

1. **Određivanje područja istraživanja**
2. **Predmet istraživanja**
3. **Postavljanje hipoteza i/ili istraživačkih pitanja**

Područje → oblast → formulacija problema → naslov

Područje: Tržište rada

Područje: Tržište rada u tranzicionim ekonomijama

Oblast: *Tržište rada i zapošljavanje u tranzicionim ekonomijama.*

Oblast: *Šta konkretno želite da istražujete u vezi s tržištem rada i zapošljavanjem u tranzicionim ekonomijama?*

Put ka formulaciji problema:

Tema1: Analiza psiholoških faktora koji utiču na zapošljavanje u tranzicionim ekonomijama

Područje → oblast → formulacija problema → naslov

Područje: Digitalizacija

Područje: Digitalizacija u MSP

Oblast: Digitalizacija u MSP u tranzicionim ekonomijama

Oblast: **Tragajte za formulacijom problema**

Tema1: Analiza faktora koji predstavljaju barijeru za digitalizaciju u MSP u tranzicionim ekonomijama

Tema2: Analiza opravdanosti ulaganja u digitalizaciju u MSP u tranzicionim ekonomijama

Tema3: Uticaj digitalnih kanala na konkurentnostu MSP u tranzicionim ekonomijama

Naslov teme master rada treba da bude jasan, precizan i koncizan, kako bi odmah dao jasnu predstavu o tome šta će biti istraživano.

Neophodno je da bude dovoljno specifičan da odražava fokus istraživanja, ali i dovoljno širok da obuhvati sve ključne aspekte teme

Primer nekorektno definisane teme:

Ponašanje potrošača u online medijima, s osvrtom na iskustva u prethodnim online transakcijama u zemljama jugistočne Evrope, pre svih Makedoniji, Crnoj Gori, Srbiji, Albaniji -kvalitativna analiza

Primeri korektno definisanih tema:

- *Uticaj digitalizacije na konkurentnost malih i srednjih preduzeća u Crnoj Gori*
- *Analiza tehničkih i organizacionih faktora koji utiču na rast malih i srednjih preduzeća u zemljama u tranziciji*
- *Efekti globalizacije na domaću ekonomiju: Prikaz na primeru malih i srednjih preduzeća u Crnoj Gori*

Tema: Uticaj tehnika digitalnog marketinga na društvenim mrežama na lojalnost korisnika

Da li su sledeće tvrdnje predmet istraživanja?

1. **Predmet istraživanja su društvene mreže**
2. **Predmet istraživanja je marketing na društvenim mrežama**
3. **Predmet istraživanja su tehnike digitalnog marketinga na društvenim mrežama**
4. **Predmet istraživanja je lojalnost korisnika**



1. **Predmet istraživanja su društvene mreže**
2. **Predmet istraživanja je marketing na društvenim mrežama**
3. **Predmet istraživanja su tehnike digitalnog marketinga na društvenim mrežama**
4. **Predmet istraživanja je lojalnost korisnika**

Predmet istraživanja je uvek problem ili set problema kojim ćemo se baviti u našem radu

U sekciji predmet istraživanja mora postojati opravdanje za izbor konkretnog predmeta istraživanja

Predmet istraživanja mora imati svoju prostornu i vremensku odrednicu

Šta su hipoteze?

Hipoteza je informisana pretpostavka! Mora biti testabilna i precizna!

Primeri hipoteze:

"Primena digitalnih alata u MSP povećava njihovu konkurentnost na tržištu"

"Psihološki faktori kao što su samopouzdanje i motivacija značajno utiču na šanse za zapošljavanje u tranzicionim ekonomijama, dok socijalna podrška ne utiče "

IP1: Da li primena digitalnih alata povećava konkurentnost MSP?

IP2: Kako psihološki faktori kao što su samopouzdanje, motivacija i socijalna podrška utiču na šanse za zapošljavanje u tranzicionim ekonomijama?

Primeri nekorektno definisanih hipoteze i IP:

„Alati utiču na konkurentnost MSP na tržištu“

„Psihološki faktori utiču na zapošljavanje u tranzicionim ekonomijama “

IP1: Kako digitalni alata utiču na MSP?

IP2: Kako faktori utiču na tržište rada u tranzicionim ekonomijama?

1. Hipoteze i/ili istraživačka pitanja
2. Empirijska gradnja (izvori i podaci)
3. Metode, tehnike i alati za obradu podataka

1. **Određivanje područja istraživanja**
2. **Predmet i cilj istraživanja**
3. **Postavljanje hipoteza i/ili istraživačkih pitanja**