

OPĆI PODACI I KONTAKT PRISTUPNIKA/PRISTUPNICE:		
IME I PREZIME PRISTUPNIKA ILI PRISTUPNICE:	SLAVICA ŽEGER	
SASTAVNICA:	Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu	
Naziv studija:	Poslijediplomski doktorski studij kineziologije	
Matični broj studenta:	0034040324	
Odobranje teme za stjecanje doktorata znanosti: (molimo zacrniti polje)	<input checked="" type="checkbox"/> u okviru dokorskog studija	<input type="checkbox"/> izvan dokorskog studija <input type="checkbox"/> na temelju znanstvenih dostignuća
Ime i prezime majke i/ili oca:	Josip i Marica Žeger	
Datum i mjesto rođenja:	25/04/1985, Karlovac, RH	
Adresa:	Zamršje 83a, 47000 Karlovac	
Telefon/mobitel:	+965 96681012	
e-pošta:	slavicazeger@yahoo.com	
ŽIVOTOPIS PRISTUPNIKA/PRISTUPNICE:		
Obrazovanje (kronološki od novijeg k starijem datumu):	2015 upisan poslijediplomski doktorski studij kineziologije na Kineziološkom fakultetu, Sveučilišta u Zagrebu 2005 – 2013 integrirani preddiplomski i diplomski studij kineziologije, Kineziološki fakultet, Sveučilišta u Zagrebu 2000 – 2004 Trgovačko-ugostiteljska škola Karlovac, smjer komercijalist	
Radno iskustvo (kronološki od novijeg k starijem datumu):	2015 do danas: Assistant Sports Director, American University of Middle East, Kuwait 2012- 2015 Fitness koordinator, AC Gym, Zagreb i Pilates Instruktor, Fitness4you, Zagreb 2011- 2014 Stručni suradnik, Matica hrvatskih iseljenika, Zagreb	
Popis radova i aktivnih sudjelovanja na kongresima:	<ol style="list-style-type: none"> Žeger, S., Horvatin-Fučkar, M., & Bubalo, K. (2016). KORPORATIVNI WELLNESS PROGRAMI–ZA I PROTIV. 25. LJETNA ŠKOLA KINEZIOLOGA REPUBLIKE HRVATSKE. Retrieved from http://www.hrks.hr/skole/25_ljetna_skola/445-zeger.pdf Georgievski, B., & Zeger, S. (2016). Is English Football Facing a Financial Crisis, or are We Only Missing Better Regulation? <i>Journal of Tourism, Hospitality and Sports</i>, 18(0), 1–9 	
NASLOV PREDLOŽENE TEME		
Hrvatski:	PREFERENCIJE GENERACIJE Y I BABY BOOMERSA PREMA SUVREMENOJ TEHNOLOGIJI I AKTIVNOSTIMA U SLOBODNOM VREMENU NA PODRUČJU EUROPE	
Engleski:	GENERATION Y AND BABY BOOMERS PREFERENCES TOWARD MODERN TECHNOLOGY AND LEISURE ACTIVITIES IN EUROPE	
Jezik na kojem će se pisati rad:	hrvatski jezik	
Područje ili polje:	Društvene znanosti, kineziologija	

PREDLOŽENI ILI POTENCIJALNI MENTOR(I) ^a			
	TITULA, IME I PREZIME:	USTANOVA:	E-POŠTA:
Mentor 1:	Prof. dr.sc Mirna Andrijašević	Kineziološki fakultet Zagreb	mirna.andrijasevic@kif.hr
Mentor 2:	/	/	/
KOMPETENCIJE MENTORA - popis do 5 objavljenih relevantnih radova u zadnjih 5 godina ^b			
Mentor 1: Ime i prezime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Andrijašević, Mirna; Ciliga, Dubravka; Jurakić, Danijel. Is Sports Recreation Important to University Students?. // Collegium antropologicum 33 (2009), 1; 163-168 2. Jurakić, Danijel; Pedišić, Željko; Andrijašević, Mirna. Physical Activity of Croatian Population: Cross-sectional Study Using International Physical Activity Questionnaire. // Croatian medical journal 50 (2009), 2; 165-173 3. Jurakić, Danijel; Andrijašević, Mirna; Pedišić, Željko. Osnove strategije za unapređenje tjelesne aktivnosti i zdravlja zaposlenika srednje dobi s obzirom na obilježja radnog mjesta i sklonosti ka sportsko-rekreacijskim aktivnostima. // Sociologija i prostor 48 (2010), 1; 113-131 4. Jurakić, Danijel; Andrijašević, Mirna; Pedišić, Željko. Physical activity preferences in Croatia // 5th International Scientific Conference on Kinesiology / Milanović, D; Prot, F. (ur.). Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2008. 822-825 5. Andrijašević, M. A contemporary concept of the development of physical recreation in tourism // 4th International Scientific Conference on Kinesiology: Science and profession - challenge for the future / Milanović, D., Prot, F. (ur.). Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2005. 194-198. 		
Mentor 2: Ime i prezime	/		
OBRAZLOŽENJE TEME:			
Sažetak na hrvatskom jeziku (maksimalno 1000 znakova s praznim mjestima):	<p>Glavni cilj istraživanja je ispitati preferencije i razlike između generacije Baby Boomersa i Generacije Y u korištenju suvremenih tehnologija u području kineziološke rekreacije, u okvirima slobodnog vremena. Sekundarni cilj je ispitati postoji li razlika između dvije generacije u izboru i razini aktivnosti koje provode u slobodnom vremenu i sustavu vrednovanja aktivnosti u slobodnom vremenu. U tu svrhu biti će ispitano 1200 ispitanika oba spola, predstavnika navedenih generacija koji žive na području Europe. Istraživanje će se provesti u četiri Europske zemlje, što obuhvaća dvije zemlje u tranziciji i dvije zemlje s razvijenom ekonomijom. U uzorku će ispitanici iz svih zemalja biti podjednako zastupljeni (N=300). Anketa će biti provedena u obliku online upitnika koji će biti dostupan kao link, u dva dijela. Prvim dijelom biti će obuhvaćena sociodemografska obilježja populacije i podaci o korištenju suvremenih tehnologija. Drugi dio sastoji se od dva upitnika: prvi će obuhvatiti podatke o izboru i razini aktivnosti u slobodnom vremenu, a drugi će se ispitati sustav vrednovanja aktivnosti u slobodnom vremenu.</p> <p>Istraživanje će dati uvid u generacijske razlike u području sadržaja sportske rekreacije i slobodnog vremena, te poslužiti u svrhu ponude adekvatnih modela koji bi sadržavali one aktivnosti koje reflektiraju preferencije dviju generacija.</p>		

Sažetak na engleskom jeziku
(maksimalno 1000 znakova s praznim mjestima):

The main objective of this research is to examine the preferences and differences between Baby Boomers and Generation Y in the use of modern technologies in the field of recreation and leisure. A secondary objective is to examine whether there is a difference between the two generations in the types of activities carried out in their free time and the value system towards leisure activities. Participants (N=1200) residing on the territory of Europe, representing both generations, will be included. The study will be conducted in four European countries, of which two countries with transition economies, and two with developed economies. Each country will be equally represented in the sample (N=300). Data collection will be conducted in a form of online questionnaire available as a link, in two parts. The first part will cover the socio-demographic characteristics of the population and of the use of modern technologies. The second part consists of two questionnaires: the first will include information on leisure activities type and level, and the second will refer to value system of the respondents toward leisure time activities. This study will provide insight into generation differences in the field of sports recreation and leisure, which will help establish models containing activities favoured by these two generations.

Uvod i pregled dosadašnjih istraživanja (maksimalno 7000 znakova s praznim mjestima)

Generacija je grupa ljudi definirana dobnim granicama te obuhvaća osobe koje su rođene tijekom određenog razdoblja, a odrastale su na sličan način, imale slična iskustva te su njihove vrijednosti i stavovi slični (Notter, 2002). Do formiranja generacije dolazi pojavom »definirajućeg trenutka« što obično označava neki globalno bitan događaj čijeg postojanja su svjesni svi pripadnici generacije. Ti odlučujući definirajući trenuci utječu na generacijske vrijednosti, sklonosti, stavove i kupovne navike koje ostaju s pripadnicima generacije tokom cijelog života (Charles, Geoffrey i Noble, 2000). Istraživanja sugeriraju da vrijednosti jedne generacije imaju tendenciju biti pod utjecajem tog ključnog povijesnog ili društveno bitnog trenutka koje dijele svi koji su u toj eri rođeni i odrasli (Kupperschmidt, 2000). Početak i završetak svake od generacije je aproksimativan, iako su generalne karakteristike svake od generacija vrlo dobro pokrivene stručnom literaturom. Demografski su danas najzastupljenije tri generacije: Generacija X, Baby Boomers i Generacija Y, od kojih su samo zadnje dvije predmet interesa ovog istraživanja.

Teorijski okvir istraživanja

Starenje stanovništva trend je koji je u Europi započeo prije nekoliko desetljeća, a vidljiv je u transformaciji dobne strukture stanovništva, što rezultira sve većim udjelom starijih osoba u ukupnoj populaciji (Eurostat, 2016). Od 2013 Europa je dom više od 92 milijuna ljudi u dobi od 65 ili više godina, s predikcijom porasta na 30% ukupne populacije do 2060 (European Commission, 2014). Prema istom izvješću, projekcije za područje Eurozone predviđaju pad udjela ljudi između 15 i 64 godine sa 66% na 57% do 2060. Generacija Y činila je 24% odrasle populacije u 28 članica Europske Unije u 2013 (Pew Research Center, 2015), što je ujedno i posljednja godina za koju postoje usporedivi, sveobuhvatni demografski podaci za područje Europske Unije.

Baby boom dogodio se poslije II. Svjetskog rata u većini zapadnih zemalja, te se predstavnicima ove generacije smatraju pojedinci rođeni između 1946 i 1964. Pripadnici Baby Boom generacije trenutno su stari između 52 i 70 godina. Ta generacija uhvatila je pažnju brojnih stručnjaka; od demografa preko političara do znanstvenika. Imaju jedinstvene vrijednosti, smatra ih se zdravijima, bogatijima i bolje obrazovanima od bilo koje prethodne generacije (Freedman, 1999). Zbog velikog broja pripadnika generacije i vremena u kojem su odrasli, Baby Boomersi su bili u mogućnosti utjecati na društvo što ih čini idealistički nastrojenima, te za njih između osobne žrtve i predanog rada te financijskog uspjeha stoji znak jednakosti (Glass, 2007). Prati ih glas vrlo predanih radnika koji su usmjereni na cilj (Gursoy, Chi i Karadag, 2013), dok s druge strane istraživanja ukazuju da se kao generacija ne osjećaju potpuno ugodno koristeći tehnologiju (Yang i Jolly, 2008). Vrlo različiti životni događaji oblikovali su generaciju Y; generaciju koje je imala velike koristi od modernih tehnologija, pristup računalu već od osnovne škole i bogato znanje o pretraživanju Interneta (Glass, 2007). Točne godine kojima bi se definiralo generaciju razlikuju se ovisno o izvoru, pa tako znanstvena literatura sugerira raspon od 1982 do 1999 (Twenge, Campbell, Hoffman i Lance, 2010) ili 1978 do 1994 (Thomas, 2013), dok masovni mediji imaju i nešto širi pogled na istu tematiku. Zbog velikih varijacija vrlo je teško procijeniti točan broj pripadnika generacije na nekom području, iako statistika iz 2007 tvrdi da su okvirno zastupljeni samo kao petina Europskog stanovništva (Eurostat, 2009). Generacija je to koju se poticalo da donosi svoje vlastite odabire i učilo da dovodi autoritet u pitanje (Noble, Haytko i Phillips, 2009). Iskustvo stalne umreženosti oblikovalo je kod njih jedinstveni stil kojim pristupaju rješavanju problema. Dok se život boomersa odvija uglavnom oko posla, generacija Y ima potpuno drugačije shvaćanje posla. Život van posla daleko im je važniji od samog posla, a ogroman utjecaj na njih imaju prijatelji i obitelj (Gursoy et al., 2013). Generacija Y je svojim roditeljima (Baby Boomersima) ovog trenutka slična jedino brojčano (iako dugoročne demografske predikcije za područje Europe idu u prilog Boomersima), dok se u gotovo svakom drugom pogledu razlikuju (Ciminillo, 2005). U literaturi su opisani i kao dobro obrazovani, tehnološki potkovani i dobro strukturirani (Syrett i Lammiman, 2003).

Važne i značajne promjene tijekom proteklog desetljeća dogodile su se i u korištenju informacijskih tehnologija općenito, što obuhvaća i područje rekreacije i slobodnog vremena. Tehnologija utječe na svakodnevni život ljudi na mnogo načina - od radnog mjesta, preko obrazovanja do načina na koji provodimo slobodno vrijeme. Smartphon-i, tableti, netbook-ovi, prijenosna računala i računala su samo neki od uređaja koji se koriste frekventno, često na dnevnoj bazi, kod velikog dijela stanovništva Europske Unije, posebice kod mladih ljudi (Statistical Office of the European Communities, 2015). Upotrebom tehnologije promijenio se i način na koji sudjelujemo u rekreativnim i aktivnostima u slobodno vrijeme, a sve veći broj tehnološki naprednih rješenja u domeni rekreacije i

slobodnog vremena potencijalno iz jednadžbe izostavlja cijelu generaciju korisnika. Prema Webopedia (2016) nosive tehnologije spadaju u kategoriju tehnoloških uređaja koji se mogu nositi od strane korisnika i imaju mogućnost praćenja informacija vezanih za zdravlje i fitness, što uključuje i uređaje sa senzorima pokreta koji su sinkronizirani s mobilnim uređajima. Navedeno je utoliko nesrazmjerno ako uzmemo u obzir da petina stanovništva Europske Unije nije nikad koristila Internet. Po dobnoj segmentaciji to označava 94% onih u dobi od 16-24 koji redovito koriste Internet, te više nego dvostruki udio u kategoriji od 55-74 godine starosti koji ga ne koristi (46%) (Eurostat, 2013).

Različite generacije zbog svojih jedinstvenih karakteristika uvijek predstavljaju izazov kod produciranja kvalitetnih marketinških rješenja. Generacija Y nametnula je tehnološki napredne metode reklamiranja usluga, dok Generacija Baby Boomersa preferira tradicionalne medije. U isporuci usluga kineziološke rekreacije ovdje dolazi do nesklada između načina na koji se usluge nude i preferencija potrošača. Cjelokupna komunikacija u moderno doba svodi se na tehnologiju, pa su tako i sportska rekreacija i aktivnosti u slobodno vrijeme uvelike posredovane tehnologijom kao mehanizmom isporuke. Ovim istraživanjem biti će provedena usporedna analiza dviju generacija na području Europe u aplikaciji suvremenih tehnologija u području rekreacije i slobodnog vremena, njihova razina aktivnosti i sustav vrednovanja prema aktivnostima u slobodnom vremenu.

Izreka glasi: budućnost pripada mladima, međutim, što se događa kad demografska slika tvrdi obrnuto, a tržište je orijentirano na pripadnike Generacije Y? Po svim saznanjima pripadnici Generacije Baby Boomersa na području Europe još su uvijek brojčano nadmoćni što, osim negativnih demografskih aplikacija, upućuje i na činjenicu da obuhvaćaju značajan tržišni segment koji je po svim prilikama zanemaren ponudom. Kolika je opravdanost tržišne ponude orijentirane na populacijsku manjinu, s obzirom da populacija Europe stari, samo su neka od pitanja na koje će ovo istraživanje pokušati dati odgovor.

Cilj i hipoteze istraživanja (maksimalno 700 znakova s praznim mjestima)

Opći cilj istraživanja je ispitati preferencije i razlike između Generacije Baby Boomersa i Generacije Y u korištenju suvremenih tehnologija u području rekreacije i slobodnog vremena.

Sekundarni cilj je ispitati postoji li razlika između dviju generacija u izboru i razini aktivnosti koje provode u slobodnom vremenu.

Tercijarni cilj je ispitati da li postoji razlika između dviju generacija u sustavu vrednovanja aktivnosti u slobodnom vremenu.

H1 Postoji značajna razlika u korištenju suvremenih tehnologija između dviju generacija, u korist Generacije Y.

H2 Postoji značajna razlika u korištenju suvremenih tehnologija u zemljama u tranziciji i zemljama s razvijenom ekonomijom, u korist razvijenih zemalja.

H3 Postoji značajna razlika između dviju generacija u izboru i razini aktivnosti koje provode u slobodnom vremenu, s obzirom na sociodemografska obilježja, u korist Baby Boomers generacije.

H4 Postoji značajna razlika između dviju generacija u izboru i razini aktivnosti koje provode u slobodnom vremenu u različitim zemljama.

H5 Postoji značajna razlika između dviju generacija u sustavu vrednovanja aktivnosti u slobodnom vremenu s obzirom na sociodemografska obilježja, u korist Baby Boomers generacije.

H6 Postoji značajna razlika između dviju generacija u sustavu vrednovanja aktivnosti u slobodnom vremenu u zemljama u tranziciji i zemljama s razvijenom ekonomijom, u korist razvijenih zemalja.

Materijal, metodologija i plan istraživanja (maksimalno 6500 znakova s praznim mjestima)

Uzorak ispitanika

U istraživanju će sudjelovati pripadnici generacije Baby Boomersa i Generacije Y s područja Europe, oba spola (N=1200). Dobna skupina kojom je za potrebe ovog istraživanja definirana generacija Baby Boomersa je od 50 do 65 godina starosti, dok je Generacija Y definirana dobnom kategorijom od 18 do 33 godine. Istraživanje će se provesti u četiri Europske zemlje: Švedska, Njemačka, Mađarska i Hrvatska. Uzorak iz zemalja u tranziciji čine ispitanici iz Mađarske i Hrvatske, dok uzorak iz zemalja s razvijenom ekonomijom čine ispitanici iz Švedske i Njemačke. Za potrebe opisa uzorka biti će prikupljeni sociodemografski podaci te će u uzorku ispitanici svih zemalja biti podjednako zastupljeni (N=300).

Postupak i mjerni instrumenti

Prvi dio:

Ispitanici će ispuniti upitnik koji sadrži opće sociodemografske podatke (spol, godine, visina, težina, bračni status, razina edukacije, godišnja zarada, zanimanje, zemlja iz koje dolazi), te upitnik kojim će biti prikupljeni podaci o korištenju suvremenih tehnologija u području rekreacije i slobodnog vremena. Upitnik će biti kreiran kao online anketa koja sadrži 30 pitanja (svaka kategorija po 15 pitanja).

Drugi dio:

Ispitanici će ispuniti *Godin-Shephard Leisure-Time Physical Activity Questionnaire (GSLTPAQ)* (Godin i Shephard, 1985; Amireault i Godin, 2015), upitnik koji procjenjuje razinu aktivnosti u slobodno vrijeme u četiri kategorije. Nakon toga će ispuniti upitnik o sustavu vrednovanja aktivnosti u slobodnom vremenu. Upitnik je preuzet od Sperazza i Banerjee (2010). Ispitanici će biti zamoljeni da ocjene važnost 23 različita razloga zbog kojih bi oni sudjelovali u rekreacijskim aktivnostima u slobodno vrijeme.

Odgovori su mogući u rasponu od 4 - vrlo važno do 1 - nije uopće važno. Svaki od 23 razloga pripada jednoj od šest kategorija vrijednosti (natjecateljska, obrazovna, fiziološka, socijalna, relaksacija i estetska). Natjecateljska kategorija procjenjuje važnost natjecateljske komponente kao motivacije za sudjelovanje u rekreativnim aktivnostima. Obrazovna kategorija procjenjuje važnost sudjelovanja u rekreacijskim aktivnosti u obrazovne svrhe. Kategorija fiziologija procjenjuje koliko su ispitanicima važne rekreativne aktivnosti za pravilan fiziološki razvoj. Socijalna kategorija procjenjuje koliko je ispitanicima važno sudjelovati u rekreativnim aktivnostima u svrhu provođenja kvalitetnog vremena s obitelji, prijateljima ili drugima. Kategorija relaksacija procjenjuje koliko im je važno "raditi nešto drugačije od posla" ili "imati vremena za sebe", te konačno estetska kategorija procjenjuje koliko im je važno sudjelovati "jednostavno radi užitka" ili da "uživaju u prirodi" dok se bave rekreacijom. Svi upitnici su kreirani kao online ankete, te zahtijevaju deset do petnaest minuta za ispunjavanje. Sudjelovanje u istraživanju je na dobrovoljnoj bazi, ispitanicima je zajamčena anonimnost te svaki od njih zadržava pravo da u bilo kojem trenutku odustane od sudjelovanja.

Plan istraživanja

Plan istraživanja uključuje: informiranje sudionika o ciljevima istraživanja, prijevod i adaptaciju navedenih upitnika, prikupljanje i obradu podataka, analizu rezultata i provjeru hipoteza. Ispitanici će biti kontaktirani preko vodeće međunarodne organizacije sporta za sve koja ima 150 zemalja članica (TAFISA- The Association For International Sport for All). Prikupljanje podataka biti će provedeno metodom online ankete koja će biti dostupna putem linka. Usklađivanje jezičnih varijanti ankete provesti će se tako da ispitanici iz Švedske, Njemačke i Mađarske pristupaju rješavanju upitnika u originalnom obliku, na engleskom jeziku. Za ispitanike iz Hrvatske svi upitnici biti će prevedeni na hrvatski jezik.

Metode analize podataka

U obradi dobivenih podataka koristiti će se osnovni statistički parametri i multivarijatne analize u programskom paketu "Statistica" i "SPSS" programu. Statistička obrada podataka obuhvaća izračun deskriptivne statistike ukupno i po grupama uključujući aritmetičku sredinu, standardnu devijaciju, raspon, te mjere asimetrije i spljoštenosti distribucije. Planirane statističke metode su slijedeće: korelacijska analiza, diskriminativna analiza, univarijatna, multivarijatna analiza varijance, izračunavanje koeficijenta korelacije i determinacije. Razina statističke značajnosti postaviti će se na 5% ($p < 0.05$).

Etička načela

Istraživanje će biti provedeno u skladu s odgovarajućim profesionalnim dužnostima i poštivanjem etičkih načela pri provođenju istraživanja na ljudima. Prethodno provođenju istraživanja ispitanici će biti upućeni u cilj i svrhu istraživanja te će biti zamoljeni da daju svoju suglasnost za sudjelovanje u istraživanju (klikom na »*slažem se s uvjetima sudjelovanja u istraživanju*«). Dobiveni podaci koristiti će se isključivo u znanstvene svrhe. U istraživanju će se štiti dostojanstvo i integritet svake osobe, a uvid u rezultate imati će istraživač i mentor.

Očekivani znanstveni doprinos predloženog istraživanja (maksimalno 500 znakova s praznim mjestima)

Temeljni znanstveni doprinos istraživanja uključuje uvid u generacijske razlike u području sadržaja sportske rekreacije i slobodnog vremena na području Europe. Podaci o korištenju novih tehnologija, sportskim sadržajima koje biraju ove dvije generacije, te način na koji ih vrednuju poslužiti će rasvjetljavanju dinamike odnosa na relaciji suvremene tehnologije-korisnici. Temeljem rezultata ovog istraživanja klaster analizom biti će moguće kreirati adekvatne modele ponude sadržaja sportske rekreacije koje reflektiraju stvarne potrebe dviju generacija. Većina istraživanja koja se bave generacijskim razlikama u okviru slobodnog vremena provedena su na području SAD-a. Zbog različitog geografskog područja, ali i socioekonomskog okruženja, generacije na ta dva različita područja nije moguće uspoređivati jer su oblikovane drugačijim »definirajućim trenucima«. U Europi, koja je povezna ekonomski i monetarno, i dalje postoje diskrepancije između zemalja članica u vidu bruto domaćeg proizvoda (BDP) po stanovniku. Upravo tim kriterijem izabrane su dvije zemlje u tranziciji i dvije zemlje s razvijenim gospodarstvom, a dobiveni rezultati trebali bi rasvijetliti preferencije ispitanika na području rekreacije i slobodnog vremena s obzirom na opće gospodarsko stanje države u kojoj prebivaju. Zbog reprezentativnosti uzorka dobivene rezultate će biti moguće primijeniti na područje cijele Europe.

Popis citirane literature (maksimalno 30 referenci)

1. Amireault, S., & Godin, G. (2015). The Godin-Shephard Leisure-Time Physical Activity Questionnaire: Validity Evidence Supporting its Use for Classifying Healthy Adults into Active and Insufficiently Active Categories. *Perceptual and Motor Skills*, 120(2), 604–622. <https://doi.org/10.2466/03.27.PMS.120v19x7>
2. Charles, D. S., Meredith, Geoffrey E., & Noble, Stephanie M. (2000, March 9). Defining moments: Segmenting by cohorts. Retrieved October 20, 2016, from http://www.cbpp.uaa.alaska.edu/afef/defining_moments1.htm
3. Ciminillo, J. A. (2005, April). Elusive Gen Y demands edgier marketing. Retrieved October 21, 2016, from <http://connection.ebscohost.com/c/articles/16910299/elusive-gen-y-demands-edgier-marketing>
4. European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, EC, & Economic Policy Committee of the European Communities. (2014). *The 2015 ageing report: underlying assumptions and projection methodologies*. Luxembourg: Publications Office. Retrieved from <http://bookshop.europa.eu/uri?target=EUB:NOTICE:KCAR14008:EN:HTML>
5. Eurostat. (2009, July). Youth in Europe. Retrieved October 21, 2016, from <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics->

- explained/index.php/Archive:Youth_in_Europe
6. Eurostat. (2013). Internet use statistics - individuals. Retrieved October 21, 2016, from http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Internet_use_statistics_-_individuals
 7. Eurostat. (2016). Population structure and ageing - Statistics Explained. Retrieved October 19, 2016, from http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_structure_and_ageing
 8. Freedman, M. (1999). *Prime Time: How Baby Boomers Will Revolutionize Retirement and Transform America*. Public Affairs.
 9. Glass, A. (2007). Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and Commercial Training*, 39(2), 98–103. <https://doi.org/10.1108/00197850710732424>
 10. Godbey, G., Crawford, D. W., & Shen, X. S. (2010). Assessing hierarchical leisure constraints theory after two decades. *Journal of Leisure Research*, 42(1), 111.
 11. Godin, G., & Shephard, R. J. (1985). A simple method to assess exercise behavior in the community. *Canadian Journal of Applied Sport Sciences. Journal Canadien Des Sciences Appliquees Au Sport*, 10(3), 141–146.
 12. Gursoy, D., Chi, C. G.-Q., & Karadag, E. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 40–48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.04.002>
 13. Kupperschmidt, B. R. (2000, September). Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. Retrieved October 21, 2016, from http://journals.lww.com/healthcaremanagerjournal/Fulltext/2000/19010/Multigeneration_Employees_Strategies_for.11.asp
 14. Losier, G. F., Bourque, P. E., & Vallerand, R. J. (1993). A Motivational Model of Leisure Participation in the Elderly. *The Journal of Psychology*, 127(2), 153–170. <https://doi.org/10.1080/00223980.1993.9915551>
 15. Noble, S. M., Haytko, D. L., & Phillips, J. (2009). What drives college-age Generation Y consumers? *Journal of Business Research*, 62, 617–628. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.020>
 16. Notter, J. (2002). Generational diversity in the workplace. Retrieved October, 9, 2008.
 17. Ragheb, & Griffith, C. A. (1982, January 1). The Contribution of Leisure Participation and Leisure Satisfaction to Life Satisfaction of Older Persons - ProQuest. Retrieved October 22, 2016, from <http://search.proquest.com/openview/029066e7f06a8ca25e70265fe144a03f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1816610>
 18. Sperazza, L. J., & Banerjee, P. (2010). Boomers and seniors: The driving force behind leisure participation. Retrieved from <http://www.treesearch.fs.fed.us/pubs/35636>
 19. Statistical Office of the European Communities. (2015). *Being young in Europe today: 2015 edition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Retrieved from <http://dx.publications.europa.eu/10.2785/59267>
 20. Syrett, M., & Lammiman, J. (2003). Catch them if you can. *Director*, 57(3), 70–76.
 21. Thomas, K. D. (2013). Endlessly Creating Myself: Examining Marketplace Inclusion Through the Lived Experience of Black and White Male Millennials. *Journal of Public Policy & Marketing*, 32(special issue), 95–105. <https://doi.org/10.1509/jppm.12.049>
 22. Webopedia. (2016). what is Wearable Technology (wearable gadgets)? Retrieved October 21, 2016, from http://www.webopedia.com/TERM/W/wearable_technology.html
 23. Yang, K., & Jolly, L. D. (2008). Age cohort analysis in adoption of mobile data services: gen Xers versus baby boomers. *Journal of Consumer Marketing*, 25(5), 272–280.

Procjena ukupnih troškova predloženog istraživanja (u kunama)

IZJAVA

Odgovorno izjavljujem da nisam prijavila/o doktorsku disertaciju s istovjetnom temom ni na jednom drugom Sveučilištu.



U Zagrebu, 05.12.2016

Potpis:

Ime i prezime: Slavica Žeger

Napomena (po potrebi):

/

^a Navesti mentora 2 ako se radi o interdisciplinarnom istraživanju ili ako postoji neki drugi razlog za višestruko mentorstvo

^b Navesti minimalno jedan rad iz područja teme doktorskog rada (disertacije)

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
Postupak odobravanja teme za stjecanje **doktorata znanosti**

Prijava teme
DR.SC.-01

Molimo datoteku nazvati: DR.SC.-01 – Prezime Ime pristupnika.doc

Molimo Vas da ispunjeni Obrazac DR.SC.-01 pošaljete u elektroničkom obliku i u tiskanom obliku – potpisano - u referadu Sastavnice. Sastavnica prosjeđuje ispunjeni Obrazac DR.SC.-01 zajedno s obrascima DR.SC.-02 i DR.SC.-03 u elektroničkom obliku (e-pošta: jandric@unizg.hr) i u tiskanom obliku – potpisano i s pratećom dokumentacijom - u pisarnicu Sveučilišta u Zagrebu (Trg maršala Tita 14).