика, управљање документима, управљање каналима комуникације и други. Сервиси B2B портала се могу персонализовати, односно прилагодити сваком пословном партнеру понаособ.

B2B електронско пословање мења се под утицајем нових технологија као што су мобилне технологије, Интернет интелигентних уређаја, big data и друштвене мреже. Примена ових технологија у B2B пословању омогућава развој нових сервиса електронског пословања, ефикаснији проток информација и развој нових пословних модела сарадње.

Мобилне и технологије Интернета интелигентних уређаја могу значајно да унапреде управљање односима са пословним партнерима у електронском пословању великих предузећа. За идентификацију, лоцирање и праћење производа могу се користити RFID технологије. Развој и примена сервиса заснованих на RFID технологији могу водити ка повећању продуктивности, повећању тачности и брзине у испорукама, смањењу оперативних трошкова, бољем управљању и оптимизацији залиха. Примена GPS сервиса омогућава праћење залиха, кретања производа и испоруке клијентима у реалном времену. Примена технологија Интернета интелигентних уређаја (Internet of things) омогућује да се преко Интернета управља уређајима и објектима као што су производне машине у фабрикама, алати, сировине, полупроизводи и готови производи. На овај начин информације из једне фабрике се могу у реалном времену достављати пословним партнерима, чиме се омогућава боља координација и оптимизација сарадње у ланцу вредности.

Ефикасност комуникације у великим глобалним предузећима може се унапредити развојем и применом интерних друштвених мрежа. Интерне друштвене мреже треба да пружи оквир за бољу сарадњу запослених и брз проток информација. Сервиси друштвених мрежа могу се једноставно интегрисати са другим сервисима за комуникацију и сарадњу, као што су видео конференције, дељење докумената и други.

Повезивањем различитих технологија у систему електронског пословања количина расположивих података се увећава. У вези са тим се јавља потреба за ефективним прикупљањем и анализирањем података у реалном времену. Big data инфраструктура и сервиси представљају ефикасно решење за управљање великим количинама података. Применом big data инфраструктуре и сервиса и њиховом интеграцијом у B2B портал, систем електронског пословања постаје динамичнији и пружа могућност извештавања и напредне аналитике у реалном времену.

На основу анализе постојећих модела сарадње са пословним партнерима у B2B електронском пословању, фокус истраживања у овом приступном раду биће усмерен ка увођењу нових пословних модела и сервиса заснованих на актуелним технологијама електронског пословања. Проблем који ће бити размотрен је могућност интеграције различитих канала комуникације и сарадње са пословним партнерима. Основна идеја је да се изгради интегрисани систем који укључује различите компоненте, процесе и сервисе електронског пословања. Нови модели сарадње који ће бити развијани током истраживања засниваће се на повезаним пословним процесима, колективном доношењу одлука, свеприсутности и транспарентности информација у ланцу вредности и смањењу баријера за укључивање нових пословних партнера.

Један од главних проблема у реализацији стратегије управљања односима са пословним партнерима у B2B пословању представља хетерогеност компонената система. Због тога

ће део истраживања бити усмерен на анализу актуелних приступа за постизање интероперабилности и стандардизацију дељених пословних процеса.

Евалуација развијеног модела биће извршена у мултинационалном предузећу Falc East које се бави производњом и продајом обуће. Седиште компаније је у Италији, производни погони су у Србији и Кини. Добављачи су из Србије, Румуније, Италије и Кине. Финални производи се продају широм света у више од педесет земаља. Биће развијен нови пословни модел сарадње између партнера у В2В комуникацији Falc East-а који ће бити заснован на технологијама електронског пословања. Евалуација модела ће обухватити имплементацију нових сервиса електронског пословања и мерење ефеката њихове примене.

Најзначајнији задатак који треба реализовати током израде докторске дисертације је дефинисање модела и сервиса који би обезбедили интегрално управљање односима са пословним партнерима и стејкхолдерима у В2В електронском пословању великих предузећа. Као главни циљеви које треба постићи током истраживања издвајају се:

- креирање новог модела сарадње између партнера у В2В комуникацији заснованог на електронском пословању у великим предузећима;
- дефинисање архитектуре система електронског пословања неопходне за повезивање и координацију комуникационих канала у великим предузећима;
- анализа технологија електронског пословања које се могу применити у управљању односима са пословним партнерима;
- развој модела за дељење информација са пословним партнерима и колаборативно доношење одлука;
- примена и евалуација развијеног модела.

Развој и примена пословног модела сарадње између партнера у В2В комуникацији у великим предузећима може имати позитиван утицај на развој електронског пословања у Републици Србији. Примена развијеног модела може довести нове инвеститоре и позитивно утицати на пословање већ присутних предузећа. Значајна примена развијеног модела очекује се у предузећима која послују као део мултинационалних компанија које послују на глобалном тржишту.

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

- [1] Alkhuraiji, A., Liu, S., Oderanti, F.O., & Megicks, P. (2016). New structured knowledge network for strategic decision-making in IT innovative and implementable projects. *Journal of Business Research*, 69, 1534–1538.
- [2] Aydin, G., Cattani, K., & Druehl, C. (2014). Global supply chain management. *Business Horizons*, 57, 453-457.
- [3] Biggemann, S., & Buttle, F. (2012). Intrinsic value of business-to-business relationships: An empirical taxonomy. *Journal of Business Research*, 65, 1132-1138.
- [4] Bogdanović, Z., Despotović-Zrakić, M., Milutinović, M., Anđelić, M., & Milinović, S. (2013). Model for Enhanced Data Management, Visualization, and Adaptation in e-learning, *Journal For Management Theory And Practice*, No.69, pp. 5-13, Belgrade 2013, ISSN 1820-0222, doi: 10.7595/management.fon.2013.0030, UDC: 37.018.43:004.738.5 ; 371.3:004 (M51).
- [5] Bogdanović, Z., Labus, A., Simić, K., Ratković-Živanović, V., & Milinović, S. (2015). Harnessing Crowdvoting To Support Students' Creativity, *EDULEARN15 Proceedings*, 7th International Conference on Education and New Learning Technologies, 6-8 July 2015, Barcelona, Spain, pp. 4318-4326, ISBN: 978-84-606-8243-1 (M33).
- [6] Botta, A., de Donato, W., Persico, V., & Pescapé, A. (2016). Integration of Cloud computing and Internet of Things: A survey. *Future Generation Computer Systems*, 56, 684–700.

- [7] Cavalcantea, E., Pereira, J., Alves, M.P., Pedro, M., Roniceli, M., Batista, T., ... Pires, P.F. (2016). On the interplay of Internet of Things and Cloud Computing: A systematic mapping study. *Computer Communications*, 89-90, 17-33.
- [8] Chan, J., (2008). An Integrated Architecture for Enterprise Relationship Management. *Communications of the IIMA*, 8(2), 55-65.
- [9] Chaudhuri, S., Umeshwar, D., & Vivek, N. (2011). An overview of business intelligence technology. *Communications of the ACM*, 54, 88-98.
- [10] Chen, A., Peng, N., & Hung, K. (2015). Managing salespeople strategically when promoting new products – incorporating market orientation into a sales management control framework. *Industrial Marketing Management*, 51, 141–149.
- [11] Chituc, C.M., Toscano, C., & Azevedo, A. (2008). Interoperability in Collaborative Networks: Independent and industry-specific initiatives – The case of the footwear industry. *Computers in Industry*, 59, 741–757.
- [12] Derrouiche, R., Neubert, G., Bouras, A., & Savino, M. (2010). B2B relationship management: a framework to explore the impact of collaboration. *Production Planning & Control*, 21, 528-546.
- [13] Despotović-Zrakić, M., Labus, A., Bogdanović, Z., Labus, M., & Milinović, S. (2015). A Virtual Laboratory for Teaching Internet of Things. *International conference on virtual learning ICVL 2015*, Timisoara, 31.10.2015 (M33).
- [14] Dolphin, R.R. (1999). The fundamentals of Corporate Communication. *Oxford: Butterworth-Heinemann*.
- [15] D'Orazio, E., (2004). Gestione degli stakeholder, assets intangibili e leadership etica. Preuzeto sa: http://www.politeia-centrostudi.org/doc/Selezione/politeia_n_74.pdf
- [16] Dwivedi, Y.K., Kapoor, K.K., Williams, M.D., & Williams J. (2013). RFID systems in libraries: An empirical examination of factors affecting system use and user satisfaction. *International Journal of Information Management*, 33, 367-377.
- [17] Emerson, R., (1962). Power dependence relations. *American Sociological Review*, 27 (1), 31-41.
- [18] Enipower (2012). Le relazioni e gli stakeholder di EniPower. Preuzeto sa: <http://www.enipower.it/it/attachments/documentazione/rapporti-sostenibilita/2012/app-relazioni-stakeholder.pdf>
- [19] Fiori, F. (2013). Analisi dei modelli di business nel settore moda e accessori di lusso: Il caso Zara. Preuzeto sa: <http://tesi.eprints.luiss.it/11405/1/fiori-francesco-tesi-2013.pdf>
- [20] Franzoni, S. (2005). Le relazioni con gli stakeholder e la responsabilità d'impresa. Preuzeto sa: <http://www.unibs.it/sites/default/files/ricerca/allegati/Paper49.pdf>
- [21] Gligor, D.M., & Esmark, C.L. (2015). Supply chain friends: The good, the bad, and the ugly. *Business Horizons*, 58, 517-525.
- [22] Gugliotta, C., Coinvolgimento degli stakeholder, preuzeto sa: http://www.asppalermo.org/Archivio/pubblicazioni/servizio_infermieristico/CORSO%20SLIDE%20S/coinvolgimento%20degli%20stakeholder.pdf
- [23] Gupta, S., Balmer, J.M.T., & Low, B. (2015). Brands in, from and to emerging markets: The role of industrial relationships. *Industrial Marketing Management*, 51, 4–10.
- [24] Hawkins, T.G., Gravier, M.J., Berkowitz, D., & Muir, W.A. (2015). Improving services supply management in the defense sector: How the procurement process affects B2B service quality. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 21, 81–94.
- [25] Huang, K.E., Wu, J.H., Lu, S.Y., & Lin, Y.C. (2016). Innovation and technology creation effects on organizational performance. *Journal of Business Research*, 69, 2187–2192.
- [26] Huang, W., Sunb, M., & Li, S. (2016). A 3D GIS-based interactive registration mechanism for outdoor augmented reality system. *Expert Systems With Applications*, 55, 48–58.
- [27] Il Manuale dello Stakeholder Engagement (2005). Preuzeto sa: <http://www.accountability.org/images/content/2/0/205.pdf>
- [28] Jap, S.D., & Anderson, E., (2003). Testing the life-cycle theory of inter-organizational relations: do performance outcomes depend on the path taken?. *INSEAD Working Paper (2003)/17/MKT*.
- [29] Jovetić, S. (2015). *Merenje performansi preduzeća*, ISBN 978-86-6091-061-7.
- [30] Labus, A., Milutinović, M., Stepanić, Đ., Stevanović M., & Milinović, S. (2015). Wearable Computing in E-Education. *Journal for Universal Excellence*, (pp. A39-A51). Faculty of organizational studies in Novo Mesto, Slovenia, (M50).

- [31] Lai, J.H. & Chen, L.Y. (2014). The valuation effect of corporate governance on stakeholder wealth: Evidence from strategic alliances. *International Review of Economics & Finance*, 32, 117-131.
- [32] Leah, M., Omilion, H., & Colin, R.B. (2014). Every day talk and convincing conversations: Utilizing strategic internal communication. *Business Horizons*, 57, 435-445.
- [33] Lebas, M.J. (1995). Performance measurement and performance management. *International Journal of Production Economics*, 41, 23-35.
- [34] Lee, E., Han, S., Nam, H.U., & Rho, J.J. (2013). Building capabilities via suppliers' effective management of relationships. *Industrial Marketing Management*, 5, 805-813.
- [35] Liao, S.H., Chu P.H. & P.Y. (2012). Data mining techniques and applications – A decade review from 2000 to 2011. *Expert Systems with Applications*, 39, 11303-11311.
- [36] Lukas, M., Hajny, J., & Fudjak, R. (2016). On perspective of security and privacy-preserving solutions in the internet of things. *Computer Network*, 102, 83-95.
- [37] Luo, S., & Renb, B. (2016). The monitoring and managing application of cloud computing based on Internet of Things. *Computer methods and programs in biomedicine*, 130, 154–161.
- [38] Madueno, J.H., Jorgea, M.L., Conesab, I.M., & Martínez-Martínez, D. (2016). Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 19, 55-72.
- [39] Martínez-Juradoa, P.J., Moyano-Fuentes, J., & Jerez-Gómez, P. (2014). Human resource management in Lean Production adoption and implementation processes: Success factors in the aeronautics industry. *BRQ Business Research Quarterly*, 17, 47-68.
- [40] Mashal, I., Alsaryrah, O., & Chung, T.Y. (2016). Performance evaluation of recommendation algorithms on Internet of Things services, *Physica A. Statistical Mechanics and its Applications*, 451, 646-656.
- [41] Mazzola, E., Bruccoleri, M., & Perrone, G. (2015). Supply chain of innovation and new product development. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 21, 273–284.
- [42] Meeker, M. (2016). Internet Trends 2016 – Code Conference. Preuzeto sa: <http://www.kpcb.com/internet-trends>
- [43] Michael, K. & Mc Cathie, L. (2005). The pros and cons of RFID in supply chain management. *International Conference on Mobile Business*, 11-13 July 2005, 623-629.
- [44] Milinović, S. (2009). Model informacionog sistema za preduzeća u industriji obuće, Graduate thesis, Tehnički fakultet „Mihajlo Pupin“ u Zrenjaninu, Univerzitet u Novom Sadu.
- [45] Milinović, S., Đokić, D., & Labus, A. (2014). Supply chain management in footwear industry. *Zbornik radova sa XIV međunarodnog simpozijuma SymOrg 2014* (pp. 448-454), 6-10. jun 2014, Zlatibor, ISBN 978-86-7680-255-5, (M33).
- [46] Milinović, S., Vasiljević, D., & Despotović-Zrakić, M. (2016). Stakeholder relationship management in E-business of large enterprises. *Zbornik radova sa XV međunarodnog simpozijuma SymOrg 2016*, ISBN 978-86-7680-326-2, pp.285-296 (M33).
- [47] Mitrega, M. & Pfajfar, G. (2015). Business relationship process management as company dynamic capability improving relationship portfolio. *Industrial Marketing Management*, 46, 193-203.
- [48] Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (1995). Performance measurement system desing: a literature review and research agenda. *International Journal of Operations and Production Management*, 25, 80-116.
- [49] O'Connor, K.W., Schmidt, G.B., & Drouin, M. (2016). Helping workers understand and follow social media policies. *Business Horizons*, 59, 205-211.
- [50] Palma, D., Agudo, J.E., Sanches, H., & Macias, M. (2014). An Internet of Things Example: Classrooms Access Control over Near Field Communication. *Sensors*, 14, 6998-7012.
- [51] Parida, V., Patel, P.C., Wincent, J., & Kohtamäki, M. (2016). Network partner diversity, network capability, and sales growth in small firms. *Journal of Business Research*, 69, 2113–2117.
- [52] Park, C. & Lee, H. (2014). Identification of resources and competences for value co-creation in the relationship network of high-tech B2B firm. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 15, 4191-4197.

- [53] Pereira, H.G., Salgueiro, M.F., & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. *Business Horizons*, 57, 695-702.
- [54] Pires, G.D., Stanton, J. & Rita, P. (2006). The internet, consumer empowerment and marketing strategies. *European Journal of Marketing*, 40, 936-949.
- [55] Radenković, B., Despotović-Zrakić, M., Bogdanović, Z., Barać, D., Labus, A., (2015). Elektronsko poslovanje. Fakultet organizacionih nauka Beograd.
- [56] Ramírez-Betancourt, F.D., Viteri-Moya, J.R., García-Rodríguez, E., & Carrión-Palacios, V.M. (2015). Valor óptimo de eficiencia de la gestión. *Caso proceso de Calzado, Ingeniería Industrial*, 2, 163-174.
- [57] Rauyruen, P. & Miller, K.E. (2007) Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research*, 60, 21-31.
- [58] Reijonen, H., Hirvonen, S., Nagy, G., Laukkanen, T., & Gabrielsson, M. (2015). The impact of entrepreneurial orientation on B2B branding and business growth in emerging markets. *Industrial Marketing Management*, 51, 35–46.
- [59] RGA, Stakeholder engagement (2014). Preuzeto sa: http://www.gruppohera.it/binary/hr_responsabilita_sociale/progetti_pillole/Hera_Ricerca_Stakeholder_Engagement_Gennaio_2014.1401888137.pdf
- [60] Risso, M. (2010). I servizi finanziari delle grandi imprese commerciali al dettaglio. Preuzeto sa: <http://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Symphonya/lastita/f20101/rissoita12010.pdf>
- [61] Robert, M., Moore, D., & Weber, J.A. (2001). Emerging Technologies for Enhancing Supplier-Reseller Partnerships. *Industrial Marketing Management*, 30, 101- 14.
- [62] Robertson, K.M., Hannah, D.R., & Lautsch, B.A. (2015). The secret to protecting trade secrets: How to create positive secrecy climates in organizations. *Business Horizons*, 58, 669-677.
- [63] Rubio, N., Villaseñor, N., & Oubiña, J. (2015). Consumer identification with store brands: Differences between consumers according to their brand loyalty. *BRQ Business Research Quarterly*, 18, 111-126.
- [64] Ruth, D., Brush, T.H., & Ryu, W. (2015). The use of information technology in the provision of HR compensation services and its effect on outsourcing and centralization. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 21, 25–37.
- [65] Sánchez-González, G. & Herrera, L. (2014). Effects of customer cooperation on knowledge generation activities and innovation results of firms. *BRQ Business Research Quarterly*, 17, 292-302.
- [66] Schenkeln, M., Krikke, H., Caniëls, M.C.J., & Laan, E. (2015). Creating integral value for stakeholders in closed loop supply chains. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 21, 155–166.
- [67] Shockley, J. & Fetter G. (2015). Distribution co-opetition and multi-level inventory management performance: An industry analysis and simulation. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 21, 51–63.
- [68] Siamagka, N.T., Christodoulides, G., Michaelidou, N., & Valvi, N. (2015). Determinants of social media adoption by B2B organizations. *Industrial Marketing Management*, 51, 89–99.
- [69] Sicari, S., Rizzardi, A., Miorandi, D., Cappiello, C., & Coen-Porisini, A. (2016). A secure and quality-aware prototypical architecture for the Internet of Things. *Information Systems*, 58, 43-55.
- [70] Simatupang, T.M., & Sridharan, R., (2005). An integrative framework for supply chain collaboration. *International Journal of Logistics Management*, 16(2), 257-274.
- [71] Sjoerdsma, M. & van Weele, A.J. (2015). Managing supplier relationships in a new product development context. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 21, 192–203.
- [72] Sodalitas Stakeholder Forum (2015) Dallo Stakeholder Engagement alla Multi-stakeholder Strategy. Preuzeto sa: http://www.sodalitas.it/public/allegati/Report_Ricerca_SSF_2015106182413730.pdf
- [73] Songa, X., Li, X., Tang, W., & Zhanga, W. (2016). A fusion strategy for reliable vehicle positioning utilizing RFID and in-vehicle sensors. *Information Fusion*, 31, 76-86.
- [74] Stasserra, C. Etica, sostenibilità e comunicazione nella filiera degli acquisti. Preuzeto sa: http://www.bureauveritas.it/KqxDPsKB/ATTI_iBV82_Strasserra.pdf

- [75] Stein, A.D., Smith, M.F., & Lancioni, R. (2013). The development and diffusion of customer relationship management (CRM) intelligence in business environments. *Industrial Marketing Management*, 42, 855-861.
- [76] Thibaut, J.W., Kelley, H., (1959). *The Social Psychology of Groups*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- [77] Touboullic, A., & Walker, H. (2015). Love me, love me not: A nuanced view on collaboration in sustainable supply chains. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 2, 178-191.
- [78] Tripoli, G. (2001). L'e-commerce un'opportunità per tutti. Preuzeto sa: [http://gnosis.aisi.gov.it/gnosis/Rivista33.nsf/ServNavig/33-07.pdf/\\$File/33-07.pdf?OpenElement](http://gnosis.aisi.gov.it/gnosis/Rivista33.nsf/ServNavig/33-07.pdf/$File/33-07.pdf?OpenElement)
- [79] Ugarak, J., & Cice, J. (2009). Use of RFID technology in distributive companies. Preuzeto sa: <http://www.cqm.rs/2013/cd1/pdf/40/10.pdf>
- [80] Varadarajan, R., & Yadav, M.S. (2009). Marketing Strategy in an Internet-Enabled Environment: A Retrospective on the First Ten Years of JIM and a Prospective on the Next Ten Years. *Journal of interactive Marketing*, 23, 11-22.
- [81] Velandia, D.M.S., Kaur, N., Whittow, W.G., Conway, P.P., & West, A.A. (2016). Towards industrial internet of things: Crankshaft monitoring, traceability and tracking using RFID. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 41, 66-77.
- [82] Verdouw, C.N., Wolfert, J., Beulens, A.J.M., & Rialland, A. (2016). Virtualization of food supply chains with the internet of things. *Journal of Food Engineering*, 176, 128-136.
- [83] Yew, A.W.W., Ong, S.K., & Nee, A.Y.C. (2016). Towards a griddable distributed manufacturing system with augmented reality interfaces. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 39, 43-55.
- [84] Zhang, J., Jiang, Y., Shabbir, R., & Du, M. (2015). Building industrial brand equity by leveraging firm capabilities and co-creating value with customers. *Industrial Marketing Management*, 51, 47-58.
- [85] Zhou, Y., De, S., Wang, W., & Moessner, K. (2016). Search Techniques for the Web of Things: A Taxonomy and Survey. *Sensors*, 16, 600, doi:10.3390/s16050600.
- [86] Zorilla, M., & Saiz, D.G. (2013). A service oriented architecture to provide data mining services for non-expert data miners. *Decision Support Systems*, 55, 399-411.
- [87] Wang, W.Y.C., Pauleen, D.J., & Zhang, T. (2016). How social media applications affect B2B communication and improve business performance in SMEs. *Industrial Marketing Management*, 54, 4-14.

3. Полазне хипотезе

Главна хипотеза која ће бити тестирана у раду гласи:

Развојем и применом новог пословног модела сарадње између партнера у В2В електронском пословању великих предузећа постиже се координација канала комуникације, усклађују се пословни процеси, побољшавају се односи са пословним партнерима и унапређују перформансе електронског пословања.

На основу дефинисаног предмета истраживања издвајају се следеће хипотезе:

Хипотеза 1: Квалитетним управљањем односима са пословним партнерима и применом технологија и сервиса електронског пословања повећавају се доступност, тачност и правременост информација у ланцу снабдевања великих предузећа.

Хипотеза 2: Могуће је интегрисати сервисе система за управљање односима са пословним партнерима у постојећи систем електронског пословања великих предузећа.

Хипотеза 3: Комуникација и сарадња са пословним партнерима и стејкхолдерима у великим предузећима може се унапредити развојем и применом модела и сервиса

електронског пословања, као што су мобилни сервиси, сервиси засновани на Интернету интелигентних уређаја, интерне друштвене мреже и сервиси са аналитику.

Хипотеза 4: Могуће је прилагодити пословне процесе, садржаје и сервисе електронског пословања потребама и очекивањима стејхолдера и пословних партнера.

Хипотеза 5: Применом предложеног модела велика предузећа могу да смање трошкове, да повећају ефикасност и конкурентност на тржишту, да прошире пословне могућности и да убрзају пословне процесе.

4. Научне методе истраживања

Током израде дисертације користиће се методе прикупљања и анализе постојећих научних резултата проучавањем расположиве литературе. За израду модела сарадње између пословних партнера и координације комуникационих канала у великим предузећима користиће се методе моделирања. Моделираће се и сервиси електронског пословања, дељени пословни процеси, и индикатори перформанси у B2B електронском пословању великих предузећа. Аналитичко-дедуктивне методе користиће се за анализу података о постојећим решењима електронског пословања и управљања односима са пословним партнерима, као и о техникама интеграције различитих пословних процеса. Мерење релевантних параметара и анализа добијених резултата обавиће се помоћу статистичких метода.

У експерименталном делу биће извршена евалуација развијеног пословног модела сарадње између партнера у B2B комуникацији у оквиру пословног система компаније Falc East. Добијени резултати експеримента треба да потврде генералну хипотезу о побољшању пословних резултата применом и интеграцијом система за управљање односима са пословним партнерима у B2B електронском пословању великих предузећа.

Резултати истраживања биће презентовани текстуално, описивањем, приказани кроз више табела, слика и дијаграма са упоредним резултатима. Ово истраживање се може класификовати као интердисциплинарно јер укључује научне дисциплине: електронско пословање, менаџмент и информатику.

5. Очекивани научни допринос

Значајни очекивани допринос ове дисертације је иновативни модел сарадње између пословних партнера у B2B електронском пословању великих предузећа, заснован на савременим технологијама електронског пословања. Други научни доприноси овог рада огледаће се у:

- формалном опису пословног модела сарадње између пословних партнера у B2B електронском пословању великих предузећа;
- унапређењу модела за управљање односима са пословним партнерима у великим предузећима применом Интернета интелигентних уређаја, мобилних технологија и друштвених мрежа;
- анализи могућности интеграције сервиса за управљање односима са пословним партнерима у B2B електронском пословању великих предузећа;
- развоју модела координације комуникационих канала у B2B електронском пословању великих предузећа;

- развоју модела метрика и индикатора перформанси система за управљање односима са пословним партнерима у B2B електронском пословању великих предузећа;
- развоју метода за оцену перформанси развијеног модела.

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

- анализа примене модела сарадње између партнера у B2B комуникацији у великим предузећима;
- компаративна анализа постојећих решења у области управљања односима са пословним партнерима у електронском пословању великих предузећа;
- преглед и анализа постојећих сервиса потребних за управљање односима са пословним партнерима у области електронског пословања у индустрији;
- анализа и идентификација најважнијих проблема у управљању односима са пословним партнерима у B2B електронском пословању предузећа;
- формулисање препорука за унапређење управљања односима са пословним партнерима у B2B пословању великих предузећа;
- примена постојећих и имплементација нових алата и сервиса за достављање информација пословним партнерима.

Са становишта друштвене користи резултати истраживања могу имати вишеструке импликације:

- Модел координације комуникационих канала електронског пословања великих предузећа ће помоћи у ефикаснијој комуникацији између пословних партнера;
- Резултати истраживања ће помоћи да се одреде људски, временски и материјални ресурси који су потребни како би се успешно извео процес имплементације система за управљање односима са пословним партнерима у електронском пословању великих предузећа;
- Истраживање ће помоћи предузећима у Републици Србији да унапреде сарадњу са пословним партнерима.

6. План истраживања и структура рада

У табели је приказан опис даљег истраживања, по фазама.

	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 координације комуникационих канала у електронском пословању великих предузећа.	- Претраживање стручне литературе - Претраживање комерцијалних решења - Претраживање Интернет ресурса - Студије случаја - Претраживање база података

2.	Моделирање	- Систематизација и анализа постојећих модела који се користе за управљање односима са пословним партнерима у B2B пословању великих предузећа - Моделирање процеса у систему за управљање односима са пословним партнерима - Анализа и одабир канала комуникације - Интеграција канала комуникације - Моделирање индикатора перформанси	- Анализа постојећих решења - Анализа студија случаја - Претраживање Интернет ресурса - Методе моделирања података - Методе за моделирање пословних процеса - Методе за моделирање индикатора перформанси - Cost-benefit анализа
3.	Пројектовање и развој	- Планирање - Пословна анализа - Пројектовање модела координације комуникационих канала са пословним партнерима	- Методе моделирања и пројектовања пословних процеса - Методе развоја информационих система у Интернет окружењу - Методе развоја и интеграције сервиса електронског пословања
4.	Примена модела за управљање односима са пословним партнерима у великим предузећима и анализа резултата	- Тестирање и имплементација развијеног модела - Имплементација система за управљање односима са пословним партнерима - Анализа резултата примене и корективне мере	- Методе управљања односима са пословним партнерима - Верификација и валидација - Статистичке методе - Анализа - Синтеза
5.	Закључак	- Анализа предложеног решења - Предлог будућих истраживања	- Анализа - Синтеза

ФАЗА	МЕСЕЦ									
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
1										
2										
3										
4										
5										

Оквирни садржај докторске дисертације:

1. УВОД

- 1.1 Дефинисање предмета истраживања
- 1.2 Циљеви истраживања
- 1.3 Полазне хипотезе
- 1.4 Методологија истраживања

2. ЕЛЕКТРОНСКО ПОСЛОВАЊЕ У ВЕЛИКИМ ПРЕДУЗЕЋИМА

- 2.1 Модели електронског пословања у великим предузећима
- 2.2 Канали комуникације у електронском пословању великих предузећа
- 2.3 Технолошке иновације и њихов утицај на пословање великих предузећа
- 2.4 Управљање односима са стејкхолдерима у електронском пословању великих предузећа
- 2.5 Управљање ланцима снабдевања у великим предузећима

3. ТЕХНОЛОГИЈЕ ЗА УПРАВЉАЊЕ ОДНОСИМА СА ПОСЛОВНИМ ПАРТНЕРИМА У ЕЛЕКТРОНСКОМ ПОСЛОВАЊУ ВЕЛИКИХ ПРЕДУЗЕЋА

- 3.1 Интернет технологије
- 3.2 Мобилне технологије
- 3.3 Технологије интернета интелигентних уређаја
- 3.4 Технологије друштвених мрежа
- 3.5 Технологије за напредну аналитику

4. МОДЕЛ ЗА УПРАВЉАЊЕ ОДНОСИМА СА ПОСЛОВНИМ ПАРТНЕРИМА У В2В ЕЛЕКТРОНСКОМ ПОСЛОВАЊУ ВЕЛИКИХ ПРЕДУЗЕЋА

- 4.1 Циљеви и захтеви
- 4.2 Модел за управљање односима са пословним партнерима у електронском пословању великих предузећа
- 4.3 Модел дељених пословних процеса у електронском пословању великих предузећа
- 4.4 Модел координације комуникационих канала у електронском пословању великих предузећа
- 4.5 Модел мерења перформанси управљања односима са пословним партнерима у великим предузећима

5. ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА И ПРИМЕНА РАЗВИЈЕНОГ МОДЕЛА

- 5.1 Модел електронског пословања у предузећу „Falc East“
- 5.2 Канали комуникације у електронском пословању предузећа „Falc East“
- 5.3 Технолошке иновације и њихов утицај на пословање предузећа „Falc East“
- 5.4 Анализа постигнутих резултата
- 5.5 Дискусија

6. НАУЧНИ И СТРУЧНИ ДОПРИНОСИ

7. БУДУЋА ИСТРАЖИВАЊА

8. ЗАКЉУЧАК

9. ЛИТЕРАТУРА

7. Закључак и предлог

Из изложеног се може закључити да кандидат Сузана Милиновић испуњава све услове предвиђене Законом о високом образовању за одобрење израде докторске дисертације под насловом „Управљање односима са пословним партнерима у B2B електронском пословању великих предузећа“. Сузана Милиновић поседује неопходна теоријска знања из електронског пословања, информатике и менаџмента, искуство из праксе 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 савременом електронском пословању великих предузећа.

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, ванредни професор Факултета организационих наука, Универзитета у Београду.

ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ:

др Зорица Богдановић, ванредни професор,
Факултет организационих наука, Универзитета у Београду,

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

др Радмила Јаничић, редовни професор,
Факултет организационих наука, Универзитета у Београду,

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

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

Београд, 26.09.2016.