

12 / 2020

Istraživanje stavova
građana Srbije

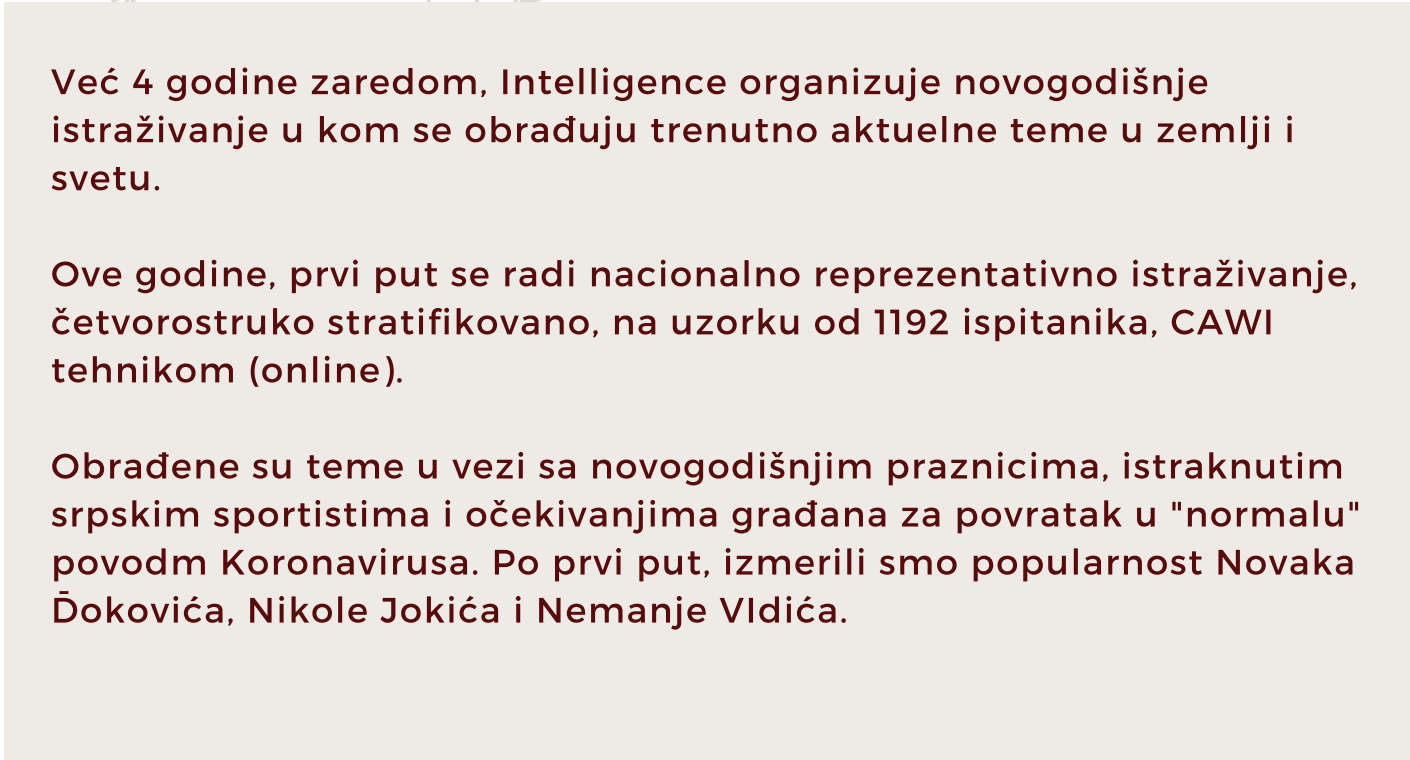


NOVOGODIŠNJE INTELLIGENCE ISTRAŽIVANJE

PREPARED BY:
INTELLIGENCE MARKET RESEARCH
www.intelligence.rs
info@intelligence.rs



O ISTRAŽIVANJU



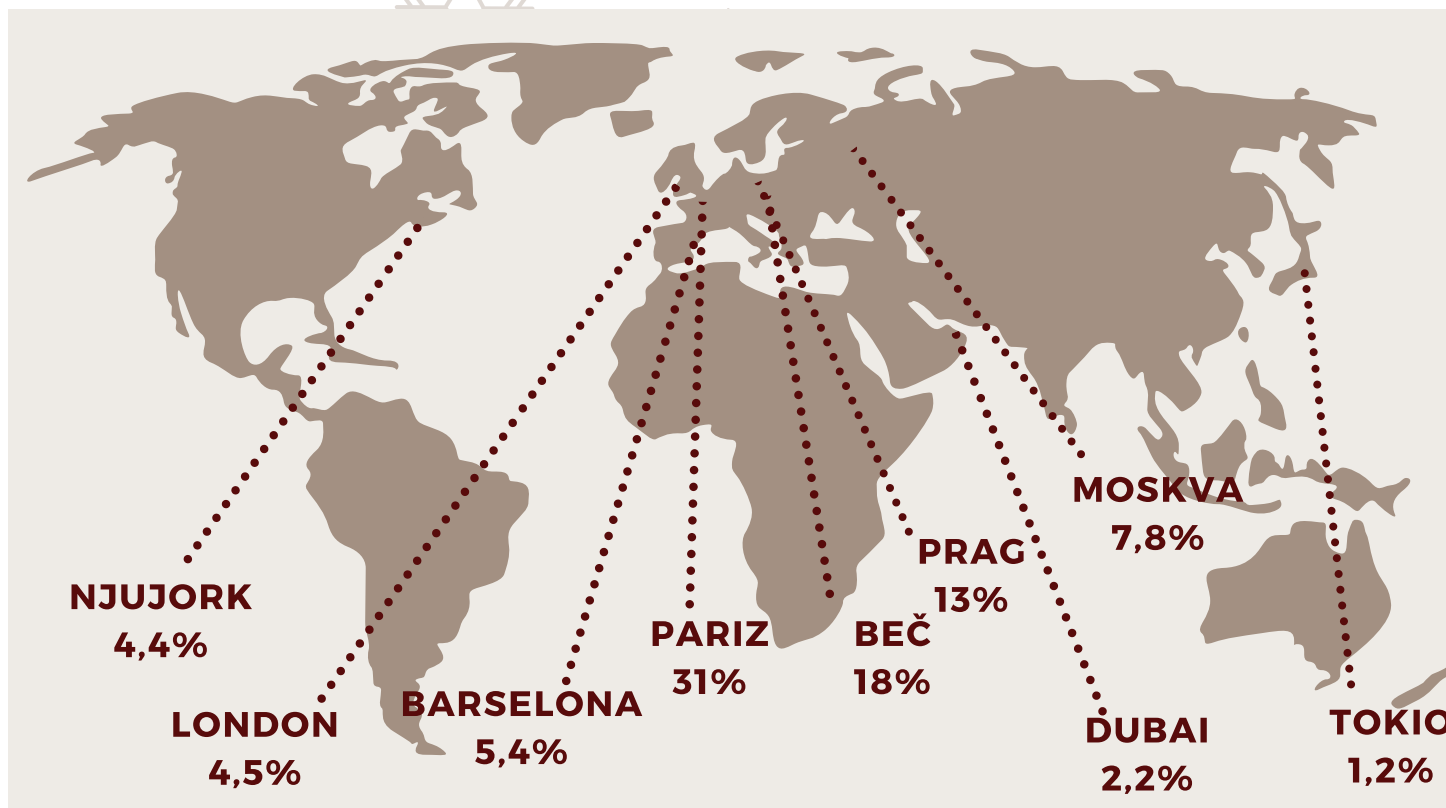
Već 4 godine zaredom, Intelligence organizuje novogodišnje istraživanje u kom se obrađuju trenutno aktuelne teme u zemlji i svetu.

Ove godine, prvi put se radi nacionalno reprezentativno istraživanje, četverostruko stratifikovano, na uzorku od 1192 ispitanika, CAWI tehnikom (online).

Obradene su teme u vezi sa novogodišnjim praznicima, istraknutim srpskim sportistima i očekivanjima građana za povratak u "normalu" povodom Koronavirusa. Po prvi put, izmerili smo popularnost Novaka Đokovića, Nikole Jokića i Nemanje Vldića.

INTELLIGENCE MARKET RESEARCH

O PUTOVANJIMA I PRAZNICIMA



92,2%

Ispitanih građana bi volelo da za Novu Godinu posete neki grad u Evropi.

31%

bi novogodišnje praznike volelo da provede u Parizu kada bi moglo.

Kako nam se sve više bliži Nova godina, pitali smo građane Srbije koje gradove u svetu bi najviše voleli da posete za novogodišnje praznike, kada bi mogli zbog trenutne situacije u svetu, te se Pariz izdvojio kao najpoželjniji grad za posetiti u ovo doba godine. Pored Pariza, tu su se našli Beč (18%) i Prag (13%).



Kada je u pitanju putovanje po Srbiji za novogodišnje praznike, ispitanici su odabrali Novi Sad (29,9%), Zlatibor (18,9%), Beograd (17,7%) i Kopaonik (11,2%).

90% ispitanih građana navelo je da će praznike provesti kod kuće. Kada smo ih pitali sa kim će provesti praznike, njih 56% će provesti u krugu porodice, 18,9% sa dečkom/devojkom i 17,8% sa prijateljima.



O ISTAKNUTIM SRPSKIM SPORTISTIMA



NOVAK DJOKOVIĆ

86,2% ispitanih građana Srbije ima pozitivan stav prema našem teniseru, dok svega 2,2% ima neutralan stav. Podjednako ga vole i muškarci i žene.



64% ispitanika ima pozitivan stav i o njegovoj porodici. 5,5% ispitanika ima negativan stav o njima.



NEMANJA VIDIĆ

71,2% ispitanika ima pozitivan stav o našem fudbaleru, dok samo 2,9% ima negativan stav. On je popularniji kod muške populacije (82,6%), a nešto manje kod ženske populacije.



NIKOLA JOKIĆ

73,2% ispitanih građana ima pozitivan stav prema našem košarkašu, dok 4% ima negativan stav. I on je, kao i Nemanja Vidić, popularniji kod muške populacije (82,7%).

O POVRATKU U "NORMALU"

48,2%

Ispitanih građana smatra da će se svet vratiti u normalu zbog Koronavirusa tokom narednih godinu dana

25,3%

smatra da se svet nikada neće vratiti u stanje kakvo je bilo pre Koronavirusa

Pitali smo građane Srbije, između ostalog, kada očekuju da će se svet vratiti u "normalu" od pandemije te je njih 48,2% optimistično i veruje da će se sve vratiti u normalu tokom narednih godinu dana.

Ipak, 26,5% njih smatra da će biti potrebno više vremena, dok njih čak 25,3% ima pesimističan stav i smatra da se svet nikad neće vratiti u normalno funkcionisanje.





**INTELLIGENCE
INOVATION
INTEGRITY**

Primarne ekspertize Intelligence d.o.o su Mystery Shopping, istraživanje zadovoljstva, iskustva i lojalnosti potrošača (B2C i B2B).

10 od 100 najvećih privatnih kompanija u Srbiji su klijenti Intelligence-a i imamo priliku da na srpskom tržištu saradujemo sa najvećim kompanijama u ovom delu Evrope.

Kor našeg istraživačkog rada je vezan za tržišta petrola, maloprodaje, Real estate-a, finansija i osiguranja, HoReCa, automobilsku industriju, mode, FMCG, telekomunikacija, drogerije i farmacije, B2B.

Klijentima su od posebnog značaja izveštaji koji su vezani za metrike kao i znanje koje je osnova za poboljšanje rezultata, promene i kreativne ideje.

Sprovodimo najstrožije profesionalne standarde MSPA-a i ESOMAR-a (čiji smo prvi korporativni član iz Srbije). Učestvovali smo i koordinisali istraživačke i Mystery Shopping projekte u čitavoj Evropi.

Intelligence mreža saradnika broji preko 4200 anketara, supervizora, tajanstvenih kupaca u Srbiji, Crnoj Gori i BiH. Na osnovu potreba klijenata u Srbiji i u ovom delu Evrope, razvijene su posebne online softverske platforme za Mystery shopping i Market Research.