

УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ

Департман за последипломске студије

Данијелова 32, Београд

4165/125
08.12.2025.

ВЕЋУ ДЕПАРТМАНА ЗА ПОСЛЕДИПЛОМСКЕ СТУДИЈЕ

На основу Одлуке Већа Департмана за последипломске студије Универзитета Сингидунум из Београда број 4 - 70/2025 од 10.04.2025. године, одређени смо за чланове Комисије за оцену докторске дисертације кандидата Ивана Косте, докторске дисертације под насловом „Утицај развоја верског туризма на позиционирање туристичке дестинације“ о чему подносимо следећи

ИЗВЕШТАЈ

1. Основни подаци о кандидату

Иван Коста (у монаштву Иларион) је рођен 10.04.1981. године у Београду. По завршеној основној школи уписује с благословом Патријарха српског господина Павла средњу богословску школу коју завршава на Цетињу, у Црној Гори, после чега уписује и завршава Богословски факултет Универзитета у Београду где брани дипломски рад код професора протопрезвитера др Драгомира Санда, под називом: *Превентивни карактер верске наставе у борби против савремених видова зависности, насиља и вируса ХИВ/АИДС-а*, Високу хотелијерску школу одбранивши рад код професора др Милорада Вукића под називом: *Управљање и супервизија у угоститељству- Гастрономија и хришћанство*, као и основне студије Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум у Београду одбранивши дипломски рад код проф. др Верке Јовановић под називом: *Искоришћеност ресурса верског туризма у Србији*. Уписује мастер студије на Универзитету Сингидунум које завршава одбранивши мастера рад код проф. Радмиле Живковић на тему: *Верски туризам данас - раскорак између теорије и праксе*. У Бањој Луци, уписује на Факултету за политичке науке мастер студије политикологије одбранивши рад под називом *Компаративна анализа Законоправила Светог Саве и савремене државне управе*. 2022. уписује докторске студије на Универзитету Сингидунум у Београду. Од 2001. године до одласка у манастир био наставник верске наставе у основној и средњој школи у Београду, у Архиепископији београдско-карловачкој. Свештеномонах је Епархије бањалучке Српске православне Цркве. Живи у манастиру Осовици, који се налази у Републици Српској/ Босни и Херцеговини.

Радни однос:

- Од 2001. до 2019. вероучитељ Архиепископије Београдско карловачке Српске Православне Цркве у основним и средњим школама, где је обављао паралелно и задужења: координатора Интересорне комисије за инклузивно образовање градске општине Гроцка, председника Синдиката образовање Србије као и члана градског одбора Синдиката образовања града Београда као и заменика директора Основне школе *Илија Гарашић* у Гроцкој.

Списак објављених научних и стручних радова

1. M23 Kosta, I., Marić, A., Pavlović, D., Bratić M., Čerović, S., (2024) "Exploring the Spiritual Dynamics of Orthodox Religious Tourism: An In-depth Study of Visitor Experience at Osovica Monastery," International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage: Vol. 12: Iss. 1, Article 12. doi:<https://doi.org/10.21427/q24g-vz86>
2. M33 Kosta, I., (2024) „Razvoj vjerskog turizma na primeru manastira Osovica“ Zbornik radova: RRT 2024 5. međunarodna znanstveno - stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma, 2024., Opatija, Hrvatska Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
3. M33 Kosta, I., (2024) „Natural and Cultural Resources of the Motajica Mountain and the Monastery of Osovica as the Potential for the Development of Tourism in the Republic of Srpska/BiH 20 th Contemporary Trends in Tourism and Hospitality – CTTH 2024, Green Tourism Transitions, Proceedings, Department of Geography, Tourism and Hotel Management Faculty of Sciences, University of Novi Sad.
4. M33 Kosta, I., (2017), „Verski turizam kao osnova za međureligijsko upoznavanje i saradnju“ SITCON, Međunarodni naučni skup, 2017., Beograd, izdanje: Verski turizam i savremeno turističko tržište
5. M51 Kosta, I., (2024) „Unravelling the Spiritual Threads of Orthodox Religious Tourism: A Deep Dive into Motivations, Effects, and Expectations Among Visitors to Osovica Monastery“, International Journal of religious tourism and pilgrimage, Technological University Dublin
6. M51 Kosta, I., Njeguš, A., Gajić, J., (2025) Digital Marketing Strategies for Positioning Religious Tourism Destinations: Evidence from Bosnia and Herzegovina, The European Journal of Applied Economics, ISSN: 2406-2588 (рад је прихваћен)

Докторска дисертација Ивана Косте, урађена је на 203 стране и приказано је 47 табела, и 29 слика. Дисертација садржи 10 страна списка литературе (170 библиографских јединица, од чега доминирају научни чланци, затим књиге, часописи, извештаји и остале референце и 24 интернет извора). На крају су дати прилози (упитници и остале информације) на 10 страна.

Докторска дисертација кандидата Ивана Косте прошла је проверу софтвера за установљивање преклапања/плагијаризма (iThenticate: Plagiarism Detection Software). Укупан процентуални износ запажених преклапања износи 9% дисертације. Свака јединица примарних извора, назначених као потенцијални извор приликом провере плагијаризма, износи мање од 1% у укупном раду. Највећи број уочених преклапања односи се на периодичне речи и изразе који су општеприхваћени и користе се у свакодневној комуникацији и академском писању у различитим областима па се стога не могу сматрати плагијаризмом, као и наведене изворе литературе. Део дисертације који се односи на истраживање и анализу резултата нема преклапања која се могу сматрати плагијаризмом што указује на оригиналност самог истраживања.

2. Предмет, проблем и циљ докторске дисертације

Предмет истраживања усмерен је на анализу актуелне теорије и праксе развоја верског туризма у свету, уз посебан нагласак на маркетинг моделе који се користе за позиционирање и промоцију верских дестинација. Теоријски оквир обухвата анализу кључних маркетиншких принципа, док практична истраживања пружају увид у примену тих принципа у БиХ, с нагласком на позиционираност и промоцију православних манастира и светилишта. Истраживања су усмерена ка разумевању улоге маркетинга у развоју верског туризма, као и идентификацији кључних изазова са којима се суочавају туристичке организације, ресорна министарства, туроператори, агенције за ходочашћа, као и верске заједнице. Маркетинг модели а посебно дигиталне промотивне стратегије верског туризма имају пресудну улогу у развоју и унапређењу понуде верских дестинација. Ефективно коришћење дигиталних канала, друштвених мрежа, СЕО стратегија, организација верских догађања и ходочашћа, као и брендирање неки локалитета као јединствених духовних и културних дестинација, могу значајно допринети повећању броја посетилаца и подизању препознатљивости одређених верских дестинација и објеката. Без адекватног маркетинг приступа, велики број значајних верских дестинација, остаје непознат јавности, чиме се губи потенцијал за њихов развој и очување.

Циљ истраживања је да се докаже да верски туризам представља богат и недовољно искоришћен ресурс државе БиХ тако и појединачних верских структура са ових простора. Босна и Херцеговина је богата културним, верским и историјским потенцијалима који представљају добру основу за развој верског туризма али је неопходна међусобна сарадња и повезивање свих релевантних субјеката, превазилажење историјских несугласица и ратних деловања на овом простору, како би се допринело афирмацији и промоцији верског туризма и историјских, културних вредности.

3. Хипотетички оквир истраживања

У складу са циљем докторске дисертације односно циљем истраживања, студија је тестирала следеће хипотезе:

Генерална хипотеза гласи:

Развој верског туризма значајно доприноси позиционирању туристичке дестинације кроз унапређење културно-духовне понуде, повећање дужине боравка туриста, јачање институционалне сарадње, дигиталну промоцију и интеграцију са другим облицима туризма.

Појединачне хипотезе су:

X1: Верски туризам представља неадекватно валоризован ресурс чија афирмација доноси допринос верским заједницама, туристичким организацијама и предузећима тако и самим верницима, корисницима туристичких услуга, а у крајњој инстанци и целом друштво, односно држави БиХ, а свакако и региону.

X2: Модел искоришћености верских, културно-историјских знамења на територији БиХ у области верског туризма и ходочашћа захтева посебан приступ и примену одговарајућих маркетинг стратегија како би се ускладио са светским стандардима и тако допринео већој продуктивности при изради и реализацији пројекта, као и одговарајуће промоцију.

X3: Манастирски комплекси су места ходочашћа, центри верског туризма у БиХ те се њихова афирмација и благовремена презентација препоручује као путоказ развоја и унапређења међурелигијске и националне сарадње три вере и народа на њеном простору

X4: Примена дигиталне маркетинг стратегија омогућила би да се манастири на туристичкој мапи да се успешно позиционира на територији БиХ али и на другим туристичким тржиштима.

X5: Духовни мотиви посетилаца су доминантни и најважнији аргумент за посету манастира и посебно треба да буду наглашени у промотивној стратегији манастира

2. Методе истраживања

На основу предмета истраживања, постављених циљева и хипотеза, истраживање је обухватило теоријски и емпиријски део. Као извори података користили су се примарни и секундарни, односно упитник и анкета која је спроведена у циљу стицања сазнања о ставовима представника државних институција и туриста ходочасника. Различите методе и технике прикупљања, обраде и анализе података, коришћене су током истраживања.

Историјске, узрочне и дескриптивне методе користиле су се за прелиминарно истраживање које подразумева дефинисање феномена који треба истражити, истраживање прошлих истраживања, утврђивање узрочности између феномена и детаљан опис резултата како би се потврдиле хипотезе, временски оквир истраживања, одређивање методологије истраживања и потенцијалних исхода.

Од аналитичких методе биће коришћене апстракција за одвајање специфичног од општег, метод анализе концепата, модела и налаза ранијих истраживања, и дедуктивна метода.

Синтетичке методе које ће се користи у истраживању су: метод конкретизације (кретање мишљења и сазнања од општег ка посебном и појединачном) , синтезе (синтеза једноставних судова у сложеније) и индукције.

Емпиријском методом биће могуће стицање важних сазнања о предмету истраживања, о значају маркетинг стратегије у верском туризму у циљу промовисања одређене дестинације. Истраживање је спроведено коришћењем анкетних упитника посебно за представнике одговарајућих институција и посетилаца. Циљна популација су посетиоци

Упитник 1 (ауторски) био је намењен ходочасницима и посетиоцима верских објеката, светилишта и манастирских комплекса на територији Босне и Херцеговине, са циљем прикупљања података о карактеристикама и обрасцима верског туризма. Истраживање је спроведено на узорку од 645 испитаника, узрасног распона од 20 до преко 60 година, током јуна и јула 2025. године. Прикупљање података вршено је путем стандардизованог online обрасца креираног у апликацији Microsoft Forms. Упитник 2 (ауторски) био је усмерен на 23 институције у Босни и Херцеговини које имају директно или индиректно учешће и интерес у развоју верског туризма. Дистрибуција је обављена путем електронске поште током јула, августа и септембра 2025. године.

Упитник 3 (ауторски) коришћен је за прикупљање примарних података о посети манастиру Осовица, мотивима и очекивањима посетилаца, као и ефектима посете. Истраживање је реализовано у два периода: од јуна до јула 2023. године и у фебруару 2024. године.

Укупно је у истраживању учествовало 230 посетилаца, од којих је 211 упитника било валидно за даљу анализу. Посетиоци су били старости од 20 до 60 година, док је 6 испитаника било старије од 60 година. У узорку је забележена приближно једнака полна структура (49% жена и 51% мушкараца). Највећи број испитаника био је старости између 21 и 40 година (40,3%). Циљна група за овај упитник обухватала је и туристе и ходочаснике. Упитник је дистрибуиран у папирном формату током обиласка манастира.

Статистичке методе биће примењене за обраду и анализу података који су прикупљени помоћу анкетног инструмента и одговора посетилаца. За анализирање и графичку интерпретацију података биће коришћен софтверски програм СПСС 29.0 статистички пакет (ИБМ корпорација). Као праг значајности за све статистичке тестове изабрана је вредност $\alpha=0.05$. Варијабле пол, старост, образовање, запосленост и вероисповест анализиране демографском статистичком анализом.

Статистичком анализом Хи квадрат теста приказани су мотиви и елементи кретања туриста као и њихови ставови различитих категорија испитаника. Хи квадрат тестом одредили смо повезаност између разлога посете и ефеката посете манастира Осовица, повезаност различитих мотива посете, остварење ефеката након посете, као и њихову повезаност са демографским варијаблама.

3. Ограничења истраживања

Иако докторска дисертација пружа значајне увиде у улогу, значај и развијеност верског туризма у Босни и Херцеговини, потребно је истаћи одређена ограничења која могу утицати на поузданост и генерализабилност резултата. Пре свега, истраживање институција обухватило је релативно мали број учесника ($N=11$), што ограничава статистичку моћ анализа и доводи до ширих интервала поверења. Поред тога, недостајући подаци у распону од 18% до 67% за поједине варијабле могли су утицати на валидност добијених налаза. Иако је у истраживање укључено и 645 туриста који су изнели своје ставове о верском туризму, њихови одговори такође носе ограничења која се односе на субјективну природу процена и могућу социјалну пожељност. Недостатак објективних индикатора, као што су стварни број туриста, висина прихода или показатељи инфраструктурног развоја, додатно сужава могућност потпунијег сагледавања стварног обима и утицаја верског туризма. Поред тога, постоји потенцијални селекциони биас – у истраживању институција учествовале су само оне које су биле вољне да одговоре, што може ограничити репрезентативност узорка. Могућ је и утицај социјално пожељних одговора, посебно у контексту сложених друштвених и политичких односа у земљи. Ипак, истраживање има значајне предности: обухвата све релевантне типове институција и представља једно од ретких свеобухватних емпиријских испитивања верског туризма у Босни и Херцеговини. Конзистентност налаза, потврђена и параметријским и непараметријским тестовима, додатно говори у прилог поузданости резултата. Будућа истраживања могла би да прошире институционални узорак, укључе већи број објективних показатеља и примене комбиноване методе (квантитативне и квалитативне), како би се обезбедило свеобухватније и валидније разумевање феномена верског туризма у региону.

4. Кратак опис садржаја докторске дисертације

Дисертација је организована тако да поред увода и закључка има десет поглавља који су повезани у једну компактну целину.

У уводном делу биће указано на актуелност и потребу за овим истраживањем, опис предмета истраживања, методолошки приступ, као и структура рада са описом тема обрађених по поглављима. Такође, навешће се хипотезе, циљ истраживања као и очекивани научни значај ове дисертације.

У оквиру првог поглавља анализирана се појам верског туризма као предмет у научним истраживањима. Затим, сагледавање верског туризма у Србији и Босни и Херцеговини али и карактеристике верског туризма у свету. Друго поглавље садржи податке о стратегијским оквирима верског туризма са освртом на разумевање циљне групе, креирање емоционалног и духовног искуства и значајне комуникационе стратегије у верском туризму. Посебна пажња је посвећена примени дигиталних комуникационих технологија у циљу промовисања верском туризму са освртом на партнерства и сарадњу са религијским организацијама. Треће поглавље се бави верским наслеђем Босне и Херцеговине - Републике Српске са посебним освртом на три традиционалне религије овог простора: православље, римокатолицизам и ислам. Четврто поглавље анализира примену маркетинг модела у верском туризму и посебне дигиталне комуникационе моделе са специфичном циљном групом. Пето поглавље се бави бројем и стањем верских објеката, анализом постојећих ресурса и њиховом имплементацијом у оквиру нових стратегија развоја туризма. Шесто поглавље обухвата емпиријско истраживање у вези са ставовима ходочасника, локалне заједнице и државних институција у вези са верским туризмом у БИХ са освртом на манастире и светилишта, као и њихов значаја за позиционирање дестинације и туристички раст региона. Седмо поглавље приказује анализу постојећих научних истраживања. Осмо је практична истраживања о верском туризму у Босни и Херцеговини. Девето приказује манастири Осовицу и истраживање које је спроведено и десето поглавље су закључна разматрања. На крају општи закључак са препорукама будућих истраживања и праваца развоја у овој области за Босну и Херцеговину/ Републику Српску.

5. На основу спроведеног истраживања закључујемо

да је истраживање показало да развој верског туризма има значајан утицај на позиционирање туристичке дестинације кроз унапређење културно-духовне понуде, продужење боравка посетилаца, јачање институционалне сарадње, дигиталну промоцију и интеграцију са другим облицима туризма. Босна и Херцеговина, као мултиконфесионална држава са богатим духовним и историјским наслеђем, поседује изузетне потенцијале за развој верског туризма. Манастири и светилишта православне, католичке, исламске и јеврејске заједнице представљају сложене културно-духовне ентитете који повезују прошлост и садашњост, традицију и савременост. Њихова улога превазилази оквир туризма – они су чувари духовног идентитета, културног наслеђа и друштвене кохезије.

Резултати истраживања потврђују да верски туризам у Босни и Херцеговини има снажну културно-духовну и економску функцију, да доприноси међурелигијском дијалогу и изградњи друштвеног поверења, те да подстиче развој руралних средина и повећава локалну потрошњу. Међутим, његов даљи раст ограничен је институционалним и дигиталним слабостима. Највећи изазови односе се на

недовољну координацију институција, недостатак стратегије дигиталног маркетинга и слабу промоцију верских локалитета на међународном тржишту. Због тога је неопходно успоставити јединствену платформу за развој верског туризма, унапређивати инфраструктуру, користити фондове Европске уније и подстицати сарадњу између државних, верских и туристичких субјеката. Будући развој верског туризма у Босни и Херцеговини треба да буде усмерен ка одрживости, односно очувању аутентичности светилишта уз њихову туристичку валоризацију. Посебан значај има дигитална трансформација – савремена промоција путем друштвених мрежа и интернет платформи може значајно унапредити видљивост Босне и Херцеговине на глобалној туристичкој сцени. Верски туризам у Босни и Херцеговини данас представља мост између сакралног и секуларног, између духовности и културе, између традиције и савременог друштва. Његов даљи развој не доприноси само позиционирању Босне и Херцеговине као препознатљиве туристичке дестинације, већ и јача њену улогу као простора дијалога, толеранције и заједничког културног наслеђа.

Докторска дисертација доноси значајан научни допринос у области верског туризма, фокусирајући се на перцепцију институционалних аспеката — димензију која је у досадашњим регионалним студијама била недовољно разматрана. Уместо посматрања верских објеката искључиво као простора духовности, истраживање третира манастире и светилишта и као организационе ентитете са комуникационим, информативним и логистичким функцијама, које директно утичу на искуство посетиоца. Дисертација осветљава начин на који ходочасници и туристи доживљавају функционисање религијских институција изван литургијског оквира, кроз:

- Приступачност и отвореност локалитета
- Дигиталну присутност и информативност
- Организацију и квалитет садржаја током посете
- Капацитет институција за интеракцију са различитим профилима посетилаца

Такође, истраживање иновативно укључује и димензију савремене комуникације кроз дигиталне платформе и утицај религијских инфлуенсера, чиме се уводи нови оквир за разумевање институционалног ауторитета и његових трансформација у туристичком контексту. Тиме се отвара простор за теоријска и практична истраживања о хибридизацији духовног и културно-туристичког простора.

Укупно посматрано, резултати потврђују да верски туризам у Босни и Херцеговини поседује изражен развојни потенцијал, али је његов раст ограничен институционалним, дигиталним и координационим слабостима. Потребно је формирати централизовану

платформу, унапредити дигитални маркетинг, користити ЕУ фондове и изградити стратегију за верски туризам која би обухватила и међурелигијску сарадњу и интеграцију са другим облицима туризма.

Очекивани резултати и научни допринос докторске дисертације

1. Теоријски допринос - Рад је дао теоријски допринос разумевању односа између развоја верског туризма и позиционирања туристичке дестинације кроз мултидисциплинарни приступ који повезује туризам, религију, културу и маркетинг. Формиран је интегрисани модел који показује како духовни, културни, инфраструктурни и дигитални фактори заједнички утичу на конкурентност туристичке дестинације. Овим је обogaћена постојећа теоријска основа о улози верског туризма у савременим процесима позиционирања и брендирања дестинација.

2. Емпиријски допринос - На основу спроведеног истраживања потврђене су хипотезе које указују на позитивну повезаност између развоја верског туризма, повећања броја посетилаца, продужења њиховог боравка и јачања друштвеног капитала локалних заједница. Емпиријски подаци су показали да дигитална присутност, институционална сарадња и одрживост верских објеката директно утичу на успех дестинацијског позиционирања. Ово истраживање је једно од ретких које је емпиријски анализирано ову појаву у контексту Босне и Херцеговине.

3. Методолошки допринос - У раду је примењен комбиновани методолошки приступ који обухвата квалитативне и квантитативне методе – анализу садржаја, анкетно истраживање и статистичку обраду података. Овакав приступ омогућио је систематско и вишеслојно сагледавање утицаја верског туризма на културни, друштвени, економски и духовни развој. Методолошки допринос рада огледа се и у могућности примене овог истраживачког модела у сличним мултиконфесионалним окружењима.

4. Практични допринос - Резултати истраживања пружају основу за израду националне стратегије развоја верског туризма у Босни и Херцеговини. Налази рада могу се применити у раду туристичких организација, локалних заједница и верских институција у циљу унапређења сарадње, заједничког наступа на тржишту и дигиталне промоције светилишта. Такође, рад нуди смернице за креирање дигиталне платформе која би обједињавала све релевантне верске локалитете и тиме допринела бољем позиционирању земље на међународној туристичкој мапи.

5. Друштвени допринос - Верски туризам има важну улогу у јачању међурелигијског дијалога, изградњи поверења и културне толеранције међу народима у Босни и

Херцеговини. Научни допринос рада огледа се и у потврди да развој верског туризма може постати механизам за унапређење друштвене кохезије, културног разумевања и заједничког идентитета. Тиме истраживање превазилази оквири туризма и добија шири друштвени и хуманистички значај.

На основу спроведеног истраживања може се закључити да верски туризам у Босни и Херцеговини има вишедимензионалан значај – економски, културни, духовни и друштвени. Он представља један од најважнијих потенцијала за дугорочно позиционирање земље као јединствене дестинације културног и духовног искуства. Научни допринос рада огледа се у систематизацији теоријских и емпиријских знања о верском туризму, потврди његове улоге у процесу брендирања дестинације и у формулисању препорука за одржив развој и међународну афирмацију Босне и Херцеговине као простора културне разноликости, духовности и толеранције.

Мишљење и предлог Комисије

Докторска дисертација Ивана Косте, урађена је према раније одобреној пријави. Остварен је план истраживања уз примену постојећих научних и стручних знања из више научних дисциплина економског подручја, а може се закључити да је кандидат за своју докторску дисертацију изабрао актуелну и комплексну тему.

Структура рада је добро постављена и омогућила је кандидату да оствари своје истраживачке намере. Кандидат је успео да да релевантне одговоре на постављене циљеве рада, а то је главни допринос науци поред урађеног истраживачког дела рада.

Полазећи од напред наведеног предлажемо Већу Департмана за последипломске студије и међународну сарадњу и Сенату Универзитета Сингидунум да прихвати докторску дисертацију Ивана Косте, под насловом „Утицај развоја верског туризма на позиционирање туристичке дестинације“ и одобри њену јавну одбрану.

У Београду, 11.12.2025.

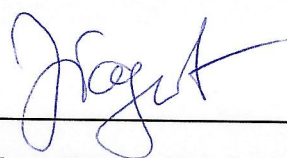
Чланови комисије:



Проф. др Никица Радовић, председник



Проф. др Игор Стаменковић, члан



Проф. др Јелена Гајић, ментор