



UNIVERZITET CRNE GORE
FAKULTET ZA TURIZAM I HOTELIJERSTVO

Stari grad 320 - 85330 Kotor - Crna Gora
Tel : + 382 32 322 686 Fax: +382 32 325 049
<https://www.ucg.ac.me/fth> - e-mail: fth@ucg.ac.me



Broj: 01-370
Kotor, 08.03.2023. g.

UNIVERZITET CRNE GORE
REKTORAT
-Senatu-
-Centru za doktorske studije-

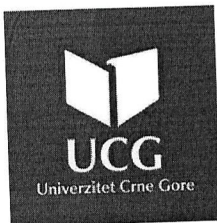
Poštovani,

U prilogu Vam dostavljamo odluku Vijeća Fakulteta za turizam i hotelijerstvo o usvajanju izvještaja Komisije o podobnosti doktorske teze i kandidata mr Marice Melović, br. 01-340 od 07.03.2023. godine, i obrazac br. 1872 od 27.12.2023. godine.

Srdačan pozdrav,

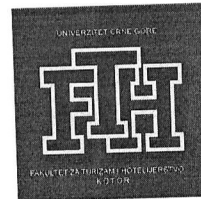
Dekan
Prof. dr Đurđica Perović

Prilog: kao u tekstu



UNIVERZITET CRNE GORE
FAKULTET ZA TURIZAM I HOTELIJERSTVO

Stari grad 320 - 85330 Kotor - Crna Gora
Tel : + 382 32 322 686 Fax: +382 32 325 049
<https://www.ucg.ac.me/fth> - e-mail: fth@ucg.ac.me



Broj:01-340
Kotor, 04.03.2023.

Na osnovu člana 64 Statuta Univerziteta Crne Gore, člana 35 Pravila doktorskih studija, Vijeće Fakulteta za turizam i hotelijerstvo na III sjednici održanoj 02.03.2023. godine, nakon razmatranja izvještaja br. 1872 od 27.12.2022. godine, donijelo je

ODLUKU

1. Usvaja se Izvještaj Komisije o podobnosti doktorske teze i kandidata mr **Marice Melović**
2. Prihvata se kao podobna za izradu doktorska teza pod nazivom: „Digitalna transformacija u funkciji razvoja pametnog i zelenog turizma: empirijska analiza uticaja na poslovanje turističkih preduzeća i ponašanje turista“ i kandidatkinja mr **Marica Melović**.
3. Predlog dostaviti Odboru za doktorske studije i Senatu Univerziteta Crne Gore na dalji postupak.

OBRAZLOŽENJE

Vijeće Fakulteta za turizam i hotelijerstvo, na sjednici održanoj 02.03.2023. godine razmatralo je Izvještaj Komisije o podobnosti doktorske teze i kandidata.

Na osnovu izloženog odlučeno je kao u dispozitivu.



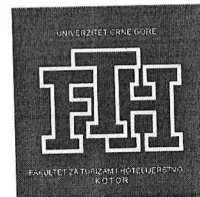
Dostaviti:

- Odboru za doktorske studije UCG
- Senatu UCG
- Komisiji za doktorske studije FTH
- Studentskoj službi
- Sekretaru
- a/a



UNIVERZITET CRNE GORE
FAKULTET ZA TURIZAM I HOTELIJERSTVO

Stari grad 320 - 85330 Kotor - Crna Gora
Tel : + 382 32 322 686 Fax: +382 32 325 049
<https://www.ucg.ac.me/fth> - e-mail: fth@ucg.ac.me



Broj:01-340
Kotor, 07.03.2023.

Na osnovu člana 64 Statuta Univerziteta Crne Gore, člana 35 Pravila doktorskih studija, Vijeće Fakulteta za turizam i hotelijerstvo na III sjednici održanoj 02.03.2023. godine, nakon razmatranja izvještaja br. 1872 od 27.12.2022. godine, donijelo je


ODLUKU

1. Usvaja se Izvještaj Komisije o podobnosti doktorske teze i kandidata mr **Marice Melović**
2. Prihvata se kao podobna za izradu doktorska teza pod nazivom: „Digitalna transformacija u funkciji razvoja pametnog i zelenog turizma: empirijska analiza uticaja na poslovanje turističkih preduzeća i ponašanje turista“ i kandidatkinja mr **Marica Melović**.
3. Predlog dostaviti Odboru za doktorske studije i Senatu Univerziteta Crne Gore na dalji postupak.

OBRAZLOŽENJE

Vijeće Fakulteta za turizam i hotelijerstvo, na sjednici održanoj 02.03.2023. godine razmatralo je Izvještaj Komisije o podobnosti doktorske teze i kandidata.

Na osnovu izloženog odlučeno je kao u dispozitivu.

Predsjedavajuća vijeća

Prof. dr Đurđica Perović

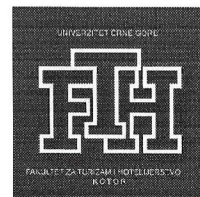
Dostaviti:

- Odboru za doktorske studije UCG
- Senatu UCG
- Komisiji za doktorske studije FTH
- Studentskoj službi
- Sekretaru
- a/a



UNIVERZITET CRNE GORE
FAKULTET ZA TURIZAM I HOTELIJERSTVO

Stari grad 320 - 85330 Kotor - Crna Gora
Tel : + 382 32 322 686 Fax: +382 32 325 049
<https://www.ucg.ac.me/fth> - e-mail: fth@ucg.ac.me



Broj: 01-283
Kotor, 01.03.2023.

VIJEĆU FAKULTETA ZA TURIZAM I HOTELIJERSTVO

Predmet: Izvještaj Komisije o podobnosti doktorske teme i kandidata

Postovane kolegice i kolege,

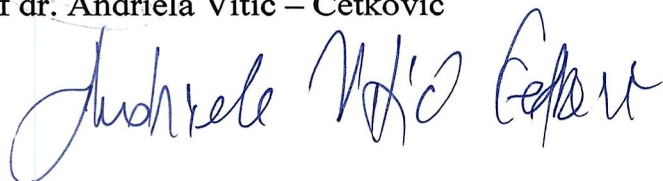
U prilogu Vam dostavljamo Izvještaj Komisije za doktorske studije o ocjeni podobnosti teme i kandidata na usvajanje.

Komisija za doktorske studije

Prof. dr Sanja Peković

Prof. dr Đurđica Perović

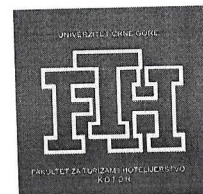
Prof dr. Andriela Vitić – Četković





UNIVERZITET CRNE GORE
FAKULTET ZA TURIZAM I HOTELIJERSTVO

Stari grad 320 - 85330 Kotor - Crna Gora
Tel : + 382 32 322 686 Fax: +382 32 325 049
<https://www.ucg.ac.me/fth> - e-mail: fth@ucg.ac.me



Broj: 01-1872/2
Kotor, 27.12.2022.g.

Komisja za doktorske studije

Poštovani,

U prilogu dostavljam Ocjenu podobnosti doktorske teze i kandidata za Maricu Melović (3/T-2021), na dalji postupak.

S poštovanjem,



Rukovodilac studentske službe

Nikola
Dončić Nikoleta

Prilog: Izvještaj broj 1872

Priloga	27.12.2022.	
Org. jed.	Broj	Prilog
	1872	

OCJENA PODOBNOSTI DOKTORSKE TEZE I KANDIDATA

OPŠTI PODACI O DOKTORANDU	
Titula, ime i prezime	mr Marica Melović
Fakultet	Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Kotor
Studijski program	Doktorske studije – Turizam
Broj indeksa	3/2021
Podaci o magistarskom radu	<p>Naziv: „Kreativno računovodstvo – mehanizmi kontrole i sprječavanja upotrebom forenzičkog računovodstva“</p> <p>Institucija na kojoj su završene magistarske studije: Ekonomski fakultet Podgorica, Univerzitet Crne Gore</p> <p>Godina završetka: 2014</p> <p>Srednja ocjena: 9,30</p>
NASLOV PREDLOŽENE TEME	
Na službenom jeziku	Digitalna transformacija u funkciji razvoja pametnog i zelenog turizma: empirijska analiza uticaja na poslovanje turističkih preduzeća i ponašanje turista
Na engleskom jeziku	The Role of Digital Transformation in Smart and Green Tourism Development: Empirical Analysis of the Impact on Tourism Firms Performance and Tourist Behavior
Datum prihvatanja teme i kandidata na sjednici Vijeća organizacione jedinice	15.12.2022.
Naučna oblast doktorske disertacije	Menadžment u turizmu
Za navedenu oblast matični su sljedeći fakulteti	
Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Kotor, Univerzitet Crne Gore	
A. IZVJEŠTAJ SA JAVNE ODBRANE POLAZNIH ISTRAŽIVANJA DOKTORSKE DISERTACIJE	
<p>Javna odbrana polaznih istraživanja kandidata mr Marice Melović organizovana je na Fakultetu za turizam i hotelijerstvo, Univerziteta Crne Gore, u Kotoru, u petak, 23. decembra 2022. godine, sa početkom u 10:45h, pred Komisijom u sastavu: doc. dr Ilija Moric (predsjednik Komisije), prof. dr Sanja Peković (mentor) i prof. dr Neven Šerić (član Komisije).</p> <p>Predsjednik Komisije, doc. dr Ilija Moric, upoznao je članove Komisije i kandidata sa procedurom odbrane, nakon čega je kandidat izložio rezultate dosadašnjeg rada, kao i zaključke do kojih je došao tokom polaznih istraživanja.</p> <p>U svom izlaganju, kandidat je obrazložio temu, predstavio rezultate polaznih istraživanja i izložio detaljan plan istraživanja koji uključuje ciljeve, hipoteze, metodologiju, očekivani naučni doprinos i konsultovanu literaturu. Nakon izlaganja kandidata, uslijedila su pitanja (koja su data u prilogu), komentari i diskusija članova Komisije sa kandidatom.</p>	

Komisija je uzimajući u obzir kvalitet sprovedenih polaznih istraživanja i kvalitet odbrane, jednoglasno donijela odluku da je kandidat uspješno odbranio sprovedena polazna istraživanja. Odbrana polaznih istraživanja završena je u 11:30h.

B. OCJENA PODOBNOSTI TEME DOKTORSKE DISERTACIJE

B1. Obrazloženje teme

Turistička industrija se može smatrati jednom od najvećih svjetskih industrija (Zeqiri et al., 2020; World Economic Forum, 2021). Posebno treba istaći veliki značaj turizma kao ekonomske aktivnosti za mnoge zemlje, s obzirom na to da predstavlja veliki izvor zapošljavanja i bogatstva. Zapravo, kako navodi Fernández i sar. (2022) jedan od ukupno 10 poslova je direktno ili indirektno povezan sa turizmom i zaslužan je za 10,3% svjetskog bruto domaćeg proizvoda (BDP-a). U takvim okolnostima, turistička industrija predstavlja jedan od značajnih faktora koji doprinose BDP-u mnogih turističkih destinacija širom svijeta (Akhtar et al., 2021). Međutim, ovi podaci su mnogo veći za zemlje koje su ovu aktivnost pretvorile u centar svoje razvojne strategije i postale veoma zavisne od turističkih aktivnosti (Fernández et al., 2022; Martín et al., 2020).

Shodno navedenom, Crna Gora svoj privredni razvoj bazira na turizmu, koji čini jednu četvrtinu bruto domaćeg proizvoda države (Omeragić, 2021). Značaj turizma za Crnu Goru ne može se precijeniti, prije svega zbog njegove multidimenzionalnosti. Naime, turizam se odnosi na svaki aspekt našeg društva, utiče na razvoj privrede, životni standard i način života građana, podstiče otvaranje novih radnih mjesta i opšti prosperitet (Ministarstvo ekonomskog razvoja, 2022). Pored toga, turizam je važan instrument regionalne saradnje i snažan katalizator procesa evropskih integracija. Turizam, dakle, igra centralnu ulogu u razvojnim strategijama mnogih zemalja u razvoju (Fernández et al., 2022; Joshi et al., 2017; Martín et al., 2019), kao što je i Crna Gora, gdje je razvoj turističke industrije jedan od pravaca ekonomskog razvoja zemlje. Od svih zemalja Evrope crnogorska ekonomija je najviše zavisna od turizma, pokazuju podaci istraživanja *World Travel and Tourism Council*. Prema tim podacima, turizam čini 30,8% BDP-a Crne Gore (WTTC, 2022).

Turizam u razvijenim zemljama je jedan od prvih sektora koji je digitalizovao poslovne procese na globalnom nivou i postao digitalni pionir. Kako su digitalne tehnologije postale globalni fenomen, turizam je bio dosledan ranom usvajanju novih, savremenih tehnologija i platformi. S tim u vezi, neminovno je da je digitalizacija imala veliki uticaj na turističko poslovanje i postala ključni element konkurentnosti u ovom sektoru. Dakle, stalni napredak u razvoju digitalnih tehnologija izazvao je značajne transformacije i u ponašanju turista, što je dovelo do turista koji je informisan, osnažen i želi da stekne personalizovanija i bolje dizajnirana iskustva (Buhalis & Foerste, 2015; Buhalis & Lav, 2008; Gretzel et al., 2006). Navedeno implicira da sveprisutna evolucija digitalnih tehnologija, zapravo, znači da se turizam, destinacije, turisti i iskustva više ne mogu posmatrati na isti način kao ranije.

U navedenom kontekstu, digitalnu transformaciju možemo posmatrati kroz korišćenje mogućnosti digitalnih tehnologija u razvoju novih poslovnih modela. Naime, digitalna transformacija u turističkoj industriji podrazumijeva prilagođavanje savremenih rješenja svakodnevnim zadacima organizovanja putovanja – od izbora destinacije do rezervacije letova i drugih vidova prevoza, kao i hotela ili generisanja ponuda koje su maksimalno prilagođene klijentima, kao i obavljanje virtuelnih obilazaka prije nego što se zaista izabere destinacija (Stratoflow, 2022). S tim u vezi, ovaj rad inicijalno nastoji da sagleda upotrebu savremenih tehnologija u poslovanju turističkih preduzeća, odnosno da ukaže na nivo prodora digitalnih

tehnologija u crnogorski turizam kroz digitalnu transformaciju i tako otkrije nivo digitalne zrelosti turističkih preduzeća.

Razvoj modela digitalne zrelosti tradicionalno je povezan sa sve većim prisustvom tehnologije u poslovnom okruženju. Model digitalne zrelosti, stoga, ima veoma pragmatičan cilj da dijagnostifikuje nivo napretka preduzeća u vezi sa upotrebom tehnologije i na osnovu dobijenih zaključaka pronađe načine za poboljšanje njegovog poslovanja i učinka. Drugim riječima, digitalni model zrelosti ima svrhu da procijeni digitalnu transformaciju preduzeća. Otuda se istraživanjem primarno nastoji sagledati digitalna zrelost kao determinata razvoja pametnog turizma (*smart tourism*), čime bi se aktivnosti turističkih preduzeća usmjerile u skladu sa vodećim trendovima privredno najrazvijenijih, a turistički orijentisanih zemalja. Naime, koncept pametnog turizma se u velikoj mjeri oslanja na način na koji se prihvata digitalizacija kako bi se transformisale i poboljšale usluge koje se pružaju turistima. Pametni turizam se, stoga, ne odnosi samo na tehnologiju koju koristi, već i na to kako je tehnologija integrisana u poslovni model turističkih preduzeća i kako ovu integraciju podržavaju njihovi glavni akteri – turistička preduzeća i turisti (Fux et al., 2020).

Pametni turizam predstavlja konvergenciju digitalnih tehnologija i turizma i označava transformaciju turizma kroz tehnologiju (Lee et al., 2020). Naime, očekuje se da će digitalizacija nastaviti da pokreće iskustvo putovanja na svojoj putanji ka tome da postane neprimjetnije, sa visokim stepenom kvaliteta i satisfakcije i na način koji doprinosi ciljevima održivog razvoja. U tom smislu, da bi obezbijedila razvoj zelenog turizma, Crna Gora treba da poboljša turističke proizvode u pametnom i inovativnom pravcu kako bi pružila visokokvalitetne i ekskluzivne usluge, njegujući svoju jedinstvenost u različitim aspektima.

Ovakva realnost nameće potrebu za kontinuiranim istraživanjem u datoj oblasti, kako bi se u potpunosti razumjeli međuzavisni efekti niza faktora koji utiču na digitalnu transformaciju turističkih preduzeća, ali i kako bi nosioci turističke ponude na pravi način odgovorili promjenama koje se dešavaju u pogledu djelovanja svakog od njih. Nejasno je u kojoj mjeri turistička preduzeća primjenjuju koncept digitalizacije i koliko su uopšte otvorena za digitalnu transformaciju, sa ciljem usvajanja novih znanja i transfera ideja i tehnologija neophodnih za razvoj pametnih rješenja. Drugim riječima, nejasno je koliki je stepen digitalne zrelosti turističkih preduzeća. Osim toga, nedostaje istraživanja koja analiziraju u kojoj mjeri crnogorska preduzeća u sektoru turizma ulažu u održive turističke aktivnosti i koliko su orijentisana ka razvoju zelenog turizma, zasnovanog na pametnim rješenjima. Takođe, u Crnoj Gori nema istraživanja koja navedenu tematiku posmatraju kroz prizmu nosilaca turističke ponude sa jedne strane i turista sa druge, čime bi se omogućila integralna multikonktext analiza.

Imajući u vidu uočeni istraživački jaz (gap) i nadovezujući se na prethodne studije, ovaj rad obrađuje temu digitalne transformacije u turizmu, odnosno pametni turizam kao rezultat digitalne tranzicije turističkih preduzeća u Crnoj Gori i njegovu povezanost sa zelenim turizmom. Polazeći od navedenog istraživačkog jaza, u fokusu ovog rada biće pronalazak odgovora na nekoliko ključnih pitanja: (1) Da li postoje i kakve su veze između uticajnih faktora upotrebe digitalnih tehnologija u turizmu? (2) Da li turistička preduzeća u Crnoj Gori digitalnu transformaciju prepoznaju kao način prilagođavanja savremenim uslovima poslovanja i da li je uspješno koriste za jačanje svoje konkurentske pozicije na tržištu? (3) Koje su najvažnije barijere sa kojima se turistička preduzeća u Crnoj Gori suočavaju u procesu digitalne transformacije? (4) Koliki je stepen digitalne zrelosti turističkih preduzeća u Crnoj Gori? (5) Kakva je korelacija digitalne zrelosti sa razvojem pametnog i zelenog turizma? (6) Kakav je odnos turističkih preduzeća prema razvoju smart turizma? (7) U kojoj mjeri se turisti oslanjaju

na digitalnu tehnologiju prilikom odabira/posjete određene (zelene) turističke destinacije? (8)
Da li postoji jaz u korišćenju digitalnih tehnologija od strane turista i turističkih preduzeća?
Dobijeni podaci će donosiocima odluka, menadžerima, ali i kreatorima turističkih politika, dati jasne smjernice u pogledu koraka koje je potrebno preduzeti prvenstveno na mikro, ali i makro nivou, sa ciljem stvaranja povoljnog okruženja za digitalnu transformaciju i razvoj pametnog turizma, a time i jačanja konkurentnosti Crne Gore kao turističke destinacije.

B2. Cilj i hipoteze

Polazeći od rezultata dosadašnjih istraživanja iz oblasti turizma i digitalnog poslovanja, kao i uočenog istraživačkog jaza, definisani su osnovni ciljevi ovog istraživanja:

- utvrditi koje dimenzije i u kojoj mjeri određuju digitalnu zrelost turističkih preduzeća;
- utvrditi koje determinante oblikuju stepen razvoja digitalne zrelosti, kao uslova razvoja pametnog turizma;
- istražiti stavove i percepciju nosilaca turističke ponude vezano za upotrebu digitalnih tehnologija u turizmu, te koncepte pametnog i zelenog turizma;
- istražiti koliko su nosioci turističke ponude u Crnoj Gori spremni da usvoje koncept pametnog turizma, kao rezultat digitalne zrelosti;
- istražiti da li i na koji način digitalna zrelost utiče na poslovanje turističkih preduzeća;
- analizirati na koji način digitalna zrelost turističkih preduzeća determiniše razvoj koncepta pametnog i zelenog turizma;
- istražiti da li digitalna zrelost ima medijacijsku ulogu u odnosu između zelenog turizma baziranog na pametnim rješenjima i poslovanja preduzeća;
- istražiti stavove i percepciju turista vezano za upotrebu digitalnih tehnologija i razvoj smart turizma u Crnoj Gori;
- ukazati na značaj uticaja zelenog turizma, baziranog na pametnim rješenjima, na ponašanje turista.

Polazeći od navedenih ciljeva istraživanja, uočenog istraživačkog jaza i literarne pozadine date u prethodnom dijelu, definisana su dva (2) istraživačka pitanja i šest (6) generičkih hipoteza, koje će biti testirane sprovođenjem empirijskog istraživanja.

IP1: Koje dimenzije određuju digitalnu zrelost turističkih preduzeća?

IP2: Koje su determinante digitalne zrelosti turističkih preduzeća?

H1: Digitalna zrelost pozitivno utiče na poslovanje turističkih preduzeća.

H2: Digitalna zrelost je u pozitivnoj korelaciji sa razvojem koncepta pametnog (smart) turizma.

H3: Pametni turizam ima pozitivan uticaj na ponašanje turista.

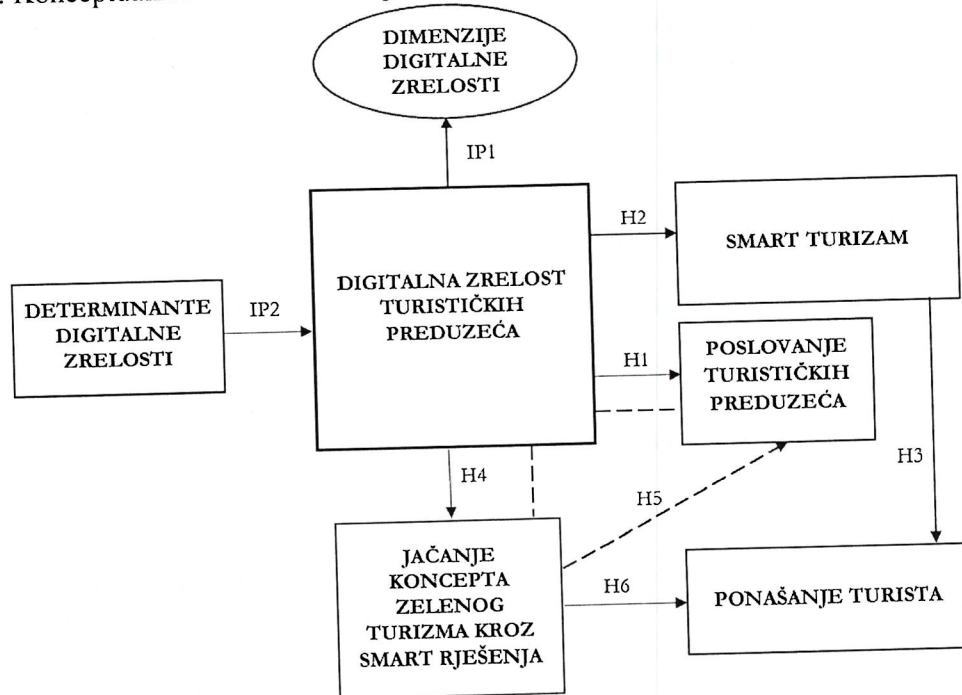
H4: Digitalna zrelost pozitivno utiče na razvoj zelenog turizma kroz pametna rješenja.

H5: Digitalna zrelost ima medijacijsku ulogu u odnosu između zelenog turizma baziranog na pametnim rješenjima i poslovanja preduzeća.

H6: Zeleni turizam, kroz pametna rješenja, pozitivno utiče na ponašanje turista.

Polazeći od definisanih istraživačkih pitanja i hipoteza, razvijen je konceptualni model istraživanja predstavljen grafikom 1.

Grafik 1: Konceptualni model istraživanja



Predloženi model zasnovan je inicijalno na analizi dimenzija koje određuju digitalnu zrelost turističkih preduzeća (IP1), u okviru čega će se posmatrati dvije grupe faktora: ljudski kapital i IT infrastruktura. Nakon dobijanja odgovora na prvo istraživačko pitanje, modelom se dalje želi dobiti odgovor i na pitanje koje su ključne determinante digitalne zrelosti turističkih preduzeća u Crnoj Gori (IP2). Svaka od dimenzija, kao i determinanti digitalne zrelosti biće analizirana grupom varijabli, odnosno mjerena grupom indikatora koji, radi jednostavnosti prikaza, nisu predstavljeni na grafiku. Nadalje, dati konceptualni model zasnovan je na pretpostavci da digitalna zrelost pozitivno utiče na poslovanje turističkih preduzeća (H1). U kontekstu testiranja ove hipoteze, odnosno poslovanja turističkog preduzeća baziranog na digitalizaciji, kao najvažnije varijable izdvajaju se profitabilnost, prodaja, popunjenost kapaciteta, rast produktivnosti, smanjenje troškova i optimizacija poslovnih procesa, koje će i biti u fokusu analize. Nakon zaokruživanja ovog dijela analize, model dalje pretpostavlja da je digitalna zrelost turističkih preduzeća u pozitivnoj korelaciji sa razvojem koncepta pametnog (smart) turizma (H2), te da pametni turizam ima pozitivan uticaj na ponašanje turista (H3). Sa druge strane, uzimajući u obzir vezu pametnog i zelenog turizma, model dalje pretpostavlja da digitalna zrelost pozitivno utiče na razvoj zelenog turizma, kroz pametna rješenja (H4). Uz navedeno, a polazeći od uloge digitalizacije u turizmu, model pretpostavlja i da digitalna zrelost ima medijacijsku ulogu u odnosu zelenog turizma baziranog na pametnim rješenjima i poslovanja preduzeća (H5), što čini dodatnu vrijednost istraživanja. U skladu sa navedenim, analiza će uključiti ključne faktore ekonomskog, ekološkog, društvenog i kulturnog aspekta zelenog turizma, zasnovanih na analizi uticaja pametnog turizma, odnosno digitalne transformacije. Na kraju, modelom je pretpostavljeno da zeleni turizam, kroz pametna rješenja, pozitivno utiče na ponašanje turista (H6).

U svrhu ocjene definisanog konceptualnog modela, odnosno dolaženja do odgovora na postavljena istraživačka pitanja i testiranja definisanih hipoteza, biće prikupljeni primarni podaci kroz sprovođenje dva anketna istraživanja, dok će prikupljeni podaci biti analizirani korišćenjem naprednih statističkih alata, a što je detaljnije objašnjeno u nastavku ovog dokumenta.

B3. Metode i plan istraživanja

U pripremi doktorske disertacije koristiće se metodologija koja integralno uključuje kvalitativno i kvantitativno prikupljanje i analizu podataka. Ovdje naglašavamo da će proces izrade disertacije, pored samostalnog empirijskog istraživanja, biti pažljivo koordiniran i sa ključnim turističkim akterima i zainteresovanim stranama u Crnoj Gori (Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma, Nacionalna turistička organizacija - NTO, lokalne turističke organizacije, turistička preduzeća, Privredna komora, Udruženje hotela Crne Gore, Uprava prihoda i carina, itd), sa ciljem postizanja što većeg nivoa kvaliteta.

Polazeći od utvrđenih ciljeva istraživanja i definisanih hipoteza, doktorska disertacija obuhvatiće dva dijela – teorijsko i empirijsko istraživanje. Teorijski dio disertacije biće zasnovan na postojećem znanju iz ove oblasti, koristeći relevantne knjige, naučne članke i druge publikacije, odnosno sekundarne podatke dostupne u bazama podataka kao što su Web of Science, Science Direct, Google Scholar i EBSCO. U ovom dijelu disertacije, izrada teorijskog istraživanja obuhvatiće: (1) pregled literature i (2) kvantitativnu analizu postojećeg korpusa znanja korišćenjem bibliometrijske analize. Bibliometrijska analiza će se vršiti korišćenjem softvera za kvalitativnu analizu podataka (VosViewer/QDA Miner/R). Na osnovu zaključaka koji proizilaze iz postojeće literature u ovoj oblasti, koristeći deskriptivnu metodu, metode analize i sinteze, kao i analizu sadržaja, biće razvijena osnova za razvoj konceptualnog modela empirijskog istraživanja.

U drugom dijelu doktorske disertacije, a u svrhu ocjene definisanog konceptualnog modela, odnosno dolaženja do odgovora na postavljena istraživačka pitanja i testiranja definisanih hipoteza, biće sprovedeno dvostruko empirijsko istraživanje. Naime, ovim istraživanjima biće obuhvaćeni: (1) nosioci turističke ponude (turistička preduzeća) u Crnoj Gori, kao i (2) turisti. Za potrebe prikupljanja primarnih podataka biće sastavljena dva upitnika, koji će sadržati kombinaciju otvorenih i zatvorenih pitanja, kao i Likertovu skalu, koja je validirano sredstvo za mjerenje stavova ispitanika. Upitnici će biti sastavljeni na bazi referentnih upitnika iz predmetne oblasti, a jedan dio pitanja biće osmišljen od strane autora. Pritom, pojedina pitanja u upitnicima biće zajednička, što će omogućiti analizu kroz dva aspekta posmatranja (turističko preduzeće vs turisti). Prvi upitnik, koji će biti usmjeren na nosioce turističke ponude (turistička preduzeća), inicijalno će biti sastavljen iz pet (5) djelova. Pitanja iz prvog dijela odnosiće se na opšte informacije o anketiranim preduzećima. Drugi dio upitnika biće usmjeren na analizu ključnih dimenzija koje određuju digitalnu zrelost turističkih preduzeća, gdje će se posmatrati dvije grupe faktora: ljudski kapital i IT infrastruktura. Ovaj dio upitnika biće prilagođen na osnovu istraživanja (Carlisle et al., 2021; Dredge et al., 2019), u kojima je potvrđeno da se kao važne dimenzije digitalne zrelosti turističkih preduzeća izdvajaju kvalitet IT infrastrukture, zastupljenost digitalizacije u okviru poslovnih strategija turističkih preduzeća, nivo poznavanja digitalnih vještina od strane menadžera i zaposlenih, nivo digitalizacije poslovanja i sl. Treći dio upitnika biće usmjeren na analizu ključnih determinanti digitalne zrelosti turističkih preduzeća u Crnoj Gori. U tom smislu, biće analizirane determinante poput veličine preduzeća (hotela), pripadnosti hotelskoj grupaciji (lancu), kategorizacije, godine osnivanja, budžeta

opredijeljenog za digitalizaciju, profitabilnosti i sl. Četvrti dio upitnika obuhvatiće pitanja kojima se analizira uticaj digitalne zrelosti na poslovanje turističkih preduzeća, odnosno testiranje hipoteze H1. U tom smislu, kao najvažnije varijable analiziraće se profitabilnost, prodaja, popunjenost kapaciteta, rast produktivnosti, smanjenje troškova i optimizacija poslovnih procesa turističkih preduzeća. Peti dio upitnika koristiće se za analizu uticaja digitalne zrelosti na razvoj pametnog i zelenog turizma (H2 i H4 respektivno), kao i za testiranje medijacijske uloge digitalne zrelosti u odnosu između zelenog turizma baziranog na pametnim rješenjima i poslovanja preduzeća (H5). U tom smislu koristiće se lista varijabli razvijena od strane Saseanu i sar (2020), kao i jedan broj pitanja kreiran od strane autora. Sa druge strane, biće kreiran poseban upitnik za ocjenu digitalne zrelosti kroz prizmu stavova i percepcija turista, odnosno za procjenu uticaja pametnog i zelenog turizma, zasnovanog na pametnim rješenjima, na ponašanje turista, što će poslužiti za testiranje treće i šeste hipoteze (H3 i H6 respektivno). Pitanja iz prvog dijela upitnika odnosiće se na opšte informacije o anketiranim turistima. Kreiranje upitnika u dijelu koji se odnosi na stavove i percepcije turista biće prilagođeno na osnovu istraživanja Amadeus (2021) i Deloitte (2018), dok će jedan broj pitanja biti kreiran od strane autora. Segment upitnika koji se odnosi na procjenu uticaja pametnog i zelenog turizma na ponašanje turista biće prilagođen istraživanjima Jeong & Shin (2020), kao i Pai i sar. (2020), u kojima su analizirana iskustva turista sa tehnologijom pametnog i zelenog turizma, njihovo ponašanje i zadovoljstvo.

Nakon kreiranja upitnika, istraživanje nosilaca turističke ponude će biti sprovedeno elektronskim putem, slanjem upitnika kroz bazu korporativnih mejlova Privredne komore Crne Gore, sa čijim predstavnicima je već dogovoren ovakav vid podrške realizaciji empirijskog dijela istraživanja. Takođe, kroz uspostavljenu komunikaciju sa predstavnicima resornog ministarstva, NTO-a, kao i lokalnih turističkih organizacija, obezbijediće se dodatna podrška prikupljanju podataka. Preduzeća koja će biti uključena u istraživanje biće odabrana metodom stratifikovanog slučajnog uzorkovanja, gdje se kriterijum za određivanje stratumu odnosi na njihovu pripadnost sektoru turizma. Otuda se, stratifikovani slučajni uzorak može smatrati reprezentativnim. Imajući u vidu broj privrednih subjekata u sektoru turizma u Crnoj Gori, u okviru empirijskog istraživanja planirano je anketiranje najmanje njih 100, dok će ispitanici kojima je upitnik namijenjen biti zaposleni na rukovodećim pozicijama u preduzećima obuhvaćenim istraživanjem. Sličan plan se odnosi i na istraživanje stavova i percepcija turista, gdje se očekuje podrška NTO, lokalnih turističkih organizacija, turističkih agencija, Udruženja hotela Crne Gore, kao i drugih turističkih provajdera. Planirano je da se anketira najmanje 300 turista. Podaci od turista biće prikupljeni u toku predstojeće zimske sezone, te tokom ljetnje sezone 2023. godine, čime se očekuje visoka reprezentativnost uzorka i pouzdanost dobijenih odgovora.

Analiza empirijskih podataka biće sprovedena korišćenjem softverskog paketa dizajniranog za istraživanja u društvenim naukama – SPSS. U ovom dijelu rada biće dominantno zastupljen kvantitativni pristup, a podaci će biti analizirani korišćenjem Modela strukturnih jednačina (SEM), ANOVA testa i metodama deskriptivne statistike. SEM, kao kombinacija faktorske analize i analize višestruke regresije, koristi se za procjenu i mjerenje odnosa između mjerljivih i latentnih varijabli (faktora) u istraživanju. U okviru ove statističke analize mogu se razlikovati dvije vrste varijabli – endogene i egzogene. Varijable predstavljene u konceptualnom modelu istraživanja koje čine glavne latentne varijable tj. faktore su zapravo endogene varijable i biće ocjenjivane korišćenjem skupa indikatora, kao što je već objašnjeno. Slično važi i za egzogene varijable, poput kvaliteta IT infrastrukture. Primjenom SEM-a biće moguće procijeniti relativnu snagu uticaja spoljašnjih i unutrašnjih faktora i da li je njihov uticaj na razvoj pametnog turizma pozitivan ili negativan. Sa druge strane, primjena ANOVA

testa će omogućiti dobijanje dodatnih informacija koje mogu biti važne za detaljnije razumijevanje ishoda testiranja definisanih hipoteza, i uopšte rezultata dobijenih SEM modelom. Preciznije, ova statistička analiza će biti korišćena sa ciljem utvrđivanja da li postoji značajna razlika u stepenu digitalne zrelosti i primjeni koncepta pametnog turizma u zavisnosti od toga da li preduzeće spada u kategoriju malog, srednjeg ili velikog preduzeća. Dakle, kao kontrolna varijabla u ovoj analizi koristiće se veličina preduzeća i testiraće se da li preduzeća koja pripadaju kategoriji mikro i malih preduzeća primjenjuju digitalne tehnologije u različitoj (većoj ili manjoj) mjeri, u odnosu na preduzeća veće veličine. Drugim riječima, ova statistička analiza će omogućiti testiranje postojanja razlika između preduzeća različite veličine u pogledu stepena u kome usvajaju koncept pametnog turizma, imajući u vidu razlike u intenzitetu i obliku upotrebe digitalnih tehnologija.

Pored prethodno navedenih kvantitativnih metoda, u radu će se primjenjivati i metoda deskriptivne statistike, koja omogućava potpuniju i detaljniju interpretaciju dobijenih rezultata, kao i olakšano izvlačenje zaključaka.

B4. Naučni doprinos

Ova disertacija će pružiti višestruki naučni doprinos postojećoj literaturi iz oblasti turizma, posmatrano sa nekoliko aspekata.

- Disertacija će doprinijeti boljem razumijevanju načina na koji je moguće međusobno uskladiti djelovanje niza faktora, koji determinišu digitalnu zrelost i razvoj pametnog i zelenog turizma. Ovo je naročito važno kada se ima u vidu da faktori obuhvaćeni istraživanjem ne utiču na aktivnosti digitalne transformacije i zrelost turističkih preduzeća naizmjenično, već istovremeno, a da je dosadašnja literatura iz ove oblasti istraživala značaj pojedinih faktora, ali bez adekvatne analize načina na koji njihov simultani uticaj definiše digitalnu zrelost, pametni i zeleni turizam. Navedeni doprinos još više dobija na značaju ako se ima u vidu da će disertacija, pored empirijskog istraživanja nosilaca turističke ponude, uključiti i stavove i percepcije turista, čime će se omogućiti unakrsna, integralna i multikonktext analiza navedene problematike.
- Disertacija će dati značajan teorijski doprinos domaćoj literaturi iz oblasti turizma, kroz istraživanje ključnih faktora koji podstiču razvoj pametnog turizma, ali i najvažnijih barijera koje ometaju te napore. Disertacija će, dakle, omogućiti bolje razumijevanje koliko su nosioci turističke ponude u Crnoj Gori spremni da usvoje koncept pametnog turizma, kao rezultat digitalne zrelosti, kao i koncept zelenog turizma zasnovanog na primjeni pametnih rješenja. Značaj ovog doprinosa ogleda se u činjenici da su istraživanja iz navedene oblasti oskudna čak i u razvijenim zemljama, a naročito u zemljama u razvoju.
- Istraživanje obuhvaćeno disertacijom će doprinijeti prevazilaženju literarnog jaza koji je uočljiv u inostranoj, a naročito u domaćoj literaturi, a koji se odnosi na mali broj istraživanja usmjerenih na analizu uticaja digitalne transformacije kao determinante razvoja pametnog i zelenog turizma. Prethodno navedeno je posebno važno u kontekstu činjenice da je literatura iz ove oblasti, koja se odnosi na Crnu Goru i zemlje regiona, veoma oskudna i uglavnom je usmjerena na analizu aktuelnog stanja u pogledu postojećih kapaciteta za digitalnu transformaciju i do sada realizovanih aktivnosti turističkih preduzeća, ali bez detaljnijeg uvida u faktore koji prethodno navedeno zapravo determinišu. Sa druge strane, pomenute zemlje uglavnom karakteriše relativno mali obim tržišta i nedovoljna razvijenost turizma, kao i činjenica da su bile suočene sa nizom posledica koje je proces tranzicije uslovio, a što se posebno ogleda u nedovoljnoj

razvijenosti pametnog i zelenog turizma. Otuda je upitno da li se u takvim uslovima privređivanja mogu primijeniti rezultati istraživanja sprovedenih u razvijenim i ne-tranzicionim zemljama, zbog čega ovaj aspekt očekivanog naučnog doprinosa disertacije naročito dobija na važnosti.

- U okviru disertacije biće predložen model razvoja pametnog turizma, zasnovan na setu naučno-utemeljenih smjernica i empirijskom istraživanju, čija bi implementacija omogućila rast digitalne zrelosti turističkog sektora, a posredno i rast konkurentnosti crnogorske ekonomije. Naime, imajući u vidu da turistička preduzeća iz Crne Gore i većine drugih zemalja regiona karakteriše nizak stepen digitalne zrelosti, jačanje njihovih digitalnih i inovativnih kapaciteta je jedan od primarnih ciljeva i pretpostavki koje moraju biti ispunjene, kako bi se ojačale njihove poslovne performanse i konkurentnost. To je moguće postići, prije svega, aktivnostima koje se temelje na informacijama dobijenim kroz naučno istraživanje i razumijevanje determinanti digitalne zrelosti i nivoa razvoja pametnog turizma, a što je u fokusu ove disertacije. Stoga se očekuje da će predloženi model biti pogodan za primjenu ne samo u Crnoj Gori, već i u drugim zemljama u razvoju, koje se suočavaju sa izazovom nedovoljne razvijenosti turističkog sektora, zasnovanog na upotrebi savremenih tehnologija i praćenju aktuelnih trendova.
- Na kraju, očekuje se da će disertacija stvoriti dobru polaznu osnovu za dalja istraživanja na ovu temu u Crnoj Gori i zemljama u okruženju.

Očekivani praktični doprinos disertacije je, takođe, višestruk.

- Prvo, kroz analizu uticaja digitalne transformacije na nivo razvoja pametnog turizma, te procjenu digitalne zrelosti turističkih preduzeća u Crnoj Gori, biće utvrđeno koliko su ova preduzeća sposobna da se prilagode savremenim promjenama tržišta i na koji način menadžeri u turizmu, ali i kreatori turističke, ekonomske i drugih politika mogu unaprijediti ovaj proces.
- Drugo, na osnovu rezultata istraživanja biće utvrđeno koliko uspješno menadžment turističkih preduzeća upravlja unutrašnjim determinantama digitalne transformacije i zrelosti, te koje od njih je potrebno dodatno razvijati i osnažiti, kako bi se osigurao adekvatan nivo razvoja pametnog i zelenog turizma.
- Treće, ocjenom uticaja digitalne transformacije na razvoj pametnog turizma, biće pružen uvid u to da li je glavni uzrok nedovoljne razvijenosti digitalne zrelosti i pametnog turizma, nedovoljan potencijal za razvoj digitalnih inovativnih rješenja od strane turističkih preduzeća, ili neadekvatna tržišna realizacija kreiranih rješenja tj. njihova slaba usklađenost sa zahtjevima turista, odnosno tržišta.
- Četvrto, na osnovu analize glavnih determinanti digitalne zrelosti i razvoja pametnog i zelenog turizma, biće kreirane preporuke za menadžere i za kreatore turističke politike, kako bi se omogućilo unapređenje stanja u navedenim oblastima. Sa konkretnim preporukama i mjerama za digitalnu transformaciju na svim nivoima, uključujući nacionalni nivo (resorno ministarstvo i NTO), nivo destinacije i turističku ponudu, ova disertacija će predstavljati dobru osnovu za dalje kreiranje strateškog razvojnog okvira digitalne transformacije i snažnijeg razvoja pametnog i zelenog turizma u Crnoj Gori.
- Konačno, kroz analizu stepena razvoja pametnog turizma, kao rezultata digitalne i zelene tranzicije, biće poznato da li digitalna zrelost ima medijacijsku ulogu u odnosu između zelenog turizma baziranog na pametnim rješenjima i poslovanja preduzeća.

Na osnovu svega navedenog, ovaj rad će rezultirati konkretnim preporukama upućenim kako menadžerima turističkih preduzeća, tako i kreatorima turističke politike, u pogledu mjera koje

je potrebno preduzeti sa ciljem razvoja pametnog turizma i jačanja konkurentnosti Crne Gore kao pametne destinacije, zasnovane na osnaživanju digitalne zrelosti pojedinačnih turističkih preduzeća, te promociji koncepta zelenog turizma i održivosti.

B5. Finansijska i organizaciona izvodljivost istraživanja

Finansijski i organizaciono, istraživanje je optimalno programirano. Prethodno navedeno upućuje da izrada ove doktorske disertacije ne iziskuje značajna finansijska sredstva i moguće ga je sprovesti u skladu sa postavljenim vremenskim okvirom. Komisija je mišljenja da Fakultet za turizam i hotelijerstvo Kotor može obezbijediti organizacione uslove za realizaciju istraživanja, neophodnog za izradu ove doktorske disertacije.

Mišljenje i prijedlog komisije

Prema mišljenju Komisije, doktorska disertacija kandidata mr Marice Melović, čiji je naslov „Digitalna transformacija u funkciji razvoja pametnog i zelenog turizma: empirijska analiza uticaja na poslovanje turističkih preduzeća i ponašanje turista“, predstavlja originalan i vrijedan naučno istraživački poduhvat.

Predloženi sadržaj, metode i izabrana istraživačka strategija su naučno utemeljeni i inovativni, te kao takvi iziskuju pažnju naučne i profesionalne zajednice, uz očekivanje konkretnih, relevantnih i korisnih rezultata u teorijskom i praktičnom smislu.

Kandidat je zadovoljio sve neophodne kriterijume i uspješno odbranio polazna istraživanja.

Komisija jednoglasno predlaže da se prihvati prijedlog doktorske disertacije mr Marice Melović pod naslovom „Digitalna transformacija u funkciji razvoja pametnog i zelenog turizma: empirijska analiza uticaja na poslovanje turističkih preduzeća i ponašanje turista“ i odobri dalji rad na njoj.

Prijedlog izmjene naslova

/

Prijedlog promjene mentora i/ili imenovanje drugog mentora

/

Planirana odbrana doktorske disertacije

Ljetnji semestar, 2024. godine

Izdvojeno mišljenje

/


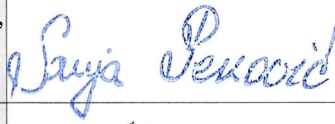


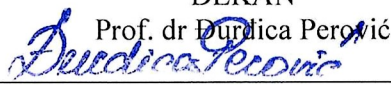
Napomena

/

ZAKLJUČAK

Predložena tema po svom sadržaju odgovara nivou doktorskih studija.	DA	NE
Tema je originalan naučno-istraživački rad koji odgovara međunarodnim kriterijumima kvaliteta disertacije.	DA	NE
Kandidat može na osnovu sopstvenog akademskog kvaliteta i stečenog znanja da uz adekvatno mentorsko vođenje realizuje postavljeni cilj i dokaže hipoteze.	DA	NE

Komisija za ocjenu podobnosti teme i kandidata

Doc. dr Ilija Moric, Fakultet za turizam i hotelijerstvo Kotor, Univerzitet Crne Gore, Crna Gora (Titula, ime i prezime, ustanova i država predsjednika komisije)	
Prof. dr Sanja Peković, Fakultet za turizam i hotelijerstvo Kotor, Univerzitet Crne Gore, Crna Gora (Titula, ime i prezime, ustanova i država člana mentora)	
Prof. dr Neven Šerić, Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, Hrvatska (Titula, ime i prezime, ustanova i država člana komisije)	
U Kotoru, 23.12.2022.	 <p>DEKAN Prof. dr Đurđica Perović</p> 

PRILOG

PITANJA KOMISIJE ZA OCJENU PODOBNOSTI DOKTORSKE TEZE I KANDIDATA	
Prof. dr Sanja Peković	<ol style="list-style-type: none"> Da li očekujete da će zaključci do kojih dođete u toku izrade disertacije biti relativno jednako pogodni za turistička preduzeća u različitim regionima u Crnoj Gori? Da li postoje neka ograničenja koja se eventualno mogu javiti, prvenstveno u domenu sprovođenja empirijskog istraživanja?
Prof. dr Neven Šerić	<ol style="list-style-type: none"> Što bi po Vašem mišljenju bile pozitivne reperkusije implementacije koncepta <i>smart & green</i> turizma za turističke subjekte u Crnoj Gori?
Doc. dr Ilija Moric	<ol style="list-style-type: none"> Značajan je broj različitih dimenzija koje određuju digitalnu zrelost turističkih preduzeća. Prema Vašem mišljenju, zbog čega se smatra da su ljudski kapital i IT infrastruktura među najvažnijim? Koje prednosti bi, prema Vašem mišljenju, turistička preduzeća koja su digitalno zrela mogla ostvariti u odnosu na ona manje zrelija u digitalnom smislu?
PITANJA PUBLIKE DATA U PISANOJ FORMI	
(Ime i prezime)	/
	/
	/
	/
	/
ZNAČAJNI KOMENTARI	
	/

