

Renesansne postdiplomske studije

FMEFB - Istraživačke teme

➤ ***Prof. dr Veselin Vukotić***

Polazište: Svaki student treba da pokaže maštovitost u istraživanju procesa, odnosno, da sam razvija pravila istraživanja i samostalno primijeni metodologiju UDG istraživanja (knjiga kolega Mirkovića i Golubovića).

Tekst mora da obiluje emocijama zasnovanim na filozofiji i nauci.

Ne plašite se! Nije cilj da napravite genijalno istraživanje, već da se kroz trening osposobljavate da kroz koju godinu samostalno napravite genijalno istraživanje i još više da stičete sposobnost da razmišitate kao istraživač: radoznalost, znatiželja, erudicija, hrabrost... Da budete spremni ne samo da dođete do ivice, već i da je preskočite.

Nekoliko tema koje mogu biti predmet istraživanja za svakog studenta koji je redovno pratio predavanja i radio domaće zadatke na predmetima *Istorija ideja* i *Metodologija istraživanja*.

- I. **Renesansne postdiplomske studije (RPS)** – evolucija nastanka ovih studija. Što se želi postići ovim projektom: mišljenje studenata o realizaciji koncepta studija (iskustvo prvog semestra)?;
- II. **Predmet Istorija i filozofija ideja** – Što je ideja predmeta? Osnovni principi! Uticaj na Biće studenta! Istraživanje među studentima.
- III. **Predmet Metodologija istraživanja** - Istraživanje o istraživanju. Projekat, ciljevi, postignuće! Istraživanje među studentima!
- IV. **Odnos evolucije i kulture** – samostalno istraživanje literature;
- V. **Ekonomija i razvoj** – istraživanje eksperimenta posvećenog novom načinu predavanja i organizacije nastave. Istraživanje među studentima.
- VI. **Vodič kroz galaksije UDG-a** – istraživanje hardvera i softvera UDG-a. Istraživanje principa gradnje i opramenja UDG-a, filozofija koja izlazi iz principa: evolucija ili skokoviti razvoj UDG-a. Što nam govore zidovi zgrade, da li čujete huk preduzetničke ideje koja teče kroz njih. Istraživanje među studentima i zaposlenima.
- VII. **Analiza uspjeha studenata** - Istraživanje među studentima.
- VIII. **RPS i nova organizacija života studenta.** Analiza vremena. Posljedice na način života, ambicije. Način razmišljanja. Istraživanje među studentima.
- IX. **Niče i Kjerkegor na UDG-u** – samostalno istraživanje literature;
- X. **Lukrecije na UDG-u** – samostalno istraživanje literature;
- XI. **Ajnštajn na UDG-u** – samostalno istraživanje literature;

Literatura:

- 1) Almanah studija UDG-a;

- 2) Hrestomatija radova iz Ekonomije i razvoja;
- 3) Radovi Prof. dr Veselina Vukotića, rektora UDG-a;
- 4) Metodologija istraživanja (Mirković i Golubović);
- 5) „Simboli i metafore“, Veselin Vukotić;
- 6) Predavanja na RPS;
- 7) Michale Crow „Designing the New American University“
- 8) Serije informacija pripremljenih za akreditaciju UDG-a;
- 9) Intervjui.

CILJ: Kako da stičete sposobnost da istražujete pojave, probleme, fenomene, mišljenja iz neposredne okoline, iz tvog života i rada npr. u kompaniji u kojoj radite, na radnom mjestu, slobodnom vremenu i sl.

Svako je istraživanje je sopstveno djelo i ne očekujte pomoć od drugih, samo od onog kojeg intervjuišete.

➤ **Prof. dr Milica Vukotić**

Oblast: Mikroekonomija

Tema: Primijenjena mikroekonomija u oblasti životne sredine

Obrazloženje teme: ideja je da student-kinja znanje stečeno na mikroekonomskoj grupi predmeta primijeni u praksi. Svjedoci smo da nove tehnologije i novi način života mijenjaju ne samo ukuse i preferencije potrošača, već i način obavljanja poslova. Značajno uništavanje životne sredine u toku proteklih decenija dovelo je do porasta značaja zelene ekonomije. Naročito bitnu ulogu u ovom dijelu ima mikroekonomija koja daje odgovor na pitanje da li je opravdano uvođenje nekog novog propisa, zakona itd.

Izrada ove teme ne samo da povećava znanje student-a/kinje, već i doprinosi povećanju njegovih/njenih istraživačkih sposobnosti.

Fundamentalna literatura:

- Hal, Varijan: „Mikroekonomija-moderan pristup“, Ekonomski fakultet, Beograd
- Pindyck, Rubinfeld: „Mikroekonomija“, MATE Zagreb

Oblast: Mikroekonomija

Tema: Asimetrične informacije na tržištu zdravstva

Obrazloženje teme: ideja je da student-kinja znanje stečeno na mikroekonomskoj grupi predmeta primijeni u praksi. Potrebno je da student-kinja prvo analizira teorijske koncepte, a

potom da na primjeru tržišta zdravstva objasni asimetrične informacije. Jedna od pretpostavki postojanja savršene konkurencije je savršena informisanost, odnosno da su i strana ponude i strana tražnje u potpunosti informisane o transakciji koja se dešava. Međutim, vrlo često jedna strana ima mnogo više informacija od druge, a na tržištu zdravstva postoje brojni primjeri. Izrada ove teme ne samo da povećava znanje student-a/kinje, već i doprinosi povećanju njegovih/njenih istraživačkih sposobnosti.

Fundamentalna literatura:

- Hal, Varijan: „Mikroekonomija-moderan pristup“, Ekonomski fakultet, Beograd
- Pindyck, Rubinfeld: „Mikroekonomija“, MATE Zagreb

Oblast: Ekonometrija

Tema: Regresiona analiza (istraživačko pitanje se definiše na prijedlog student-a/kinje)

Obrazloženje teme: ideja je da student-kinja znanje stečeno na statističkoj grupi predmeta primijeni na konkretnom primjeru koji sam-a definiše. Potrebno je da student-kinja prije statističke, odnosno ekonometrijske analize, teorijski obradi oblast na koju se odnosi definisana tema, odnosno istraživačko pitanje. Izrada ove teme ne samo da povećava znanje student-a/kinje, već i doprinosi povećanju njegovih/njenih istraživačkih sposobnosti.

Fundamentalna literatura:

- Soldić-Aleksić Jasna: “Primenjena analiza podataka”, Ekonomski fakultet, Beograd
 - Ostale knjige će biti određene nakon definisanja istraživačkog pitanja.
-

➤ **Prof. dr Maja Drakić-Grgur**

1. Komparativna analiza odabranih dimenzija finansijskog poslovanja odabranih kompanija u Crnoj Gori – svojina i finansijske performanse

Pitanje koje se istražuje: Da li je svojina važna za finansijske performanse kompanije?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

U prvom dijelu se daju nalazi istraživanja literature koja se bavi pitanjima uticaja dominantnog oblika svojine u kompaniji na finansijsko poslovanje i poslovanje kompanije uopšte. Potom se sprovodi empirijsko istraživanje. U uzorku kompanija čije će se finansijske performanse ispitivati treba da bude nekoliko kompanija sa dominantnim državnim vlasništvom i nekoliko privatnih kompanija koje su uporedive veličine, strukture, organizacionog oblika.

Na bazi godišnjih finansijskih izvještaja koji su javno dostupni za nekoliko odabranih kompanija u Crnoj Gori koje spadaju u grupu velikih kompanija sa dominantnim privatnim vlasništvom i nekoliko odabranih velikih kompanija sa dominantnim državnim vlasništvom potrebno je odrediti važne finansijske pokazatelje koji se odnose na određene dimenzije finansijskog poslovanja tih kompanija: zaduženost, likvidnost, profitabilnost.

Nakon toga istražiti da li postoji veza između dominantnog oblika vlasništva i finansijskih performansi i na bazi dostupnih podataka ispitati prirodu te veze?

Osnovna literatura:

- Osnovi korporativnih finansija, Brealey, Marcus, Myers
- Vukotic, Veselin; "Privatizacija i razvoj tržišne privrede", Institut društvenih nauka, Centar za ekonomska istraživanja, Beograd, 1993;
- Odabrani radovi iz Zbornika radova tradicionalnog Naučnog skupa Centra za ekonomska istraživanja Instituta društvenih nauka

2. Komparativna analiza finansijskog poslovanja kompanija iz različitih sektora u Crnoj Gori

Pitanje koje se istražuje: Da li postoje razlike u karakteristikama finansijskog poslovanja kompanija koje posluju u različitim sektorima?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

U prvom dijelu se daju nalazi istraživanja literature koja se bavi različitostima karakteristika finansijskog poslovanja kompanija iz različitih sektora. Potom se sprovodi empirijsko istraživanje. U uzorku kompanija čije će se finansijske performanse ispitivati treba da bude po nekoliko kompanija iz sektora proizvodnje, trgovine, turizma uporedivih po veličini, broju zaposlenih, organizacionom obliku.

Na bazi javno dostupnih finansijskih izvještaja potrebno je uraditi finansijsku analizu i odrediti važne finansijske pokazatelje koji se odnose na određene dimenzije finansijskog poslovanja tih kompanija: zaduženost, likvidnost, profitabilnost.

Nakon toga istražiti sličnosti i razlike između karakteristika finansijskog poslovanja kompanija iz različitih sektora.

Osnovna literatura:

- Osnovi korporativnih finansija, Brealey, Marcus, Myers

3. Oportunitetni trošak kapitala i investicije

Pitanje koje se istražuje: Da li smanjenje kamatnih stopa prati rast investicija – empirijska analiza?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

U prvom dijelu se daju nalazi istraživanja literature koja se bavi pitanjem odnosa kamatnih stopa i investicija. Potom se sprovodi empirijsko istraživanje kojim se ispituje priroda veze između kretanja aktivnih kamatnih stopa i nivoa investicija u Crnoj Gori u posljednjih 10 godina (korelaciona analiza, regresija,...) Da li empirijski podaci potvrđuju teorijsku vezu o negativnoj vezi između kamatnih stopa i investicija?

Ako podaci ne ukazuju na potvrdu ovog odnosa, da li se mogu naći naznake odgovora na pitanje zašto ova relacija ne važi? Koja nova pitanja otvaraju rezultati empirijskog istraživanja?

Osnovna literatura:

1. Vukotić, V. (2001) „Makroekonomski računi i modeli“, CID, Podgorica
2. Gwartney and Stroup, „Ekonomija i prosperitet – šta svako treba da zna o tržišnoj ekonomiji“

4. Otkud inflacija u Crnoj Gori?

Pitanje koje se istražuje: Otkud inflacija u zemlji u kojoj se ne štampa novac?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

Ukoliko se pođe od postulata klasične ekonomske teorije i kvantitativne teorije novca, onda je inflacija monetarni fenomen, i determiniše je monetarna politika. Otkud onda inflacija u zemlji koja kao zvaničnu valutu koristi EURO i nema monetarnu politiku. Student treba da polazeći od postulata ekonomske teorije na osnovu analize empirijskih podataka istraži koji procesi generišu inflaciju u Crnoj Gori.

Osnovna literatura:

- V. Vukotić: Makroekonomski računi i modeli
- Henry Hazzlit: What should you know about inflation?

5. Istraživanje pozitivnih uticaja COVID-19 na poslovanje crnogorskih kompanija

Pitanje koje se istražuje: Kako je pandemija uticala na poslovanje crnogorskih kompanija – da li su u pitanju isključivo negativni uticaji ili ima i pozitivnih posljedica?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

Dosad su urađena brojna istraživanja efekata pandemije COVID-19 na poslovanje crnogorskih kompanija i uglavnom je fokus istraživanja bio usmjeren na negativne efekte pandemije koji su dominantno uticali na poslovne rezultate kompanija. Fokus ovog istraživanja treba da bude na potencijalne pozitivne efekte krize koju je izazvao COVID-19 (koliko i u kojoj mjeri su kompanije prilagodile svoje poslovanje novonastalim okolnostima kroz digitalizaciju, diverzifikaciju proizvoda, itd.). Dobijene rezultate treba uporediti sa rezultatima više istraživanja na ovu temu koja su urađena nakon pandemije – primjer su istraživanja data u popisu literature.

Literatura:

1. “Podrška preduzećima u borbi sa Covid-19 digitalizacijom i digitalnim plaćanjem”, UDG, FMEFB, projekat finansiran od strane Ministarstva nauke Crne Gore
2. „Procjena uticaja Covid-19 na poslovni sektor i perspektive rasta ekonomije Crne Gore“, Pripremio UNDP, uz doprinos UNESCO i UN Women i uz podršku Privredne komore Crne Gore
3. „Uticaj COVID-19 na poslovanje crnogorskih preduzeća“, Unija poslodavaca i Međunarodna organizacija rada.

6. Karakteristike potrošnje domaćinstava u Crnoj Gori

Pitanje koje se istražuje: Da li je potrošnja domaćinstava i njena struktura indikator nekih karakteristika ekonomskog sistema? Da li je i u kojoj mjeri pandemija COVID-19 uticala na strukturu potrošnje domaćinstava?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

Da li se analizom strukture potrošnje sektora domaćinstva kao komponente bruto domaćeg proizvoda shodno rashodnom metodu obračuna mogu izvesti neki zaključci o karakteru ekonomskog sistema, navikama stanovništva, naznake mogućih problema i konačno preporuke za donosiocje odluke? Student treba da polazeći od postulata ekonomske teorije koje daje u prvom dijelu projekta, na osnovu analize empirijskih podataka koji se odnose na sektor domaćinstva u Crnoj Gori, može da vrši poređenje strukture potrošnje u našoj zemlji u odnosu na zemlje regiona, i na osnovu svega toga donosi određene argumentovane zaključke u vezi sa karakterom ekonomskog sistema u odnosu na karakteristike potrošnje. Na bazi toga mogu se eventualno dati neke preporuke za donosiocje odluka.

Osnovna literatura:

- V. Vukotić: Makroekonomski računi i modeli
- Baze podataka MONSTAT I EUROSTAT
- Odabrani članci

7. Investicioni multiplikator za Crnu Goru

Pitanje koje se istražuje: Kakav je uticaj rasta investicija na GDP u Crnoj Gori?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

Ideja rada jeste da student pokuša da primjeni u praksi znanje stečeno iz makroekonomije, statistike i ekonometrije. Cilj je da u radu student pokaže razumijevanje teorijskih postavki modela investicija i ekonometrijskih postulata kroz empirijsko računanje investicionog multiplikatora za Crnu Goru, na osnovu dostupnih podataka o investicijama i bruto domaćem proizvodu. Poželjno je da je student tokom osnovnih studija polagao Statistiku i ekonometriju.

Osnovna literatura:

1. V. Vukotić: Makroekonomski bilansi i računi
 2. W. Green, Econometric analysis
-

➤ **Prof. dr Zoran Đikanović**

Tema 1. Novac i društvo

Objašnjenje teme: Novac je potpuno ljudska tvorevina. Zato je istraživanje prirode novca u stvari istraživanje odnosa među ljudima. Istraživačka pitanja: Kako novac utiče na razvoj društva, na razvoj civilizacije? Kako razvoj društva utiču na razvoj i shvatanje novca?

Očekivanja od studenta: Povećanje sposobnosti studenta kroz razvijanje saznanja i svijesti o promjenama i kako one utiču na shvatanje i razvoj društva u doba digitalizacije. Istraživanje o uticaju

na biznis, šansama za inovacije ili promjenu poslovnog modela, eventualno ideji koju student ima za biznis na talasu ovakvih promjena.

Osnovna literatura:

1. The History of Money, Jack Weatherford;
2. Uspon novca, finansijska istorija svijeta, Nil Ferguson
3. Novo digitalno doba, Eric Schmidt i Jared Cohen

Tema 2. Digitalizacija plaćanja

Objašnjenje teme: Plaćanja na globalnom nivou su višestruko veća od globalnog GDP-a, što privlači veliki broj inovacija i kreiranje digitalnih / crypto valuta. I centralne banke mnogih država su se uključile u eksperimentisanje i testiranje uvođenja i korištenja digitalnog novca koje bi one izdavale.

Očekivanja od studenta: Povećanje sposobnosti studenta kroz razvijanje saznanja i svijesti o promjenama finansijskog sistema i uticaju tehnologije na budući pravac razvoja finansijskih usluga. Istraživanje o uticaju na biznis, šansama za inovacije ili promjenu poslovnog modela, eventualno ideji koju student ima za biznis na talasu ovakvih promjena.

Osnovna literatura:

1. Future of finance, Huw van Steenis,
2. Central banks and the future of digital money, Consensys;
3. The Future of Payments, Deutsche Bank

Tema 3. Novac u digitalnom dobu

Objašnjenje teme: Novac je baziran na povjerenju. Da li je (opadanje) povjerenje u sadašnje valute izazvalo nastanak kriptovaluta? Kako će se razvijati odnos prema novcu u doba "digitalnog" novca? Ideja je istražiti mogućnosti korištenja tehnologije u kreiranju i prihvatanju novih finansijskih proizvoda.

Očekivanja od studenta: Povećanje sposobnosti studenta kroz razvijanje saznanja i svijesti o promjenama finansijskog sistema i uticaju tehnologije na budući pravac razvoja finansijskih usluga. Istraživanje o uticaju na biznis, šansama za inovacije ili promjenu poslovnog modela, eventualno ideji koju student ima za biznis na talasu ovakvih promjena.

Osnovna literatura:

1. The Impact of Information Technology on Freedom and Communication, Myron S Scholes
2. Crypto currency, the future of money? Paul Vigna, Michael Casey
3. Central Bank Digital Currency – Opportunities, challenges and design, Bank of England

Tema 4. Blockchain paradigma i primjena u ekonomiji

Ideja istraživanja: Nove tehnologije, posebno Vještačka inteligencija i Blockchain utiču na promjenu poslovnih modela i kreiranje dodatne vrijednosti u tim poslovnim modelima. Zato je istraživanje

pitanja "Gdje se stvara dodatna vrijednosti u tim modelima" ključno za razumijevanje efekata nove tehnologije na poslovni život.

Cilj istraživanja: Povećanje sposobnosti studenta kroz razvijanje saznanja i svijesti o promjenama i uticaju tehnologije na budući pravac razvoja poslovnih modela. Istraživanje o uticaju na biznis, šansama za inovacije ili promjenu poslovnog modela, eventualno ideji koju student ima za biznis na talasu ovakvih promjena.

Osnovna literatura:

1. The Real Business of Blockchain, David Furlonger, Cristophe Uzureau;
2. Blockchain revolution, Don Tabscott
3. Commercializing blockchain, Antony Welfare

Tema 5. Fintech i promjene finansijskih usluga

Ideja istraživanja: Inovacije zasnovane na novim tehnologijama utiču na slobodu i komunikacije u finansijama. Mijenjaju pravac i smjer pružanja finansijskih usluga. Računarstvo i komunikacione tehnologije utiču na buduće promjene ko i kako pruža finansijske usluge, od kojih mnoge još nisu ni nastale.

Cilj istraživanja: Povećanje sposobnosti studenta kroz razvijanje saznanja i svijesti o promjenama i uticaju tehnologije na budući pravac razvoja poslovnih modela. Istraživanje o uticaju na biznis, šansama za inovacije ili promjenu poslovnog modela, eventualno ideji koju student ima za biznis na talasu ovakvih promjena.

Osnovna literatura:

1. The AI Economy, Roger Bootle
 2. How to DeFi, CoinGreco,
 3. Inclusive FinTech, David Lee Kuo Chuen, Linda Low
-

➤ **Prof. dr Dragana Radević**

Oblast: Preduzetništvo i porodični biznis

Tema: Inovacije kao osnov uspjeha na primjeru kompanije "X" (izbor kompanije u dogovoru sa studentom)

Ideja i cilj izrade magistarskog rada:

Inovacije pokreću razvoj ljudske civilizacije. Cilj rada je da na primjeru kompanije koja se bira u dogovoru sa studentom, analizira doprinos identifikovanih inovacija na razvoj same kompanije, sektora u kojoj kompanija djeluje (ili je djelovala) i ukupnog društva.

Fundamentalna literatura:

- Drucker P., „Inovacije i preduzetništvo: praksa i principi“, NIP „Privredni pregled“, Beograd, 1991 (Hrestomatija)
 - Hisrich R., Peters M., Shepherd D., (2008), „Poduzetništvo“, MATE, Zagreb
 - Lerer Džona, Moć kreativnosti, (2018) Laguna
 - Vukotić V, Istorija budućnosti
-

➤ **Doc. dr Tomo Popović**

Oblast istraživanja: Digitalna transformacija

Teme:

- Uticaj digitalne transformacije na obrazovanje
- Digitalna transformacija u poljoprivredi
- Digitalna transformacija u turizmu
- Digitalna transformacija u zdravstvu
- Fintech (mašinsko učenje, digitalizacija)
- Blockchain i primjene
- Vještačka inteligencija i poslovni modeli
- E-komerc i pandemija

Literatura:

- G. Westerman et al., Leading Digital Turning Technology into Business Transformation, HBVP, 2014
 - J. Valacich, C Schneider, Information Systems Today, Managing in the Digital World, Pearson, 2017
-

➤ **Prof. dr Ivana Petrović**

Tema: Sagorijevanje na poslu

- Eng. Burnout

Sagorijevanje na poslu je uvijek aktuelna tema, a posebno sada u periodu pandemije

- Tradicionalno, sagorijevanje se vezuje sa poslovima koji podrazumevaju intenzivan rad sa ljudima (zdravstveni radnici, nastavnici), ali se sve više vezuje i za druge poslove
- Cilj je ispitati kako se sagorijevanje na poslu pokazuje u vreme pandemije u različitim poslovima, uključujući studiranje i volontiranje, koji aspekti posla ga izazivaju, koji su korelati sagorijevanja, šta poslodavci i zaposleni vide kao mjere kojima bi bilo moguće prevenirati sagorijevanje

- Mešovit istraživački dizajn –kvalitativno i kvantitativno istraživanje
- Uzorak –u skladu sa specifikacijom problema, odabranom populacijom i istraživačkim nacrtom

ČLANCI:

Aldossari, M., & Chaudhry, S. (2021). Women and burnout in the context of a pandemic. *Gender, Work & Organization*, 28(2), 826-834.

•Cheng, J. C., & Yi, O. (2018). Hotel employee job crafting, burnout, and satisfaction: The moderating role of perceived organizational support. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 78-85.

•Chirico, F., Crescenzo, P., Sacco, A., Riccò, M., Ripa, S., Nucera, G., & Magnavita, N. (2021). Prevalence of burnout syndrome among Italian volunteers of the Red Cross: a cross-sectional study. *Industrial health*, 59(2), 117-127. https://www.jstage.jst.go.jp/article/indhealth/59/2/59_2020-0246/_pdf

•Maslach, C., & Leiter, M. P. (2017). Understanding burnout: New models. In C. L. Cooper & J. C. Quick (Eds.), *The handbook of stress and health: A guide to research and practice* (pp. 36–56). Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118993811.ch3>

•Maslach, C., Leiter, M. P., & Schaufeli, W. (2009). Measuring burnout. *The Oxford Handbook of Organizational Well Being* DOI:10.1093/oxfordhb/9780199211913.003.0005

•Queen, D., & Harding, K. (2020). Societal pandemic burnout: a COVID legacy. *International Wound Journal*, 17(4), 873.

•Salvagioni, D. A. J., Melanda, F. N., Mesas, A. E., González, A. D., Gabani, F. L., & Andrade, S. M. D. (2017). Physical, psychological and occupational consequences of job burnout: A systematic review of prospective studies. *PloS one*, 12(10), e0185781. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0185781>

•Sasangohar, F., Jones, S. L., Masud, F. N., Vahidy, F. S., & Kash, B. A. (2020). Provider burnout and fatigue during the COVID-19 pandemic: lessons learned from a high-volume intensive care unit. *Anesthesia and analgesia*.

•Schaufeli, W. B., Enzmann, D., & Girault, N. (2018). Measurement of burnout: A review. *Professional burnout: Recent developments in theory and research*, 199-215.

•Sokal, L., Trudel, L. E., & Babb, J. (2020). Canadian teachers' attitudes toward change, efficacy, and burnout during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Educational Research Open*, 1, 100016.

•Talaee, N., Varahram, M., Jamaati, H., Salimi, A., Attarchi, M., Kazempour Dizaji, M., ... & Seyedmehdi, S. M. (2020). Stress and burnout in health

Oblast: Računovodstvo i finansijsko izvještavanje

Doc. dr Jadranka Glomazić

1. Komparativna analiza odnosa sopstvenih i pozajmljenih izvora finansiranja odabranih kompanija u Crnoj Gori

Pitanje koje se istražuje:

Da li crnogorske kompanije (određene djelatnosti) veći dio imovine finansiraju sopstvenim ili pozajmljenim sredstvima?

Obrazloženje:

Prvi dio istraživanja obuhvata pregled literature iz oblasti računovodstva i finansijskog izvještavanja koja se bavi bilansom stanja, njegovom suštinom, sadržajem, strukturom i odnosom sopstvenih i pozajmljenih izvora finansiranja imovine kompanija. Drugi dio se odnosi na empirijsko istraživanje u okviru kojeg će se izabrati minimum pet crnogorskih kompanija koje obavljaju istu djelatnost. Poželjno je da su to kompanije koje svoje djelatnosti obavljaju na različitim teritorijama. Pored toga, kompanije koje budu odabrane za uzorak moraju biti uporedive veličine. Za istraživanje se koriste javno dostupni bilanci stanja odabranih kompanija za posljednje tri godine. Istraživanje treba da pokaže kakav je trend odnosa sopstvenih i pozajmljenih izvora finansiranja u posljednje tri godine kod odabranih kompanija koje obavljaju istu djelatnost, te kakva je struktura pozajmljenih izvora (da li je veće ušesće dugoročnih ili kratkoročnih obaveza). Nakon toga istraživanje treba da pokaže komparaciju dobijenih rezultata između svake kompanije. Dobijene rezultate je potrebno interpretirati i izvesti zaključke koje okolnosti su mogle uticati na takve rezultate (tržište na kojem posluju, vlasnička struktura, oblik organizovanja, uticaj pandemije ili neke druge okolnosti).

Osnovna literatura:

- *Finansijsko računovodstvo: Međunarodni pristup*, Jagdish Kothari i Elisabetta Barone
- *Računovodstvo: Temelj poslovnog odlučivanja*, Robert F. Meigs i Walter B. Meigs

2. Komparativna analiza trenda učešća odabrane vrste troška u ukupnim troškovima odabranih kompanija u Crnoj Gori

Pitanje koje se istražuje:

Kakav je trend učešća određene vrste troškova u ukupnim troškovima na primjeru konkurentnih kompanija?

Obrazloženje:

U okviru prvog dijela istraživanja daju se nalazi istraživanja literature iz oblasti računovodstva i finansijskog izvještavanja koja se bavi bilansom uspjeha, njegovom suštinom, sadržajem, strukturom i odnosom pojedinih pozicija ovog izvještaja. Drugi dio se odnosi na empirijsko istraživanje u okviru kojeg će se izabrati tri crnogorske kompanije koje obavljaju istu djelatnost i glavni su konkurenti. Za istraživanje se koriste javno dostupni bilanci uspjeha odabranih kompanija za posljednjih pet godina i statistički aneks, kao dodatni izvještaj za isti vremenski period. Troškovi za koje se ispituje učešće u ukupnim troškovima mogu biti: troškovi materijala ili troškovi zarada zaposlenih. U slučaju da se za istraživanje odaberu troškovi zarada, potrebno je uzeti u obzir kompanije iz iste djelatnosti koje imaju približno isti broj zaposlenih. Istraživanje treba da pokaže kakav je bio trend ovog učešća kod odabranih kompanija za posljednjih pet godina, te komparaciju rezultata između kompanija. Dobijene rezultate je potrebno interpretirati i izvesti zaključke koje su okolnosti mogle uticati na takve rezultate (vlasnička struktura, oblik organizovanja, uticaj pandemije ili neke druge okolnosti).

Osnovna literatura:

- *Finansijsko računovodstvo: Međunarodni pristup*, Jagdish Kothari i Elisabetta Barone
 - *Računovodstvo: Temelj poslovnog odlučivanja*, Robert F. Meigs i Walter B. Meigs
-

Prof. dr Jadranka Kaluđerović

Cilj predloženih istraživačkih tema/pitanja je da pokuša da da odgovor na pitanje
Koliko su mladi "austrijanci"?

1. Ko su glavni predstavnici austrijske ekonomske škole i koji je njihov najznačajniji doprinos razvoju ekonomske misli?

Cilj ove istraživačke teme je da istraži koliko su studenti upoznati sa glavnim predstavnicima austrijske ekonomske škole i nekim od njihovih glavnih ideja i doprinosa razvoju ekonomske misli.

Potrebno je da se student upozna sa istraživačkim okvirom austrijske ekonomske škole i njegovim glavnim predstavnicima a zatim da kroz istraživanje među studentima/mladima da odgovor na postavljeno istraživačko pitanje.

Osnovna literatura:

Hajek: "The fortunes of liberalisam"

2. Da li nam treba centralna banka u svijetu kriptovaluta?

Cilj ove istraživačke teme je ispita kako studenti vide ulogu centralne banke u svijetu kriptovaluta.

Predstavnici austrijske ekonomske škole zalažu se za slobodno bankarstvo i ne smatraju neophodnim postojanje centralne banke. Cilj ove istraživačke teme je da istraži da li mladi dijele ovo mišljenje i u kolikoj mjeri. Znači potrebno je istražiti koliko su studenti upoznati sa kriptovalutama, da li njima trguju, da li bi rađe štedjeli u bankama ili u kriptovaluti, i kako vide ulogu centralne banke u svijetu u kojem je trgovanje kriptovalutama sve učestalije.

Potrebno je da se student upozna sa istraživačkim okvirom austrijske ekonomske škole a zatim da kroz istraživanje među studentima/mladima da odgovor na postavljeno istraživačko pitanje.

Osnovna literatura:

Huerta de Sotro: Money, credit and business cycles: djelovi- central and free banking theory i proposal for banking reform

3. Šta su biznis ciklusi?

Cilj ove istraživačke teme je ispita koliko su studenti upoznati sa pojmom biznis ciklusa, da li znaju šta on podrazumjeva i kako shvataju uzrok nastanka biznis ciklusa. Predstavnici austrijske ekonomske škole smatraju da samo Vlade i njihove politike mogu dovesti do ekonomske krize. Cilj ove istraživačke teme je istraži da li studenti/mladi dijele ovo mišljenje i u kolikoj mjeri.

Znači potrebno je istražiti koliko su studenti upoznati sa pojmom ekonomske krize, načinima na koje se krize manifestuju kao i načinima na koje krize nastaju.

Potrebno je da se student da upozna sa istraživačkim okvirom austrijske ekonomske škole a zatim da kroz istraživanje među studentima/mladima da odgovor na postavljeno istraživačko pitanje.

Osnovna literatura:

Hajek: "Business cycles, part I"

Slavišta Tasić: «Svjetska finansijska kriza»

3. Da li je za ekonomski razvoj važniji preduzetnik ili njegov zaposleni?

Cilj ove istraživačke teme je da ispita šta studenti misle o značaju preduzetništva za ekonomski razvoj. Predstavnici austrijske ekonomske škole smatraju da su preduzetnici osnovna pokretačka snaga ekonomskog prosperiteta. Cilj ove istraživačke teme je istraži da li mladi dijele ovo mišljenje i u kolikoj mjeri.

Znači potrebno je istražiti koliko su studenti upoznati sa pojmom preduzetništva i kreativne destrukcije, šta misle o preduzetnicima, da li bi oni sami bili preduzetnici.

Potrebno je da se student upozna sa istraživačkim okvirom austrijske ekonomske škole a zatim da kroz istraživanje među studentima/mladima da odgovor na postavljeno istraživačko pitanje.

Osnovna literatura:

Jozef Šumpeter «Teorija ekonomskog razvoja»

- Doc. dr Dijana Kovačević

Oblast: **Digitalni marketing**

1. Pandemija kao pokretač digitalizacije

Globalizacija tržišta, razvoj tehnologije i upotreba interneta mijenjaju način i razvoj marketing djelovanja kompanije. Neophodnost i neumitnost sve detaljnijeg i dubinskog prihvatanja transformacije kompanije u digitalne forme pretpostavlja novi model rada i razvoja postojeće ponude, koji je posebno potaknut pandemijom Kovid 19. Ovaj proces nije nametnut već predstavlja uslov opstanka u digitalnom okruženju koje postaje sve zahtjevnije i stavlja korisnika u centar svih dešavanja.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, Marketing, Southwestern, 2016

P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.

Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019

Čefi Dejev; Smit PR, Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

2. Digitalno prisustvo na platformama - postulat uspjehnosti savremene kompanije

Savremeni globalni tokovi i kovid pandemija je ubrzala proces digitalizacije, koji je već nametnut i vodi ka potpunoj digitalnoj transformaciji kompanije. Mogućnosti digitalnih alata i koncept same organizacije rada na digitalnim platformama je veoma važna osnova za izučavanje jer predstavlja jednu od fundamentalnih modela digitalnog marketinga i preduslov za uspješno poslovanje savremene kompanije. Ovakva istraživanja daju smjernice budućeg djelovanja i novih mogućnosti koje kompanije mogu koristiti. Polje istraživanja sve više vodi ka analizi prednosti, ali i opasnosti koje prijete kompaniji u procesu digitalne transformacije.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, Marketing, Southwestern, 2016
P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.
Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019
Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

3. Digitalna strategija nastupa na digitalnim platformama

Marketing koncept savremene kompanije je aktuelna tema jer se dinamika promjena na globalnom planu, tehnološka revolucija i njena refleksija na poslovanje mijenja veoma brzo i potrebna je stalna nadogradnja istraživačko – naučnih radova na ovu temu. Koncept marketing djelovanja se sve više pomjera ka digitalnom i zahtijeva primjenu 4P i 4C miksa u kombinovanju online i offilne aktivnosti. Mnogobrojni poslovni primjeri mogu poslužiti kao adekvatna podloga izučavanja marketing koncepta savremene kompanije.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, Marketing, Southwestern, 2016
P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.
Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019
Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

4. Potrošač i digitalno upravljanje kompanijom

Odnos sa kupcima postaje važan segment svakodnevnog poslovanja. Kupac postaje sve više korisnik cjelokupnog sadržaja i vrijednosti koju kompanija kreira u odnosu na njegove želje i potrebe. Cijeli sistem, pa zatim tehnološki potkrijepljen metod rada u vidu platforme Customer Management Relations-a (CRM) mijenja i odnose na svim nivoima menadžmenta. Implikacije ove promjene su prisutne svakodnevno i vode kompaniju u drugačiji koncept poslovanja. Relacije sa kupcima, kreiranje vrijednosti i lojalnosti postaje primat savremenog poslovanja.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2016
P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.
Douglas J. Dalrymple, Leonard J. Parsons: Basic Marketing Management, 2000
Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

5. Digitalni marketing - alati savremene kompanije

Marketing koncept savremene kompanije je aktuelna tema jer se dinamika promjena na globalnom planu, tehnološka revolucija i njena refleksija na poslovanje mijenja veoma brzo i potrebna je stalna nadogradnja istraživačko – naučnih radova na ovu temu. Koncept marketing djelovanja se sve više pomjera ka digitalnom i zahtijeva primjenu svih alata digitalnog marketinga u cilju što boljeg gradjenja imidžs kompanije.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2016

P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.

Douglas J. Dalrymple, Leonard J. Parsons: Basic Marketing Management, 2000

Čefi Dejv; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

6. Kreiranje i upravljanje sadržajem na digitalnim platformama

Kreiranje i upravljanje sadržajem na digitalnim platformama sve više podrazumijeva integraciju i koordinaciju više sektora kompanije i njihovo sinergetsko djelovanje na strategiju nastupa na digitalnim platformama. Umijeće kreiranja specifične forme sadržaja i upravljanje njim zahtijeva novi vid angažmana koji je veoma važno istraživati, proučavati i usmjeravati sa novim smjernicama za dalji razvoj.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2009

P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.

Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019

Čefi Dejv; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

7. Vrijednost brenda i digitalni nastup

Vrijednost brenda ima veliki uticaj na percepciju savremene kompanije. Digitalizacijom i upotrebom svih mogućnosti digitalnog marketinga sve više se brend kompanije gradi kroz aktivnosti na digitalnim platformama. U skladu sa off line nastupom brend dobija novi oblik i dodatu vrijednost i u virtuelnom svijetu. Važnost vrijednosti brenda je aktuelna tema u poslovanju savremene kompanije.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2009
P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.
Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019
Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

8. Digitalni nastup kompanije i pitanje sigurnosti

Digitalni nastup kompanije podrazumijeva širok opseg aktivnosti na platformama, ali pri tom se sve više akcentuira pitanje sigurnosti. Sigurnost se podjednako tretira sa aspekta kompanije i sa aspekta korisnika. Pitanje sigurnosti je pitanje budućeg djelovanja mnogih kompanija, te se stoga istraživanje ove teme preporučuje i otvara mogućnost daljeg istraživanja na nekoliko nivoa.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2009
P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.
Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019
Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

9. Digitalna strategija i etički principi poslovanja

Digitalni marketing pretpostavlja uspješan menadžment na digitalnim platformama, kreiranje i razvoj sadržaja, dalji razvoj proizvoda i usluga, prilagodjen potrebama savremenog korisnika. E marketing , kao širok pojam, ali i mogućnost djelovanja svake kompanije, podrazumijeva razvoj novih vještina, znanja i prilagodjavanje koncepta poslovanja. Neophodnost i neumitnost sve detaljnijeg i dubinskog prihvatanja transformacije kompanije u digitalne forme pretpostavlja novi model rada i razvoja postojeće ponude, kao i svih elemenata marketing miksa. U cijelom procesu digitalizacije sve više se dolazi do izražaja pitanje poštovanja etičkih standarda i njihove primjene u poslovnim procesima. Istraživanje ove teme je aktuelno, veoma korisno i primjenjivo u praksi savremenog poslovanja.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2009
P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.
Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019
Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

10. Korišćenje marketing miksa u e okruženju; koncept 5 C

Koncept marketing djelovanja se sve više pomjera ka digitalnom i zahtijeva primjenu 4P i 4C miksa u kombinovanju online i offilne aktivnosti. Mnogobrojni poslovni primjeri mogu poslužiti kao adekvatna podloga izučavanja marketing koncepta savremene kompanije. Koncept 5 C dodatno upotpunjuje, ali i mijenja novi način gradjenja svih aktivnosti na internetu.

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2009

P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.

Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019

Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

11. Digitalne platforme i novi trendovi e prisustva

Novi trendovi e pristupa sve ubrzano mijenjaju pod uticajem razvoja novih platformi, njihovih mogućnosti i forme djelovanja. Digitalne platforme poput Googla, Mete i ostalog se sve više infiltriraju u život savremenog čovjeka, te se tretiraju kao veoma korisna mjesta marketing djelovanja. Budućnost je predodredjena korišćenjem platformi kao osnovnog kanala komunikacije i marketing djelovanja.

Koncept marketing djelovanja se sve više pomjera ka digitalnom i zahtijeva primjenu 4P i 4C miksa u kombinovanju online i offilne aktivnosti. Mnogobrojni poslovni primjeri mogu poslužiti kao adekvatna podloga izučavanja marketing koncepta savremene kompanije

Fundamentalna literatura:

Lamb, Hair, and McDaniels, MKTG3, Southwestern, 2009

P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016.

Robert B. Cialdini, Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion, 2019

Čefi Dejev; Smit PR,: Digitalni marketing: Planiranje i optimizacija, FMK, Beograd, 2018.

EMOS program

➤ **Dr Gordana Radojevic, EMOS**

Oblast: zvanična statistika

1. Tema: Uporedna analiza metoda za prikupljanje podataka u popisima stanovništva

Obrazloženje teme: cilj istraživanje jeste da se uporede dva najčešće korišćena metoda u popisima stanovništva (tradicionalni metoda prikupljanja podataka intervjujem „lice u lice“ naspram registarskog metoda prikupljanja podataka) i na bazi toga donese zaključak koji metod je efikasniji.

Literatura:

UN: Recommendation for the 2020 Censuses of Population and Housing

UNECE: New data sources can make censuses more efficient – UNECE issues guidelines to help maintain high quality

2. Tema: Uticaj pandemije COVID 19 na mortalit u Crnoj Gori

Obrazloženje teme: cilj istraživanje jeste da utvrdi uticaj COVID-a na povećani mortalitet, što je rezultiralo pojavom negativnog prirodnog priraštaja u 2020. godini, po prvi put od kada se vodi statistika rođenih i umrlih. Korišćenjem indikatora „excess“ mortalitet istražiti u kojoj mjeri je COVID uticao na povećanje mortaliteta u 2020 i 2021. godini i uporediti sa ostalim državama

Literatura:

Stanovništvo i razvoj, Alica Belatić ili bilo koja druga knjiga iz demografije koja obradjuje temu prirodnog kretanja stanovništva

Naučno istraživački radovi o uticaju COVID-a na demografska kretanja:

1. http://monstat.org/uploads/files/publikacije/Kreiranje%20podsistema%20zvanične%20statistike_3dec_online.pdf
2. The World Mortality Dataset: Tracking excess mortality across countries during the COVID-19 pandemic, Ariel Karlinsky1 and Dmitry Kobak: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7852240/>
3. Excess mortality during the Coronavirus pandemic (COVID-19) - <https://ourworldindata.org/excess-mortality-covid#estimated-excess-mortality-from-the-economist>
4. i slično..
5. Excess mortality – statistics https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Excess_mortality_-_statistics

6. EUROSTAT baza podataka: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/population-demography/demography-population-stock-balance/database>

➤ **Dr Bojana Boskovic, EMOS**

Tema: Proces pripreme srednjoročnog makrofiskalnog okvira.

Ideja je da studnet istrazi kako se odvija proces pripreme srednjoročnog makrofiskalnog okvira, na bazi kojih dokumenata se radi, u okviru kojih dokumenata se prezentira, kakve su zakonske obaveze u ovom procesu, kakva je komunikacija sa EU po ovom pitanju. U okviru svega toga, baviće se i fiskalnom statistikom i EU obavezama koje po tom pitanju imamo.

➤ **Dr Marijana Mitrovic, EMOS**

Oblast: finansijska statistika

Tema: Finansijski računi - instrument ekonomskih analiza (kompilacija i upotreba)

Osnovna literatura:

- Veselin Vukotić: Makroekonomski računi i modeli, CID, Podgorica, 2007
- REGULATION (EU) No 549/2013 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 21 May 2013 on the European system of national and regional accounts in the European Union dostupno na <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:174:0001:0727:EN:PDF>
- HANDBOOK ON QUARTERLY FINANCIAL ACCOUNTS FOR THE EURO AREA SOURCES AND METHODS https://www.ecb.europa.eu/stats/pdf/eea/Handbook_on_quarterly_financial_accounts.pdf?d9fa13bbde3707372af0ac6ae0afd016
- Using financial accounts, BIS, <https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb51.pdf>
- Manual on quarterly financial accounts for general government <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/8465769/KS-GQ-17-012-EN-N.pdf/27ae60c6-26f6-4f57-b5c7-984f2d216b31?t=1511171382000>

➤ **Dr Maja Drakić-Grgur**

Karakteristike potrošnje domaćinstava u Crnoj Gori (tema je dostupna i studijskom programu Preduzetnička ekonomija)

Pitanje koje se istražuje: Da li je potrošnja domaćinstava i njena struktura indikator nekih karakteristika ekonomskog sistema? Da li je i u kojoj mjeri pandemija COVID-19 uticala na strukturu potrošnje domaćinstava?

Ukratko o realizaciji istraživačkog projekta:

Da li se analizom strukture potrošnje sektora domaćinstva kao komponente bruto domaćeg proizvoda shodno rashodnom metodu obračuna mogu izvesti neki zaključci o karakteru ekonomskog sistema, navikama stanovništva, naznake mogućih problema i konačno preporuke za donosiocce odluke? Student treba da polazeći od postulata ekonomske teorije koje daje u prvom dijelu projekta, na osnovu analize empirijskih podataka koji se odnose na sektor domaćinstva u Crnoj Gori, može da vrši poređenje strukture potrošnje u našoj zemlji u odnosu na zemlje regiona, i na osnovu svega toga donosi određene argumentovane zaključke u vezi sa karakterom ekonomskog sistema u odnosu na karakteristike potrošnje. Na bazi toga mogu se eventualno dati neke preporuke za donosiocce odluka.

Osnovna literatura:

- V. Vukotić: Makroekonomski računi i modeli
- Baze podataka MONSTAT I EUROSTAT
- Odabrani članci