

**MASMI**

Fresh thinking. Clear advice.

**Y generacija u Srbiji:**

**KO SU (STVARNO) SRPSKI MILENIJALSI?**

*Vrednosti, životni stil i potrošačko ponašanje*

Jun, 2016.

# Kako vam ovaj izveštaj može biti od koristi?

---

**POBEDITE KONKURENTE!**

**PRILAGODITE SVOJU STRATEGIJU DA  
MAKSIMIZUJETE EFEKTE SVOG RADA**

**INSPIRIŠITE SE ZA NOVE IDEJE I  
AKTIVNOSTI**

**UPOZNAJTE Y GENERACIJU U SRBIJI**



# O projektu



METODOLOGIJA	
Metod	Kvantitativno istraživanje
Tehnika prikupljanja podataka	F2F PAPI
Period prikupljanja podataka	Maj 2016
Uzorak	N=1000, nacionalno reprezentativan prema polu, godinama i regionu, populacija 18-36, urbana i ruralna naselja
Prosečno trajanje individualnog anketiranja	30'



**KO SU (STVARNO) SRPSKI MILENIJALSI**

# Y generacija u Srbiji

Rođeni između **1980. i 2000.**

Čine oko **25%** ukupne populacije

**34%** je visoko obrazovano

**38% je zaposleno** sa punim radnim vremenom, od čega 72% radi u privatnom sektoru

Većina **nije u braku** (60%)

Polovina još uvek  
**živi sa roditeljima**



# Šta žele od života? SVE!

40%



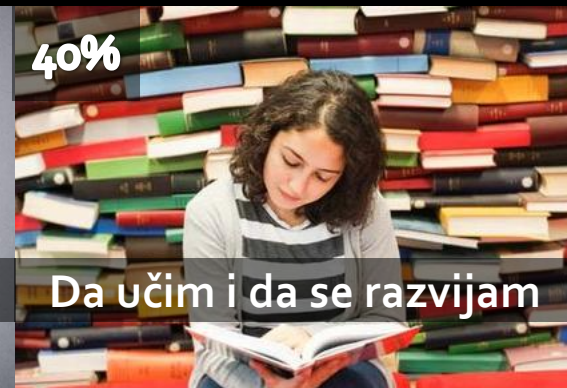
Da budem dobar roditelj

30%



Da imam uspešnu karijeru

40%



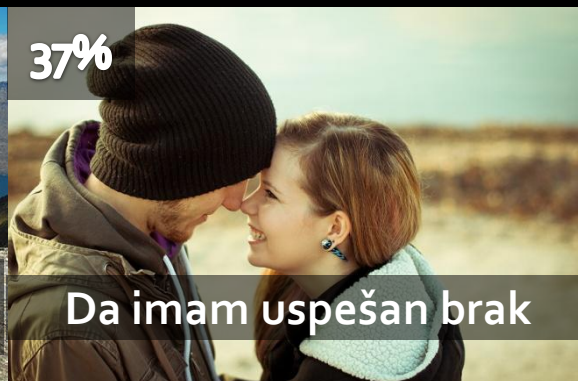
Da učim i da se razvijam

39%



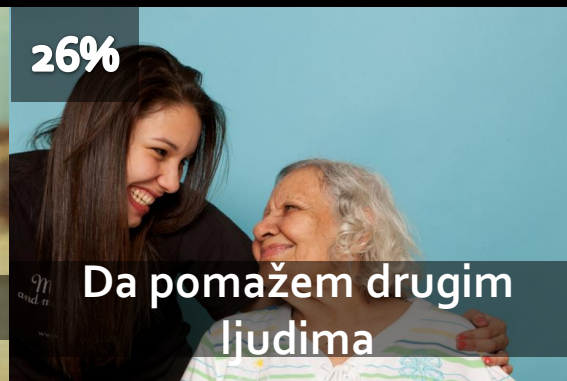
Da doživljam nova iskustva

37%



Da imam uspešan brak

26%



Da pomazem drugim ljudima

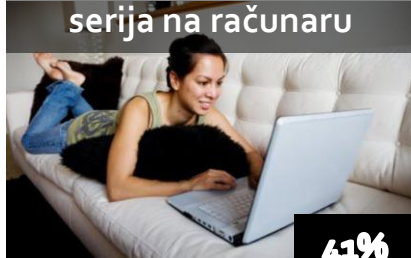
# Kako provode slobodno vreme?

Druženje sa prijateljima  
u kućnoj varijanti



57%

Gledanje filmova i  
serija na računaru



41%

Šetnja gradom



48%

Bavljenje sportom



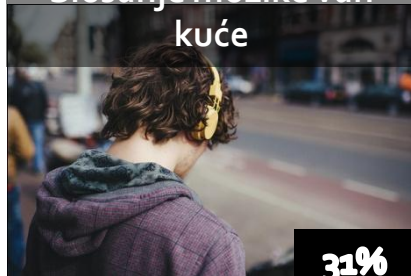
33%

Boravak u prirodi



35%

Slušanje muzike van  
kuće



31%

Putovanja u zemlji ili  
inostranstvu



25%

Kuvanje



25%

Čitanje knjiga



32%

Provođenje vremena za  
računarom



34%

# Koga/Šta vole?



## TOP 5 omiljenih brendova

19% →



16% →



9% →



7% →



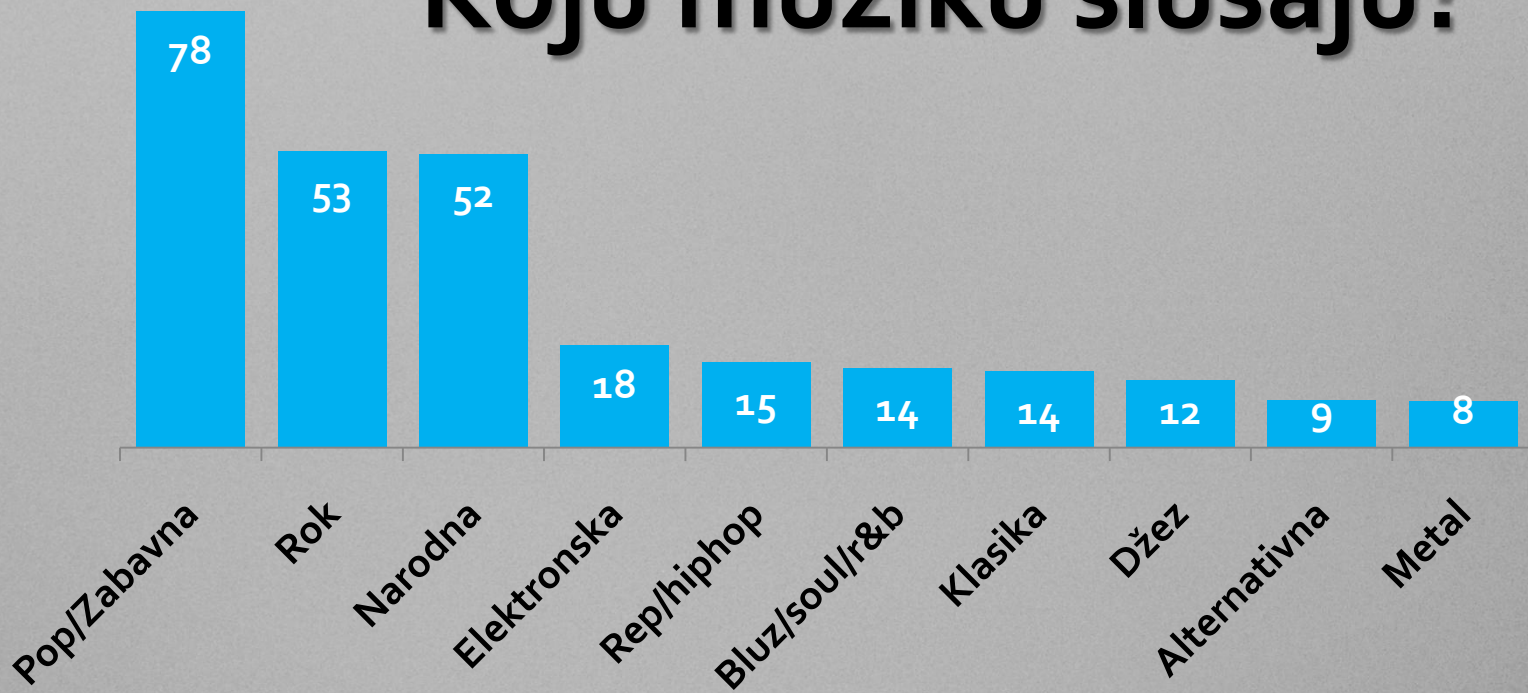
4% →







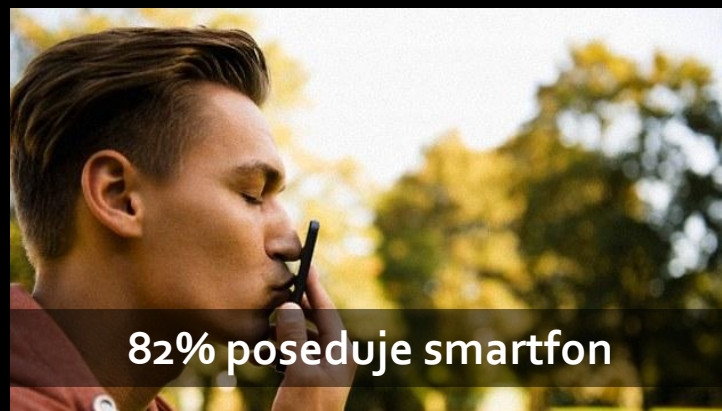
# Koju muziku slušaju?



# Kakav je njihov stil odevanja?



# Milenijalsi & tehnologija



82% poseduje smartfon



86% drži mobilni telefon blizu kreveta dok spava

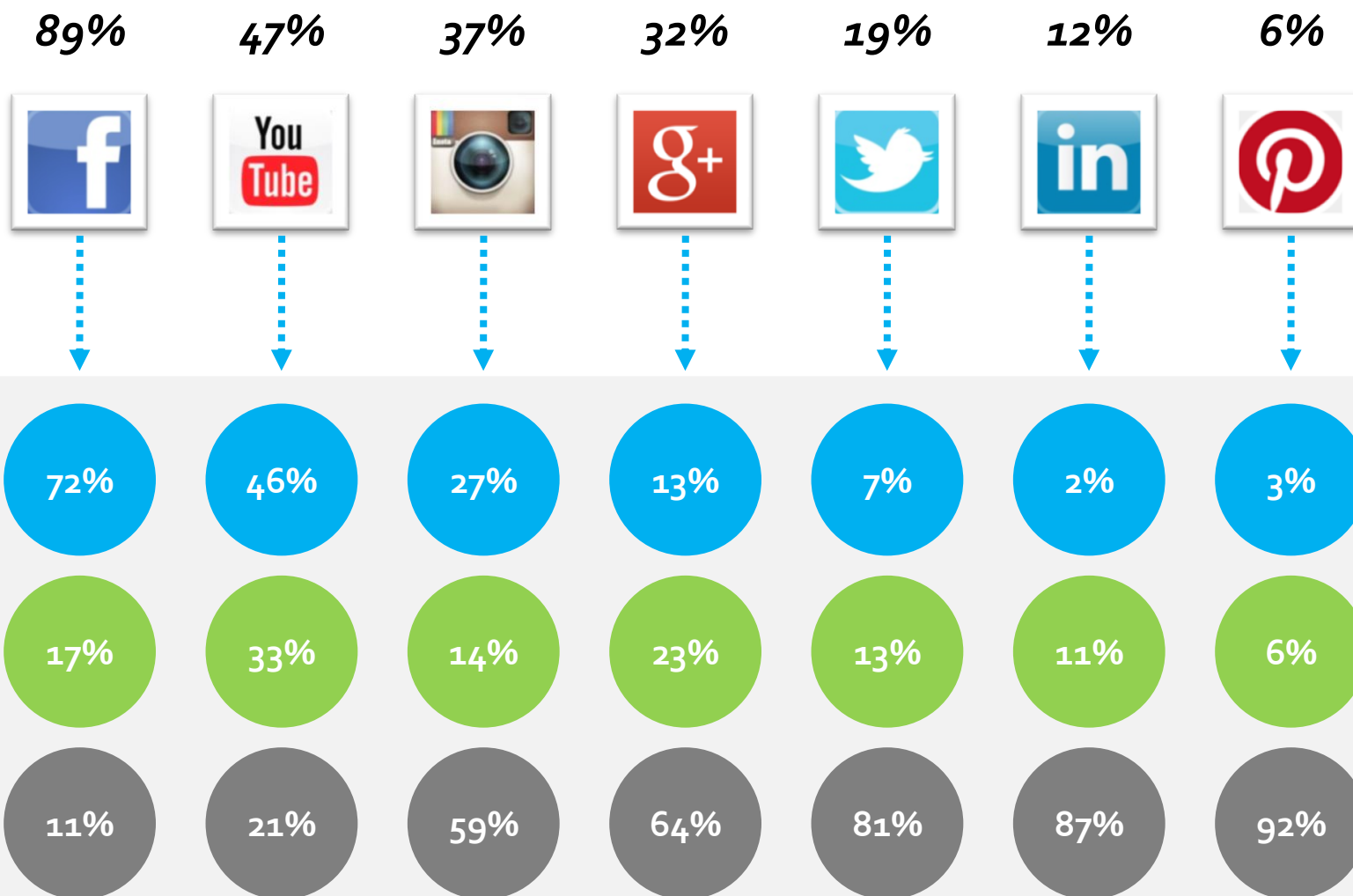


49% kupuje online

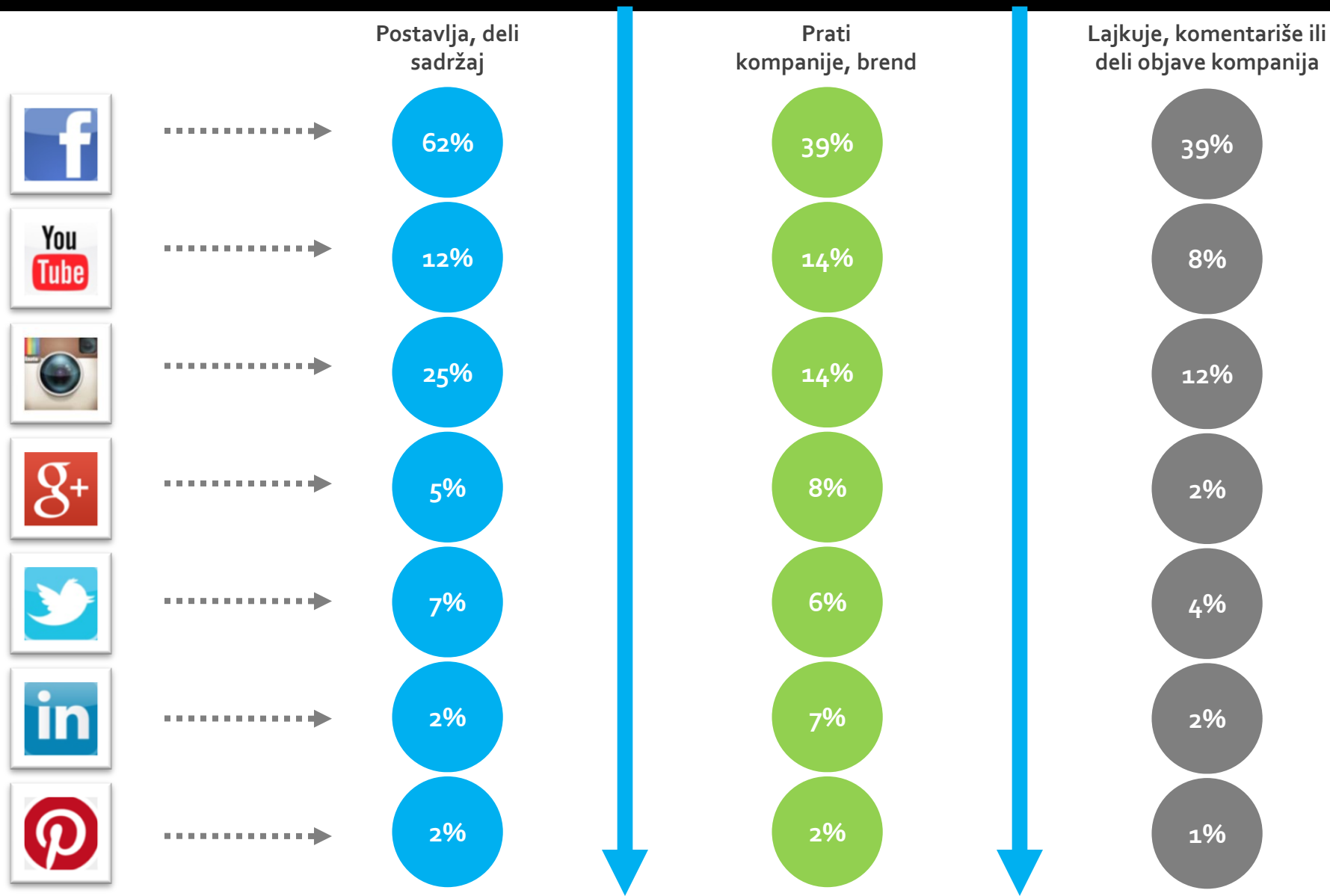


94% ima profil na nekoj društvenoj mreži

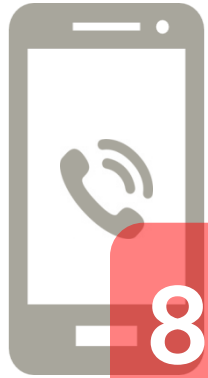
# Društvene mreže



# Društvene mreže



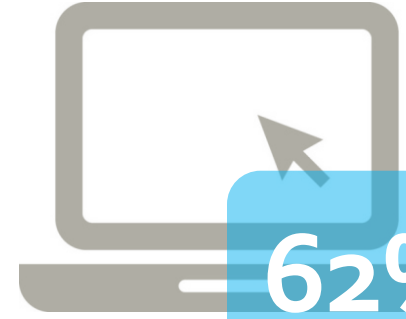
# Uređaji koje poseduju (top 5)



82%

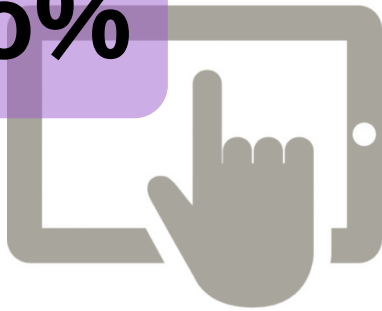


63%

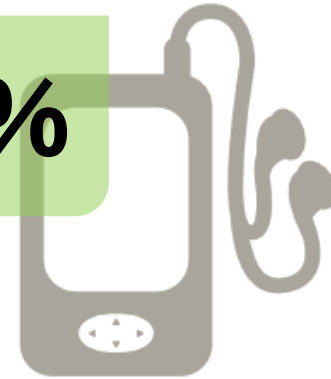


62%

30%



23%



# Online kupovina

Kupovina preko interneta



51%



49%



Odeća, obuća, modni detalji, nakit

Elektronika, telefoni i računari

Knjige, časopisi

Sportska oprema

Lepota i zdravlje (šminka, parfemi, nega lica)

72

33

27

26

24

Kupovina preko interneta u budućnosti

DA

47%

NE

53%

81%



Plaćanje

30% Direktno prodavcu poštanskom uplatnicom

29% Platne kartice

13% E-banking, mBanking

9% PayPal

8% Karticom pri uručivanju robe

# Segmentacija srpskih milenijalsa

Milenijalsi su **veoma raznovrsna generacija**, prema različitim kriterijumima

Stoga smo izdvojili **5 segmenata** srpskih milenijalsa koji se razlikuju prema životnim vrednostima, stilu života i stavovima





# Segmentacija srpskih milenijalsa



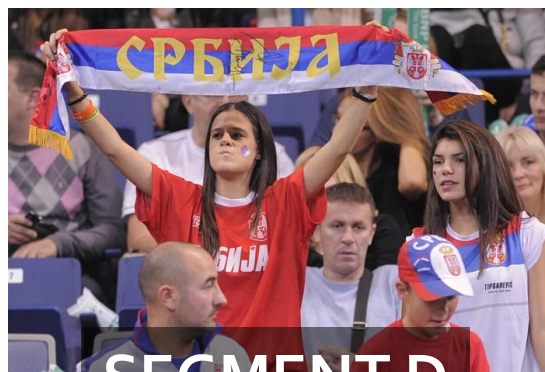
SEGMENT A



SEGMENT B



SEGMENT C



SEGMENT D



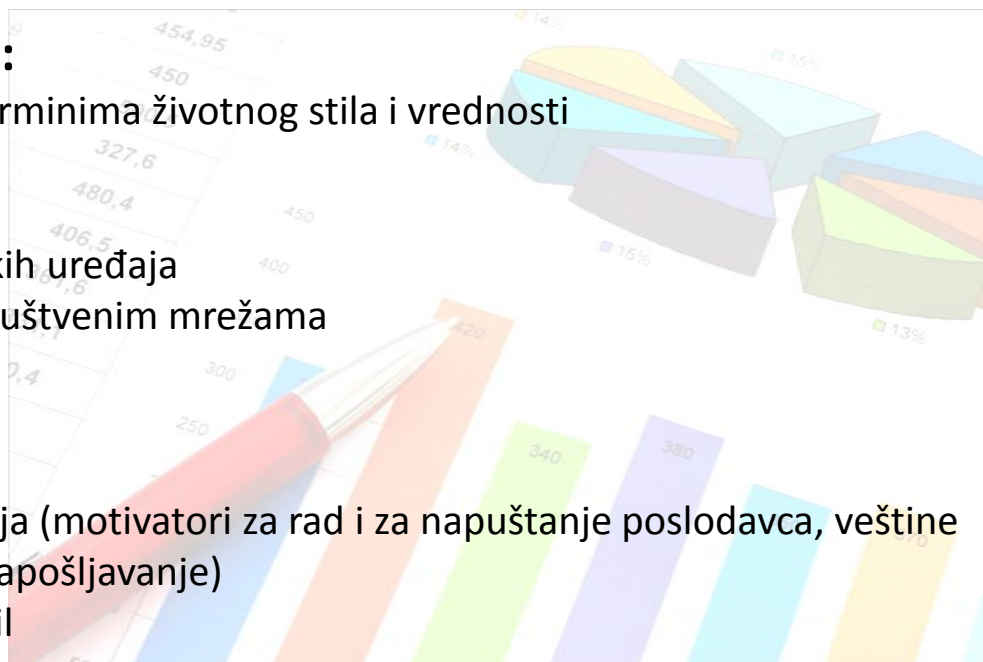
SEGMENT E

# Sadržaj kompletnog izveštaja

- Izveštaj u .ppt formatu na preko 100 slajdova
- Nalazi su prikazani na totalu i po segmentima
- Nalazi su predstavljeni u formi grafikona, komentara i vizualizacija

## Izveštaj obuhvata sledeće teme:

- ✓ Detaljan opis svakog segmenta u terminima životnog stila i vrednosti
- ✓ Provođenje slobodnog vremena
- ✓ Praćenje medija
- ✓ Posedovanje i korišćenje elektronskih uređaja
- ✓ Online ponašanje i ponašanje na društvenim mrežama
- ✓ Omiljeni brendovi i proizvodi
- ✓ Navike pri kupovini
- ✓ Etnocentrizam
- ✓ Ponašanje u sferi rada i zapošljavanja (motivatori za rad i za napuštanje poslodavca, veštine zaposlenih, preferencije vezane za zapošljavanje)
- ✓ Demografski i socioekonomski profil



**Upit za dostavljanje kompletnog izveštaja možete poslati na adresu: [aleksandra.lazic@masmi.com](mailto:aleksandra.lazic@masmi.com)**

# Preporuke za dalja istraživanja...

Kako da kupe baš moje proizvode?

BUY

USAGE & ATTITUDE STUDIJE U VAŠOJ  
KATEGORIJI PROIZVODA



Šta misle o mom brendu?

STUDIJE SNAGE I POZICIONIRANOSTI VAŠEG  
BREND A

Kako da napravim proizvod baš za njih?



TESTIRANJE KONCEPATA I PROIZVODA

Da li uspevam da doprem do njih?



POSTTEST KOMUNIKACIONIH KAMPANJA

Kako da ih učinim lojalnim?



STUDIJE ZADOVOLJSTVA I LOJALNOSTI  
POTROŠAČA



Kako da ih zadržim u svojoj kompaniji?

ISTRAŽIVANJA MILENIJALSA IZ PERSPEKTIVE  
POSLODAVACA

# Kako istražujemo?

## KVANTITATIVNE TEHNIKE



**CAWI**



**CATI**



**TAPI**



**CAPI**

## KVALITATIVNE TEHNIKE



Fokus grupe



Dubinski  
intervjui



MASMI  
Web Forum



Radionice



Etnografske  
studije

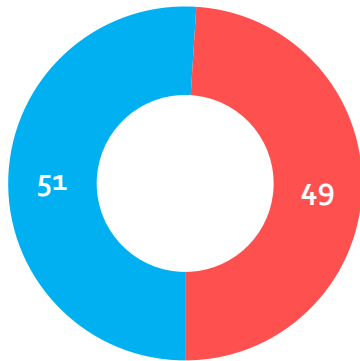


Opservacija

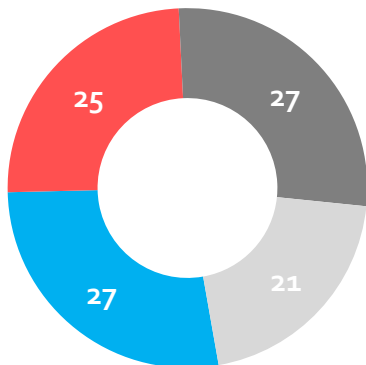
# STRUKTURA UZORKA



# Pol, uzrast, region i stepen obrazovanja

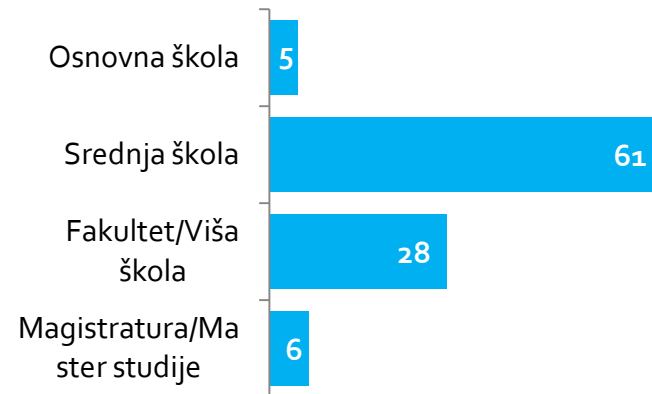
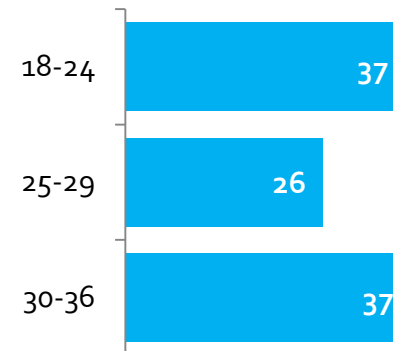


■ Muški ■ Ženski



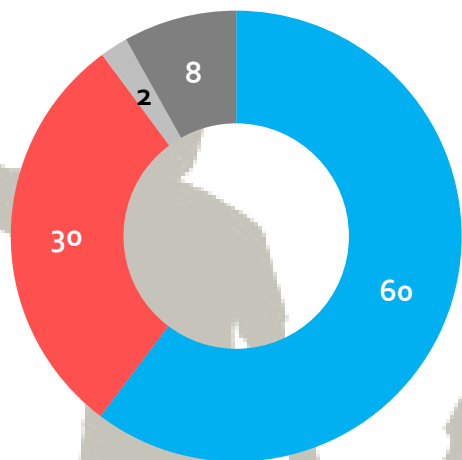
■ Vojvodina  
■ Beograd  
■ Zapadna Srbija i Šumadija  
■ Južna i Istočna Srbija

Baza: 1000



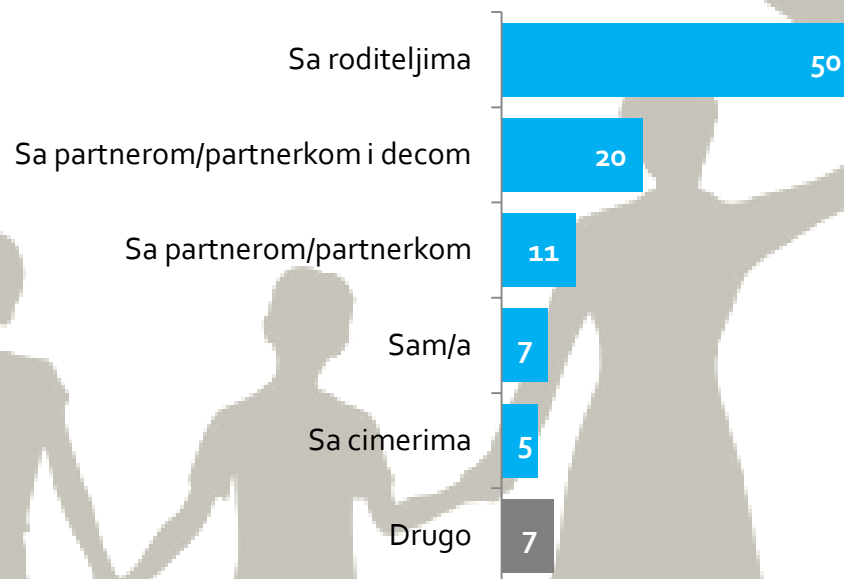
# Bračni status i članovi domaćinstva

Koji je Vaš bračni status?



- Samac
- Oženjen/Udata
- Razveden/a
- Ne želi da odgovori

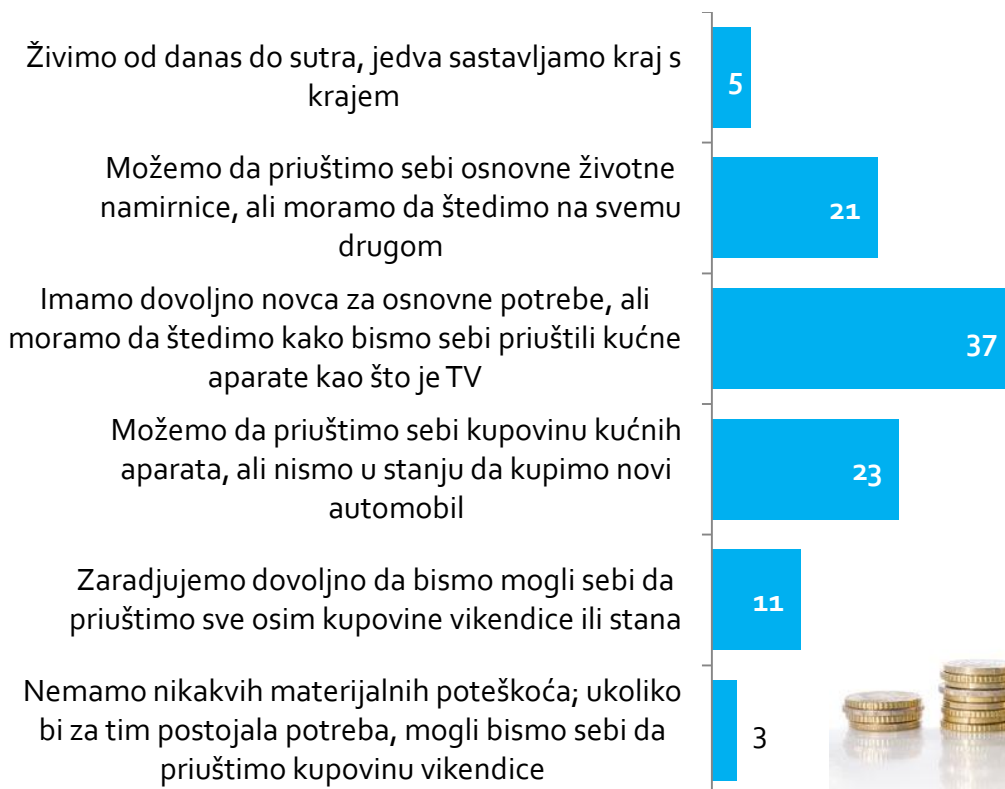
Sa kim trenutno živite?



Baza: 1000

# Životni standard domaćinstva

Koja od navedenih izjava najbolje opisuje životni standard vašeg domaćinstva?

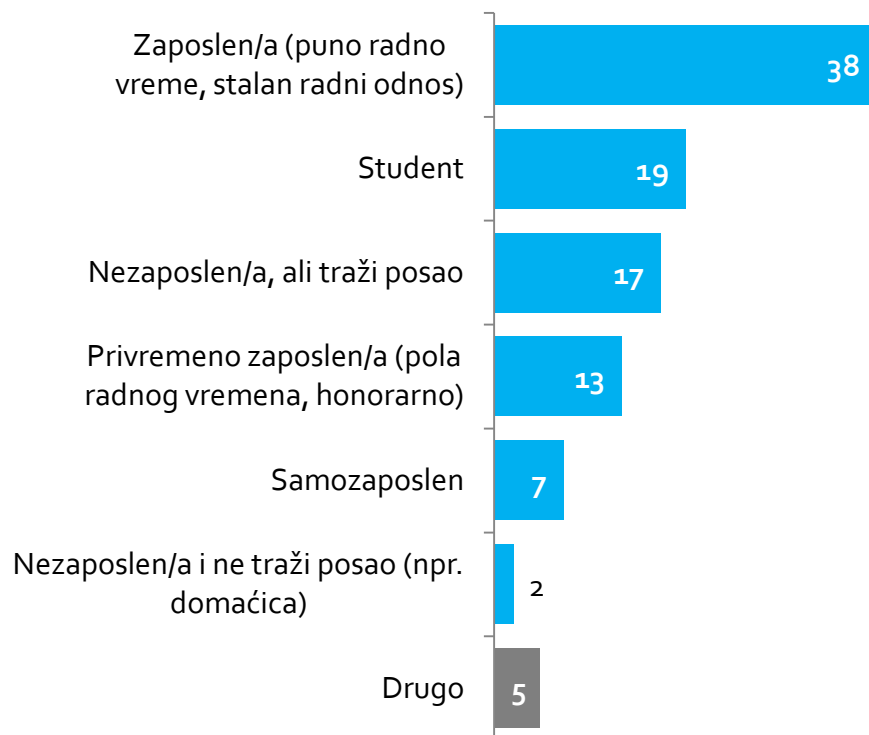


Baza: 1000



# Radni status

Šta od navedenog najbolje opisuje Vaš radni status?



MASMI  
Balkanska 29/II  
11000 Beograd  
Srbija

tel: +381 11 3390847

[www.masmi.com](http://www.masmi.com)

[www.masmi.rs](http://www.masmi.rs)

# Hvala!

Kontakt osoba:

*Aleksandra Lazić [aleksandra.lazic@masmi.com](mailto:aleksandra.lazic@masmi.com)*

*Jovan Komazec [jovan.komazec@masmi.com](mailto:jovan.komazec@masmi.com)*