

## ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

## ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ

Презиме, име једног родитеља и име	Милица, Бранислав, Јовановић Вујатовић
Датум и место рођења	10.03.1990. године, Ниш

## Основне студије

Универзитет	Универзитет у Нишу
Факултет	Економски факултет
Студијски програм	Финансије, банкарство и осигурање
Звање	Дипломирани економиста
Година уписа	2009.
Година завршетка	2013.
Просечна оцена	9,92

## Мајстер студије, магистарске студије

Универзитет	Универзитет у Нишу
Факултет	Економски факултет
Студијски програм	Менаџмент предузећа
Звање	Мајстер економиста
Година уписа	2021.
Година завршетка	2023.
Просечна оцена	10,00
Научна област	Економија
Наслов завршног рада	Контрола ефикасности стратегије интелектуалног капитала предузећа

## Докторске студије

Универзитет	Универзитет у Нишу
Факултет	Економски факултет
Студијски програм	Пословно управљање
Година уписа	2015.
Остварен број ЕСПБ бодова	120
Просечна оцена	10,00

## НАСЛОВ ТЕМЕ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Наслов теме докторске дисертације	Утицај вредности марке као интелектуалне имовине на пословне перформансе предузећа
Име и презиме ментора, звање	Бојан Крстић, редовни професор
Број и датум добијања сагласности за тему докторске дисертације	НСВ број 8/18-01-004/21-012 15.04.2021. године

## ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Број страна	299 (239 нумерисано)
Број поглавља	4 (четири)
Број слика (шема, графика)	59 (педесет девет)
Број табела	Укупно 47 = 22 (у тексту) + 25 (у прилозима)
Број прилога	1 (један)

**ПРИКАЗ НАУЧНИХ И СТРУЧНИХ РАДОВА КАНДИДАТА  
који садрже резултате истраживања у оквиру докторске дисертације**

Р. бр.	Аутор-и, наслов, часопис, година, број волумена, странице	Категорија
1	<p><b>Jovanović, M., Krstić, B., &amp; Milanović, S. (2020).</b> The impact of brand value on market performance indicators of high-technology enterprises. <i>Facta Universitatis, Series: Economics and Organization</i>, 17(4), 317-328. <a href="https://doi.org/10.22190/FUEO200612023J">https://doi.org/10.22190/FUEO200612023J</a></p> <p><i>Вредност брэнда (марке) се посматра као важна нематеријална имовина предузећа чији је утицај на тржишне перформансе неопходно сагледати. Ово указује на важност управљања брэндом (марком) као имовином и улагања у креирање препознатљивог брэнда. Рад анализира утицај вредности брэнда, примењујући Интербрэнд методологију, на изабране индикаторе тржишне вредности: тржишну капитализацију, Тобиново Q, рачно тржишне и књиговодствене вредности, нето добит по акцији. Доказује се позитиван утицај вредности брэнда на тржишну вредност на примеру високотехнолошких предузећа у деветогодишњем периоду. Реч је о предузећима са највреднијим брэндовима према Интербрэнд методологији.</i></p>	M52
2	<p><b>Jovanović, M., Petrović, B., &amp; Janjić, I. (2021).</b> Key determinants of sustainable intellectual capital of enterprises. <i>Economics of sustainable development</i>, 5(1), 13-22. DOI: 10.5937/ESD2101013J</p> <p><i>Одрживи интелектуални капитал представља кључну детерминанту одрживих пословних перформанси предузећа. У ери економије знања постаје предуслов стицања одрживе конкурентске предности предузећа. Реч је о интелектуалном капиталу чији је основни сегмент знање усмерено на решавање питања заштите животне средине. Ова интелектуална (нематеријална) имовина предузећа укључује и такозване зелене иновације које доприносе одрживости пословања предузећа. Концепт одрживог интелектуалног капитала уско је повезан са стратегијом корпоративне друштвене одговорности, а истиче се и концепт зеленог интелектуалног капитала. Рад приказује основне карактеристике новог приступа интелектуалном капиталу и расветљава битне елементе концепта одрживог интелектуалног капитала односно концепта зеленог интелектуалног капитала. Указује се на значај елемената ове нематеријалне имовине за пословне перформансе предузећа.</i></p>	M53
3	<p><b>Ognjanović, J., Krstić, B., Rađenović, T., &amp; Jovanović Vujatović, M. (2022).</b> Intellectual Capital Efficiency as the Determining factor of Sustaining Profitability in The Covid-19 Pandemic Conditions: Does the Age of The Enterprise Matter in the Hotel Industry? <i>Annals of Spiru Haret University. Economic Series</i>, 22(4), 83-104. DOI: <a href="https://doi.org/10.26458/2244">https://doi.org/10.26458/2244</a></p> <p><i>Интелектуални капитал постаје примарни фактор развоја и конкурентности предузећа. Овај рад указује да ефикасност интелектуалног капитала доприноси рентабилности предузећа у условима кризе изазване Ковид-19 пандемијом. Показује се да предузећа која ефикасно управљају интелектуалном (нематеријалном) имовином се лакше суочавају са кризним ситуацијама и остварују профит и у условима кризе. Кључни циљ рада је да истажи значај нематеријалних (интелектуалних) ресурса за побољшање пословних перформанси, а пре свега рентабилности. Посебно се анализира утицај појединачних сегмената интелектуалног капитала и њихове ефикасне употребе на перформансе предузећа – ефикасност хуманог и ефикасност структурног интелектуалног капитала предузећа.</i></p>	M23
4	<p><b>Rađenović, T., Krstić, B., Janjić, I., &amp; Jovanović Vujatović, M. (2023).</b> The effects of R&amp;D performance on the profitability of highly innovative companies, <i>Strategic Management</i>, 28(3), 34-45. DOI: <a href="https://doi.org/10.5937/StraMan2200034R">https://doi.org/10.5937/StraMan2200034R</a></p> <p><i>У савременим условима, нематеријална улагања (нематеријална, интелектуална имовина) имају доминантан утицај на пословне перформансе предузећа. Имајући у виду да је истраживање и развој предуслов раста и развоја предузећа, као и да је ефикасност улагања у истраживање и развој кључна детерминанта економске одговорности, у раду се испитују ефекти различитих индикатора активности истраживања и развоја (што је предуслов стварања интелектуалне имовине у предузећу) на рентабилност. Услед тога, испитани су ефекти улагања у истраживање и развој, интензитет истраживања и развоја и принос на капитал за истраживање и развој на рентабилност високоиновативних компанија. Резултати регресионе и кластер анализе показују да сва три индикатора истраживачко-развојних активности имају позитиван и статистички значајан утицај на стопу приноса на укупну активу (ROA) у компанијама са високим улагањима у истраживање и развој. Потврђено је да су ефекти различитих индикатора активности истраживања и развоја већи у компанијама са већом интензивношћу улагања у истраживање и развој (односно која више улажу у интелектуалну имовину).</i></p>	M24
5	<p><b>Jovanović, M., Rađenović, T., &amp; Petrović, B. (2020).</b> Vrednovanje marke kao nematerijalne aktive preduzeća. <i>Naučne publikacije Državnog univerziteta u Novom Pazaru, Serija B: Društvene i humanističke nauke</i>, 3(1), 46-57. doi: 10.5937/NPDUNP2001046JM54</p> <p><i>Брэнд (марка) представља важну интелектуалну (нематеријалну) имовину предузећа. Марка је сегмент структурног и релационог интелектуалног капитала предузећа који утиче на вредност предузећа и финансијске перформансе предузећа. Због тога се јавља потреба за вредновањем ове нематеријалне имовине. Две су групе метода за вредновање марке: 1) методе утврђивања финансијске вредности брэнда (марке) и 2) методе које вредновање брэнда (марке) базирају на понашању потрошача. Прва група укључује приносну, тржишну и трошковну методу, док друга група обухвата директне и индиректне методе. Овај рад акцентира важност утврђивања вредности брэнда (марке) за савремена предузећа, посебно она са значајнијом разликом између тржишне и књиговодствене вредности.</i></p>	M54
6	<p><b>Jovanović Vujatović, M., Ognjanović, J., &amp; Popović, S. (2022).</b> The role of eco-innovation in sustainable intellectual capital of the company. <i>Economics of sustainable development</i>, 6(2), 43-51. DOI: 10.5937/ESD2202043J</p> <p><i>Због све већег утицаја пословања предузећа и примене нових технологија на животну средину, предузећа су под притиском да пронађу адекватне начине за уважавање проблема заштите животне средине. У овим активностима предузећа важну улогу имају еко-иновације које доприносе пословним перформансама предузећа, с једне стране, и јачању одрживог интелектуалног капитала предузећа, с друге стране. Креирајући и јачајући вредност одрживог интелектуалног капитала ствара се одржива конкурентска предност и већа ефикасност пословања. Циљ рада је да укаже на значај развоја одрживог интелектуалног капитала у савременим условима пословања, са аспекта</i></p>	M53

	остваривања супериорних пословних перформанси, као и да се сагледа позиција и улога еко-иновације у оквиру ове нематеријалне имовине предузећа.	
7	<p>Krstić, B., Bonić, Lj., Rađenović, T., &amp; Jovanović Vujatović, M., Ognjanović, J. (2023). Improving Profitability Measurement: Impact of Intellectual Capital Efficiency on Return on Total Employed Resources in Smart and Knowledge-Intensive Companies. <i>Sustainability</i> 2023, 15, 12076. DOI:10.3390/su151512076</p> <p>У раду се предлаже примена EIC методологије у циљу оцене ефикасности употребе интелектуалног капитала предузећа, а како би се сагледао утицај ове ефикасности на рентабилност предузећа. Указује се на неопходност нове формуле рентабилности, предлажу нова методолошка решења и истражује утицај индикатора ефикасности интелектуалног капитала на рентабилност предузећа, изражену преко традиционалне и нове, допуњене формуле, на примеру такзваних предузећа знања. Истраживање потврђује значај унапређења мерења рентабилности у економији знања, где постоји доминација нематеријалне имовине. Ово се остварује кроз допуну стопе рентабилности, уградњом вредности интелектуалних ресурса, који нису приказани у билансу стања, у именуоцу. Свеобухватно мерење укупног интелектуалног капитала, посебно његове неприказане (у билансу стања) компоненте, даје информације менаџменту за ефикасније управљање укупном имовином предузећа, а не само материјалном, приказаном у финансијским извештајима.</p>	M23

**НАПОМЕНА:** уколико је кандидат објавио више од 3 рада, додати нове редове у овај део документа

### ИСПУЊЕНОСТ УСЛОВА ЗА ОДБРАНУ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Кандидат испуњава услове за оцену и одбрану докторске дисертације који су предвиђени Законом о високом образовању, Статутом Универзитета и Статутом Факултета.

ДА    НЕ

Кандидаткиња Милица Јовановић Вујатовић испуњава све услове за оцену и одбрану докторске дисертације предвиђене Законом о високом образовању, Статутом Универзитета у Нишу и Статутом Економског факултета у Нишу. У складу са Стандардима и процедурама за обезбеђење квалитета у поступку уписа, организовања и завршетка докторских академских студија и израде и одбране завршног рада - докторске дисертације Економског факултета у Нишу, кандидаткиња је испунила све обавезе на докторским академским студијама, презентovala је резултате истраживања у вези са пријавом теме докторске дисертације кроз два докторантска колоквијума и пријавила тему докторске дисертације, за коју је добијена сагласност Научно-стручног већа за друштвено-хуманистичке науке (Одлука број 8/18-01-004/21-012 од 15.04.2021. године). Кандидаткиња је Факултету поднела захтев за одређивање Комисије за оцену и одбрану докторске дисертације, као и одговарајући број примерака урађене докторске дисертације. Кандидаткиња испуњава услове дефинисане Правилником о поступку припреме и условима за одбрану докторске дисертације Универзитета у Нишу. Као првопотписани аутор, кандидаткиња има научне радове повезане са садржајем докторске дисертације објављене у домаћим часописима са листе министарства надлежног за науку, укључујући и научни рад објављен у часопису који издаје Универзитет у Нишу.

### ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Кратак опис појединих делова дисертације (до 500 речи)

Докторска дисертација, поред увода, закључка, литературе и прилога, садржи четири поглавља.

Прво поглавље под насловом „Марка као део интелектуалне имовине предузећа“ фокусира се на теоријску интерпретацију марке као интелектуалног ресурса и имовине у циљу сагледавања утицаја ове имовине на перформансе предузећа. Акцент је на разумевању финансијског аспекта марке и марке као капитала. Разјашњен је однос марке и елемената интелектуалног капитала предузећа – хуманог, структурног и релационог и детерминисана позиција марке у структурном и релационом капиталу предузећа. Посебна пажња је посвећена концепту управљања марком као интелектуалном имовином предузећа.

Друго поглавље под насловом „Кључне детерминанте вредности марке“ усмерено је на теоријско разматрање концепта вредности марке и процеса креирања вредности марке уз разјашњавање кључних фаза овог процеса. Истражене су различите методе вредновања марке и то: 1) вредновање марке базирано на перцепцији и понашању потрошача и 2) утврђивање финансијске вредности марке, уз посебан теоријски осврт на изабране методологије вредновања марке и управљања марком. Посебно је акценат на критичком аспекту анализе доступних методологија вредновања марке, наглашавајући њихова ограничења у примени. На крају овог поглавља фокус је на извештавању о вредности марке као интелектуалном ресурсу предузећа.

Треће поглавље под насловом „Вредност марке и пословне перформансе предузећа – теоријски аспект“ даје преглед постојећих истраживања два аспекта односа марке и пословних перформанси предузећа – 1) однос марке и финансијских перформанси и 2) однос марке и нефинансијских перформанси предузећа. Најпре се приказан теоријски осврт на међузависност вредности марке, с једне стране, и резултата предузећа, различитих категорија ангажованог капитала, рентабилности, тржишних перформанси, перформанси вредности за власнике предузећа и индикатора политике исплате дивиденди, с друге стране, и указано је на важност трошкова истраживања и развоја и адвертајзинга за креирање вредности марке. На крају је пажња посвећена теоријској анализи односа марке, с једне стране, и сатисфакције потрошача, идентитета предузећа, имица предузећа и репутације предузећа, с друге стране.

Четврто поглавље под насловом „Методологија и резултати емпиријског истраживања“ приказује резултате спроведеног емпиријског истраживања утицаја вредности марке на пословне перформансе предузећа. Најпре је представљен концептуални оквир истраживања, детерминисани су циљ истраживања и хипотезе, приказани су извори података и истраживачки узорак, детерминисане су зависне и независне варијабле и дефинисане методе статистичке обраде података. У другом делу рада представљени су резултати анализе утицаја вредности марке на пословне перформансе (корелациона и регресиона анализа) као и дискусија резултата, а на бази чега је приказана и

коначна оцена дефинисаних хипотеза. На крају рада указано је на значај резултата теоријског и емпиријског истраживања, истакнуте су предности и ограничења теоријског и емпиријског истраживања, презентоване су практичне импликације за менаџере предузећа и предложени правци будућих истраживања.

## ВРЕДНОВАЊЕ РЕЗУЛТАТА ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

Ниво остваривања постављених циљева из пријаве докторске дисертације (до 200 речи)

Комисија констатује да је у потпуности испуњен основни циљ теоријско-емпиријског истраживања утицаја вредности марке као интелектуалне имовине на пословне перформансе предузећа, уз сагледавање утицаја марке на различите групе пословних перформанси. Кандидаткиња пружа опсежну теоријско-емпиријску анализу индикатора за процену утицаја вредности марке на резултате предузећа, ангажовани капитал, рентабилност, тржишне перформансе, перформансе вредности за власнике и политику исплате дивиденди уз квантификацију овог утицаја на примеру предузећа која према Интербренд методологији имају највећу вредност марке. Осим тога, остварени су и други изведени циљеви. Истражујући релевантну литературу, кандидаткиња пружа осврт на улогу интелектуалне имовине у предузећу у ери економије знања, улогу марке у интелектуалној имовини (капиталу) као и појединачним сегментима интелектуалног капитала, расветљава кључне детерминанте вредности марке кроз детерминисање концепта вредности марке и процес креирања вредности марке, а у циљу успешнијег управљања марком као интелектуалном имовином. Презентује се критички осврт на алтернативне методологије вредновања марке као имовине предузећа што такође представља посебан циљ докторске дисертације. Кандидаткиња на основу свега наведеног предлаже импликације за менаџмент, и то посебно за највиши менаџмент, бренд менаџере и маркетинг менаџере.

Вредновање значаја и научног доприноса резултата дисертације (до 200 речи)

Научни допринос теоријског дела докторске дисертације је у опсежној анализи индикатора пословних перформанси предузећа на које вредност марке остварује утицај, интегришући их у две групе - финансијски индикатори и нефинансијски индикатори. Оваква анализа пружа целовит оквир за разумевање бенефита од поседовања вредних марки са аспекта ефикасности и ефикасности пословања предузећа у ери економије знања. Допринос теоријског истраживања огледа се и у расветљавању позиције марке у интелектуалној имовини (капиталу) предузећа, као и у критичком разјашњавању релевантних методологија за утврђивање вредности и управљање марком.

Научни допринос емпиријског истраживања је у потврђивању важности марке као интелектуалне имовине са аспекта унапређења пословних перформанси предузећа. Анализа доказује да додатним улагањима у марку, менаџери могу остварити супериорне пословне перформансе којима руководе, с обзиром да је доказан позитиван утицај вредности марке на све анализирани категорије резултата предузећа, индикаторе тржишних перформанси, ангажованог капитала, на већину индикатора рентабилности, као и на индикаторе вредности за власнике. На овај начин се доприноси развијању свести менаџера и акционара о важности улагања у интелектуалну, као нематеријалну имовину предузећа, иако она највећим делом није приказана у финансијским извештајима предузећа. На тај начин, фокус се мења са краткорочног циља (остваривање профита) на дугорочан циљ – развој предузећа.

Оцена самосталности научног рада кандидата (до 100 речи)

Комисија закључује да је кандидаткиња током израде докторске дисертације показала истраживачку зрелост у научном раду. Уважавајући смернице, предлоге и сугестије ментора и чланова Комисије, кандидаткиња је самостално дефинисала предмет истраживања, циљеве, структуру, концептуални оквир и методологију истраживања, док је кроз спроведено емпиријско истраживање пружила верификовање дефинисаних хипотеза. На основу анализе релевантне литературе и добијених резултата емпиријског истраживања, кандидаткиња је дошла до релевантних закључака, препорука за менаџере предузећа, детерминисала је правце будућих истраживања, а све у циљу ефикаснијег управљања марком као интелектуалном имовином, како би се допринело унапређењу пословних перформанси предузећа.

## ЗАКЉУЧАК (до 100 речи)

На основу оцене резултата истраживања, научног доприноса и значаја докторске дисертације, Комисија констатује да је докторска дисертација задовољавајућег квалитета и да је израђена у складу са одредбама Закона о високом образовању, Статута Универзитета и Статута Економског факултета у Нишу. У складу са тим, Комисија позитивно оцењује докторску дисертацију кандидаткиње Милице Јовановић Вујатовић под називом "Утицај вредности марке као интелектуалне имовине на пословне перформансе предузећа" и предлаже Наставно-научном већу Економског факултета у Нишу да прихвати Извештај о оцени докторске дисертације и одобри њену јавну одбрану.

## КОМИСИЈА

Број одлуке ННВ о именовању Комисије НСВ број 8/18-01-008/23-032

Датум именовања Комисије 15.12.2023. године

Р. бр.	Име и презиме, звање		Потпис
1.	Др Виолета Домановић, редовни професор		
	Председник	председник	
	Пословна економија	Економски факултет Универзитета у Крагујевцу	
2.	Др Бојан Крстић, редовни професор		
	Ментор, члан	ментор, члан	
	Пословно управљање	Економски факултет Универзитета у Нишу	
3.	Др Драган Лончар, редовни професор		
	Члан	члан	
	Пословна економија и менаџмент	Економски факултет Универзитета у Београду	

Датум и место: У Крагујевцу, Нишу, Београду, децембра 2023. године