**Link za slajdove (link treba iskopirati u Internet Browser, a ne direktno kliknuti):**

[**https://www.dropbox.com/s/9ig2iwcqpx0akfw/Metodologija%20NIR.pptx?dl=1**](https://www.dropbox.com/s/9ig2iwcqpx0akfw/Metodologija%20NIR.pptx?dl=1)

**OBRAZAC ZA PRIJAVU TEME MAGISTARSKOG RADA**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Naziv fakulteta**
 |  |
| 1. **Ime i prezime kandidata**
 | Maja Kovačević 42/15 |
| 1. **Biografija kandidata**
 |  |
| 1. **Predloženi mentor**
 |  |
| 1. **Naziv rada**

**Nedozvoljena upotreba skraćenica u naslovu. Bespotrebno dug i komplikovan naslov. Predlog:****Primjena i potencijali sistema za upravljanje odnosima sa klijentima u elektronskom bankarstvu: Studija slučaja crnogorskih banaka** | Primjena i potencijali CRM- u elektronskom bankarstvu: Studija slučaja upravljanja odnosima sa kupcima u elektronskom bankarstvu i njegova primjena u Crnoj Gori |
| 1. **Obrazloženje naziva rada**
 | Rad će istarživati potencijale CRM-a i primjenu ovog koncepta u specifičnim uslovima elektrosnskog bankarstva u Crnoj Gori gdje imamo malo tržište bankarskih usluga i nizak stepen primjene elektronskog bankarstva. Konkretno na primjeru od 10 banaka koje su učestvovale i bile spremne da sarađuju u istraživanju. A sa druge strane na uzorku od 120 ispitanika biće ocijenjeno njihovo zadovoljstvo u pogledu pružanja bankarskih usluga. |
| 1. **Svrha/razlozi istraživanjai**

**cilj istraživanja i njegova realizacija po koracima** | Danas u uslovim globalizacije i munjevitih promjena na tržištu, naročito u bankarskom sektoru, gdje je klijentima sve udaljeno na samo jedan klik, elektronsko bankarstvo i uopste upravljanje odnosima sa klijentima u ovoj oblasti je aktuelana tema u informatičkoj ekonomiji koja sve vise uzima maha i zamjenjuje tradicionalnu. Takođe, iz potrebe da se izgrade dugoročni odnosi sa klijentima i obezbijedi njihova satisfakcija nastao je novi koncept CRM. Tema postaje komleksnija, jer ovaj novi fenomen koji nailazi i koji postaje sve više prihvaćen u bankarskom sektoru širom svijeta na našim prostorima je nedovoljno istražen i malo primjenjiv u praksi. Cilj ovog rada jeste da se dokaže neophodnost uvođenja i primjene CRM-a u elektronskom bankarstvu u Crnoj Gori, u specifičnim uslovima, i da se sa druge strane objasni navedeni koncept njegova suština i primarni cilj upotrebe CRM-a. Neophodno je sagledati potrebe klijenata, ići u korak pa čak i danas kompanije same nameću potrebe i time stvaraju nove proizvode i suluge, i upravo je CRM koncept veoma pogodan za djelovanje kako banaka tako i ostalih kompanija.Cilj će biti ostvaren kroz sledeće korake: -Istraživanje sekundarnih podataka koji se odnose na CRM i primjenu ovog koncepta u Elektronskom bankarstvu u Crnoj Gori na primjeru od 10 banaka koje učestvuju u istražvanju. -Definisanje ključnih kriterijuma za ocjenu primjene CRM koncepta-Priprema, sprovođenje online upitnika, intervjua i klasifikacija rezultata-Konstruisanje modela i analiza dobijenih rezluata tj. Analzia ograničenja, izrada grafikona na osnovu dobijenih podataka, povezanost između teorijskog i praktičnog koncepta datog modela, komparacija između banaka na osnovu podataka o primjeni CRM koncepta -Izvođenje zaključka o primjeni i potencijalima CRM-a u elektronskom bankarstvu u Crnoj Gori na primjeru 10 banaka.  |
| 1. **Prethodni radovi**
 | * Buttle, F. (2009). *Customer relationship management: concepts and technologies*. Routledge
* Mack, O., Mayo, M. C., & Khare, A. (2005). A strategic approach for successful CRM: A European perspective. *Problems and Perspectives in Management*, *2*, 98-106.
* Vojinović, Dragan. "Konkurentske prednosti upotrebe CRM metoda u odnosu sa klijentima." *Nezavisni univerzitet Banja Luka* (2011): 146.
* Nadinić, B. (2009). *Data mining for holistic customer management in banking systems* (Doctoral dissertation, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Sveučilište u Zagrebu).
* Vujnović-Gligorić, B. (2011). UPRAVLJANJE ODNOSIMA SA KORISNICIMA BANKARSKIH USLUGA. *EMC Review-Časopis za ekonomiju-APEIRON*, *2*(2).
* Ubiparipovic, B., & Raković, L. PRIMENA SISTEMA POSLOVNE INTELIGENCIJE U BANCI APPLYING BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEM IN BANK.
 |
| 1. **Hipoteze/istraživačko pitanje tj. pitanja**
 | 1. Da li i u kojoj mjeri banke u Crnoj Gori primjenjuju CRM koncept?
2. Da li CRM doprinosi poboljšanju zadovoljstva klijenata svojom bankom?
3. Koliki je stepen upotrebe internet bankarstav u Crnoj Gori?
 |
| 1. **Ograničenja pri istraživanju**
 | Istraživanje je ograničeno na 10 banaka u Crnoj Gori kod kojih smo imali kontakt osobe, koje su stručne i koje su željele da odgovore na posatvljena pitanja, od 15 banaka koje posluju na tržištu CG. Takođe značno ograničenje je to što od destet banaka koje su učestvovale u istraživanju samo četiri sprovodi koncept CRM-a. Primjena CRM-a od strane drugih banaka, ili učestvovanje preostalih 5 banaka bi u velikoj mjeri doprinijlo kvalitetu istraživanja.  |
| 1. **Sadržaj rada**
 | Rad je podijeljen na šest djelova. **U prvom poglavlju** rada će biti definisana tema, I istaći najvažnije razloge istraživanja. Takođe će biti obradjen predmet istraživanja, svrha i cilj istraživanja kao i metodologija koja je korišćena i hipotetički okvir istraživanja. **Drugo poglavlje** je bazirano na teorijski okvir uvoda u bankarstvo, kao i način na koji su organizovane banke u Crnoj Gori. Akcenat na internet bankarstvo i ulugu koju on ima u Crnoj Gori i na bankarski sektor, dat je u **trećem poglavlju** rada. Centralni predmet rada, tj. Upravljanje odnosima sa kupcima kroz empirisku analizu, studiju slučaja koja nam daje odgovor na stepen primjene navedenog koncepta, kao i dizajn istraživanja dato je u **četvrtom poglavlju**. U **petom poglavlju** ćemo na osnovu rezultata koji su dobijeni na osnovu studije slučaja iz poglavlja četiri odgovoriti na istraživačka pitanja. Zaključci, kritike kao i smjernice za neka naredna istraživanja biće sadržani u **poslednjem poglavlju.** |
| 1. **Vrsta istraživanja (empirijsko ili teorijsko) i obrazloženje**
 | Kako se istraživanje bazira na prikupljanju podataka i donošenje zaključaka na osnovu posmatranja istih, radi se o empirijskom istraživanju. |
| 1. **Istraživački pristup (eksploratorni, deskriptivni, eksplanatorni ili prediktivni) i obrazloženje**
 | U radu će biti korišćen eksploratorni pristup, jer nam je cilj i predmet rada da bolje razumijemo povezanost, tj. Spregu koja postoji izmedju CRM modela i elektronskog bankrastva, i primjene modela na bankarstko poslovanje, sa akcentom na elktronsko bankarstvo |
| 1. **Istraživačkipristup(induktivni, deduktivniili abduktivni) i obrazloženje**
 | Za potrebe rada i validnosti istraživanja biće korišćen abduktivni pristup, jer se za emirijske nalaze koristi teorija, a sa druge strane i empirijski nalazi su povezani sa teorijom. |
| 1. **Istraživačkip ristup (kvalitativniili kvantitativni) i obrazloženje**
 | Kao istraživački pristup u ovom radu biće korišćen kvalitativni metod. Jer su empirijski podaci koji su neophodni za rad I analizu studije slučaja prikupljeni u obliku transkipta, intervjua, anketa, tekstualnih podataka. I to u ovom slučaju sa kacentom na analizu sadržaja.  |
| 1. **Kvalitativne istraživačke metode (eksperiment,anketa, arhivska analiza, istorijska analiza ili studija slučaja) i obrazloženje**
 | U okviru kvantitativne istraživačke metodeu radu će se koristiti studija slučaja. Izbor ove metode možemo obrazložiti načinom kako je definisano istraživačko pitanje kao i činjenicom da nam je cilj ispitivanje događaja u toku i u specifičnim uslovima za koje imamo veliki broj dokaza koje možemo koristiti: zapažanja, intervjua i dokumenata. Takođe za studiju slučaja izabrali smo izabrali banke u Crnoj Gori koje su nam reprezentativne i relevante da oslikaju kako se i u kojoj mjeri primjenjuje CRM u elektronskom bankarstvu. |
| 1. **Kvantitativne istraživačke metode(eksperiment, analitičke, statističke, ekonometrijske, optimizacione ili inteligentne) i obrazloženje**
 | Kvantitativne metode u radu neće biti korišćene.  |
| 1. **Podaci (kvalitativno istraživanje)**
 | U okviru istraživanja su korišćeni sekundarni podaci iz publikacija I sa sajta Monstat u cilju pronalaženja broja intentet korisnika I broja ljudi koji koriste usluge e-bankinga, radi bolje I dublje analize. Za centralni I najznačaniji dio rada podaci su prikupljeni putem elektronskog upitnika tj. ankete i intervjua. Korišteni su polu-strukturirani intervjui za menadžere banaka, kako bi se došli do saznanja da li banke primjenjuju CRM strategiju. Za prikupljanje o stavivovima, mišljenjima, kao I planiranim I izvrsenim akcijama korišćena je metoda anketiranja, čiji podaci su prikazani upotrebom grafikona I tabela. Prikupljeni podaci su strukturirani tj. Podijeljeni u tri oblasti I to:Potencijali, Perspektiva i stepen primjene CRM modela (Model upravljanja odnosima sa kupcima) u elektronskom bankarstvu u Crnoj Gori. |
| 1. **Podaci (kvantitativno istraživanje)**
 | Kvantitativne metode u radu neće biti korišćene.  |
| 1. **Očekivani rezultati istraživanja**
 | Od istraživanja se očekuju da rezultati ukažu na koristi CRM-a i sa stanovišta korisnika i kompanija, i to, sledeće: * Faktori koji utiču primjena CRM-a od strane banaka
* Faktori penetracije i internet internet bankarstva od strane korisnika
* Faktori CRM-a čijom primjenom se povećava zadovoljstvo korisnika
* Faktori koji ograničavaju navedene primjene
 |
| 1. **Doprinos -prednosti u odnosuna prethodna istraživanja**
 | Do sad u Crnoj Gori nije bilo istraživanja o primjeni CRM-a u elektronskom bankratsvu. Stoga je ovaj rad značajan za popunjavanje gapa koji postoji, I jako je bitno da banke u Crnoj Gori primijene ovu strategiju, jer je danas konkurencija velika. A I potrošači ne moraju koristi usluge banke koja posluje na teritoriji CG već I usluge banaka koje posluju isključivo na webu. Dosadašnja istraživanja su se bavila samo teorijskim okvirima koja su sadržala pojmove i prošireni aspekat koncepta CRM-a. U inostranoj literaturi I radovima o ovom pitanju se vodi veliki broj istraživanja, što je I predstavljeno u dijelu prethodni radovi. Ovo istraživanje se bavi konkretnim kompanijama, tj. Bankama na teritoriji Crne Gore koje su ispitivane o primjeni CRM-a u njihovom poslovanju uz ograničenje da su u istraživanju učestvovale 10 od 15 banaka koje posluju na teritoriji naše zemlje.  |

Pojašnjenja:

1. Navesti naziv fakulteta na kome je magistarski rad prijavljen.
2. Navestiimeiprezimekandidata.
3. Prikazatibiografijukandidata.
4. Predloženi mentor (*u skladusačlanom 26 Pravilastudiranjanaposlijediplomskimstudijama*).
5. Navestinazivmagistarskograda.
6. Naslovtreba dabudeprecizan i konkretan, da odražavapredmet i hipotezeistraživanja.
7. Navestisvrhu/razloge istraživanja i ciljistraživanjasaobrazloženjem

Svrha održava značaj, bitnost i aktuelnost teme u predmetnoj oblasti (do 3 rečenice).

Cilj treba da sadrži konkretnu formulaciju šta se želi postići i korake u realizaciji toga cilja.

1. Navestinajmanje 5novijihnaučnoistraživačkihradova (izposljednjih 5-10godina) koji se bavesličnimproblemom i/ili izkojihproističemotivacijazaistraživanje.
2. Navesti hipoteze tj.postaviti istraživačka pitanja.
3. Navestinekaograničenjakojamoguuticatinaistraživanje, akoihima.
4. U stavci sadržaj rada je potrebno navesti poglavlja od kojih se rad sastoji. Sadržaj svakog poglavlja objasniti sa najviše tri rečenice.

Preporučena struktura rada: Uvod, Metodologija, Teorijski okvir, Rezultati istraživanja, Zaključak, Literatura

1. Navesti da li je istraživanje empirijsko ili teorijsko.

Empirijsko istraživanje je kada se znanja izvode na osnovu iskustva, posmatranja ili eksperimenta.

Teorijsko istraživanje je kada se na osnovu postojeće teorije izvodi novi teorijski doprinos.

1. Navesti istraživački pristup koji se koristi u radu i obrazložiti zašto je on odgovarajući za istraživanje.

Eksploratorni pristup se koristi kada je cilj istraživanja da omogući bolje razumijevanjeneke pojave.

Deskriptivni pristup se koristi kada je cilj istraživanja da opiše neku pojavu.

Eksplanatorni pristup se koristi kada je cilj istraživanja da objasni neku pojavu.

Prediktivni pristup se koristi kada je cilj istraživanja da predvidi neku pojavu.

1. Navesti istraživački pristup koji se koristi u radu i obrazložiti zašto je on odgovarajući za istraživanje.

Induktivni pristup se koristi kada iz pojedinačnih posmatranja i nalaza donosimo zaključke.

Deduktivni pristup se koristi kada na osnovu teorije dolazimo do pojedinačnih nalaza.

Abduktivni je induktivno-deduktivni pristup koji kombinuje oba načina izvođenja zaključaka.

1. Navesti da li je istraživanje kvalitativno ili kvantitativnoi obrazložiti zašto.

Kvalitativno istraživanje se odnosi na analizu, dublje razumijevanje i sticanje uvida u podatke u vidu riječi ili dokumenata.

Kvantitativno istraživanje se odnosi na analizu kvantitativnih (mjerljivih) podataka.

1. U slučaju kvalitativnog istraživanja navesti koje istraživačke metode od navedenih (ili neke druge) se koriste u radu i obrazložiti zašto.
2. U slučaju kvantitativnog istraživanja navesti koje kvantitativne metode od navedenih (ili neke druge) se koriste u radu i obrazložiti zašto.
3. U slučaju kvalitativnog istraživanja navesti koji podaci (tekstovi, dokumenti, intervjui i slično) se koriste u istraživanju kao i izvore tih podataka.
4. U slučaju kvantitativnog istraživanja opisati podatke koji se koriste i navesti njihove izvore.
5. Navesti nalaze koji se očekuju kao rezultat istraživanja.
6. Navesti prednosti ovog u odnosu na prethodnaistraživanjatj. navesti glavni doprinos rada.