

**Uglješić, Robert**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:236180>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-07**



*Repository / Repozitorij:*

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski studij ( Ekonomska politika i regionalni razvitak)

Robert Uglješić

## **KVALITETA ŽIVOTA U RH**

Diplomski rad

Osijek, 2020.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski studij ( Ekonomska politika i regionalni razvitak)

Robert Uglješić

## **KVALITETA ŽIVOTA U RH**

Diplomski rad

**Kolegij: Makromarketing**

JMBAG:0010214663

e-mail:robertugljestic995@gmail.com

Mentor: Prof.dr.sc. Mirna Leko Šimić

Osijek, 2020.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Graduate Study (Ekonomika politika i regionalni razvitak)

Robert Uglješić

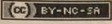
## **QUALITY OF LIFE IN CROATIA**

Graduate paper

Osijek, 2020.

## IZJAVA

### O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski  
(navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: ROBERT UGLEŠIĆ

JMBAG:

OIB: 34091663863

e-mail za kontakt: robertuglesic995@gmail.com

Naziv studija: Ekonomski fakultet u Osijeku

Naslov rada: kvaliteta života u RH

Mentor/mentorica diplomskog rada: Prof.dr.sc. Mirna Lekšić Šimić

U Osijeku, 23. 7. 2020. godine

Potpis

Robert Uglešić

## SAŽETAK

Pojam kvalitete života je vrlo složen jer on ne uključuje samo ono materijalno nego i različite subjektivne pokazatelje koji utječu na ljudski život. Marketing na makro razini ima veliki utjecaj na sve sfere života, vrlo je opsežan i može uvelike unaprijediti kvalitetu života u društvu. Cilj istraživanja ovoga rada je odrediti koji faktori utječu na kvalitetu života u Republici Hrvatskoj tako da se usporede i analiziraju podaci koji su prikupljeni vlastitim istraživanjem o percepciji kvalitete života ispitanika sa prethodnim istraživanjima o kvaliteti života u Hrvatskoj i ostatku Europe.

Rad se sastoji od teorijskog i praktičnog dijela. Prvi dio rada pokazuje teorijsku osnovu koja uključuje razradu pojma kvalitete života. Makromarketing ima veliki utjecaj na kvalitetu života i stoga je u teorijskom dijelu obrađen pojam makromarketinga kroz definiciju i povezanost makromarketinga i kvalitete života.

U drugom djelu teorijskog djela rada prikazane su analize prethodnih istraživanja kvalitete života koja su provedena na razini Europe. Prikazani su rezultati triju istraživanja i to redom istraživanje na studentskoj populaciji EUROSTUDENT VI, zatim istraživanje agencije Eurofound na stanovnicima određenih zemalja Europe i na kraju rezultati istraživanja prikupljeni sa svjetske baze podataka Numbeo.

Treći dio rada je praktični dio. Za ovaj dio rada prikupljeni su i obrađeni podaci putem online ankete. Anketa je uključivala studente iz cijele Hrvatske. Glavna svrha ovog istraživanja je na temelju prikupljenih podataka vlastitog istraživanja o percepciji koju studenti imaju o kvaliteti života u Hrvatskoj i podataka iz prethodnih istraživanja napraviti usporedbu i uvidjeti koji su to ključni faktori koji utječu na kvalitetu života, odnosno pronaći ključne sastavnice društva koje su kritične i koje treba unaprijediti.

## **ABSTRACT**

The concept of quality of life is very complex because it includes not only the material but also various subjective indicators that affect human life. Marketing at the macro level has a great impact on all spheres of life, is very extensive and can greatly improve the quality of life in society. The aim of this paper is to determine which factors affect the quality of life in the Republic of Croatia by comparing and analyzing data collected by our own research on the perception of quality of life of respondents with previous research on quality of life in Croatia and the rest of Europe.

The paper consists of a theoretical and a practical part. The first part of the paper shows the theoretical basis that includes the elaboration of the concept of quality of life. Macromarketing has a great impact on the quality of life and therefore in the theoretical part the concept of macromarketing is treated through the definition and connection of macromarketing and quality of life.

The second part of the theoretical part of the paper presents analysis of previous quality of life research conducted at the European level. The results of three surveys are presented, namely the survey on the student population EUROSTUDENT VI, then the Eurofound survey on the population of certain European countries and finally the results of the survey collected from the world database Numbeo.

The third part of the paper is the practical part. For this part of the paper, data were collected and processed through an online survey. The survey included students from all over Croatia. The main purpose of this research is based on the collected data of their own research on the perception of students about the quality of life in Croatia and data from previous research to make a comparison and see what are the key factors influencing quality of life which needs to be improved.

# SADRŽAJ

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. UVOD .....                                                            | 1  |
| 2. KVALITETA ŽIVOTA- TEORIJSKA OSNOVA .....                              | 2  |
| 2.1. Utjecaj makromarketinga na kvalitetu života.....                    | 3  |
| 2.1.1. Definicija makromarketinga.....                                   | 3  |
| 2.1.2. Makromarketing i kvaliteta života .....                           | 4  |
| 2.2. Prethodna istraživanja o kvaliteti života .....                     | 6  |
| 2.2.1. Rezultati istraživanja EUROSSTUDENT VI.....                       | 6  |
| 2.2.2. Europsko istraživanje o kvaliteti života agencije Eurofound ..... | 9  |
| 2.2.3. Istraživanje sa svjetske baze podataka Numbeo.....                | 15 |
| 3. ISTRAŽIVANJE KVALITETE ŽIVOTA .....                                   | 18 |
| 3.1. Rezultati istraživanja i rasprava .....                             | 20 |
| 3.1.1. Rezultati istraživanja .....                                      | 20 |
| 3.1.2. Rasprava .....                                                    | 29 |
| 4. ZAKLJUČAK .....                                                       | 31 |
| 6. LITERATURA.....                                                       | 33 |
| Popis tablica .....                                                      | 35 |
| Popis slika .....                                                        | 35 |
| Prilozi .....                                                            | 36 |

## 1. UVOD

Kvaliteta života je vrlo složen pojam, koji se nalazi u središtu zanimanja mnogih znanstvenika dugi niz godina. Kroz povijest razumijevanje koncepta kvalitete života se mijenjao. Mnogi znanstvenici su kvalitetu života promatrali kroz ekonomiju, sociologiju i filozofiju. Glavna tvrdnja koja se vezuje za kvalitetu života je da se kvalitetan život može ostvariti onda kad su zadovoljene ljudske potrebe.

Kvaliteta života se mjeri preko različitih ekonomskih, ali i neekonomskih pokazatelja. Kvalitetu života ne čine samo indikatori materijalnog života, nego se ona sastoji od različitih subjektivnih čimbenika kao što su društveni odnosi, sigurnost, mentalno zdravlje, kvaliteta okoliša, kulturni resursi. (Dobrotić, et. al., 2007.)

Makromarketing je uvelike bitan za razvoj svake države, ali je također bitan i za povećanje kvalitete života. Tijekom posljednjih godina brojne su države uvidjele važnost makromarketinga i počele su ga primjenjivati u svom sustavu. Na taj način se pokušava razviti država i zajednica u cjelini. Uvođenjem makromarketinga pokušava se poboljšati sve sfere života koje će utjecati na osobnu sreću i kvalitetu života svakog pojedinca.

Predmet istraživanja ovoga rada je kvaliteta života u Republici Hrvatskoj. Rad se sastoji od teorijskog i praktičnog dijela. Pokušat će se definirati što je to kvaliteta života i na koji način makromarketing ima utjecaj na kvalitetu života. Također, istraženi su rezultati triju prethodnih istraživanja koji su provedeni na razini cijele Europe, a koji uključuju i rezultate za Republiku Hrvatsku. Za praktični dio rada provedeno je vlastito istraživanje zadovoljstva pojedinih aspekata života koji utječu na kvalitete cjelokupnog života. Istraživanje je provedeno putem online ankete i uključivalo je studente iz cijele Hrvatske. Na temelju postojećih podataka i vlastitog istraživanja provedena je usporedba podataka te su pronađena kritična područja.

Cilj istraživanja ovoga rada je na temelju istraživanja o utjecaju makromarketinga na kvalitetu života, provedenih prethodnih istraživanja i vlastitoga istraživanja provedenog putem ankete usporediti podatke i uvidjeti koji su to faktori koji utječu na kvalitetu života u Republici Hrvatskoj uspoređujući ju sa kvalitetom života u ostatku Europe.

## 2. KVALITETA ŽIVOTA- TEORIJSKA OSNOVA

Kvaliteta života je već dugu godinu predmet istraživanja brojnih znanstvenika. Termin kvaliteta života susrećemo u mnogim istraživanjima, u različitim znanstvenim disciplinama poput sociologije, psihologije, filozofije i ekonomije. Kako bi se potpuno objasnilo pitanje što je to kvaliteta života potrebno je uključiti ne samo ekonomsku stranu nego i sociološku i psihološku. (Martinis, 2005.)

Sa ekonomskog stajališta procjena kvalitete života se temelji na ekonomskom standardu, gospodarskom rastu i životnom standardu pojedinca. Pokazatelj ekonomskog blagostanja je najčešće bruto domaći proizvod. Kada se govori o kvaliteti života sa ekonomske strane ona je viša u društvima koja imaju viši bruto domaći proizvod. (Leko Šimić, 2019) Kvaliteta života se sa ekonomske strane koristi kao sinonim za blagostanje, materijalnu sigurnost ili životni standard (Lončarić, 2009.).

S druge sociološke strane, kako je s vremenom životni standard rastao istraživanja koja su se bavila kvalitetom života bila su usmjerena na opažanje zadovoljenja osobnih i društvenih potreba. (Kovčo Vukadin, Novak, Križan, 2016.) Psihološki pristup predstavlja ocjenu na koji način ljudi procjenjuju svoj život (Leko Šimić 2019.).

Znanstvenici kroz povijest pa i danas pokušavaju odrediti koji su to čimbenici koji utječu na kvalitetu života. Također kvaliteta života povezuje sa subjektivnom dobrobiti zadovoljstvom životom ili srećom. U posljednje vrijeme se utvrđuju međusobni odnosi gospodarstva i sreće (Lončarić, 2009).

Kroz povijest se počelo shvaćati kako postoje objektivni i subjektivni indikatori u procjeni kvalitete života. Objektivni indikatori bili su normativni pokazatelji kao što su stopa smrtnosti, stopa nezaposlenosti, udio stanovništva koji se nalazi ispod granice siromaštva i drugo. S druge strane subjektivni indikatori pokazuju razlike između pojedinaca u opažanju stvarnih uvjeta života. Ovakva podjela je rezultat opažanja kako ljudi koji imaju jednake životne uvjete drugačije ocjenjuju kvalitetu života. Povezanost objektivnih i subjektivnih indikatora u procjeni kvalitete života je vrlo složena, a tome ide u prilog i brojna istraživanja koja pokazuju kako zadovoljavanje osnovnih životnih potreba i povećanje životnog standarda ne mora utjecati na kvalitetu života (Martinis, 2005. i Lučev, Tadinac, 2008.).

Upravo zbog velike složenosti procjene kvalitete života na koju utječe mnogo čimbenika nije lako definirati što je potrebno zadovoljiti kako bi se povećala kvaliteta života i kako bi se

uopće procijenila razina kvalitete života pojedinaca i skupina ljudi koji žive na određenom području.

Autori poput Krizmanića i Kolesarića (1989.) definirali su kvalitetu života kao „subjektivno doživljavanje vlastitog života određeno objektivnim okolnostima u kojima osoba živi, karakteristikama ličnosti koje utječu na doživljavanje realnosti i njenog specifičnog životnog iskustva. (Prema Martinis, 2005)

Prema pisanju Lončarić (2009.) kvaliteta života se ostvaruje u različitim područjima, a najvažnija su:

- ekonomsko blagostanje,
- kvaliteta radne okoline,
- zdravlje,
- obitelj i društveni život,
- život u lokalnoj zajednici,
- nacionalna i osobna sigurnost,
- obrazovanje,
- kulturna područja i dr.

Jedna od bitnih grana ekonomije koja se bavi proučavanjem kvalitete života je makromarketing te će se stoga u sljedećim poglavljima obraditi utjecaj makromarketinga na kvalitetu života.

## **2.1. Utjecaj makromarketinga na kvalitetu života**

### **2.1.1. Definicija makromarketinga**

Makromarketing je interdisciplinarno područje istraživanja koje obuhvaća međunarodnu ekonomiju marketing i makroekonomiju (Leko Šimić, 2019.). Drugi autori poput Hunta (1981.) makromarketing su definirali kao višedimenzionalnu konstrukciju koja se odnosi na proučavanje prije svega marketinških sustava, utjecaja i posljedica marketinških sustava na društvo kao i utjecaja i posljedica društva na marketinške sustave.

Bartels i Jenkins (1977.) su također predložili svoju definiciju: „Makromarketing bi trebao označiti aspekt marketinga koji je „veći“ nego što se inače smatra, što bi značilo marketinške procese u cijelosti i skupni mehanizam institucija koje ga provode“.

Fisk (1981) je dodao da makromarketing treba promatrati kao društveni postupak kroz sljedeće aspekte:

- tehnologija pružanja sustava za održavanje života,
- kvaliteta i količina životnih ciljeva kojima se služi marketing
- tehnologija za mobilizaciju i raspodjelu resursa,
- zabrinutost za posljedice marketinga.

Meler (1992) navodi kako se makromarketing sastoji iz dva dijela:

- Poslovnog marketinga koji obuhvaća marketing gospodarskih djelatnosti,
- Neposlovnog marketinga odnosno društvenog marketinga

Prema tome makromarketing je funkcija aktivnosti poslovnog i društvenog marketinga i stoga područje djelovanja makromarketinga je čitavo gospodarstvo i društvo. Cilj poslovnog i društvenog marketinga je zadovoljiti potrebe, no poslovni marketing se temelji na profitabilnosti, a društveni marketing na općedruštvenim kriterijima. Širenje djelovanja marketinga iz poslovnog u društveni marketing temelji se prije svega na transformaciji okruženja u kojem djeluje, ali i težnji da se potrebe pojedinca pa tako i društva u cjelini zadovolje na cjelovitiji način (Meler, 1992.).

Makromarketing predstavlja ukupni tijek proizvoda i usluga pojedine zemlje, a sve u svrhu stvaranja određene koristi za čitavo društvo (Meler, 2005). Meler (2005) navodi: „Makromarketing predstavlja sustavni pristup marketingu na razini društva kao cjeline. Input tog sustava su subjekti gospodarskih i društvenih djelatnosti sa svojim mikrosustavima marketinga, koji su međusobno interaktivno povezani i uvjetovani.“

#### 2.1.2. Makromarketing i kvaliteta života

Makromarketing i kvaliteta života su usko povezani. Sve skupine čimbenika koji utječu na sreću pojedinaca, odnosno na njihovu percepciju kvalitete života osim čimbenika osobnosti je pod direktnim ili indirektnim utjecajem makromarketinga (Leko Šimić, 2019.). Predmet istraživanja makromarketinga je utjecaj marketinga na gospodarski sustav i kvalitetu života (Lončarić, 2009).

Makromarketing ima za cilj poboljšati sve sfere života koje će imati utjecaj na osobnu sreću i zadovoljstvo pojedinca. Glavni zadatak makromarketinga je da putem tržišta poveže proizvodnju i potrošnju i na taj način zadovolji potrebe društva ( Lončarić, 2009.)

Prema riječima autora Wilkie i Moore (1999) postoji deset načina na koje marketing doprinosi ekonomskom blagostanju, a to su:

- povećanje zaposlenosti i osobnog dohotka,
- omogućavanje slobodnog izbor u potrošnji,
- viši životni standard,
- djeluje na razvoj infrastrukture (transporta, komunikacije i sl.)
- plaćanje poreza u javne svrhe,
- doprinosi efikasnosti masovnog tržišta,
- difuziji inovacija,
- povećanje ravnoteže trgovačke bilance,
- povećanje međunarodnog razvoja,
- uvjetuje ekonomski rast i napredak.

Marketing, također ima posredno djelovanje na razinu zadovoljavanja društvenih potreba što uključuje obrazovanje, zdravstvenu i socijalnu zaštitu. Ako se dogodi da implementacija marketing koncepcije rezultira intenzivnijom gospodarskom aktivnošću, dogodit će se da društvo imati veće mogućnosti podmirenja javnih potreba, što osigurava društveni razvoj i djeluje na kvalitetu života. Kako bi mogli ostvariti pozitivne učinke na kvalitetu života mora se oprezno upravljati raspoloživim resursima i isporučiti output (proizvod, usluge, informacije i dr.) bez negativnih posljedica na ljude i okoliš (Lončarić, 2009.).

Marketing kvalitete života je tijekom vremena prešao iz tradicionalnog u suvremeni pristup. Tradicionalni pristup je prije svega podrazumijevao da marketing djeluje na kvalitetu života isporukom ekonomskih dobara i da se tako povećava blagostanje potrošača. S druge strane suvremeni pristup osim ovoga uključuje i druge dimenzije kvalitete života kao što su ekonomsko blagostanje, ali i blagostanje u radnoj okolini ili lokalnoj zajednici (Lončarić, 2009.)

Svi težimo poboljšanju kvalitete života, no da bi se kvaliteta života poboljšala potrebno je izgraditi i ojačati gospodarstvo. Kako bi se gospodarstvo razvilo potrebno je prije svega ulagati u radna mjesta, obrazovanje, zdravstvenu zaštitu, poboljšanje mjesta stanovanja, ali

također u to sve uključiti i umjetnost, kulturu i potrebnu infrastrukturu. Bitno je smanjiti stopu kriminala i olakšati poreze kako bi privukli strana ulaganja. Svi ovi dijelovi moraju savršeno funkcionirati jedan s drugim.

Kvaliteta života je visoka ako neka država ili regija može svojim stanovnicima pružiti sve što oni žele i trebaju za opstanak i napredak. Upravo se poboljšanjem kvalitete života postiže poželjnost određenog mjesta. Mjesta koja imaju visoku ocjenu kvalitete privlače ne samo turiste, nego i stanovništvo koje će se trajno zadržati na tome području.

Kao što je već navedeno pojam kvalitete života je širok i obuhvaća mnoge čimbenike kao što su posao, obrazovanje, zdravstvena zaštita, okoliš, javni sadržaj, stopa kriminala, troškovi života i dr., no nije uvijek jednostavno brojčano odrediti kvalitetu života. Brojne organizacije pokušavaju pronaći jedinstvenu formulu pomoću koje bi se mogla izračunati ocjena kvalitete života.

## **2.2. Prethodna istraživanja o kvaliteti života**

U nastavku ovoga rada prikazat će se rezultati triju istraživanja koja su provedena u određenim zemljama Europe.

Prvo istraživanje odnosi se na studente. Naime, istraživanje EUROSTUDENT VI je međunarodno istraživanje provedeno uz financijsku pomoć Europske komisije. Ovo istraživanje je provedeno u razdoblju od 2016. do 2018. godine u 28 europskih zemlja, to je ukupno treći ciklus istraživanja za koji je u Republici Hrvatskoj bio zadužen tim stručnjaka sa Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu (Rimac, Bovan, Ogresta, 2019)

Drugo istraživanje provodi se svake četiri godine, a zadnje je bilo 2016. Europsko istraživanje o kvaliteti života koje provodi agencija Europske unije Eurofound provedeno je od rujna 2016. do ožujka 2017 (Eurofound, 2017.)

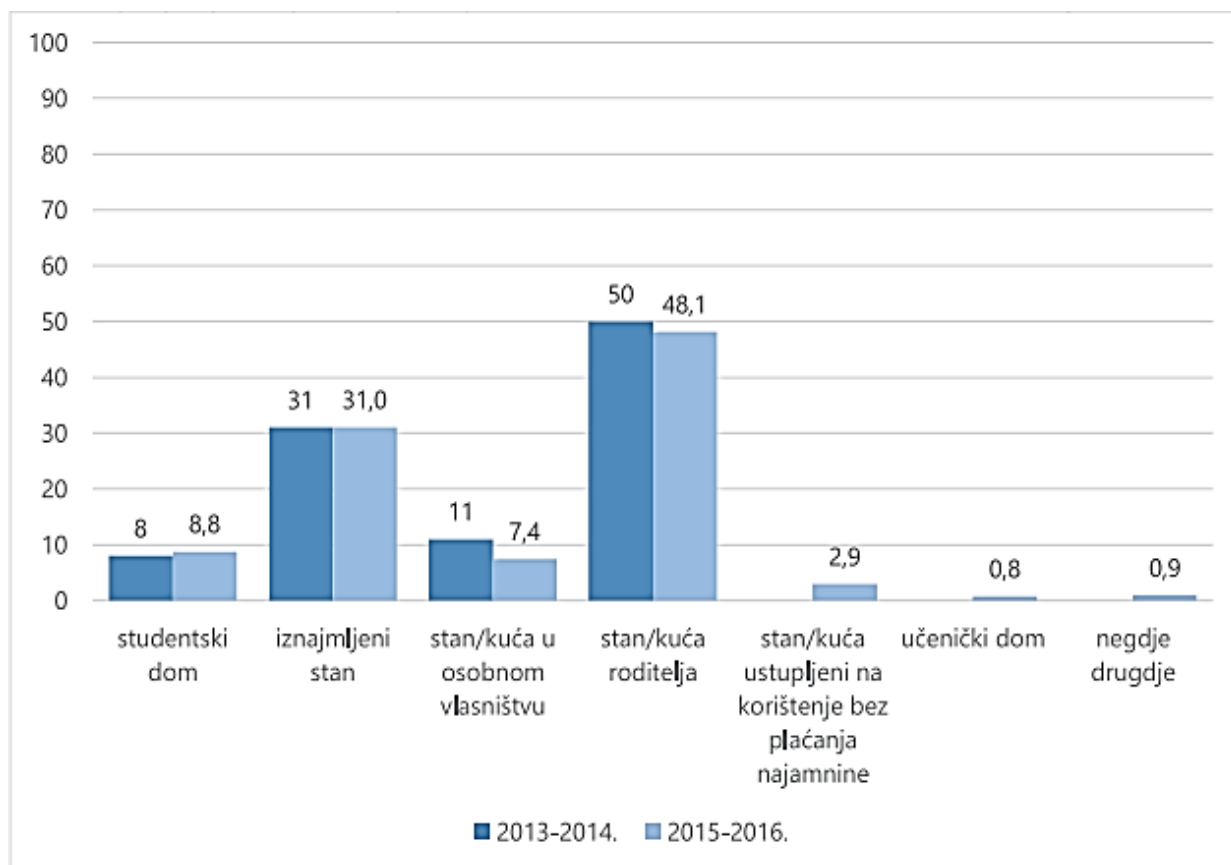
Rezultati trećeg istraživanja prikupljeni su sa globalne baze podataka Numbeo. Numbeo je najveća svjetska baza podataka o troškovima života, a također je i globalna baza podataka o kvaliteti života (Numbeo, 2020.)

### **2.2.1. Rezultati istraživanja EUROSTUDENT VI**

EUROSTUDENT je međunarodni projekt i istraživanje o kvaliteti života studenata. Cilj ovog projekta je prikupiti podatke o socijalnoj dimenziji visokog obrazovanja u državama članicama Bolonjskog procesa.

U Hrvatskoj je nositelj ovog istraživanja Ministarstvo znanosti i obrazovanja, a Hrvatska se prvi put uključila u istraživanje u njegovom četvrtom ciklusu 2010. godine. Novo istraživanje pokrenuto je u lipnju 2018. godine i to je ukupno sedmi ciklus istraživanja. U nastavku će biti prikazani rezultati šestog ciklusa istraživanja EUROSTUDENT VI, a to je ujedno treće istraživanje u Republici Hrvatskoj (Rimac, Bovan, Ogresta, 2019).

Slika 1. Tip smještaja za vrijeme studija



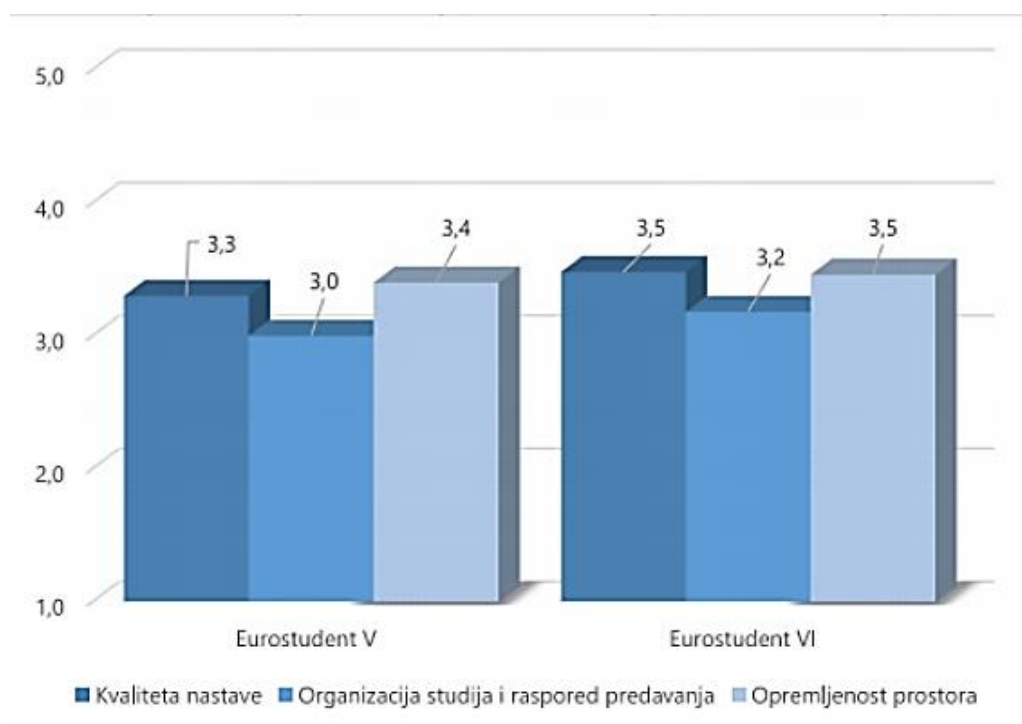
(Izvor: Rimac, Bovan, Ogresta, 2019.)

Istraživanje pokazuje da najveći broj studenata za vrijeme studiranja ostaje živjeti sa roditeljima, čak 48,1 %. U razdoblju od 2015. do 2016. godine u odnosu na 2013. do 2014. godinu neznatno se povećao broj studenata koji žive u studentskom domu. To je rezultat povećanja broja studentskih domova (Rimac, Bovan, Ogresta, 2019.). Može se očekivati da se taj broj danas i povećao s obzirom da se grade novi studentski domovi i na taj način povećava broj mjesta u domovima.

Iz grafa je također vidljivo kako veliki dio studenta živi u iznajmljenim stanovima. Veliki dio studenta ipak napušta stalno mjesto boraka i kao alternativu za studentske domove pronalaze stanove za iznajmljivanje. To je posebice vidljivo u manjim sredinama gdje su manji kapaciteti smještaja u studentske domove.

Za kvalitetu studentskog života ključan faktor je zadovoljstvo studenata studijem kojeg su upisali. Na sljedećem grafu prikazano je zadovoljstvo studenta određenim aspektima studiranja. Ispitano je zadovoljstvo studenata kvalitetom nastave, zatim organizacijom studija, rasporedom predavanja i opremljenošću prostora u kojem se izvodi nastava. Studenti su se mogli odlučiti za ocjenu na skali od 1 do 5 gdje je 1 predstavljao izrazito nezadovoljstvo, a broj 5 izrazito zadovoljstvo ovim aspektima studiranja (Rimac, Bovan, Ogresta, 2019.).

Slika 2 Zadovoljstvo studenata različitim aspektima studiranja



(Izvor: Rimac, Bovan, Ogresta, 2019)

U odnosu na peti ciklus istraživanja u ovom šestom ciklusu vidljiv je blagi porast zadovoljstva. S obzirom da je zadovoljstvo označeno brojevima od jedan do pet iz ovog grafa vidljivo je su studenti u Hrvatskoj prosječno zadovoljni studiranjem. Na pitanje o zadovoljstvu kvalitetom nastave prosječna ocjena zadovoljstava je 3,5 kao i za opremljenost prostora, dok je prosječna ocjena za organizaciju studija kao i raspored predavanja 3,2.

Prosječna ocjena za pojedina sveučilišta kao i privatna veleučilišta nalaze se u sljedećoj tablici.

Tablica 1. Prosječna ocjena pojedinih aspekata studiranja prema vrsti visokih učilišta

|                                                     | Ukupno | Sveučilište<br>u Zagrebu | Sveučilište<br>u Splitu | Sveučilište<br>u Rijeci | Sveučilište<br>Josipa Jurja<br>Štrosmayera<br>u Osijeku | Manja<br>sveučilišta<br>(<10.000) | Javna<br>veleučilišta<br>i visoke<br>škole | Privatna<br>veleučilišta<br>i visoke<br>škole |
|-----------------------------------------------------|--------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Uzorak                                              | 4.825  | 1.998                    | 607                     | 485                     | 522                                                     | 449                               | 607                                        | 406                                           |
| Kvaliteta<br>nastave                                | 3,5    | 3,4                      | 3,5                     | 3,3                     | 3,4                                                     | 3,6                               | 3,5                                        | 4,1                                           |
| Organizacija<br>studija i<br>raspored<br>predavanja | 3,2    | 3,1                      | 3,1                     | 3,2                     | 3,1                                                     | 3,2                               | 3,1                                        | 3,9                                           |
| Opremljenost<br>prostora                            | 3,5    | 3,3                      | 3,2                     | 3,4                     | 3,5                                                     | 3,6                               | 3,5                                        | 4,3                                           |

(Izvor: Rimac, Bovan, Ogresta, 2019)

Prema navedenoj tablici vidljivo je da se prosječna ocjena zadovoljstva studenata na sveučilišnim studijima bitno ne razlikuje od ukupne prosječne ocjene, no sa druge strane vidljivo je kako su studenti na privatnim veleučilištima i visokim školama puno zadovoljniji od studenata u javnim sveučilištima i veleučilištima.

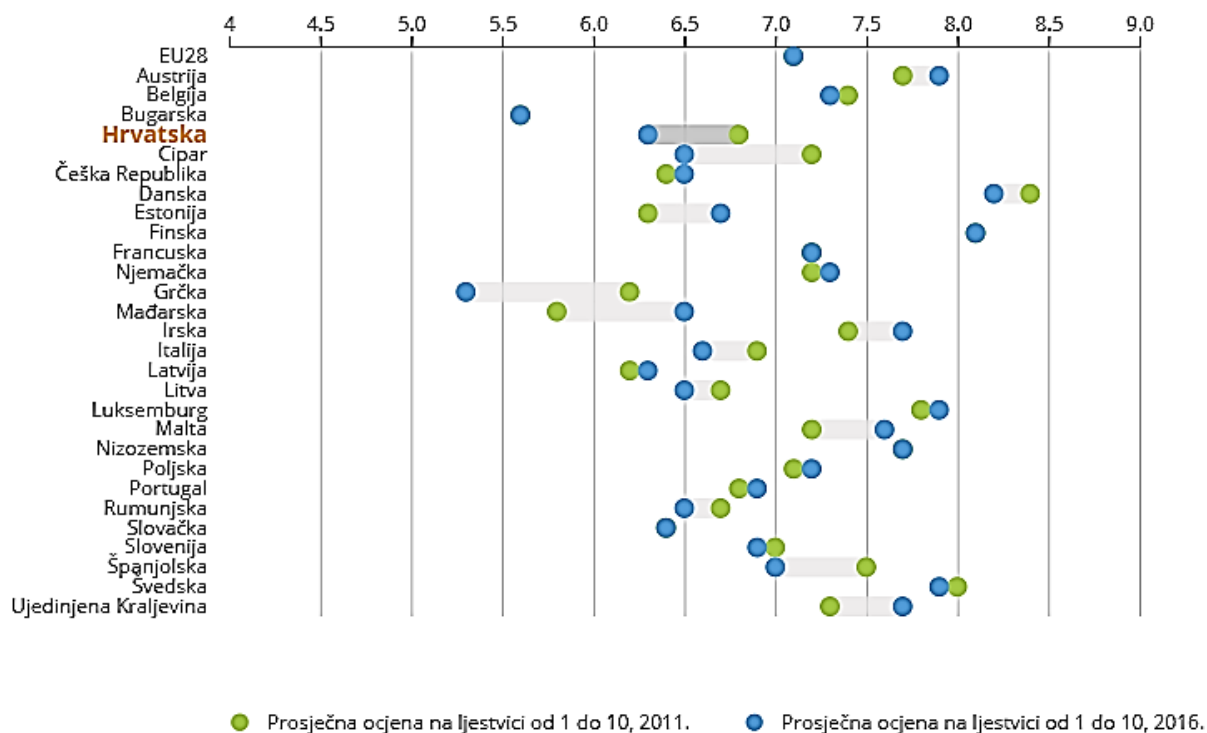
U usporedbi s podacima iz drugih zemalja Hrvatska se nalazi na samom začelju prema ocjeni zadovoljstva studenata studiranjem. Zajedno sa Hrvatskom na začelju se nalaze Francuska i Rumunjska, a najzadovoljniji studenti studiranjem su na Islandu, ali i Njemačkoj i Finskoj (Rimac, Bovan, Ogresta, 2019).

Zadovoljstvo studijem i studiranjem je značajni element u procjeni kvalitete i uspješnosti ukupnog visokoškolskog obrazovanja. Također, rezultati istraživanja pokazuju da zadovoljniji studenti u većem postotku završavaju studij. (Vukadin Kovčo, 2016.)

#### 2.2.2. Europsko istraživanje o kvaliteti života agencije Eurofound

Eurofound je od rujna 2016. do ožujka 2017. godine proveo svoje četvrto istraživanje. Prva istraživanja provela su se 2003. godine. Najnovije istraživanje provedeno je na gotovo 37 000 ljudi u 33 zemlje, od kojih su 28 članica Europske unije (Eurofound, 2017.).

Slika 3. Prosječna ocjena zadovoljstva životom



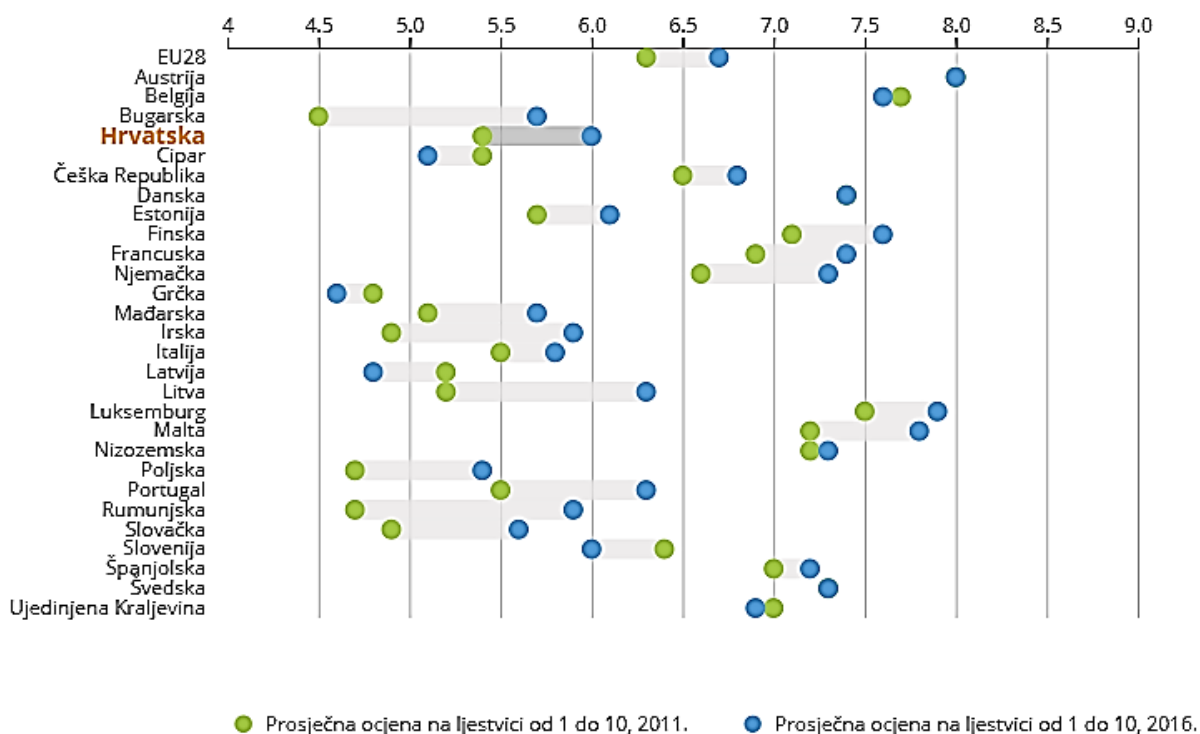
(Izvor: Eurofound, 2017.)

Graf prikazuje prosječnu ocjenu zadovoljstva životom na ljestvici od 1 do 10. Prema navedenim podacima možemo zaključiti kako je prosječna ocjena u većini europskih zemalja oko 7. U mnogim zemljama je došlo do pada zadovoljstva kvalitetom života, a među njima je i Hrvatska. Osim Hrvatske veliki pad kvalitete života bilježe i Španjolska, Cipar, Italija, ali najvećim dijelom Grčka. To je u velikoj mjeri rezultat velike gospodarske krize u Europi. Za razliku od ovih država Austrija, Estonija, Malta i Velika Britanija bilježe porast zadovoljstva stanovništva kvalitetom života.

Sljedeći grafovi prikazuju kvalitetu javnih usluga. Obuhvaćene su usluge javnoga zdravstva, usluge javnoga prijevoza, ali i sustava obrazovanja.

Uspoređujući europske države postoji velika razlika između zadovoljstva kvalitetom zdravstvenih usluga. U većini europskih gradova obuhvaćenih ovim istraživanjem kvaliteta zdravstvenih usluga po mišljenju građana se povećala. Sljedeći graf prikazuje prosječnu ocjenu zadovoljstva stanovništva europskih država zdravstvenim uslugama.

Slika 4. Kvaliteta zdravstvenih usluga



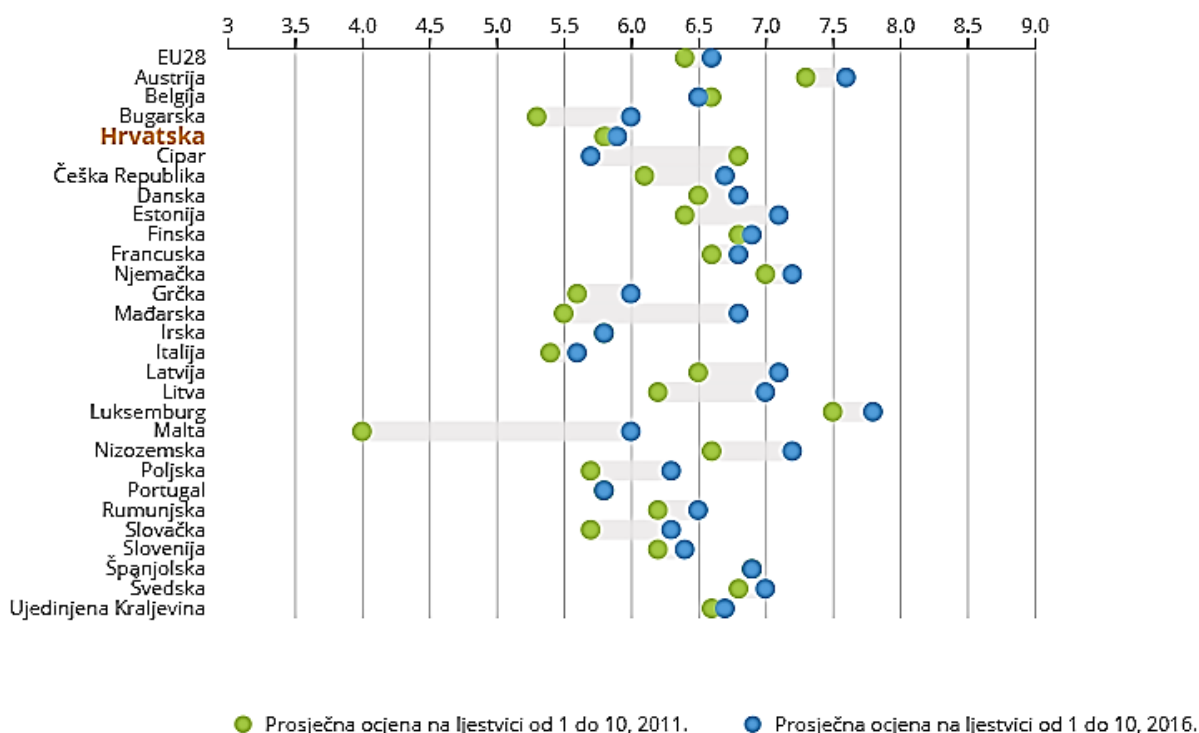
(Izvor: Eurofound, 2017.)

Najveće zadovoljstvo zdravstvenim uslugama iskazuju stanovnici Austrije i prosječna ocjena je 8. Osim Austrije visoku ocjenu zadovoljstva imaju i Luksemburg, Malta, Belgija, Estonija. Sve te države osim Belgije bilježe povećanje zadovoljstva u odnosu na 2011. godinu.

Pad zadovoljstva kvalitetom zdravstvenih usluga bilježe Grčka i Latvija, a osim toga ove dvije države imaju i jako nisku ocjenu kvalitete, između 4,5 i 5. Slovenija također bilježi pad, no ona ima nešto višu prosječnu ocjenu - oko 6. Hrvatska bilježi povećanje zadovoljstva zdravstvenim uslugama i prosječna ocjena 2016. godine iznosila je 6.

Prema prikazanom grafu vidljivo je kako se zadovoljstvo građana po pitanju javnog prijevoza u Hrvatskoj neznatno povećalo u razdoblju od 2011. do 2016. godine i prosječna ocjena iznosi oko 5,9. Hrvatska ima veću ocjenu kvalitete javnog gradskog prijevoza za razliku od nama susjedne Italije ili Irske.

Slika 5. Kvaliteta javnog gradskog prijevoza



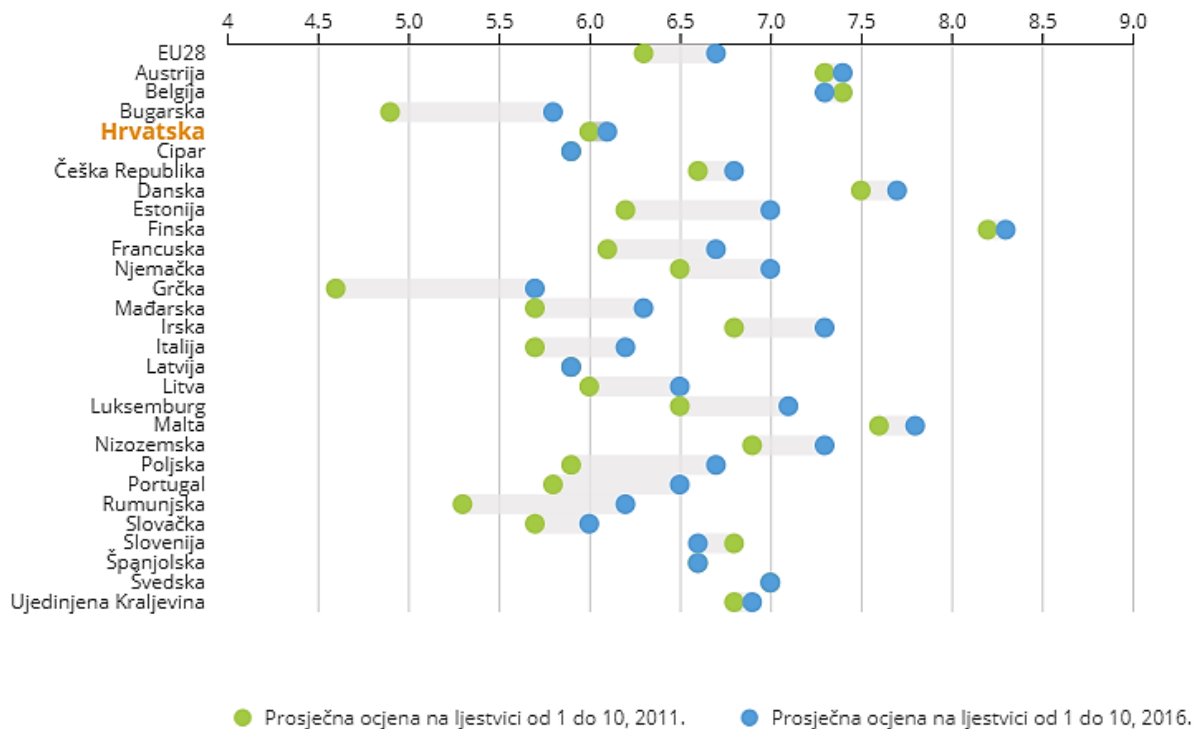
( Izvor: Eurofound, 2017.)

Austrija i Luksemburg su i po ovom pitanju vodeće zemlje po zadovoljstvu stanovništva javnim prijevozom. Najveći porast zadovoljstva u ovom razdoblju bilježi Malta kojoj je prosječna ocjena narasla sa 4 na 6. U ostalim zemljama prosječna ocjena se kreće od 5,5 pa do 7, a značajnije povećanje nezadovoljstva bilježi Cipar.

Sljedeći graf odnosi se na zadovoljstvo građana obrazovnim sustavom. Na grafu je vidljivo kako su sve zemlje osim Belgije povećale prosječnu ocjenu zadovoljstva obrazovnim sustavom, iako je i u Belgiji smanjenje zadovoljstva neznatno i još uvijek je veće za razliku od mnogih drugi zemalja obuhvaćenih ovim istraživanjem. Finski model obrazovnog sustava dobio je najveću ocjenu zadovoljstva građana i iznosi približno 8,3, a slijede ga Danska i Malta, čija je ocjena oko 7,8. Vrlo visoke ocjene imaju i Švedska, Nizozemska, Luksemburg, Irska, Njemačka i Estonija.

Hrvatska bilježi neznatan rast zadovoljstva obrazovnim sustavom sa ocjene 6 na otprilike ocjenu 6,2. Najnižu ocjenu koja govori o zadovoljstvu građana obrazovnim sustavom ima Grčka.

Slika 6. Zadovoljstvo obrazovnim sustavom



(Izvor: Eurofound, 2017.)

Za razvoj makromarketinga od velike je važnosti razina povjerenja u vladajuće strukture društva poput vlade, sabora, pravosuđa ili policije. Na sljedećem grafu prikazana je razina povjerenja u državne institucije u različitim zemljama Europske unije koje uključuje ovoistraživanje.

Prema podacima vidljivo je da je Finska država sa najvećim povjerenjem u sve državne institucije (vlada i sabor), a slijede ju Danska, Luksemburg, Švedska i Austrija. Sve ove države imaju također visoku razinu povjerenja u banke kao i pravosudni sustav i policiju. Finska je na samom vrhu i njena prosječna ocjena za sve institucije je 7,0.

S druge strane, Hrvatska se nalazi na samom dnu tablice i njena prosječna ocjena povjerenja u institucije je samo 4,0. Hrvatska zajedno sa Grčkom dijeli ovu ocjenu. Hrvatska i Grčka su zemlje koje su prošle veliku gospodarsku krizu i samim time povjerenje u institucije je drastično opalo. Ocjena povjerenja u vladu u Hrvatskoj je 3,4 dok je u Grčkoj čak i manja, 2,7. Što se tiče povjerenja u rad Sabora u Hrvatskoj iznosi 3,2, a u Grčkoj 2,8. Kada se gleda ocjena povjerenja u pravosudni sustav Grčka prednjači u odnosu na Hrvatsku i njena prosječna ocjena iznosi 4,7 dok je za Hrvatsku ona 3,5. Još u jednoj stvari Grčka prednjači nad Hrvatskom, a to je povjerenje u rad policije. Grčka ima prosječnu ocjenu 5,8 dok

Hrvatska ima 5,0. Prema podacima iz tablice vidljivo je da građani u Hrvatskoj najmanje povjerenja imaju u rad sabora i vlade, a također i u rad pravosuđa. S druge strane građani imaju najviše povjerenja u rad policije.

Slika 7. Povjerenje u državne institucije

|                | Povjerenje u vladu | Povjerenje u sabor | Povjerenje u nove medije | Povjerenje u banke | Povjerenje u pravni sustav | Povjerenje u lokalnu vlast | Povjerenje u humanitarne ili dobrotvorne organizacije | Povjerenje u policiju | Prosječna ocjena |
|----------------|--------------------|--------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------|------------------|
| Finland        | 6.2                | 6.5                | 6.6                      | 7.4                | 7.3                        | 6.6                        | 6.8                                                   | 8.2                   | 7.0              |
| Denmark        | 5.6                | 6.2                | 5.1                      | 6.4                | 7.8                        | 6.7                        | 7.0                                                   | 8.0                   | 6.6              |
| Luxembourg     | 6.2                | 6.0                | 5.5                      | 6.3                | 6.6                        | 7.0                        | 6.7                                                   | 6.9                   | 6.4              |
| Sweden         | 5.9                | 6.4                | 5.5                      | 5.7                | 6.4                        | 6.1                        | 6.8                                                   | 6.8                   | 6.2              |
| Austria        | 5.3                | 5.6                | 5.0                      | 5.8                | 6.5                        | 6.9                        | 6.8                                                   | 7.5                   | 6.2              |
| Netherlands    | 5.7                | 5.7                | 5.7                      | 5.6                | 6.1                        | 6.3                        | 6.3                                                   | 6.7                   | 6.0              |
| Malta          | 5.8                | 5.1                | 5.1                      | 6.7                | 5.0                        | 5.5                        | 7.1                                                   | 6.1                   | 5.9              |
| Estonia        | 4.9                | 4.9                | 5.4                      | 6.5                | 5.8                        | 5.9                        | 6.6                                                   | 6.9                   | 5.8              |
| Germany        | 5.4                | 5.5                | 5.3                      | 4.7                | 6.1                        | 6.2                        | 6.3                                                   | 7.1                   | 5.8              |
| Lithuania      | 4.6                | 3.9                | 5.3                      | 6.2                | 5.0                        | 5.8                        | 6.4                                                   | 6.9                   | 5.5              |
| United Kingdom | 4.8                | 4.9                | 4.0                      | 5.8                | 5.9                        | 5.6                        | 6.4                                                   | 6.6                   | 5.5              |
| Belgium        | 4.9                | 5.0                | 5.1                      | 4.9                | 5.2                        | 6.0                        | 6.1                                                   | 6.3                   | 5.4              |
| Hungary        | 4.9                | 5.0                | 4.5                      | 4.7                | 5.5                        | 6.3                        | 6.0                                                   | 6.2                   | 5.4              |
| EU28           | 4.5                | 4.5                | 4.8                      | 4.9                | 5.2                        | 5.6                        | 6.0                                                   | 6.4                   | 5.2              |
| Czech Republic | 4.3                | 4.2                | 4.7                      | 6.0                | 5.0                        | 5.9                        | 5.5                                                   | 6.0                   | 5.2              |
| Ireland        | 4.4                | 4.7                | 4.8                      | 4.3                | 5.4                        | 5.6                        | 5.3                                                   | 6.5                   | 5.2              |
| Portugal       | 4.5                | 4.2                | 5.1                      | 4.5                | 4.6                        | 5.5                        | 6.4                                                   | 6.3                   | 5.1              |
| Latvia         | 4.0                | 3.8                | 5.1                      | 6.0                | 4.6                        | 5.5                        | 6.3                                                   | 5.8                   | 5.1              |
| France         | 3.9                | 4.4                | 4.4                      | 5.0                | 5.0                        | 5.9                        | 6.0                                                   | 6.2                   | 5.1              |
| Poland         | 4.3                | 4.1                | 4.6                      | 5.5                | 4.6                        | 5.3                        | 6.3                                                   | 5.7                   | 5.0              |
| Romania        | 4.1                | 3.7                | 5.4                      | 4.7                | 4.7                        | 5.5                        | 5.5                                                   | 5.6                   | 4.9              |
| Slovakia       | 4.1                | 4.1                | 4.6                      | 5.3                | 4.1                        | 5.5                        | 5.7                                                   | 4.9                   | 4.8              |
| Italy          | 3.7                | 3.7                | 5.1                      | 4.0                | 4.4                        | 4.7                        | 5.5                                                   | 6.3                   | 4.7              |
| Spain          | 3.5                | 3.8                | 4.6                      | 3.6                | 4.3                        | 5.1                        | 5.9                                                   | 6.1                   | 4.6              |
| Cyprus         | 4.5                | 3.7                | 4.5                      | 3.5                | 4.5                        | 5.1                        | 6.2                                                   | 5.0                   | 4.6              |
| Slovenia       | 3.3                | 3.2                | 4.0                      | 4.7                | 3.5                        | 4.6                        | 5.3                                                   | 5.7                   | 4.3              |
| Bulgaria       | 3.7                | 3.2                | 4.7                      | 4.3                | 3.2                        | 4.7                        | 5.1                                                   | 4.6                   | 4.2              |
| Greece         | 2.7                | 2.8                | 3.4                      | 3.2                | 4.7                        | 4.4                        | 4.9                                                   | 5.8                   | 4.0              |
| Croatia        | 3.4                | 3.2                | 4.0                      | 3.8                | 3.5                        | 3.7                        | 4.9                                                   | 5.0                   | 4.0              |

(Izvor: Eurofound, 2017.)

Zanimljivo je da vodeće države Europske unije poput Njemačke, Francuske, Italije, Španjolske imaju također dosta nisku ocjenu povjerenja u rad svojih vlada. Kao primjer može poslužiti Francuska gdje je prosječna ocjena povjerenja u vladu svega 3,9, dok je u Italiji ona još i niža i iznosi 3,7.

### 2.2.3. Istraživanje sa svjetske baze podataka Numbeo

Numbeo je najveća svjetska baza podataka koja pruža pravovremene informacije o uvjetima života što uključuje životne troškove, pokazatelje smještaja, zdravstvo, promet, kriminal i zagađenje. Podaci se odnose na 2020. godinu (Numbeo, 2020.). Prva tablica prikazuje indeks zdravstvene zaštite. U svrhu ovog istraživanja prikupljeni su podaci za 34 europske zemlje.

Tablica 2 Indeks zdravstvene zaštite

|    |                        |       |
|----|------------------------|-------|
| 2  | Francuska              | 79.99 |
| 3  | Španija                | 78.88 |
| 4  | Austrija               | 78.73 |
| 5  | Finska                 | 75.79 |
| 6  | Nizozemska             | 74.65 |
| 7  | Češka Republika        | 74.62 |
| 8  | Ujedinjeno Kraljevstvo | 74.46 |
| 9  | Norveška               | 74.36 |
| 10 | Belgija                | 74.34 |
| 11 | Njemačka               | 73.32 |
| 12 | Estonija               | 72.67 |
| 13 | Švicarska              | 72.44 |
| 14 | Portugal               | 71.88 |
| 15 | Litva                  | 69.49 |
| 16 | Švedska                | 69.23 |
| 17 | Italija                | 66.59 |
| 18 | Island                 | 65.92 |
| 19 | Slovenija              | 64.58 |
| 20 | Letonija               | 62.91 |
| 21 | Hrvatska               | 62.68 |
| 22 | Poljska                | 61.01 |
| 23 | Slovačka               | 60.02 |
| 24 | Bjelorusija            | 59.04 |
| 25 | Rusija                 | 57.59 |
| 26 | Sjeverna Makedonija    | 56.38 |
| 27 | Grčka                  | 56.21 |
| 28 | Bugarska               | 55.40 |
| 29 | Rumunjska              | 55.06 |
| 30 | Ukrajina               | 52.33 |
| 31 | Bosna i Hercegovina    | 52.26 |
| 32 | Irska                  | 51.89 |
| 33 | Srbija                 | 51.27 |
| 34 | Mađarska               | 47.80 |

(Izvor: Numbeo, 2020. )

Iz podataka je vidljivo da najbolji indeks zdravstvene zaštite imaju stanovnici Danske, Francuske, Španjolske i Austrije. Ovi se podaci mogu usporediti sa prethodnim istraživanjem i može se uočiti da se podaci u velikoj mjeri slažu. Hrvatska se nalazi otprilike na polovici te je njezin indeks zdravstvene zaštite 62,68. Srbija i Mađarska se nalaze na samom dnu tablice.

Tablica 3 Indeks zagađenja

| Rang | Zemlja                 | Indeks zagađenja |
|------|------------------------|------------------|
| 1    | Sjeverna Makedonija    | 80,23            |
| 2    | Bugarska               | 65,33            |
| 3    | Ukrajina               | 65,08            |
| 4    | Rusija                 | 62,79            |
| 5    | Bosna i Hercegovina    | 62,33            |
| 6    | Srbija                 | 60,32            |
| 7    | Rumunjska              | 58,42            |
| 8    | Italija                | 55,63            |
| 9    | Poljska                | 54,46            |
| 10   | Belgija                | 52,94            |
| 11   | Grčka                  | 52,55            |
| 12   | Mađarska               | 48,29            |
| 13   | Bjelorusija            | 43,63            |
| 14   | Francuska              | 43,56            |
| 15   | Ujedinjeno Kraljevstvo | 40,56            |
| 16   | Češka Republika        | 40,23            |
| 17   | Španija                | 39,99            |
| 18   | Slovačka               | 39,66            |
| 19   | Irska                  | 33,99            |
| 20   | Letonija               | 33,73            |
| 21   | Portugal               | 30,89            |
| 22   | Hrvatska               | 30,46            |
| 23   | Njemačka               | 29,03            |
| 24   | Litva                  | 28,80            |
| 25   | Nizozemska             | 27,41            |
| 26   | Slovenija              | 24,06            |
| 27   | Švicarska              | 22,39            |
| 28   | Austrija               | 22,19            |
| 29   | Danska                 | 21,33            |
| 30   | Norveška               | 20,35            |
| 31   | Estonija               | 19,81            |
| 32   | Švedska                | 18,09            |
| 33   | Island                 | 16,21            |
| 34   | Finska                 | 11,55            |

(Izvor: Numbeo, 2020. )

Indeks zagađenja zraka uvelike utječe na zadovoljstvo ljudi životom u određenoj zemlji. Zemlje koje imaju niži indeks zagađenja su dakako privlačnije za život. Prema prikazanom grafu vidljivo je da zemlje sjeverne Europe imaju puno niži indeks zagađenja što čini kvalitetu života puno boljom. Hrvatska u ovom pogledu ne stoji loše, njezin indeks iznosi 30,46. Prema prikazanim podacima vidi se da su zemlje Sjeverna Makedonija, Bugarska, Ukrajina zemlje sa najvećim indeksom zagađenja.

Tablica 4 Indeks sigurnosti

|    |                        |       |
|----|------------------------|-------|
| 1  | Slovenija              | 78,50 |
| 2  | Švicarska              | 78,40 |
| 3  | Estonija               | 76,86 |
| 4  | Finska                 | 76,68 |
| 5  | Island                 | 76,64 |
| 6  | Austrija               | 76,27 |
| 7  | Hrvatska               | 75,29 |
| 8  | Bjelorusija            | 75,01 |
| 9  | Danska                 | 74,90 |
| 10 | Češka Republika        | 74,48 |
| 11 | Nizozemska             | 72,38 |
| 12 | Rumunjska              | 72,36 |
| 13 | Poljska                | 71,50 |
| 14 | Slovačka               | 70,78 |
| 15 | Portugal               | 70,37 |
| 16 | Španija                | 68,04 |
| 17 | Litva                  | 66,94 |
| 18 | Njemačka               | 65,19 |
| 19 | Mađarska               | 64,92 |
| 20 | Norveška               | 64,57 |
| 21 | Letonija               | 63,05 |
| 22 | Srbija                 | 62,59 |
| 23 | Bugarska               | 61,50 |
| 24 | Sjeverna Makedonija    | 61,33 |
| 25 | Grčka                  | 59,68 |
| 26 | Rusija                 | 58,88 |
| 27 | Bosna i Hercegovina    | 56,97 |
| 28 | Ujedinjeno Kraljevstvo | 56,29 |
| 29 | Belgija                | 56,02 |
| 30 | Italija                | 55,74 |
| 31 | Irska                  | 54,57 |
| 32 | Francuska              | 53,21 |
| 33 | Švedska                | 52,93 |
| 34 | Ukrajina               | 51,15 |

(Izvor: Numbeo, 2020.)

Svaka zemlja koja ima veći indeks sigurnosti jamči i bolju kvalitetu života. Svako tržište koje jamči veću sigurnost, nultu toleranciju na korupciju i kriminal i ima visoku stopu zadovoljstva kvalitetom života privlačno je za strana ulaganja, a osim toga to predstavlja dobru promociju za stane turiste kojima je sigurnost od velike važnosti.

Najveći indeks sigurnosti imaju Slovenija, Estonija, Švicarska i Finska. Hrvatska je na visokom sedmom mjestu sa indeksom sigurnosti 75,29. Na samom dnu se nalaze Francuska, Švedska i Ukrajina.

Iz svih dosadašnjih istraživanja koji su prikazani u radu može se zaključiti kako Hrvatska po pitanju obrazovnog sustava u usporedbi sa ostatkom Europe ima dosta nisku ocjenu zadovoljstva, pogotovo ukoliko ocjenu zadovoljstva uspoređujemo sa Austrijom, Danskom ili Finskom. Uspoređujući podatke Hrvatske sa ostatkom Europe vezane za zadovoljstvo zdravstvenom zaštitom vidljivo je da se Hrvatska nalazi na sredini ljestvice zadovoljstva što bi značilo da ima postoje zemlje koje imaju i znatno lošiju ocjenu, ali i sa druge strane postoje i one koje imaju znatno višu ocjenu. Valja naglasiti kako Hrvatska u svim ovim segmentima kvalitete života, pa tako i kod zadovoljstva javnim gradskim prijevozom ima prosječnu ocjenu 6, no za razliku od svih drugih država Europe ta je ocjena srednje niska do niska.

Jedna od zabrinjavajućih tablica je ona koja iskazuje povjerenje građana u državne institucije. Vidljivo je kako Hrvatska u tom segmentu stoji poprilično loše za razliku od ostatka Europe. Hrvatska se nalazi na samom dnu tablice i ovo je jedna od ključnih elemenata koji se mora popraviti kako bi se poboljšala kvaliteta života.

### **3. ISTRAŽIVANJE KVALITETE ŽIVOTA**

Cilj istraživanja ovoga rada je na temelju istraživanja o utjecaju makromarketinga na kvalitetu života, provedenih prethodnih istraživanja i vlastitoga istraživanja provedenog putem ankete usporediti podatke i uvidjeti koji su to faktori koji utječu na kvalitetu života studenata u Republici Hrvatskoj uspoređujući ju sa kvalitetom života u ostatku Europe.

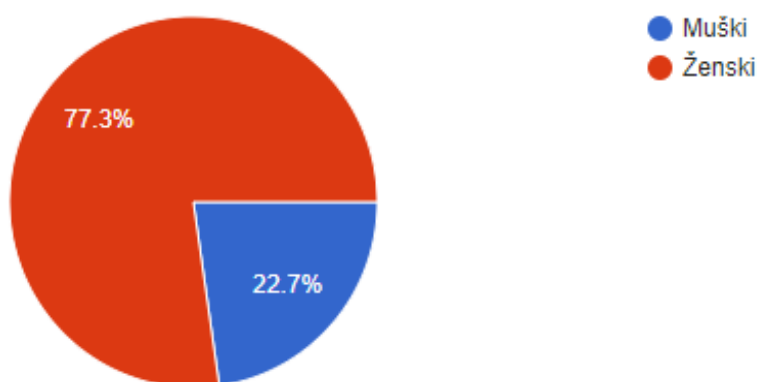
U praktičnom dijelu rada biti će obrađeni podaci vlastitog istraživanja koji su prikupljeni putem online anketnog upitnika koje je dostupno na sljedećem linku : [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc25Kdn\\_OtiTEIZ6Pv8V5fxLyFJAU4aT6HRIV9GNN-vQqvTlQ/viewform?vc=0&c=0&w=1](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc25Kdn_OtiTEIZ6Pv8V5fxLyFJAU4aT6HRIV9GNN-vQqvTlQ/viewform?vc=0&c=0&w=1)

Ovaj anketni upitnik o kvaliteti života u Republici Hrvatskoj bio je dostupan od 10. svibnja 2020. godine do 28. svibnja 2020. godine. Online anketni upitnik bio je namijenjen studentima u cijeloj Hrvatskoj, a zabilježeno je ukupno 255 odgovora.

Prvi set pitanja odnosi se na demografske podatke studenata poput spola, mjesta studiranja, vrsti stanovanja za vrijeme studija i vrste studija. Drugi set pitanja odnosio se na zadovoljstvo studenata određenim aspektima vlastitoga života.

Kako je već navedeno anketu je ispunilo 255 studenata iz Republike Hrvatske, a spolna raspodjela prikazana je sljedećim grafom.

Slika 8. Spolna raspodjela ispitanika



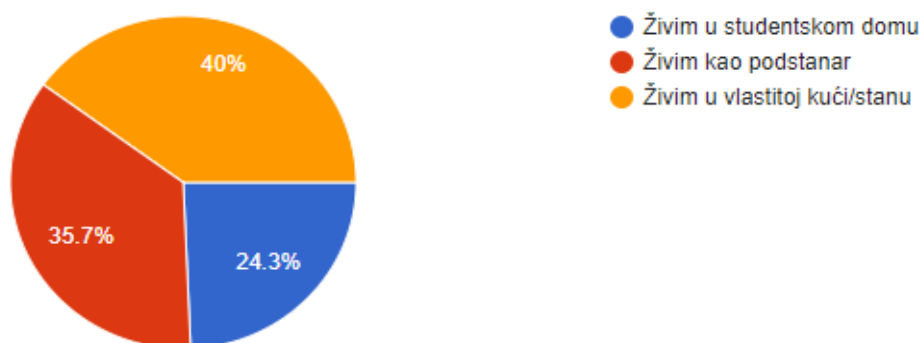
(Izvor: vlastito istraživanje)

Iz grafa je vidljivo kako je u anketi sudjelovalo 58 osoba muškog spola (22,7%) i 197 osoba ženskog spola (77,3%).

Drugo pitanje odnosilo se na mjesto studiranja. Najviše studenata kao mjesto studiranja navelo je Osijek, čak 161 student što čini 63,1% od ukupnog broja studenata. Drugi po broju studenata bio je grad Zagreb u kojem je ispitano 75 studenata (29,4%). Ostalih gradovi koje su studenti navodili su Rijeka, Split i Varaždin sa 3 ispitanika, Slavonski Brod sa dva ispitanika, te Petrinja, Zabok, Bjelovar, Vukovar, Križevci, Zaprešić, Sisak i Čakovec sa po jednim ispitanikom.

Treće pitanje se odnosilo na vrstu stanovanja za vrijeme studiranja. Studenti su birali između života u studentskom domu, života kao podstanari ili života u vlastitoj kući/stanu. Na grafu su prikazani odnosi.

Slika 9. Raspodjela ispitanika prema vrsti stanovanja za vrijeme studija



(Izvor: vlastito istraživanje)

Najviše ispitanika kao mjesto boravka za vrijeme studija navelo je vlastitu kuću/stan i to 102 studenta (40%). Da žive kao podstanari izjasnio se 91 student što čini 35,7 %. U studentskom domu živi 62 studenta (24,3%). U usporedbi sa ranije analiziranim istraživanjima može se zaključiti kako se rezultati poklapaju, odnosno najveći broj studenata ostaje živjeti u vlastitoj kući, a najmanji broj je u studentskom domu.

Na pitanje o razini studiranja najveći dio ispitanika njih 132 odnosno 51,8 % navelo je prediplomski studij. Njih 107 je navelo kako pohađaju diplomski studij. Integrirani prediplomski i diplomski studij upisalo je 13 ispitanika, a stručni studij 2 ispitanika. Jedan student je naveo da pohađa specijalistički diplomski stručni studij.

### 3.1. Rezultati istraživanja i rasprava

#### 3.1.1. Rezultati istraživanja

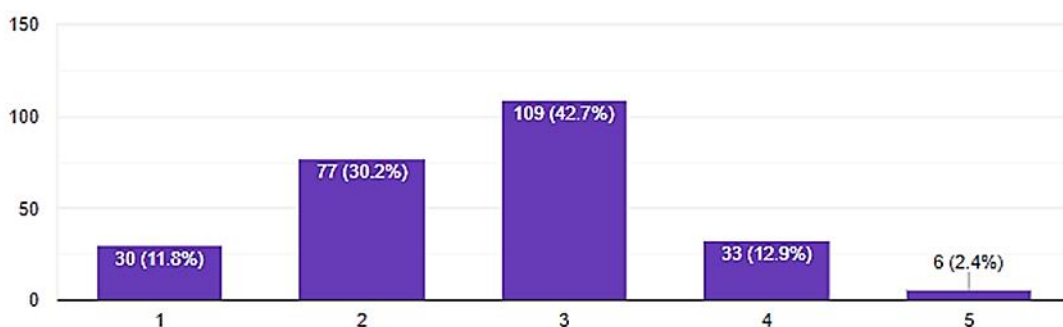
U ovome dijelu rada biti će grafički prikazani rezultati drugog seta pitanja vlastitog istraživanja provedenog putem online ankete. Ispitanici su morali ocijeniti na skali od 1 do 5 stupanj slaganja sa određenim pitanjem koji se odnosi na određene sfere života. Dio pitanja se odnosio na studiranje, dio na njihov život općenito, a dio na javne usluge. Prvo će se obraditi

pitanja vezana za studiranje i obrazovni sustav, potom pitanja vezana za javne usluge i na kraju ona vezana za život svakog pojedinca.

Prvo pitanje koje je vezano za obrazovni sustav glasilo je „Koliko ste zadovoljni cjelokupnim obrazovnim sustavom u Republici Hrvatskoj“? Na sljedećem grafu su prikazani rezultati ovoga istraživanja.

Slika 13. Ocjena zadovoljstva cjelokupnim obrazovnim sustavom

Koliko ste zadovoljni cjelokupnim obrazovnim sustavom u RH?



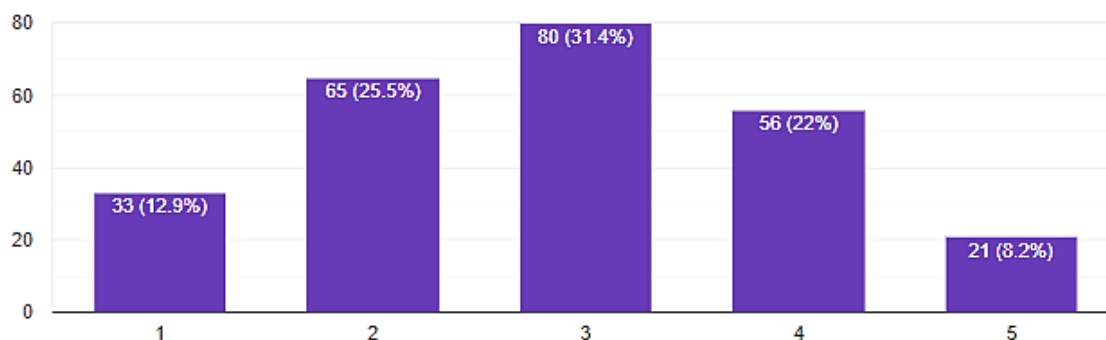
(Izvor: vlastito istraživanje)

Najviše ispitanika odabralo je ocjenu 3 čak 109 ispitanika (42,7 %) što znači da su prosječno zadovoljni obrazovnim sustavom u Republici Hrvatskoj. Ocjenu 5 što bi značilo izrazito zadovoljstvo odabralo je samo 6 ispitanika (2,4 %), Veliki postotak je onih koji su obrazovni sustav u Hrvatskoj ocijenili ocjenom 2 i to 77 ispitanika što čini postotak od 30,2%. Cjelokupni prosjek ocjena iznosi 2.64. Uspoređujući prosječnu ocjenu vlastitog istraživanja i prethodno analiziranog istraživanja može se zaključiti da su podaci vlastitog istraživanja znatno niži u odnosu na prethodna istraživanja gdje je prosječna ocjena 6,2 u rasponu ocjena od 1 do 10.

Sljedeće se pitanje odnosilo na organizaciju rada na fakultetu. Najveći broj ispitanika je prosječno zadovoljan organizacijom na fakultetu. 80 ispitanika odabralo je ocjenu 3 (31,4%), a nešto manje 65 odabralo je ocjenu 2 (25,5%). Dosta ispitanika, čak njih 33, odgovorilo je da su prilično nezadovoljni organizacijom na fakultetu. Od 33 ispitanika koji su bili vrlo nezadovoljni organizacijom na fakultetu čak 18 je iz grada Osijeka, 13 iz Zagreba i po jedan iz Slavonskog Broda i Križevaca. Prosječna ocjena zadovoljstva studenata organizacijom na fakultetu je 2,87.

Slika 10. Ocjena zadovoljstva ispitanika organizacijom na fakultetu

Koliko ste zadovoljni organizacijom na vašem fakultetu?



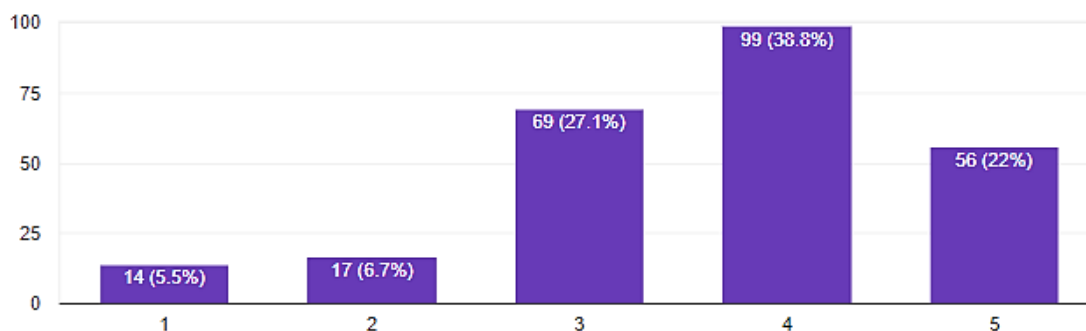
(Izvor: vlastito istraživanje)

Za vrijeme studiranja studentima je od iznimne važnosti smještaj u kojem žive, ali i prehrana. Na pitanje „Koliko ste zadovoljni sa smještajem u kojem živite?“ većina ispitanika odgovorila je da je izrazito zadovoljna čak njih 107 (42%). Ocjenu 4 odabralo je 95 studenata (37,3%). Prosječno zadovoljstvo smještajem dijeli 39 ispitanika (15,3%). 10 studenata dalo je ocjenu 2, a 4 studenta ocjenu 1. Prosječna ocjena iznosi 4,14. Iz ovoga možemo zaključiti kako su studenti u većoj mjeri zadovoljni sa smještajem u gradu u kojem studiraju. S obzirom da je najveći broj ispitanika odabrao ocjenu 5, valja istaknuti da je najveći broj takvih studenata njih 67 živi u vlastitoj kući od ukupno 120 studenata koji su se izjasnili da žive u vlastitoj kući. Također, 28 studenata koji su dali ocjenu 5 izjasnili su se da žive kao podstanari, a 12 da žive u studentskom domu.

Na sljedećem grafu prikazana prikazani su rezultati za pitanje: „Koliko ste zadovoljni sa kvalitetom prehrane u vašem mjestu studiranja?“ Iz grafa je vidljivo da je najveći broj studenata, njih 99 (38,8%) dalo ocjenu 4 što znači da su zadovoljni prehranom u mjestu studiranja. Nešto manje ispitanika odlučilo se za ocjenu 3 i to 69 (27,1%), a za ocjenu 5 što bi značilo da je izrazito zadovoljno njih 56 (22%). Ukupni prosjek ocjena zadovoljstva prehranom u mjestu studiranja iznosi 3,65.

Slika 10. Ocjena zadovoljstva studenata kvalitetom prehrane u mjestu studiranja

Koliko ste zadovoljni razinom prehrane u vašem mjestu studiranja?



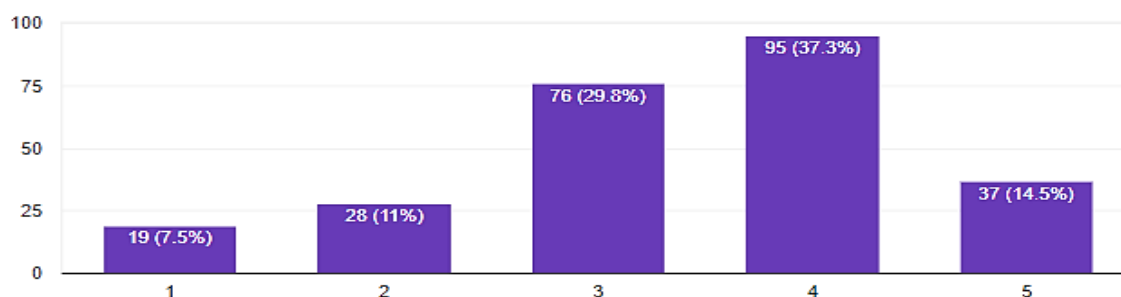
(Izvor: vlastito istraživanje)

Sljedeći set pitanja odnosi se na javne usluge poput zdravstva ili javnoga prijevoza. Prvo pitanje je vezano za javni prijevoz. Na sljedećem grafu su prikazani rezultati istraživanja na pitanje: „Koliko ste zadovoljni javnim gradskim prijevozom?“.

Iz grafa je vidljivo da su ispitanici srednje zadovoljni do zadovoljni javnim gradskim prijevozom. Najviše ispitanika njih 95 (37,3%) odgovorilo je da je zadovoljno i dalo ocjenu 4, nešto manje, 76 ispitanika (29,8%) odgovorilo je kako je srednje zadovoljno javnim gradskim prijevozom, odnosno dalo je ocjenu 3. Ocjenu pet je dalo 37 (14,5%), ocjenu dva 28 (11%) i izrazito nezadovoljnih je bilo 19 (7,5%). Prosjek ocjena iznosi 3,4.

Slika 11. Ocjena zadovoljstva javnim gradskim prijevozom

Koliko ste zadovoljni javnim gradskim prijevozom?

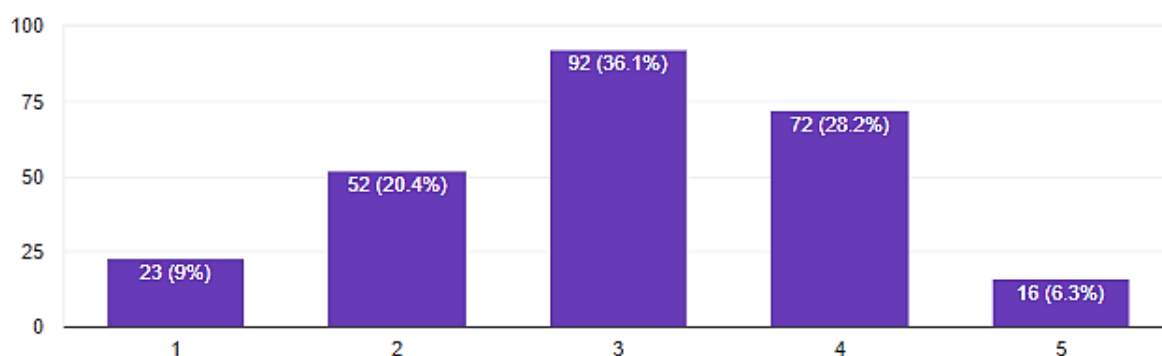


(Izvor: vlastito istraživanje)

Sljedeće pitanje se odnosilo na zdravstveni sustav. Na pitanje: „Koliko ste zadovoljni zdravstvenim sustavom?“ 92 (36,1%) ispitanika dalo je ocjenu 3, a 72 (28,2%) ocjenu 4. To bi značilo da je većina ispitanika srednje zadovoljna. Velik je postotak onih koji su se odlučili za ocjenu 2 i ocjenu 1 što bi značilo da nisu zadovoljni ili su izrazito nezadovoljni. Ocjenu 2 odabralo je 52 ispitanika što bi činilo 20,4%, a ocjenu 1 je dalo 23 sudionika što čini 9% ukupnog broja ispitanika. Ocjenu 5 dalo je samo 16 ispitanika (6,3%). Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika zdravstvenim sustavom je 3,02.

Slika 12. Ocjena zadovoljstva zdravstvenim sustavom

koliko ste zadovoljni zdravstvenim sustavom?



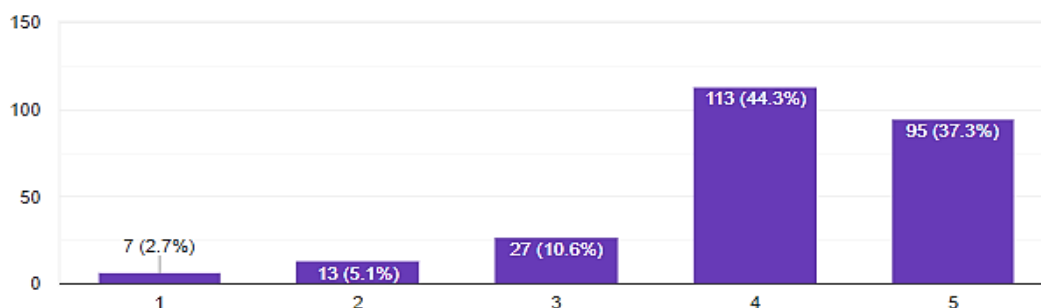
(Izvor: vlastito istraživanje)

Na pitanje: „Koliko ste zadovoljni vašim okruženjem i međusobnim odnosima sa obitelji i prijateljima?“ ispitanici su uglavnom zadovoljni ili izrazito zadovoljni.

Grafički prikaz pokazuje da je 113 ispitanika zadovoljno te su ovo zadovoljstvo ocijenili ocjenom 4 (44,3%) i 95 ih je izrazito zadovoljno i dali su ocjenu 5 (37,3%). Mali broj ispitanika je srednje zadovoljan njih 27 (10,6%). Neznatan je broj sudionika koji su dali ocjenu 1 ili 2. Ocjenu 1 je dalo 7 ispitanika što čini svega 2,7%, dok je ocjenu 2 dalo 13 ispitanika što čini 5,1%. Prosjek cjelokupnih ocjena zadovoljstva vlastitim okruženjem i međusobnim odnosima sa obitelji i prijateljima iznosi 4,08.

Slika 14. Ocjena zadovoljstva ispitanika vlastitim okruženjem i međusobnim odnosima sa obitelji i prijateljima

Koliko ste zadovoljni vašim okruženjem i međusobnim odnosima sa obitelji i prijateljima?

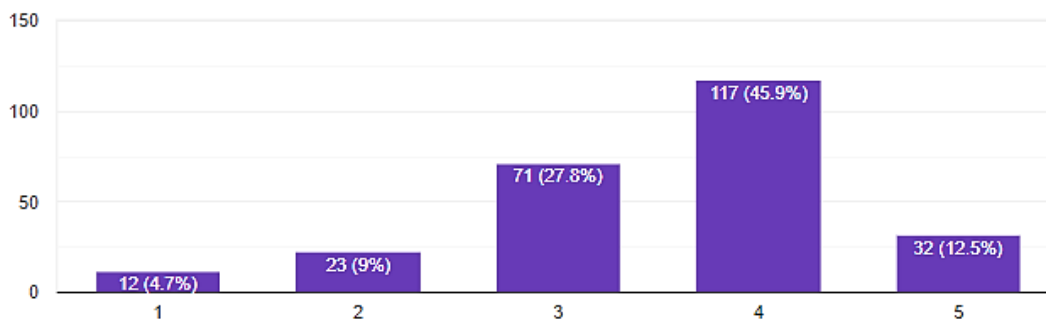


(Izvor: vlastito istraživanje)

Sljedeći grafički prikaz odnosi se na ocjenu zadovoljstva ispitanika vlastitim izgledom.

Slika 13. Ocjena zadovoljstva vlastitim izgledom

Koliko ste zadovoljni fizičkim izgledom?



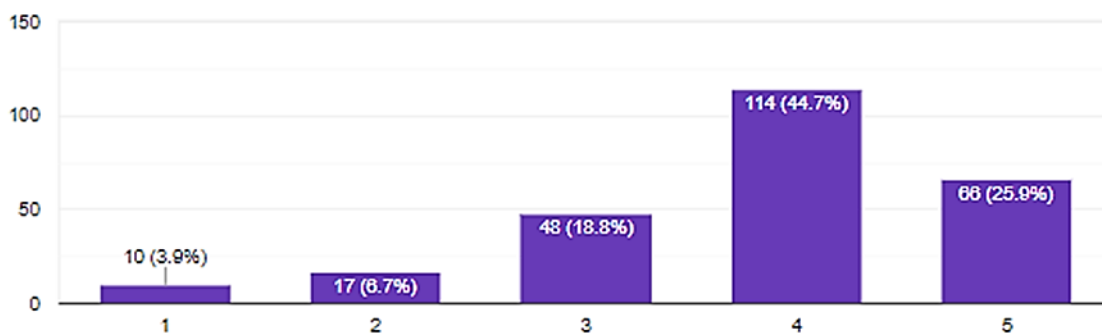
(Izvor: vlastito istraživanje)

Kad govorimo o zadovoljstvu vlastitim izgledom najveći broj ispitanika odlučilo se za ocjenu 4 njih 117 (45,9%). Nešto malo manje ispitanika dalo je ocjenu 3 i to 71 (27,8%). Sa druge strane izrazito zadovoljnih svojim izgledom bilo je 32 ispitanika (12,5%). 23 studenta koja su pristupila ovom ispitivanju zadovoljstvo svojim fizičkom izgledom ocijenila su ocjenom 2 (9%) i 12 ocjenom 1 (4,7%). Iz svega navedenog proizlazi da je prosjek ocjena za zadovoljstvo fizičkim izgledom 3,53.

Na sljedećem grafu se nalaze rezultati za pitanje: „Koliko ste zadovoljni fizičkim zdravljem“.

Slika 14. Ocjena zadovoljstva ispitanika fizičkim zdravljem

Koliko ste zadovoljni fizičkim zdravljem?



(Izvor: vlastito istraživanje)

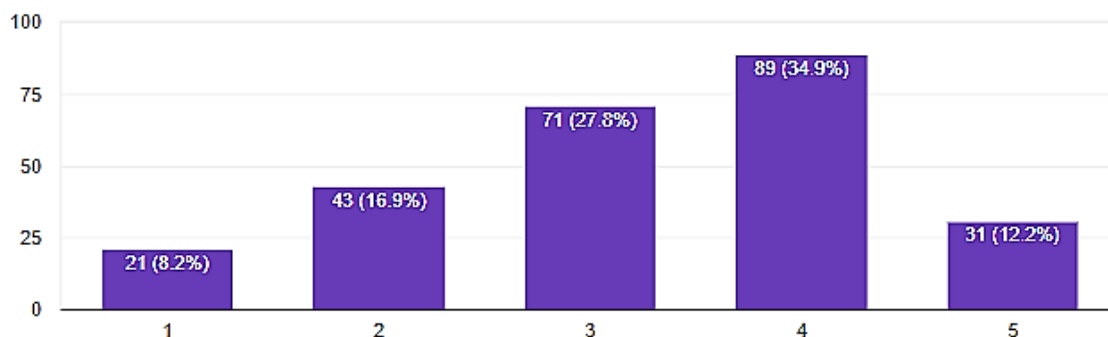
Većina ispitanika je zadovoljna svojim fizičkim zdravljem i to ukupno 114 ispitanik (44,7%). Nešto malo manje njih 66 (25,99%) odgovorilo je da su izrazito zadovoljni, a 48 ispitanika je dalo ocjenu 3 (18,8%). Najmanje ispitanika dalo ocjenu 1 samo njih 10 (3,9%), a sa ocjenom 2 su se složili njih 17 (6,7%). Prosječna ocjena iznosi 3,82.

Sljedeće pitanje se odnosilo na zadovoljstvo trenutnim finansijskim stanjem svakog ispitanika. Većina ispitanika odgovorila je kako su srednje zadovoljni do zadovoljni, ali veliki broj je rekao kako nisu zadovoljni.

Ocjenom 2 svoje finansijsko stanje ocijenilo je 16,9% što čini 43 ispitanika. Najviše je onih koji su svoje finansijsko stanje ocijenili sa ocjenom 4 i to 89 ispitanika (34,9%), a nešto malo manje njih 71 ocjenom 3 (27,8%). Prosjek ocjena za zadovoljstvo trenutnim finansijskim stanjem je 3,26.

Slika 15. Ocjena zadovoljstva ispitanika vlastitim trenutnim financijskim stanjem

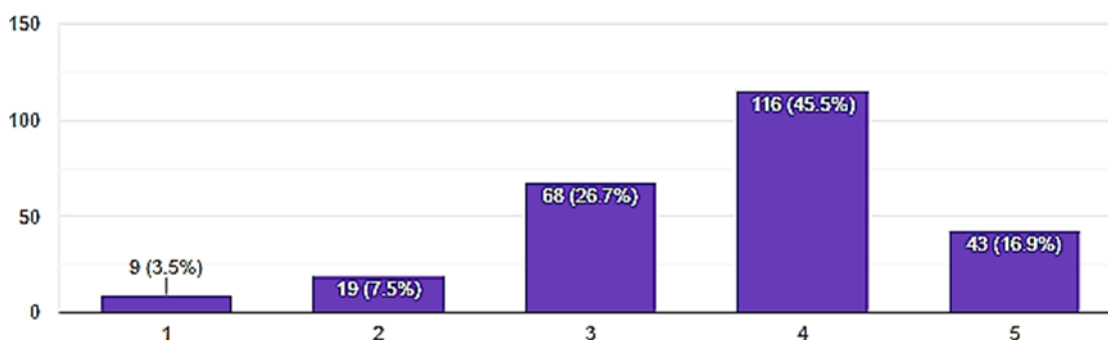
Koliko ste zadovoljni vašim trenutnim financijskim stanjem?



(Izvor: vlastito istraživanje)

Slika 16. Ocjena zadovoljstva osobnim postignućem svakog ispitanika

Koliko ste zadovoljni svojim osobnim postignućem?



(Izvor: vlastito istraživanje)

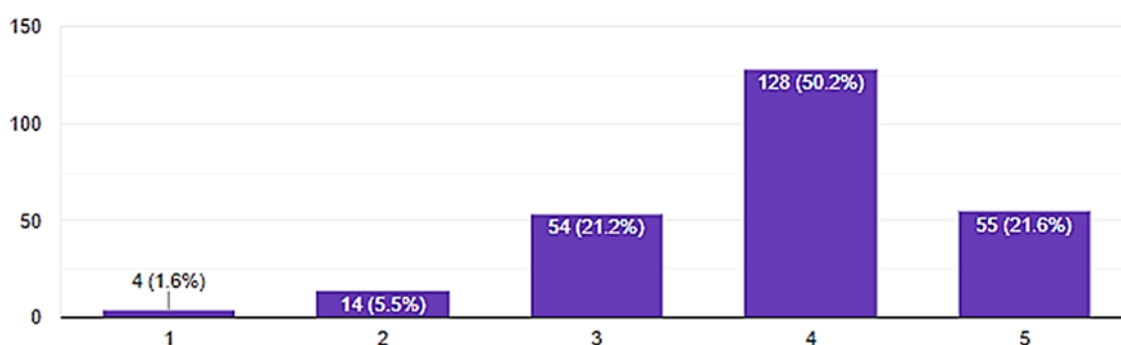
Prethodno prikazani graf odnosi se na zadovoljstvo osobnim postignućem. Kada su sudionici ove ankete upitani koliko su zadovoljni svojim osobnim postignućem, najveći je broj bio srednje zadovoljan do zadovoljan i to 116 (45,5%) je dalo ocjenu 4, a 68 ispitanika ocjenu 3 (26,7%). Sljedeći najveći broj ispitanika odabrao je ocjenu 5 i to 43 ispitanika (16,9%), a zatim ocjenom 2 koju je odabralo 19 sudionika (7,5%). Izrazito nezadovoljnih sudionika svojim postignućem ima 9 (3,5%). Prosjek ocjena iznosi 3,65.

Na pitanje: „Koliko ste zadovoljni kvalitetom vlastitoga života u Republici Hrvatskoj?“, najveći broj ispitanika je bilo zadovoljno.

Najveći broj ispitanika dao je ocjenu 4 što bi značilo da su zadovoljni kvalitetom života te je tu ocjenu odabralo više od pola sudionika ove ankete i to 128 (50.2%). Otprilike podjednako sudionika dalo je ocjenu 3 i 5. Srednje zadovoljno je bilo 54 sudionika (21,2%), a izrazito zadovoljnih 55 (21,6%). Izrazito nezadovoljnih kvalitetom vlastitog života u Hrvatskoj bilo je 4 (1,6%), a ocjenu 2 odabralo je 14 sudionika (5,5%). Prosječna ocjena zadovoljstva studenata kvalitetom života iznosi 3,85. Slijedi grafički prikaz istoga.

Slika 17. Ocjena zadovoljstva ispitanika kvalitetom vlastitog života u Republici Hrvatskoj

Koliko ste zadovoljni kvalitetom vlastitog života u RH?



(Izvor: vlastito istraživanje)

U sljedećoj tablici se nalaze prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika svim aspektima koji su bili uključeni u ovo vlastito istraživanje

Tablica 5. Prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika

|                                                                                           | Prosječna ocjena zadovoljstva |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>Zadovoljstvo obrazovnim sustavom</b>                                                   | 2,64                          |
| <b>Zadovoljstvo organizacijom na fakultetu</b>                                            | 2,87                          |
| <b>Zadovoljstvo smještajem za vrijeme studiranja</b>                                      | 4,14                          |
| <b>Zadovoljstvo kvalitetom prehrane</b>                                                   | 3,65                          |
| <b>Zadovoljstvo javnim gradskim prijevozom</b>                                            | 3,4                           |
| <b>Zadovoljstvo zdravstvenim sustavom</b>                                                 | 3,02                          |
| <b>Zadovoljstvo vlastitim okruženjem i međusobnim odnosima sa obitelji i prijateljima</b> | 4,08                          |
| <b>Zadovoljstvo vlastitim izgledom</b>                                                    | 3,53                          |
| <b>Zadovoljstvo fizičkim zdravljem</b>                                                    | 3,82                          |
| <b>Zadovoljstvo financijskim stanjem</b>                                                  | 3,26                          |
| <b>Zadovoljstvo osobnim postignućem</b>                                                   | 3,65                          |
| <b>Zadovoljstvo kvalitetom vlastitog života u RH</b>                                      | 3,85                          |

(Izvor: vlastito istraživanje)

Iz navedene tablice prosječnih ocjena svih dimenzija kvalitete života koje su ispitane ovom anketom može se zaključiti kako su ispitanici najmanje zadovoljni obrazovnim sustavom gdje je prosječna ocjena 2,64, a zatim u organizacijom na fakultetu sa prosječnom ocjenom 2,87. Studenti su sa prehranom i smještajem za vrijeme studiranja nešto zadovoljniji i prosjeci su redom 4,14 i 3,65.

Ispitanici su javni gradski prijevoz i zdravstveni sustav ocijenili nešto boljim ocjenama nego obrazovni sustav. Prosjek ocjena za javni gradski prijevoz 3,4, a za zdravstveni sustav 3,02.

Visoka prosječna ocjena od 4,08 govori da su ispitanici zadovoljni vlastitim okruženjem i međusobnim odnosima sa obitelji i prijateljima. Nešto nižu ocjenu 3,26 ispitanici su odabrali za zadovoljstvo financijskim stanjem. Prosječna ocjena za zadovoljstvo osobnim postignućem je 3,65, a zadovoljstvo kvalitetom vlastitog života ispitanici su ocijenili sa prosječnom ocjenom 3,85. U daljnjem poglavlju usporedit će se rezultati primarnog vlastitog istraživanja, sa prijašnjim sekundarnim istraživanjima.

### 3.1.2. Rasprava

Na temelju prikazanih rezultata od istraživanja koja su prethodno provedena i na temelju vlastitog istraživanja može se zaključiti kako je društvo u Hrvatskoj najmanje zadovoljno zdravstvenim i obrazovnim sustavom, ali također vlada veliko nepovjerenje u državne institucije.

Prosječna ocjena zadovoljstva obrazovnim sustavom dobivena vlastitim istraživanjem se otprilike podudara sa prethodno analiziranim istraživanjima iako su rezultati dobiveni vlastitim istraživanjem nešto niži. S obzirom da je prosječna ocjena zadovoljstva obrazovnim sustavom otprilike oko tri možemo zaključiti da su ljudi u Hrvatskoj prosječno zadovoljni ovim aspektom. Kod zadovoljstva organizacijom na fakultetu situacija je slična, odnosno ocjena zadovoljstva i kod primarnog i sekundarnog istraživanja je nešto viša i ocjene se otprilike podudaraju.

Uzimajući i primarne i sekundarne rezultate istraživanja vezanog za Hrvatsku u usporedbi sa ostatka Europe možemo zaključiti da je prosječna ocjena za zadovoljstvo obrazovnim sustavom u Hrvatskoj znatno niža od većine drugih zemalja u Europi. To nam govori da se naš obrazovni sustav mora reformirati kako bi se poboljšalo zadovoljstvo. Inspiracija za takvu reformu se može pronaći u nekim drugim Europskim zemljama koje imaju bolji obrazovni sustav.

U Hrvatskoj se počela provoditi cjelovita kurikularna reforma školstva. „Škola za život“ je naziv za eksperimentalni program u kojem sudjeluju određene osnovne i srednje škole. Hoće li ova reforma donijeti promjene pokazat će nam neka buduća istraživanja, jer do sada nisu provedena službena neovisna istraživanja.

Drugi problem je svakako zdravstveni sustav, kako u Hrvatskoj tako i u Europi. Provedeno istraživanje na razini Europe pokazuje da su stanovnici pretežno nezadovoljni zdravstvenim sustavom u cjelini, a takve rezultate potvrđuje i provedeno vlastito istraživanje. Prosječna ocjena zadovoljstva zdravstvenim sustavom dobivena vlastitim istraživanjem se gotovo potpuno podudara sa prosječnom ocjenom dobivenom prethodnim sekundarnim istraživanjem. Svjedoci smo posljednjih godina niza problema koji se događaju u zdravstvu, od nedostatka ljudi u zdravstvenom sustavu, pa do velikih dugovanja. Problema je jako puno i potrebno je mijenjati sustav kako bi se zadovoljstvo građana povećalo.

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika javnim gradskim prijevozom u primarnom istraživanju je nešto viša nego prosječna ocjena zadovoljstva ovim aspektom sekundarnog istraživanja. Iz prosječnih ocjena može se zaključiti da su ljudi u Hrvatskoj prosječno zadovoljni do zadovoljni javnim gradskim prijevozom. Iz primarnog istraživanja može se vidjeti da je većina izrazito zadovoljnih javnim gradskim prijevozom kao mjesto stanovanja navela Osijek, dok je sa druge strane većina onih izrazito nezadovoljnih navela Zagreb.

Svi ovi problemi uvelike su posljedica velike gospodarske krize koja je uvelike zahvatila Hrvatsku. Kako Hrvatska izlazi iz krize tako su se određene stvari mijenjale, no još uvijek vlada veliko nepovjerenje u državne institucije za razliku od ostatka Europe, iako ni u Europi situacija nije idealna. Prema provedenom istraživanju 2016. Godine kad je Hrvatska počela izlaziti iz krize razina povjerenja bila je na samom dnu.

Prosječna ocjena zadovoljstva kvalitetom vlastitog života primarnog istraživanja je znatno viša od prosječne ocjene zadovoljstva životom one dobivene sekundarnim istraživanjem i iznosi 3,85 što bi prema ovom istraživanju značilo da su studenti zadovoljni kvalitetom vlastitog života.

#### 4. ZAKLJUČAK

Kvalitetu života određuje mnogo čimbenika, a ključ svega je zadovoljavanje ljudskih potreba. To uključuje i ekonomske komponente, ali naravno i one neekonomske. Kao ključ za poboljšanje svih sfera života koji imaju za posljedicu poboljšanja osobne sreće i zadovoljstva pojedinaca javlja se makromarketing. Makromarketing ima za cilj odrediti utjecaj marketinga na gospodarski sustav i kvalitetu života.

Na temelju provedenih prethodnih istraživanja i vlastitog istraživanja provedenog putem ankete na studentskoj populaciji dolazimo do zaključka da većinu zemalja u Europi pa tako i Hrvatska ima najviše problema u tri kritična područja, a to su zdravstvo, obrazovanje i povjerenje u državne institucije.

Kako bi se popravilo stanje koje muči cijelu Europu, ali prvenstveno Hrvatsku potrebno je na pravi način implementirati makromarketing, njegove unutrašnje i vanjske komponente. Potrebno je na pravilan način povezati državu sa ostatkom Europe i svijeta i to preko vanjske politike, trgovine i međunarodne ekonomije općenito, kako bi se privukla strana ulaganja i povećala konkurentnost na tržištu. Osim toga bitno je da država uredi svoje gospodarstvo i to na ekonomskoj, političkoj i socio-kulturalnoj razini. Ključ uspjeha leži u unutrašnjem i vanjskom makromarketingu.

Vanjski makromarketing pokušava stvoriti dobrobit za državu na temelju privlačenja stranih ulaganja, promoviranjem domaćih proizvoda na stranim tržištima, promoviranjem industrije i društvenih, povijesnih, kulturnih i gospodarskih resursa. Potrebno je na neki način brendirati državu kako bi ona bila prepoznata i konkurentna na tržištu (Leko Šimić, 2019.). Hrvatska je poznata po ljepotama Jadranskog mora i trenutno je njezino glavno uporište u ostvarivanju financijske koristi turizam, stoga je potrebno konstantno pratiti trendove i poboljšavati ponudu kako bi država bila konkurentna. S druge strane ni ostale grane razvoja ne smiju biti zapostavljene kao što je industrija. Potrebno je graditi imidž države kako bi ona bila što konkurentnija na tržištu kako bi se mogla ostvariti što veća financijska korist za državu.

S druge strane unutrašnji makromarketing ima za cilj omogućiti da država bude privlačnija za život stanovništvu na tom području ili potencijalnim novim stanovnicima, a to uključuje ekonomski, politički i socio-kulturni razvoj (Leko Šimić, 2019.). Vlast u državi je zadužena da upravlja društvenim i ekonomskim resursima. Država mora biti nositelj unutrašnjeg makromarketinga. Prema Porterovom modelu uloga države je ohrabriti i potaknuti gospodarske subjekte na što bolje performanse, stimulirati ranu potražnju za naprednim i

inovativnim proizvodima, također potrebno je fokus prebaciti na omogućavanje specifičnih čimbenika proizvodnje koji mogu pridonijeti nacionalnoj konkurentnosti kao što su obrazovanje i inovacije. Osim toga, potrebno je i stimulirati domaću konkurenciju onemogućavanjem stvaranja monopola i oligopola (prema Leko Šimić, 2019). Država u ostvarivanju svojih funkcija stvara zakone, pravila, institucije i procedure, a svaka od tih ima svoje učinke i marketinški tretman, što je obaveza makromarketinga.(Leko Šimić, 2019.)

Cilj unutrašnjeg i vanjskog makromarketinga je smanjiti nezaposlenost stanovništva, ali i smanjiti javni dug države. To se može postići usklađivanjem vanjskog i unutrašnjeg makromarketinga. Ni jedan sustav nije savršen, postoji mnogo čimbenika koji ometaju rad sustava. Ukoliko većina stanovništva neke države ima stalni posao to poboljšava kvalitetu života i zadovoljstvo svakog pojedinca. O funkcioniranju države ovise sve javne usluge poput zdravstva ili sustava obrazovanja. Razlog zašto većina segmenata u Hrvatskoj ne funkcionira na način na koji bi trebalo vjerojatno leži u nedavnoj gospodarskoj krizi i puno dijelova sustava treba uvelike popraviti. Ukoliko će država provoditi dobar vanjski i unutrašnji makromarketing zadovoljstvo će stanovništva biti puno veće i kvaliteta života će se povećati.

Ovo istraživanje ukazalo je na kritične čimbenike percepcije kvalitete života od strane studenata. Prema dobivenim rezultatima istraživanja fokus unutrašnjeg makromarketinga, iz perspektive studenata, trebao bi biti na zdravstvenom i obrazovnom sustavu.

## 6. LITERATURA

1. Bartels, R. , Roger Jenkins L. (1977), "Macromarketing," Journal of Marketing, Vol. 41. No. 4. Str. 17-20.
2. Dobrotić, I., Hromatko, A., Japac, L., Matković, T., Šućur, Z. (2007.). Kvaliteta života u Hrvatskoj. Regionalne nejednakosti. Zagreb: Program Ujedinjenih naroda za razvoj (UNDP) u Hrvatskoj.
3. Eurofound (2017), European Quality of Life Survey 2016: Quality of life, quality of public services, and quality of society, Publications Office of the European Union, Luxembourg. Dostupno na :  
[https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef\\_publication/field\\_ef\\_document/ef1733en.pdf](https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1733en.pdf)
4. Fisk, G. (1981), "An Invitation to Participate in Affairs of the Journal of Macromarketing" Journal of Macromarketing. Vol.1. No.1. Str. 3-6
5. Hunt, S. (1981), Macromarketing as a Multidimensional Concept," Journal of Macromarketing, Vol.1. No. 1. Str. 7-8.
6. Kovčo Vukadin I., Novak, M., Križan, H. (2016) Zadovoljstvo životom: individualna i obiteljska perspektiva. Kriminologija & socijalna integracija : časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju, Vol. 24 No. 1. Str. 84-115.
7. Leko Šimić, M. (2019/2020.) Makromarketing - nastavni materijali. Dostupno na :  
<http://www.efos.unios.hr/makromarketing/nastavni-materijali/>
8. Lončarić, D. (2009.). Implementacija marketinga kvalitete života u hrvatskome gospodarstvu, U knjizi: Marketing i održivi razvitak. Ekonomski fakultet Osijek
9. Lučev, I., Tadinac, M. (2008). Kvaliteta života u Hrvatskoj- povezanost subjektivnih i objektivnih indikatora te temperamenta i demografskih varijabli s osvrtom na manjinski status. Migracijske i etničke teme. Vol.24, No.1-2. Str. 67-89.
10. Martins, T (2005). Percepcija kvalitete života u funkciji dobi. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za psihologiju. Diplomski rad
11. Meler, M. (1992). Društveni marketing - realitet tržišno organiziranog gospodarstva. Ekonomski vjesnik. Vol. V, No. 1. Str. 11-18.
12. Meler, M. (2005). Osnove marketinga. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku
13. Numbeo, 2020. Dostupno na: <https://www.numbeo.com/quality-of-life/>

14. Rimac, I., Bovan, K., Ogresta, J. (2019.) Nacionalno izvješće istraživanja EUROSTUDENT VI za Hrvatsku. Ministarstvo znanosti i obrazovanja: Zagreb. Dostupno na : <https://www.eurostudent.hr/userfiles/pdfs/Nacionalno-izvjesce-EUROSTUDENT-VI.pdf>
15. Vukadin Kovčo I. (2016). Kvaliteta života studenata u Republici Hrvatskoj. Znanstveni niz: Knjiga 23. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu. Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet
16. Wilkie, W.L., Moore, E.S. (1999). Marketing's Contributions to Society. Journal of Macromarketing. Vol 63 (Special issue) str.198-218

## Popis tablica

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablica 1. Prosječna ocjena pojedinih aspekata studiranja prema vrsti visokih učilišta ..... | 9  |
| Tablica 2 Indeks zdravstvene zaštite .....                                                   | 15 |
| Tablica 3 Indeks zagađenja .....                                                             | 16 |
| Tablica 4 Indeks sigurnosti.....                                                             | 17 |
| Tablica 5. Prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika .....                                    | 28 |

## Popis slika

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1. Tip smještaja za vrijeme studija.....                                               | 7  |
| Slika 2 Zadovoljstvo studenata različitim aspektima studiranja .....                         | 8  |
| Slika 3. Prosječna ocjena zadovoljstva životom .....                                         | 10 |
| Slika 4. Kvaliteta zdravstvenih usluga .....                                                 | 11 |
| Slika 5. Kvaliteta javnog gradskog prijevoza.....                                            | 12 |
| Slika 6. Zadovoljstvo obrazovnim sustavom .....                                              | 13 |
| Slika 7. Povjerenje u državne institucije .....                                              | 14 |
| Slika 8. Spolna raspodjela ispitanika.....                                                   | 19 |
| Slika 9. Raspodjela ispitanika prema vrsti stanovanja za vrijeme studija.....                | 20 |
| Slika 11. Ocjena zadovoljstva studenata kvalitetom prehrane u mjestu studiranja.....         | 23 |
| Slika 12. Ocjena zadovoljstva javnim gradskim prijevozom .....                               | 23 |
| Slika 13. Ocjena zadovoljstva zdravstvenim sustavom .....                                    | 24 |
| Slika 15. Ocjena zadovoljstva vlastitim izgledom .....                                       | 25 |
| Slika 16. Ocjena zadovoljstva ispitanika fizičkim zdravljem .....                            | 26 |
| Slika 17. Ocjena zadovoljstva ispitanika vlastitim trenutnim financijskim stanjem.....       | 27 |
| Slika 18. Ocjena zadovoljstva osobnim postignućem svakog ispitanika .....                    | 27 |
| Slika 19. Ocjena zadovoljstva ispitanika kvalitetom vlastitog života u Republici Hrvatskoj.. | 28 |

## **Prilozi:**

Anketni upitnik:

1. Koliko ste zadovoljni kvalitetom vlastitog života?
2. Koliko ste zadovoljni svojim osobnim postignućem?
3. Koliko ste zadovoljni cjelokupnim obrazovnim sustavom u RH?
4. Koliko ste zadovoljni studiranjem u RH?
5. Koliko ste zadovoljni organizacijom na Vašem fakultetu?
6. Koliko ste zadovoljni sa smještajem u kojem živite?
7. Koliko ste zadovoljni kvalitetom prehrane u vašem mjestu studiranja?
8. Koliko ste zadovoljni organizacijom u gradu u kojem studirate?
9. Koliko ste zadovoljni javnim gradskim prijevozom?
10. Koliko ste zadovoljni trenutnim financijskim stanjem
11. Koliko ste zadovoljni fizičkim zdravljem?
12. Koliko ste zadovoljni količinom slobodnog vremena?
13. Koliko ste zadovoljni vašim okruženjem i međusobnim odnosima sa obitelji i prijateljima?
14. Koliko ste zadovoljni dostupnošću igrališta/ sportskih terena/teretana za održavanje fizičke aktivnosti?
15. Koliko ste zadovoljni fizičkim izgledom?
16. Koliko ste zadovoljni zdravstvenim sustavom?