

УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ  
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
Број: 1650/V/1-1)  
Датум: 27.06.2012. год.  
Крагујевац

Наставно-научно веће Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, на основу чл. 45. Статута Факултета, на предлог Комисије за мастер и докторске студије и Катедри, на седници одржаној 27.06.2012. године, донело је

### О Д Л У К У

I - Усваја се Извештај Комисије за писање извештаја о оцени докторске дисертације, под насловом: "Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију", кандидата мр Милоша Јовановића.

II - Образује се Комисија за одбрану докторске дисертације, у следећем саставу:

1. Др Момчило Ђорђевић, ред. проф. Економског факултета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословна економија;
2. Др Бранко Ракита, ред. проф. Економског факултета Универзитета у Београду, ужа научна област Пословна економија и менаџмент; и
3. Др Радослав Сенић, ред. проф. Економског факултета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословна економија, у пензији.

### Образложење

Дана 12.03.2010. године на Економском факултету у Крагујевцу мр Милош Јовановић пријавио је тему докторске дисертације, под насловом: "Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију".

Наставно-научно веће Факултета је, на седници одржаној 14.04.2010. године, образовало Комисију за оцену подобности кандидата и пријављене теме за израду докторске дисертације.

Наставно-научно веће Факултета је на седници одржаној 28.05.2010. године, донело Одлуку бр. 1410/9-1, којом је прихватило Извештај о подобности кандидата и пријављене теме за израду докторске дисертације, а за ментора одредило др Момчила Ђорђевића, ред. проф. Економског факултета у Крагујевцу, ужа научна област Менаџмент и пословна економија.

Стручно веће за друштвено-хуманистичке науке Универзитета у Крагујевцу, на седници одржаној 09.06.2010. године, разматрало је предложену тему докторске дисертације кандидата мр Милоша Јовановића, под насловом: "Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију" и донело Одлуку бр. 1088/11, о давању сагласности на предложену тему докторске дисертације мр Милоша Јовановића.

Наставно-научно веће Факултета, на седници одржаној 28.06.2010. године, донело је Одлуку бр. 1681/10-4, којом је одобрило рад на докторској дисертацији мр Милошу Јовановићу.

Дана 06.02.2012. године, кандидат мр Милош Јовановић доставио је Факултету урађену докторску дисертацију.

Извештај о оцени докторске дисертације, под насловом: "Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију", кандидата мр Милоша Јовановића, Комисија је доставила Факултету 09.04.2012. године.

После оглашавања у законом прописаном року на сајту Универзитета у Крагујевцу, Наставно-научно веће Факултета, на предлог Комисије за мастер и докторске студије и Катедри, на седници одржаној 27.06.2012. године, разматрало је и усвојило Извештај Комисије о оцени урађене докторске дисертације.

Из разлога напред наведених одлучено је као у диспозитиву.

Доставити:

- Универзитету у Крагујевцу
- Кандидату
- Члановима Комисије
- У досије кандидата
- Архиви



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

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

Одлуком Наставно-научног већа Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, број 430/V-2-2) од 29.02.2012 године, именовани смо за чланове Комисије за писање Извештаја о оцени и за одбрану докторске дисертације, под насловом: *"Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију"*, кандидата мр Милоша Јовановића.

На основу увида и свеобухватне анализе урађене и предате докторске дисертације, Комисија подноси Наставно-научном већу Економског факултета Универзитета у Крагујевцу следећи

## **ИЗВЕШТАЈ**

### **I Подаци о кандидату**

#### *1. Основни биографски подаци*

Кандидат Милош Јовановић, рођен је 24.09.1964. у Ужицу. На Економски факултет у Београду, уписао се школске 1983/84. Завршио је Одсек пословне економије - смер Индустрија у редовном року, са просечном оценом 9,18. Дипломски рад из предмета Статистичке методе, рађен на тему „Примена квантитативних метода у анализи пословања РО Ваљаоница алуминијума из СОУР-а Ваљаоница бакра и алуминијума „Слободан Пенезић – Крцун“ Севојно, одбранио је са оценом 10 и дипломирао 26.09.1988. Као студент обављао је функцију члана органа управљања Економског факултета у Београду.

Последипломске студије на Економском факултету у Београду, уписао је школске 1988/89. Почетком 1991. положио је програмом предвиђене испите на образовном профили Маркетинг, са просечном оценом 9,12. Магистарску тезу под називом "Увођење маркетинг функције у графичко предузеће", одбранио је 02.06.1999.

Од 1989. до 2002. године, запослен је у Графичко-издавачком предузећу "Димитрије Туцовић", Ужице. Обављао је функције руководиоца комерцијалног сектора и председника Управног одбора предузећа.

Кандидат Милош Јовановић је 2001. године изабран у звање предавача више школе, за наставне предмете Трговачко пословање и Спољнотрговинско пословање, чиме је засновао радни однос у допунском раду са Вишом пословно-техничком школом у Ужицу.

Од 2003. године запослен је у холдинг компанији "Магнет" из Пожеге, систему који обједињује производну, трговинску и хотелско-ресторанску делатност, на функцији комерцијалног директора.

У звање предавача више школе за предмете Трговачко пословање и Истраживање тржишта изабран је 19.09.2005. године и од 01.10.2005. засновао је радни однос у Вишој пословно-техничкој школи у Ужицу, са пуним радним временом.

У звање предавача више школе за предмет Спољнотрговинско пословање изабран је 13.02.2006. године.

У звање предавача струковних студија Високе пословно-техничке школе струковних студија у Ужицу, за уже научне области Економске науке и Менаџмент и бизнис изабран је 18.10.2010. године.

Функцију помоћника директора Високе пословно-техничке школе струковних студија у Ужицу обављао је од 20.11.2006. до 01.11.2010. године. Служи се енглеским и руским језиком.

Кандидат, мр Милош Јовановић, пријавио је своју докторску дисертацију под насловом "Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију" дана 12.03.2010. године. Наставно-научно веће Економског факултета Универзитета у Крагујевцу је, на основу Извештаја Комисије за оцену подобности кандидата и теме за израду докторске дисертације, својом одлуком - бр. од. 1681/10-4 од 28.06.2010. год., одобрило израду докторске дисертације под наведеним насловом. Урађену докторску дисертацију кандидат је предао 06.02.2012. год., а Наставно-научно веће је својом Одлуком број 430/V-2-2) од 29.02.2012 год., формирало Комисију за писање Извештаја о оцени и за одбрану предметне докторске дисертације.

## **2. Научно истраживачки рад кандидата**

### **Радови у научним часописима и зборницима**

1. Jovanovic, M. (2011), *"Analysis of company interest for foreign direct investments"*, 4<sup>th</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2011, pp. 51-57, ISBN 978-86-83573-22-6 (M33 - 1 бод);
2. Korenak, B., Radulovic, M., Jovanovic, M. (2011), *"Housing Market of Republic of Serbia"*, 4<sup>th</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2011, pp. 147-153, ISBN 978-86-83573-22-6 (M33 - 1 бод);
3. Jovanovic, M., Djokovic, V., Jovanovic, N. (2010), *"Analysis of Dynamics and Structure of Foreign Trade in the Economy of Zlatibor District"*, 3<sup>rd</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2010, pp. 13-19, ISBN 978-86-83573-18-9 (M33 - 1 бод);
4. Jovanović, M., Sagić, Z., Đuričić, B. (2008), *"Research of Stakeholders' Attitudes for Needs of Development of Integrated Tourist Offer of Uzice Region"*, 1<sup>st</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, 17-18 September 2008, 7 pages, ISBN 978-86-83573-07-3 (M33 - 1 бод);
5. Сагић, З., Јовановић, М. (2008), *"Стратегијско планирање развоја туристичких предузећа"*, часопис "Пословна политика", фебруар 2008, Пословна политика, Београд, стр. 52-55 [COBISS.SR-ID 99863], ISSN 0350-2236 (није категорисан);
6. Sagić, Z., Jovanović, M., Djuričić, B. (2008), *"System instruments in the Innovation Policy"*, 1<sup>st</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, 17-18 September 2008, 8 pages, ISBN 978-86-83573-07-3 (M33 - 1 бод);
7. Трумбуловић-Бујић, Љ., Благојевић, С., Јовановић, М. (2008), *"Селективне врсте туризма и животна средина"*, XI интернационални симпозијум "SymOrg 2008",

- Beograd, 10-13 септембар 2008, Зборник радова - електронско издање, 7 страна, ISBN 978-86-7680-161-9 (М33 - 1 бод);
8. Благојевић, С., Трумбуловић-Бујић, Љ., Јовановић (2008), М., *"Утицаји туризма на животну средину"*, XI интернационални симпозијум "SymOrg 2008", Beograd, 10-13 септембар 2008, Зборник радова - електронско издање, 7 страна, ISBN 978-86-7680-161-9 (М33 - 1 бод);
  9. Јовановић, М., Сагић, З. (2007), *"Континуирано истраживање сатисфакције потрошача у хотелском пословању"*, часопис "Маркетинг", број 4/2007, ИнтермаНет, Београд, стр. 155-163 [COBISS.SR-ID 749828], ISSN 0354-3471, УДК 339+658 (М52 - 2 бода);
  10. Јовановић, М., Сагић, З., Јовановић, Н. (2007), *"Пројекат прикупљања примарних тржишних података техником фокус групе"*, XI интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "YUPMA 2007", Удружење за управљање пројектима Србије, Златибор, 6-8 јун 2007, Зборник радова, стр. 485-490, ISBN 978-86-86385-02-4 (М33 - 1 бод);
  11. Сагић, З., Јовановић, Н., Јовановић, М. (2007), *"Стратегија развоја туризма"*, XI интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "YUPMA 2007", Удружење за управљање пројектима Србије, Златибор, 6-8 јун 2007, Зборник радова, стр. 440-445, ISBN 978-86-86385-02-4 (М33 - 1 бод);
  12. Сагић, З., Јовановић, Н., Јовановић, М. (2007), *"Туризам у глобалној перспективи"*, XI интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "YUPMA 2007", Удружење за управљање пројектима Србије, Златибор, 6-8 јун 2007, Зборник радова, стр. 425-430, ISBN 978-86-86385-02-4 (М33 - 1 бод);
  13. Јовановић, М. (2006), *"Market research in industrial business systems"*, 6<sup>th</sup> International Conference "Research and Development in Mechanical Industry", Faculty of Mechanical Engineering Kraljevo, HTMS Trstenik, Budva, 13-17 September 2006, 7 pages, ISBN 13978-86-83803-21-7 (М33 - 1 бод);
  14. Јовановић, М. (2006), *"Менаџмент пројекта организационе трансформације трговинске компаније"*, X интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "YUPMA 2006", Удружење за управљање пројектима Србије и Црне Горе, Златибор, 15-17 мај 2006, Зборник радова, стр. 297-302, ISBN 86-86385-00-1 (М33 - 1 бод);
  15. Јовановић, М., Јовановић, Н. (2006), *"Модел истраживања директног маркетинга у спољнотрговинском пословању"*, Научни скуп "Привредни развој и ефикасно пословно управљање - изазови уравнотеженог регионалног развоја", ВПТШ, Ужице, 20 - 21 јануар 2006, Зборник радова, стр. 33-38, ISBN 86-83573-03-6 (М63 - 1 бод);
  16. Јовановић, М. (2006), *"Истраживање иностраног тржишта у функцији припреме извозног посла"*, Научни скуп "Привредни развој и ефикасно пословно управљање - изазови уравнотеженог регионалног развоја", ВПТШ, Ужице, 20 - 21 јануар 2006, Зборник радова, стр. 44-50, ISBN 86-83573-03-6 (М63 - 1 бод);
  17. Јовановић, Н., Јовановић, М. (2006), *"Управљање пројектом промоције туристичке дестинације"*, X интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "YUPMA 2006", Удружење за управљање пројектима Србије и Црне Горе, Златибор, 15-17 мај 2006, Зборник радова, стр. 475-480, ISBN 86-86385-00-1 (М33 - 1 бод);
  18. Јовановић, Н., Јовановић, М. (2006), *"Примена МРС у састављању извештаја о токовима готовине на примеру трговинске компаније"*, Научни скуп "Привредни развој и ефикасно пословно управљање - изазови уравнотеженог регионалног развоја", ВПТШ, Ужице, 20-21 јануар 2006. Зборник радова, стр. 13-19, ISBN 86-83573-03-6 (М63 - 1 бод);

19. Ђуричић, М., Сокић, М., Јовановић, М. (2006), "*Систем менаџмента квалитетом логистичког система*", Научни скуп "Привредни развој и ефикасно пословно управљање - изазови уравнотеженог регионалног развоја", ВПТШ, Ужице, 20 - 21 јануар 2006, Зборник радова, стр. 13-22, ISBN 86-83573-03-6 (М63 - 1 бод);
20. Јовановић, М. (1999), "*Увођење маркетинг функције у графичко предузеће*", магистарска теза, Економски факултет, Београд, јун 1999, 172 стране (М72 - 3 бода).

#### **Истраживачки пројекти:**

Кандидат је аутор истраживачко развојне студије: "*Integrated Tourist Offer in the Scope of Development Tourism in Region Užice*", MARINAS PROJECT (Service Contract No 08-475-22/2006 financed from the European Community General Budget), 41 pages, May 2008.

### **3. Приказ структуре и садржаја урађене докторске дисертације**

Докторска дисертација кандидата мр Милоша Јовановића под насловом "*Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију*", изложена је на 363 стране, формата А4, стандардног прореда и величине слова. Дисертацију сачињавају: Увод, Делови I, II, III и IV, Закључна разматрања, Анекс I (Анкетирана предузећа) и II (Анкетни упитник), као и Литература са 209 референтних библиографских јединица. У функцији прегледног илустровања одређених разматрања, у дисертацији је састављено и приказано 74 слике и 63 табеле.

**Предмет** докторске дисертације је истраживање, разматрање и анализа релевантних димензија националних пословних окружења и њиховог утицаја на стране директне инвестиције (СДИ) као стратегију уласка и пословања на иностраном тржишту. Свака држава појединим карактеристикама националног пословног окружења поставља оквире раста, развоја и начина пословања предузећа на њеном подручју. Детерминанте понашања предузећа могу се делом везивати за само предузеће, а другим делом за опште околности и услове пословања земље у којој оно функционише. Успешан економски развој је процес сукцесивног унапређења начина функционисања привреде и њених структурних промена, у ком се национално пословно окружење развија да подржи и охрабри све софистицираније и продуктивније начине конкурисања фирми лоцираних у земљи. Актуелне промене у националним пословним окружењима захтевају стратегијски маркетинг, што претпоставља континуирано истраживање и преиспитивање тржишних могућности и адаптирање понуде предузећа. Промењени су стандарди успешности маркетинга и намеће се потреба конструктивне и партнерске сарадње са развијеним тржишним привредама. Једно од основних подручја путем кога се реализује сврха стратегијског маркетинга је, управо, избор одговарајуће стратегије наступа на тржишту. У савременој етапи интензивног умрежавања светске привреде, стране директне инвестиције као стратегија у међународном маркетингу и облик међународног кретања капитала, преузеле су функцију једног од кључних развојних фактора. Оне могу бити катализатор развоја не само за фирму инвеститора, већ и за целу мрежу повезаних учесника пројекта. Поред наведених, битна предметна одредница дисертације везана је за карактеристике међународног пословања предузећа на подручју Златиборске области и утицај СДИ на повећање конкурентности предузећа. Како су предмет истраживања улазни и излазни токови СДИ, битно је указати на суштину стратегије директних инвестиција као начина наступа на међународном тржишту, јер су исти кључни фактори одлучивања и стратешког начина размишљања организација чије инвестиције

желимо да привучемо и домаћих предузећа која непосредно интернационализују своје пословне активности.

Сходно опредељеном предмету научног истраживања, дефинисани су и основни *циљеви* докторске дисертације. Потребно је, примарно, истражити природу веза између димензија националног пословног окружења и СДИ, као међусобно повезаних и узајамно узрокованих категорија. Након тога, оријентисати се ка реализацији следећег циља овог научног рада - креирању иновативног, маркетиншки оријентисаног и стратегијског приступа управљању улазним и излазним токовима СДИ привреде и предузећа на подручју анализиране области. Анализирати могуће утицаје улазних инвестиционих токова, на повећање могућности домаћих предузећа за креирање нових излазних СДИ. Овакав приступ треба да резултира таквим обимом, динамиком и структуром директних страних инвестиција, који ће максимално бити у функцији остварења развојних циљева. На основу презентираних предности оваквог приступа, препоручити микс активности оријентисаних ка ефикасном и ефективном коришћењу компаративних и креирању конкурентских предности предузећа на подручју Области. Као циљ истраживања може се навести и предлог и анализа спектра активности у циљу стварања атрактивне пословне и инвестиционе климе, идентификовање тежишних подручја и механизма сарадње кључних актера за улаз СДИ, у циљу континуираног привлачења страних директних инвестиција на подручје Области. Такође, идентификовање перспективних циљних тржишта и привредних сектора у којима фирме са подручја Златиборске области могу успешно превазићи проблем лимитираности домаћег тржишта, стратегијом непосредне интернационализације.

Поред наведених циљева истраживање обухвата и друге значајне истраживачке теме, попут сагледавања ефеката предложеног стратегијског приступа. Веома је битно експлицитно размотрити који тип СДИ доноси бенефите за привреду и предузећа, а не само усредсредити се на постизање квантитативних циљева. Проценити какве све стимулансе економског развоја може очекивати привреда Области и поједина предузећа од ових инвестиција, али и евентуалне трошкове и негативне последице које стране присуство може донети. Потребно је управљати токовима СДИ на начин који ће максимирати директне, креирати индиректне ефекте, али и њиховим удруженим деловањем, синергетске ефекте на раст и развој привреде. Пружити сет могућих одговора и на питања: како кроз нове инвестиције диверсификовати извоз и умањити зависност извозних прихода од колебања светских цена примарних производа; како да Област постане конкурентнија у привлачењу инвестиционих пакета који у случају СДИ доносе, осим капитала, нову технологију, организациона и менаџерска знања и приступ страним тржиштима; како повећати апсорпциони капацитет привреде и предузећа, као способности да се интернализује знање креирано од других и исто модификује да би се ускладило са сопственим специфичним применама и процесима.

Да би рад био презентиран у складу са научно заснованим стандардима, утврђеним предметом и циљевима истраживања, кандидат мр Милош Јовановић је поставио следеће *хипотезе*, релевантне за конципирање предложене дисертације:

1. Захтев за ширим укључивањем у токове међународног пословања, мора се базирати на већој и одговарајућој примени стратегијског маркетинга у пословању.
2. Карактеристике националних пословних окружења имају доминантан, опредељујући утицај, на начин пословања предузећа у различитим земљама. Дубље разумевање одређених аспеката културе, политике, права и економије једне земље, јесте претпоставка за остварење успеха и у међународном пословању.
3. Ако је за ослањање на стратегију страних директних инвестиција битно привлачење довољног броја инвеститора и обима инвестиција, неопходно је обезбедити спектар довољно атрактивних, усклађених и

пропулзивних мера у циљу креирања повољне пословне и инвестиционе климе.

4. Креирање ефективне стратегије непосредне интернационализације домаћих предузећа, повезано је са могућностима идентификовања циљних тржишта и привредних сектора на којима ова предузећа имају конкурентску предност.
5. Уколико се жели већи степен контроле уласка и пласмана страних директних инвестиција, како са становишта државе, области, тако и конкретних предузећа, онда су различите форме заједничких улагања и стратегијских алијанси, прихватљива стратегија интернационализације.

Дефинисани предмет и циљеви истраживања, као и постављене хипотезе, определиле су и научно-истраживачку методологију коришћену при изради докторске дисертације. Кандидат је користио и комбиновао широк спектар *научних метода*, уз настојање да се понуде и нови и/или модернизовани приступи, концепти и механизми инструментаријума стратегијског управљања токовима СДИ на микро и макроекономском нивоу. Поред "класичног" - стандардног методолошког поступка у оквиру друштвених наука, истраживање које је предмет докторске дисертације обављено је и применом специфичних истраживачких метода које се користе у истраживању маркетинга, уз уважавање посебних обележја домаћег пословног окружења и дистинктивних карактеристика привреде и предузећа. Најзначајнији методи који су примењени у истраживању, су: 1) Методи компаративне анализе, који су коришћени за поређење различитих приступа стратегији СДИ и резултата примене тих приступа, у циљу конципирања ефикаснијих истраживачких метода и модела стратегијског приступа предузећа вредновању алтернативних облика СДИ; 2) Метод студије случаја, који је примарно примењен у циљу што обухватнијег увида у проблем истраживања, његовог разумевања и конципирања предлога начина решавања; 3) Метод системског прилаза у решавању управљачких задатака, схваћен као креативан и прагматичан процес, који је коришћен како за решавање задатака везаних за истраживање зависности националног пословног окружења и СДИ, тако и задатака из домена управљања методолошким инструментаријумом примењеним у истраживању; 4) У фази прикупљања података, поред кабинетског истраживања карактеристика домаћег и међународног окружења, анализе садржаја релевантних докумената стратешког карактера, чланака, студија и законских прописа везаних за предмет истраживања, реализовано је и примарно истраживање - анкетно истраживање ставова привредника са подручја проучаване области, за потребе стратегијског управљања токовима СДИ; 5) Приликом анализе, интерпретације и прогнозирања везаног за предмет истраживања, коришћена је и SWOT анализа, као и методи статистичке анализе - корелациона анализа, дескриптивна анализа и сл.

Докторска дисертација *"Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију"* структурирана је тако да је чине, поред увода и закључка, четири логично повезане и развијене тематске целине – наслова, а у оквиру њих више рашчлањених делова - поднаслова:

## С А Д Р Ж А Ј

### УВОД

### І ДЕО - САВРЕМЕНИ РАЗВОЈНИ ИЗАЗОВИ И ЗАХТЕВИ МЕЂУНАРОДНОГ МАРКЕТИНГА

1. Растући значај међународног маркетинга у условима глобализације
  - 1.1. Глобализација као изазов и шанса у међународном маркетингу
  - 1.2. Ефекти међународних интегративних процеса на међународни маркетинг
  - 1.3. Интегрална и стратегијска позиција маркетинга у међународном пословању предузећа

- 1.4. Услови за превазилажење постојеће маркетинг инфериорности предузећа у Републици Србији
2. Улога међународног маркетинга у интегрисању домаће привреде и предузећа у токове међународног бизниса
  - 2.1. Кумулирање негативних тенденција привреде Републике Србије у економским односима са иностранством
  - 2.2. Међународни маркетинг као опредељујући сегмент пословања по стандардима и импулсима међународног тржишта
  - 2.3. Процес интернационализације као услов опстанка и функционисања националне привреде и предузећа
  - 2.4. Улога маркетинг искуства и знања у успешној интернационализацији предузећа
3. Неопходност потпуне и адекватне примене маркетинга у међународном пословању домаћих предузећа
  - 3.1. Утицај одлука у стратегијском маркетингу на тржишну позицију предузећа
  - 3.2. Предузећа као носилац иницијативе и одговорности за коначну реализацију међународних маркетинг активности
  - 3.3. Креирање и реализација тржишног успеха као основна пословна преокупација маркетинга
  - 3.4. Умеравајућа улога међународног маркетинга у креирању интегралне диферентне предности предузећа

## **II ДЕО – УТИЦАЈ НАЦИОНАЛНОГ ПОСЛОВНОГ ОКРУЖЕЊА НА ПОСЛОВАЊЕ ПРЕДУЗЕЋА**

1. Економске димензије пословног окружења
  - 1.1. Макроекономско окружење
  - 1.2. Економски развој
  - 1.3. Микроекономско окружење
2. Утицај политике на пословање
  - 2.1. Кључна обележја политичког окружења
  - 2.2. Процена политичке перспективе и ризика
3. Утицај правног система на пословање
  - 3.1. Основни елементи законодавног окружења
  - 3.2. Међузависност фактора права и пословања
  - 3.3. Правно-регулативно опредељивање елемената и услова реализације понуде
4. Утицај културе на пословање
  - 4.1. Култура као основ пословне филозофије земаља тржишне економије
  - 4.2. Утицај појединих димензија културе на пословање
  - 4.3. Адаптирање "културном шоку"
5. Карактеристике пословне климе у Србији
  - 5.1. Институционалне претпоставке као подршка ефикасном пословању
  - 5.2. Рејтинг Србије
  - 5.3. Оцене пословне и инвестиционе климе у Србији од стране Савета страних инвеститора

## **III ДЕО - СТРАНЕ ДИРЕКТНЕ ИНВЕСТИЦИЈЕ КАО СТРАТЕГИЈА НАСТУПА НА МЕЂУНАРОДНОМ ТРЖИШТУ**

1. Алтернативне стратегије наступа на међународном тржишту
  - 1.1. Евалуација алтернативних маркетинг стратегија
  - 1.2. Избор одговарајуће форме међународног пословања
2. Појам и врсте СДИ

- 2.1. СДИ као облик међународног кретања капитала
- 2.2. Врсте СДИ
- 3. Кључна обележја непосредне интернационализације предузећа
- 4. Перспективе и карактеристике токова СДИ на глобалном нивоу
  - 4.1. Раст значаја СДИ у међународном пословању
  - 4.2. Токови СДИ
  - 4.3. Перспективе СДИ у наредном периоду
- 5. Процес одлучивања о директним инвестицијама у иностранству
- 6. Вредновање ефеката за земље прилива и одлива директних инвестиција
  - 6.1. Утицај СДИ на земљу у коју се капитал улаже
  - 6.2. Утицај СДИ на земљу извозницу капитала
- 7. Мере заштите и осигурања директних инвестиција у иностранству

#### **IV ДЕО - СДИ КАО ГЕНЕРАТОР ПОВЕЋАЊА КОНКУРЕНТНОСТИ ПРЕДУЗЕЋА НА ПОДРУЧЈУ ЗЛАТИБОРСКЕ ОБЛАСТИ**

- 1. Карактеристике међународног пословања предузећа на подручју Златиборске области
  - 1.1. Анализа динамике и структуре спољнотрговинске размене
    - 1.1.1. Динамика спољнотрговинске размене
    - 1.1.2. Структура спољнотрговинске размене
    - 1.1.3. Спољнотрговинска размена по општинама
  - 1.2. Обим и структура СДИ
  - 1.3. Пословни примери СДИ
    - 1.3.1. Улазни токови СДИ
    - 1.3.2. Излазни токови СДИ
- 2. Анализа привреде Златиборске области у контексту стратегијског приступа управљању токовима СДИ
  - 2.1. Истраживање ставова привредника за потребе стратегијског управљања токовима СДИ
    - 2.1.1. Методолошки приступ емпиријском истраживању
    - 2.1.2. Резултати истраживања
    - 2.1.3. Закључна разматрања емпиријског истраживања
  - 2.2. *SWOT* анализа
  - 2.3. Идентификовање перспективних циљних тржишта и привредних сектора за потребе управљања токовима СДИ
  - 2.4. Нужност стратегијског приступа управљању токовима СДИ
  - 2.5. Усклађеност стратегијског приступа токовима СДИ на макро и микро нивоу
- 3. Анализа интереса предузећа за СДИ
  - 3.1. Мотиви предузећа за СДИ
  - 3.2. Ефекти од СДИ
- 4. Принципи успешне перспективе међународних заједничких улагања
- 5. Значај стратегијских алијанси за креирање конкурентске предности
  - 5.1. Могућности које пружају стратегијске алијансе
  - 5.2. Стратегијске алијансе и конкурентска предност
- 6. Самосталне директне инвестиције страних компанија на домаћем тржишту
  - 6.1. Потенцијали Области за привлачење гринфилд инвестиција
- 7. Концептуални оквир стратегијског приступа предузећа вредновању алтернативних облика СДИ

#### **ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА**

#### **АНЕКС I АНКЕТИРАНА ПРЕДУЗЕЋА**

## АНЕКС II АНКЕТНИ УПИТНИК

### ЛИТЕРАТУРА

У првом делу дисертације, под насловом *"Савремени развојни изазови и захтеви међународног маркетинга"* (стр. 8-69), кандидат мр Милош Јовановић најпре анализира актуелне карактеристике и покретачке снаге глобализације. Феномен глобализације подразумева, између осталог, континуирано светско кретање капитала, тежњу ка стандардизацији правила игре на светском тржишту, те постојање интензивног утицаја глобалних кретања на све националне економије и субјекте који у оквиру њих послују. Глобална конкуренција се одвија путем два кључна механизма: међународне трговине и директних инвестиција. Глобализациони процеси утичу на промену актуелних императива у међународном маркетингу, као и на глобализацију самог маркетинг концепта. Ове процесе не треба схватити искључиво као претњу конкурентској позицији предузећа, већ примарно као изазов и шансу за активне и способне. Међународни маркетинг је опредељујући сегмент међународног пословања и битно је указати на његову интегралну и стратегијску позицију у овом контексту. Потребно је стварати услове за превазилажење постојеће маркетинг инфериорности домаћих предузећа. Унапређење постојеће маркетинг праксе је најрационалнији приступ домаћих предузећа и веома исплатива инвестиција.

У овом делу дисертације кандидат вреднује постојеће стање привреде Републике Србије у економским односима са иностранством и анализира могућности за усклађивање пословања са стандардима и захтевима међународног тржишта. Презентира неопходност процеса интернационализације, као услова опстанка и функционисања националне привреде и предузећа. Интензивније укључивање у токове међународног пословања и успостављање конструктивне и партнерске сарадње са развијеним тржишним привредама, мора се базирати на потпунијој и адекватној примени маркетинга. Успех тог процеса битно је предодређен поседовањем маркетинг искустава и знања у предузећима, као носиоцима иницијативе и одговорности за коначну реализацију међународних маркетинг активности. Турбулентна кретања међународне трговине и интензивирање тенденција ка повећаној међузависности националних институција и економија, дефинишу нове стандарде и изворе међународне конкурентности. Потпуна и адекватна примена стратегијског маркетинга у међународном пословању домаћих предузећа, оријентише их ка креирању и реализацији тржишног успеха. Незаменљив је његов превентивни, усмеравајући и стратегијски допринос у процесу интернационализације пословања и конкурентског позиционирања предузећа у међународним тржишним размерама.

У другом делу рада под насловом *"Утицај националног пословног окружења на пословање предузећа"* (стр. 70-148) кандидат разматра карактеристике националних пословних окружења, које имају доминантан утицај на начин пословања предузећа у различитим земљама. Економске димензије пословног окружења битно утичу на одлуке о интернационализацији пословања, без обзира да ли се ради о макро или микро аспекту овог окружења. Анализа макроекономског окружења даје увид у стање укупне економске ситуације у одређеној земљи и основне карактеристике постојећег економског система. Битно је проучити показатеље везане за бруто домаћи производ, становништво и приходе, структуру потрошње, инфраструктуру и сл. Такође, концепт економског развоја је веома битан покретачки фактор међународног пословања и маркетинга. Разлике у економским системима, могу произвести велике разлике у економском развоју држава. Економски развој креира нове тржишне могућности, али и смањује одбојност према иностраним привредним субјектима. Анализа микроекономског окружења, као окружења конкретног производа и/или тржишта, открива обележја и услове на тржишту одређеног производа и претежно се реализује као анализа извора и врсте конкуренције и утврђивања конкретних конкурентских предности предузећа.

Обезбеђење суверености појединих држава се, по дефиницији, реализује кроз конкретан политички оквир и политички субјективитет. У складу са тим, утицај политике

има посебно значајно и осетљиво место у међународном маркетингу и пословању. Политички систем једне земље укључује структуре, процесе и активности који се предузимају у циљу њеног функционисања. Анализа политичког окружења укључује одређивање тренутних обележја, али и предвиђање будућег развоја. Правни систем једне земље чине закони и регулатива, укључујући и процесе којим се утврђује поступак њиховог спровођења. Право представља врло променљиву и динамичну категорију, што додатно увећава његову улогу и значај у међународном маркетингу. Карактер државне регулативе не само да утиче на трошкове пословања предузећа, већ и директно утиче на конципирање маркетинг стратегије и реализацију појединих маркетинг активности. Поред тога, главне компоненте културе (естетика, вредности и ставови, норме и обичаји, социјална структура, религија, лична комуникација, образовање, физичко и материјално окружење) се морају пажљиво размотрити и узети у обзир њихов утицај на формулисање стратегије наступа на одређеном локалном тржишту. Културне димензије и варијабле су веома често те, које пресудно одређују разлику између онога шта предузеће жели и онога шта може остварити на конкретном страном тржишту.

Дефинисање и реализација извозно усмерене концепције развоја, на подлози стратегијског маркетинга, је економски императив, али и велики изазов. Суштинско разумевање културе, политике, права и економије једне земље, неопходна је претпоставка за остварење успеха у међународном пословању. Важна улога маркетинга је и у домену афирмисања специфичности домаћег поднебља и домаће пословне културе. Трансформација и транзиција привреде Републике Србије и интегрисање у светску привреду, битно су предодређене креирањем пословне и инвестиционе климе, која ће бити у функцији постављених циљева у области економских односа са иностранством.

У трећем делу дисертације под насловом *"Стране директне инвестиције као стратегија наступа на међународном тржишту"* (стр. 149-220), презентује се, најпре, спектар алтернативних стратегија наступа на међународном тржишту и врши њихова евалуација. Након тога се дају препоруке за избор одговарајуће форме међународног пословања. Пажња се усмерава на појмовна одређена и основне врсте СДИ. Представљају се карактеристике страних директних инвестиција као облика међународног кретања капитала, једног од примарних покретача глобализације светске економије и кључних развојних фактора у савременим условима пословања.

Како су предмет истраживања улазни и излазни токови СДИ, кандидат анализира суштину стратегије директних инвестиција као начина наступа на међународном тржишту, јер су исти кључни фактори одлучивања и стратешког начина размишљања организација чије инвестиције желимо да привучемо и домаћих предузећа која непосредно интернационализују своје пословне активности. Поред тога, истиче се да ова стратегија наступа на међународном тржишту није резервисана само за велике мултинационалне компаније. Напротив, низ компанија средње величине чија су циљна тржишта специјализоване тржишне нише, или компаније које настоје да искористе своје компаративне и/или конкурентске предности, примењују овај начин уласка на инострано тржиште.

Указује се и на перспективе и карактеристике токова СДИ на глобалном нивоу, као и на раст њиховог значаја у међународном пословању. Такође, анализирају се мотиви и процес одлучивања о директним инвестицијама у иностранству, као и начин вредновања ефеката за земље прилива и одлива директних инвестиција. Битна компонента процеса одлучивања налази се и у домену мера заштите и осигурања директних инвестиција у иностранству. Поред мера заштите које реализују земље у које се капитал улаже, сигурност улагачима пружају и различити билатерални и мултилатерални споразуми између држава, као и мере које спроводе земље из којих долазе инвеститори.

У четвртном делу дисертације, под насловом *"СДИ као генератор повећања конкурентности предузећа на подручју Златиборске области"* (стр. 221-337), кандидат најпре анализира динамику и структуру спољнотрговинске размене на подручју Златиборске области. Представља актуелни обим и структуру СДИ на подручју Области и анализира

пословне случајеве непосредних страних инвестиција. Оцењује најпре директне, а затим и индиректне ефекте улазних токова СДИ, као и мотиве инвеститора. Након тога, анализа се усмерава на излазне токове СДИ предузећа са подручја Области и специфичности њихових интереса за директно инвестирање у иностранству. И поред тога што су ови токови по обиму и ефектима далеко мање важности, њихова идентификација и проучавање су веома значајни у циљу обухватног увида у проблем истраживања, његовог разумевања, али и конципирања промена у стратегији наступа предузећа на страним тржиштима.

У оквиру овог дела рада истражују се и ставови привредника за потребе стратегијског приступа управљању токовима СДИ. На основу реализованог примарног, анкетног истраживања, прикупљени су подаци о ставовима менаџера предузећа везаним за значај стратегије СДИ у контексту унапређења конкурентности привреде Области и пословни успех предузећа, важности и утицају појединих димензија националног и пословног окружења на нивоу Области, стимулансима и мотивима инвеститора, циљевима и потенцијалним ефектима инвестирања, главним факторима успешности стратегије, кључним детерминантама у контексту *SWOT* анализе привреде Области и сл. Истражена је и заступљеност појединих стратегијских опција и формата у међународном бизнису, начини и кључни разлози опредељења за конкретне облике међународног пословања, карактеристике актуелних стратегија међународног пословања и маркетинга предузећа, као и ставови везани за оцену степена инкорпорираниости маркетинг концепције. Истраживање је реализовано на репрезентативном узорку предузећа, а подаци обрађени и анализирани применом различитих техника: табела фреквенција, дескриптивне анализе и корелационе анализе. Резултати истраживања су послужили као једна од битних полазних основа за конципирање решења у наредним фазама дисертације. *SWOT* концепт је омогућио да се уоче позитивни и негативни фактори који утичу на остварење стратегијских опредељења, систематску анализу претњи и шанси, као и њихово усаглашавање са јаким и slabим странама привреде. Резултати ове анализе су коришћени као важан инпут за препознавање стратегијских опција које су на располагању, као и при дефинисању ефективног и усклађеног стратегијског приступа токовима СДИ на макро и микро нивоу.

Након тога, истраживање је фокусирано, најпре, на анализу корпоративних интереса за СДИ. Потребно је, при томе, разликовати мотиве предузећа за СДИ (тржишне, ресурсне, конкурентске, фискалне и сл.) и потенцијалне пословне ефекте (инсајдерски статус на тржишту, усклађивање контроле и ризика, економије обима и синергије, активно конкурентско позиционирање и сл.). На основу исказаних ставова менаџера у оквиру анкетног истраживања и дијагнозе стања у привреди Области, формулисане су препоруке за будуће понашање предузећа у домену стратегијског приступа СДИ. Указује се на посебан значај стратегијских алијанси за креирање конкурентске предности и специфичне могућности које оне пружају. Нужно је ове интересне савезе оријентисати ка обезбеђењу могућности за остварење обостраних користи и резултата, које чланови алијансе не би могли самостално остварити. Објашњавају се, такође са микроекономског аспекта, принципи успешне перспективе међународних заједничких улагања. Како се стратегија заједничких улагања заснива како на елементима кооперативног, тако и елементима инвестиционог пословања, посебан значај има компаративна анализа заједничких улагања са кооперативним аранжманима (без непосредног улагања капитала) и самосталним директним инвестицијама у иностранству. Битна компонента успешног стратегијског управљања токовима СДИ на подручју Области, огледа се у расту потенцијала за привлачење гринфилд инвестиција. Овај облик самосталних директних инвестиција страних компанија на домаћем тржишту, може имати посебан значај за реализацију дугорочних развојних циљева. На крају овог дела рада, полазећи од основних стратегијских инвестиционих дилема и алтернатива, креиран је концептуални оквир стратегијског приступа предузећа вредновању алтернативних облика СДИ.

У закључном делу (стр. 338-346), на основу укупног проучавања, кандидат мр Милош Јовановић је, у форми закључних напомена, утемељено сумирао, синтетизовао и нагласио најважније ставове који се односе на истраживање у целини. Кандидат је реализовао циљеве

дисертације и извршио верификацију постављених научних хипотеза. Презентирани радови референтних аутора из академских кругова, истраживања и извештаји релевантних међународних и домаћих организација и институција, ефекти мера креатора економских политика, пословни примери, као и резултати реализованог емпиријског истраживања, потврђују истинитост постављених истраживачких хипотеза.

У оквиру Анекса дати су: списак анкетираних предузећа (Анекс I) и анкетни упитник који је коришћен у емпиријском истраживању (Анекс II).

## **II Оцена рада (критеријуми Правилника Универзитета о пријави, изради и одбрани докторске дисертације, Прилог бр. 2, тачка 2)**

### ***1. Значај и допринос докторске дисертације са становишта актуелног стања у научној области***

Комисија оцењује да докторска дисертација кандидата мр Милоша Јовановића, под називом *"Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију"*, представља веома вредно дело из области међународног маркетинга на српском језику и то како по теоријској фундираности, тако и по практичном значају. За маркетинг је од посебног значаја што стране директне инвестиције, као стратегија уласка и пословања на страном тржишту, омогућују ефикаснију реализацију маркетиншких циљева предузећа - поузданије и лакше истраживање тржишта, прилагођавање понуде потребама и жељама купаца, директнији контакт са крајњим корисницима, смањење отпора према страном тржишту, постизање униформнијег и вишег квалитета понуде, као и планираног имиџа и повољног тржишног позиционирања на страном тржишту. Такође, значајно је да СДИ, као међународна маркетинг стратегија, могу бити катализатор развоја не само за фирму инвеститора, већ и за целу мрежу повезаних учесника пројекта.

У складу са постављеним предметом и циљем истраживања, научним хипотезама и примењеним методама истраживања, теоријски, методолошки и практични резултати и доприноси истраживачког процеса су следећи:

- Свеобухватно је сагледана природа веза између карактеристика националног пословног окружења и СДИ, као међусобно повезаних и узајамно узрокованих категорија;
- Истражен је утицај стратегијског приступа управљању улазним и излазним токовима СДИ на максимизирање развојних ефеката, повећање конкурентности, те ефективно интегрисање привреде и предузећа у токове међународног бизниса. Такође, анализирани су могући утицаји улазних инвестиционих токова, на повећање могућности домаћих предузећа за креирање нових излазних СДИ;
- Дисертација домаћој стручној јавности и менаџерима домаћих предузећа указује на актуелност и неопходност стратегијског приступа маркетинг активностима и потребу интензивније и комплексније међународне оријентације;
- Дисертација употпуњује постојећа знања из области међународног маркетинга и међународног пословања, проширује теоријске основе и обогаћује домаћу литературу из ове области.

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

Комисија сматра да докторска дисертација под насловом *"Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг"*

*стратегију*", представља резултат оригиналног научног рада кандидата. Мр Милош Јовановић аргументовано, систематично и критички изводи закључке о резултатима истраживања, стављајући их у шири контекст елаборације анализираних проблема. Докторска дисертација кандидата има све потребне компоненте оригиналног, квалитетног научног и стручног истраживачког рада. Тема докторске дисертације је јасно постављена као истраживачко питање и довољно разграничено подручје истраживања. Проучавање правилно селектиране шире литературе је резултирало постављањем адекватних истраживачких хипотеза, као и поузданим теоријско-методолошким истраживањима којима су задате хипотезе проверене и потврђене.

Сам назив докторске дисертације упућује на оцену да се ради о веома актуелној, комплексној и значајној међународној маркетинг проблематици, која је вишеструко интересантна у ширим размерама, а посебно у нашој међународној маркетинг литератури и пракси.

Кандидат мр Милош Јовановић је проучио обимну и адекватно селектирану релевантну инострану и домаћу литературу из области међународног маркетинга и међународног пословања предузећа, као и литературу из тангентних научно-стручних области. Избор литературе је управо примерен задатом истраживању, што је омогућило кандидату да продубљено проучи димензије националних пословних окружења и свеобухватно сагледа интеракције са СДИ као међународном маркетинг стратегијом, те висок степен научне утемељености целокупног истраживања и логично извођење закључака.

На крају, кандидат мр Милош Јовановић је показао неопходну умешност, самосталност и завидну интелектуалну перцепцију у овом научно-истраживачком пројекту, остваривши значајан научни, стручни и оригинални допринос посебно за нашу теорију из области међународног маркетинга и међународног пословања, као и за менаџере наших предузећа која се суочавају са неопходношћу интензивнијег и комплекснијег укључивања на међународно тржиште и коришћења могућности које у том контексту пружају различити модалитети СДИ.

### **3. Преглед остварених резултата рада кандидата у научној области**

Кандидат мр Милош Јовановић је у досадашњем раду објавио већи број радова из референтних научних области: међународног маркетинга и маркетинга. Један број радова је директно или индиректно повезан са темом докторске дисертације. Поред магистарске тезе, кандидат је објавио и научне и стручне радове из поменутих области, од којих посебну пажњу заслужују следећи:

1. Jovanovic, M. (2011), *"Analysis of company interest for foreign direct investments"*, 4<sup>th</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2011, pp. 51-57, ISBN 978-86-83573-22-6 (M33 - 1 бод);
2. Jovanovic, M., Djokovic, V., Jovanovic, N. (2010), *"Analysis of Dynamics and Structure of Foreign Trade in the Economy of Zlatibor District"*, 3<sup>rd</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2010, pp. 13-19, ISBN 978-86-83573-18-9 (M33 - 1 бод);
3. Jovanović, M., Sagić, Z., Đuričić, B. (2008), *"Research of Stakeholders' Attitudes for Needs of Development of Integrated Tourist Offer of Uzice Region"*, 1<sup>st</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Užice, 17-18 September 2008, 7 pages, ISBN 978-86-83573-07-3 (M33 - 1 бод);
4. Јовановић, М., Сагић, З. (2007), *"Континуирано истраживање сатисфакције потрошача у хотелском пословању"*, часопис "Маркетинг", број 4/2007, ИнтермаНет, Београд, стр. 155-163 [COBISS.SR-ID 749828], ISSN 0354-3471, УДК 339+658 (M52 - 2 бода);

5. Јовановић, М., Сагић, З., Јовановић, Н. (2007), *"Пројекат прикупљања примарних тржишних података техником фокус групе"*, XI интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "YUPMA 2007", Удружење за управљање пројектима Србије, Златибор, 6-8 јун 2007, Зборник радова, стр. 485-490, ISBN 978-86-86385-02-4 (М33 - 1 бод);
6. Јовановић, М. (2006), *"Менаџмент пројекта организационе трансформације трговинске компаније"*, X интернационални симпозијум из пројектног менаџмента "YUPMA 2006", Удружење за управљање пројектима Србије и Црне Горе, Златибор, 15-17 мај 2006, Зборник радова, стр. 297-302, ISBN 86-86385-00-1 (М33 - 1 бод);
7. Јовановић, М. (2006), *"Истраживање иностраног тржишта у функцији припреме извозног посла"*, Научни скуп "Привредни развој и ефикасно пословно управљање - изазови уравнотеженог регионалног развоја", ВПТШ, Ужице, 20 - 21 јануар 2006, Зборник радова, стр. 44-50, ISBN 86-83573-03-6 (М63 - 1 бод);
8. Јовановић, М. (1999), *"Увођење маркетинг функције у графичко предузеће"*, магистарска теза, Економски факултет, Београд, јун 1999, 172 стране (М72 - 3 бода).

#### **4. Оцена испуњености обима и квалитета у односу на пријављену тему**

Комисија сматра да докторска дисертација кандидата мр Милоша Јовановића под насловом *"Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију"*, у потпуности испуњава постављене захтеве у погледу обима и квалитета рада у односу на тему која је пријављена и одобрена.

Примењујући адекватне научне методе и поступке истраживања, кандидат је извршио и правилан избор, дефинисање и систематизацију подручја и проблема истраживања.

Делови докторске дисертације су логично повезани, адекватно компоновани по редоследу, значају и обиму, тако да заједно чине успешно повезану целину са синтетизованим закључним констатацијама. Такође, јасно дефинисан предмет, циљеви и хипотезе научног истраживања који су одобрени за израду, усклађени су са предметом извршеног истраживања, тестираним хипотезама и реализованим циљевима истраживања.

#### **5. Научни резултати докторске дисертације**

У складу са постављеним предметом и хипотезама истраживања, циљевима и примењеним методама, кандидат мр Милош Јовановић је у својој докторској дисертацији формулисао релевантне теоријске, методолошке и практичне резултате.

1. Успостављена је транспарентна веза и потврђен значај интеракција између карактеристика националног пословног окружења и успешности СДИ као стратегије у међународном маркетингу;
2. Свеобухватно је сагледан утицај стратегијског приступа управљању токовима СДИ на максимизирање развојних ефеката, повећање конкурентности, те ефективно интегрисање привреде и предузећа анализираних области у токове међународног бизниса.
3. Креирани су конкретни предлози за унапређење националне статистике страних улагања, што је, свакако, значајна претпоставка и успешног стратегијског приступа управљању токовима СДИ.
4. Креиран је концептуални оквир стратегијског приступа предузећа вредновању алтернативних облика СДИ, који се заснива на системској анализи, компаративном поређењу и пословном вредновању различитих облика директног инвестиционог

уласка, које је у функцији доношења коначне инвестиционе одлуке. Произилази из потребе дефинисања визионарске концепције промена у међународном пословању предузећа и плана њихове реализације.

5. Допринос дисертације огледа се и у комбиновању општих и специфичних метода истраживања, у циљу симултаног истраживања како улазних, тако и излазних токова СДИ, на примеру конкретне области.

На основу свеобухватне анализе и на основу утврђених резултата, Комисија констатује да докторска дисертација *"Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију"*, представља значајан научни и теоријско-методолошки допринос у областима међународног маркетинга и међународног пословања, са јасно израженом стратегијском и тржишном усмереношћу. Пружа обиље информација и потребних анализа за конципирање одговарајућих решења у домену предмета проучавања. Резултати до којих се дошло током истраживања, потврдили су полазне хипотезе: да се захтев за ширим укључивањем у токове међународног пословања, мора базирати на већој и одговарајућој примени стратегијског маркетинга у пословању; да карактеристике националних пословних окружења имају доминантан, опредељујући утицај, на начин пословања предузећа у различитим земљама и да дубље разумевање одређених аспеката културе, политике, права и економије једне земље, јесте претпоставка за остварење успеха и у међународном пословању; ако је за ослањање на стратегију страних директних инвестиција битно привлачење довољног броја инвеститора и обима инвестиција, неопходно је обезбедити спектар довољно атрактивних, усклађених и пропульзивних мера у циљу креирања повољне пословне и инвестиционе климе. Такође, да је креирање ефективне стратегије непосредне интернационализације домаћих предузећа, повезано са могућностима идентификовања циљних тржишта и привредних сектора на којима ова предузећа имају конкурентску предност. На крају, уколико се жели већи степен контроле уласка и пласмана страних директних инвестиција, како са становишта државе, области, тако и конкретних предузећа, онда су различите форме заједничких улагања и стратегијских алијанси, прихватљива стратегија интернационализације.

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

Поред теоријског, дисертација има и апликативан значај. Вишесмерно оријентисано истраживање је омогућило да се направи спој између теоријске основе и праксе и јасно илуструје њихова интеракција. Изузетна важност свеобухватно сагледане природе веза између карактеристика националног пословног окружења и СДИ, даје дисертацији високу научну и практичну релевантност. Предложени модел стратегијског приступа управљању токовима СДИ битно доприноси унапређењу маркетиншке и пословне праксе, као и развоју обострано корисних односа између даваоца и примаоца непосредних страних инвестиција. У суштини и кроз токове СДИ је потребно утицати на решавање суштинског проблема са којим се суочава домаћа привреда - проблема недовољне конкурентности. Такође, креирани концептуални оквир стратегијског приступа предузећа вредновању алтернативних облика СДИ, релевантан је за имплементацију у већини предметних пословних ситуација.

У прилог теоријској и практичној применљивости и корисности резултата до којих се дошло у овој дисертацији говори и то, да ће се актуелност проучаване проблематике интензивирати у наредном, постприватизационом периоду, са јачањем потреба привреде за гринфилд инвестицијама, заједничким улагањима и стратегијским алијансама. Релевантност теме појачавају и искуства других транзиционих економија, по којима се у периоду до приступања Европској унији може очекивати појачана заинтересованост страних инвеститора. Доградњом појединих димензија пословног окружења неопходно је доћи у ситуацију да све више истичемо своје развојне приоритете пред стране инвеститоре. При

томе, потребно је истаћи да у фокусу истраживања нису само вредносно велике инвестиције, већ се истиче пожељност и развојни значај и малих и средњих непосредних страних улагања.

Значајан допринос дисертације је и у стварању основе и праваца будућих истраживања. Резултати дисертације могу пружити основне смернице носиоцима економске политике у конципирању стратегијских решења у домену СДИ, за креирање модела управљања токовима СДИ за потребе других региона и области, као и менаџерима предузећа за доношење ефективних одлука о непосредним улагањима у међународном пословању. Успешност управљања токовима СДИ битно је условљена усклађеношћу стратегијског приступа на макро и микро нивоу. Дисертација доприноси превазилажењу проблема везаних за недовољно разумевање значаја СДИ, али и реалном сагледавању њихових домета и ефеката конкретних инвестиција на макро и микроекономском нивоу. Применљива је и у областима побољшања критичних веза између инвестиција и циљева националног развоја, обезбеђења кохерентности између домаћих и међународних инвестиционих политика и између инвестиционе политике и осталих јавних политика.

### **7. Начин презентирања резултата научној јавности**

Изузетно актуелна тематика докторске дисертације пружа могућност да бројни резултати буду презентовани и разјашњени на научним и стручним скуповима у земљи и иностранству, који ће за тему имати проблематику појединих димензија националног пословног окружења и СДИ као међународне маркетинг стратегије. Такође, у припреми је већи број чланака и реферата који ће ускоро бити публиковани у научним часописима и зборницима, те ће научна и стручна јавност бити детаљније упозната са наведеном проблематиком. Припремљени научни радови ће отворити нова питања за дубљу и обухватнију анализу ових проблема у научно-истраживачком раду.

Два рада из ове области већ су презентована на међународним конференцијама (1. Jovanovic, M. (2011), *"Analysis of company interest for foreign direct investments"*, 4<sup>th</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2011, pp. 51-57, ISBN 978-86-83573-22-6, M33 - 1 бод; 2. Jovanovic, M., Djokovic, V., Jovanovic, N. (2010), *"Analysis of Dynamics and Structure of Foreign Trade in the Economy of Zlatibor District"*, 3<sup>rd</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2010, pp. 13-19, ISBN 978-86-83573-18-9, M33 - 1 бод). Публиковање монографије са овом тематиком, биће од користи будућим истраживачима и широј научној јавности.

## **III Закључна оцена Комисије**

Комисија је једногласна у оцени да докторска дисертација кандидата мр Милоша Јовановића, под насловом *"Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију"*, испуњава све услове за јавну одбрану.

## **IV Предлог Комисије**

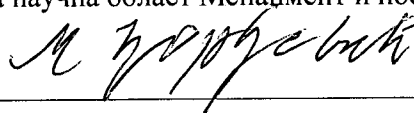
На основу претходно учињених констатација, посебно анализе резултата и доприноса, као и изложене оцене и закључака о докторској дисертацији, *Комисија предлаже* Наставно-

научном већу Економског факултета Универзитета у Крагујевцу да *прихвати Извештај о оцени докторске дисертације мр Милоша Јовановића*, под насловом "Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију" и одобри њену јавну одбрану.

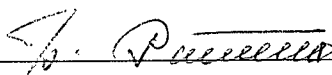
Крагујевац, 05.04.2012. год.

### Чланови Комисије:

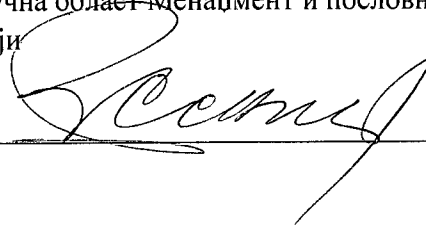
1. Др Момчило Ђорђевић, ред. проф.  
Економског факултета у Крагујевцу,  
ужа научна област Менаџмент и пословна економија



2. Др Бранко Ракита, ред. проф.  
Економског факултета у Београду,  
ужа научна област Пословна економија и менаџмент



3. Др Радослав Сенић, ред. проф.  
Економског факултета у Крагујевцу,  
ужа научна област Менаџмент и пословна економија,  
у пензији



ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ  
У КРАГУЈЕВЦУ

ПРИМЉЕНО: 09 APR 2012			
Срп. Јаз.	Број	Предмет	Времетраје
	430/V-2-2)-1		

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

Шифра за идентификацију дисертације \_\_\_\_\_

Шифра УДК (бројчано) 339.727.22:339.5

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

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

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

Назив дисертације: „Утицај националног пословног окружења на стране директне инвестиције као међународну маркетинг стратегију“

Научна област УДК (текст): Менаџмент и пословна економија

Ментор и састав комисије за оцену дисертације:

1. Проф. др Момчило Ђорђевић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Крагујевцу
2. Проф. др Бранко Ракита, редовни професор Економског факултета Универзитета у Београду
3. Проф. др Радослав Сенић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, у пензији

Главни допринос дисертације (текст до 100 речи)

У докторској дисертацији су формулисани релевантни теоријски, методолошки и практични резултати: успостављена је транспарентна веза и потврђен значај интеракција између карактеристика националног пословног окружења и успешности СДИ као стратегије у међународном маркетингу; свеобухватно је сагледан утицај стратегијског приступа управљању токовима СДИ на максимизирање развојних ефеката, повећање конкурентности, те ефективно интегрисање привреде и предузећа анализирани области у токове међународног бизниса; креиран је концептуални оквир стратегијског приступа предузећа вредновању алтернативних облика СДИ, који се заснива на системској анализи, компаративном поређењу и пословном вредновању различитих облика директног инвестиционог уласка, које је у функцији доношења коначне инвестиционе одлуке.

**ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ**

Презиме и име кандидата: Мр Милош Јовановић

Назив завршеног факултета: Економски факултет Универзитета у Београду

Одсек, група, смер: Одсек пословне економије - смер Индустрија

Година дипломирања: 1988.

Назив магистарског рада, односно докторског студијског програма:

„Увођење маркетинг функције у графичко предузеће“

Научно подручје: Маркетинг

Година одбране: 1999.

Факултет и место: Економски факултет Универзитета у Београду

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

Објавио 20 радова.

1. Јовановић, М., Сагић, З. (2007), "Континуирано истраживање сатисфакције потрошача у хотелском пословању", часопис "Маркетинг", број 4/2007, ИнтермаНет, Београд, стр. 155-163 [COBISS.SR-ID 749828], ISSN 0354-3471, УДК 339+658 (М52 - 2 бода);
2. Јовановић, М. (2011), "Analysis of company interest for foreign direct investments", 4<sup>th</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2011, pp. 51-57, ISBN 978-86-83573-22-6 (М33 - 1 бод);
3. Јовановић, М., Djokovic, V., Јовановић, N. (2010), "Analysis of Dynamics and Structure of Foreign Trade in the Economy of Zlatibor District", 3<sup>rd</sup> International Conference "Science and Higher Education in Function of Sustainable Development", HBTS, Uzice, Serbia, October 2010, pp. 13-19, ISBN 978-86-83573-18-9 (М33 - 1 бод).

Назив и седиште организације у којој је кандидат запослен:

Висока пословно-техничка школа струковних студија у Ужицу

Радно место: Предавач струковних студија

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


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

Крагујевац  
(место и датум)

09.04.2012



ДЕКАН ЕКОНОМСКОГ ФАКУЛТЕТА

  
Проф. др Верица Бабић