

**УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ**  
**ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА**

**НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ**

**Предмет:** Реферат о урађеној докторској дисертацији кандидаткиње Антонине Лазић

Одлуком 05-01 бр 3/36-4 од 04.04.2024. године, именовани смо за чланове Комисије за преглед и оцену докторске дисертације кандидаткиње **Антонине Лазић** под насловом

**„Истраживање утицаја Ковид-19 на ставове, преференције и навике купаца у електронској трговини“**

и на основу тога подносимо следећи

**РЕФЕРАТ**

**1. УВОД**

1.1. Хронологија одобравања и израде дисертације

Кандидаткиња Антонина Лазић је 2018. године уписала докторске академске студија на Факултету организационих наука, Универзитета у Београду (студијски програм: Менаџмент).

Након што је положила све предвиђене испите, кандидаткиња је 13.09.2021. године пријавила Приступни рад на докторским студијама. Одлуком 05-01 бр. 3/110-4 од 22.09.2021. године, формирана је Комисија за преглед и одбрану Приступног рада и оцену научне заснованости пријављене докторске дисертације. За потенцијалног ментора рада је именован др Драган Вукмировић, редовни професор. Приступни рад под насловом „Истраживање утицаја Ковид-19 на ставове, преференције и навике купаца у електронској трговини“ одбрањен је 30.09.2021. године.

Одлука о усвајању извештаја Комисије о научној заснованости пријављене докторске дисертације донета је на Наставно-научном већу Факултета организационих наука 28.12.2022. године, 05-01 бр. 3/198-5. Одлуком Већа научних области техничких наука Универзитета у Београду од 23.01.2023. 02 бр. 61206-287/2-23 дата је сагласност на предлог теме докторске дисертације Антонине Лазић под називом „Истраживање утицаја Ковид-19 на ставове, преференције и навике купаца у електронској трговини“. На Наставно-научном већу Факултета организационих наука од 08.02.2023. године одобрена је израда докторске дисертације кандидата Антонине Лазић. За ментора је именован проф. Др Драган Вукмировић.

Ментор проф. др Драган Вукмировић 22.03.2024. године известио Наставно-научно веће Факултета организационих наука да је Антонина Лазић завршила израду докторске дисертације. Наставно-научно веће Факултета организационих наука је одлуком 05-01

бр. 3/36-4 од 04.04.2024. године именовало Комисију за преглед и оцену завршене докторске дисертације у саставу:

1. др Маријана Деспотовић-Зракић, редовни професор, Универзитет у Београду - Факултет организационих наука – председник Комисије;
2. др Душан Бараћ, редовни професор, Универзитет у Београду - Факултет организационих наука
3. др Зоран Радојичић, редовни професор, Универзитет у Београду - Факултет организационих наука,
4. др Радмила Јаничић, редовни професор, Универзитет у Београду - Факултет организационих наука,
5. др Артур Бјелица, редовни професор, факултета - Универзитет у Новом Саду, Медицински факултет.

## 1.2. Научна област дисертације

У докторској дисертацији анализиране су промене у понашању потрошача и модели електронске трговине услед Ковид-19 пандемије. Пандемија, која је трајала преко три године и завршена маја 2023., убрзала је раст В2С модела, омогућавајући флексибилност у куповини, широк асортиман, уштеду времена и новца, те персонализацију куповине. Флексибилност е-трговине се истакла као главна предност. Истраживање је укључило анализу ставова, преференција и навика купаца у Србији, и развој адаптивних пословних модела у електронској трговини. Технолошке иновације као што су вештачка интелигенција и блокчејн, као и мултиканални приступи, омогућили су компанијама да побољшају корисничко искуство и управљање снабдевањем. Дисертација такође истиче потребу за оценом социо-економских утицаја електронске трговине и развојем резилијентности за будуће глобалне изазове, подстичући одрживост и друштвену одговорност

Докторска дисертација припада научној области техничких наука, подручју организационих наука и ужој научној области електронско пословање за коју је Факултет организационих наука Универзитета у Београду матичан.

Ментор др Драган Вукмировић, редовни професор, поседује одговарајуће компетенције за вођење дисертације у виду објављених радова у научним часописима међународног значаја из као и учешћу у већем броју домаћих и међународних пројеката из области електронског пословања. Одговарајући научни радови ментора су наведени приликом пријаве теме докторске дисертације кандидата.

## 1.3. Биографски подаци о кандидату

Антонина (Наташа) Лазих рођена је 15. јуна 1994. године у Косовској Митровици. Прву београдску гимназију је завршила у Београду, 2013. године. Основне академске студије завршила је на Факултету организационих наука (ФОН) 2017. са просечном оценом 8,13 и оценом 10 на дипломском испиту. Школске 2017/18. уписује мастер академске студије на ФОН-у, студијски програм Стратешки маркетинг и комуникације, изборни модул

Маркетинг инжењеринг, које завршава 2018. године, одбранивши мастер рад оценом 10 (десет). Докторске студије на ФОН-у, студијски програм „Менаџмент“, уписала је школске 2018/2019. године, положила је све испите и одбранила приступни рад.

У току студија била је укључена на више пројеката на ФОН-у: вођа тима на пројекту Менаџмент људских ресурса, волонтер на пројекту Чепом до осмеха, волонтер приликом организације и реализације такмичења у решавању студије случаја и члан тима на пројекту усавршавања интегрисаних пословних комуникација.

Од 2018. године запослена је у предузеће Коридори Србије д.о.о, као стручни сарадник за међународне јавне набавке где обавља послове и задатке везане за уговарања по правилима међународних финансијских институција.

Антонина Лазић је објавила више научних и стручних радова и учествовала на више међународних и домаћих скупова и конференција.

Говори српски и енглески језик.

## **2. ОПИС ДИСЕРТАЦИЈЕ**

### 2.1. Садржај дисертације

Докторска дисертација има 182 страница, садржи 33 слике и графичких приказа, 7 табела и 237 литературних извора. На почетку дисертације дат је сажетак на српском и енглеском језику, а на крају дисертације налази се биографија и три обавезна прилога: Изјава о ауторству, Изјава о истоветности штампане и електронске верзије рада и Изјава о коришћењу.

Докторска дисертација се састоји из следећих поглавља и потпоглавља:

- 1. Увод**
  - 1.1 Предмет и проблем истраживања
  - 1.2 Циљеви истраживања
  - 1.3 Полазне хипотезе рада
  - 1.4 Методологија истраживања
  - 1.5 Структура и организација рада
- 2. Електронско пословање и електронска трговина**
  - 2.1 Електронско пословање
  - 2.2 Модели електронског пословања
  - 2.3 Електронска трговина
  - 2.4 Модели електронске трговине
  - 2.5 Е-трговина у Србији
- 3. Понашање потрошача у електронској трговини**
  - 3.1 Понашање потрошача у е-трговини – специфичности
    - 3.1.1 Опште понашање потрошача

- 3.2 Веза општег понашања потрошача са понашањем потрошача у е-трговини – сличности
- 3.3. Веза општег понашања потрошача са понашањем потрошача у е-трговини – разлике
- 3.4 Понашање потрошача у е-трговини током Ковид-19 пандемије
- 4. Истраживање понашања потрошача у е-трговини**
- 4.1 Основне дефиниције и типологија истраживања понашања потрошача
- 4.2 Секундарна истраживања понашања потрошача у е-трговини
- 4.3 Квантитативно истраживање понашања потрошача у е-трговини
- 4.4 Квалитативно истраживање понашања потрошача у е-трговини
- 4.5 Студија случаја: Понашање у онлајн куповини ниже средње класе
- 5. Ковид-19 пандемија као реметилачка сила**
- 5.1 Реметилачке силе
- 5.2 Ковид-19 пандемија као друштвено реметилачка сила
- 5.3 Ковид-19 пандемија као економски реметилачка сила
- 5.4 Ковид-19 пандемија као технолошка реметилачка сила
- 5.4.1 Ковид-19 пандемија као ИКТ реметилачка сила
- 5.4.2 Негативни ефекти Ковид-19 пандемије као технолошки реметилачке силе
- 5.5 Ковид-19 пандемија као реметилачка сила у домену политике
- 5.6 Ковид-19 пандемија као реметилачка сила у домену екологије
- 6. Истраживање утицаја Ковид-19 пандемије на понашање потрошача у електронској трговини**
- 6.1 Ковид-19 пандемија као реметилачка сила у домену е-трговине
- 6.2 Реметилачке технологије у е- пословању и е-трговини
- 6.3 Основни изазови и проблеми везани са е-трговином током Ковид-19 пандемије
- 6.3.1 Основни изазови
- 6.3.2 Негативни ефекти Ковид-19 пандемије на е-трговину
- 6.4 Истраживање ефеката утицаја Ковид-19 пандемије на е-трговину глобално
- 6.4.1 Утицај Ковид-19 пандемије на интернет
- 6.4.2 Утицај Ковид-19 пандемије на е-пословање и е-трговину
- 6.4.3 Утицај Ковид-19 пандемије на пословање компанија које се баве е-трговином
- 7. Студија случаја: Истраживање промене понашања потрошача под утицајем Ковид-19 пандемије у Србији**
- 7.1 Дефинисање проблема истраживања
- 7.2 Идентификација извора података
- 7.3 Методе за прикупљање података
- 7.4 Формирање узорка
- 7.5 Прикупљање података
- 7.6 Обрада и анализа података
- 7.7 Давање и реализација усвојених предлога
- 8. Оквир за развој унапређеног модела е-трговине у ери трансформације**

- 8.1 Преображај економских стратегија у ери дигитализације: Од адаптације до иновације у постпандемијском свету
- 8.2 Индустрија 4.0 и Индустрија 5.0
- 8.3 Е-трговина у ери дигитализације: Трансформација пословања у Индустрији 4.0 и 5.0
- 8.4 Утицај Ковид-19 пандемије на прелазу између Индустрије 4.0 и Индустрије 5.0
- 8.5 Анализа кључних фактора промене понашања потрошача током Ковид-19 пандемије и њихов утицај на развој нових модела у е-трговини
- 9. Модел е-трговине у ери трансформације**
- 9.1 Методолошки поступак за развој унапређеног модела е-трговине
- 9.2 Фазе у развоју прототипа модела
- 9.3 Развој прототипа унапређеног модела е-трговине
- 9.3.1 Функционалности модела
- 9.3.2 Архитектура прототипа унапређеног модела е-трговине
- 9.3.3 Процес развоја прототипа модела
- 9.4 Прототип унапређеног модела е-трговине у IoT окружењу
- 10. Будућа истраживања**
- 11. Доприноси истраживања докторске дисертације**
- 12. Закључак**
- 13. Референта литература**
  - Списак слика
  - Списак табела
  - Биографија

Докторска дисертација под називом „Истраживање утицаја Ковид-19 на ставове, преференције и навике купаца у електронској трговини“ је организована у тринаест поглавља.

У првом, уводном, делу рада дефинисани су проблем, предмет и циљеви истраживања докторске дисертације. Такође, постављена је полазна хипотеза, посебне и пратеће појединачне хипотезе и дат опис коришћене методологије истраживања.

У другом поглављу је у најкраћем дат преглед основних дефиниција електронског пословања и електронске трговине и њихових модела, Указано је на предности и недостатке, као и на етичке и друштвене аспекте електронске трговине. На крају, дат је преглед стања е-трговине у Републици Србији, закључно са увидом у стратешки и правни оквир за њено функционисање.

У трећем поглављу је дефинисано понашање потрошача у општем смислу и понашање потрошача у електронској трговини, Истражена је веза између општег понашања потрошача у традиционалној и електронској трговини, кроз критичку анализу сличности и разлика. Поглавље се завршава истраживањем понашања потрошача у е-трговини током Ковид-19 пандемије.

Четврто поглавље је посвећено детаљном разматрању методологије и процеса истраживања понашања потрошача, са посебним освртом на електронску трговину.

Приказане су основне дефиниције и типологија истраживање понашања потрошача, са нагласком на секундарна истраживања понашања потрошача у е-трговини. Акцент је стављен на квантитативна и квалитативна истраживања која су илустрована кроз студију случаја: Понашање у онлајн куповини ниже средње класе у Србији,

У петом поглављу дат је приказ истраживања утицаја Ковид-19 пандемије на друштво и економију у контексту реметилачке силе, које су дефинисане у првом делу ове главе. У наставку је указано на одређене аспекте који разматрају утицај Ковид-19 пандемије и одређују је као друштвену, економску, технолошку и реметилачку силу у домену политике и екологије.

Шесто поглавље бави се Ковид19 пандемијом као реметилачка сила у домену е-трговине. Дефинисани су фактори који су утицали на убрзање трансформација е-трговине током Ковид-19 пандемије и истражени утицаји ИКТ фактора и вештачке интелигенције. Детаљније је истражен утицај интернет технологије, интернет интелигентних уређаја (IoT), вештачка интелигенција (ВИ) и клауд технологије, као и основни изазови и проблеми везани са е-трговином током Ковид-19. Поглавље се завршава истраживањем ефеката утицаја Ковид-19 пандемије на е-трговину, глобално.

У седмом поглављу дат је приказ истраживање утицаја Ковид-19 пандемије као реметилачке силе на е-трговину. Приказани су резултати студије случаја спроведеној на бази истраживања промена понашања потрошача под утицајем Ковид-19 пандемије у Србији. Дате су методолошке поставке истраживања и кроз статистичку обраду секундарних извора и квантитативног истраживања анализирани су ставови, преференција и навике купаца у електронској трговини у Републици Србији пре, током и након Ковид-19 пандемије.

Оквир за развој унапређеног модела е-трговине у ери трансформације је предмет осмог поглавља. Преображај економских стратегија у ери дигитализације: Од адаптације до иновације у пост-пандемијском свету је приказан као искорак од Индустрије 4.0 ка Индустрији 5.0. Поглавље се завршава анализом кључних фактора промене понашања потрошача током КОВИД-19 пандемије и њиховим утицај на развој нових модела у е-трговини, који представљају кључне инпуге за развој прототипа унапређеног модела е-трговине.

Модел е-трговине у ери трансформације, као један од главних доприноса дисертације је описан у деветом поглављу. Дефинисан је методолошки поступак и фазе у развоју прототипа модела. Приказан је поступак развоја унапређеног модела е-трговине, почев од утврђивања функционалности, преко архитектуре прототипа, до приказа Прототипа унапређеног модела е-трговине у IoT окружењу.

Конкретни правци будућих истраживања садржај су десетог поглавља. Указано је на два главна правца развоја: будућа истраживања понашања потрошача у е-трговини и развој финалног модела унапређеног модела е-трговине.

Основни научни, стручни и друштвени доприноси истраживања докторске дисертације су наведени у једанаестом поглављу, док је закључак који садржи проверу тачности

постављених хипотеза, предмет дванаестог поглавља. Дисертација се завршава списком обимне коришћење литературе.

### **3. ОЦЕНА ДИСЕРТАЦИЈЕ**

#### 3.1. Савременост и оригиналност

Савременост и оригиналност докторске дисертације изражена је кроз детаљну истраживачку обраду утицаја Ковид-19 пандемије на електронску трговину и промене у потрошачком понашању. Пандемија, која је значајно променила динамику глобалног тржишта и навике купаца, послужила је као катализатор за убрзану дигитализацију и прилагођавање бизниса новонасталим условима. Истраживање је усредсређено на развој нових адаптивних пословних модела и истраживање технологија попут вештачке интелигенције, блокчејна и интернета ствари, које омогућавају иновације у области е-трговине. Ова дисертација не само да испитује тренутне трендове, већ и предвиђа будуће промене у индустрији, што доказује њену савременост.

Оригиналност рада се огледа у комплексној анализи социо-економских аспеката пандемије и њиховог утицаја на електронско пословање. Аутор не само да представља колико је пандемија утицала на тренутно стање у електронској трговини, већ кроз мултидисциплинарни приступ истражује и како ове промене могу дугорочно утицати на развој тржишта. Истраживање је усмерено на оцењивање одрживости и развој резилјентности пословних модела, које може користити шира заједница, што овај рад чини не само релевантним за академску заједницу већ и за пословне структуре које теже дугорочној одрживости и успеху. Оригиналност у приступу решавања проблема и добијених резултата у оквиру ове дисертације потврђују и радови који су публиковани у међународном часопису категорије M22 са импакт фактором 5.6 и саопштени на домаћим и међународним научним скуповима.

У складу са Правилником о поступку провере оригиналности докторских дисертација које се бране на Универзитету у Београду, Универзитетска библиотека Светозар Марковић је извршила проверу оригиналности дисертације коришћењем програма iThenticate којом је потврђена оригиналност дисертације.

На основу изложеног, може се закључити да добијени резултати докторске дисертације представљају научни допринос у односу на постојеће стање, као и да отварају простор за даља истраживања.

#### 3.2. Осврт на референтну и коришћену литературу

Кандидаткиња је навела свеобухватну, релевантну и актуелну литературу за израду дисертације у складу са предметом и опсегом истраживања. Литература обухвата значајне радове и ауторе из научних часописа и конференција из уже научне области дисертације, као и публикације произвођача званичне статистике, међународних организација, водећих консултантских кућа и компанија.

#### 3.3. Опис и адекватност примењених научних метода

Дефинисани предмет, циљеви и хипотезе истраживања указују на то да је спроведено истраживање интердисциплинарно по својој природи. У домену прикупљања података

основни научни поступак базиран је на методологији статистичких истраживања и анализи референтне литературе. Релевантне области анализе су електронско пословање, е-трговина и понашање потрошача (навике и ставови купаца), како у домену традиционалне, тако и електронске трговине. Истраживање обухвата и анализу доступних података добијених из секундарних извора о утицају и повезаности пандемије Ковид-19 са навикама и ставовима купаца према електронској трговини.

Методe анализе примењене су у свим сегментима истраживања и писања рада. Моделовање се користило приликом израде модела е-трговине. Аналитичко-дедуктивне методе коришћене су за анализу података о постојећим решењима, док су за анализу добијених резултата и евалуацију модела имплементиране статистичке методе. Метод синтезе коришћен је у деловима истраживања у којима је било неопходно стварање јасне везе између добијених и очекиваних резултата, а који су пружали могућност унапређења постојећих анализираних модела.

У експерименталном делу рада примењене су методе карактеристичне за електронско пословање, наука о подацима, као и методе пословне аналитике и вештачке интелигенције.

Резултати истраживања приказани су текстуално, описно, кроз дијаграме, табеле и слике са упоредо приказаним резултатима

#### 3.4. Применљивост остварених резултата

Истраживање ефеката Ковид-19 пандемије и њеног дуготрајног утицаја на електронску трговину представља значајан део ове докторске дисертације. Иако је пандемија сада прошлост, анализа њених последица омогућила је детаљно разумевање промена у потрошачким навикама и пословним операцијама, што је директно утицало на унапређење модела електронске трговине. Развијене методологије и технике које проистичу из ових анализа помогле су у креирању напреднијих и резилентнијих пословних стратегија, осигуравајући компанијама боље адаптирање на променљиве тржишне услове и спремност за будуће кризе.

Примена развијених метода у стварним пословним окружењима омогућавају компанијама да интегришу нове технологије и побољшају корисничко искуство. Напредне аналитичке технике и примена пословне интелигенције допринеле су ефикаснијем циљању и задовољавању потреба купаца, чиме су повећане лојалност купаца и продуктивност компанија. Кроз адаптацију и персонализацију понуда на основу анализираних података, е-трговина је постала инклузивнија и доступнија, омогућавајући компанијама да привуку и задрже шири спектар клијената. Резултати овог истраживања показују да предложене методе могу значајно унапредити ефикасност и конкурентност предузећа у области електронске трговине.

Научни доприноси ове дисертације, засновани на систематичном прегледу и анализи понашања потрошача током пандемије, учинили су овај рад вредним ресурсом за академску заједницу и за практичну примену у индустрији. Дисертација не само да подстиче даља истраживања у области е-трговине већ и нуди конкретне стратегије за развој одрживих пословних модела који могу ојачати економску стабилност и подстицати иновације у дигиталној економији.



### 3.5. Оцена достигнутих способности кандидата за самостални научни рад

Области научног интересовања кандидаткиње Антонине Лазић су: електронско пословање и трговина, пословна интелигенција, истраживање, статистика. У току израде докторске дисертације, Антонине Лазић је исказала способност за идентификовање, проналажење и разумевање проблема истраживања са више аспеката на основу доступне литературе, као и креативног приступа његовом решавању.

Кандидаткиња је идентификовала кључне проблеме и недостатке у постојећим моделима електронске трговине, посебно у контексту утицаја Ковид-19 пандемије на потрошачке навике и пословне операције. Њено истраживање је имало за циљ да ове проблеме решава развојем нових методологија и стратегија које ће омогућити ефикаснију адаптацију електронске трговине у променљивим тржишним условима. Спровела је детаљну анализу тренутних трендова и предложила иновативна решења која укључују примену савремених технологија, предиктивне аналитике и персонализованог маркетинга, као и стратегије за побољшање корисничког искуства.

Кандидаткиња је током сарадње показала заинтересованост, знање и способност за рад на научно-истраживачким пројектима. Узевши у обзир целокупно залагање и остварене резултате у научно-истраживачком раду, закључујемо да је кандидаткиња оспособљена за самосталан научно-истраживачки рад.

## **4. ОСТВАРЕН НАУЧНИ ДОПРИНОС**

### 4.1. Приказ остварених научних доприноса

Доприноси докторске дисертације у овом раду могу се систематизовати на следећи начин:

#### **Научни доприноси:**

- Развој методологије истраживања понашања потрошача у домену е-трговине: допринос усавршавању методолошког оквира за анализу и разумевање понашања потрошача у е-трговини, с посебним освртом на услове глобалних економских криза и пандемије. Предложени методолошки поступак обухвата и развој нових алата и техника за сакупљање и анализу података, који могу бити примењени у будућим истраживањима.
- Допринос развоју методологије за израду прототипа унапређеног модела е-трговине. Унапређење приступа и техника за концепцију и развој прототипа модела е-трговине, који укључује иновативне стратегије за побољшање искустава и задовољства купаца. Овај допринос подразумева идентификацију кључних елемената који утичу на успешност и прихватање е-трговине међу потрошачима.
- Систематизација сазнања о понашању потрошача и развоју модела е-трговине: компилација и анализа сакупљених података и увида, који се односе на понашање потрошача и ефикасност модела е-трговине у контексту савременог пословања.

Овај допринос не само да обogaћује теоријско знање, већ и омогућава практичну примену унапређених стратегија у индустрији е-трговине.

Овим резултатима, дисертација не само да доприноси академској заједници кроз развој нових методолошких оквира и теоријску синтезу, већ, такође, поставља основу за стручну практичну примену унапређења у индустрији е-трговине, чиме подстиче даљи развој и иновације у овом брзо растућем сектору.

#### **Стручни доприноси:**

- Примена нових методолошких оквира у пракси: трансформација и примена развијених методологија за истраживање понашања потрошача и развој прототипа модела е-трговине у стварним пословним окружењима. Овим се компанијама омогућава да ефикасније анализирају и разумеју потребе и жеље својих купаца, водећи ка бољим стратегијама ангажовања и задржавања купаца.
- Унапређење корисничког искуства у е-трговини: директна примена увида и препорука из истраживања могу да допринесу унапређењу корисничког искуства на платформама е-трговине. Ово укључује адаптацију интерфејса, персонализацију понуде и оптимизацију процеса куповине на основу добијених сазнања о потребама и преференцијама потрошача.
- Развој и имплементација стратегија заснованих на методолошким истраживањима за привлачење купаца који претходно нису користили услуге е-трговине. Пружање јасних упутстава за ефикасно циљање и ангажовање ових нових сегмената кроз иновативне маркетиншке кампање и образовне иницијативе.
- Унапређење стратегија за одрживост и раст у пост-пандемијском периоду заснованих на дубоком увиду у понашање потрошача током и након пандемије. Укључује адаптацију пословних модела и стратегија маркетинга да се одговори на промене у потрошачким навикама и очекивањима.

#### **Друштвени доприноси:**

- Допринос развоју електронске трговине у Србији – примена резултата истраживања у реалном сектору значајно је допринела развоју и унапређењу индустрије е-трговине, подржавајући стварање снажнијег и отпорнијег тржишта.
- Повећање дигиталне инклузије – промовисање употребе е-трговине омогућило је лакши приступ производима и услугама за оне у удаљеним или мање развијеним областима, смањујући дигитални јаз.
- Подстицање одрживе потрошње – истраживање је подстицало развој модела е-трговине који укључују одрживе праксе, доприносећи еколошкој свести и одрживом развоју.

#### **4.2. Критичка анализа резултата истраживања**

Утицај Ковид-19 пандемије на светску економију и посебно на сектор електронске трговине представља кључни аспект критичке анализе у овој докторској дисертацији. Пандемија је изазвала нагле промене у потрошачким навикама, што је наметнуло потребу за брзом адаптацијом пословних модела који морају бити флексибилни и отпорни на поремећаје. Истраживање је показало да су предузећа која су улагала у дигиталну трансформацију и интеграцију напредних технологија попут вештачке

интелигенције и предиктивне аналитике била значајно успешнија у суочавању са кризом. Кандидаткиња је анализирао како стечена искуства из периода пандемије могу послужити као основа за развој модела који ће омогућити предузећима не само да преживе будуће глобалне кризе, већ и да их искористе као прилике за иновације и раст.

Рад је темељен на прегледу постојећих научних достигнућа и практичних решења у области е-трговине, са циљем да се обликују прецизне и корисне смернице за компаније које намеравају да развијају или унапреде своје пословне моделе у овом динамичном сектору. Анализом обимне литературе и различитих статистичких метода и техника, кандидаткиња је успела да синтетизује и интегрише кључне елементе у оригинални модел за електронску трговину, који је прилагођен савременим пословним изазовима и дигиталном окружењу.

Предложени модел је карактерисан високим степеном флексибилности и проширивости, што омогућава лаку интеграцију различитих извора података, укључујући и оне у нестандартним форматима. Добре перформансе модела подржавају ефикасно управљање и анализу података, што је директно утицало на побољшање корисничког искуства и оперативну ефикасност у е-трговини. Спровођењем темељних истраживања у стварним пословним условима, потврђене су почетне претпоставке и верификована променљивост модела.

Ове истраживање не само да је омогућило развој усавршеног модела електронске трговине, већ је и поставило основу за даље иновације и приступе у овој брзо растућој области електронског пословања. Разумевање и примена лекција научених из кризе Ковид-19 значајно ће утицати на то како компаније планирају и реализују своје пословне стратегије у будућности, усмеравајући их ка стварању адаптивних и одрживих пословних модела способних да одговоре на било коју врсту изненадне друштвено - економске турбуленције.

#### 4.3. Верификација научних доприноса

Верификација научних доприноса је обављена објављивањем рада у међународном часопису (M22) и у зборницима радова са међународних (M30) и националних конференција (M60).

Рад објављен у међународним часопису (M22):

**Antonina Lazić**, Saša Milić, Dragan Vukmirović (2024). *The Future of Electronic Commerce in the IoT Environment*. JTAER - Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res. 2024, Volume 19, Issue 1, 172-187. Impact Factor: 5.6. Manuscript ID: jtaer-2562151.  
<https://doi.org/10.3390/jtaer19010010>. M22

#### **Радови објављени у зборницима међународних научних скупова (M30)**

**Lazić, A.**, & Jović, M. (2019). Strategic digital transformation of organisations. In 5th IPMA SENET Project Management Conference (SENET 2019) (pp. 184-188). Atlantis Press. DOI: 10.2991/senet-19.2019.29 (M33)

**Lazić, A., Čudanov, M. & Jaško, O. (2019).** Benefits and Risks of Outsourcing Marketing Activities as an Organizational Restructuring Initiative. In: 38. mednarodna konferenca o razvoju organizacijskih znanosti, Ekosistem organizacij v dobi digitalizacije. (pp. 531-542). DOI: 10.18690/978-961-286-250-3.42 (M33)

### **Саопштење са скупова националног значаја штампана у целини (M63)**

**Lazić, A., Vukanac, R. & Jović, M. (2019).** Upotreba digitalnog marketinga u okviru društvenih medija u komunikaciji luksuznih turističkih brendova u Republici Srbiji, YUINFO 2019, Zbornik radova, KopanoniK 2019.

**Lazic, A. & Vukmirović, D. (2019).** Razvoj interneta u državama zapadnog balkana. YUINFO 2019, Zbornik radova, KopanoniK 2019.

**Lazić, A. & Vukmirović, D. (2019).** Uticaj tradicionalnih i društvenih medija na proces odlučivanja o kupovini proizvoda modnih brendova. YUINFO 2020, Zbornik radova, KopanoniK, 2019.

**Lazic, A., Vukmirović, D. & Jović, M. (2020).** Implementacija Big data koncepta u zdravstvu. YUINFO 2020, Zbornik radova, KopanoniK, 2020.

## **5. ЗАКЉУЧАК И ПРЕДЛОГ**

На основу прегледа докторске дисертације под називом „Истраживање утицаја Ковид-19 на ставове, преференције и навике купаца у електронској трговини“ кандидаткиње Антонине Лазић, Комисија констатује да је докторска дисертација написана у складу са свим захтевима стандарда научно-истраживачког рада, као и да испуњава услове предвиђене Законом о високом образовању, стандардима, правилницима и Статутом Факултета организационих наука, Универзитета у Београду.

Тема докторске дисертације је веома актуелна, а резултати истраживања су у складу са предметом и циљевима дефинисаним у раду. Све постављене хипотезе су тестиране користећи релевантне примере из праксе. Резултати истраживања потврђују општу хипотезу да истраживање утицаја Ковид-19 пандемије на ставове, преференције и навике купаца у системима електронске трговине може значајно унапредити пословне резултате компанија и стратегије за оптимизацију искуства купаца. Кључни научни доприноси дисертације огледају се у развоју методологија за анализу понашања потрошача у е-трговини, креирању прототипова модела који побољшавају корисничко искуство, и систематизацији сазнања о ефикасности модела у модерном пословном окружењу. Истраживање приказано у дисертацији је оригинално и доприноси развоју науке у домену електронског пословања. Резултати истраживања могу се применити у пракси, посебно у истраживањима понашања потрошача на интернету. Рад докторанткиње Антонине Лазић резултирао је научним радом објављеним у међународном часопису високог реномеа, категорије M22, са импакт фактором 5.6. Обрађена тема ове дисертације задовољава највише научне критеријуме због своје комплексности, актуелности и интердисциплинарности, доказујући способност кандидаткиње за самосталан научно-истраживачки рад.

На основу свега наведеног, Комисија предлаже Наставно-научном већу Факултета организационих наука да се докторска дисертација под називом „Истраживање утицаја

Ковид-19 на ставове, преференције и навике купаца у електронској трговини“, кандидаткиње Антонине Лазић прихвати, изложи на увид јавности и упути на коначно усвајање Већу научних области техничких наука Универзитета у Београду.

#### ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ

1. -----  
др Маријана Деспотовић-Зракић, редовни професор, Универзитет у Београду,  
Факултет организационих наука – председник Комисије
  
2. -----  
др Душан Бараћ, редовни професор, Универзитет у Београду,  
Факултет организационих наука
  
3. -----  
др Зоран Радојичић, редовни професор, Универзитет у Београду,  
Факултет организационих наука,
  
4. -----  
др Радмила Јаничић, редовни професор, Универзитет у Београду,  
Факултет организационих наука,
  
5. -----  
др Артур Бјелица, редовни професор, факултета - Универзитет у Новом Саду,  
Медицински факултет.

У Београду, 23. априла 2024. године