

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
Факултет организационих наука Медицински факултет

НАСТАВНО-НАУЧНИМ ВЕЋИМА ФАКУЛТЕТА

Предмет: Подобност теме и кандидата Биљане Ђорђевић за израду докторске дисертације

На основу Правилника о заједничким докторским студијама на студијском програму Менаџмент здравственог система Комисија за преглед и одбрану приступног рада и оцену научне заснованости теме докторске дисертације **„Стратешко планирање социјалног маркетинга у програму донација репродуктивних ћелија у Србији“** кандидата **Биљане Ђорђевић**, именована је Одлуком Наставно-научног већа Факултета организационих наука у Београду 05-01 број 3/101-8 од 02.10.2025. године, као и Одлуком Наставно-научног већа Медицинског факултета у Београду Бр: 7/XII-7/8-2 од 19.01.2026. године и на основу тога подноси следећи

ИЗВЕШТАЈ

О ОЦЕНИ НАУЧНЕ ЗАСНОВАНОСТИ ТЕМЕ ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

1. Подаци о кандидату

1.1. Биографски подаци

Биљана Ђорђевић је рођена 28. октобра 1980. године у Вуковару. Завршила је основну школу Сремски Фронт 1996. године у Шиду. Након тога је уписао гимназију Сава Шумановић у Шиду. Средњу школу је завршила 2000. У октобру те године уписује Природно Математички Факултет, Универзитет у Новом Саду, Департман за Биологију и Екологију, смер Дипломирани биолог.

Дипломирала је 2008. године са просечном оценом 8,31 и оценом 10 на дипломском раду. 2008. године уписује мастер студије студијског програма Мастер академске студије биологије на Природно Математичком Факултету, Департман за Биологију и Екологију, које је завршила 2009. године са просеком 8,81 и оценом 10 на завршном раду из области инфертилитета и стекла академски назив Мастер биолог. Стручни испит је положила 10.12.2010. године и добија звање здравственог сарадника. У новембру 2020. године, на Факултету организационих наука, уписује докторске студије, студијски програм Менаџмент здравственог система. На докторским студијама је положила све испите са просечном оценом 9,82. Од 2009. године је запослен у Специјалној Гинеколошкој Болници Теофановић, као клинички ембриолог.

1.2. Приступни рад

Кандидат је пред овом Комисијом одбранио Приступни рад дана 23.03.2026. године.

1.3. Сечено научно-истраживачко искуство

У наставку ће бити приказане научно-истраживачке активности кандидата. Оне обухватају радове објављене на конференцијама и у часописима и преглед положених испита.

Током досадашњег рада Биљана Ђорђевић је учествовала на више научних и стручних скупова и конференција и објавила следеће радове.

ОБЈАВЉЕНИ РАДОВИ:

[1] Ђорђевић В. Tehnologije asistiranje reprodukcije u centrima za biomedicinski potpomognutu oplodnju u planu mreže i van plana mreže u Republici Srbiji i njihovo finansiranje. Timočki medicinski glasnik. 2021;46(1):5–12. Dostupno na: [https://tmg.org.rs/v460101.pdf\(\)](https://tmg.org.rs/v460101.pdf)

[2] Ђорђевић В, Mitrović Jovanović А, Janićić R. Praktična analiza uticaja strategija socijalnog marketinga na stavove potencijalnih donora reproduktivnih ćelija u Republici Srbiji. Vojnosanit Pregl. 2023;80(8):698–706. Dostupno na: <https://aseestant.ceon.rs/index.php/vsp/article/view/41204>

[3] Ђорђевић В, Janićić R, Matejić В. Snage i slabosti tržišta reproduktivne bioekonomije: uvidi iz pregleda literature. Srp Med Glas. 2025;6(2):177–191. Dostupno na: <https://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2737-971X2502177Q&lang=en>

[4] Ђорђевић В, Mitrović Jovanović А, Janićić R. Implementacija programa uvoza doniranih reproduktivnih ćelija u Srbiji: studija preseka. Poslato u Medicinski pregled, Novi Sad, 2025. (Unpublished)

[5] Đorđević B, Surlan L, Mitrović Jovanović A, Petrović D. Izazovi u upravljanju procesom programa doniranja reproduktivnih ćelija u Srbiji. Zdravstvena zaštita 54 (4), 2025. DOI: <https://www.doi.org/10.5937/zdravzast54-61363>

[6] Đorđević B, Barjaktarović Rakočević S, Teofanović G. Direktni troškovi lečenja pomoću reproduktivnom tehnologijom: studija iz Srbije. U: Zbornik radova sa međunarodnog simpozijuma SymOrg 2024. Zlatibor; 2024. str. 123–134. Dostupno na: <https://symorg.fon.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2024/06/Zbornik-SymOrg-2024.pdf>

Списак предмета положених на докторским студијама са оценама и ЕСПБ бодовима:

	Назив предмета	Оцена	ЕСПБ
1	Менаџмент и организација у здравству	10 (десет)	10
2	Квантитативне методе у здравственом менаџменту	10 (десет)	5
3	Стратегијски финансијски менаџмент	8 (осам)	10
4	Квалитативне методе у истраживањима менаџмента	10 (десет)	5
5	Е-здравство	10 (десет)	5
6	Медицинско право и етика	10 (десет)	5
7	Стратегије промоције здравља	10 (десет)	10
8	Основе истраживања здравствене политике	10 (десет)	10
9	Основе истраживања здравствене система	10 (десет)	10
10	Методологија научних истраживања	10 (десет)	10
11	Маркетинг и односи са јавношћу у системима здравствене заштите	10 (десет)	10
	Просечна оцена (обавезни и изборни премети)	9,82	
	Укупан број ЕСПБ	90	

1.4. Оцена подобности кандидата за рад на предложеној теми

Узимајући у обзир резултате остварене током досадашњег образовања и резултате истраживања која су публикована на научно-стручним конференцијама и у часописима, закључује се да је Биљана Ђорђевић у потпуности квалификована да тему докторске дисертације самостално истражује и пружи научно-стручне доприносе у тој области.

2. Предмет и циљ истраживања

Предмет истраживања приступног рада докторске дисертације је анализа и унапређење примене стратешког планирања социјалног маркетинга у програму донација

репродуктивних ћелија у Србији. У раду ће бити представљен теоријски оквир стратешког планирања социјалног маркетинга. Посебна пажња биће посвећена стратешком маркетинг планирању, корацима планирања, свеобухватној стратешкој анализи здравствених услуга у програму донације репродуктивних ћелија, имплементацији стратегије у правцу развоја програма и стратешкој контроли (Филиповић и Јаничић, 2022).¹ Стратешка анализа, као основа за даљу имплементацију стратегије, у циљу развоја програма донације репродуктивних ћелија у Републици Србији, биће свеобухватна са аспекта економских фактора, социјалних фактора окружења, технолошког развоја, законских регулатива и организационих аспеката пружања здравствених услуга у клиникама за репродуктивно здравље. У теоријском делу рада биће представљен оквир социјалног маркетинга у циљу друштвеног сазнајног процеса о програму донације репродуктивних ћелија у Републици Србији, у специјализованим здравственим установама. Стратешко планирање социјалног маркетинга у области нових здравствених програма и процедура захтева интердисциплинарни приступ, како би се корисницима здравствене заштите, а посебно циљним групама усмереним ка специјализованим клиникама за репродуктивно здравље, систематски објаснили сви аспекти нових здравствених приступа, при чему овај рад уводи социјални маркетинг као нов и до сада недовољно примењиван концепт у анализи и унапређењу програма донације репродуктивних ћелија.

У раду је описан програм донације репродуктивних ћелија, који је законом одобрен у Републици Србији. У здравственом систему Републике Србије примењује се програм за породице које се суочавају са проблемом добијања потомства. У јавном сектору здравственог система Републике Србије програм донације репродуктивних ћелија се примењује у центрима за БМПО. У Републици Србији програм се примењује и у приватним центрима за БМПО, специјализованим за лечење инфертилитета.

У раду ће бити дотакнуте праксе светских приступа у области лечења инфертилитета на програму донације репродуктивних ћелија. Свака од земаља, која одобрава донацију репродуктивних ћелија има своје законске регулативе, са аспекта година корисника здравствених услуга усвајања репродуктивних ћелија, брачног статуса, здравственог стања и других релевантних фактора за усвајање репродуктивних ћелија.

¹ Filipović V, Janićić R. (2022), *Strateški marketing*, FON, Beograd

У раду ће бити прецизно описани сви аспекти и регулативе у програму донације и усвајања репродуктивних ћелија у Републици Србији и у другим земљама које су релеватне за поређење. Код здравственог програма донације репродуктивних ћелија неопходно је сагледати све етичке аспекте здравствених процедура. У раду ће бити представљени економски и организациони аспекти који обликују ефикасност и одрживост здравственог система у репродуктивној здравственој заштити. У стратешкој анализи биће обухваћени клинички, економски и организациони аспекти, са циљем сагледавања потенцијала за унапређење постојећег система донације репродуктивних ћелија, кроз активирање домаћих донора репродуктивних ћелија и смањење ослањања на увоз из иностраних банака.

За унапређење система значајна је примена стратешког приступа, анализе, стратегије имплементације и контроле, у циљу развоја здравствених услуга. Постоје различите врсте циљева, стратегија и тактика за имплементацију социјалног маркетинга која се могу применити да би се повећао број корисника услуга и донора репродуктивних ћелија, побољшала здравствена услуга и искуство пацијената и донора у процесу БМПО као и побољшала едукација и комуникација према свим заинтересованим актерима.

Почетна листа библиографских извора који ће се користити током израде докторске дисертације:

1. Baines P, Fill C, Rosengren S. Marketing. Oxford University Press; 2017.
2. Bjelica, A., & Nikolić, S. (2015). Development and achievements of assisted reproductive technology. *Medicinski pregled*, 68(9-10), 353-357.
3. Blyth, E., & Landau, R. (2004). *Third party assisted conception across cultures: social, legal and ethical perspectives*. Jessica Kingsley Publishers.
4. Božić V. Objectifying SWOT and PESTLE analysis in hospital [Internet]. 2023 [cited 2025 Nov 18]. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/372166219>

5. Borini A, Suriano R, Barberi M, Dal Prato L, Bulletti C. Oocyte donation programs: strategy for improving results. *Ann N Y Acad Sci.* 2011 Mar;1221:27-31. doi: 10.1111/j.1749-6632.2010.05934.x. PMID: 21401626.
6. Bokek-Cohen, Y. (2023). Marketing of donor eggs by offering possibilities for imaginary actualization of recipients' ideal self. *Journal of Consumer Culture*, 23(4), 868-902. <https://doi.org/10.1177/14695405221149103>
7. Broughton DE, Schelble A, Cipolla K, Cho M, Franasiak J, Omurtag KR. Social media in the REI clinic: what do patients want? *J Assist Reprod Genet.* 2018 Jul;35(7):1259-1263. doi: 10.1007/s10815-018-1189-2. Epub 2018 May 15. PMID: 29766400; PMCID: PMC6063835.
8. Lefebvre RC (2011), "An integrative model for social marketing". *Journal of Social Marketing*, Vol. 1 No. 1 pp. 54–72, doi: <https://doi.org/10.1108/20426761111104437>
9. Chiware TM, Vermeulen N, Blondeel K, Farquharson R, Kiarie J, Lundin K, Matsaseng TC, Ombelet W, Toskin I. IVF and other ART in low- and middle-income countries: a systematic landscape analysis. *Hum Reprod Update.* 2021 Feb 19;27(2):213-228. doi: 10.1093/humupd/dmaa047. PMID: 33238297; PMCID: PMC7903111.
10. Catana S, Toma SG. Marketing mix in healthcare services. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series.* 2021 Jan 1;21(1):485-9
11. Commission Directive 2006/86/EC of 24 October 2006 implementing Directive 2004/23/EC of the European Parliament and of the Council as regards traceability requirements, notification of serious adverse reactions and events and certain technical requirements for the coding, processing, preservation, storage and distribution of human tissues and cells [Internet]. Official Journal of the European Union L 294:32-50. 2006-10-25 [pristupljeno 11.11.2025]. Available from: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2006/86/oj> (eur-lex.europa.eu)
12. Carpenter, H., Campo-Engelstein, L. Egg donation advertisements: addressing the regulatory gap. *J Assist Reprod Genet* 42, 405–412 (2025). <https://doi.org/10.1007/s10815-025-03401-z>
13. Catherine Coveney, Nicky Hudson, Sara Lafuente- Funes, Lara Jacxsens, Veerle Provoost, (2022). From scarcity to sisterhood: The framing of egg donation on fertility

- clinic websites in the UK, Belgium and Spain, *Social Science & Medicine*, 296, <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.114785>.
14. Deng, Z., Tang, Z., Tan, Y. *et al.* Exploring effective human egg donation policies: global laws and experiences. *Humanit Soc Sci Commun* 12, 1404 (2025). <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05755-2>
 15. Deng et al., 2025; Hanry et al., 2025; ESHRE Working Group on Reproductive Donation, Kirkman-Brown J et al., 2022; ESHRE position paper on gamete donor compensation. 2024
 16. Dias, I. B. R. B. (2020). *Governance of Gamete Donation: Insights for Ethically Sustainable Policies and Guidelines*(Doctoral dissertation, Universidade do Porto (Portugal)).
 17. Đorđević B. Tehnologije asistiranje reprodukcije u centrima za biomedicinski potpomognutu oplodnju u planu mreže i van plana mreže u Republici Srbiji i njihovo finansiranje. *Timočki medicinski glasnik*. 2021;46(1):5–10. Available from: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0350-2899/2021/0350-28992101005Q.pdf>
 18. Đorđević B, Mitrović-Jovanović A, Janićić R. Practical analysis of the impact of social marketing strategies on attitudes of potential reproductive cell donors in the Republic of Serbia. *Mil Med Rev*. 2023;80(8):698-706.
 19. Đorđević B, Janićić R, Matejić B. Strengths and weaknesses of the reproductive bioeconomy market: Insights from the literature review. *Srpski medicinski časopis Lekarske komore*. 2025;6(2):177–191. doi: 10.5937/smclk6-54337.
 20. Đorđević B, Barjaktarović Rakočević S, Teofanović G. Direct costs of reproductive assisted technology treatment: a study from Serbia. *SymOrg*. 2024.
 21. ESHRE Working Group on Reproductive Donation, Kirkman-Brown, J., Calhaz-Jorge, C., Dancet, E. A., Lundin, K., Martins, M., ... & Frith, L. (2022). Good practice recommendations for information provision for those involved in reproductive donation. *Human Reproduction Open*, 2022(1), hoac001.
 22. European Directorate for the Quality of Medicines & HealthCare (EDQM). Guide to the quality and safety of tissues and cells for human application. 5th ed. Strasbourg: Council of Europe; 2022. Available from: <https://www.edqm.eu>

23. Eagle L, Dahl S, Hill S, Bird S, Spotswood F, Tapp A. Social Marketing. Pearson Education Limited; 2013.
24. Ekiyor A, Altan F. Marketing communication. In: Promotion and marketing communications. 2020;2:173.
25. European Parliament and Council. (2001). Directive 2001/83/EC of the European Parliament and of the Council of 6 November 2001 on the Community code relating to medicinal products for human use. Official Journal of the European Communities, L 311,67128.
<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32001L0083>
26. ESHRE Working Group on Reproductive Donation, Kirkman-Brown J, Calhaz-Jorge C, Dancet EA, Lundin K, Martins M, Tilleman K, Thorn P, Vermeulen N, Frith L. Good practice recommendations for information provision for those involved in reproductive donation. Human Reproduction Open. 2022 Jan 1;2022(1):hoac001.
27. European Society of Human Reproduction and Embryology. ESHRE position paper on gamete donor compensation. 2024. Dostupno na: https://www.eshre.eu/-/media/sitecore-files/Position-statements/ESHRE_EU_PositionPaper_gamete-donor-conception-2910.pdf
28. Foss KA. Communicating through health campaigns and entertainment-education. In: Storied health and illness: Communicating personal, cultural & political complexities. 2017. p. 273–304.
29. Filipović, V., Jančić R. (2022), Strateški marketing, FON, Beograd
30. Filipović, V., Kostić Stanković M. (2009), Marketing Menadžment, FON, Beograd
31. Gilligan C, Lowe R. Marketing and healthcare organizations. CRC Press; 2018 Apr 19.
32. Ginter PM, Duncan WJ, Swayne LE. The strategic management of health care organizations. JOHN WILEY & SONS; 2018 Feb 5.
33. Hasting G, Domen C. Social marketing: principles and practice for delivering global change. London: Routledge; 2023. April 20
34. Henry L, Antsaklis A, Feldberg D, Malhotra J, Pandit S, Salazar C, Vidaeff A, Zadykiewicz R, Hull ML, Purandare N, FIGO Committee on the Ethical Aspects of Human Reproduction and Women's Health and the FIGO Committee on Reproductive

- Medicine, Endocrinology, and Infertility. FIGO position statement: Gamete donations. International Journal of Gynecology & Obstetrics. 2025 May 15
35. Harrison, C., Gameiro, S., & Boivin, J. (2021). Patient willingness, preferences and decision-making about planning for three complete cycles of IVF/ICSI treatment. *Human Reproduction*, 36(5), 1339-1352. Schwartz-DuPre, R. L., & Sowards, S. K. (2023). Relocating Reproductive Justice in Donor Sperm and Egg Capitalism. *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*, 24(1), 15-23. <https://doi.org/10.1177/15327086231217247> (Original work published 2024)
 36. Kotler P, Armstrong GM. Marketing Mix: Selected Chapters From: Principles of Marketing, Philip Kotler and Gary Armstrong. Pearson; 2018.
 37. Koelen MA, Van den Ban AW. Health education and health promotion. Brill; 2023 Sep 4.
 38. Kool, E. M., Bos, A. M. E., Van Der Graaf, R., Fauser, B. C., & Bredenoord, A. L. (2018). Ethics of oocyte banking for third-party assisted reproduction: a systematic review. *Human Reproduction Update*, 24(5), 615-635.
 39. Kostić-Stanković Milica, Štavljanin Velimir i Krstić Jelena (2024) *Marketinška komunikacija: tradicionalna i digitalna perspektiva*. Fakultet organizacionih nauka, Beograd. ISBN 978-86-7680-475-7
 40. Kostić-Stanković, M., Filipović, V., & Štavljanin, V. (2024). Marketing. Fakultet organizacionih nauka.
 41. Kavle, J., Eber, M., & Lundgren, R. (2012). The Potential for Social Marketing a Knowledge-Based Family Planning Method. *Social Marketing Quarterly*, 18(2), 152-166. <https://doi.org/10.1177/1524500412450486>
 42. Keehn J, Howell E, Sauer MV, Klitzman R. How Agencies Market Egg Donation on the Internet: A Qualitative Study. *Journal of Law, Medicine & Ethics*. 2015;43(3):610-618. doi:10.1111/jlme.12303
 43. Kang J, Kim J. Development of the RACI model for processes. *Sustainability*. 2021;13(4):1806.
 44. Lotfi, Farhad, Lotfi, Amin, Lotfi, Matin, Bjelica, Artur, Bogdanović, Zorica "Enhancing smart healthcare with female students' stress and anxiety detection using machine learning" *Psychology, Health & Medicine* 30.7(2025)

45. Lensen, S., Hammarberg, K., Polyakov, A., Wilkinson, J., Whyte, S., Peate, M., & Hickey, M. (2021). How common is add-on use and how do patients decide whether to use them? A national survey of IVF patients. *Human Reproduction*, 36(7), 1854-1861, <https://doi.org/10.1093/humrep/deab098>
46. Moura A, Silva S, de Freitas C, Abreu L, Baía I, Samorinha C. Concerns with educating the public about donating and receiving gametes. *Eur J Contracept Reprod Health Care*. 2019 Dec;24(6):420-421. doi: 10.1080/13625187.2019.1662392. Epub 2019 Sep 16. PMID: 31524002.
47. McKenzie, J. F., Neiger, B. L., & Thackeray, R. (2013). Planning, Implementing and Evaluating Health Promotion Programs (6th ed.). Toronto: Pearson.
48. Mendez Medina, A. A., & Marwa, W. (2025). Effectiveness of social marketing in preventing unwanted pregnancies in low-income countries: A review of evidence. *Social Marketing Quarterly*, 31(3), 220-236. <https://doi.org/10.1177/15245004251347328>
49. Meekers, D., Rahaim, S. The importance of socio-economic context for social marketing models for improving reproductive health: Evidence from 555 years of program experience. *BMC Public Health* 5, 10 (2005). <https://doi.org/10.1186/1471-2458-5-10>
50. Pravilnik o bližim uslovima i načinu podnošenja zahteva za obavljanje biomedicinski potpomognute oplodnje, kao i uslove u pogledu kadra, prostora i opreme. „Službeni glasnik Republike Srbije“, br. 27/2019 [Internet]. Beograd: Pravni informacioni sistem Republike Srbije; [pristupljeno 10.11.2025]. Dostupno sa: https://demo.paragraf.rs/demo/combined/Old/t/t2019_04/t04_0261.htm
51. Pravilnik o bližim uslovima i načinu obavljanja uvoza i izvoza ljudskih ćelija i tkiva. Službeni glasnik Republike Srbije, br. 63/2019 [Internet]. Beograd: Pravni informacioni sistem Republike Srbije; [pristupljeno 10.11.2025]. Dostupno sa: <https://pravno-informacioni-sistem.rs/eli/rep/sgrs/ministarstva/pravilnik/2019/63/11> (pravno-informacioni-sistem.rs)
52. Pop L, Stenczel N, Purcarea V, Gheorghe I, Tribus L, Oniga G. The application of social marketing principles in health care campaigns. *Rom J Mil Med*. 2021;124(3):328-333.

53. Pasquier M, Villeneuve JP. Marketing management and communications in the public sector. London: Taylor & Francis; 2017 BC 274.
54. Patrizio, P., Albertini, D.F., Gleicher, N. *et al.* The changing world of IVF: the pros and cons of new business models offering assisted reproductive technologies. *J Assist Reprod Genet* **39**, 305–313 (2022). <https://doi.org/10.1007/s10815-022-02399-y>
55. Prabandani D.A, Winarni, S, Septo P. A, (2023) Scope Review: Marketing Strategy of In Vitro Fertilization (Ivf), *Journal of Social Research*, 2(12), 4219-4226
56. Rašević, M., & Sedlecky, K. (2022). Infertility and assisted reproductive technologies in Serbia. *Stanovništvo*, 60(1), 19-36.
57. Rizal, Muhammad et al. “The Impacts of Electronic Word of Mouth on the Intention of Patients to Join “In Vitro Fertilization” Program.” *Environmental, Social, and Governance Perspectives on Economic Development in Asia* (2021): n. pag.
58. Schurr C. The baby business booms: Economic geographies of assisted reproduction. *Geography Compass*. 2018; 12:e12395. <https://doi.org/10.1111/gec3.12395>
59. Suharyati Shafiyyah, Tantri Yanuar Rahmat Syah, Rhian Indradewa, Ratna Indrawati Lestariani, (2021). Implementation of the Marketing Mix Clinic Fertility (IVF) Strategy with the Assurance System in the Kamala Clinic, *Journal of Multidisciplinary Academic*, 5(1), 55-60.
60. Tulay P, Atilan O. Oocyte donors’ awareness on donation procedure and risks: A call for developing guidelines for health tourism in oocyte donation programmes. *J Turk Ger Gynecol Assoc*. 2019 Nov 28;20(4):236-242. doi: 10.4274/jtgga.galenos.2018.2018.0110.
61. Vukmirović, J., Vukmirović, D., Marketing istraživanje, FON Beograd, 2022
62. Van de Wiel L, Wilkinson J, Athanasiou P, Harper J. The prevalence, promotion and pricing of three IVF add-ons on fertility clinic websites. *Reprod Biomed Online*. 2020 Nov;41(5):801-806. doi: 10.1016/j.rbmo.2020.07.021. Epub 2020 Jul 27. PMID: 32888824; PMCID: PMC7645731.
63. Van Rossem R, Meekers D. The reach and impact of social marketing and reproductive health communication campaigns in Zambia. *BMC Public Health*. 2007 Dec 18;7:352. doi: 10.1186/1471-2458-7-352. PMID: 18088437; PMCID: PMC2245935.

64. Zakon o zdravstvenoj zaštiti. „Službeni glasnik Republike Srbije“, br. 25/2019 [Internet]. Beograd: Paragraf Lex; [pristupljeno 10.11.2025]. Dostupno sa: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zdravstvenoj_zastiti.html
65. Zakon o biomedicinski potpomognutoj oplodnji. Službeni glasnik Republike Srbije, br. 40/2017 i 113/2017 [Internet]. Beograd: Paragraf Lex; [pristupljeno 10.11.2025]. Dostupno sa: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_biomedicinski_potpomognutoj_oplodnji.html
66. Zakon o ljudskim ćelijama i tkivima. „Službeni glasnik Republike Srbije“, br. 57/2018 [Internet]. Beograd: Pravni informacioni sistem Republike Srbije; [pristupljeno 10.11.2025]. Dostupno sa: <https://pravno-informacioni-sistem.rs/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2018/57/1/reg>
67. White, L. A. (2018). Social Marketing in the Caribbean: Philosophy, Programs, Projects, and Pedagogy. *Social Marketing Quarterly*, 24(1), 35-44. <https://doi.org/10.1177/1524500417752311> (Original work published 2018)
68. Yu, S., Ghosh, M., & Viswanathan, M. (2022). Money-Back Guarantees and Service Quality: The Marketing of In Vitro Fertilization Services. *Journal of Marketing Research*, 59(3), 659-673. <https://doi.org/10.1177/00222437211060733>

3. Полазне хипотезе

Главна хипотеза која ће се доказивати у докторској дисертацији гласи:

Стратешко планирање социјалног маркетинга омогућава идентификацију фактора и услова који могу допринети унапређењу здравствених услуга у области репродуктивног здравља и пружању подршке програму донација репродуктивних ћелија у Републици Србији.

Поред опште, могу се дефинисати и посебне хипотезе:

Посебна хипотеза 1: Виши ниво информисаности потенцијалних донора репродуктивних ћелија у Србији повезан је са формирањем позитивнијих ставова према учешћу у програму донације.

Посебна хипотеза 2: Организационе и административне процедуре, укључујући јасну дефиницију улога институција и кључних актера (RACI матрица), као и идентификацију снага и слабости кроз SWOT анализу, значајно утичу на ефикасност програма донације репродуктивних ћелија у Србији.

Посебна хипотеза 3: Постоји значајна повезаност између развоја биотехнолошких иновација и одрживости тржишта репродуктивне биоeкономије, при чему се позитивни ефекти технолошког напретка могу остварити само у условима ефикасне регулативе и етичке контроле.

Посебна хипотеза 4: Старосна структура пацијенткиња утиче на економску исплативост програма вантелесне оплодње, при чему лечење жена старијих од 42 године доводи до знатно већих трошкова по рођеном детету у односу на млађе старосне групе, што указује на потребу за раним упућивањем на програм донаторства јајних ћелија.

Посебна хипотеза 5: Тип центра (јавни/приватни), број поднетих захтева и број физички увезених комплета статистички значајно утичу на исход трудноћа у процедурама донације репродуктивног материјала у Србији.

4. Научне методе истраживања

- **Методе анализе** - полазе од тога да се из свеобухватне слике извуку неке битне чињенице или садржатељи, као и да се анализирају односи међу најважнијим елементима. Елементи холистичког система су међусобно различити, чак и супротни. Сазнавањем односа међу елементима долази се и до сазнања како функционише целина. Разликујемо неколико врста метода анализе, међу којима се истичу структурална, функционална, компаративна и генетичка анализа. У истраживању систем представља систем здравствених установа специјализованих за лечење инфертилитета.

- **Структурална анализа.** Ова анализа помаже да се сагледају општи фактори и везе међу њима. У случају овог истраживања о стратешком планирању социјалног маркетинга у програму донације репродуктивних ћелија, фактори који ће се проучавати су: развијеност стратешког планирања социјалног маркетинга међу системом специјализованих здравствених установа, свест о значају социјалног маркетинга и стратешког планирања, знања и способности запослених у систему здравствених установа о важности стратешког планирања и корака социјалног маркетинга, ниво потражње услуга, етичке дилеме, психолошка двоумљења, одбијање прихватања или прихватање.
- **Методe синтезе** - насупрот анализи повезује поједине елементе у прожимајућу целину. Синтеза представља продужено деловање анализе. Анализа и синтеза слично индукцији и дедукцији су испреплетане и налазе се у директном односу. Долазимо до нових сазнања сложених целина преко њихових појединачних делова, њиховим међусобним деловањем и повезивањем. Проучавањем појединачних делова социјалног маркетинга и његовим стањем у области лечења инфертилитета, долази се до различитих сазнања о међудејству различитих чинилаца, на који начин утичу варијабле једна на другу, како би се представила права слика о стању у програму донације репродуктивних ћелија, а самим тим и мерама о унапређењу услуга и о бољем информисању и едукацији друштва, уз разумевање неприхватања.
- **Метода дедукције и индукције.** Индукцији и дедукцији је посвећено доста пажње кроз развој филозофије и науке вековима, захваљујући различитим мислиоцима и великанима свога доба, као што су нпр. Аристотел, Рене Декарт, Френсис Бекон. У питању су логичке мисаоне методе које објашњавају на који начин се изводе закључци из датих премиса. Индуктивна метода се као поступак логичког закључивања испољава кроз мисаону активност којом се појединачне и посебне чињенице повезују и разврставају у опште судове. Овај процес генерализације тече од чињеница према теорији, као крајњем циљу индукције. Индукција се обично везује за квалитативни стил истраживања. Дедукција, са друге стране, полази од општих ставова изводећи појединачне, издвојене судове. Овај мисаони процес тече од теорија, које су по општости најапстрактније, до предвиђања, која се означавају као претпоставке, односно хипотезе. У овом истраживању верификоваће се дате хипотезе истраживања или оповргнути, уз помоћ мисаоних судова до којих се долази,

након што се утврде чињнице, након спроведеног истраживања и након повезивања истих са теоријама о стратешком планирању социјалног маркетинга у програму донације репродуктивних ћелија.

- **Дескриптивна метода** - представља поступак истраживања са тежиштем на опису процеса и појава за проширење сазнања. Уз помоћ дескриптивне методе биће урађено теоријско истраживање, анализом документације стратегија, правилника, закона о донацији репродуктивних ћелија, пре и после садржаја социјалног маркетинга.
- **Компаративна анализа.** Ова анализа представља сложен сазнајни процес, а односи се на упоређивање структурних и функционалних карактеристика два или више предмета, појава или процеса. Уз помоћ ове методе, биће изложени резултати истраживања, који ће се потом везати у целину и добити одговор на кључна питања истраживања која су постављена овом докторском дисертацијом.

За потребе истраживања коришћени су комбиновани квантитативни и квалитативни приступи, примењени у релевантним претходним радовима. У првом раду прикупљени су подаци путем електронског упитника дизајнираног у Гоогле Формс-у, који је обухватао социодемографске карактеристике испитаника, мотивацију за донирање и ставове о доступним понудама у програму донације репродуктивног материјала. Анкета је спроведена међу 201 испитаником старости 20–34 године, а подаци су анализирани дескриптивном статистиком (фреквенције, проценти, интервали поверења 95%) и инференцијалном статистиком (хи-квадрат тест, *Fišerov egzaktni test*) у SPSS 21.0. Интерна конзистентност упитника процењена је коришћењем *Kronbahovog alfa* коефицијента.

У другом раду примењена је RACI матрица за мапирање улога и одговорности институција укључених у процес донације репродуктивног материјала у Србији, што је омогућило идентификацију кључних активности, преклопе у одговорностима и потенцијалних уских грла. Додатно, спроведен је упитник међу центрима за вантелесну оплодњу ради прикупљања повратних информација о процесима наручивања, одобрења, увоза и пријема репродуктивног материјала. Подаци су табеларно обрађени у Microsoft Excel-у, приказани апсолутним бројевима и процентима, а интерна конзистентност процењена *Kronbahovim*

alfa коефицијентом. На основу ових метода, развијена је SWOT анализа процеса и институционалног оквира.

У трећем раду коришћена је систематска анализа литературе са циљем идентификације фактора релевантних за развој репродуктивне биоекономије. Претрага је спроведена у периоду јануар–април 2024. године користећи базе података Google Scholar, PubMed, Springer i Elsevier, са јасно дефинисаним кључним речима повезаним са SWOT анализом, донацијом репродуктивних ћелија, биотехнологијом и међународном репродуктивном негом. Укључени су чланци објављени од 2017. године, док су публикације које нису пружале релевантне податке за SWOT анализу искључене. Примењен је PRISMA приступ за селекцију релевантних радова, што је резултовало одабиром 42 чланка за даљу анализу. За обраду података примењена је квалитативна SWOT анализа, која је омогућила категоризацију фактора као покретача раста и изазова унутар репродуктивне биоекономије. Први аутор је анализирао, синтезирао и распоредио податке у SWOT таблице, док су други и трећи аутори вршили умерен преглед и унакрсну проверу, чиме је осигурана поузданост и валидност анализе.

У четвртом раду подаци су прикупљени из приватних клиника и извора државног осигурања за период од 1. јула 2022. до 31. јула 2023. године, како би се израчунали директни трошкови АРТ третмана по циклусу и по живорођењу у различитим старосним категоријама. Категоријалне варијабле изражене су апсолутним и релативним бројевима (%), док су нумеричке варијабле представљене просеком и стандардном девијацијом или медијаном и интерквartilним распоном, у зависности од дистрибуције података. Нормалност дистрибуције је процењена Shapiro-Wilk тестом. Просечни трошкови по циклусу и по живорођењу израчунати су дељењем укупних трошкова АРТ третмана са бројем започетих циклуса или бројем живорођених по старосним категоријама. Анализа података је спроведена у програму SPSS 21, уз ниво статистичке значајности постављен на $p < 0,05$.

У петом раду студија је спроведена као анализа пресека тренутног стања увоза донираних репродуктивних ћелија у Србији за период од децембра 2022. до 2024. године, укључујући податке из 7 државних и 16 приватних клиника. Подаци су прикупљени из јавно доступних и професионално презентованих извора под покровитељством Министарства здравља, без

идентификације појединачних пацијената. Дескриптивна статистика обухватала је медијан, перцентиле, апсолутне и релативне бројеве. За идентификацију статистички значајних разлика коришћени су Mann-Whitney тест за континуалне податке и Spermanov коефицијент корелације за испитивање повезаности варијабли, док је униваријантна логистичка регресија примењена за истраживање фактора повезаних са успешним трудноћама. Анализа података је спроведена у СПСС 26, уз ниво статистичке значајности $p < 0,05$. Резултати ће бити приказани у таблицама и графичким приказима у оквиру дисертације

5. Очекивани научни допринос

Најзначајнији допринос овог рада огледаће се у систематском приказу потенцијала Републике Србије за регрутацију донора репродуктивних ћелија. Анализом институција и њихових улога, рад показује да постојећи регулаторни оквир функционише ефикасно, уз минималне изазове које је могуће решити кроз будуће унапређење процеса. Истраживање ставова потенцијалних донора пружа увид у спремност популације за укључивање у програм, што представља практичне смернице за примену социјалног маркетинга у сврху повећања броја домаћих донора.

Поред тога, рад ће имати и аналитички, биотехнолошки и теоријски допринос:

- **Аналитички допринос** – детаљна обрада и приказ клиничког искуства са увезеним сетовима ћелија, укључујући податке о количини, успеху и преваленцији, омогућава прецизнији увид у ефикасност програма и идентификацију изазова у пракси.
- **Биотехнолошки допринос** – преглед и анализа савремених биотехнолошких метода у оквиру донаторског програма, укључујући биомедицинско инжењерство, криобиологију и функционалност криобанки, са освртом на њихове предности и ограничења у српском контексту.
- **Теоријски допринос** – рад пружа важне налазе из литературе о могућностима социјалног маркетинга да повећа свест јавности, смањи стигматизацију донатора и унапреди регрутацију домаћих донора, чиме се доприноси разумевању и развоју стратегија у области репродуктивне медицине.

Допринос докторске дисертације представљаће испитивање удела стратешког планирања социјалног маркетинга у програму донације репродуктивних ћелија у стручној јавности.

Интересовање овог истраживања представља одговор на питање да ли се стратешко планирање социјалног маркетинга спроводи и у којој мери у оквиру овог програма. С обзиром да је социјални маркетинг кључан и неопходан у сазнајном процесу о донацији репродуктивних ћелија и адопцији у циљу лечење инфертилитета, потребно је истражити колико је то случај у тренутној пракси у Републици Србији.

Допринос докторске дисертације садржаће испитивање нивоа обуке и знања код запослених у здравственим установама о социјалним садржајима у програму донације ћелија. Наиме, изузетно је важно да здравствене установе покрећу садржаје о донацији репродуктивних ћелија, што је дефинисано и Законом Републике Србије, а предмет ове групе циљева јесте да истражи колико су заправо у пракси обучени запослени и да ли поседују неопходна знања о социјалном маркетингу. Ови подаци ће бити прикупљени путем специјално направљеног упитника. Ова дисертација има важне научне и стручне доприносе.

Научни допринос:

Унапређење постојеће литературе из:

- Стратешког планирања програма донација у здравству са освртом на доноре и пацијенте
- Социјалних маркетинг стратегија за БМПО процедуре
- Тржишта репродуктивне биоекономије

Стратешког концепта дигиталне маркетинг комуникације Етика и друштвена одговорност у БМПО процесима

Стручни допринос:

- Побољшање регулаторног и институционалног оквира за БМПО процедуре на националном нивоу
- Креирање партнерских мрежа свих актера
- Едукација потенцијалних донора и корисника услуга и разбијање етичких дилема
- Увид приватних и државних клиника како се може унапредити њихов рад ка пацијентима и донорима у програмима донације репродуктивних ћелије
- Унапређење финансирања програма донирања

6. План истраживања и структура рада

У следећој табели приказане су кључне фазе и задаци даљег истраживања током израде докторске дисертације.

Фаза	Задатак	Методе, технике, стандарди	Извори
1. Анализа постојећег стања и досадашњих резултата	Анализа ИВФ програма и донације репродуктивних ћелија у Србији; преглед законског и институционалног оквира; анализа података о увозу и спроведеним процедурама	Анализа стручне и научне литературе; анализа секундарних података; преглед закона и подзаконских аката; статистичка анализа података о увозу	Литература, закони, базе података, институционални извештаји
2. Предлог модела социјалног маркетинга	Систематизација досадашњих сазнања и анализа страних искустава; предлог основног модела маркетинга у циљу подизања свести и смањења стигматизације	Анализа литературе, компаративна анализа страних пракси, моделовање	Стручна и научна литература, извештаји међународних институција
3. Истраживање ставова потенцијалних донатора	Дизајн и спровођење анкете; анализа ставова, мотивације и спремности потенцијалних донатора	Метод анкетног истраживања, статистичка анализа	Примарни подаци из анкете, литература
4. SWOT анализа и препоруке за стратегије	Анализа снага, слабости, могућности и претњи донорског програма у Србији	SWOT методологија, компаративна анализа	Налази истраживања, литература, институционални подаци

5. Препоруке за унапређење програма	Формулисање препорука на основу истраживања и страних примера; могућности примене у српском контексту	Анализа литературе, синтеза налаза, компаративна методологија	Налази истраживања, литература о донацијама крви, органа, ткива
6. Закључак	Синтеза налаза, наглашавање доприноса и предлог праваца будућих истраживања	Анализа и синтеза	Целокупан истраживачки рад, литература

Оквирно и структурно докторску дисертацију сачињавала би следећа поглавља:

1. Увод
 - 1.1.Предмет и циљ истраживања
 - 1.2.Полазне хипотезе
 - 1.3.Структура докторске дисертације
2. Вантелесна оплодња
 - 2.1.Биомедицински потпомогнуто оплођење
 - 2.2.Пракса биомедицински потпомогнутог оплођења са донираним репродуктивним ћелијама
3. Стратешко планирање маркетинга
 - 3.1.Стратешки маркетинг у здравственим установама
 - 3.2.Стратешка анализа
 - 3.3.Стратешка имплементација
 - 3.4.Стратешка контрола
4. Социјални маркетинг
 - 4.1.Теоријске основе социјалног маркетинга и социјалног маркетинга у здравственим организацијама
 - 4.2.Методе социјалног маркетинга
 - 4.3.Садржај социјалног маркетинга у здравственим установама
 - 4.4.Систематски преглед литературе о стратегијама промоција донација репродуктивних ћелија
5. Стратешко планирање социјалног маркетинга у програму донација репродуктивних ћелија
 - 5.1.Ставови потенцијалних донора
 - 5.2.Анализа институционалног и регулаторног оквира донација репродуктивних ћелија
 - 5.3.Снаге и слабости тржишта репродуктивне биоекономије- SWOT приступ
 - 5.4.Економски изазови у области БМПО

- 5.5.Импликације емпиријских налаза за стратешко планирање социјалног маркетинга
- 6. Програм донације репродуктивних ћелија
 - 6.1.Врсте здравствених услуга
 - 6.2.Значај садржаја социјалног маркетинга у програму донирања
- 7. Теоријски и хипотетички оквир истраживања
 - 7.1.Основни циљев истраживања
 - 7.2.Посебни циљеви истраживања
 - 7.3.Сврха истраживања
 - 7.4.Истраживачки задаци
- 8. Методологија и инструменти истраживања
 - 8.1.Узорак
 - 8.2.Инструменти и упитници
- 9. Научни и стручни допринос
- 10. Закључци и препоруке
- 11. Литература

7. Закључак и предлог

Из изложеног се може закључити да кандидат Биљана Ђорђевић испуњава све услове предвиђене Законом о високом образовању за одобрење израде докторске дисертације под насловом **„Стратешко планирање социјалног маркетинга у програму донација репродуктивних ћелија у Србији“**

Биљана Ђорђевић поседује високо специјализована знања из области репродуктивне медицине и клиничке ембриологије, потврђена дугогодишњим професионалним искуством и међународном лиценцом **ESHRE Senior Clinical Embryologist** издатом од стране European Society of Human Reproduction and Embryology. Њена стручност обухвата напредне лабораторијске процедуре у асистираној репродукцији, разумевање комплексних биотехнолошких процеса, као и примену савремених стандарда квалитета и безбедности у раду са репродуктивним ћелијама.

Поред клиничко-лабораторијске експертизе, кандидаткиња поседује значајно знање у разумевању регулаторних оквира који уређују донацију репродуктивних ћелија на националном и међународном нивоу, економских аспеката здравствене заштите, као и управљање процесима у оквиру донаторских програма репродуктивних ћелија. Њено искуство са различитим актерима система- укључујући здравствене установе, регулаторна тела и међународне банке репродуктивних ћелија- омогућава свеобухватно сагледавање изазова и могућности развоја у Србији.

На основу свега наведеног, Комисија предлаже Наставно-научном која је у Србији недовољно развијена, већу да прихвати предложену тему и одобри израду докторске дисертације.

За менторе докторске дисертације предлажу се др Радмила Јаничић, редовни професор Факултета организационих наука, Универзитета у Београду и др Ана Митровић-Јовановић, редовни професор Медицинског факултета, Универзитета у Београду.

КОМИСИЈА :

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

др Милица Костић-Станковић, редовни професор Факултета
организационих наука Универзитета у Београду

др Јованка Вукмировић, редовни професор Факултета
организационих наука Универзитета у Београду

др Ана Митровић-Јовановић, редовни професор Медицинског
факултета Универзитета у Београду

др Артур Бјелица, редовни професор Медицинског
факултета Универзитета у Београду

Београд, 23.03.2026. године