

ПРИМЉЕНО: 20-09-2023			
Орг. јед	Број	Прилог	Вредност
	3218/1		

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
НАСТАВНО-НАУЧНО И ИЗБОРНО ВЕЋЕ

Одлуком Изборног већа Економског факултета Универзитета у Београду бр. 2619/1, донетој на седници одржаној 12.07.2023. године, одређени смо за чланове Комисије за припрему извештаја по конкурс за избор у звање и заснивање радног односа за једног ванредног професора са непуним радним временом (30% радног времена) за ужу научну област Статистика и математика.

На конкурс објављен у публикацији Националне службе за запошљавање „Послови“ бр. 1053-1054, од 16.08.2023. године, пријавио се следећи кандидат:

1. др Вељко Маринковић, редовни професор Економског факултета Универзитета у Крагујевцу

После анализе конкурсног материјала, Комисија подноси Изборном већу Економског факултета Универзитета у Београду следећи

РЕФЕРАТ

1. ОСНОВНИ БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

Вељко Маринковић је рођен 13. јуна 1978. године у Крагујевцу где је завршио основну школу и Другу крагујевачку гимназију са одличним успехом. Дипломирао је на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, смер Међународни менаџмент. После завршених студија уписао је последипломске студије на Економском факултету у Крагујевцу, смер Менаџмент – усмерење Маркетинг. Магистарску тезу, под насловом: „Савремени концепт истраживања ставова потрошача“, одбранио је на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу 2007. године. Докторску дисертацију под насловом: „Маркетиншки концепти сатисфакције и лојалности у банкарству“ одбранио је 2010. године на Економском факултету Универзитета у Београду.

2. НАСТАВНО-ПЕДАГОШКИ РАД

Вељко Маринковић је рад на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу започео као асистент приправник на наставном предмету Истраживање тржишта 14. јула 2003. године. Унапређен је у звање асистента на истом наставном предмету 18. јуна 2008. године. У звање доцента за ужу научну област Менаџмент и пословна економија, наставни предмети Понашање потрошача и Истраживање тржишта изабран је 10.

новембра 2010, док је 12. марта 2015. изабран у звање ванредног професора (ужа научна област Менаџмент и пословна економија, наставни предмети Понашање потрошача и Истраживање тржишта). У звање редовног професора Економског факултета Универзитета у Крагујевцу за ужу научну област Пословна економија, наставни предмети Истраживање тржишта и Понашање потрошача, изабран је 27. септембра 2019. године.

Вељко Маринковић на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу изводи наставу на наставним предметима Истраживање тржишта и Понашање потрошача (основне академске студије), Квантитативна анализа у маркетингу (мастер студије), Методологија научног истраживања и Маркетинг односа са потрошачима (докторске студије).

У школској 2022/2023. години био је ангажован у извођењу дела наставе на наставном предмету Statistical Methods for Market Research у оквиру студијског програма основних академских студија Business and Management који се реализује у сарадњи Економског факултета Универзитета у Београду и Универзитета у Лондону (The London School of Economics and Political Science – LSE). Такође, ангажован је на наставном предмету Истраживање потрошача у Маркетингу (мастер студије) на Економском факултету Универзитета у Београду.

У досадашњем раду са студентима Вељко Маринковић је испољио завидне педагошке способности, што потврђују високе оцене (по свим критеријумима који се прате у поступку евалуације наставног процеса) које је добијао у званичним анкетама студената Економског факултета Универзитета у Крагујевцу. Конкретно, у периоду од школске 2014/2015. године, закључно са школском 2021/2022. годином остварене оцене су се кретале у интервалу 4.04 - 4.99 (на петостепеној скали).

Др Вељко Маринковић је био ментор при изради и одбрани две докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу. Такође, био је члан комисија за одбрану једне докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Београду, седам докторских дисертација на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, четири докторске дисертације на Економском факултету у Суботици Универзитета у Новом Саду и једне докторске дисертације на Факултету за хотелијерство и туризам Универзитета у Крагујевцу. Био је и ментор или члан комисија за одбрану већег броја мастер радова на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу. Такође, био је члан више комисија за избор наставника и сарадника на Економском факултету у Београду, Економском факултету у Суботици, Економском факултету у Крагујевцу и Факултету за хотелијерство и туризам.

Кандидат Вељко Маринковић је у оквиру Ерасмус + студентске размене, изводио консултативну наставу из наставног предмета Market Research у јесењем семестру школске 2018/2019. године за стране студенте који су своју мобилност реализовали на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу.

3. НАУЧНО-ИСТРАЖИВАЧКИ РАД

Др Вељко Маринковић је аутор или коаутор преко 90 научних радова од којих су неки објављени у водећим светским часописима (International Journal of Information

Management, Technological Forecasting and Social Change, Online Information Review, Leisure Studies, International Journal of Tourism Research, International Journal of Consumer Studies, Total Quality Management and Business Excellence, Information Systems and e-Business Management, Journal of Retailing and Consumer Services, International Journal of Bank Marketing).

Од укупног броја објављених радова кандидата Вељка Маринковића, Комисија посебно издваја радове објављене у научним часописима међународног значаја, зборницима међународних научних скупова, врхунском часопису националног значаја и у зборницима научних скупова националног значаја. У том контексту, Вељко Маринковић је објавио:

- 20 радова у часописима индексираним у бази Web of Science (M21a-M23);
- 14 радова у часописима категорије M24;
- 11 саопштења на међународним конференцијама штампаних у целини (M33),
- 2 саопштења на међународним конференцијама штампаних у изводу (M34);
- 10 саопштења на конференцијама националног значаја штампаних у целини (M63);
- 16 радова у часописима категорије M51.

Вредно је истаћи да је Вељко Маринковић и аутор две монографије националног значаја (M42).

Области научног интересовања Вељка Маринковића су мерење сатисфакције и лојалности потрошача, анализа података, примена моделирања структуралним једначинама у истраживању тржишта, истраживање потрошачког етноцентризма.

У бази Web of Science, „*H*”индекс аутора Вељка Маринковића износи 15 уз 1014 цитата (980 без самоцитата). Према извештају Web of Science у 2022. години, два коауторска рада Вељка Маринковића су сврстана у 1% најцитиранијих радова у пољу друштвених наука. У бази *Scopus* „*H*”индекс аутора Вељка Маринковића износи 16, уз 1309 цитата.

Коауторски рад др Вељка Маринковића под насловом: „Examining the effect of different components of customer value on attitudinal loyalty and behavioral intentions“ сврстан је у најбоље радове 16. међународне конференције: QMOD/ICQSS Conference ”From Learnability and Innovability to Sustainability”, коју су организовали Lunds University (Sweden), Linköping University (Sweden) и University of Maribor (Slovenia), због чега је овај рад објављен у међународном часопису International Journal of Quality and Service Sciences (Scopus – категорија Q2).

Вељко Маринковић је члан редакционог одбора часописа Маркетинг. Био је секретар уредништва часописа Економски хоризонти који је у датом периоду обезбедио престижну Q3 категорију у бази Scopus. Рецензент је у следећим часописима: Technological Forecasting and Social Change, Online Information Review, Total Quality Management and Business Excellence, Journal of Retailing and Consumer Services, International Journal of Bank Marketing, Facta Universitatis, Series: Economics and Organization, Економски хоризонти, Менаџмент у хотелијерству и туризму, International Journal of Contemporary Hospitality Management, International Journal of Mobile Communications, Interactive Learning Environments, Technology Analysis & Strategic Management.

Вељко Маринковић је као истраживач био ангажован у следећим научним пројектима:

- TEMPUS JEP CD 41146-2006. „Rationalization of the postgraduate studies in Business Management and Economics in Serbia“. Grantholder: Prof. Allesio Lokar, Università Degli Studi Di Udine, Italy, Coordinator: Prof. Zora Arsovski, University of Kragujevac, Faculty of Economics, 2005-2008;
- TEMPUS: Development of Lifelong Learning Framework in Serbia 145010-1-2008-RSTEMPUS-JPHES, Grantholder: Prof. Verica Babić, University of Kragujevac, 2010;

Проф. др Вељко Маринковић је учесник, или је учествовао у реализацији следећих научних пројеката Економског факултета Универзитета у Крагујевцу:

- „Савремени изазови економског развоја Републике Србије“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу (пројекат се спроводи од 2021. године);
- „Економски аспекти европских интеграција - искуства и перспективе Републике Србије“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2018-2020. год;
- „Од кризе до економског развоја: савремени изазови у економији и менаџменту“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2012-2017. год;
- „Институционалне претпоставке процеса транзиције у функцији раста и развоја“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2007-2011. год.

4. СТРУЧНО-ПРОФЕСИОНАЛНИ И ДРУШТВЕНИ ДОПРИНОС

Вељко Маринковић је редовни члан Научног друштва економиста Србије и члан Научног савета Српског удружења за маркетинг, а био је и члан Председништва Српског удружења за маркетинг. Био је директор Центра за економска истраживања Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, члан Савета Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, председник Комисије за основне и мастер студије, члан Централне комисије за спровођење новог циклуса акредитације Факултета у више мандата.

Вељко Маринковић је остварио и активна учешћа у раду програмских и организационих одбора међународних и домаћих научних конференција. Био је председник организационог одбора међународне научне конференције: „Contemporary Issues in Economics, Business and Management – ЕВМ 2012“, у више наврата члан програмског одбора дате конференције, члан научног одбора међународне научне конференције: „Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia“, члан програмског одбора конференције: „Изазови и перспективе маркетинга“, члан организационог одбора конференције: „Изазови савременог маркетинга“.

Вељко Маринковић је био члан тима за израду следећих стручних пројеката:

- „Нови послови за младе књиговође“, у оквиру програма „E2E – Знањем до посла: Развијање вештина младих и јавно-приватно партнерство у Србији“, носилац пројекта: Економски факултет Универзитета у Крагујевцу (пројекат финансиран од стране Швајцарске агенције за развој и сарадњу; број пројекта: WBL0617-14), 2017-2018.
- „Истраживање инфраструктурних потреба ИТ сектора на територији града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 2017. године.
- „Испитивање ставова грађана о Сабору трубача у Гучи“, Центар за културу и спорт општине Лучани, 2015.
- „Истраживање услуга изнајмљивања гробних места и израде и постављања надгробних споменика на територији града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, пројекат урађен за потребе Комисије за заштиту конкуренције Републике Србије, 2010. год.
- „Истраживање тржишта неспецијализоване продаје на мало, претежно хране, дувана и пића Града Крагујевца“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, пројекат урађен за потребе Комисије за заштиту конкуренције Републике Србије, 2009. год.

Вељко Маринковић је добитник Светосавске награде за изузетна постигнућа коју му је 2023. године доделио Универзитет у Крагујевцу. Поред наведеног, добитник је и годишње награде за изузетне резултате у научно-истраживачком раду постигнуте на Универзитету у Крагујевцу у пољу друштвено-хуманистичких наука у 2022. години.

5. СПИСАК ОБЈАВЉЕНИХ РАДОВА

Радови објављени у научним часописима међународног значаја

- Rejman Petrović, D., Nedeljković, I., **Marinković, V.** 2022. The role of the hedonistic and utilitarian quality dimensions in enhancing user satisfaction in mobile banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 40, No. 7, pp. 1610-1631, <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2022-0112>, (M22)
- Liébana-Cabanillas, F., Zoran Kalinic, Z., Ramos De Luna, I., **Marinkovic, V.** 2022, A holistic analysis of Near Field Communication mobile payments: An empirical analysis, *International Journal of Mobile Communication*, Vol. 20, No. 6, pp. 703-726, DOI: 10.1504/IJMC.2022.10038347 (M23)
- Šapić, S., Lazarević, J., **Marinković, V.** 2022. Consumer Lifestyle Forming Under the Influence of National Culture, *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, Vol. 27, No. 3, pp. 1-10, DOI: 10.7595/management.fon.2021.0028 (M24)

- Kalinić, Z., **Marinković, V.**, Kalinić, Lj., Liebana-Cabanillas, F. 2021. Neural Network Modeling of Consumer Satisfaction in Mobile Commerce: An Empirical Analysis, *Expert Systems with Applications*, Vol. 175, No. 3:114803, DOI: 10.1016/j.eswa.2021.114803 (M21a)
- **Marinković, V.**, Lazarević, J. 2021. Eating habits and consumer food shopping behaviour during COVID-19 virus pandemic: insights from Serbia, *British Food Journal*, Vol. 123, No. 12, pp. 3970-3987, DOI: 10.1108/BFJ-11-2020-1072 (M22)
- Đorđević, A., Topalović, S., **Marinković, V.** 2021. Effects of the perceived value dimensions on customer loyalty: evidence from hotel and tourism industries, *Ekonomika preduzeća*, Vol. LXIX, No. 1-2, pp. 55-64, DOI: 10.5937/EKOPRE2102055D (M24)
- Higuera-Castillo, E., Kalinic, Z., **Marinkovic, V.**, Liébana-Cabanillas, F. 2020. A mixed analysis of perceptions of electric and hybrid vehicles, *Energy Policy*, Vol. 136, Article 111076, doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111076 (M21a)
- Kalinic, Z., **Marinković, V.**, Đorđević, A., Liébana-Cabanillas, F. 2020. What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 33, No. 1, pp. 71-94, ISSN 1741-0398, DOI 10.1108/JEIM-05-2019-0136 (M21)
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., **Marinković, V.** 2020. The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 38, No. 1, pp. 138-158, ISSN 0265-2323, DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012> (M22)
- **Marinković, V.**, Đorđević, A., Kalinić, Z. 2020. The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective, *Technology Analysis & Strategic Management*, Vol. 32, No. 3, pp. 306-318, ISSN: 1465-3990, DOI: 10.1080/09537325.2019.1655537 (M23)
- Đorđević, A., Kalinić, Z., **Marinković, V.** 2020. Effects of the Social Environment on Consumers' Intention to Use Mobile Commerce, *Ekonomika preduzeća*, Vol. LXVIII, No. May-June, pp. 259-268, DOI: 10.5937/EKOPRE2004259D (M24).
- Kostić, M., Stanišić, N., **Marinković, V.** 2020. Do Socio-Cultural Factors Matter in Creating the General Level of Consumer Ethnocentrism, *Teme*, Vol. XLIV, No. 4, pp. 1411-1428, <https://doi.org/10.22190/TEME190702083K> (M24).
- **Marinković, V.**, Dimitrovski, D., Senić, V. 2020. Towards Developing a Sustainable Tourism Destination: Understanding Motives of Gold Panning on the River Pek. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, Vol. 25, No. 1, pp. 67-75, DOI: 10.7595/management.fon.2018.0013 (M24).

- Kalinic, Z., **Marinkovic, V.**, Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F. 2019. A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 49, pp. 143-153. doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.016 (M21)
- **Marinković, V.**, Stojanović-Aleksić, V., Bošković, A. 2019. Do Socially Responsible Companies Benefit from Higher Levels of Customer Satisfaction, Trust and Loyalty? *Journal of East European Management Studies*, Vol. 24, No. 4, pp. 653-677, DOI: 10.5771/0949-6181-2019-4-653 (M23)
- Erić-Nielsen, J., **Marinković, V.**, Nikolić, J. 2019. A Strategic Approach to Organisational Entrepreneurship: Employees' Awareness of Entrepreneurial Strategy, *Economic Annals*, Vol. LXIV, No. 222, pp. 117-146, ISSN: 0013-3264, <https://doi.org/10.2298/EKA1922117E> (M24)
- Liébana-Cabanillas, F., **Marinković, V.**, Ramos de Luna, I., Kalinić, Z. 2018. Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting & Social Change*. Vol. 129, pp. 117-130. doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015 (M21a)
- Liébana-Cabanillas, F., **Marinković, V.**, Kalinić, Z. 2017. A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal of Information Management*. Vol. 37, No. 2, pp. 14-24. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.008 (M21a)
- **Marinković, V.**, Kalinić, Z. 2017. Antecedents of customer satisfaction in mobile commerce: Exploring the moderating effect of customization, *Online Information Review*, Vol. 41, No. 2, pp. 138-154. DOI 10.1108/OIR-11-2015-0364 (M22)
- **Marinković, V.**, Dimitrovski, D., Senić, V. 2017. Going for gold as a leisure tourism continuum: clustering motivations for gold panning revisit intention, *Leisure Studies*, Vol. 36, No. 6, pp. 764-777, ISSN: 1466-4496, DOI: 10.1080/02614367.2016.1250803 (M22)
- Dimitrovski, D., Senić, V., Marić, D., **Marinković, V.** 2017. Commemorative events at destination memorials – a dark (heritage) tourism context, *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 23, No. 8, pp. 695-708, ISSN: 1470-3610, doi.org/10.1080/13527258.2017.1317645 (M22)
- Đorđević, A., **Marinković, V.** 2017. The identification of satisfaction drivers of vacation traveling tourists, *Ekonomika preduzeća*, Vol. 65, No. 5-6, str. 403-412, ISSN: 0353-443X; DOI:10.5937/EKOPRE1706403D (M24)
- Kalinić, Z., **Marinković, V.** 2016. Determinants of users' intention to adopt m-commerce: an empirical analysis, *Information Systems and e-Business Management*, Vol. 14, No. 2, pp. 367-387, ISSN 1617-9846, DOI 10.1007/s10257-015-0287-2 (M22)

- Marić, D., **Marinković, V.**, Marić, R., Dimitrovski, D. 2016. Analysis of Tangible and Intangible Hotel Service Quality Components, *Industrija*, Vol. 44, No.1, pp. 7-25, ISSN 0350-0373, DOI: 10.5937/industrija1-8437 (M24)
- **Marinković, V.**, Senić, V., Mimović, P. 2015. Factors affecting choice and image of ethnic restaurants in Serbia, *British Food Journal*, Vol. 117, Iss. 7 pp. 1903 – 1920, ISSN 0007-070X, DOI 10.1108/BFJ-09-2014-0313 (M23)
- **Marinković, V.**, Obradović, V. 2015. Customers' emotional reactions in the banking industry, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33, No. 3, pp. 243-260, ISSN 0265-2323, DOI 10.1108/IJBM-09-2013-0107 (SCOPUS - Q2)
- **Marinković, V.**, Senić, V., Ivkov, D., Dimitrovski, D., Bjelić, M. 2014. The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 32 Iss. 3, pp. 311-327, ISSN 0263-4503, DOI 10.1108/MIP-01-2013-0017 (SCOPUS – Q2)
- Senić, V., **Marinković, V.** 2014. Examining the effect of different components of customer value on attitudinal loyalty and behavioral intentions, *International Journal of Quality and Service Sciences, Selected papers from the 16th QMOD-ICQSS Conference: from LearnAbility and InnovAbility to SustainAbility*, Vol. 6, No. 2-3, pp. 134-142, ISSN:1756-669X, doi: 10.1108/IJQSS-02-2014-0010 (SCOPUS – Q2).
- **Marinković, V.**, Senić, V., Kocić, M., Šapić, S. 2013. Investigating the Impact of SERVQUAL Dimensions on Customer Satisfaction: The Lessons Learnt from Serbian Travel Agencies. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 15, No. 2, pp. 184-196, Online ISSN: 1522-1970, DOI: 10.1002/jtr.884 (M23)
- Senić, V., **Marinković, V.** 2013. Patient care, satisfaction and service quality in health care, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 37, No. 3, pp. 312-319, Online ISSN: 1470-6431, doi: 10.1111/j.1470-6431.2012.01132.x (M23)
- **Marinković, V.**, Senić, V., Dimitrovski, D. 2013. Merenje stavova potrošača o kvalitetu usluga u restoraterstvu, *Teme*, br.1, str. 319-338, ISSN 0353-7919, UDK 640.432 : 005.6 (M24)
- **Marinković, V.**, Senić, V. 2012. Loyalty patterns in corporate banking: insights gained from analysing willingness to recommend and share of wallet concepts, *Total Quality Management and Business Excellence*, Vol. 23, No. 11-12, str. 1465-1478, ISSN 1478-3363, DOI:10.1080/14783363.2012.733265 (M23)
- **Marinković, V.**, Obradović, V. 2012. Identification Of Drivers Of Client Satisfaction and Loyalty In Banking Industry, *Industrija*, br. 3, str. 93-110, ISSN 0350-0373, COBISS.SR-ID 238359 (M24)

- **Маринковић, В.**, Станишић, Н., Костић, М. 2011. Потрошачки етноцентризам грађана Србије, Социологија, Социолошко удружење Србије и Црне Горе и Институт за социолошка истраживања Филозофског факултета у Београду, број 1, стр. 43-58, ISSN 0038-0318, UDK 658.8:323.14, COBISS.SR-ID 37894159 (M24)

Радови у часописима националног значаја

- **Маринковић, В.**, Ђорђевић, А. 2022. Анализа утицаја различитих вредности за потрошаче у М трговини на сатисфакцију и намеру континуираног коришћења, Маркетинг, год 53, број 1, стр. 3-11, ISSN: 2334-8364, UDK: 658.6:338.486.22 658.8.012.12 (M51)
- Nedeljković, I., Zlatanović, D., **Marinković, V.** 2022. Effects of Customer Relationship Management on Organizational Performance, Economic Themes, Vol. 60, No. 2, pp. 237-258, DOI 10.2478/ethemes-2022-0014 (M51)
- Лазаревић, Ј., **Маринковић, В.** 2021. Стил живота потрошача у Србији пре и током пандемије вируса Covid 19, Маркетинг, год. 52, број. 1, стр. 3-11, ISSN: 2334-8364 UDK: 659.113.25(497.11) (M51)
- Topalović, S., **Marinković, V.** 2020. A multidimensional approach to the analysis of perceived value in tourism, Menadžment u hotelijerstvu i turizmu – Hotel and Tourism Management, Vol. 8, No. 1, pp. 49-58, ISSN 2620-0279 (M51).
- **Маринковић, В.** 2017. Ефекти анимозитета према Европској унији и патриотизма на потрошачки етноцентризам грађана Републике Србије, Економски хоризонти, Год. 19, Број.1, стр. 3-15, ISSN: 1450-863X, doi:10.5937/ekonhor1701003M (M51)
- Коцић, М., **Маринковић, В.**, Алимпић, С. 2016. Мерење вредности брэнда за потрошаче: емпиријски докази са тржишта прехранбених производа у Србији, Анали Економског факултета у Суботици, год. 52, број 35, стр. 189-206, ISSN: 0350-2120 (M51)
- Senić, V., **Marinković, V.** 2016. Factors Driving Behavioural Intentions: Study of Serbian Mobile Operator Customers, Marketing, god. 47, broj 3, str. 206-216, ISSN 0354-3471 (M51)
- Калинић, З., **Маринковић, В.** 2016. Одређивање релативног утицаја појединих фактора на прихватање мобилне трговине применом неуронских мрежа, Пословна економија, Год. 10, Број 2, стр. 206-223, ISSN: 1820-6859, UDK: 339:004.738.5 doi 10.5937/poseko10-12417 (M51)
- **Маринковић, В.**, Секулић, Д. 2016. Мотив боравка као критеријум сегментације корисника хотелијерских услуга, Менаџмент у хотелијерству и туризму, год. 4, број 2, стр. 25-35, ISSN 2334-8267 (M53)

- Dimitrovski, D., **Marinković, V.**, Senić, V. 2015. Attitudes of serbian urban residents toward tourism development, *Facta Universitatis: Economics and Organization*, Vol. 12, No. 2, pp. 143-155, ISSN2406-050X (Online) (M51)
- Шапић, С., Топаловић, С., **Маринковић, В.** 2014. Утицај димензија перципиране вредности на лојалност клијената, *Економске теме*, год. 52, бр. 4, стр. 401-417, ISSN 0353-8648 (M51)
- **Маринковић, В.**, Обрадовић, В. 2014. Мерење емоционалних реакција клијената банака, *Маркетинг*, год. 45, број 4, стр. 290-298, ISSN 0354-3471, UDK: 336.1:347.734 (M51)
- Filipović, J., **Marinković, V.** 2013. Effectiveness of various advertizing appeals featured in banners, *Actual Problems of Economics*, No. 6, pp. 470-476, ISSN 1993-6788 (M52)
- **Маринковић, В.** 2013. Да ли баријере замене услужне компаније модерирају повезаност перципираног имица и његових антецеденти? *Маркетинг*, година 44, број 1, стр. 39-48, ISSN 0354-3471, UDK: 658.012.12 (M51)
- Đorđević. M., Šapić, S., **Marinković, V.** 2012. How Companies Enter International Markets: Presentation and Analysis of the Empirical Research, *Actual Problems of Economics*, broj 7, str. 331-342, ISSN 1993-6788, COBISS.SR-ID 9938204 (M52)
- **Marinković, V.**, Senić, V. 2012. Analysis of Service Quality Elements in Corporate Banking, *Ekonomski horizonti*, Ekonomski fakultet, Kragujevac, br. 1, str. 15-24. eISSN 2217-9232, UDK: 005.6:336.71; 005.346, doi: 10.5937/ekonhor1201013M, COBISS.SR-ID 190823692 (M51)
- Veljković, S., **Marinković, V.** 2010. A Models for Measuring Customer Satisfaction at the National Level, *Економске теме*, Економски факултет Ниш, број 3, стр. 383-402, YU ISSN 0353-8648, UDK 659.113.25:658.8, COBISS.SR-ID 512602460 (M51)
- **Маринковић В.** 2010. Ефекти лојалности потрошача на стварање дугорочне профитабилности предузећа, *Пословна економија, Фабус*, Сремска Каменица, бр. 2, стр. 633-649, ISSN 1820-6859, UDK 366.622:347.728.1, COBISS.SR-ID 266380295 (M51)
- **Маринковић, В.**, Обрадовић, В. 2010. Улога *CLV* концепта у поступку анализе профитабилности потрошача, *Рачуноводство*, Рачуноводство д.о.о., Београд, број 1-2, стр. 61-71, ISSN 1450-6114, UDK 659.117; 366.626 (M52).
- **Маринковић, В.**, Костић, М. 2009. *ACSI* модел као основа за пројекцију тока економске кризе, *Економске теме*, Економски факултет, Ниш, број 3, стр. 205-218, YU ISSN 0353-8648, UDK 336.1 (M51)

- **Маринковић, В.,** Савовић, С. 2009. Маркетиншки показатељи атрактивности тржишта и конкурентности циљног предузећа, Маркетинг, Српско удружење за маркетинг (CeMA), Београд, број 4, стр. 221-232, ISSN 0354-3471, UDK 339.13:658.8, Ulrich ID 1788176, COBISS.SR-ID 749828 (M51)
- **Маринковић, В.,** Филиповић, Ј. 2009. Пројекција вредности потрошача у функцији конкурентске позиције предузећа, Економски хоризонти, Економски факултет, Крагујевац, број 2, стр. 65-79, YU ISSN 1450-863 X. UDK 005.346 (M52)
- **Маринковић, В.** 2008. Примена фокус група и индивидуалног дубинског интервјуа у експлоративној фази процеса маркетинг истраживања, Лидер, Бањалука број 1-2, стр. 51-57. ISSN 1512-9276 (M52)
- **Маринковић, В.** 2008. *RFM* анализа профитабилности потрошача, Маркетинг, Српско удружење за маркетинг (CeMA), Београд, број 3, стр. 91-99, ISSN 0354-3471, UDK 366, Ulrich ID 1788176, COBISS.SR-ID 749828 (M52)
- **Маринковић, В.** 2008. Креирање базе лојалних потрошача, Економски хоризонти, Економски факултет, Крагујевац, број 1, стр. 109-127, YU ISSN 1450-863 X (M53)
- **Маринковић, В.** 2007. Маркетиншке стратегије за промену ставова потрошача, Лидер, Бањалука, број 7-8, стр. 17-23. ISSN 1512-9276 (M52)
- **Маринковић, В.** 2007. Међусобни утицаји ставова и понашања потрошача, Маркетинг, Српско удружење за маркетинг (CeMA), Београд, број 4, стр. 103-109, ISSN 0354-3471, UDK 366.61, Ulrich ID 1788176 (M52)
- **Маринковић, В.** 2006. Анализа конкуренције и могућности стварања одрживе конкурентске предности предузећа, Лидер, Бањалука, број 7-8, стр. 24-31. ISSN 1512-9276 (M52)
- **Маринковић, В.** 2006. Улога маркетинг информационог система у процесу доношења одлука, Економски хоризонти, Економски факултет, Крагујевац, број 1-2, стр. 29-40 YU ISSN 1450-863 X (M53)

Монографија националног значаја

- Ђорђевић, А., **Маринковић, В.** 2019. Управљање потрошачима: приступ базиран на вредности, Економски факултет, Београд, број страна 474, ISBN: 978-86-403-1587-6 (M42)
- **Маринковић, В.** 2012. Маркетиншки аспекти сатисфакције и лојалности: оријентација на потрошаче у савременом банкарском пословању, Економски факултет, Крагујевац, број страна 312, ISBN 978-86-6091-022-8, COBISS.SR-ID 189096972 (M42)

Поглавља у монографијама међународног значаја

- **Marinković, V., Kalinić, Z.** 2020. Understanding Consumers' Continuance Intention and Word of Mouth in Mobile Commerce Based on Extended UTAUT Model (Book Chapter), Impact of Mobile Services on Business Development and E-Commerce, IGI Global, Hershey, pp. 108-125, ISBN13: 9781799800507, DOI: 10.4018/978-1-7998-0050-7.ch006 (M14)

Рад у тематском зборнику националног значаја

- **Маринковић, В., Лазаревић, Ј.** 2022. Ефекти превентивних мера и перципираног ризика на понашање потрошача током пандемије вируса COVID 19, Зборник радова: Изазови економије и пословања у Републици Србији изазвани пандемијом COVID 19, Економски факултет, Крагујевац, стр. 285-295, ISBN 978-86-6091-131-7 (M45)
- **Маринковић, В., Лазаревић, Ј.** 2021. Психографски аспекти сегментације потрошача у савременом истраживању тржишта, Зборник радова: Могућности и перспективе привреде Републике Србије у процесу европских интеграција, Економски факултет, Крагујевац, стр. 29-43, ISBN 978-86-6091-119-5 (M45)
- **Маринковић, В., Калинић, З.** 2020. Модели за прихватање мобилних технологија: компарација ТАМ и УТАУТ модела, Зборник радова: Актуелни макроекономски и микроекономски аспекти европских интеграција Републике Србије, Економски факултет, Крагујевац, стр. 261-271, ISBN 978-86-6091-107-2 (M45).
- **Маринковић, В., Калинић, З.** 2019. Алтернативни приступи сегментацији корисника услуга мобилне трговине у Републици Србији, Зборник радова: Економски ефекти транзиције и реструктурирања привреде Србије у функцији европских интеграција, Економски факултет, Крагујевац, стр. 287-298, ISBN 978-86-6091-089-1 (M45)
- **Маринковић, В.** 2018. Анализа перципиране вредности: тестирање модерацијских ефеката старости и нивоа образовања, Зборник радова: Импликације економије знања за развојне процесе у Републици Србији, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, ISBN: 978-86-6091-078-5, стр. 421-430 (M45)
- **Маринковић, В.** 2017. Перципирани квалитет као критеријум сегментације клијената банака, Зборник радова: Утицај глобализације на пословно управљање и економски развој Шумадије и Поморавља, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, стр. 419-425, ISBN: 978-86-6091-0732-0 (M45)
- **Маринковић, В.** 2016. Утицај функционалних и емоционалних елемената квалитета услуга на корпоративну репутацију предузећа, Зборник радова:

Унапређење конкурентности привреде Републике Србије, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, стр. 335-341, ISBN: 978-86-6091-067-9 (M45)

- **Маринковић, В.** 2015. Потрошачки етноцентризам у Србији и другим земљама кандидатима за чланство у ЕУ, Зборник радова: Економско-социјални аспекти прикључивања Србије Европској унији, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, стр. 309-314, ISBN: 978-86-6091-059-4 (M45)
- **Маринковић, В., Костић, М.** 2014. Испитивање јавног мњења о стању и потенцијалима економије града Крагујевца, Зборник радова: Стање и перспективе економског развоја града Крагујевца, Економски факултет, Крагујевац, стр. 231-241, ISBN 978-86-6091-048-8 (M45)
- **Маринковић, В.** 2013. Улога сатисфакције у изградњи лојалности клијената у сектору услуга, Тематски зборник радова: „Карактеристике, концепти и изазови менаџмента у савременим условима пословања, стр. 211-227, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, ISBN 978-86-6091-041-9 (M45)

Уређивање тематског зборника националног значаја

- Зборник радова: „Унапређење конкурентности привреде Републике Србије“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, 2016 (редактори: **проф. др Вељко Маринковић**, проф. др Весна Јањић и проф. др Владимир Мићић), ISBN: 978-86-6091-067-9 (M49)

Саопштења са међународних скупова штампана у целини/изводу

- Đorđević, A., **Marinković, V.**, Dimitrovski, D. 2022. What drives user satisfaction and subjective well-being of hotel wellness experience? An experiencescape approach, The International Scientific Conference: Digitalization and sustainability – new environment for economics and business, Book of Abstracts, Faculty of Economics, University of Belgrade, pp. 75-76, ISBN: 978-86-403-1752-8, (M34)
- **Marinković, V.**, Dimitrovski, D., Đorđević, A. 2022. A Conceptual model for measuring the transformative hotel service experience, The International Scientific Conference: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (EBM2022), Book of Abstracts, Faculty of Economics, University of Kragujevac, p. 3, ISBN 978-86-6091-132-4 (M34)
- Cvijanović, D., Senić, V., Dimitrovski D., **Marinković, V.** 2020. Gold Panning as a Distinctive Rural Tourism Activity - An Investigation of Triggers Behind Revisit Intentions to River Pek. The International Scientific Conference: Rurality, Ruralism and Rural Tourism, Jamia Millia Islamia University, Conference Proceedings, Publisher: Ane Books Pvt. Ltd. New Delhi – Chennai, pp. 33-42, ISBN 978-93-89212-33-4 (M33).

- Kalinić, Z., **Marinković, V.**, Liébana-Cabanillas, F., Ramos de Luna, I. 2018. Moderating effects of gender on user satisfaction in mobile commerce. The International Scientific Conference: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (EBM2018), Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 161-173, ISBN 978-86-6091-083-9 (M33)
- **Marinković, V.**, Liebana-Cabanillas, F., Kalinić, Z., Ramos de Luna, I. 2016. Predicting the determinants of mobile commerce acceptance: A SEM approach, 8th International Scientific Conference: Knowledge – Economy – Society: Strategies, Concepts and Instruments of Management, Faculty of Management, Cracow University of Economics, June 1-3, Krakow, pp. 113-121, ISBN 978-83-65173-28-7,UDK 004.738.5:339, COBISS.SR-ID 513607516 (M33)
- Senić, V., **Marinković, V.** (2016). Crisis Communication in Tourism. International Scientific Conference: Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia (Conference Proceedings), Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, pp. 275-290, ISBN 978-86-89949-09-4 (M33)
- Dimitrovski, D., **Marinković, V.**, Senić, V. 2015. Staying in Business Hotels – Understanding the Relationship Between Service Quality and Satisfaction Among Business Travelers, EBM 2014, Conference Proceedings, Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 261-272, ISBN 978-86-6091-049-5 (M33)
- Kalinic, Z., **Marinkovic, V.** 2015. Consumers' attitudes towards m-commerce: Moderating effects of social influence, innovativeness and customization, 7th International Scientific Conference: Knowledge – Economy – Society: Challenges of Contemporary Economies in the Face of Global Market Conditions, Faculty of Management, Cracow University of Economics, Krakow, pp. 67-75, ISBN: (paper): 978-83-65173-28-7, ISBN (on-line): 978-83-65173-29-4 (M33)
- Liébana Cabanillas, F., Kalinic, Z., Ramos De Luna, I., **Marinkovic, V.** 2015. La adopcion del pago movil NFC: un analisis cross-cultural entre Espana y Serbia, AEMARK 2015, Conference Proceedings, Asociacion Espanola De Marketing Academico Y Profesional, pp. 1200-1205, ISBN 978-84-16462-51-3 (M33)
- Senić, V., **Marinković, V.**, Gordon, E. 2013. Risk Perception in Choosing a Destination: A Cross Cultural Study Among Israeli and Serbian Tourists, Contemporary Issues in Economics, Business and Management - EBM 2012, Conference Proceedings, Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 199-207, ISBN: 978-86-6091-037-2 (M33)
- Senić, V., **Marinković, V.** 2013. Examining the Effect of Different Components of Customer Value on Attitudinal Loyalty and Behavioral Intentions, 16th QMOD/ICQSS Conference "From Learnability and Innovability to Sustainability", Conference Proceedings, Lunds Unversity (Sweden), Linköping University (Sweden), University of Maribor (Slovenia), Portorož, Slovenia, pp. 1621-1629, ISBN 978-961-232-269-4 (M33)

- **Marinković, V., Senić, V.** 2011. Patient Satisfaction: A Case of Serbian Student Polyclinics, The 12th International Research Symposium on Service Excellence in Management: Advances in Service Quality Innovation and Excellence, Cornell University, Ithaca, NY, pp. 720-729, ISBN 978-0-578-08457-2 (M33)
- **Marinković, V., Senić, V., Mandarić, M.** 2011. Investigating Drivers of Repurchase and Word of Mouth: An Empirical Study of Mobile Operators in Serbia, The International Scientific Conference: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (EBM2010) Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 273-282, ISBN 978-86-6091-018-1, COBISS.SR-ID 512738140 (M33)

Саопштења са скупова националног значаја штампана у целини

- **Маринковић, В., Ђорђевић, А.** 2022. Анализа утицаја различитих вредности за потрошаче у М трговини на сатисфакцију и намеру континуираног коришћења, Зборник радова домаће научне конференције „Изазови и перспективе маркетинга“, Српско удружење за маркетинг, Београд, ISBN: 978-86-903768-1-0, стр. 75-84 (M63)
- **Маринковић, В., Лазаревић, Ј., Марић, Д.** 2022. Потрошачки етноцентризам у условима пандемије вируса КОВИД 19, Научни скуп са међународним учешћем СМ 2022, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 201-209, ISBN 978-86-7233-406-7 (M63).
- Димитровски Д., Сенић, В., **Маринковић, В.** 2019. Због чега туристи посећују меморијалне манифестације: тестирање модерацијског ефекта старости, Зборник радова домаће научне конференције „Изазови савременог маркетинга“, Српско удружење за маркетинг, ISBN: 978-86-7852-056-3, стр. 336-344 (M63).
- **Маринковић, В.,** Димитровски, Д., Сенић, В. 2017. Утврђивање основних мотива испирања злата као специфичног вида туристичке активности, Зборник радова домаће научне конференције „Изазови и проблеми савременог маркетинга“, Српско удружење за маркетинг, ISBN: 978-86-6047-256-6, стр. 189-197 (M63).
- **Маринковић, В.,** Сенић, В. 2016. Утврђивање фактора који утичу на избор ресторана националне кухиње у Републици Србији, Научни скуп са међународним учешћем СМ 2016, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 954-962, ISBN 978-86-7233-356-5 (M63)
- **Маринковић, В.,** Костић, М., Станишић, Н. 2015. Утицај културолошке отворености, националног идентитета и патриотизма на потрошачки етноцентризам, Научни скуп са међународним учешћем СМ 2015, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 538-545, ISBN 978-86-7233-352-7 (M63)
- **Маринковић, В.,** Димитровски Д. 2014. Модел за мерење сатисфакције и усмене пропаганде на тржишту кабловских оператера, Научни скуп са међународним

учешћем СМ 2014, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, 05-14, ISBN 978-86-7233-345-9 (М63)

- **Маринковић, В.,** Сенић, В., Димитровски Д. 2013. Испитивање перцепција потрошача о важности различитих компоненти квалитета услуга у хотелијерству, Научни скуп са међународним учешћем СМ2013, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 757-767, ISBN 978-86-7233-329-9 (М63)
- **Маринковић, В.,** Шапић, С. 2009. Управљање жалбама и заштита потрошача, Нова законска решења у области заштите потрошача, НОПС и Економски факултет у Крагујевцу, Крагујевац, стр. 195-209, ISBN 978-86-87485-02-0 (М63)
- Костић, М., **Маринковић, В.** 2008. Институционална решења и могући правци развоја туризма Србије, Институционалне промене као детерминанта привредног развоја Србије, Економски факултет, Крагујевац, стр. 301-312, ISBN 978-86-82203-79-7 (М63).

Докторска дисертација

- **Маринковић, В.** 2010. Маркетиншки концепти сатисфакције и лојалности у банкарству, докторска дисертација, Економски факултет, Београд, број страна 295 (М70)

6. ПРИКАЗ ОДАБРАНИХ РАДОВА

У наставку извештаја дат је приказ важнијих радова кандидата Вељка Маринковића:

- Rejman Petrović, D., Nedeljković, I., **Marinković, V.** 2022. The role of the hedonistic and utilitarian quality dimensions in enhancing user satisfaction in mobile banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 40, No. 7, pp. 1610-1631, <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2022-0112>, (М22).

У раду су испитивани ефекти утилитаристичких и хедонистичких димензија квалитета услуга на задовољство корисника мобилног банкарства. Допринос рада базира се управо на издвајању ове две важне компоненте квалитета услуга, при чему утилитаристичку компоненту чине две кључне димензије модела прихватања технологија (корисност и једноставност коришћења) и заштита приватности података. Тиме, концепција предложеног модела има теоријско упориште у познатом Моделу прихватања технологија који је развио аутор Davis (1989). Будући да нови модел представља проширену верзију Модела прихватања технологија, у оквиру статистичке анализе, тестиране су конвергентна и дискриминациона валидност, као и усклађеност модела. У главном делу анализе података, примењено је моделирање структуралним једначинама, чиме су тестирани односи између варијабли модела. Конкретно, измерени су утицаји утилитаристичких и

хедонистичких димензија на задовољство корисника, а затим је процењен ефекат задовољства на спремност препоруке и намеру будућег коришћења мобилног банкарства. Узимајући у обзир основно начело Теорије дифузије иновација и поделу корисника у пет категорија у зависности од периода прихватања технологије, у предложеном моделу испитаници су подељени у две групе: иноваторе и следбенике. Тиме је применом вишегрупне анализе утврђена статистички значајна разлика у јачини односа варијабли модела на нивоу две посматране групе корисника. На овај начин, рад пружа додатни допринос постојећој литератури, будући да је у веома малом броју радова персонална иновативност корисника мобилног банкарства посматрана као критеријум сегментације, а да је при томе значајност и јачина ефеката на нивоу укупног узорка и на нивоу посматраних група процењена применом моделирања структуралним једначинама.

- **Маринковић, В.,** Лазаревић, Ј., Марић, Д. 2022. Потрошачки етноцентризам у условима пандемије вируса КОВИД 19, Научни скуп са међународним учешћем СМ 2022, Зборник радова, Економски факултет из Суботице, Универзитет у Новом Саду, стр. 201-209, ISBN 978-86-7233-406-7 (M63).

Циљ рада је био да се утврди степен промене потрошачког етноцентризма током пандемије КОВИД 19 у односу на период пре појаве вируса. При томе, коришћењем адаптиране Скале за мерење етноцентричних тенденција потрошача, измерен је општи степен потрошачког етноцентризма у два посматрана периода. Додатно, утврђене су и разлике у усмерености грађана ка куповини различитих категорија производа које су се испољиле током пандемије у односу на период пре почетка пандемије КОВИД 19. Будући да су анализирани вредности добијене на интервалној скали у два посматрана периода и због чињенице да је у истраживању коришћен велики узорак, а да при томе није било у већој мери нарушено својство нормалности распореда, у раду је примењен упарени т тест. С обзиром на чињеницу да је потрошачки етноцентризам мерен преко већег броја сродних констатација, у прелиминарној фази анализе процењена је поузданост ове варијабле, односно интерна конзистентност коришћених констатација. Анализа поузданости је спроведена на основу сагледавања вредности коефицијента Cronbach alpha. Као главни резултат анализе података може се издвојити пораст нивоа потрошачког етноцентризма током пандемије, нарочито када се ради о избору медицинских производа домаћег порекла. Интересантно је истаћи и податак да се у случају путовања и производа за личну хигијену није повећао степен потрошачког етноцентризма, што указује да грађани исказују лојалност иностраним козметичким брендovima и да су и даље у сличном степену спремни да одмор, а нарочито летовање, проведу у некој од иностраних земаља.

- **Marinković, V.,** Đorđević, A., Kalinić, Z. 2020. The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective, *Technology Analysis & Strategic Management*, Vol. 32, No. 3, pp. 306-318, ISSN: 1465-3990, DOI: 10.1080/09537325.2019.1655537 (M23)

У раду је примењено вишегрупно моделирање структуралним једначинама са циљем утврђивања разлика у ставовима и понашању жена и мушкараца у погледу коришћења мобилне трговине. У раду је предложен нови модел који представља екстензију Јединствене теорије прихватања и употребе технологије. Модел обухвата укупно 11

латентних варијабли. Приликом евалуације валидности модела која је спроведена у иницијалној фази анализе података, за сваку конструкцију су израчунате вредности просечне издвојене варијансе и композитне поузданости. У другој фази анализе, тестирани су главни и интеракцијски ефекти. Као главни покретач сатисфакције корисника мобилне трговине издвајају се очекиване перформансе. Додатно, сатисфакција остварује снажан утицај на спремност корисника да се активно укључе у процес побољшања постојећих и креирања нових услуга. Од 10 тестираних ефеката, разлике у понашању жена и мушкараца испољавају се у случају три ефекта. Када је реч о корисницима чији је стил живота у складу са реализацијом мобилних плаћања и који при томе доминантно преферирају овакав вид куповина, вреди истаћи да су жене у знатно већој мери спремне да дају идеје у погледу унапређења мобилних услуга у односу на мушкарце.

- **Marinković, V., Stojanović-Aleksić, V., Bošković, A.** 2019. Do Socially Responsible Companies Benefit from Higher Levels of Customer Satisfaction, Trust and Loyalty? *Journal of East European Management Studies*, Vol. 24, No. 4, pp. 653-677, DOI: 10.5771/0949-6181-2019-4-653 (M23)

Циљ рада је испитивање утицаја различитих димензија корпоративне друштвене одговорности на сатисфакцију, лојалност и поверење клијената на тржишту мобилне телефоније у Републици Србији. У раду се пружа одговор на питање: да ли повећање друштвено одговорних активности предузећа може довести до јачања поверења, завољства и лојалности клијената. Потенцијални проблем код овакве врсте истраживања представља неинформисаност испитаника од којих се прикупљају подаци путем анкетног метода о друштвено одговорним активностима предузећа, у овом случају мобилних оператора. Додатно, поједини испитаници дају и друштвено пожељне одговоре. У циљу елиминисања наведеног проблема, осим података из иницијалног узорка који су служили за мерење утицаја корпоративне друштвене одговорности на поверење, сатисфакцију и лојалност клијената, подаци су прикупљени и од контролног узорка. Будући да су иницијални узорак чинили они испитаници који су самостално процењивали степен личне информисаности о друштвено одговорним активностима мобилних оператора, уведен је и контролни узорак који су чинили испитаници који су пре самог попуњавања упитника били детаљно упознати од стране истраживача о свим друштвено одговорним активностима које спровode мобилни оператори. Додатно, оба узорка су била веома слична по кључним демографским карактеристикама. Због тога је у прелиминарној фази истраживања спроведен т тест за два независна узорка. Резултати су показали да нису утврђене статистички значајне разлике у ставовима испитаника из два узорка о констатацијама из упитника. Тиме је у даљој фази истраживања коришћен иницијални узорак, а од анализа су спроведене корелациона и вишеструка регресиона анализа. Резултати су показали да је фер однос према клијентима главни покретач њиховог поверења, сатисфакције и лојалности, али да је веома важно и да сами грађани буду информисани о друштвено одговорним активностима које предузећа предузимају.

- **Marinković, V., Dimitrovski, D., Senić, V.** 2017. Going for gold as a leisure tourism continuum: clustering motivations for gold panning revisit intention, *Leisure Studies*, Vol. 36, No. 6, pp. 764-777, ISSN: 1466-4496, DOI: 10.1080/02614367.2016.1250803 (M22)

У раду су примењене кластер и факторска анализа у циљу дефинисања сегмената и утврђивања кључних мотива туриста када је реч о активности испирања злата на реци Пек. Циљ рада је био да се идентификује профил туристе који преферира испирање злата. У том контексту, применом факторске анализе велики број констатација из анкетног упитника је груписан у мањи број кључних мотива за испирањем злата. Такође, испитан је интензитет опсесије златом испитаника, као и степен намере поновног доласка на реку Пек. Затим су коришћењем кластер анализе туристи груписани у два кључна сегмента: љубитеље природе и праве испираче злата. Испитаници из два издвојена кластера се значајно разликују по старости, степену образовања и брачном статусу. Осим наведеног, различити су и њихови мотиви испирања злата. Анализом резултата, идентификовано је пет кључних фактора због којих туристи обављају ову специфичну туристичку активност. То су љубав према природи, престиж, узбуђење, друштвена интеракција и изолација. За разлику од љубитеља природе које углавном чине млађе неударене жене које воле природу и друштвене интеракције, прави испирачи злата су углавном старији ожењени мушкарци, опседнути златом, који такође воле природу, али и изолацију, престиж и узбуђење.

- Liébana-Cabanillas, F., **Marinković, V.**, Kalinić, Z. 2017. A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal of Information Management*. Vol. 37, No. 2, pp. 14-24. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.008 (M21a)

У раду су идентификоване кључне детерминанте намере коришћења мобилне трговине. Будући да је свака варијабла мерена преко неколико констатација и да су испитаници исказивали степен слагања са њима на седмостепеној Ликертовој скали, за тестирање каузалних односа коришћено је моделирање структуралним једначинама. Овога пута, резултати ове анализе допуњени су резултатима неуронских мрежа. Наиме, уколико су међу варијаблама присутни изражени нелинеарни односи, пожељно је да се резултати моделирања структуралним једначинама (који у оваквим ситуацијама могу бити недовољно поуздани) допуне резултатима неуронских мрежа. У том контексту, у првом кораку се идентификују значајни покретачи намере коришћења мобилне трговине применом моделирања структуралним једначинама, а затим се коришћењем неуронских мрежа проверава још једном јачина ефеката само за оне варијабле чији су утицаји претходно идентификовани као статистички значајни. Обе анализе су дале готово идентичне резултате, а као најјаче детерминанте намере коришћења мобилне трговине издвојене су кастомизација, укљученост корисника у креирање нове услуге, поверење и корисност. Важно је истаћи да је од 2019. године овај рад у свим сукцесивним двомесечним извештајима Web of Science сврстан у 1% најцитиранијих радова у пољу друштвених наука.

7. АНАЛИЗА ИСПУЊЕНОСТИ УСЛОВА ОБАВЕЗНИХ И ИЗБОРНИХ ЕЛЕМЕНАТА ЗА ИЗБОР У ЗВАЊЕ ВАНРЕДНОГ ПРОФЕСОРА

Правилник о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду прописује, унутар групације друштвено-хуманистичких наука, седам обавезних услова за избор у звање ванредног професора. У табели 1 представљени су у левој колони минимално потребни услови за избор наставника у звање ванредног професора за поље

друштвено-хуманистичких наука на Универзитету у Београду, док су у десној колони приказани остварени резултати др Вељка Маринковића као потврда испуњења услова.

Табела 1. Испуњеност обавезних услова за избор др Вељка Маринковића у звање ванредног професора

Обавезни услови	Оцена испуњености услова	Образложење
<p>Услов 1.</p> <p>Искуство у педагошком раду</p>	<p>Услов испуњен</p>	<p>Вељко Маринковић изводи наставу на следећим наставним предметима: Економски факултет Универзитета у Крагујевцу: - Истраживање тржишта и Понашање потрошача (основне академске студије); - Квантитативна анализа у маркетингу (мастер студије); - Методологија научног истраживања и Маркетинг односа са потрошачима (докторске студије).</p> <p>Економски факултет Универзитета у Београду: - Statistical Methods for Market Research, основне академске студије, студијски програм Business and Management који се реализује у оквиру сарадње Економског факултета Универзитета у Београду и Универзитета у Лондону (школска 2022/2023). - Истраживање потрошача у Маркетингу, мастер студије (школска 2022/2023).</p> <p>Био је ментор при изради и одбрани две докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу и члан комисија за одбрану седам докторских дисертација на Економском факултету у Крагујевцу, четири докторске дисертације на Економском факултету у Суботици, једне докторске дисертације на Факултету за хотелијерство и туризам Универзитета у Крагујевцу и једне докторске дисертације на Економском факултету у Београду. Био је и члан више комисија за избор наставника и сарадника на Економском факултету у Београду, Економском факултету у Суботици, Економском факултету у Крагујевцу и Факултету за хотелијерство и туризам.</p>
<p>Услов 2.</p> <p>Позитивна оцена педагошког рада добијена у студентским анкетама</p>	<p>Услов испуњен</p>	<p>По свим релевантним критеријумима, у периоду од школске 2014/2015. године, закључно са школском 2021/2022. просечне оцене кандидата кретале су се у интервалу 4.04-4.99. Резултати анкетирања студената Економског факултета Универзитета у Крагујевцу посматрани посебно за период од школске 2018/2019. године закључно са школском 2021/2022. годином указују да су се просечне оцене кандидата</p>

		кретале у интервалу 4.56-4.99.
Услов 3. Објављена два рада из категорије М20 или пет радова из категорије М51 у периоду од последњег избора у звање из научне области за коју се бира.	Услов испуњен	Кандидат је објавио 20 радова у категоријама М21, М22 и М23 и 14 радова у категорији М24 (у последњих 5 година, кандидат је објавио 11 радова у категоријама М21, М22 и М23 и 6 радова у категорији М24). Такође, кандидат је објавио 16 радова у категорији М51 (4 рада у последњих пет година).
Услов 4. Одобрен и објављен универзитетски уџбеник за предмет из студијског програма факултета, односно универзитета или научна монографија (са ISBN бројем) из научне области за коју се бира, у периоду од избора у претходно звање	Услов испуњен	Две објављене научне монографије (једна у последњих 5 година).
Услов 5. Један рад са међународног научног скупа објављен у целини категорије М31 или М33.	Услов испуњен	Једанаест саопштења на међународним конференцијама која су штампана у целини категорије М33 (2 саопштења категорије М33 у последњих 5 година).
Услов 6. Један рад са научног скупа националног значаја објављен у целини категорије М61 или М63.	Услов испуњен	Десет саопштења на домаћим конференцијама која су штампана у целини категорије М63 (3 саопштења категорије М63 у последњих 5 година).
Услов 7. Оригинално стручно остварење или руковођење или учешће у пројекту	Услов испуњен	<p>Др Вељко Маринковић је био учесник следећих пројеката:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TEMPUS JEP CD 41146-2006. „Rationalization of the postgraduate studies in Business Management and Economics in Serbia“. Grantholder: Prof. Allesio Lokar, Universita Degli Studi Di Udine, Italy, Coordinator: Prof. Zora Arsovski, University of Kragujevac, Faculty of Economics, 2005-2008; • TEMPUS: Development of Lifelong Learning Framework in Serbia 145010-1-2008-RSTEMPUS-JPHES, Grantholder: Prof. Verica Babić, University of Kragujevac 2010; • „Нови послови за младе књиговође“, у оквиру програма „Е2Е – Знањем до посла: Развијање вештина младих и јавно-приватно партнерство у Србији“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу (пројекат финансиран од стране Швајцарске агенције за развој и сарадњу; број пројекта: WBL0617-14), 2017-2018. <p>Др Вељко Маринковић је учесник, или је учествовао у реализацији следећих научних пројеката Економског факултета Универзитета у Крагујевцу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Савремени изазови економског развоја Републике Србије“, пројекат Економског

		<p>факултета Универзитета у Крагујевцу (пројекат се спроводи од 2021. године);</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Економски аспекти европских интеграција - искуства и перспективе Републике Србије“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2018-2020. год; • „Од кризе до економског развоја: савремени изазови у економији и менаџменту“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2012-2017. год; • „Институционалне претпоставке процеса транзиције у функцији раста и развоја“, пројекат Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, 2007-2011. год.
--	--	--

Правилник о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду прописује, унутар групације друштвено-хуманистичких наука, и три групе изборних услова за избор у звање ванредног професора. Према члану 5 овог правилника, довољно је да кандидат испуни најмање по једну одредницу из најмање две од три групе изборних услова. У табели 2 представљени су у левој колони изборни услови за избор наставника у звање ванредног професора за поље друштвено-хуманистичких наука на Универзитету у Београду, док су у десној колони приказани остварени резултати др Вељка Маринковића као потврда испуњења услова.

Табела 2. Испуњеност изборних услова за избор др Вељка Маринковића у звање ванредног професора

Изборни услови		Образложење
1. Стручно-професионални допринос	<p>1. Председник или члан уређивачког одбора научних часописа или зборника радова у земљи или иностранству.</p> <p>2. Председник или члан организационог или научног одбора на научним скуповима националног или међународног нивоа.</p>	<p>Члан редакционог одбора часописа Маркетинг, а био је и секретар уредништва часописа Економски хоризонти.</p> <p>Члан програмског одбора међународне научне конференције: „Contemporary Issues in Economics, Business and Management – ЕВМ“ (2022, 2020. и 2018. године), члан програмског одбора домаће научне конференције: „Изазови и перспективе маркетинга“ (2021. године), члан организационог одбора конференције: „Изазови савременог маркетинга“ (2019. године), члан научног одбора међународне научне конференције: „Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia“ (2016. године), председник организационог одбора међународне научне конференције: „Contemporary Issues in Economics, Business and Management – ЕВМ“ (2012. године),</p>

	<p>3. Председник или члан комисија за израду завршних радова на академским мастер или докторским студијама.</p> <p>4. Руководилац или сарадник на домаћим и међународним научним пројектима.</p>	<p>Ментор при изради и одбрани две докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу (2016. и 2020. године) и члан комисија за одбрану седам докторских дисертација на Економском факултету у Крагујевцу (2018, 2021, 2022. и 2023. године), четири докторске дисертације на Економском факултету у Суботици (2016, 2017 и 2021. године), једне докторске дисертације на Факултету за хотелијерство и туризам Универзитета у Крагујевцу (2023. године) и једне докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Београду (2022. године). Био је и ментор или члан комисије већег броја одбрањених мастер радова на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу у претходном петогодишњем периоду.</p> <p>Истраживач на пројектима:</p> <p>-TEMPUS JEP CD 41146-2006. „Rationalization of the postgraduate studies in Business Management and Economics in Serbia“. Grantholder: Prof. Allesio Lokar, Universita Degli Studi Di Udine, Italy, Coordinator: Prof. Zora Arsovski, University of Kragujevac, Faculty of Economics, 2005-2008;</p> <p>-TEMPUS: Development of Lifelong Learning Framework in Serbia 145010-1-2008-RSTEMPUS-JPHES, Grantholder: Prof. Verica Babić, University of Kragujevac 2010;</p> <p>Услов испуњен</p>
<p>2. Допринос академској и широј заједници</p>	<p>1.Чланство у страним или домаћим академијама наука, чланство у стручним или научним асоцијацијама у које се члан бира.</p> <p>2. Председник или члан органа управљања, стручног органа или комисија на факултету или универзитету у земљи или иностранству.</p> <p>3. Члан националног савета,</p>	<p>Редовни члан Научног друштва економиста Србије.</p> <p>Члан Научног савета Српског удружења за маркетинг.</p> <p>Био је члан Савета Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, председник комисије за основне и мастер студије, члан Централне комисије за спровођење новог циклуса акредитације Факултета у више мандата.</p> <p>-</p>

	<p>стручног, законодавног или другог органа и комисије министарстава.</p> <p>4. Учешће у наставним активностима ван студијских програма (перманентно образовање, курсеви у организацији професионалних удружења и институција, програми едукације наставника) или у активностима популаризације науке.</p> <p>5. Домаће или међународне награде и признања у развоју образовања или науке.</p>	<p>-</p> <p>Добитник Светосавске награде за изузетна постигнућа коју му је 2023. године доделио Универзитет у Крагујевцу.</p> <p>Услов испуњен</p>
<p>3. Сарадња са другим високошколским, научноистраживачким установама, односно установама културе или уметности у земљи и иностранству</p>	<p>1. Руковођење или учешће у међународним научним или стручним пројектима и студијама</p> <p>2. Радно ангажовање у настави или комисијама на другим Високошколским или научноистраживачким институцијама у земљи или иностранству, или звање гостујућег професора или истраживача.</p> <p>3. Руковођење радом или чланство у органу или професионалном</p>	<p>Истраживач на пројектима:</p> <p>-TEMPUS JEP CD 41146-2006. „Rationalization of the postgraduate studies in Business Management and Economics in Serbia“. Grantholder: Prof. Allesio Lokar, Universita Degli Studi Di Udine, Italy, Coordinator: Prof. Zora Arsovski, University of Kragujevac, Faculty of Economics, 2005-2008;</p> <p>-TEMPUS: Development of Lifelong Learning Framework in Serbia 145010-1-2008-RSTEMPUS-JPHES, Grantholder: Prof. Verica Babić, University of Kragujevac 2010;</p> <p>-Нови послови за младе књиговође“, у оквиру програма „E2E – Знањем до посла: Развијање вештина младих и јавно-приватно партнерство у Србији“, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу (пројекат финансиран од стране Швајцарске агенције за развој и сарадњу; број пројекта: WBL0617-14), 2017-2018.</p> <p>Члан комисија за одбрану четири докторске дисертације на Економском факултету у Суботици, од којих су две докторске дисертације одбрањене у последњих пет година (2021. године).</p> <p>Редовни члан Научног друштва економиста Србије.</p>

	<p>удружењу или организацији националног или међународног нивоа.</p> <p>4. Учешће у програмима размене наставника и студената.</p> <p>5. Учешће у изради и спровођењу заједничких студијских програма</p> <p>6. Предавања по позиву на универзитетима у земљи или иностранству.</p>	<p>Био је члан Председништва Српског удружења за маркетинг.</p> <p>У оквиру Ерасмус + студентске размене, изводио је консултативну наставу из наставног предмета Market Research (основне академске студије) у јесењем семестру школске 2018/2019. године за стране студенте који су своју мобилност реализовали на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу.</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>Услов испуњен</p>
--	---	--

ЗАКЉУЧАК

На основу анализе научно-истраживачке, наставно-педагошке и осталих активности др Вељка Маринковића, а у складу са одредбама Закона о високом образовању, Статута факултета и Правилника о критеријумима за избор наставника на Универзитету у Београду, сматрамо да др Вељко Маринковић испуњава све прописане услове за избор у звање ванредног професора за ужу научну област Статистика и математика.

Научни опус др Вељка Маринковића, фокусираност на изазове и проблеме савремених тржишних истраживања и анализе података и остварени резултати у наставном раду говоре да се ради о вредном и респектованом научнику. Др Вељко Маринковић је објавио преко 90 научних радова, од тога 20 радова у часописима који су индексирани у Web of Science. *Hⁱ* индекс Вељка Маринковића у овој индексној бази износи 15 уз преко 1000 остварених цитата. Аутор је и две научне монографије, од којих је једна монографија објављена у последњих пет година (2019. године). Анализом научних радова кандидата може се приметити његова усмереност на примену статистичких метода у истраживању тржишта. При томе, у својим радовима, кандидат у највећој мери примењује моделирање структуралним једначинама, али и факторску, кластер, корелациону анализу, као и тестове поређења средњих вредности.

Вељко Маринковић је испољио и завидне наставно-педагошке резултате. О томе сведоче високе оцене добијене у званичним студентским анкетама по свим релевантним критеријумима. Вељко Маринковић на Економском факултету у Крагујевцу изводи наставу на наставним предметима Истраживање тржишта, Понашање потрошача, Квантитативна анализа у маркетингу, Методологија научног истраживања, Маркетинг

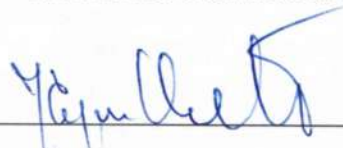
односа са потрошачима. На Економском факултету у Београду ангажован је на наставним предметима Statistical Methods for Market Research (на међународном студијском програму који се реализује у сарадњи са Универзитетом у Лондону - The London School of Economics and Political Science – LSE) и Истраживање потрошача у Маркетингу. Додатно, Вељко Маринковић је у претходном периоду имао значајно ангажовање као ментор или члан комисија за оцену и одбрану докторских дисертација на Економским факултетима у Београду, Суботици и Крагујевцу и на Факултету за хотелијерство и туризам Универзитета у Крагујевцу. На поменутиим факултетима је дао допринос и развоју наставно-научног подмлатка кроз учешћа у комисијама за избор наставника.

Стручно-професионални и академски допринос кандидата Вељка Маринковића је такође веома значајан. Редовни је члан научног друштва економиста Србије и члан је Научног савета Српског удружења за маркетинг. Вељко Маринковић је имао и активно учешће у програмским и организационим одборима међународних и домаћих коференција, а био је и секретар уредништва часописа Економски хоризонти који је у датом периоду обезбедио престижну категорију Q3 у бази Scopus.

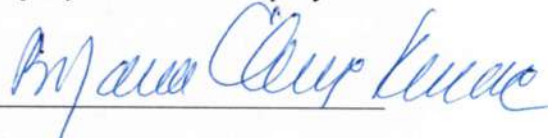
На основу претходно наведених чињеница, Комисија сматра да др Вељко Маринковић испуњава све законске, универзитетске и факултетске критеријуме за избор у звање ванредног професора. Сходно томе, предлажемо Изборном већу Економског факултета Универзитета у Београду да изабере др Вељка Маринковића у звање ванредног професора, за ужу научну област Статистика и математика.

У Београду, 19. 09. 2023.

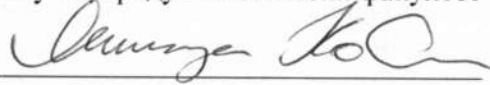
ЧЛАНОВИ КОМИСИЈЕ



Проф. др Јасна Солдић-Алексић
Универзитет у Београду - Економски факултет



Др Биљана Хронеос (Chroneos) Красавац, ванредни професор
Универзитет у Београду - Економски факултет



Проф. др Милица Костић-Станковић
Универзитет у Београду- Факултет организационих наука