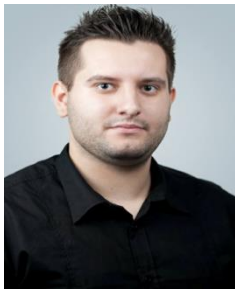


CURRICULUM VITAE



LIČNI PODACI

Prezime: Brajić
Ime: Aldin

Datum rođenja: 23.07.1992.
Mjesto rođenja: Duisburg
Država rođenja: SR Njemačka
Pol: Muški
Državljanstvo: Bosna i Hercegovina

Adresa stanovanja: Bulevar Kralja Tvrtka I 7-B, 72000 Zenica
Broj telefona: +387 66 991 393
e-mail adresa: brajicaldin@gmail.com

RADNO ISKUSTVO

01.10.2023. – danas *Internacionalni univerzitet Travnik Ekonomski fakultet*
Pozicija: Docent (uža naučna oblast: Kvantitativna ekonomija)

20.09.2019. – danas *Udruženje EconVita Zenica*
Pozicija: Direktor

25.02.2023. – 30.09.2023. *Internacionalni univerzitet Travnik Ekonomski fakultet*
Pozicija: Docent (uža naučna oblast: Kvantitativna ekonomija)

05.10.2021. – 30.09.2023. *Visoka škola IPI akademija Tuzla*
Pozicija: Predavač (uža naučna oblast: Menadžment i biznis)

01.10.2018. – 01.10.2022. *Univerzitet u Tuzli Ekonomski fakultet*
Pozicija: Asistent na užoj naučnoj oblasti Kvantitativna ekonomija

07.10.2019. – 01.10.2021. *Univerzitet u Zenici Ekonomski fakultet*
Pozicija: Asistent na užoj naučnoj oblasti Kvantitativna ekonomija

05.10.2020. – 30.05.2021. *Visoka škola IPI akademija Tuzla*
Pozicija: Asistent (uža naučna oblast: Bankarstvo, osiguranje i finansije)

24.02.2020. – 30.05.2020. Pozicija:	<i>Visoka škola IPI akademija Tuzla</i> Asistent (uža naučna oblast: Bankarstvo, osiguranje i finansije)
05.04.2019. – 11.06.2019. Pozicija:	<i>Mellain d.o.o. Tuzla</i> Direktor
17.10.2018. – 04.04.2019. Pozicija:	<i>Uni Bristol d.o.o. Tuzla Podružnica Hotel Mellain</i> Ekonomista za marketing (marketing menadžer)
02.07.2018. – 16.10.2018. Pozicija:	<i>Uni Bristol d.o.o. Tuzla Podružnica Hotel Mellain</i> Direktor
02.07.2018. – 16.10.2018. Pozicija:	<i>Uni Bristol d.o.o. Tuzla</i> Direktor
01.04.2018. – 20.05.2018. Pozicija:	<i>Visoka škola FINra Tuzla</i> Menadžer kvaliteta
01.01.2018. – 30.04.2018. Pozicija:	<i>„FINconsult“ d.o.o. Tuzla</i> Marketing Menadžer
01.11.2017. – 31.03.2018. Pozicija:	<i>Visoka škola FINra Tuzla</i> Projekt menadžer
15.04.2017. – 31.05.2017. Pozicija:	<i>„FINconsult“ d.o.o. Tuzla</i> Marketing Menadžer
01.02.2017. – 31.03.2017. Pozicija:	<i>„FINconsult“ d.o.o. Tuzla</i> Marketing Menadžer
06.09.2016. – 30.11.2016. Pozicija	<i>Z.T.R. EL-EL NAMJEŠTAJ</i> Menadžer
17.08.2015. – 16.08.2016. Pozicija / Zanimanje / Zvanje:	<i>Opšta poljoprivredna zadruga „Tarevci“ sa p.o.</i> Top Menadžment / Pripravnik / bachelor ekonomije

Obavljena praksa u *Solani d.d. Tuzla*. Praksu je omogućio JU Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli.

Volonter tokom fakultetskog obrazovanja u *Udruženju građana „Multi“*.

PROJEKTI

- Edukator u preduzeće Centar za obrazovanje odraslih Eduka BiH na temu „Praktična primjena statističkih alata u istraživanjima“ tokom februara 2024. godine.
- Koordinator projekta „Asistent u računovodstvu“ u saradnji sa Centar za obrazovanje odraslih Eduka BiH, lokacija Žepče, decembar-april 2024.
- Član Programskog odobra za 27. Međunarodna konferencija „Ekonomska, pravna i medijska transformacija kroz zelenu ekonomiju zemalja Zapadnog balkana sa posebnim osvrtom na Bosnu i Hercegovinu“, Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, 15-16. decembra 2023.

- Koordinator i mentor na projektu „Obuka za tržište rada 2023 - Asistent u računovodstvu“ u saradnji sa Centar za obrazovanje odraslih Eduka BiH i Federalnim zavodom za zapošljavanje, lokacija Zenica, novembar-decembar 2023.
- Koordinator projekta „Asistent u računovodstvu“ u saradnji sa Centar za obrazovanje odraslih Eduka BiH, lokacija Prnjavor, septembar-decembar 2022.
- Koordinator projekta „Razvoj poslovnih vještina – socijalna inkluzija mladih bez roditeljskog staranja“ u organizaciji EconVita Zenica i sufinansiranim od Grada Zenica, septembar-oktobar 2021.
- Koordinator tri Intelktualna derneka u Zenici u organizaciji EconVita (20.09.2020., 27.09.2020. i 25.09.2021.) sa prof. dr. Kasimom Tatićem.
- Edukator u Udruženju EconVita Zenica na temu „Praktična primjena statističkih alata u istraživanjima“ od oktobra 2019. godine (100 uspješno obučeni kandidata).
- Edukator u preduzeće Log-tehnics d.o.o. Tuzla na temu „Praktična primjena statističkih alata u društvenim istraživanjima“ tokom juna-jula i septembra-oktobra mjeseca 2019. godine.
- Kao koordinator za kvalitet Lječilišta Aqua Bristol Tuzla uspješno sam rukovodio procesom akreditacije Lječilišta (01.04.2019. godine, 96,2% ispunjenosti uslova).
- Uspješno sam napisao projekat za preduzeće Z.T.R. EL-EL NAMJEŠTAJ u svrhu zapošljavanja povratnika u maloj privredi. Projekat „Nabavka CNC mašine“ je ocjenjen kao najbolji na području opštine Modriča (22.08.2016. godine).
- Tokom pripravničkog staža u Opštoj poljoprivrednoj zadruzi „Tarevci“ sa p.o. bio sam uključen u izradi mnogih projekata (apliciranje na donatorska sredstva poput Federalnog ministarstva raseljenih osoba i izbjeglica, Ministarstvo za izbjeglice i raseljena lica RS, Ministarstvo trgovine i turizma RS, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede RS).
- Bio sam dio projektnog tima koji je organizovao VI sajam ruralne privrede i turizma 2015. godine i VII međunarodnog sajma ruralnog stvaralaštva 2016. godine.
- Uključenost u pisanju projekata u Udruženju građana povratak, posao i opstanak u Modričkoj regiji na volonterskoj osnovi.
- Uključenost u projekat istraživanja srednjih i velikih preduzeća na području BIH, pri čemu sam bio lider tima.

OBRAZOVANJE

Doktorski studij (2017 -2022.): Univerzitet u Tuzli Ekonomski fakultet

Naziv studijskog programa: *Ekonomija i biznis*
Smjer: *Kvantitativna ekonomija*
Tema doktorske disertacije:

Kvalitet zdravstvenih usluga kao determinanta zadovoljstva korisnika tercijarnog nivoa zdravstvene zaštite

(odbranio doktorsku disertaciju 22.10.2022. godine)

Sastav komisije za odbranu rada: Dr. sc. Emina Resić, red. prof., predsjednik komisije
 Dr. sc. Samira Dedić, vanr. prof., mentor/član
 Dr. sc. Adisa Delić, red. prof., član komisije

Zvanje: ***Doktor društvenih nauka/znanosti iz područja ekonomije***

Magistarski studij (2015 - 2017.): Univerzitet u Tuzli Ekonomski fakultet

Smjer: *Menadžment*

Tema završnog magistarskog rada:

Izgradnja modela upravljanja kvalitetom zdravstvenih usluga u Javnim ustanovama primarne zdravstvene zaštite

(odbranio završni magistarski rad 30.08.2017. godine)

Sastav komisije za odbranu rada: Dr. sc. Senad Fazlović, red. prof., predsjednik komisije
Dr. sc. Samira Fazlić, doc., mentor
Dr. sc. Safet Kozarević, red. prof., član komisije

Zvanje: ***Magistar ekonomije***

Ostvareni prosjek tokom magistarskog studija:

9,67

Fakultet (2011-2015.): Univerzitet u Tuzli Ekonomski fakultet

Smjer: *Menadžment*

Tema završnog diplomskog rada:

Dugoročni izvori finansiranja, ocjena (10)

(odbranio završni diplomski rad 15.07.2015. godine)

Mentor: *Dr. sc. Sead Omerhodžić, red. prof.*

Zvanje: ***Bachelor ekonomije***

Ostvareni prosjek tokom studiranja: ***8,98***

Stepen: ***VII stepen - I ciklus (240 ECTS - četverogodišnji studij)***

Srednja škola (2007-2011.): JU Srednjoškolski centar „Jovan Cvijić“ Modriča

Gimnazija (društveno-jezički smjer)

Tema maturalnog rada:

„Das Gerundiv“, ocjena (5)

(odbranio maturalni rad 13.06.2011. godine)

Osnovna škola (1999-2007.): JU Osnovna škola „Sveti Sava“ Modriča

STIPENDIJE

Konrad Adenauer Stiftung *(2015-2016. godine)*

Opština Modriča *(2014-2015. godine)*

Federalno ministarstvo raseljenih osoba i izbjeglica *(2012-2014. godine)*

VJEŠTINE I KOMPETENCIJE

Maternji jezik: Bosanski

Strani jezik: **Njemački** (čitanje B2, razgovor B2, pisanje B2)
(Potvrda od JU Srednjoškolskog centra „Jovan Cvijić“ Modriča)
Engleski (čitanje B1, razgovor B1, pisanje B1)
(Certifikat od Udruženja „INPUT“ Zenica)

Računarske sposobnosti: MS Office (Word, Excel, Access, PowerPoint, itd.),
Knjigovodstveni program SOFTPRO i korisnik Interneta.

IBM SPSS (Deskriptivna, bivarijaciona i multivarijaciona statistička analiza)

IBM SPSS AMOS (Structural Equation Modeling – SEM analiza)

LINEAR AND INTEGER PROGRAMMING (Kvantitativne metode u ekonomiji)

Društvene i organizacijske sposobnosti:

Odgovornost i pouzdanost, Profesionalan odnos prema poslu,
Sposobnost samostalnog i timskog rada,
Sposobnosti planiranja, organiziranja i analiziranja,
Komunikativnost i pregovaračke sposobnosti,
Istrajnost, Marljivost, Sklonost ka preuzimanju inicijative,
Sposobnost samostalnog donošenja odluka,
Sposobnost samoorganiziranja i urednost,
Spremnost na prilagođavanje promjenama u načinu rada i radnoj sredini,
Spremnost na učenje i sticanje novih znanja i vještina.

Certifikati:

Potvrda o učešću na *4. Međunarodnoj naučnoj konferenciji o digitalnoj ekonomiji DIEC 2021* u organizaciji Visoke škole "Internacionalna poslovno - informaciona akademija" Tuzla;

Uvjerenje Udruženja EconVita za uspješno savladanu edukaciju na temu „*Poslovna obuka na računaru*“ u trajanju od 16 časova produktivne nastave.

Certifikat Erazmo centar za promociju cjeloživotnog učenja „*Primjena SPSS programa i statistička analiza*“ u trajanju od 30 sati produktivne nastave.

Certifikat JU Univerziteta u Tuzli Ekonomski fakultet:
Za učešće i prezentovanje teme „*Inovacije i inovativnost kao temelj konkurentske prednosti malih i srednjih preduzeća na Petoj naučnoj konferenciji s internacionalnim učešćem „Ekonomija integracija“, ICEI 2017 – Uloga ekonomske misli u savremenom okruženju.*

Certifikat JU Univerziteta u Tuzli Ekonomski fakultet:

„Kako danas objaviti izvorni naučni rad?“.

Certifikat Fondacije Konrad Adenauer:

„Javno djelovanje religija u BiH“.

Certifikat Fondacije Konrad Adenauer koji obuhvata slijedeće module:

- 1) Liderstvo i komunikacija – adaptivno liderstvo;
- 2) Verbalna i neverbalna komunikacija;
- 3) Javni nastupi i odnosi sa javnošću.

Certifikat od NBR i Tehnološkog fakulteta Univerziteta u Tuzli:

„Tipični tradicionalni proizvodi u klasteru“.

Certifikat od NBR i Tehnološkog fakulteta Univerziteta u Tuzli:

„Zakonska regulativa i kvalitet tipičnih tradicionalnih proizvoda“.

Certifikat Udruženja građana „Multi“ za učestvovanje na debatnom takmičenju „Noć ideja“.

Vozačka dozvola: B kategorija

OBJAVLJENI NAUČNO-ISTRAŽIVAČKI RADOVI

1. Brajić S., **Brajić A.**, *Analysis of the impact of client satisfaction of tourist companies on the value of service sales using hartley homogeneity of variance test*, Nauka i tehnologija časopis Internacionalnog univerziteta Travnik u Travniku, Vol. 11 (2), 2023.

Client satisfaction is the goal of every business, including tourist companies. There is a saying that a satisfied customer is a loyal customer. However, does a satisfied customer really contribute to an increase in sales value? The aim of this work is to examine the connections and the influence of the achieved level of satisfaction of clients of tourist companies on sales values that these companies achieve. The working hypothesis of the paper reads: "Tourist companies that have satisfied clients achieve higher sales value." The hypothesis was tested using a combination of two surveys and two independent samples: 52 companies operating in the tourism sector in Bosnia and Herzegovina and 595 clients of their services. The research is based on a controlled random sample. The results of the conducted research indicate that tourism companies should make significant investments in achieving the satisfaction of their clients in order to increase the value of the sale of their services and thereby improve their business.

2. **Brajić A.**, Brajić S., *Motivacija zaposlenika kao determinanta zadovoljstva klijenata na primjeru finansijskih preduzeća primjenom hartley test homogenosti varijanse*, 27. Međunarodna konferencija „Ekonomika, pravna i medijska transformacija kroz zelenu ekonomiju zemalja Zapadnog balkana sa posebnim osvrtom na Bosnu i Hercegovinu“, Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, 2023.

Usmjerenost ka postizanju zadovoljstva klijenata postao je normativ za većinu preduzeća, naročito onih koji posluju u uslužnom sektoru. Ipak savremena ekonomska istraživanja ukazuju na neophodnost istovremene izgradnje kvalitetnih odnosa sa zaposlenicima, koji bi trebali postati osnovom zadovoljstva klijenata. Izradnja marketing odnosa sa zaposlenicima podrazumijeva provođenje različitih motivacionih mjera za postizanje većeg zadovoljstva zaposlenika, a potom i

njihove produktivnosti i posvećenosti ka poslu. S tim u vezi ovaj rad želi da ispita povezanost između programa motivacije zaposlenika i zadovoljstva klijenata u slučaju finansijskih preduzeća. Centralna hipoteza glasi: „*Finansijska preduzeća koja imaju razvijene programe motivacija zaposlenika imaju zadovoljnije klijente*”. Istraživanje je provedeno na kontrolisanom slučajnom uzorku od 50 finansijskih preduzeća i 618 klijenata finansijskih preduzeća širom BiH. Rezultati Hartley testa homogenosti varijanse ukazuju na postojanost značajnog utjecaja provođenja različitih programa motivacije zaposlenika na postizanje zadovoljstva klijenata.

- 3. Brajić A., Brajić S.,** *Marketing odnosa kao odgovor na tržišne izazove uslužnih preduzeća primjenom regresionog modela*, 25. Međunarodna konferencija „Energetska kriza kao ključni izazov za ekonomije, vladavine prava i medijske slobode zemalja Zapadnog Balkana sa posebnim osvrtom na Bosnu i Hercegovinu“, Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, 2022.

Poslovanje preduzeća uslužnog sektora u BiH značajno je ugroženo eksternim faktorima. Pandemija COVID-19, inflacija, energetska nestabilnost i rat u Ukrajini, doprinijeli su rastu troškova poslovanja, što je za rezultat imalo povećanje cijena usluga i naših ponuđača. Dodatno, rast cijena usluga negativno utiče na potražnju od strane klijenata, koji se trude pronaći povoljnije opcije prelazeći kod konkurenata. Kao potencijalno rješenje ovog problema mnogi autori predlažu primjenu marketing odnosa kojim bi preduzeća vezala klijente za svoju ponudu i obezbijedila tako svoje poslovanje. Stoga definirana je centralna hipoteza koja glasi: „Orijentisanost ka marketingu odnosa značajno utiče na broj klijenata uslužnih preduzeća”. Istraživanje je provedeno na slučajnom uzorku od 206 uslužnih preduzeća širom BiH. Rezultati regresione analize ukazuju na postojanost značajnog utjecaja orijentisanosti uslužnih preduzeća ka strategiji marketing odnosa na rast broja njihovih klijenata.

- 4. Brajić S., Brajić A.,** *Customer Relationship Marketing as a Predictor of Passenger Transport Services User Loyalty*, 5th International Scientific Conference on Digital Economy DIEC 2022, “International Business – Informational Academy” Tuzla, 2022.

Enterprise marketing management is continuously facing the challenges of finding answers to increasingly intense competition and changes in customer behavior. Customer relationship marketing, as a marketing concept, is becoming increasingly important, especially in the service sector, because its successful application allows to build long-term relationships with customers, which creates the preconditions for gaining an advantage over the competition. The subject of the research is the customer relationship marketing and its impact on the loyalty of users of passenger transport services in the Zenica-Doboj Canton. The main aim of the research is to examine the effectiveness of marketing relationships with customers on their loyalty in case of transport services in the Zenica-Doboj Canton. The research was conducted from April 8 to April 14 2022. on the users of passenger transport services of randomly selected companies operating in the area of Zenica-Doboj Canton. Using multiple regression analysis it was found that by investing in two dimensions of marketing relationships with customers, namely building trust and better conflict management, companies engaged in passenger transport services in Zenica-Doboj Canton can build positive long-term business with their customers based on loyalty in all its manifestations: cognitive, affective, conative and behavioral dimensions. Limitation of interpretation of the obtained research results in the sample size (n = 40) and spatial limitation in the area of Zenica-Doboj Canton.

- 5. Brajić A., Dedić S., Brajić S.,** *Analiza povezanosti dimenzija kvalitete zdravstvenih usluga na tercijarnoj razini zdravstvene zaštite*, Ekonomska misao i praksa časopis Sveučilišta u Dubrovniku, god. XXXI. (2022.) br. 1.

Tercijarna razina zdravstvene zaštite trebala bi pružati visokospecijaliziranu zdravstvenu uslugu koja uključuje najsloženije metode i postupke dijagnostike, liječenja i rehabilitacije. U skladu s time, kvaliteta usluga na ovoj razini zdravstvene zaštite trebala bi biti na najvišoj razini, a menadžeri bi

trebali posjedovati i provoditi sustav upravljanja kvalitetom. Cilj rada je ispitati povezanost dimenzija kvalitete zdravstvenih usluga na tercijarnoj razini zdravstvene zaštite u Bosni i Hercegovini, mjereno iz perspektive korisnika zdravstvene zaštite. Središnja hipoteza glasi: „Postoji statistički značajna povezanost između dimenzija kvalitete zdravstvenih usluga na tercijarnoj razini zdravstvene zaštite Bosne i Hercegovine.“ Istraživanje je provedeno anketnim putem na stratificiranom uzorku od 1022 korisnika zdravstvenih usluga svih pet tercijarnih kliničkih centara na području BiH. Istraživanjem je utvrđena statistički značajna korelacija između promatranih dimenzija kvalitete zdravstvenih usluga: opipljivosti, pouzdanosti, odaziva, sigurnosti i empatičnosti. Dobivene rezultate klinički menadžment može koristiti za implementaciju sustava upravljanja kvalitetom i poboljšanje kvalitete zdravstvenih usluga

6. Brajić S., Brajić A., *Upravljanje konfliktima kao determinanta lojalnosti korisnika u privatnom zdravstvenom sektoru*, Ekonomske ideje i praksa časopis, br. 45., Beograd, juni 2022.

Rad ima za cilj da ispita značaj i uticaj upravljanja konfliktima sa korisnicima, kao holističkog pristupa marketing odnosa, na izgradnju njihove lojalnosti u slučaju privatnih zdravstvenih ustanova u Bosni i Hercegovini. Lojalnost kao višedimenzionalni fenomen je cilj mnogih kompanija, jer predstavlja osnovu za dugoročno poslovanje. Tema je posebno izražena u privatnim zdravstvenim ustanovama čije poslovanje zavisi od sposobnosti da održavaju dugoročne odnose sa svojim korisnicima. Centralna hipoteza rada glasi: „Sprovedenje aktivnosti usmerenih na upravljanje konfliktima u privatnom zdravstvenom sektoru rezultira lojalnošću korisnika.“ Istraživanje je sprovedeno anketnim putem na kontrolisanom slučajnom uzorku od 564 korisnika privatnih zdravstvenih ustanova širom Bosne i Hercegovine. Regresionom analizom ispitani su efekti aktivnosti upravljanja konfliktima, koje korisnici percipiraju, na njihovu kognitivnu, konativnu i bihevioralnu dimenziju lojalnosti. Rezultati istraživanja ukazuju na značajan uticaj upravljanja konfliktima na postizanje sva tri nivoa lojalnosti korisnika u privatnom zdravstvenom sektoru u Bosni i Hercegovini.

7. Brajić A., Dedić S., Brajić S., *Dimensions of healthcare services quality based on perception of primary healthcare users using factor analysis*, Poslovna izvrsnost – Business Excellence, Znanstveni časopis za promicanje kulture kvalitete i poslovne izvrsnosti, Zagreb, god. XV (2021) br. 2.

In today's business environment, the demand for better quality health services is becoming imperative. Market openness in the field of primary healthcare has led public health institutions to apply the concept of quality management as a key instrument in the fight against competition. This paper builds on a previously published study on the expectations of primary healthcare users, which now focuses on their perception and recognition of gaps in order to develop a final model of primary healthcare quality management. The research was conducted using a modified SERVQUAL questionnaire on a controlled random sample of 300 primary healthcare users in nine municipalities of Tuzla Canton of Bosnia and Herzegovina. Exploratory factor analysis of the main components based on the orthogonal rotation of VARIMAX was used. The general goal of the research is to use scientific methods to build a final model of quality management of health services in public primary healthcare institutions. Based on the set goal, the central hypothesis is defined, which says that by applying factor analysis it is possible to identify key dimensions and attributes of health service quality from the aspect of perception of primary healthcare users. The research confirms the existence of selected four dimensions of the quality of health services on the scale of perception, so the conclusions and proposals for primary healthcare managers are presented. The limitation of the research process refers to the geographical limitation of the selected sample, and it is recommended to extend the research to the entire territory of Bosnia and Herzegovina.

8. Brajić A., Brajić S., Kurić K., *Quality of services as a precondition for user satisfaction of JU Dom zdravlja Zenica*, 4th International Scientific Conference on Digital Economy DIEC 2021, “International Business – Informational Academy” Tuzla, August 2021.

Improving the quality of healthcare in most countries is a major goal of health system reform and service delivery. All countries face challenges in seeking to ensure access, equity, security and user participation within available resources, and to develop evidence-based skills, technology and medicine. Quality is an essential and necessary component of healthcare and a feature of every activity we carry out in health and medicine. The subject of this paper is the research of theoretical, methodological and empirical characteristics of the quality concept in case of health services in the function of improving user satisfaction. The main goal of this research is to determine the importance of the perceived level of health services quality and the impact of expectations on the level of perceived quality in relation to the quality dimensions in the context of satisfaction of healthcare users of public institution JU Dom zdravlja Zenica. Data collection was performed on the basis of a controlled random sample, with 30 questionnaires adequately completed. The results of the research confirmed the central hypothesis, that there is a statistically significant difference between expectations and perceptions of service quality according to issues and dimensions that affect the satisfaction of healthcare users. Revising this topic imposes the need for public institution JU Dom zdravlja Zenica to constantly think about continuous improvement of the quality of health services in order to achieve user satisfaction.

- 9. Brajić A., Dedić S., Brajić S.,** *Dimensions of healthcare services quality based on expectations of primary care users using factor analysis*, 10th International Scientific Symposium „Region, Entrepreneurship, Development“ Osijek, Croatia, June 2021.

In a modern business environment demand for a better quality of healthcare services is becoming an imperative. The openness of the market in the domain of primary healthcare has led public health institutions to apply the concept of quality management as a crucial instrument in the fight against competition. Current events related to health issues inevitably lead to a change in the awareness and perception of the way public health institutions operate. Meeting the expectations of healthcare users is a very difficult task. While seeking, selecting and using health services that will meet health needs, the user behaves differently than when it comes to any other existential need. The aim of this paper is to show the key dimensions and attributes of quality of primary healthcare services in terms of user expectations, and to indicate importance and possibilities of applying factor analysis in identifying those keys. The main hypothesis is that by applying factor analysis it is possible to identify key dimensions and attributes of healthcare service quality from the aspect of expectations of users of primary healthcare services. The survey has been conducted by a questionnaire based on controlled sampling of primary healthcare users in the area of nine municipalities in the Tuzla Canton, using factor analysis of the main components based on orthogonal rotation VARIMAX. The research confirms the existence of selected five dimensions of healthcare services quality in the expectation scale and thus conclusions and proposals for primary healthcare managers are presented.

- 10. Čavalić A., Sejrančić A., Begović Dž., Brajić A.,** *Impact of ISO 26000 international standard on competitiveness of companies*, 8th International Scientific Symposium Economy of eastern Croatia – vision and growth, Thomson Reuters, Osijek, Croatia, May 2019.

The last few decades are characterized by the increase in socially responsible activities by companies. Corporate social responsibility (CSR) emphasizes that the company, in addition to its basic economic role, necessarily has other, wider social roles. With the aim of clearer measurement of CSR, an international ISO 26000 standard has been developed. This standard seeks to define the basic principles of CSR, along with a series of recommendations for improving CSR practices around the world. ISO 26000 represents a volunteer standard for companies, which means that it does not set strict standardization requirements, but primarily a set of recommendations developed to support CSR activities. The aim of the paper is to explore the impact of applying the ISO 26000 principles on the company's competitiveness. In addition to theoretical considerations, the paper presents and discusses the results of the research on attitudes of representatives of 90 companies in Bosnia and Herzegovina on a given topic. Finally, an appropriate conclusion is made, along with concrete recommendations on how to use CSR in the function of greater company competitiveness.

- 11. Brajić A.,** Fazlić S., Alibegović Đ. S., Kakeš D., *Comparative analysis of primary health care services/Komparativna analiza korisnika zdravstvenih usluga primarne zdravstvene zaštite*, 7. Međunarodni naučni simpozij „Ekonomija istočne Hrvatske - vizija i rast“, Osijek, Hrvatska, 2018. / 7th International Scientific Symposium „Economy of eastern Croatia – vision and growth“, Thomson Reuters, Osijek, Croatia, maj 2018.

Značajan broj dimenzija i atributa kojima se može opisati i definisati kvalitet zdravstvene usluge ukazuje na multidimenzionalnost njene strukture. Upravo zbog toga, upravljanje kvalitetom zdravstvenih usluga predstavlja neprekidan izazov, u čijem je fokusu problem mjerenja kvaliteta i zadovoljstvo korisnika istim. Opšti cilj ovog rada jeste komparirati očekivanja i percepcije korisnika zdravstvenih usluga primarne zdravstvene zaštite, kao i gapove za različite dimenzije kvaliteta istih. U tu svrhu korišten je SERVQUAL model, koji je prilagođen potrebama zdravstvenog sektora. Empirijsko istraživanje je realizovano na temelju prikupljanja primarnih podataka metodom ispitivanja, pri čemu je korišten visoko strukturirani anketni upitnik baziran na Likertovoj skali sa pet stepeni slaganja. Prikupljanje podataka je izvršeno na osnovu stratifikovanog uzorka. Zaključno istraživanje obuhvatilo je 300 ispitanika u Javnim ustanovama primarne zdravstvene zaštite na području Tuzlanskog kantona. U konačnici je na osnovu rezultata provedenog empirijskog istraživanja potvrđena istraživačka hipoteza da: „Postoji statistički značajna razlika između prosječnih ocjena očekivanja i prosječnih ocjena percepcija korisnika zdravstvenih usluga u Javnim ustanovama primarne zdravstvene zaštite“.

- 12. Brajić A.,** Fazlić S., *Analiza povezanosti dimenzija kvaliteta zdravstvenih usluga u javnim ustanovama primarne zdravstvene zaštite*, Poslovni konsultant, Međunarodno indeksirani naučno-stručni časopis, broj 76., EBSCO Host, FINconsult, BiH, Tuzla, maj 2018.

Cilj istraživanja je utvrditi povezanost između dimenzija kvaliteta zdravstvenih usluga, odnosno, utvrditi interkorelaciju svih varijabli uključenih u analizu. Empirijsko istraživanje je realizovano na temelju prikupljanja primarnih podataka metodom ispitivanja, pri čemu je korišten visoko strukturirani anketni upitnik baziran na Likertovoj skali sa pet stepeni slaganja. Zaključno istraživanje obuhvatilo je 300 ispitanika u Javnim ustanovama primarne zdravstvene zaštite na području Tuzlanskog kantona, a prikupljanje podataka je izvršeno na osnovu stratifikovanog uzorka. U konačnici smo na osnovu rezultata provedenog empirijskog istraživanja potvrdili dvije istraživačke hipoteze, odnosno da: „Postoji statistički značajna pozitivna povezanost između dimenzija kvaliteta zdravstvenih usluga sa aspekta očekivanja korisnika zdravstvenih usluga“ i da „Postoji statistički značajna pozitivna povezanost između dimenzija kvaliteta zdravstvenih usluga sa aspekta percepcija korisnika zdravstvenih usluga“.

- 13. Avdić J., Brajić A.,** Omerović M., *Nezavisnost državnih revizora i finansijska stabilnost*, 6. Međunarodni simpozij, EBSCO Host, FINconsult, Tuzla, BiH, maj 2018.

Revizija poslovanja javnog sektora jedna je od najvažnijih kontrola utroška javnog novca. Uredi za reviziju dužni su da, prilikom organizovanja, planiranja, izvođenja i izvještavanja, poštuju standarde revizije, zakonski okvir, propise i ugovor o reviziji. Obzirom da se radi o informacijama za najviše državne organe kao i za javnost, državni revizori su pod dodatnim pritiskom da rade što kvalitetnije, pazeći na svoju nezavisnost. Ključno pitanje za vrhovne revizorske institucije treba biti obezbjeđenje potpune nezavisnosti od izvršne vlasti. To podrazumijeva da vlada ne može izvršiti uticaj na revizorske institucije u sprovođenju njihove nadležnosti, što uključuje davanje naloga za vršenje ili nevršenje revizije, izmjene plana revizije, te korekcije ili brisanja nalaza, zaključaka ili preporuka revizije. Treba naglasiti i to da nezavisnosti revizorske institucije doprinosi i dužina trajanja mandata njenih rukovodilaca. Ukoliko bi izvršna vlast mogla uticati na dužinu mandata rukovodilaca revizorske institucije, ista ne bi bila nezavisna.

- 14. Brkić A., Mujić E., Brajić A.,** *Innovation and innovativity as a basis of the competitive advantage of the small and medium-sized enterprises (SME)/Inovacije i inovativnost kao temelj konkurentne prednosti malih i srednjih preduzeća*, Peta naučna konferencija s

internacionalnim učešćem „Ekonomija integracija“, ICEI 2017 – Uloga ekonomske misli u savremenom okruženju, Thomson Reuters, BiH, Tuzla, decembar 2017.

Cilj istraživanja je da se pomoću naučnih metoda utvrdi da li su inovacije i inovativnost dovoljno zastupljene u MSP-a, odnosno da li inovacije značajno utiču na konkurentnost MSP-a. Centralna istraživačka hipoteza glasi: Postoji statistički značajan uticaj inovativnih aktivnosti na konkurentnost MSP-a. Polazeći od centralne istraživačke hipoteze, opredijelili smo se da inovativne aktivnosti budu nezavisna varijabla, a konkurentna prednost MSP-a zavisna varijabla. Da bi se provjerila centralna istraživačka hipoteza utvrđeni su indikatori nezavisne varijable: tehnološke i netehnološke aktivnosti. Na drugoj strani, indikatori za mjerenje zavisne varijable su: strategija i konkurentnost preduzeća. Empirijsko istraživanje realizovano je na temelju prikupljanja primarnih podataka terenskim istraživanjem, korištenjem metode ispitivanja, pri čemu je korišten visoko strukturirani anketni upitnik kao obrazac za prikupljanje podataka. U anketnom upitniku je korištena Likertova skala sa pet stepeni slaganja. Primarni podaci prikupljeni su na osnovu kontrolisanog slučajnog uzorka, a ispitanici su birani na temelju dostupnosti. U istraživanje su bila uključena MSP-a u Zeničko-dobojskom kantonu, Tuzlanskom kantonu i Republici Srpskoj. Kako bi se dali odgovori na postavljena istraživačka pitanja korišteni su različiti postupci i metode obrade podataka, a sve u skladu sa postavljenim istraživačkim problemima (analiza, sinteza, indukcija, dedukcija, faktorska analiza i dr.).

15. Brajić A., Brkić A., Mujić E., *Uticaj komunikacije lidera na organizacijsku posvećenost zaposlenih*, Poslovni konsultant, Međunarodno indeksirani naučno-stručni časopis, broj 65., EBSCO Host, FINconsult, BiH, Tuzla, april 2017.

Savremene organizacije su izložene okruženju koje je podložno čestim promjenama. U takvim okolnostima poslovanja do izražaja dolazi liderstvo, čiji je zadatak da prepozna promjene i svojim sljedbenicima prenese viziju, udahne energiju i ponudi izlaz iz takve situacije. Jedan od načina da lider proizvede kretanje i promjene je da se stvori klima posvećenosti sljedbenika svojim organizacijama, koja će proizvesti prihvatanje novih ciljeva organizacije i ulaganje izvanrednih napora da bi se isti ostvarili. Na tom putu, putu promjena, potrebna je kvalitetna dvosmjerna komunikacija lidera i njihovih sljedbenika. Naučno-istraživački rad se bavio uticajima, koju komunikacija lidera i sljedbenika ima na organizacijsku posvećenost, odnosno poistovjećivanju ciljeva sljedbenika, sa ciljevima organizacije.

Dr. sci. Aldin Brajić