

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Šime Vukman

**EKONOMSKO-GEOGRAFSKI ČIMBENICI ZADOVOLJSTVA STUDENATA
SVEUČILIŠTA U ZAGREBU ZAGREBAČKIM KAFIĆIMA I NOĆNIM
KLUBOVIMA**

Zagreb, 2020.

Ovaj rad izrađen je na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Martine Jakovčić i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2019./2020.

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. Mladi.....	1
1.2. Slobodno vrijeme i geografija potrošnje	2
1.3. Kafići i noćni klubovi.....	3
1.4. Ciljevi i hipoteze.....	3
2. METODOLOGIJA (ISPITANICI I METODE)	4
3. REZULTATI I RASPRAVA	5
3.1. Prihodi	6
3.2. Kafići	8
3.3. Noćni klubovi	11
3.4. Usporedba cijena	13
4. ZAKLJUČAK	19
LITERATURA.....	20
IZVORI	21
SAŽETAK.....	22
SUMMARY	22

1. UVOD

Načini provođenja slobodnog vremena sve su češća tema suvremenih istraživanja. U slobodnom vremenu mladih dominiraju aktivnosti čija je primarna funkcija zabava, razonoda i rekreacija, a intelektualno zahtjevnije aktivnosti znatno su manje zastupljene (Ilišin, 1999). Zabava, konkretno odlazak u kafiće i noćne klubove, čini znatan udio u potrošnji vremena i novca mlađe populacije. Kako su ciljana skupina ovog istraživanja upravo mladi, točnije studenti Sveučilišta u Zagrebu, bez obzira iz kojeg dijela Hrvatske dolaze, polazišni problem glasi: postoje li geografski uvjetovane razlike u zadovoljstvu mladih zagrebačkim kafićima i noćnim klubovima? Prije definiranja ciljeva istraživanja i hipoteza, odredit će se osnovni pojmovi koji su ključni za razumijevanje daljnjeg teksta, analize, rasprave i zaključka.

1.1. Mladi

Mladi ne predstavljaju samo dobnu skupinu, već se njihova razmišljanja i načini provođenja slobodnog vremena znatno razlikuju od onih starijeg stanovništva što su dokazala i brojna istraživanja. Često se ističe da je „mladost socijalna, a ne dobna kategorija i da se mladi od odraslih razlikuju prema stavovima o pojedinim fenomenima i prostoru“ (Jakovčić, 2011, 54). Osnovna se razlika između mladih i starih ne očituje toliko u jačoj usmjerenosti različitih dobnih skupina na različite aktivnosti, koliko u tome da mladež više od starijih participira u gotovo svim aktivnostima dokolice. Porastom životne dobi dolazi do općeg osiromašenja slobodnog vremena iz više razloga: s jedne strane, svaki novi naraštaj mladih prosječno je obrazovaniji i urbaniziraniji od generacija starijih, a s druge strane radi se o utjecaju toka života odnosno životnog ciklusa (Ilišin, 1999). Osim toga, napretkom društva, svaka generacija poprima neke nove karakteristike, a gubi stare. Kao rezultat toga, starije generacije ponekad ne razumiju postupke mladih (Cavalli i Calabro, 2008).

Različiti autori navode i različite dobne granice mladih. Ono što jest sigurno činjenica je da „mlade obilježava prijelaz između ovisnosti i neovisnosti te kuće i mjesta obrazovanja“ (Jakovčić, 2011, 54). Dob pri kojoj se odvija taj prijelaz varira od pojedinca do pojedinca što dodatno otežava definiranje dobnih granica. Nadalje, „sve dulje trajanje institucionaliziranoga obrazovanja, neizvjesne mogućnosti zapošljavanja (osobito na sigurnim i dobro plaćenim poslovima), otežano socioekonomsko osamostaljivanje, odlaganje zasnivanja vlastite obitelji i nedostatno uključivanje u procese društvenog (političkog) odlučivanja, značajke su fenomena nazvanog produženom mladošću“ (Ule, 1987; Griffin, 1993; Cavalli, Galland, 1995; Roche, Tucker, 1997; Brown, Larson, Saraswathi, 2002, prema Ilišin i Radin, 2007,

17). S obzirom na to, ali i na demografske trendove razvijenih zemalja (smanjenje udjela mladog stanovništva) gornja dobna granica mladih sve se više pomiče prema 30-ima. S obzirom da su analize pokazale da je sociološki opravdano kao mlade promatrati populaciju od 15. do 30. godine života, iste dobne granice uzete su za definiranje mladih u ovome radu (Ilišin, Mendeš, Potočnik, 2003, 40, prema Ilišin i Radin, 2007), pri čemu će nas ipak najviše zanimati studentska populacija, u pravilu od 18. do 25. godine starosti.

1.2. Slobodno vrijeme i geografija potrošnje

„Slobodno vrijeme podrazumijeva jedan od najvažnijih segmenata svakodnevnog života mladih, pokazatelj je životnog stila i čimbenik formiranja identiteta“ (Mak i dr., 2016, 51). Ono obuhvaća „skup aktivnosti kojima se pojedinac svojevolumno bavi te se tako odmara ili zabavlja, povećava razinu svoje informiranosti, razvija svoje sposobnosti, a sve to u vrijeme u kojem nema ostalih poslovnih, obiteljskih ili društvenih obaveza“ (Jakovčić, 2011, 56). Manetti i dr. (2007) govore o slobodnom vremenu kao ugodnom, poticajnom i ponekad opuštajućem stanju koje za adolescente ima funkciju oblikovanja karaktera. Napretkom društva, širi se spektar mogućnosti provođenja slobodnog vremena, posebno kod mlade populacije koja najbrže prihvaća novitete. „Na slobodno vrijeme mladih osobito utječe globalizacija, širenje novih tehnologija i rast konzumerizma u postmodernom društvu“ (Miles, 1998 i 2000; Roberts, Fagan, 1999; Jäckel, Wollscheid, 2007, prema Ilišin, 2007, 180).

Slobodno vrijeme neodvojivo je od koncepta potrošnje (Mak i dr., 2016). S obzirom na to, načini na koje mladi provode svoje slobodno vrijeme izravno utječu na njihove potrošačke navike. Osim toga, potrošnja se odvija u prostoru koji utječe na ishode potrošačkih navike, isto kao što potrošnja utječe na promjene u prostoru. Zbog tog se međudjelovanja, kao disciplina unutar ekonomske geografije sve češće navodi geografija potrošnje. „Geografija potrošnje čini samostalnu disciplinu unutar ekonomske geografije, a obuhvaća širok spektar međuzavisnih te dinamički povezanih tema – kupovinu, prodaju, slobodno vrijeme, turizam, rad, reklamiranje, urbanu, ruralnu, industrijsku, poljoprivrednu i dr. geografiju“ (Mansvelt, 2005, prema Mak i dr., 2016, 50). „Četiri su glavne potrošačke aktivnosti: kupovina, prehrana, zabava te obrazovanje i kultura“ (Jakovčić, 2011, 55). S obzirom na ciljeve istraživanja, ovaj rad će biti usmjeren na potrošačke aktivnosti mladih u sistemu zabave, konkretno u okviru prostora kafića i noćnih klubova. Barovi, pubovi i klubovi nude i razonodu i zabavu, u okruženju u kojem se potrošači mogu opustiti dok jedu, piju i pričaju s prijateljima (Moss, 2009). Osim toga, kafići i noćni klubovi izabrani su kao fokus ovog istraživanja iz razloga što nisu više prisutni samo u

urbanim sredinama kao nekad, već su se proširili i na ruralna područja čime su postali dostupni najširim skupinama mladih (Ilišin, 2007). Zbog toga će biti moguća usporedba zagrebačkih kafića i noćnih klubova sa svim prostorima iz kojih zagrebački studenti dolaze.

1.3. Kafići i noćni klubovi

Odlazak u kafiće jedan je od najčešćih oblika provođenja slobodnog vremena mladih što su dokazala istraživanja domaćih i stranih autora (Ilišin, 1999; Ruscello, 2000; Manetti i dr., 2007; Ilišin, 2007). Kafić je kompleksan pojam jer se u literaturi provlači velik broj različitih inačica te riječi. Waxman (2006) opisuje kafiće kao mjesta gdje konzumacija pića ima posebno značenje, a u kojima posjetitelji imaju priliku komunicirati s ostalim članovima zajednice. Sikora (2019) govori o kafićima kao sinonimima za druženje nakon radnog vremena ili vikendom, odnosno o aktivnosti koju vole sve generacije, od srednjoškolaca do umirovljenika, kao i različiti društveni slojevi. Osim same zabave, kafići su često i mjesta odvijanja poslovnih sastanaka i ugovaranja različitih poslova (Montgomery, 1997). Za potrebe ovoga rada kafić će biti definiran kao mjesto na kojem se poslužuju različite vrste pića i koje posjećuju različite društvene skupine, a pritom pojedinci zadovoljavaju neke od osnovnih ljudskih potreba – kao što su razgovor i boravak među ljudima (Skočir i Šakaja, 2017).

Noćni klubovi mjesta su u kojima velik udio mladih provodi slobodno vrijeme. To su ujedno i mjesta gdje se slijeva glavnina novca kojima raspolažu adolescenti (Leburić i dr., 2007). Noćni klub je odgovor na razumljivu želju mladih: želju da se okupe te provedu nekoliko sati plešući i stvarajući nova prijateljstva (Climati, 2002). a „disko postaje zona oslobođenja, mjesto promjena i scena na kojoj se specifično komunicira - glazbom i plesom. Tu se realiziraju i potrebe za druženjem i zajedništvom“ (Relja i Leburić, 1999, 249). S obzirom na navode drugih autora, ali i svrhu ovog istraživanja, noćni klub će biti definiran kao prostor u kojem se uslužuju prvenstveno pića (najčešće alkoholna), ali s naglaskom na zabavu uz glazbu i ples te interakciju s drugim ljudima.

1.4. Ciljevi i hipoteze

Cilj ovog rada je utvrditi regionalne razlike u stavovima studenata Sveučilišta u Zagrebu o zagrebačkim kafićima i noćnim klubovima s posebnim naglaskom na cijene. Osnovno istraživačko pitanje je postoji li veza između zadovoljstva studenata cijenama u kafićima i noćnim klubovima Grada Zagreba te ekonomskih pokazatelja područja iz kojeg dolaze.

Prva i osnovna hipoteza je da će studenti iz krajeva s nižim prosječnim prihodima biti manje zadovoljni cijenama, i obratno, da će oni koji dolaze iz krajeva s višim prihodima biti i više zadovoljni cijenama u kafićima i noćnim klubovima Grada Zagreba.

Druga hipoteza odnosi se na važnost lokacije za odabir kafića ili noćnog kluba. Pretpostavlja se da je lokacija, odnosno blizina fakulteta, najvažniji faktor za odabir kafića kod studenata te da je važnija kod odabira kafića nego klubova.

Treća hipoteza je da zadovoljstvo studenata cijenama pića u zagrebačkim kafićima ne ovisi samo o prihodima, već i o usporedbi cijena. Odnosno, pretpostavlja se da će studenti iz krajeva sa višim cijenama pića u kafićima i noćnim klubovima biti zadovoljniji cijenama u Zagrebu od onih studenata koji dolaze iz dijelova Hrvatske s nižim cijenama pića.

2. METODOLOGIJA

U svrhu prikupljanja podataka za testiranje hipoteza, provedeno je online anketno istraživanje zbog njegove jednostavnosti, brzine i ekonomičnosti. Osim toga, „usporedba velikoga broja klasičnih i online anketnih studija s obzirom na anketni odaziv, brzinu odgovaranja i kvalitetu podataka [...] pokazala je da online ankete – osim u pogledu anketnog odaziva – imaju usporediva ili bolja svojstva od klasičnih anketa“ (Galešić, 2003, 315).

Anketni upitnik bio je dostupan u razdoblju od 25. studenog do 2. prosinca 2019. godine putem Google Forms obrasca. Ciljana populacija bili su mladi, točnije studenti Sveučilišta u Zagrebu, a zbog specifičnosti populacije za metodu uzorkovanja odabrana je snježna gruda. Upitnik je prvo proslijeđen studentima geografije na Prirodoslovno-matematičkom fakultetu u Zagrebu. Od njih je zatraženo da proslijede upitnik kolegama sa drugih smjerova i fakulteta te njih zamole da učine isto. Podatci dobiveni od jednog ispitanika nisu uključeni u analizu zbog nejasnoće dobivenih odgovora.

U svrhu što preciznije elaboracije rezultata anketnog istraživanja, korišteni su i sekundarni statistički podatci (npr. prosječne neto plaće) te je provedeno terensko istraživanje o prosječnim cijenama kafića u tri odabrane jedinice regionalne samouprave (Grad Zagreb, Splitsko-dalmatinska županija te Vukovarsko-srijemska županija) od kojih je svaka predstavnik određene regije. Terensko istraživanje provedeno je u siječnju 2020. godine na ukupno 142 kafića iz 20 jedinica lokalne samouprave (dalje JLS). Pri odabiru se u obzir nastojalo uzeti kafiće iz različitih naselja te koje posjećuje stanovništvo različitog društvenog statusa. Ipak, treba napomenuti da je malen broj kafića iz Dalmatinske zagore, isto kao i onih iz periferije

Zagreba pa su za obje jedinice regionalne samouprave dobiveni podatci o prosječnim cijenama vjerojatno nešto većih vrijednosti nego u stvarnosti.

Podatci dobiveni anketiranjem i terenskim istraživanjem obrađeni su u Microsoft Excelu. Tablice i grafovi vizualizirani su u također u Excelu, a kartografski prilozi u ArcMap programu. Provedena je univarijantna analiza podataka. Odabrani elementi koji su se ticali procjene zadovoljstva studenata zagrebačkim klubovima i kafićima podvrgnuti su korelacijskoj (Spearmanov koeficijent korelacije) i hi-kvadrat analizi, a metodom kartiranja vizualizirana je frekvencija odlazaka studenata u zagrebačke kafiće.

3. REZULTATI I RASPRAVA

Anketni upitnik valjano je ispunilo 318 studenata iz ukupno 89 jedinica lokalne samouprave, od čega 61,3 % ženskog, a 38,7 % muškog spola. Medijalna starost ispitanika iznosila je 20 godina (vidi detaljnije u tab. 1).

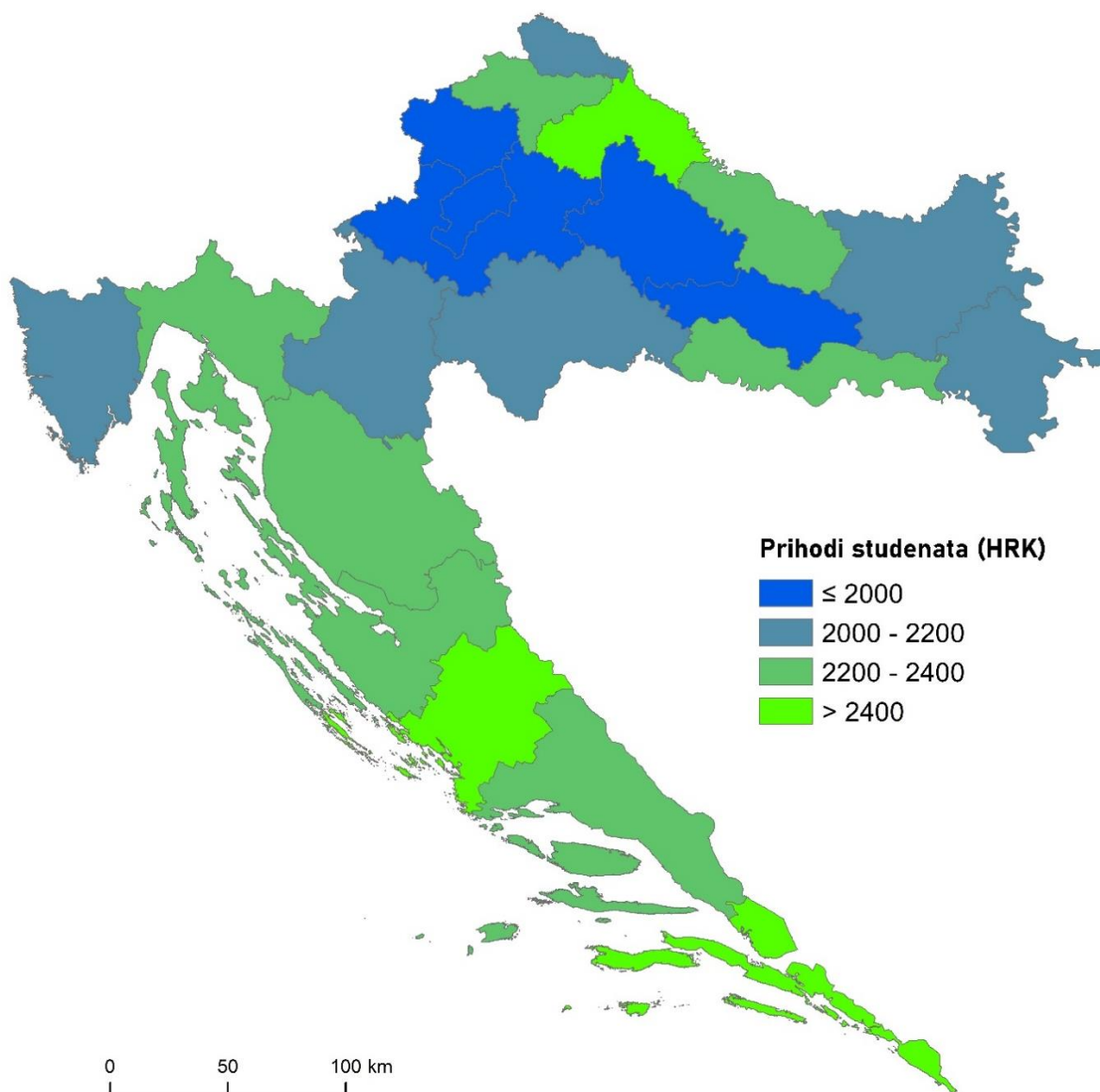
Tab.1. Demografska struktura ispitanika

Županija	Ukupno		Muškarci		Žene		Medijalna dob	Prosječna dob
	N	%	N	%	N	%		
I. Zagrebačka	12	3,8	4	33,3	8	66,7	19	19,58
II. Krapinsko-zagorska	9	2,8	4	44,4	5	55,6	20	19,67
III. Sisačko-moslavačka	8	2,5	6	75,0	2	25,0	19	19,88
IV. Karlovačka	16	5,0	6	37,5	10	62,5	19	19,69
V. Varaždinska	5	1,6	2	40,0	3	60,0	20	19,80
VI. Koprivničko-križevačka	5	1,6	0	0,0	5	100,0	20	20,40
VII. Bjelovarsko-bilogorska	8	2,5	3	37,5	5	62,5	21	20,50
VIII. Primorsko-goranska	8	2,5	4	50,0	4	50,0	20	20,00
IX. Ličko-senjska	6	1,9	3	50,0	3	50,0	19,5	21,00
X. Virovitičko-podravska	4	1,3	2	50,0	2	50,0	20,5	20,50
XI. Požeško-slavonska	5	1,6	2	40,0	3	60,0	22	21,80
XII. Brodsko-posavska	11	3,5	6	54,5	5	45,5	21	20,64
XIII. Zadarska	8	2,5	2	25,0	6	75,0	19,5	19,50
XIV. Osječko-baranjska	10	3,1	5	50,0	5	50,0	20	20,00
XV. Šibensko-kninska	6	1,9	5	83,3	1	16,7	20	20,50
XVI. Vukovarsko-srijemska	19	6,0	6	31,6	13	68,4	20	20,26
XVII. Splitsko-dalmatinska	38	11,9	7	18,4	31	81,6	20	19,76
XVIII. Istarska	19	6,0	12	63,2	7	36,8	21	21,00
XIX. Dubrovačko-neretvanska	11	3,5	4	36,4	7	63,6	22	21,73
XX. Međimurska	18	5,7	7	38,9	11	61,1	20	20,28
XXI. Grad Zagreb	92	28,9	33	35,9	59	64,1	20	19,77
UKUPNO	318	100	123	38,7	195	61,3	20	20,10

Izvor: Anketno istraživanje, 2019

3.1. Prihodi

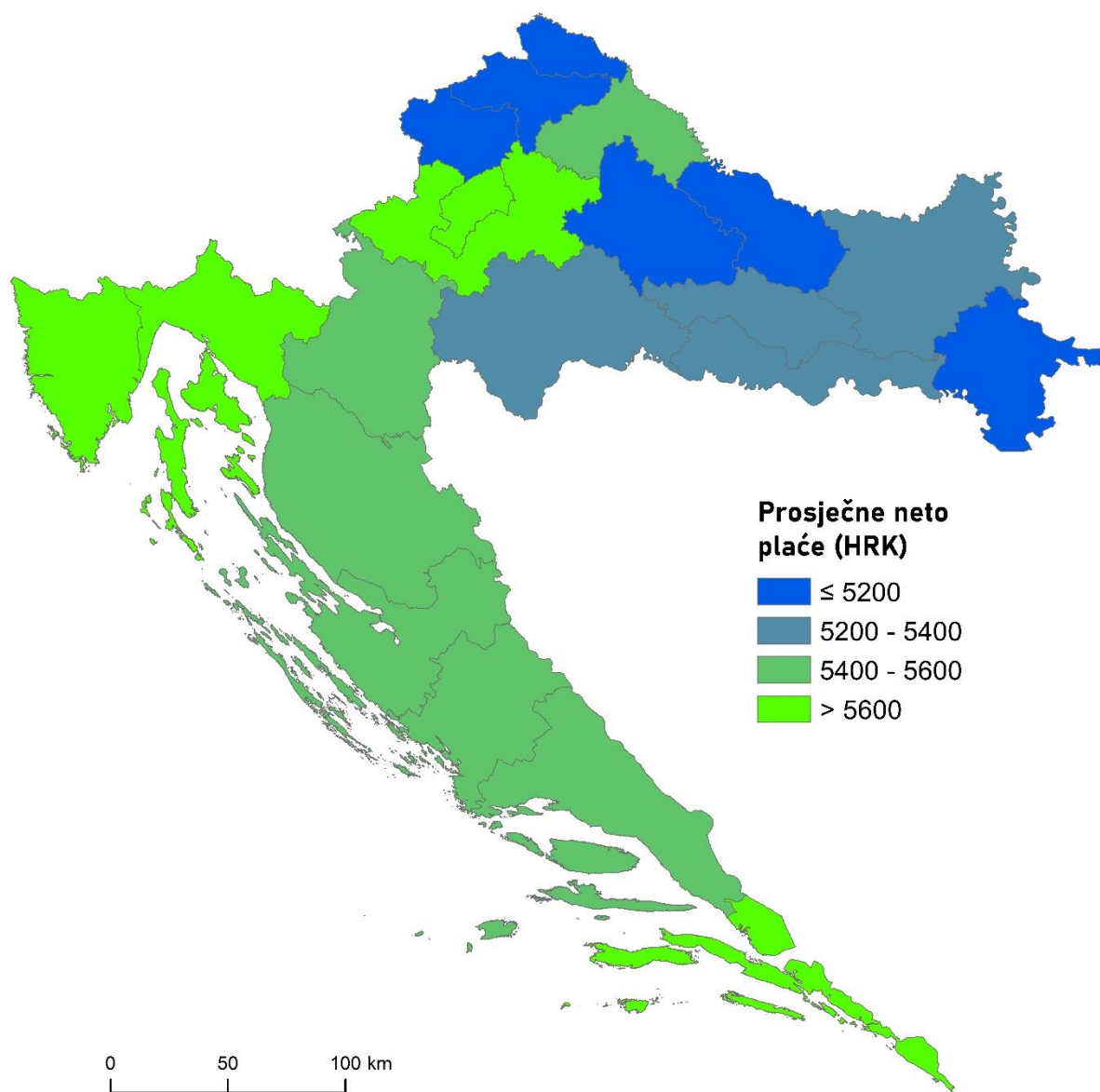
Struktura podrijetla prihoda studenata pokazala je da većina ispitanika ovisi od džeparcu kojeg dobiva od strane roditelja ili skrbnika (čak 85 %), 40,8 % svoj mjesečni budžet upotpunjuje zaradom od studentskih poslova, njih 30,1 % prima stipendiju, dok svega 4,7 % navodi druge izvore (Anketno istraživanje, 2019). Što se tiče količine mjesečnih prihoda, najviše novca na raspolaganju imaju studenti Šibensko-kninske i Dubrovačko-neretvanske županije. S druge strane, najmanje mjesečne prihode imaju studenti Zagrebačke županije i Grada Zagreba (sl. 2), ali to treba pripisati tomu što ih većina živi s roditeljima pa nisu dužni podmirivati troškove stanovanja.



Sl. 2. Prosječni mjesečni prihodi studenata Sveučilišta u Zagrebu

Izvor: Anketno istraživanje, 2019

Za potrebe kasnije analize zadovoljstva studenata cijenama, potrebno je bilo uočiti razlike u ekonomskim pokazateljima po županijama. Kao najreprezentativniji pokazatelj odabrane su prosječne neto plaće (sl. 3.) jer dobro prikazuju količinu sredstava s kojima bi studenti mogli raspolagati s obzirom da ih je 85 % navelo da primaju džeparac od roditelja. Izražena je polarizacija između Istočne i Sjeverne Hrvatske s jedne strane te obalne Hrvatske i glavnoga grada s višim prosječnim neto plaćama s druge strane.

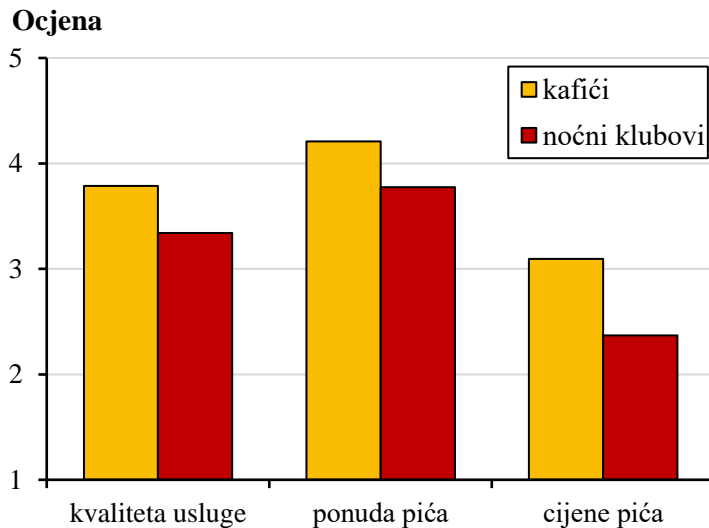


Sl. 3. Prosječne neto plaće po hrvatskim županijama 2017. godine

Izvor: Autor prema podacima DZS, 2019

3.2. Kafići

Jedno od pitanja anketnog istraživanja odnosilo se na frekvenciju odlazaka studenata u kafiće. Čak 87,5 % ispitanika kafiće posjećuje barem jednom tjedno, a njih 55,5 % tri ili više puta tjedno. Ispitanici su na skali od 1 do 5 ocjenjivali njihovo zadovoljstvo kvalitetom usluge u kafićima, ponudom pića i cijenama (sl. 4.). Najvišu prosječnu ocjenu imala je ponuda pića (4,21), zatim kvaliteta usluge (3,89), a očekivano najmanju ocjenu cijene (3,09).

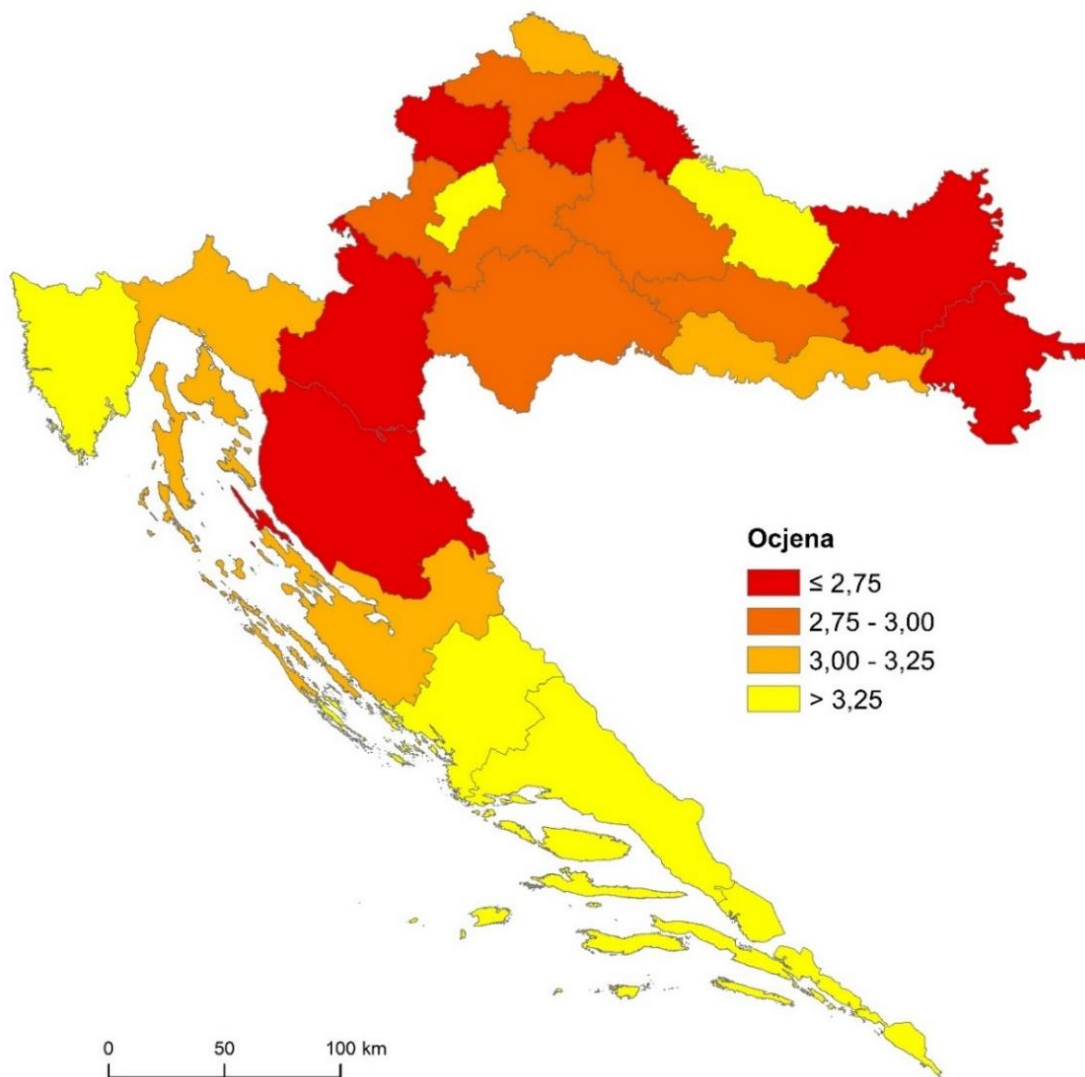


Sl. 4. Prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika kafićima i noćnim klubovima u Zagrebu

Izvor: Anketno istraživanje, 2019

Proučavanjem regionalnih razlika kod zadovoljstva studenata ponudom pića i kvalitetom usluga nije uočena značajna pravilnost u prostoru. Gledajući raspodjelu ocjena po županijama, za zadovoljstvo uslugama može se reći da taj pokazatelj ne ovisi o županiji iz koje ispitanik dolazi, odnosno velika je vjerojatnost da su razlike u zadovoljstvu po županijama nastale slučajno ($\chi^2 = 106,7$; $df = 80$; $p < 0,01$). S druge strane, rezultati analize hi-kvadrata za zadovoljstvo cijenama pića ($\chi^2 = 345,8$; $df = 80$; $p < 0,01$) pokazuju da razlike u zadovoljstvu cijenama po županijama nisu nastale slučajno već da postoji određena prostorna pravilnost (vidi sl. 5.). Najzadovoljniji cijenama su studenti iz četiri dalmatinske županije, Istarske županije, Grada Zagreba i Virovitičko-podravske županije. Nasuprot tome, najmanje zadovoljni cijenama su studenti iz ekonomski slabije razvijenih županija, odnosno iz županija središnje i istočne Hrvatske izuzev Grada Zagreba. Visoka prosječna ocjena u Virovitičko-podravskoj županiji može se pripisati najmanjem broju ispitanika (tek četiri) iz te županije pa su za nju dobiveni podatci slabo reprezentativni. Ispitanici koji imaju više prosječne neto plaće ujedno su i zadovoljniji cijenama pića u kafićima ($p = 0,001$; $r = 0,218$), a isto se vidi usporedbom

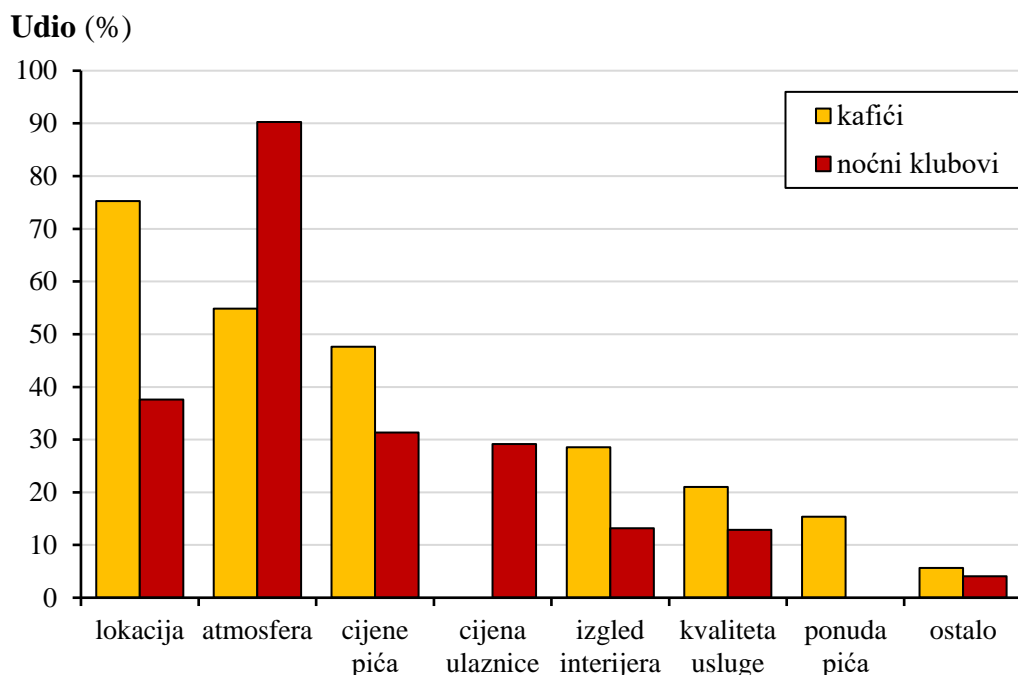
kartografskih prikaza između tih dvaju pokazatelja (sl. 3, sl. 5). Drugim riječima, što su prosječne neto plaće po županijama više, to će studenti iz tih županija biti zadovoljniji cijenama kafića u Zagrebu. S druge strane, korelacija između zadovoljstva cijenama i prihoda studenata pokazala se statistički neznačajnom, a to treba pripisati već navedenom problemu niskih prihoda studenata zagrebačke regije.



Sl. 5. Prosječne ocjene zadovoljstva cijenama u zagrebačkim kafićima po hrvatskim županijama
Izvor: Anketno istraživanje, 2019

Pokazalo se kako je lokacija u čak 75,2 % slučajeva presudan faktor pri odabiru kafića, slijedi atmosfera s 54,9 %, a nešto manje od polovice (47,6 %) ispitanika navelo je cijenu pića (sl. 6.). Nadalje, ispitanici su trebali navesti imena dva do tri kafića koja najčešće posjećuju. Kako bi se protumačio stvaran utjecaj lokacije na odabir kafića, kartirano je svih 236 koje su ispitanici naveli, kao i fakulteti koje pohađaju (sl. 7.). Veličina krugova koji prikazuju kafiće

ponderirana je brojem odgovora u anketi. S obzirom na to da 26,3 % ispitanika boravi u studentskom domu, kartirana su i sva četiri zagrebačka doma, kao i Studentski centar.



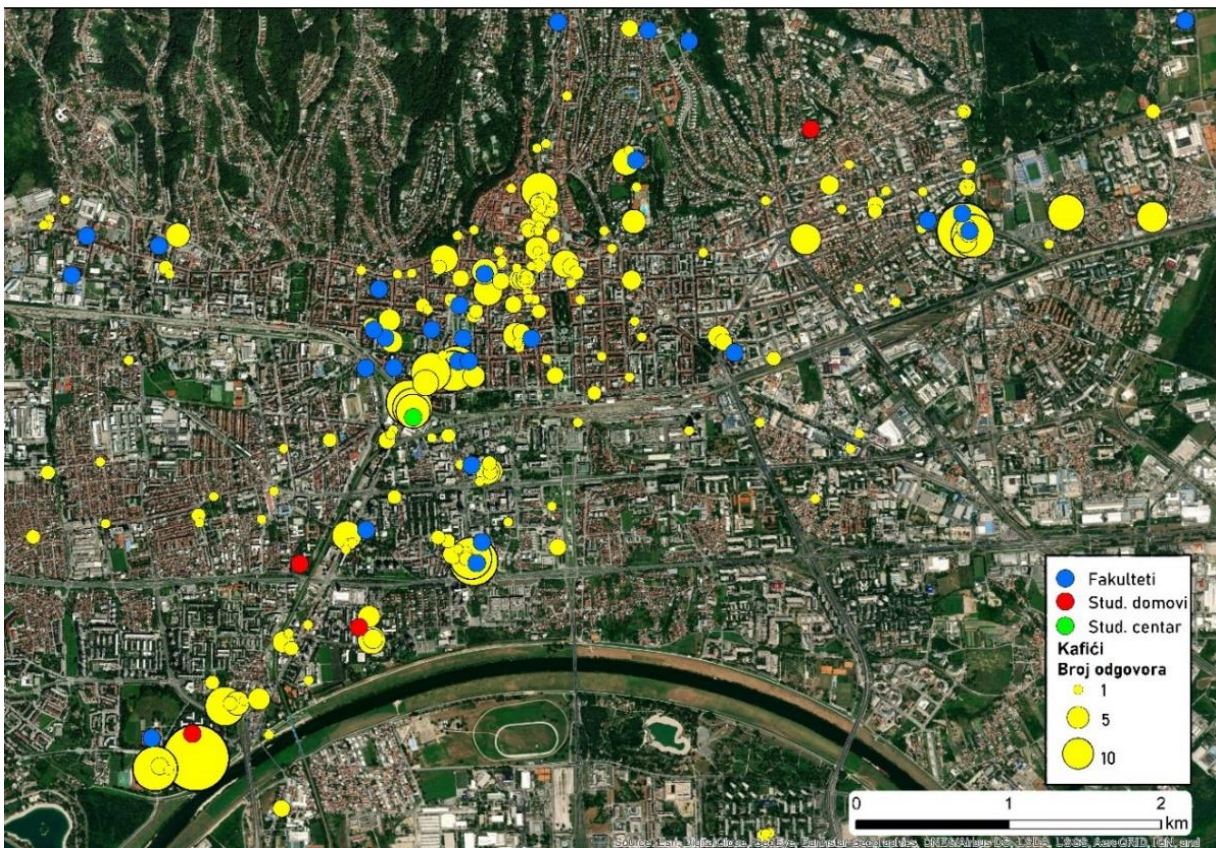
Sl. 6. Faktori koji utječu na odabir kafića i noćnih klubova kod ispitanika*

Izvor: Anketni upitnik, 2019

Kafići u koje studenti najčešće odlaze koncentriraju se u nekoliko osnovnih zona (sl. 7). Velika koncentracija vidljiva je uz sjeverni dio Savske ceste, gdje se osim velikog broja fakulteta nalazi i Studentski centar, kao i brojne studentske menze. Druga veća koncentracija kafića je uz Studentski dom (dalje SD) Stjepan Radić, dom sa najviše studenata u Zagrebu. Tu se nalazi i „Roko“, kafić kojeg ispitanici najčešće posjećuju, često njih čak 14,4 % (Anketno istraživanje, 2019). Vidljiva je i manja koncentracija kafića oko SD Cvjetno naselje, a uz SD Ante Starčević i SD Laščina u kojima boravi najmanje studenata nema značajnijih studentskih kafića. Trg Johna F. Kennedyja je još jedna lokacija s velikim brojem kafića koje studenti posjećuju, ponajviše zahvaljujući studentima Ekonomskog fakulteta koji se nalazi na tom trgu. Koncentracije kafića uočene su još uz Filozofski fakultet i Fakultet strojarstva i brodogradnje, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Učiteljski fakultet, Fakultet političkih znanosti, Farmaceutsko-biokemijski fakultet, Stomatološki fakultet i Hrvatsko katoličko sveučilište. Takvi rezultati u skladu su s anketnim istraživanjem iz 2007. pod nazivom „Socijalno –

* Kao mogući faktor odabira omiljenog kafića nije razmatrana „cijena ulaznice“ budući da se ona ne naplaćuje. Slično tome, kod noćnih klubova nije razmatrana „ponuda pića“.

geografske pretpostavke posjećenosti kafića“ kada su mladi (15-25 g.) naveli blizinu škole ili fakulteta kao glavni faktor odabira kafića (Skočir i Šakaja, 2017). U odgovorima je naveden i velik broj kafića u samom centru grada (Bogovićeve i Tkalčićeva ulica, Trg bana J. Jelačića). To ne čudi iz razloga što mladi znatno više od starijih imaju praksu odlaska na dinamičnija mjesta, odnosno u kafiće čija se lokacija smatra centralnom (Skočir i Šakaja, 2017). Osim toga, „zagrebački Donji grad je žila kucavica društvenog života metropole“ (Štefek, 2014, 2). Na jugoistoku Zagreba gdje nema fakulteta, nema ni kafića u koje u većoj mjeri odlaze mladi.



Sl. 7. Zagrebački kafići s obzirom na učestalost posjeta zagrebačkih studenata

Izvor: Anketno istraživanje, 2019

3.3. Noćni klubovi

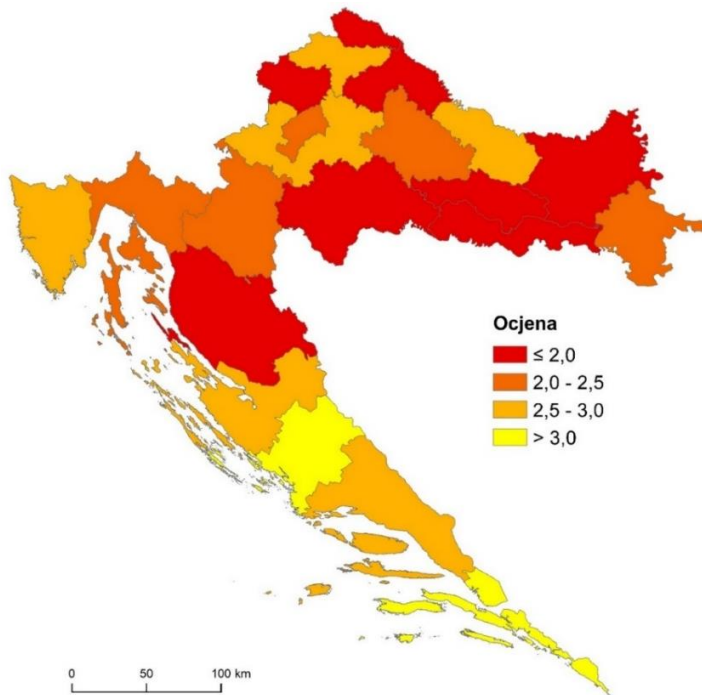
Relja i Leburić (1999) govore o noćnim klubovima kao mjestu obreda kroz kojeg mlade osobe prolaze. „Taj disko-obred je stresan i potrebna je pomoć u njegovu prevladavanju, pa se u tom trenutku dodatni stimulansi čine idealnim rješenjem (Relja i Leburić, 1999, 258). Kao najčešći stimulans mladi konzumiraju alkoholna pića. Konzumacija alkohola kod mladih povećava se u posljednjim godinama srednjoškolskog obrazovanja, a osoba doživljava životni vrhunac konzumacije na početku sveučilišnog obrazovanja, u dobi između 18 i 22 godine

(Whiteet, 2008 i EMCDDA, 2007, prema Aresi, 2014). S obzirom da medijalna dob ispitanika iznosi 20 godina, u dobi su kada se konzumira najviše alkohola, a onda se može pretpostaviti da su ujedno i najčešći posjetitelji noćnih klubova. Na anketno pitanje o frekvenciji odlaska u noćne klubove, čak 69,6 % ispitanika odgovorilo je da posjećuje klubove najmanje jednom mjesečno (14,1 % najmanje jednom tjedno). Samo 25,1 % ispitanika posjećuje klubove rjeđe od jednom mjesečno, a njih 5,3 % nikada ne izlazi u klubove.

Za razliku od kafića kod kojih je lokacija navedena kao glavni faktor, kod noćnih klubova je to atmosfera koju je navelo 90,8 % ispitanika (sl. 6). Aresi (2014) ističe toplu atmosferu kao ključan faktor za uspješan rad noćnog kluba te kao poticaj posjetiteljima za razvoj neverbalne komunikacije koja noćnim klubovima daje poseban značaj. „Zabaviti se u noćnom klubu znači pronaći pravu atmosferu“ (Aresi, 2014, 72). Drugi najvažniji faktor za odabir kluba je lokacija koju je navelo 37,2 % ispitanika. Ipak, to je znatno manji postotak nego kod odabira kafića (75,2 %) pa nije u takvoj mjeri značajna ni veza između mjesta gdje studenti provode vrijeme i lokacije najpopularnijih noćnih klubova. Zanimljivo je da je najposjećeniji kafić, Roko, ujedno i najposjećeniji noćni klub kojeg je navelo čak 57,7% ispitanika. Uočena je značajna razlika između ispitanika iz Grada Zagreba i ostalih, pa Roko često posjećuje 7,6 % Zagrepčana, dok za studente iz drugih krajeva Hrvatske taj udio iznosi 78 %. Može se pretpostaviti da je uzrok tomu upravo lokacija kluba, koji se nalazi neposredno uz Studentski dom Stjepan Radić – u kojem ne borave studenti iz Grada Zagreba. Kao treći i četvrti faktor po važnosti, studenti su naveli cijene pića (31,3 %), odnosno ulaznica (29,2 %). Aresi (2014) navodi da su neka mjesta tražena upravo zbog prisutnosti niskih cijena i promocija alkohola, a to se odnosi najviše na mlade koji obično raspolažu s manjim svotama novca.

Osim što su ocjenjivali zadovoljstvo kvalitetom usluge, ponudom pića i cijenama u zagrebačkim kafićima, ispitanici su isto napravili i u odnosu na noćne klubove. Prosječna ocjena za sve tri stavke bila je niža od prosječne ocjene kod kafića (sl. 4). Najvišu prosječnu ocjenu zabilježila je ponuda pića (3,77), zatim kvaliteta usluge (3,34), a najnižu cijene (2,37). Studenti iz čak osam županija vrednovali su cijene u zagrebačkim klubovima prosječnom ocjenom manjom od dva, pri čemu se sedam od navedenih županija nalazi u kontinentalnoj Hrvatskoj, kao i veći dio osme, Ličko-senjske županije. Razlozi za razmjerno niže zadovoljstvo cijenama u klubovima mogli bi biti općenito lošija kvaliteta usluge te slabija ponuda pića u odnosu na kafiće (Anketno istraživanje, 2019). Ipak, uspoređujući zadovoljstvo studenata cijenama u klubovima i cijenama u kafićima uočava se slična prostorna pravilnost. Najmanje su zadovoljni studenti iz kontinentalne Hrvatske, s naglaskom na Slavoniju, a najzadovoljniji su studenti iz Dalmacije i Istre, uz nekoliko izuzetaka u unutrašnjosti (sl. 8.). Drugim riječima,

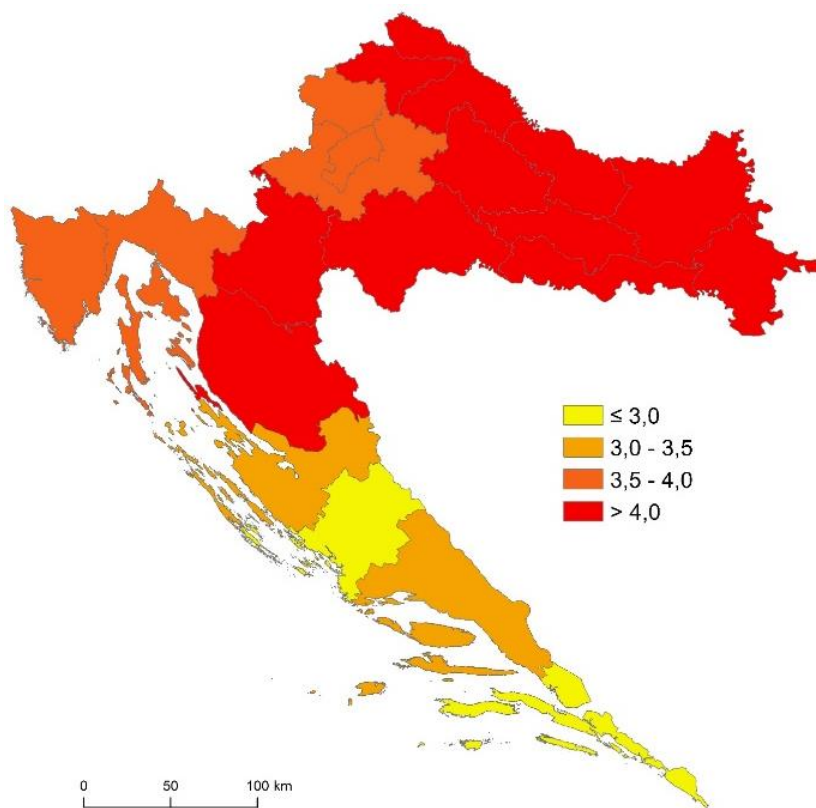
studenti iz županija s višim prosječnim plaćama, ujedno su i zadovoljniji cijenama pića u noćnim klubovima ($p = 0,02$; $r = 0,139$), pri čemu ta veza nije naročito jaka.



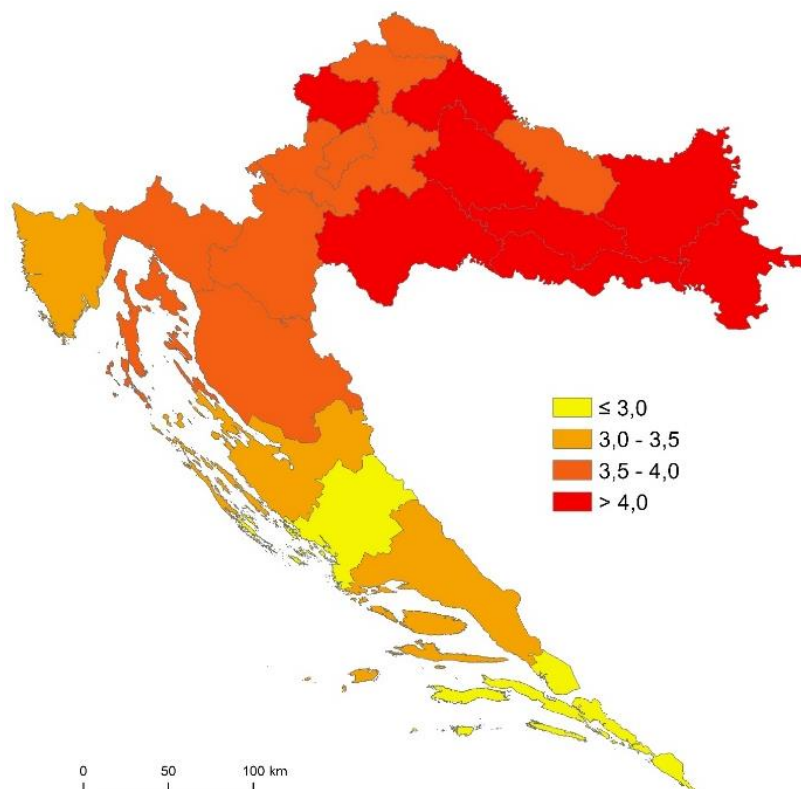
Sl. 8. Prosječne ocjene zadovoljstva cijenama u noćnim klubovima u Zagrebu po županijama
Izvor: Anketno istraživanje, 2019

3.4. Usporedba cijena

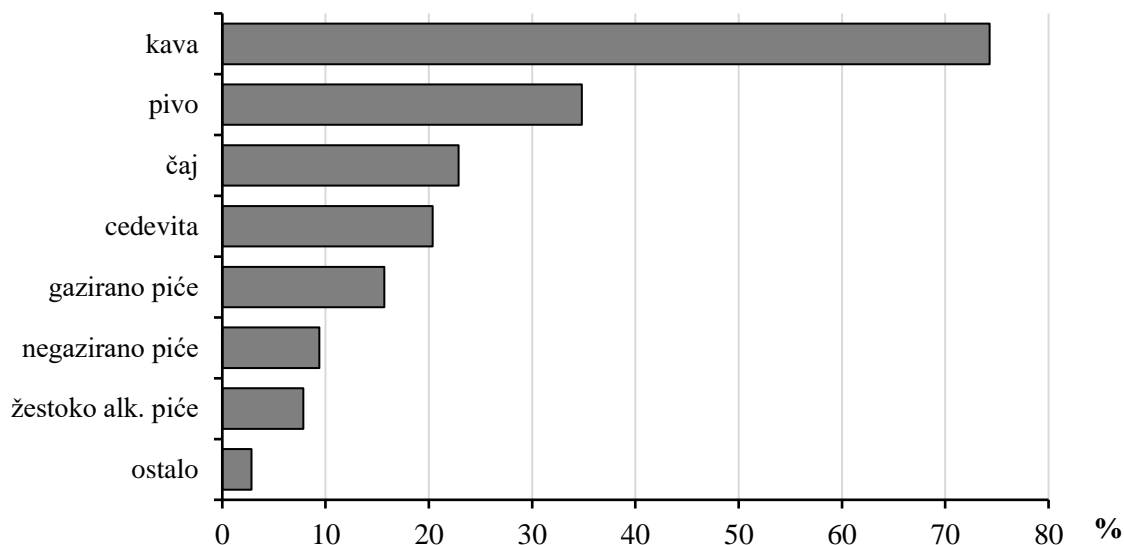
Zanimao nas je i odnos cijena zagrebačkih kafića/klubova s cijenama iz JLS iz kojih ispitanici dolaze. Stoga je pred njih postavljen taj zadatak pri čemu je ocjena 1 označavala „u Zagrebu su cijene znatno niže“, a ocjena 5 „u Zagrebu su cijene znatno više“. Analizom odgovora (sl. 9. i sl. 10.) dobiveni su slični rezultati za kafiće i noćne klubove. Zanimljivo je da su ispitanici iz većine županija procijenili da je veća razlika u cijenama kafića između Zagreba i njihovih županija, nego u cijenama klubova, iako su manje zadovoljni cijenama u zagrebačkim klubovima nego u kafićima. Da je stvarno tako, ovaj rad ne može dokazati jer se terensko istraživanje cijena odnosilo samo na kafiće, a ne i na klubove. Kao potencijalno obrazloženje moglo bi se navesti niže zadovoljstvo svim stavkama u klubovima u odnosu na kafiće (Anketno istraživanje, 2019), kao i općenito više cijene pića u noćnim klubovima. Jedine županije čiji su ispitanici na oba pitanja dali prosječnu ocjenu manju od 3 su Šibensko-kninska i Dubrovačko-neretvanska županija što znači da su, prema njihovoj procijeni, kafići i klubovi u mjestima iz kojih dolaze skuplji od onih u Zagrebu. Prosječne ocjene niže od 3,5 za kafiće i klubove imaju i druge dvije dalmatinske županije, a samo za noćne klubove i Istarska županija. Sve to ukazuje na više cijene kafića i noćnih klubova na jadranskoj obali u odnosu na unutrašnjost.



Sl. 9. Procjena ispitanika o odnosu cijena u kafićima između njihovog mjesta i Grada Zagreba
Izvor: Anketno istraživanje, 2019



Sl. 10. Procjena ispitanika o odnosu cijena u noćnim klubovima između njihovog mjesta i Grada Zagreba
Izvor: Anketno istraživanje, 2019



Sl. 11. Pića koja ispitanici najčešće naručuju u kafićima

Izvor: Anketno istraživanje, 2019

U anketnom upitniku ispitanicima je postavljeno pitanje što najčešće naručuju u kafićima (Sl. 11). Uvjerljivo najčešći odgovor je kava (74,3 %), zatim pivo (34,8 %) i čaj (22,9 %). Na temelju tih odgovora odabrana su pića čije smo cijene analizirali terenskim istraživanjem. Istraživanje cijena u kafićima provedeno je u dva osnovna koraka. Prvo je izvršena regionalizacija Hrvatske na tri cjeline s relativno homogenim obilježjima – Zagrebačku, kontinentalnu i jadransku regiju. Zatim su odabrane tri jedinice regionalne samouprave koje će biti predstavnik svake od pojedinih regija (Grad Zagreb, Splitsko-dalmatinska županija te Vukovarsko-srijemska županija) te je unutar njih provedeno ispitivanje cijena pića koje studenti najčešće naručuju. Zagrebačku regiju osim Grada Zagreba čini i Zagrebačka županija koja pripada županijama s najvišim prosječnim neto plaćama, a čije gospodarstvo uvelike ovisi o samom Zagrebu. Kriterij za razdvajanje druge dvije regije (primorska i kontinentalna) bio je ima li županija izlaz na more, a time i ovisi li o ljetnoj sezoni za koju se smatra da znatno utječe na cijene kafića. Ličko-senjska županija svrstana je u kontinentalnu regiju iz razloga što su svi ispitanici iz kontinentalnog dijela županije.

Tab. 2. Broj kafića na kojima je provedeno terensko istraživanje po županijama i JLS

Županija	Broj kafića	JLS
Splitsko-dalmatinska	54	Split (20), Trogir (16), Kaštela (4), Seget (4), Marina (3), Omiš (1), Sinj (1), Dugi Rat (1), Trilj (1), Imotski (1), Primorski Dolac (1), Supetar (1)
Vukovarsko-srijemska	32	Vukovar (14), Vinkovci (12), Ilok (2), Otok(1), Ivankovo (1), Nuštar (1), Tompojevci (1)
Grad Zagreb	56	Zagreb (56)

Izvor: Terensko istraživanje, 2020

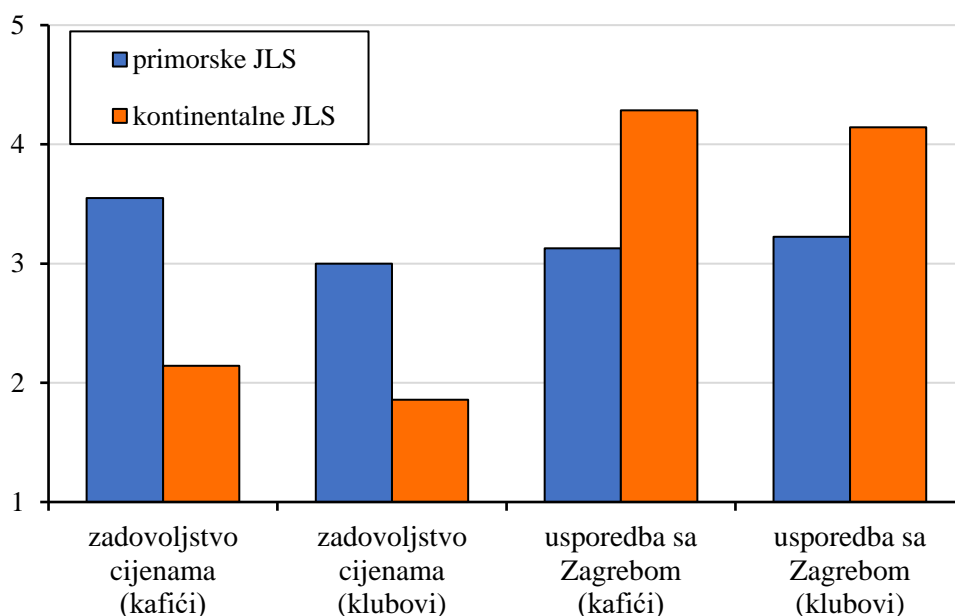
Budući da ne valja generalizirati i uopćavati cijene unutar dalmatinskih županija, analizirane su unutarregionalne razlike u cijenama kafića u Splitsko-dalmatinskoj županiji kako bi se utvrdio utjecaj turizma i pratećih faktora na njihovo formiranje. Kako je turizam primorskih županija koncentriran uglavnom na obali, pretpostavka je bila da su cijene u kafićima obalnih naselja više od onih u unutrašnjosti. S obzirom na to, napravljena je analiza cijena kafića prema tome ima li jedinica lokalne samouprave izlaz na more ili nema (tab. 3.). Rezultati su pokazali da su sva pića u primorskim općinama i gradovima skuplja za između 25,9 % (pivo) i 44,1 % (čaj) u odnosu na one u unutrašnjosti. Prosječna cijena odabranih pića u kontinentalnim općinama i gradovima iznosila je 12,04 kn što je za samo 0,39 kn više od prosjeka Vukovarsko-srijemske županije.

Tab. 3. Cijene odabranih pića u kafićima Splitsko-dalmatinske županije

SDŽ	N	kava s mlijekom	pivo (0,5L)	čaj	cedevita	Coca-Cola	Jack Daniels	prosjek
primorske JLS	50	10,91	18,88	11,53	12,67	16,90	24,37	15,88
kontinentalne JLS	4	8,00	15,00	8,00	10,00	12,50	18,75	12,04
indeks (prim./kont.)	-	136,4	125,9	144,1	126,7	135,2	130,0	131,9

Izvor: Terensko istraživanje, 2020

Ocjena



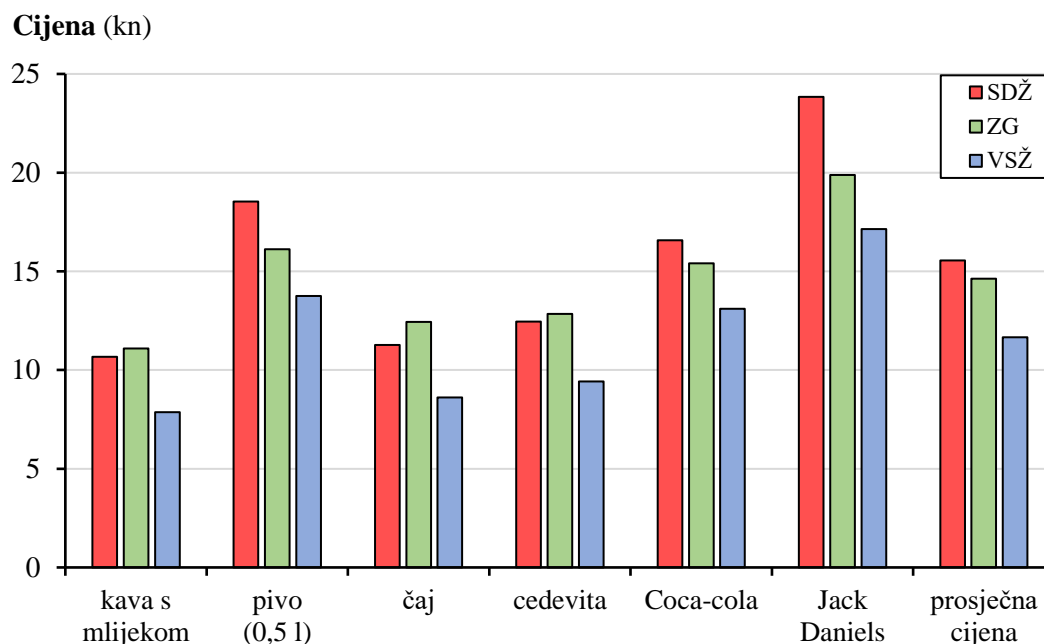
Sl. 13. Zadovoljstvo studenata različitih dijelova Splitsko-dalmatinske županije cijenama u zagrebačkim kafićima i klubovima te usporedba sa cijenama u Zagrebu

Izvor: Anketno istraživanje, 2019

Kako bi se vidjelo imaju li te razlike utjecaja na zadovoljstvo ispitanika cijenama pića u Zagrebu, analizirano je zadovoljstvo splitsko-dalmatinskih studenata cijenama kafića i klubova, kao i njihovo viđenje cijena u Zagrebu u odnosu na vlastitu JLS (sl. 13). Zadovoljstvo studenata kontinentalnog dijela Splitsko-dalmatinske županije cijenama znatno je niže od zadovoljstva studenata s obale što je u vezi s cijenama pića u kafićima ($p = 0,000$; $r = 0,522$). Odnosno, studenti s obale zadovoljniji su zagrebačkim cijenama jer su naviknuti na slične cijene kod kuće, dok studenti iz unutrašnjosti županije dolaskom u Zagreb plaćaju veće cijene nego u svom kraju što utječe negativno na njihovo zadovoljstvo. Također, usporedba cijena od strane ispitanika podudara se s razlikama u cijenama dobivenima na terenu ($p = 0,000$; $r = 0,582$).

Postoji zamjetna razlika u cijenama pića između Vukovarsko-srijemske i druge dvije županije (sl. 14). U Vukovarsko-srijemskoj županiji cijene su najniže pa tako najčešće naručivano piće, kava s mlijekom, u prosjeku košta 7,87 kuna što je za 26,2 % jeftinije nego u Splitsko-dalmatinskoj županiji i 29 % jeftinije nego u Gradu Zagrebu. Slična situacija je i kod ostalih pića. Uspoređujući Grad Zagreb i Splitsko-dalmatinsku županiju vidi se da cijene variraju od pića do pića pa je tako čaj u prosjeku za 10,4 % skuplji u Gradu Zagrebu, a Jack Daniels (0,03 l) za 19,9 % skuplji u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Ipak, uzme li se prosječna

cijena odabranih šest pića, najskuplji su kafići Splitsko-dalmatinske županije (15,56 kn), a zatim Grada Zagreba (14,63 kn), dok su kafići Vukovarsko-srijemske županije znatno jeftiniji (11,65 kn).



Sl. 14. Prosječne cijene pića u kafićima odabranih županija

Izvor: Terensko istraživanje, 2019

Dakle, cijene u kafićima Vukovarsko-srijemske županije znatno su niže od onih u Zagrebu što odgovara niskom stupnju zadovoljstva cijenama u zagrebačkim kafićima kod ispitanika iz te županije. S druge strane, studenti iz Splitsko-dalmatinske županije dolaskom u Zagreb nisu osjetili značajnije promjene u cijenama u odnosu na svoju županiju pa je i njihovo zadovoljstvo znatno veće od studenata Vukovarsko-srijemske županije kojima je životni standard pao dolaskom u Zagreb. Kako su navedene županije predstavnici cijelih regija, izračunata je korelacija između zadovoljstva studenata cijenama kafića u Zagrebu i cijenama kafića dobivenih terenskim istraživanjem. Pokazalo se da su zadovoljniji cijenama kafića u Zagrebu oni studenti koji dolaze iz regija s višim cijenama pića u kafićima ($p = 0,000$; $r = 0,293$) što je nešto jača veza od one između prosječnih plaća i zadovoljstva cijenama kafića. Isto tako, ako pretpostavimo da je omjer cijena alkohola u kafićima sličan onome u klubovima, onda ne čudi da su studenti Splitsko-dalmatinske županije zadovoljniji cijenama u zagrebačkim klubovima čak i od samih Zagrepčana (sl. 8). Osim toga, zadovoljstvo studenata cijenama pića u klubovima veće je što su veće cijene alkohola u kafićima regija iz kojih dolaze ($p = 0,000$; $r = 0,340$). S obzirom na to da korelacija između prosječnih plaća i zadovoljstva cijenama pića u

klubovima nije bila statistički značajna, može se reći da zadovoljstvo studenata ne ovisi samo o njihovim prihodima (prosječne plaće su dosta niže u Splitsko-dalmatinskoj županiji nego u Gradu Zagrebu) već više ovisi o usporedbi cijena „tu i tamo“. Odnosno, prosječan student Splitsko-dalmatinske županije teže će si priuštiti alkoholno piće u Gradu Zagrebu od studenta iz Grada Zagreba (ako se gledaju prosječne plaće), ali će si ga lakše priuštiti nego u svojoj županiji i zbog toga će biti zadovoljniji cijenom pića od prosječnog studenta iz Grada Zagreba koji tu cijenu nema s čime usporediti.

4. ZAKLJUČAK

Iz dobivenih rezultata može se zaključiti da postoje značajne regionalne razlike u zadovoljstvu studenata Sveučilišta u Zagrebu cijenama u zagrebačkim kafićima i noćnim klubovima te da su te razlike uzrokovane ne samo s ekonomskim pokazateljima već i percepcijom studenata o razlici zagrebačkih cijena s onima u kraju iz kojeg dolaze.

Prva hipoteza, da će studenti iz krajeva s višim prosječnim prihodima biti i više zadovoljni cijenama pića u Zagrebu, potvrđena je, pri čemu je ta veza jača kod cijena kafića ($p = 0,001$; $r = 0,218$) u odnosu na cijene u noćnim klubovima ($p = 0,02$; $r = 0,139$). Drugim riječima, studenti iz županija s nižim prosječnim plaćama ujedno su i manje zadovoljni cijenama pića u zagrebačkim kafićima i noćnim klubovima, dok su oni iz županija s višim plaćama ujedno i više zadovoljni cijenama pića u Zagrebu. S druge strane, nije uočena statistički značajna veza između zadovoljstva studenata cijenama i prihoda studenata navedenih u anketnom istraživanju. Kao glavni razlog za to nameću se najniži prihodi studenata Grada Zagreba i Zagrebačke županije koji proizlaze iz toga što ih većina živi s roditeljima pa ne moraju podmirivati troškove stanovanja.

Druga hipoteza odnosila se na važnost lokacije za odabir kafića, a dokazana je kako odgovorima studenata, tako i na temelju kartiranja kafića koje su studenti naveli kao najposjećenije te fakulteta koje pohađaju, studentskih domova te Studentskog centra. Uočena je koncentracija takvih kafića upravo u blizini fakulteta, studentskih domova te Studentskog centra. S druge strane, sukladno hipotezi, lokacija ne igra toliko važan faktor za odabir noćnih klubova – tamo znatno važniju ulogu ima atmosfera.

Treća hipoteza, prema kojoj bi zadovoljstvo studenata cijenama trebalo ovisiti ne samo o prihodima već i o usporedbi cijena u kraju iz kojeg dolaze i u Zagrebu, dokazana je korelacijskom analizom ($p = 0,000$; $r = 0,293$). Dakle, zadovoljniji će biti oni studenti koji su dolaskom na studij u Zagreb zatekli jeftinije cijene u odnosu na one u regiji iz koje dolaze, dok

će manje zadovoljni biti oni kojima su zagrebačke cijene skuplje od onih „kod kuće“. Uz to, te su se korelacije pokazale jačima od onih između prosječnih neto plaća i zadovoljstva cijenama. Odnosno, na zadovoljstvo mladih cijenama u Zagrebu više utječe njihova usporedba cijena između vlastitog mjesta i Zagreba nego prosječne plaće. Osim toga, dokazane su i razlike unutar primorske regije, tj. uočena je pozitivna korelacija između zadovoljstva cijenama pića u Zagrebu i cijena kafića unutar regije, ovisno je li kafić na obali ili u unutrašnjosti.

LITERATURA

Aresi, G., 2014: *Giovani, alcol e divertimento notturno. Dallo studio del fenomeno ad una ricerca-intervento in un quartiere ad alta concentrazione di locali*, Tesi di dottorato, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano.

Climati, C., 2002: *Il popolo della notte. Discoteche ecstasy e alcol: nuove solitudini o buio da illuminare?*, Paoline Editoriale Libri, Milano.

Cavalli, A., Calabro, A., R., 2008: *Il tempo dei giovani*, Ledizioni, Bologna.

Galešić, M., 2003: *Anketna istraživanja putem interneta: Mogući izvori pogrešaka*, Društvena istraživanja 14 (1-2), 297-320.

Ilišin, V., 1999: Slobodno vrijeme mladih s posebnim osvrtom na ruralno-urbani kontinuum, *Sociologija sela* 37 (1), 21-44.

Ilišin, V., 2007: Slobodno vrijeme i interesi mladih, u: *Mladi: problem ili resurs* (ur. V. Ilišin i F. Radin), IDIZ, Zagreb, 179-201.

Ilišin, V., Radin, F., 2007: Mladi u suvremenom hrvatskom društvu, u: *Mladi: problem ili resurs* (ur. V. Ilišin i F. Radin), IDIZ, Zagreb, 13-39.

Jakovčić, M., 2011: Geografija slobodnog vremena mladih – kako izabrati svoj najdraži trgovački centar, *Hrvatski geografski glasnik*, 73 (1), 51-69.

Leburić, A., Relja, R., 2001: U potrazi za dobrom zabavom: istraživanje noćnoga života mladih u diskotekovima na području primorskih županija, *Društvena istraživanja* 10 (6), 1083-1107.

Mak, K., Dumić, V., Jakovčić, M., 2017: Geografija potrošnje mladih: Usporedba potrošačkih navika maturanata iz Samobora i Zaboka, *Godišnjak grada Zaboka* 4, 50-68.

Manetti, M., Rania, N, Zunino, A., 2007: Percezioni, significati e gestione del tempo libero in giovani adolescenti, *Turismo e psicologia* 1 (1), 78-90.

Montgomery, J., 1997: Café culture and the city: The role of pavement cafés in urban public social life, *Journal of Urban Design*, 2 (1), 83-102.

Moss, S., 2009: *The Entertainment Industry. An Introduction*, CAB International, Leeds,

Relja, R., 2007: Uvod: Mladi kao potrošači i/ili tvorcii novih tržišnih trendova, u: *Disko generacija: sociološka istraživanja noćne zabave mladih*, Filozofski fakultet, Split, 7-15.

Relja, R., Leburii, A., 1999: Putovanje mladih u tamu noći: prinosi sociologiji zabave, *Sociologija i prostor* (144-145), 249-263.

Ruscello, M., 2000: *I giovani tra scuola, sport e tempo libero. Studio sulla condizione giovanile in provincia di Benevento*, Tesi di dottorato, Studi di Benevento, Benevento.

Sikora, A., 2019: Prostor i sjećanje – zaboravljene zagrebačke kavane, *Kazivač, časopis za etnološke i kulturnoantropološke teme*, 3 (3), 199-218.

Skoćir, D., Šakaja, L., 2017: Prostorni aspekti posjećenosti kafića u Zagrebu: dobne i rodne razlike, *Acta Geographica Croatica* 43/44 (1), 37-58.

Štefek, T., 2014: *Fenomen zagrebačke subotnje špice kao dio javnog života u očima korisnika prostora Bogovićeve ulice*, Diplomski rad, Filozofski fakultet, Zagreb.

Waxman, L., 2006: The Coffee Shop: Social and Physical factors Influencing Place Attachment, *Journal of Interior Design* 31 (3), 35-53.

IZVORI

Anketno istraživanje, 2019: Zadovoljstvo studenata Sveučilišta u Zagrebu kafićima i noćnim klubovima, <https://forms.gle/8wQdUDwAVmGkpDTM9> (3. 12. 2019.).

Državni zavod za statistiku (DZS) / Croatian Bureau of Statistics (CBS), 2019: Zaposlenost i plaće u 2018: prosječne mjesečne isplaćene plaće / Employment and Wages, 2018: average monthly paid off earnings, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1648.pdf (10. 4. 2020.).

Šime Vukman

Ekonomsko-geografski čimbenici zadovoljstva studenata Sveučilišta u Zagrebu zagrebačkim kafićima i noćnim klubovima

SAŽETAK

Potrošnja je široko rasprostranjen globalni proces. Suvremeno (zapadno) društvo obilježeno je kontinuiranim rastom potrošačkih želja, tj. potražnje, a posljedično i potrošnje. Specifičnu skupinu potrošača čine mladi koji su u fokusu ovoga istraživanja. Rad je usmjeren na ekonomsko-geografske činitelje zadovoljstva studenata Sveučilišta u Zagrebu zagrebačkim klubovima i kafićima. Na temelju provedenog anketnog istraživanja, uočene su razlike u zadovoljstvu mladih s obzirom na ekonomsko-geografske različitosti prostora iz kojeg dolaze te su ponuđena objašnjenja dobivenih razlika. Naglasak se stavlja i na važnost lokacije kao faktora koji posebno utječe na odabir najučestalije posjećenog kafića kod promatrane socijalne skupine.

Cljučne riječi: kafići, noćni klubovi, Zagreb, potrošnja, mladi

Šime Vukman

Economic-geographical factors of University of Zagreb students' satisfaction with the night clubs and bars of Zagreb

SUMMARY

Consumption is a widespread global phenomenon. Contemporary (western) society is characterized by a continued growth of consumer desires, i. e. demand, and consequently consumption. The youth are a specific group of consumers which the focus of this research lies on. The paper is aimed at economic and geographic factors of University of Zagreb students' satisfaction with the night clubs and bars of Zagreb. Based on the conducted poll research, certain differences in youth satisfaction stemming from the economic and geographic differences of areas from which they originate were noted, with explanations for the differences being put forward. In addition, emphasis is laid on the importance of location as a factor that has a profound effect on the choice of the observed social group's most frequently visited bars.

Key words: bars, night clubs, Zagreb, consumption, youth