Poslovna komunikacija, socijalna percepcija i stavovi o sportskim kladionicama

Kovačić, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:992711

Rights / Prava: Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN

Repository / Repozitorij:

Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository

zir.nsk.hr

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Martina Kovačić

POSLOVNA KOMUNIKACIJA, SOCIJALNA PERCEPCIJA I STAVOVI O SPORTSKIM KLADIONICAMA

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE

V A R A Ž D I N

Martina Kovačić

Matični broj: 42959/14-R

Studij: Ekonomika poduzetništva

POSLOVNA KOMUNIKACIJA, SOCIJALNA PERCEPCIJA I STAVOVI O SPORTSKIM KLADIONICAMA

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

izv. prof. dr. sc. Violeta Vidaček - Hainš

Varaždin, srpanj 2018.

Martina Kovačić

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni/diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

Predmet ovog završnog rada jest poslovno komuniciranje, socijalna percepcija, stavovi općenito te stavovi o sportskim kladionicama i sportskom klađenju. Komunikacija je u današnjem poslovanju vrlo bitna jer pomoću komunikacije dolazimo do zaključaka bitnih za nas i našu okolinu. Kod poglavlja komunikacija definirat ću proces komunikacije. Poslovna komunikacija je ključni faktor u nesmetanom odvijanju poslovanja unutar nekog poduzeća, a za bolje razumijevanje definirat ću sam pojam poslovne komunikacije te ću navesti oblike poslovne komunikacije.

Cjelinu Socijalna psihologija objasnit ću pojmovima socijalne percepcije i stavova. Socijalna percepcija je proces opažanja osoba i grupa, odnosno odnosa među pojedincima u grupi i među grupama. Stav je načelo kojeg se netko drži, njegovo uvjerenje. Kod poglavlja o socijalnoj percepciji i stavovima u sportskoj kladionici pokušat ću približiti pojam socijalne percepcije i stavova. Definirat ću sportske kladionice kao takve te proces klađenja. Provesti ću istraživanje, odnosno na temelju Ankete za igračice i igrače te Intervjua za zaposlene ispitat ću zaposlene te igračice i igrače pitanja koja su značajna i potrebna za izradu Završnog rada. Nakon provedenog istraživanja podatke ću zapisati, usporediti, analizirati i grafički prikazati.

U zaključku ću sumirati podatke koje sam prikupila tijekom istraživanja te ću izraziti svoje mišljenje o poslovnim komunikacijama i svoje stavove o sportskim kladionicama i sportskom klađenju. Navesti ću popis korištene literature, dodati ću priloge te ću priložiti suglasnost za provedbu istraživanja.

Ključne riječi: poslovna komunikacija, percepcija, stavovi, sportska kladionica, klađenje, intervju

Summary

The subject of this final paper is business communication, social perception, attitudes in general and attitudes about sports betting. In business today, communication is very important because through communication we come to conclusions that are important to us and our environment. In the chapter of communication, I am going to define the communication process. Business communication is a key factor in the smooth running of business within an enterprise, and for a better understanding I will define the very concept of business communication and specify the forms of business communication.

My goal is to explain chapter Social psychology in terms of social perception and attitudes. Social perception is a process of observation of persons and groups, ie relations between individuals in the group and among the groups. Attitude is a principle that someone holds, his conviction. In the chapter on social perception and attitudes in sports betting, I will try to approximate the concept of social perception and attitudes. I will define sports betting as such betting process. I will conduct research, and based on Surveys for players and Interview for employees I will examine employees and players questions that are important and necessary for making Final paper. After the research, I will write, compare, analyze and graphically display the data.

In conclusion, I will summarize the data I collected during the research and I will express my opinion on business communications and attitudes about sports betting. I will list the used literature, add the attachments and attach the consent to the research.

Keywords: business communication, perception, attitudes, sports betting, betting, interview

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Komunikacija 3
2.1. Proces komunikacije 3
2.2. Poslovna komunikacija i oblici poslovne komunikacije 4
3. Socijalna psihologija 6
3.1. Socijalna percepcija 6
3.2. Stavovi 7
4. Sportska kladionica 8
4.1. Sportsko klađenje 8
4.2. Način klađenja, simboli i sistemi klađenja 9
4.3. Karakteristike potrebne za uspješno klađenje 10
5. Istraživanje o sportskom klađenju i njegovom utjecaju 12
5.1. Ciljevi istraživanja 12
5.2. Opis mjernog instrumenta 12
5.3. Uzorak ispitanika 13
5.4. Rezultati istraživanja 15
5.4.1. Rezultati i interpretacija Intervjua za zaposlene 15
5.4.2. Rezultati i interpretacija Ankete za igračice i igrače 21
6. Zaključak 28
7. Literatura 30
8. Smjernice za daljnja istraživanja 31
9. Popis grafikona 32
10. Popis slika 32
11. Popis tablica 32
12. Prilozi 33

1. Uvod

Svrha ovog završnog rada jest predočiti i definirati komunikaciju općenito, poslovnu komunikaciju, socijalnu percepciju te stavove o sportskim kladionicama i klađenju. Klađenje zadovoljava društvene i osobne potrebe koje se ne mogu zadovoljiti na neki drugi način. U današnje vrijeme, klađenje u kladionicama je postalo normalno te sve više ljudi posjećuje kladionice. Mladi ljudi odmah nakon navršene punoljetnosti posjećuju kladionicu. Često puta dolaze u kladionicu i maloljetne osobe koje žele što prije iskusiti mogućnost klađenja, bilo to sportsko klađenje, loto klađenje ili aparati za igre na sreću, no maloljetnim osobama je klađenje strogo zabranjeno. Kod sve više ljudi uočava se problem klađenja, te osobe nisu svjesne da imaju problem, ali su tog problema svjesni bliski ljudi te određene osobe. Postoje razne grupe za potporu osobama koje imaju problem s kockom i klađenjem, no ovisi o osobi da li će otići na savjetovanje za pomoć u izlječenju ili će nastaviti s dosadašnjim stilom života.

Na raznim portalima na internetu konstantno se pojavljuju vijesti da se sve više i više kladionica zatvara jer nema posla, ali iz osobnog iskustva mogu reći da to nije istina. Djelatnica sam sportske kladionice putem Student servisa i u protekle tri godine otvorilo se, na području Varaždinske županije, najmanje desetak novih poslovnica u raznim dijelovima grada Varaždina i okolnih mjesta.

U Republici Hrvatskoj je vrlo popularna aktivnost sportsko klađenje. Temeljem toga, na području cijele Hrvatske otvara se sve veći broj poslovnica (uplatnih mjesta) za igračice i igrače. Povećan broj poslovnica može se djelomično objasniti zakonskom odredbom koja propisuje da svaki priređivač u roku od šest mjeseci nakon dobivanja licence mora početi na najmanje deset lokacija s priređivanjem klađenja. Lokacije moraju biti raspoređene u najmanje pet gradova. Potrebna je dislokacija uplatnih mjesta kako priređivač klađenja ne bi imao monopol na cijeli grad ili određeno područje. (Kozjak, 2016.)

Klađenje je u današnjem društvu postalo legalno, marketinški promovirano i široko prihvaćeno. Najveći rizik od razvoja ovisnosti o klađenju ima dobna skupina od 18 do 25 godina, dok od 20 do 35 godine života svoj dobni vrh dosežu problemi izazvani klađenjem. Muškarci ovisni o klađenju su u velikoj mjeri ovisni i o drugim supstancijama, u odnosu na žene koje se klade. Osobe s problemom o klađenju i kockanju su u pravilu mlađi muškarci s srednjom stručnom spremom, najviše neoženjene osobe, zatim rastavljene osobe. Klađenje i kockanje svaku osobu pretvara u kockara, ali samo ako dovoljno često, puno i dugo igra. (Zoričić i sur., 2009)

Kockanje mladih se u posljednjem desetljeću uvelike povećalo. Tome pridonosi dostupnost i pristupačnost klađenja te oglašavanje klađenja i sportskih igara. S razvojem tehnologije povećala se mogućnost sudjelovanja u klađenju te igrama na sreću, a danas se

gotovo u svim igrama može sudjelovati putem interneta ili samoposlužnih terminala koji su najčešće smješteni u ugostiteljskim objektima. Realna dostupnost klađenja je puno veća od one koja se može uvidjeti u objektivnim pokazateljima. Prema Zakonu o igrama na sreću tržište igara na sreću je regulirano te su tim Zakonom sve igre zabranjene mlađima od 18 godina. No, usprkos toj regulativi maloljetnici uspijevaju pristupiti aktivnostima klađenja. (Dodig Hundrić i sur., 2016)

2. Komunikacija

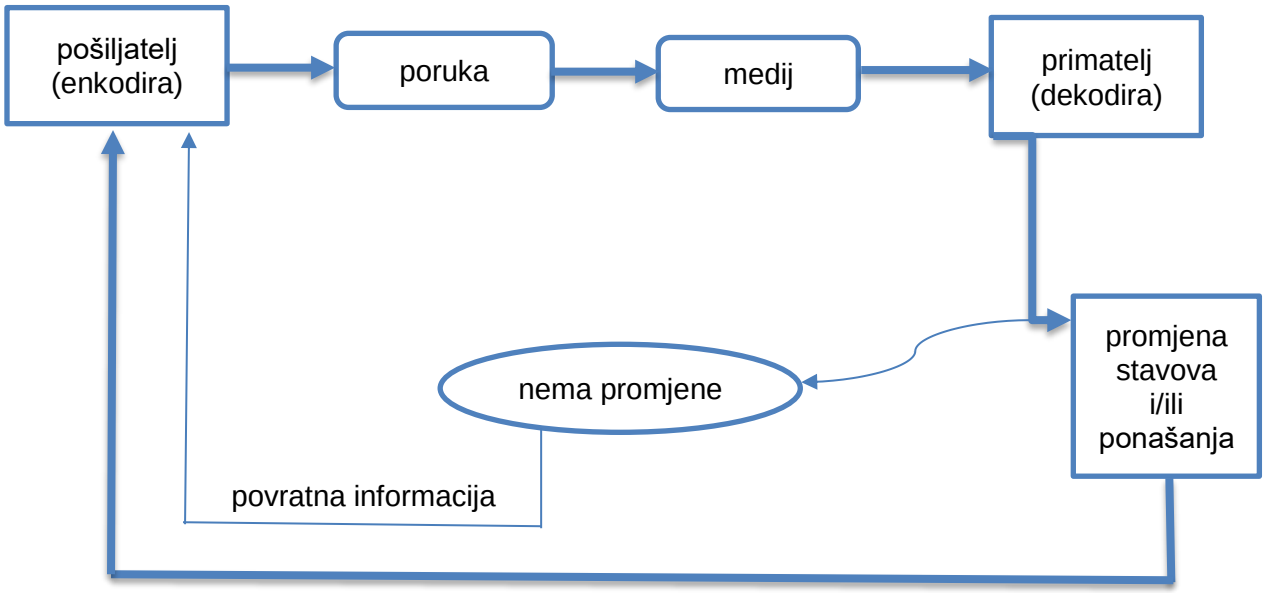
Komunikacija se smatra važnim aspektom odgojno – obrazovne današnjice. Dolazi od latinske riječi *communicare* što se može prevesti kao *učiniti općim*. Najjednostavnije i najlakše rečeno, komunikacija se može definirati kao proces prenošenja poruke od jedne osobe do druge osobe. Vrlo je važno da se u tom procesu razumije prenijeta informacija. Informacija mora biti primljena u pogledu značenja koji je pošiljatelj odredio i u pogledu sadržaja kako bi bila komunikacija uspješna. (Rouse M, et al., 2005)

Kako bi komunikacija bila uspješna bitna je vještina pravilnog pisanja i govora. Osnovne komponente komunikacije su interakcijske vještine, poznavanje jezika i kulturno znanje. Kod interakcijskih vještina potrebno je poznavanje norme interakcije i interpretacije, strategije za postizanje komunikacijskih ciljeva, poznavanje karakterističnih obilježja komunikacijske situacije, organizacije diskursa te odabir i interpretacija oblika prikladnih za tu situaciju. Jezične opcije i jezični uzorak, situacijska vrijednost opcije te verbalni i neverbalni elementi potrebni su kod poznavanja jezika. Društvena struktura, stavovi, vrijednosti i procesi enkulturacije bitni su kod kulturnog znanja. (Fox, 2006).

2.1. Proces komunikacije

Međusobna komunikacija je aktivnost prenošenja određenih podataka i sadržaja, predstavlja društvenu aktivnost. Proces komunikacije se odvija u nekoliko faza. Prva faza je potreba za komunikacije gdje se postavljaju ciljevi same komunikacije. Druga faza je enkodiranje, odnosno misli se prebacuju u prikladan oblik za prijenos poruke. Treća faza je prijenos, a to je zapravo odašiljanje poruke koja može biti govorena, pisana, slikovna, ton glasa pa čak i uporaba vremena i prostora. Četvrta faza je prijem, to jest primanje poruke. Dekodiranje je peta faza i u ovoj fazi se poruka pretvara u osjećaje i ideje primatelja. Posljednja, šesta faza je potreba za odgovorom na primljenu poruku, odnosno to je postavljenje cilja komunikacije. (Fox, 2006).

Radi lakšeg pojašnjenja, proces komunikacije prikazan je na slici 1.



Slika 1. Proces komunikacije

(Izvor: vlastita izrada prema Fox, 2006)

Elementi procesa komunikacije su pošiljatelj poruke, poruka, medij i primatelj poruke. Proces komunikacije počinje onog trenutka kada pošiljatelj oblikuje ideju. Tu istu ideju pretvara u simbole koji imaju smisao. Oblikovanje misli u riječi, bilo one govorne ili pisane, je zapravo kodiranje. Kako bi ideje i misli postale prenosive poruke moraju imati kodirani oblik. Kodirane poruke se prenose do primatelja, a to može biti prijenos putem pisma, elektroničke pošte ili drugog kanala. Prenošenje poruke od pošiljatelja do primatelja je vrlo bitna stavka u komunikacijskom procesu. Poruka putuje kroz kanal, a to je zapravo metoda ili tehnologija pomoću koje se poruka prenosi do samog primatelja. Razgovor licem u lice, telefon, pismo, elektronička pošta, novine su glavni komunikacijski kanali. Primatelj poruke prisutan je u komunikaciji od samog početka enkodiranja poruke. Reakcija primatelja je povratna informacija, a komunikacija se smatra uspješnom ako je podudarnost smisla poslane poruke i primljene poruke što veća. Poruka često sadrži puno više nego što je vidljivo na prvi pogled. Može potaknuti emocionalnu reakciju te se više ni ne povlače granice između osjećaja i razuma, nego se razmatraju razine emocionalnih poticaja. (Rouse M, Rouse S, 2005)

2.2. Poslovna komunikacija i oblici poslovne komunikacije

Poslovna komunikacija kao takva vrlo je važan element u poduzeću i komuniciranju unutar i izvan poduzeća. Poruke i informacije se konstantno prenose i obrađuju. Svaka zaposlena osoba mora slati i primati informacije kako bi svoj posao obavljala na pravilan način.

Poslovna komunikacija je stalna i interaktivna te se u velikoj mjeri oslanja na tehnologiju. Uspješnost poslovne komunikacije primjećuje se u sljedećim stavkama, a to su aktivno slušanje drugih, učinkovito komuniciranje s ljudima različitog iskustva i obrazovanja, korisno korištenje komunikacijskih tehnologija, prilagođavanje svojih poruka i stilova komunikacije specifičnoj situaciji i publici, etično komuniciranje, mudro upravljanje vlastitim vremenom te učinkovito korištenje resursa. (Bovee, Thill, 2012)

Postoje dvije kategorije poslovne komunikacije putem kojih se ona može realizirati, a to su poslovna komunikacija unutar organizacije i poslovna komunikacija izvan organizacije. Komunikacija unutar organizacije je ustvari proces u kojem sudjeluju svi djelatnici organizacije. Kod ove vrste komunikacije jest riječ o osobnoj komunikaciji, odnosno razmjeni osjećaja, mišljenja te informacija iz privatnog života pojedinaca. Time se može doći do zaključka da komunikacija u organizaciji nema nikakve veze s poslom. Najbolje rješenje za tu vrstu komunikacije je „zlatna sredina“, to jest povremena osobna komunikacija. Takva vrsta komunikacije daje pozitivan utjecaj na radnu sredinu, a na radni učinak ne utječe negativno. (Fox, 2006)

Poslovna komunikacije izvan organizacije proces je u kojem sudjeluju samo neki djelatnici organizacije. U ovu komunikaciju ubraja se komunikacija s potrošačima, poslovnim partnerima, širom društvenom zajednicom, komunikacija vezana uz nastajanje proizvoda ili usluge, odnosi s javnošću, marketinška komunikacija te komunikacija s širim društvenim okruženjem. (Fox, 2006)

Tijekom poslovne komunikacije mogu se javiti različite zapreke, a neke od njih su organizacijske, sociokulturne i psihološke zapreke. Najčešće organizacijske zapreke su razlike u statusu, konkurencija poruka, iskrivljavanje informacija, preopterećenost informacijama. Kod sociokulturnih zapreka postoji nekoliko elemenata koji mogu postati zapreke, a to su sukob uvjerenja i vrijednosti, grupno mišljenje, stereotipi, jezik i žargon. Ključne psihološke zapreke su loše slušanje, emotivno upletanje, percepcija i filtriranje. U vrlo kratkom vremenu, poslovna komunikacija unutar i izvan poduzeća doživjela je velike promjene zbog primjene elektronskih sredstava koji komunikaciju u velikoj mjeri pojednostavljuju. Najbolji primjer za to je elektronska pošta. Današnja suvremena tehnologija je podigla razinu čovjekove svijesti o mogućnostima i potrebi komunikacije. Suvremena organizacija i komunikacija je privlačnija, drugačija i inovativna. (Rouse M, Rouse S, 2005)

3. Socijalna psihologija

Socijalna psihologija se može definirati kao znanstvena disciplina koja proučava kako ljudi interpretiraju i percipiraju svoj svijet te kako stvarna ili zamišljena prisutnost drugih ljudi utječe na njihovo ponašanje, emocije i vjerovanja. Socijalna psihologija se bavi društvenim odnosima između ljudi i ponašanjem grupa. Socijalni psiholozi pokušavaju psihološke procese spojiti u integrirani prikaz cijele osobe te ih posebno interesiraju individualne razlike. Socijalnu psihologiju zanima u kojoj su mjeri ljudi pod utjecajem svojih tumačenja socijalne okoline. (Atkinson R, Hilgard E, 2007)

Socijalna psihologija je grana psihologije čiji je interes razumijevanje pojedinačnih ljudskih bića, a posebno stavlja naglasak na psihološke procese koji se odvijaju i njihovim mislima i srcima. Smatra se mladom znanošću koja se do nedavno razvijala samo u Sjedinjenim Američkim Državama. Socijalna psihologija je smještena između sociologije i psihologije ličnosti. Zajednički interes za društvene i situacijske utjecaje na ponašanje je povezuje s sociologijom, dok je s psihologijom ličnosti povezuju psihološki procesi koji su zajednički većini ljudi. (Aronson E, et al., 2005)

3.1. Socijalna percepcija

Socijalnom percepcijom možemo istražiti kako stvaramo dojmove o drugim ljudima te kako donosimo zaključke o njima. Pri tome nam su nam vrlo bitni izrazi lica ljudi, ton glasa i pokreti tijela, a to je zapravo neverbalno ponašanje ljudi. Neverbalna komunikacija odvija se putem kanala neverbalne komunikacije koji daju najviše podataka. Neki od tih kanala su dodir, pogled, ton glasa, izraz lica položaj tijela, geste. Neverbalno ponašanje u komunikaciji koristi se za otkrivanje stavova, održavanja osobina ličnosti. izražavanje emocija te za reguliranje verbalne komunikacije. (Aronson E, et al., 2005)

Socijalna percepcija o sportskim kladionicama i klađenju je različita od osobe do osobe. Osobe koje posjećuju sportsku kladionicu nekoliko puta mjesečno, tjedno ili na dnevnoj bazi smatraju da je ona za njih prilika i mogućnost velike zarade bez puno truda. Često puta, tijekom igre na aparatima za sreću te loto ili sportskog klađenja, osobe izgube pojam o vremenu koje su provele u sportskoj kladionici, ali i izgube pojam o visini potrošenog novčanog iznosa. Osobe koje su u novčanim problemima smatraju kladionicu jedinim izlazom iz minusa na bankovnom računu.

S druge strane, postoje osobe koje ne vole kladionice, nikad je nisu posjetili ni nemaju namjeru dolaziti u prostorije bilo koje sportske kladionice jer smatraju da je to gubitak vremena, zdravog razuma i novca. Osobe koje ne dolaze u sportsku kladionicu smatraju da su osobe

koje je posjećuju ovisnici te da im to samo šteti. Gledaju na njih kao osobe koje manje vrijede, a neki čak svoje neslaganje i nezadovoljstvo tim osobama izgovaraju na glas, često put i direktnom komunikacijom izražavanju određenu vrstu gađenja prema tim ljudima. Postoji i treća vrsta osoba, a to su osobe koje svima govore da sportska kladionica nije dobro mjesto, da loše utječe na ljude. No, s druge strane, te iste osobe redovito posjećuju sportsku kladionicu u tajnosti. Svoj problem izbjegavaju i negiraju.

3.2. Stavovi

Ključno mjesto u komunikaciji imaju stavovi. Predstavljaju središnju stavku svakog pojedinca. Stav je trajni sustav pozitivnog ili negativnog ocjenjivanja, osjećaja i tendencija poduzimanja određenih akcija za ili akcija protiv u odnosu na različite situacije. Važne karakteristike stavova su činjenica da predstavljaju odnos između pojedinca, objekta i situacije, naučeni su tijekom života, imaju značajnu ulogu u komunikaciji, predstavljaju složen koncept, proces promjene teče sporo te predstavljaju relativno trajne predispozicije. (Kesić, 1997.)

Stavovi o sportskim kladionicama su raznovrsni. Pojedinci preferiraju sportsku kladionicu i mogućnost klađenja, dok postoje osobe koje smatraju kladionicom nepotrebnom te na osobe koje posjećuju sportsku kladionicu gledaju s visoka. Po mojem mišljenju, svatko dolazi i odlazi kamo ga volja. Ne vidim ništa loše u sportskoj kladionici i klađenju. Osobno se ne kladim, no ako nekoga to zanima i voli se baviti tom vrstom „sporta“ – samo naprijed.

4. Sportska kladionica

Sportska kladionica je mjesto ili prostor u kojem se punoljetna osoba, muškarac ili žena, može kladiti na sportski ili loto događaj. Sportska kladionica ima jednu baznu poslovnicu u kojoj je ured voditelja te više poslovnica raspoređenih po županiji, ali i po ostatku Republike Hrvatske. Kolokvijalno rečeno: „Kladionica je mjesto gdje osoba izgubi novac, strpljenje i drage osobe."

Promatrana sportska kladionica u ovom završnom radu, kao i svaka druga sportska kladionica, ima utvrđen Pravilnik o kućnom redu koji je na snagu stupio u siječnju 2014. Tim pravilnikom se uređuju pravila i obveze ponašanja Radnika u trgovačkom društvu, igrača u klađenju, ali i osoba koje se nalaze u Poslovnici.

Potrebno je naglasiti da je osobama mlađim od 18 godina zabranjen ulazak u Poslovnicu i sudjelovanja u igrama klađenja. Radnicima je zabranjeno klađenje i igranje aparata u svim Poslovnicama. Radno vrijeme svake Poslovnice je vidljivo na ulaznim vratima Poslovnice te je dostupno na internetskoj stranici Društva. Unutar svake Poslovnice Društva zabranjeno je pušenje, nošenje oružja, pisanje po inventaru i zidovima, unošenje i konzumiranje alkohola, droga, hrane i pića, fotografiranje i snimanje, dovođenje životinja. Radnici su dužni pomoći sudionicima u klađenju i pojasniti im nejasnoće. Sudionici u klađenju su dužni pristojno se ponašati te druge igrače ne smiju ometati u igri. Ako se pravila prekrše na bilo koji način. Društvo može zabraniti sudjelovanje u klađenju, ali i pristup Poslovnici. (Germania Sport, 2018)

4.1. Sportsko klađenje

Klađenje je igra na sreću u koju se ubraja klađenje na rezultate pojedinačnih natjecanja, klađenje na rezultate skupnih natjecanja, klađenje na uspjeh glazbenih, pjevačkih, plesnih ili sličnih natjecanja te ostala klađenja. Klađenje je igra koja se priređuje trajno. U ovoj igri na sreću sudionik, igrač pogađa unaprijed neizvjesne i nepoznate ishode sportskih i drugih događaja koju su predloženi po priređivaču, odnosno po sportskoj kladionici Umnožak konačnog tečaja i iznos uloga je zapravo iznos potencijalnog dobitka. (Germania Sport, 2018)

Sportsko klađenje je igra na sreću čiji je temelj sposobnost pojedinca koji se kladi da uz pomoć dostupnih podataka i informacija pokuša unaprijed predvidjeti ishod, rezultat određenog sportskog događaja, isključivo u svrhu zarade. (Vrančić, 2006)

Sportsko klađenje je igra u kojoj sudionik pogađa rezultate sportskih događaja koji su predloženi po priređivaču, odnosno Kladionici. Iznos eventualnog dobitka je određen visinom koeficijenta, tečaja te iznosom uloga. (Kladionica.eu, 2018)

4.2. Način klađenja, simboli i sistemi klađenja

Klađenje u sportskoj kladionici temelji se na kladioničkoj listi – ponudi koja sadrži osnovne podatke o sportu, naziv i šifru događaja, tečajeve te datum i vrijeme početka događaja. Simboli koji se koriste u sportskom klađenju su „1“, „2“, „X“, „1X“, „X2“ i „12“ koji su pravilu znače sljedeće:

- „1“ – pobjeda natjecatelja koji je u ponudi naveden prvi po redu
- „2“ – pobjeda natjecatelja koji je u ponudi naveden drugi po redu
- „X“ – podrazumijeva natjecanje bez pobjednika (neriješeno)
- „1X“ – podrazumijeva pobjedu natjecatelja koji je u ponudi naveden prvi po redu ili neriješeno
- „X2“ – podrazumijeva pobjedu natjecatelja koji je u ponudi naveden drugi po redu ili neriješeno
- „12“ – podrazumijeva pobjedu jednog ili drugog natjecatelja (Weisshaupt, 2008)

Sportsko klađenje moguće je na 3 načina, a to su pojedinačno klađenje, zbirno klađenje i sistemsko klađenje. Pojedinačno klađenje je oklada na ishod jednog od odabranog događaja koji je definiran koeficijentom klađenja, a dobitak se ostvaruje ako se pogodi točan ishod. Zbog lakšeg razumijevanja, u tablici 1 naveden je događaj s tipovima. (Weisshaupt, 2008)

Šifra događaja	Događaj	1	X	2	1X	X2	12
7010	**Roma – Juventus**	2,90	3,10	3,00	1,50	1,50	1,45

Tablica 1. Ponuda utakmica za današnji dan (13.05.2018.)

(Izvor: vlastita izrada prema Germania Sport, 2018)

Ukoliko se osoba želi kladiti na pobjedu tima Roma, mora upisati broj utakmice, u ovom slučaju 7010 i željeni tip, odnosno 7010 – 1. Pobjedu tima Juventus označava tip 2, a smatra li osoba da će utakmica završiti neriješenim rezultatom, stavlja oznaku X. Na raspolaganju su i dvoznaci koji pokrivaju dvije opcije. Ako osoba smatra da će Roma pobijediti ili utakmicu odigrati neriješeno, upisuje sljedeći tip: 7010 – 1X.

Zbirno klađenje je oklada na više pojedinačnih događaja na jednom listiću. Umnožak tečajeva pojedinih događaja koji je uvijek zaokružen na dvije decimale naziva se akumulirani tečaj. Ako igrač pogodi sve tipove na kladioničkom listiću, tada nastaje dobitak. Kao primjer za razumijevanje, prikazana je tablica 2.

Hajduk – Osijek	Tip 1 – tečaj 1,55
Atalanta – Milan	Tip X – tečaj 3,45

Dobitak:	1,55 x 3,45 x ulog (npr. 50 kn) = 267,37 kn
Dobitak nakon oporezivanja:	267,37 kn – 5% = 254,00 kn

Tablica 2. Prikaz zbirnog klađenja za današnji dan (13.05.2018.)

(Izvor: vlastita izrada prema Germania Sport, 2018)

U prikazanom primjeru ako bilo koji od rezultata utakmica u zbirnom klađenju nije pogođen, klađenje je gubitno.

Sistemsko klađenje je vrsta klađenja koja omogućava različite kombinacije događaja u rasponu od 2 do 18 događaja. Ovisno o kladionici, događaja na listiću može biti više ili manje, te kladionica određuje i minimalni ulog po kombinaciji. Na primjer, osoba je odigrala sistemski listić 3 od 5 parova. To znači da je osoba izabrala 5 parova i listić je dobitan ukoliko je pogođeno minimalno 3 para. Skraćeni sistem „3 od 5“ ima 10 mogućih kombinacija, a igrač ima pravo na isplatu dobitka ako je pogodio minimalno 3 para. (Germania Sport, 2018)

4.3. Karakteristike potrebne za uspješno klađenje

Osobe koje posjećuju sportsku kladionicu na dnevnoj ili tjednoj bazi sebe smatraju iskusnim znalcima i stručnjacima za sve u vezi s klađenjem. No, svaki igrač bi trebao imati osnovne karakteristike i znanje za klađenje s dobitkom.

Za sam početak bi igrač trebao imati nadprosječno sportsko znanje. Tek kada se savladaju osnovna sportska pravila, potrebno je naučiti sve potrebne informacije o igračima i timovima. Igrač će se moći uspješno baviti klađenjem kada svoju razinu znanja uzdigne na višu razinu. Ne smije se izostaviti ni kvalitetna priprema i informiranost o timovima, igračima i prijašnjim rezultatima utakmica te sposobnost upravljanja novcem. Igrač mora znati prepoznati isplativu priliku za okladu, ali i kako izbjeći potencijalne zamke u ponudi sportske kladionice. (Weisshaupt, 2008)

Karakteristika pravih igrača je strpljenje. Rezultat pohlepe je nestrpljivost i ona često puta utječe na psihičko stanje igrača koji se žele obogatiti na brzinu. Strpljivom igrom se jedino može nešto postići. Ako si je igrač zacrtao granicu maksimalnog uloga, vrlo je bitno da tu

granicu ne premašuje. Disciplina i hrabrost su vrlo važni faktori u klađenju jer osoba mora biti svjesna svojih mogućnosti, pogotovo financijskih. Upornost vodi do uspjeha. Ako osoba ne vjeruje sama sebi i svojim vlastitim procjenama, nije joj mjesto u kladionici. Svi se prije ili kasnije susretnu s nekom vrstom neuspjeha, no to nije razlog za paniku. Samopouzdanje je ključan čimbenik u klađenju. I na kraju, sreća. Nebitno koliko se osoba trudi na neke događaje nemoguće utjecati. Bitno je analizirati dobitne i gubitne oklade i potrebno je učiti na greškama. (Weisshaupt, 2008)

5. Istraživanje o sportskom klađenju i njegovom utjecaju

U ovom završnom radu provedeno je istraživanje temeljem intervjua zaposlenih u sportskoj kladionici te anketiranjem igračica i igrača koji sportsku kladionicu posjećuju. Istraživanje nisam započela prije pisanog i potpisanog dopuštenja voditelja sportske kladionice, odnosno prije samog početka zatražila sam od voditelja Suglasnost za provedbu istraživanja koja je priložena u Prilozima. Voditelj je prihvatio spomenutu Suglasnost i svoje istraživanje sam provela na 54 igračica i igrača te 13 zaposlenica, a ciljevi istraživanja, rezultati te interpretacija rezultata navedeni su u idućim odlomcima.

5.1. Ciljevi istraživanja

Temeljni ciljevi ovog istraživanja su putem Intervjua za zaposlene u sportskoj kladionici istražiti osnovne podatke o zaposlenju, mišljenje i stav zaposlenih o kladionici, klađenju, radnom vremenu kladionice, načinu rada, međusobnim poslovnim odnosima, odnosima klijenata koju posjećuju kladionicu prema zaposlenicama, mišljenje o radnoj odjeći i plaći, mogućim promjenama i poboljšanjima. Dodatni ciljevi su istražiti stavove o prodaji cigareta unutar prostora sportske kladionice te stavove o aparatima za igre na sreću.

Također, uz pomoć Ankete za igračice i igrače žele se saznati osnovni podaci osoba koje posjećuju kladionicu (spol, dob, stručna sprema), iznos najvećeg ostvarenog dobitka, vrijeme koje provode u kladionici na tjednoj bazi, odgovara li im trenutno radno vrijeme, jesu li zadovoljni zaposlenima u kladionici te mišljenje i stavovi o aparatima za igre na sreću.

5.2. Opis mjernog instrumenta

Intervju za zaposlene u sportskoj kladionici predstavljen je zaposlenicama kao pisani dokument u kojem su one odgovarale na postavljena pitanja. Zaposlenice su Intervju popunjavale u vremenskom periodu od 20.03.2018. do 30.04.2018. Intervju se sastoji od 17 pitanja od kojih su pitanja na zaokruživanje, pitanja koja zahtijevaju razumijevanje i promišljanje te pitanja koja zahtijevaju odgovor s objašnjenjem. Pitanja na zaokruživanje su spol, dok i stručna sprema. Kratke odgovore su zahtijevala pitanja o načinu saznanja za posao u kladionici, jesu li u kladionici zaposlene putem Ugovora o radu ili Student servisa te koliko dugo rade u sportskoj kladionici.

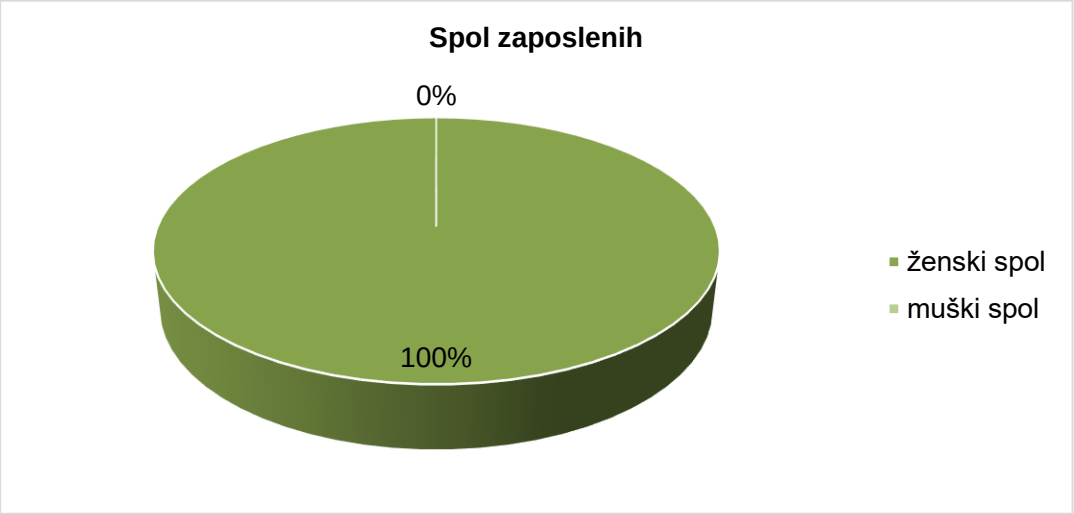
Najviše je pitanja koja zahtijevaju odgovor s objašnjenjem, a to su pitanja da li bi preporučile sportsku kladionicu kao potencijalno radno mjesto, odgovara li im radno vrijeme, jesu li se kladile prije zaposlenja, što bi promijenile u prostoru kladionice, koji su njihovi stavovi

i mišljenje o klađenju. Također, pitanja su i o klijentima koji posjećuju kladionicu te njihov odnos prema zaposlenicama, pitanja o međuljudskim odnosima, plaći te trenutan način i raspored rada. Od pitanja za promišljanje i razumijevanje navedena su pitanja o mogućnosti donacije prihoda sportske kladionice te je potrebno navesti nekoliko načina kojima bi kladionica mogla privući više novih igračica i igrača.

Anketa za igračice i igrače ponuđena je svakom igraču u vremenskom periodu od 01.05.2018. do 30.06.2018. koji je ušao u sportsku kladionicu. Osobe koje su bile voljne ispuniti Anketu su je anonimno popunile i predale. Anketa se sastoji od ukupno deset pitanja. Pitanja su različitog tipa – pitanja na zaokruživanje, pitanja s višestrukim odgovorima te pitanja opisnog karaktera. Pitanja koja se pojavljuju u Anketi su spol, dob, stručna sprema, prvi posjet sportskoj kladionici, vrijeme provedeno u kladionici, najviši ostvareni dobitak, minimalna uplata za listić. Također, tu su i pitanja o radnom vremenu, djelatnicama u kladionici. Traži se i mišljenje igrača o prodaji cigareta u prostorima kladionice te mišljenje o aparatima za igre na sreću.

5.3. Uzorak ispitanika

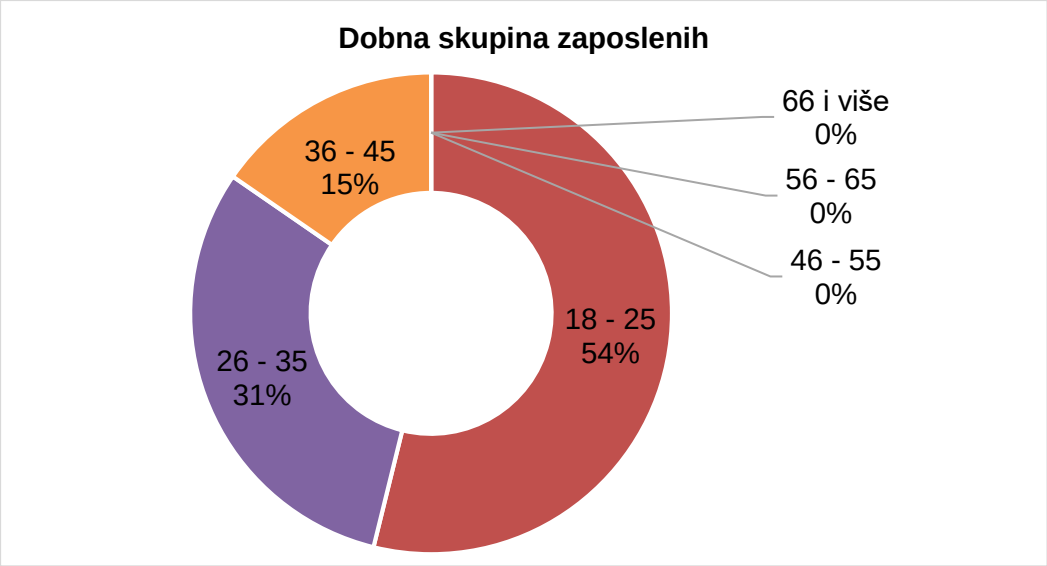
U istraživanju i popunjavanju Intervjua za zaposlene sudjelovalo je 13 zaposlenica iz 5 poslovnica na području Varaždinske županije. Sve osobe koje su popunile Intervju za zaposlene su osobe ženskog spola jer za pultom u sportskoj kladionici rade samo žene. Na temelju toga dolazim do zaključka da je zaposlenost žena 100%, a zaposlenost muškaraca 0%.



Grafikon 1. Spol zaposlenih

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

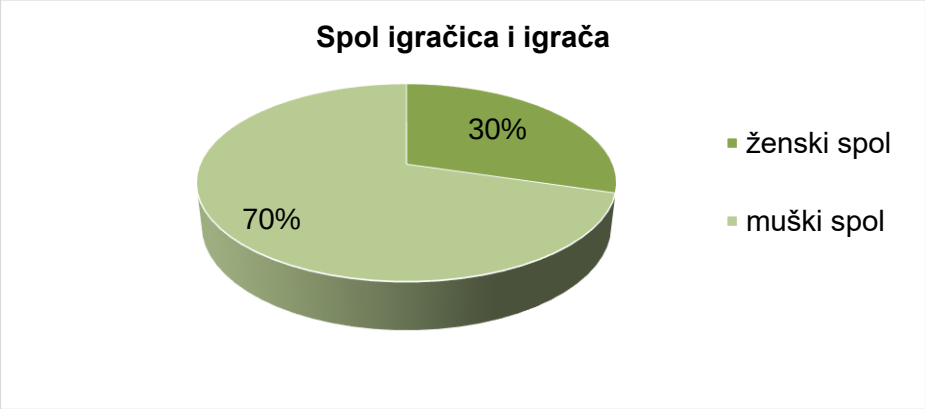
Zaposlenice koje su ispunjavale Intervju različitih su dobnih skupina. Njihova dobna skupina varira od 18 do 45 godina. Iz grafikona Dobna skupina zaposlenih vidljivo je da je 54% zaposlenih u dobnoj skupini od 18 do 25 godina. Sa 31% zastupljena je skupina od 26 do 35 godina, a 15% zaposlenih pripada dobnoj skupini od 36 do 45 godina. Uočava se da dobne skupine 46 – 55, 56 – 65 te 66 i više nisu zastupljene.



Grafikon 2. Dobna skupina zaposlenih

(vlastita izrada na temelju provedenog istraživanja)

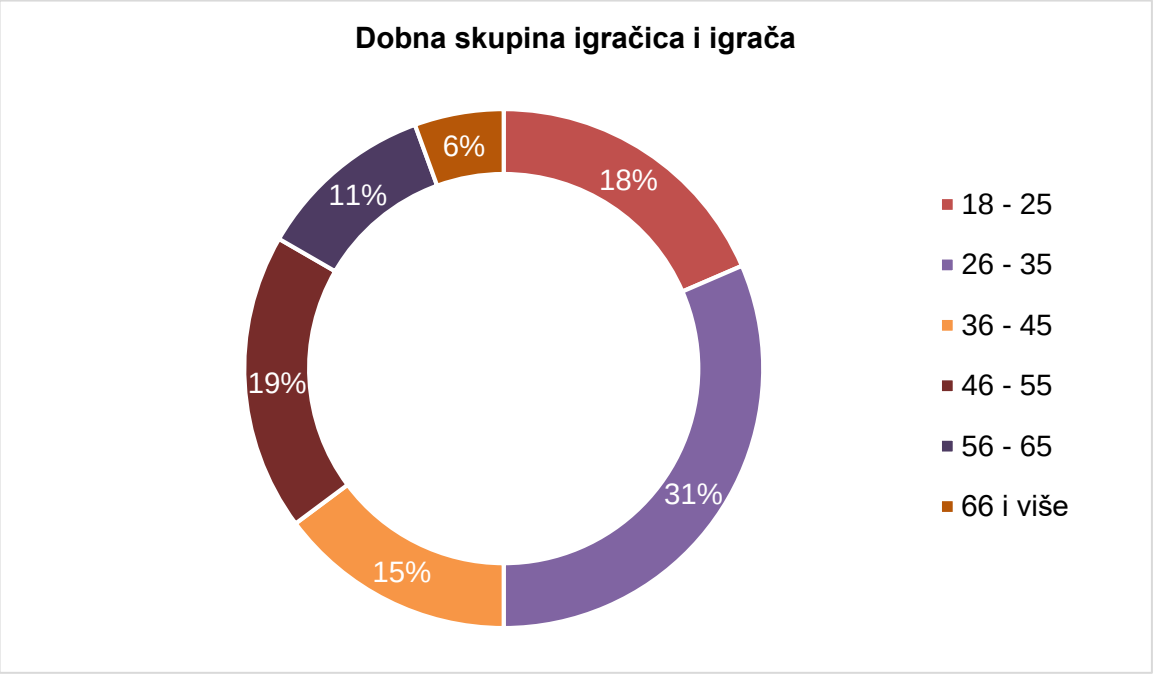
Anketu za igračice i igrače popunile su 54 osobe te se anketa provodila u dvije poslovnice na području Varaždinske županije. Anketa je ponuđena svakoj osobi u ranije navedenom periodu, a tko je želio je i ispunio. Ukupno je ispunilo 54 osoba Anketu za igračice i igrače, a od toga je bilo 38 muških i 16 ženskih osoba. Prikazano postocima, to znači da je 30% žena i 70% muškaraca obuhvaćeno istraživanjem.



Grafikon 3. Spol igračica i igrača

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Igračice i igrači koji su ispunili ankete variraju kada su u pitanju dobne skupine. Najčešća dobna skupina koja se pojavila tijekom istraživanja je dobna skupina 26 – 35 godina. U postocima to je 31%, odnosno 17 je osoba te dobne skupine. Samo 6% ispitanika pripada u dobnu skupinu od 66 i više, odnosno to je 3 ljudi i ta je dobna skupina najmanje zastupljena u ovom istraživanju. Dobna skupina 18 – 25 je zastupljena 19% (10 osoba). S 15% je zastupljena dobna skupina 36 – 45, a to je osmero ljudi. Desetero ljudi je obuhvaćeno u dobnoj skupini od 46 do 55, a u postocima to iznosi 18%, dok je u dobnoj skupini od 56 do 65 obuhvaćeno šestero ljudi, a to iznosi 11%.



Grafikon 4. Dobna skupina igračica i igrača

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

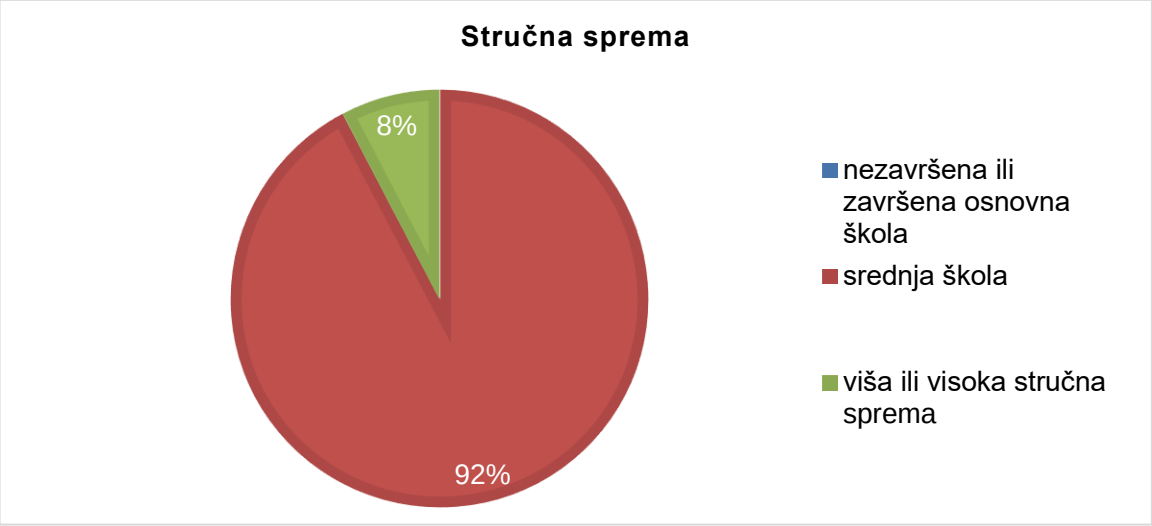
5.4. Rezultati istraživanja

U odlomcima Rezultati i interpretacija Intervjua za zaposlene i Rezultati i interpretacija Ankete za igračice i igrače dobivene odgovore ću zapisati i analizirati te ću ih grafički prikazati za što lakše, bolje i jednostavnije razumijevanje.

5.4.1. Rezultati i interpretacija Intervjua za zaposlene

U Intervjuu je navedeno i pitanje o stručnoj spremi te sam tako došla do rezultata da je od ukupno 13 intervjuiranih zaposlenica samo jedna od njih više ili visoke stručne spreme. Ni jedna od zaposlenica nema samo osnovno obrazovanje, već je najmanji rang obrazovanja

srednja stručna sprema. Obrazovanje nezavršene ili završene osnovne škole ima 0% djelatnica. Završenu srednju školu ima 92% djelatnica, dok 8% zaposlenih djelatnica ima višu ili visoku stručnu spremu.



Grafikon 5. Stručna sprema zaposlenih

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Pitanje koje je dobilo raznolike odgovore jest pitanje: „Kako ste saznali za posao u sportskoj kladionici?“ Odgovor koji je dalo čak 9 zaposlenih jest „preko prijateljice“, a u postocima to iznosi 69,24%. Po jedan odgovor imale su stavke: preko dečka, putem Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, preporuka obitelji te putem društvenih mreža te svaki od navedenih odgovora iznosi 7,69%.

Grafikon 6. Kako ste saznali za ovaj posao?

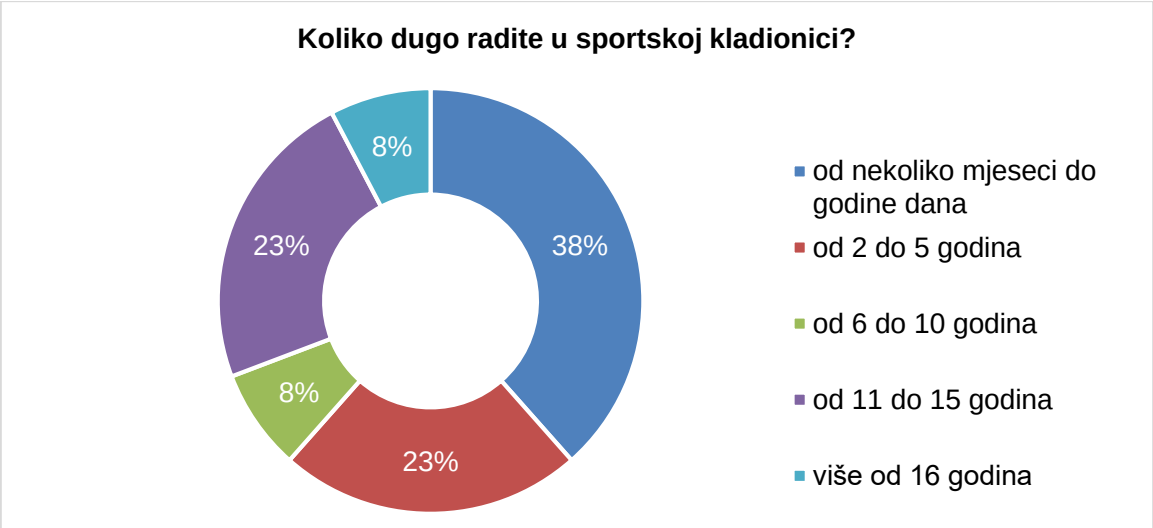
(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Što se tiče samog zaposlenja u sportskoj kladionici, zaposlenici mogu biti zaposleni preko Ugovora o radu i preko Student servisa. Ispitane djelatnice su redovne zaposlenice te studentice. Od 13 ispitanih, njih 9 je zaposleno preko Ugovora o radu, a 13 je zaposlenih studentica. U postocima, to je 31% zaposlenih preko Student servisa i 69% zaposlenih putem Ugovora o radu.

Grafikon 7. Način zaposlenja u sportskoj kladionici

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Ispitane djelatnice u sportskoj kladionici rade od nekoliko mjeseci do 16 godina. Pet zaposlenica radi od nekoliko mjeseci do godine dana. Između dvije i pet godina su zaposlene 3 djelatnice. Od šest do deset godina je zaposlena jedna djelatnica. Tri djelatnice su zaposlene između 11 i 15 godina, dok je samo jedna djelatnica zaposlena duže od 16 godina.



Grafikon 8. Koliko dugo radite u sportskoj kladionici?

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

U pitanju: „Biste li preporučili svojim prijateljima i poznanicama sportsku kladionicu kao potencijalno radno mjesto?“, najviše je bilo odgovora „Da“, čak 53,85%. Razlog tome jest činjenica da to nije prezahtjevan fizički posao i komunikacija s ljudima je na dnevnoj bazi. Odgovor „Da, ali samo studentima“ je dalo 15,38% zaposlenih, a odgovor „Ne“ je dalo 30,77% zaposlenih. Djelatnice ne bi svojim prijateljima i poznanicima preporučile sportsku kladionicu kao potencijalno radno mjesto jer se radi svaki vikend, praznicima i blagdanima, smatraju da je plaća preniska te im radno vrijeme ne odgovara.

Osmo pitanje intervjua jest „Odgovara li Vam radno vrijeme sportske kladionice obzirom da se radi od ponedjeljka do petka od 09:00 do 22:00 te nedjeljom od 09:00 do 21:00?“. Samo dvije osobe su odgovorile da im radno vrijeme odgovara dok je ostalih 11 djelatnica odgovorilo da im ne odgovara. U postocima, to je 15,38% odgovora „Da“ i 84,62% odgovora „Ne“. Najčešći odgovor zbog čega im ne odgovara je činjenica da se radi svaki praznik ili blagdan. Bolje bi im odgovaralo da su ti dani neradni ili da se radi samo jedna smjena. Igrači u kladionicu poslije 20:00 ne dolaze i djelatnice smatraju da nema potrebe da se radi do 22:00. Ista stvar je i s vikendima. Praksa je da se radi cijela subota (09:00 – 22:00) te je nedjelja slobodna, ali je takav način rada prezahtjevan, pogotovo ako nema posla jer to psihički umara osobu. Djelatnice smatraju da bi radno vrijeme trebalo biti do 20:00 kroz tjedan, vikendom do 18:00, a nedjelja bi trebala biti neradna. Takav način rada i odgovarao svima, a djelatnice bi imale više vremena za sebe i svoju obitelj.

Svaka djelatnica prije ili kasnije dođe u iskušenje da odigra sportski ili loto listić u kladionici. Upravo zbog toga sam postavila pitanje: „Jeste li se kladili u sportskoj kladionici prije zasnivanja radnog odnosa?“. Samo jedna djelatnica je odgovorila pozitivno, dok je ostalih 12 odgovorilo da se nikad nije kladilo. Prema Pravilniku sportske kladionice klađenje je djelatnicima strogo zabranjeno.

Djelatnice imaju različite stavove i mišljenja o sportskom klađenju. Pitanjem: „Koji su Vaši stavovi i mišljenje o sportskom klađenju?“ željela sam saznati koliko posto zaposlenih ima pozitivne, a koliko negativne stavove i mišljenja. Intervjuiranjem sam došla do sljedećih rezultata: 46,15% ima pozitivne stavove, a 53,85% ima negativne stavove. Smatraju da vrijedi okušati sreću te da je kladionica odlična za umirovljenike koji imaju mnogo slobodnog vremena. Odlična je zanimacija i zabava do određene mjere. Kada se osoba kladi u skladu s svojim financijskim mogućnostima i kada zna sama sebi granice, klađenje je prihvatljivo. No, s druge strane, negativno je što velik broj ljudi ne zna granicu te pretjeruju u trošenju. Većina osoba koje posjećuju kladionicu imaju problem s klađenjem – rezultate prate na dnevnoj bazi, lažu obitelji o tome gdje idu i gdje troše novac, zadužuju se i ne podmiruju dugove. U velikoj većini ljudi nisu svjesni koliko novčanih sredstava potroše prilikom klađenja. Ljudi smatraju

kladionicom dodatnom zaradom, a zapravo je to trošak kojeg nisu svjesni ili trošak koji ne žele priznati.

Djelatnice imaju i različite ideje što bi se moglo promijeniti u kladionici. Velika većina je odgovorila da bi promijenile radnu odjeću. Umjesto trenutnih košulja uvele bi pamučne polo majice s logotipom tvrtke. Modernije bi uredile sam prostor kladionice te bi uvele praktičniji i ugodniji namještaj umjesto barskih stolaca. Prostor radnog pulta u kojem borave djelatnice tijekom radnog vremena bi povećale jer je trenutno prostor ograničen. Također, promijenile bi i samu veličinu pulta i staklo kako igrači ne bi mogli rukom dirati sve što se nalazi na pultu. Promijenile bi i osvjetljenje u poslovnici kako bi bilo jasnije i vidljivije te bi uvele ventilaciju radi boljeg protoka zraka. Neke od poslovnica nemaju vlastiti sanitarni čvor nego su djelatnice primorane odlaziti u kafić pokraj.

Na pitanje o klijentima koji posjećuju sportsku kladionicu te o njihovom ponašanju, djelatnice su imale raznolike odgovore. Klijenti su većinom lokalno stanovništvo, između 18 i 70 godina, kulturni su i ljubazni, prema djelatnicama se odnose s poštovanjem. Neki od njih se ne razumiju sam proces klađenja, no uporno dolaze u kladionicu. Upravo oni se vole svađati i prigovarati. Ako izgube veliku svotu novčanih sredstava nekulturni su, bezobrazni, bahati i prigovaraju. Smisao svega očituje se u idućem: ako su djelatnice korektne prema igračima, igrači će biti kulturni i ljubazni prema djelatnicama.

Pitanje koje je zadobilo najviše moje pažnje je „Jeste li zadovoljni međuljudskim odnosima u sportskoj kladionici?“. Čak 15,38% djelatnica nije željelo na navedeno pitanje odgovoriti, dok je 15,38% djelatnica odgovorilo da nije zadovoljno jer neki igrači ne znaju pozdraviti, zahvaliti te smatraju da im nedostaju osnovne kulture. U sklopu svake kladionice je kafić te pojedinci dolaze u kladionicu pod utjecajem alkohola. Zbog svoje alkoholiziranosti dogodi se situacija da vrijeđaju djelatnice. Međuljudskim odnosima je zadovoljno 69,24% zaposlenih. Igrači koji su stalni posjetitelji poštuju djelatnice, ali i ostale igrače, prijateljski su nastrojeni te strpljivo čekaju na svoj red ako je gužva. Što se tiče odnosa među kolegicama na radnom mjestu, sve djelatnice imaju samo riječi hvale. Zaposlene su si međusobna podrška, susretljive su jedna prema drugoj ako je potrebna zamjena smjene ili zamjena u drugoj poslovnici.

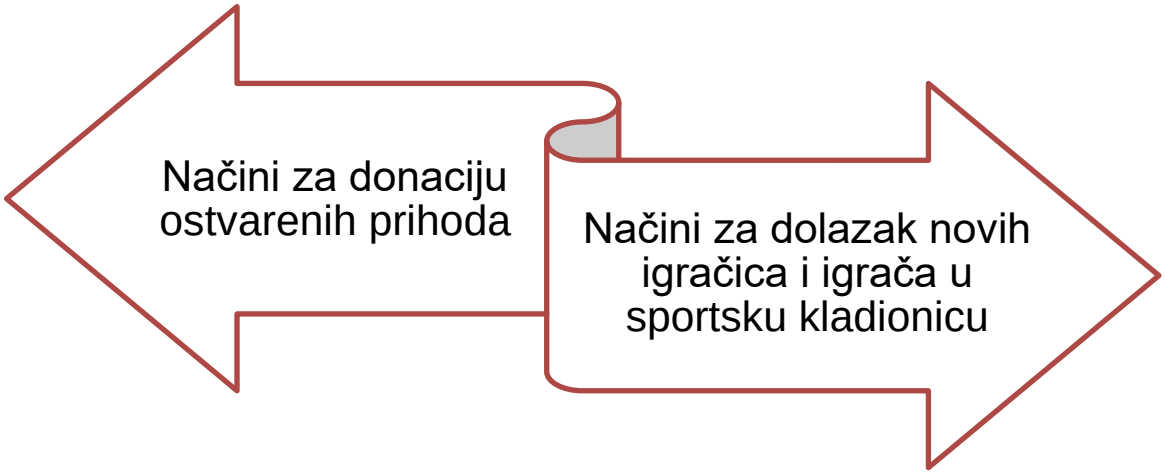
S obzirom na to da je sportska kladionica otvorena svaki dan, upitala sam djelatnice jesu li zadovoljne svojom plaćom te smatraju li da su adekvatno plaćene za svoj rad. Pozitivno su odgovorile samo studentice (30,77%). Djelatnice zaposlene preko Ugovora o radu smatraju da nisu adekvatno plaćene za svoj rad jer smatraju trenutnu plaću preniskom, a ipak se rade i vikendi, praznici i blagdani. Djelatnice nekad imaju preko 200 radnih sati mjesečno, osjećaju se podcijenjeno te su više puta napomenule da imaju preveliku odgovornost jer je najteže raditi

s tuđim novcem. Također, na posao se mora dolaziti pola sata prije početka smjene, a to im nije plaćeno te ne vide koji je smisao dolaska ranije. Djelatnice bi voljele da se uvidi njihov trud i želja za radom te da se uvedu raznolike stimulacije (zalaganje, godine radnog odnosa). Sve djelatnice koje su intervjuirane složile su se u jednoj stvari, a to je činjenica da je najteže raditi s ljudima.

U sportskoj kladionici zaposlene su dvije ženske djelatnice kao stalne radnice i studentica kao njihova zamjena za vrijeme godišnjih odmora i bolovanja. Prilikom intervjuiranja postavila sam pitanje da li djelatnicama i studenticama odgovara takav način rada i sve su se složile, 100% složenost bila je oko tog pitanja. Takav način rada odgovara i djelatnicama i studenticama. Studentice, uz studiranje, rade i zarade dodatni džeparac, a djelatnice imaju više slobodnog vremena. Mogu računati na studentice ako je vrijeme godišnjih odmora, ako, koji slučajem, djelatnica mora na bolovanje zbog bolesti djeteta ili nje same ili ako se desi nepredvidiva situacija. Zbog fakultetskih obaveza, djelatnice se kroz akademsku godinu rado prilagode studenticama. Određene studentice u sportskoj kladionici rade već duži niz godina te se na njih može konstantno računati i zvati ako je potrebna zamjena.

Djelatnice kao trgovci operateri konstantno moraju biti koncentrirane jer se radi s velikim novčanim iznosima te sam upravo zbog toga u intervjuu postavila pitanje smatraju li se dovoljno organizirane i educirane za obavljanje navedenog posla. Svih trinaest ispitanika odgovorilo je „Da“. S obzirom na to da se prije početka rada obavlja obuka radi što boljeg i efektivnijeg obavljanja posla na radnom mjestu, djelatnice smatraju da su prikladno educirane. Ako kojim slučajem dođe do određenog problema u poslovnici, odgovorna osoba za to je djelatnica u čijoj smjeni se desio problem. Odgovaraju za potencijalne nepravilnosti, manjkove u blagajni ili probleme s aparatima, stoga ni ne čudi što je svaka od njih koncentrirana i predana svom poslu.

Posljednje pitanje Intervjua se sastoji od dva pitanja koja se međusobno nadopunjuju, a to su: „Navedite nekoliko načina kako bi sportska kladionica mogla donirati svoje prihode.“ te „Navedite nekoliko načina kojima bi sportska kladionica mogla privući više igračica i igrača.“ Djelatnice su imale raznolike ideje koje su moguće i ostvarive, a to najviše ovisi o poslodavcu sportske kladionice. Obzirom na to da sportska kladionice ostvaruje visoke dnevne prihode ne bi bilo naodmet da se određeni novčani iznosi doniraju potrebitima. Što se tiče načina za privlačenje novih igračica i igrača, djelatnice su i u tom slučaju bile kreativne, a ideje koje su iznijele tokom intervjua navedene su u tablici 3.



Donacije za istraživanja o bolestima o kojima se malo zna i koje nemaju lijek.	Bolja ponuda za sportsko klađenje i veće razrade na sportske događaje
Donacije za skupe lijekove osobama koje si ih ne mogu priuštiti.	Za svakog 500. posjetitelja u sportskoj kladionici osiguran vaučer u iznosu od 100 kuna za klađenje.
Pomoć djeci bez roditelja, pomoć srednjoškolcima i studentima lošijeg imovinskog statusa.	Veći tečajevi na sportske događaje i loto listiće – jedan dan u tjednu kada su tečajevi na sve dvostruki.
Ulog svakog desetog gubitnog sportskog listića se može unovčiti i donirati u humanitarne svrhe.	Omogućeno plaćanje karticama. Ukidanje manipulativnih troškova.
Donacije udrugama osoba s invaliditetom koje se bave sportskim aktivnostima.	Veći broj aparata za igre na sreću. Puštanje glazbe u sportskoj kladionici.
Donacije za pomoć i razvitak lokalnim nogometnim klubovima.	Poboljšati i povećati način prikaza za klađenje uživo.
Ostvareni prihodi za određeni dan u godini se mogu u potpunosti donirati u humanitarne svrhe.	Jednom mjesečno bi se dijelile kape, majice, kemijske olovke, upaljači te vaučeri za besplatno klađenje.

Tablica 3. Načini za donaciju ostvarenih prihoda i načini za dolazak novih igračica i igrača u sportsku kladionicu

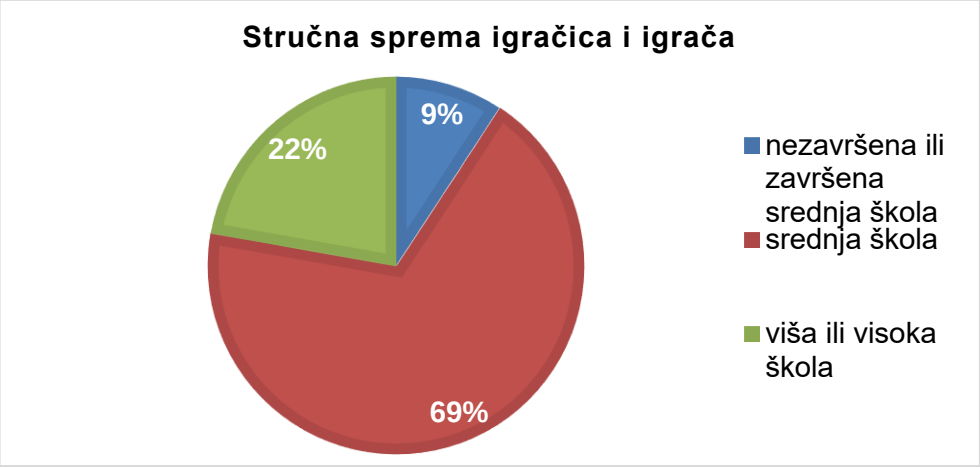
(vlastita izrada na temelju istraživanja)

5.4.2. Rezultati i interpretacija Ankete za igračice i igrače

Anketa za igračice i igrače sastoji se od 12 pitanja koja, anonimno, zahtijevaju osnovne podatke o igračima, mišljenje o djelatnicama, prodaju cigareta i aparatima za igre na sreću te druga pitanja koja će biti navedena i interpretirana u idućim odlomcima.

Stručna sprema koja je najzastupljenija ovim istraživanje jest srednja stručna sprema koju ima sveukupno 37 osoba, u postocima to iznosi 69%. Nezavršenu ili završenu osnovna

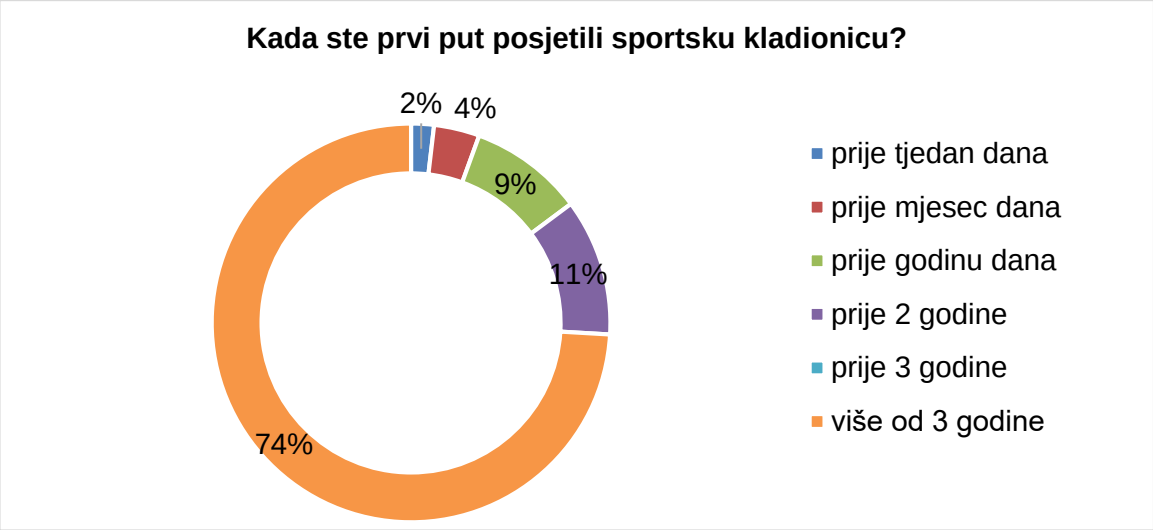
školu je imalo najmanje ispitanika, samo 5 osoba, odnosno to iznosi 9% ispitanika. Od 54 ispitnih osoba, njih 12 se može pohvaliti višom ili visokom stručnom spremom. U postotnom iznosu to je 22%.



Grafikon 9. Stručna sprema igračica i igrača

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

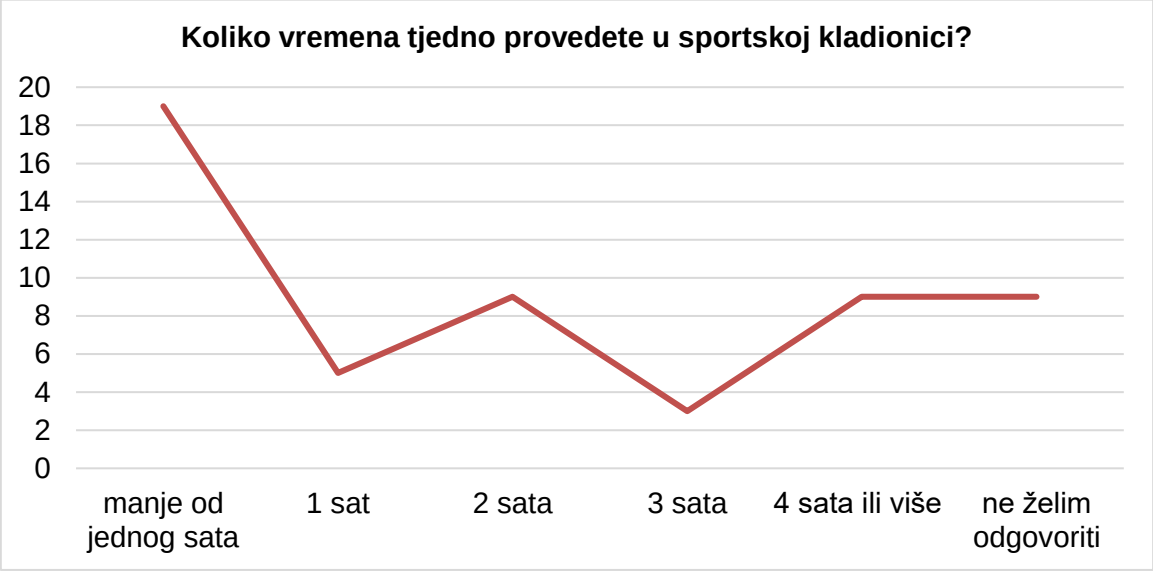
Najraznovrsniji odgovori bili su kod postavljenog pitanja: „Kada ste prvi put posjetili sportsku kladionicu?“. S obzirom na to da sportsku kladionicu već duži niz godina posjećuju iste osobe, ne čudi što je odgovor „više od tri godine“ dobio najviše glasova – čak njih 40. Prije tri godine kao odgovor nije odabrao ni jedan od ispitanika. Najmanju zastupljenost su dobili odgovori „prije tjedan dana“ te „prije mjesec dana“ s time da je jedna osoba odgovorila prije tjedan dana, a dvije osobe prije mjesec dana. „prije godinu dana“ kao odgovor ponudilo je ukupno 5 ispitanika.



Grafikon 10. Kada ste prvi put posjetili sportsku kladionicu?

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

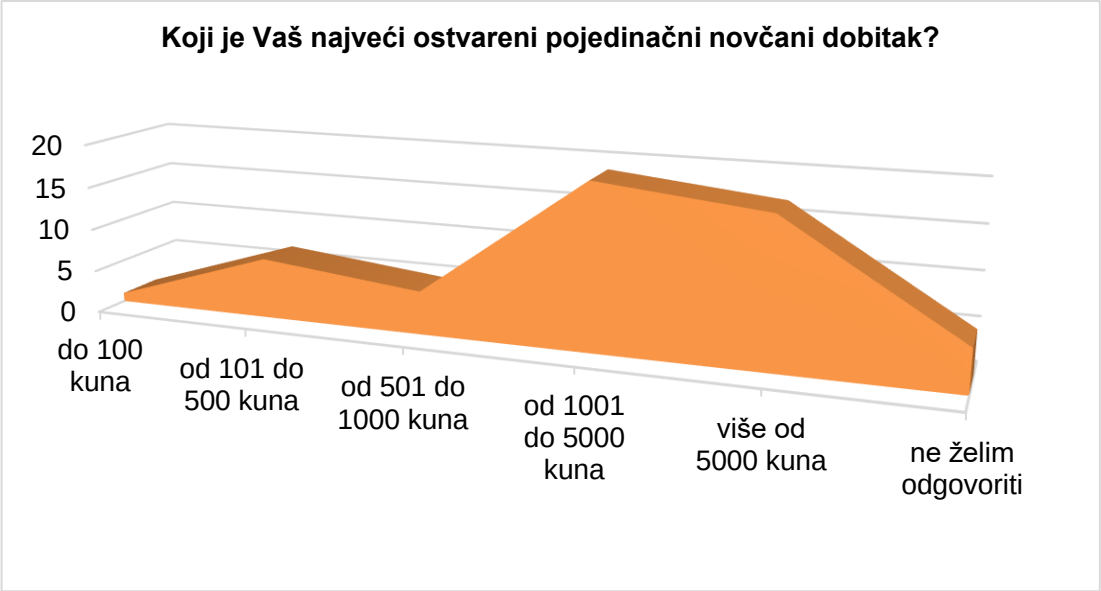
Pitanjem „Koliko vremena tjedno provedete u sportskoj kladionici?“ željela sam uočiti uzorak posjećivanje i provođenja klijenata u sportskoj kladionici. Na temelju rezultata, uočava se da je najveći odgovor „manje od jednog sata“ – čak 19 klijenata, odnosno to je 35.19%. Petero ljudi, 9,26% ispitanika provodi jedan sat, devetero ljudi – 16,67% ispitanika provodi 2 sata, dok 3 sata provodi troje ljudi, 5,54%. Na odgovor „4 sata ili više“ te „ne želim odgovoriti“ svoj glas dalo je 9 osoba te to za svaki odgovor iznosi 16,67% ispitanika.



Grafikon 11. Koliko vremena tjedno provedete u sportskoj kladionici?

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Pitanje koje je, po mojem mišljenju, uvelike riskantno i osobno jest pitanje: „Koji je Vaš pojedinačni novčani dobitak? Ne mora biti točan iznos, traži se približan broj.“ U početku sam smatrala da će većina ljudi zaokružiti odgovor „ne želim odgovoriti“, no pokazalo se upravo suprotno. Taj odgovor izabralo je petero ljudi, odnosno 9,26%. Jedna osoba je odabrala odgovor „do 100 kuna“ (1,85%), sedmero ljudi (12,96%) zaokružilo je odgovor „od 101 do 500 kuna“, a „od 501 do 1000 kuna“ odabralo je kao svoj odgovor 9,26%, petero osoba. Najviše odgovora, čak njih 19, dobio je odgovor „od 1001 do 5000 kuna“, a „više od 5000 kuna“ odabralo je 17 osoba, u postocima to iznosi (31,48%).

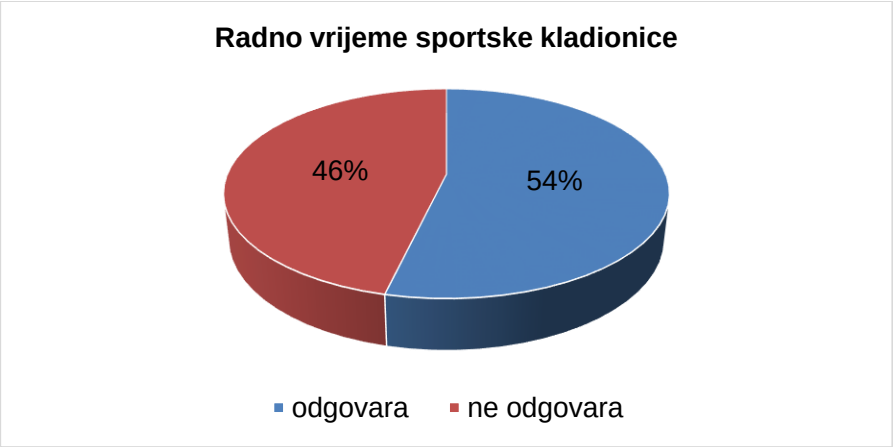


Grafikon 12. Koji je Vaš najveći ostvareni pojedinačni novčani dobitak?

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Sto postotnu odgovorenost, odnosno svih 54 ispitanika odgovorilo je točno na pitanje: „Znate li koja je minimalna uplata sportskog listića ili loto listića u sportskoj kladionici?“. Minimalna uplata iznosi 2 kune.

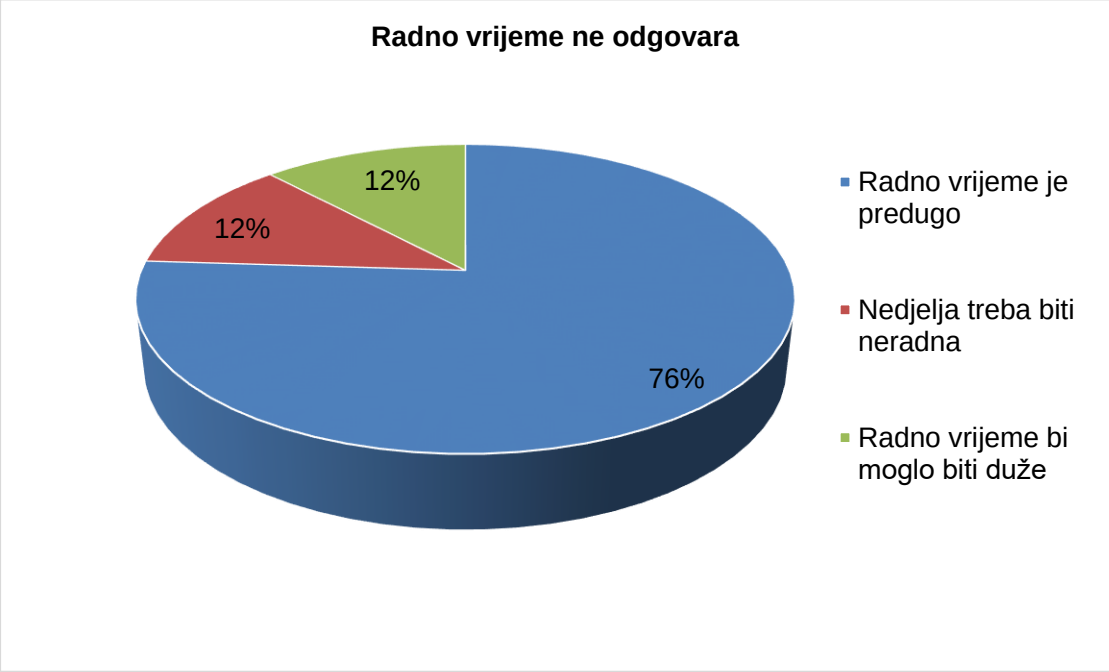
Trenutno radno vrijeme sportske kladionice je od ponedjeljka do subote od 09:00 do 22:00 te nedjeljom od 09:00 do 21:00. Igračicama i igračima koji su ispunjavali anketu postavila sam pitanje odgovara li im takvo radno vrijeme sportske kladionice ili smatraju da se mora korigirati. Od 54 ispitanika, njih 29 je odgovorilo da im takvo radno vrijeme odgovara (53,70%) dok je 25 osoba odgovorilo da im ne odgovara.



Grafikon 13. Radno vrijeme sportske kladionice

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Osobe koje su popunile anketu te na pitanje o radnom odgovorile „Ne odgovara“ dale su razloge zbog kojih je to tako. Najčešći odgovor bio je da je radno vrijeme predugo te da ga treba skratiti, čak 76%, odnosno 19 ispitanika. Po troje ljudi dalo je odgovor da bi nedjelja trebala biti neradna te još troje ljudi je odgovorilo da bi radno vrijeme trebalo biti duže (12%).

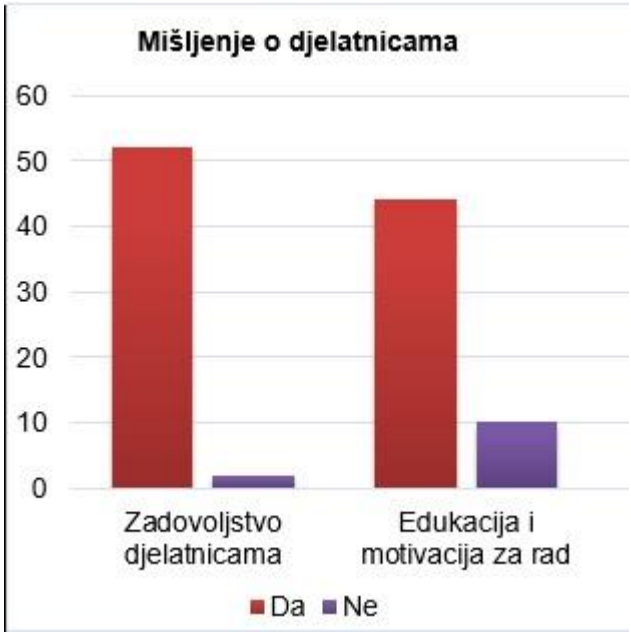


Grafikon 14. Neodgovarajuće radno vrijeme

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

Pitanje koje se sastoji od dva potpitanja jest pitanje: „Jeste li zadovoljni zaposlenim djelatnicama u sportskoj kladionici? Smatrate li da su dovoljno educirane i motivirane za ovaj posao?“. Što se tiče zadovoljstva djelatnicama – 96,30% igrača je zadovoljno dok 3,70% nije, a razlog tome je što neke od djelatnica ne poštuju kodeks odijevanja. Zaposlene kao djelatnice sportske kladionice obavezne su nositi košulju s logotipom tvrtke, no često puta je ne nose.

Također, 81,48% ispitanika smatra da su djelatnice educirane i motivirane za svoj posao, dok 18,52% smatra da su dovoljno educirane, ali nisu motivirane za rad u sportskoj kladionici. Ispitanici smatraju da je razlog tome rad nedjeljom, blagdanima i praznicima te plaća ispod standarda s obzirom na to da neke od djelatnica na kraju mjeseca imaju preko 200 radnih sati.

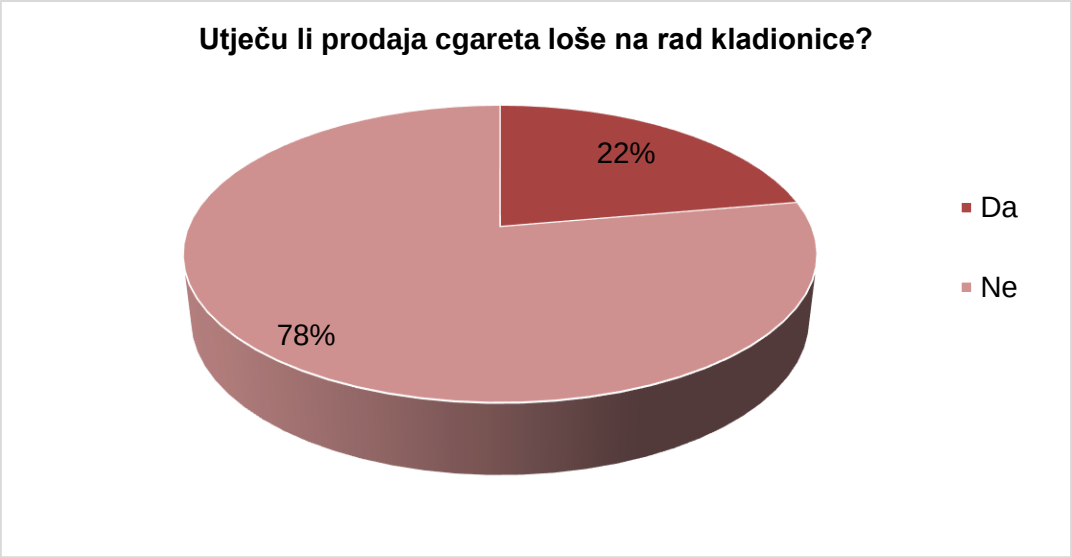


Grafikon 15. Mišljenje o djelatnicama

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

U sportskim kladionicama za pultom rade samo ženske osobe. Igračicama i igračima sam postavila pitanja da li im to odgovara ili bi željeli da se zaposle i muški zaposlenici. Od 54 ispitanika, njih 44 smatra da je dobra trenutna situacija, a 10 osoba smatra da bi se mogli zaposliti i muškarci. Klijenti kojima odgovara trenutna situacija smatraju da su djevojke ljubazne i komunikativne. U svakoj od poslovnica već duži niz godina rade iste djevojke s kojima je uspostavljena odlična komunikacija i prijateljski odnosi. 18,52% osoba koje su odgovorile da bi bilo poželjno da rade i muškarci smatraju da je raznolikost poželjna te da postoji mogućnost da će sportsku kladionicu posjećivati više osoba ženskog spola ako bi bile zaposlene muške osobe.

U sportskoj kladionici se od 2016. godine prodaju cigarete te sam upravo zbog toga postavila pitanje igračicama i igračima da li smatraju da prodaja cigareta utječe loše na rad kladionice. 78% ispitanika odgovorilo je da ne utječe loše jer prodaja duhanskih proizvoda privlači nove klijente u kladionicu, pojedinci se duže zadržavaju te poslije 20:00 osobe dolaze u kladionicu samo zbog cigareta jer su sve druge trgovine mješovitom robom zatvorene. Čak su neki od ispitanika predložili da se u sportsku kladionicu uvede i mogućnost konzumiranja duhanskih proizvoda. Osobe koje smatraju da prodaja cigareta utječe loše na rad kladionice su u manjini i njih je samo 22%. Smatraju da prodaja loše utječe na rad kladionice te ona kao takva gubi svoj smisao. Osobe su argumentirale da to nije trgovina mješovitom robom te da su cigarete nepotrebne i neprimjerene za sportsku kladionicu.



Grafikon 16. Utjecaj prodaje cigareta na rad kladionice

(vlastita izrada na temelju istraživanja)

U sportskoj kladionici kao jedna vrsta igara nalaze se i aparati za igre na sreću. Ispitanike sam upitala smatraju li da je kladionica donijela dobru odluku time što je uvela aparate za igre na sreću ili smatraju da su aparati nepotrebni i ometaju igrače prilikom ispisivanja i uplaćivanja sportskog ili loto listića. Aparate dobrom odlukom smatra 63% ispitanika jer smatraju da aparati privlače više klijenata, pojedinci se duže zadržavaju te se često puta „zaigraju“ te nisu svjesni koliko novaca potroše, a to je odlična situacija za sportsku kladionicu. Aparate nepotrebnima smatra 37% ispitanika. Njihovo mišljenje jest da aparati ometaju ostale igrače te da su igrači na aparatima u velikoj mjeri nervozni priliko igre, često puta psuju te se agresivni i udaraju aparat te glasnim negodovanjem ometaju ostale igrače.

6. Zaključak

Komunikacija je u današnjem poslovanju izuzetno bitna, a potrebno je pravilno pisati i pravilno govoriti kako bi se komunikacija uspješno provela. Proces komunikacije započinje u trenutku kada pošiljatelj oblikuje ideju, a kao povratna informacija smatra se reakcija primatelja. Komunikacija je uspješna ako je podudarnost primljene i poslane poruke što veća. Važan element unutar poduzeća jest poslovna komunikacija jer se informacije i poruke stalno prenose i obrađuju te se ona uvelike oslanja na tehnologiju.

Socijalna percepcija o sportskim kladionicama je različita od osobe do osobe. Postoje tri vrste ljudi. Osobe koje posjećuju kladionicu bez razmišljanja, više puta tjedno, ali i dnevno, i kladionica je za njih mogućnost jednostavne zarade bez puno truda, no često puta nije tako Postoje osobe koje kladionicu ne vole, nikad je nisu posjetili, a ni nemaju namjeru dolaziti u budućnosti jer je za njih to gubitak vremena i novca. I na kraju, postoje osobe koje posjećuju sportsku kladionicu u tajnosti. Dođu više puta na dnevnoj bazi, ali svoj problem s ovisnošću izbjegavaju i negiraju. Stavovi i sportskim kladionicama su različiti od osobe do osobe. Pojedinci kladionicu smatraju nepotrebnom i ne vide ništa dobro u tome, dok postoje osobe koje u velikoj mjeri preferiraju sportsku kladionicu i klađenje.

Sportsko klađenje je igra u kojoj sudionik pogađa rezultate sportskih događaja koji su predloženi po Kladionici. Eventualni dobitak je određen visinom koeficijenta, tečaja i iznosom uloga. Klađenje se temelji na ponudi koja sadrži osnovne podatke o sportu, šifru, naziv, tečajeve, datum i vrijeme početka događaja.

Kako bi se ostvarili ciljevi rada, korišteni su sljedeći instrumenti: Intervju za zaposlene i Anketa za igračice i igrače. Pomoću Intervjua za zaposlene intervjuirala sam 13 djelatnica. Najzastupljenija dobna skupa je između 18 i 25 godina (54%). Samo jedna osoba ima VSS, dok ostalih dvanaest ima srednju stručnu spremu. Čak 69,24% njih je za posao u sportskoj kladionici saznalo preko prijateljice. Preko Ugovora o radu zaposleno je 69% ispitanih, a 31% je zaposleno putem Student servisa. Duže od šesnaest godina zaposlena je samo jedna djelatnica, dok je najviše ispitanica zaposleno od nekoliko mjeseci do godine dana (5 osoba). Sportsku kladionicu bi kao pouzdano i kvalitetno radno mjesto preporučilo 53,85% zaposlenica. Dok se čak 84,62% njih izjasnilo da im radno vrijeme ne odgovara jer smatraju da je predugo, a negativne stavove o kladionici ima čak 53,85% zaposlenih. Pohvalno je što se samo jedna osoba, od 13 ispitanih, kladila prije zaposlenja. Trenutno se ni jedna zaposlena osoba ne smije kladiti ako radi u sportskoj kladionici. Što se tiče promjena, velika većina primijenila bi unutrašnji izgled poslovnice te bi ga modernizirale. Zadovoljne su međuljudskim odnosima, kako kolegice međusobno, tako i klijenti koji posjećuju sportsku kladionicu. Više od polovice ispitanih smatra se motiviranom i educiranom i zadovoljavajućoj mjeri. Redovne

radnice plaćom nisu zadovoljne, dok studentice jesu zadovoljne. Ispitanice su navele i načine za donacije ostvarenih prihoda te načine za dolazak novih igračica i igrača.

Anketom za igračice i igrače obuhvatila sam 54 osoba, od koji je bilo 70% muškaraca i 30% žena. Dobna skupina igrača koja je najzastupljenija jest ona od 26 do 35 godina (31%). Srednja stručna sprema je među igračica i igračima najviše zastupljena s 69%. Od ispitanika, najviše njih je kladionicu posjetilo prije više od tri godine, čak njih 74%. Prema dobivenim podacima, manje od jednog sata se u kladionici zadržava 19 ispitanika od njih 54. Najveći ostvareni pojedinačni novčani dobitak koji je najzastupljeniji jest od 1001 do 5000 kuna (19 osoba). Više od polovice igračica i igrača izjasnilo se da im trenutno radno vrijeme sportske kladionice odgovara te je 96,30% ispitanika zadovoljno djelatnicama i njihovim ponašanjem prema igračicama i igračima. Smatraju da ne treba zapošljavati osobe muškog spola te da prodaja cigareta ne utječe loše na rad sportske kladionice. Aparate dobrom odlukom smatra čak 63% ispitanika. Aparati povećavaju profit sportske kladionice, ali i stvaraju problem ovisnosti kod velikog broja ljudi.

Temeljem ovog istraživanja može se zaključiti da se iz dana u dan povećava broj osoba koje posjećuju sportsku kladionicu, bez obzira da li je to zbog samog klađenja, prodaje cigareta ili aparata za igre na sreću. Sve više ljudi ima problem ovisnosti vezan uz klađenje. Sportsku kladionicu smatram zabavom koja ne može donijeti visoke novčane iznose. Ako osoba sama sebi ne zna dati granicu i limit za trošenje – javlja se velik problem. Svakodnevno viđam ljude koji gube velike novčane iznose, a da tijekom igre toga nisu ni svjesni, nego tek na kraju kada zbroje ostatak novaca u novčaniku. Klađenje me ne privlači i smatram da je to nepotrebna zanimacija, a posebice osobama koje imaju „višak novca“ u svojem džepu.

7. Literatura

Aronson E, Wilson T, Akert R (2005) *Socijalna psihologija.* Zagreb: Mate d.o.o.

Atkinson R, Hilgard E (2007). *Uvod u psihologiju.* Zagreb: Slap Naklada

Bovee C, Thill John (2012) *Suvremena poslovna komunikacija.* Zagreb: Mate d.o.o.

Dodig Hundrić D, Huić A, Kranželić V (2016) *Kockanje mladih u Hrvatskoj – učestalost igranja i zastupljenost problematičnog kockanja*. Kriminologija i socijalna integracija: časopis za kriminologiju, penologiju i poremećaje u ponašanju, vol.24 No.2: 24-47. Preuzeto 29.06.2018. s https://hrcak.srce.hr/171251

Fox R (2006) *Poslovna komunikacija* (Poslovno komuniciranje udžbenik Pučkog otvorenog učilišta u Zagrebu). Zagreb: Hrvatska sveučilišna naknada

Germania Sport d.o.o. (2018). *Opća pravila klađenja.* Preuzeto 13. svibnja 2018. s https://www.germaniasport.hr/hr/o-nama/pravila

Kladionica.eu (2018). *Osnove klađenja*. Preuzeto 13. svibnja 2018. s http://www.kladionica.eu/artikal-kladjenje-61.html

Kozjak B (2016) *Kockanje – od dokolice do socijalne patologije.* Zagreb: TIM Press

Rouse M, Rouse S (2005) *Poslovne komunikacije*. Zagreb: Masmedia

Vrančić K (2006) *Što kladionice ne žele da znate*. Zagreb: BMG

Weisshaupt D (2008) *Tajne profesionalnih kladioničara.* Zagreb: Vjesnik d.d.

Zoričić Z, Torre R, Orešković A (2009) *Kockanje i klađenje – ovisnosti novog doba*. Medicus, vol.18 No.2_Adolescencija: 205-209. Preuzeto 25.06.2018. s https://hrcak.srce.hr/57572

8. Smjernice za daljnja istraživanja

Za daljnje istraživanje, preporučila bih da se obuhvati veći broj poslovnica te time i veći broj igračica i igrača za Anketu za igračice i igrače te djelatnica za Intervju za zaposlene. Također, istraživanje bi se moglo obaviti za 4 županije – Varaždinska, Međimurska, Krapinsko – zagorska te Koprivničko – križevačka te bi se, kada se prikupe svi podaci potrebni, rezultati međusobno uspoređivali da se uoči gdje je porast klađenja, koje su dobne skupine najzastupljenije, što osobe misle o prodaji cigareta i aparatima za igre na sreću te ostale bitne informacije za istraživanje.

Također, pošto je Republika Hrvatska raščlanjena na manje regionalne cjeline, moguće je i provesti istraživanje na području Središnje Hrvatske, Istočne Hrvatske (Slavonija i Baranja) te Južne Hrvatske (Dalmacija) te rezultate interpretirati te međusobno usporediti.

9. Popis grafikona

Grafikon 1. Spol zaposlenih 13
Grafikon 2. Dobna skupina zaposlenih 14
Grafikon 3. Spol igračica i igrača 14
Grafikon 4. Dobna skupina igračica i igrača 15
Grafikon 5. Stručna sprema zaposlenih 16
Grafikon 6. Kako ste saznali za ovaj posao? 16
Grafikon 7. Način zaposlenja u sportskoj kladionici 17
Grafikon 8. Koliko dugo radite u sportskoj kladionici? 17
Grafikon 9. Stručna sprema igračica i igrača 22
Grafikon 10. Kada ste prvi put posjetili sportsku kladionicu? 22
Grafikon 11. Koliko vremena tjedno provedete u sportskoj kladionici? 23
Grafikon 12. Koji je Vaš najveći ostvareni pojedinačni novčani dobitak? 24
Grafikon 13. Radno vrijeme sportske kladionice 24
Grafikon 14. Neodgovarajuće radno vrijeme 25
Grafikon 15. Mišljenje o djelatnicama 26
Grafikon 16. Utjecaj prodaje cigareta na rad kladionice 27

10. Popis slika

Slika 1. Proces komunikacije 4

11. Popis tablica

Tablica 1. Ponuda utakmica za današnji dan (13.05.2018.) 9
Tablica 2. Prikaz zbirnog klađenja za današnji dan (13.05.2018.) 10
Tablica 3. Načini za donaciju ostvarenih prihoda i načini za dolazak novih igračica i igrača u sportsku kladionicu 21

12. Prilozi

Prilog 1. **Suglasnost za provedbu istraživanja**

Fakultet organizacije i informatike
Pavlinska ulica 2
Varaždin 42000

Martina Kovačić
Trg Matije Gupca 20
Vinica 42207
Ekonomika poduzetništva, FOI
e – mail: markovaci2@foi.hr

SUGLASNOST ZA PROVEDBU ISTRAŽIVNJA

Za potrebe završnog rada studentice ekonomike poduzetništva Martine Kovačić provodimo istraživanje na temu *"Poslovna komunikacija, socijalna percepcija i stavovi o sportskim kladionicama"*. Cilj ovog istraživanja je poslovno komuniciranje, socijalna percepcija, stavovi općenito te stavovi o sportskim kladionicama i klađenju.

Svi podaci dobiveni u ovom istraživanju bit će strogo povjerljivi i čuvani. Svi izvještaji nastali na temelju ovog istraživanja koristit će rezultate koji govore o grupi zaposlenika općenito (nigdje se neće navoditi rezultati pojedinačnog sudionika).

Dozvolu za ispitivanje dobili smo od mentorice, a prije ispitivanja željeli smo Vas kao rukovoditelja i voditelja poslovnica obavijestiti o istraživanju i zatražiti Vašu suglasnost.

Također, Vašim zaposlenicima ćemo pobliže objasniti svrhu ispitivanja, odgovoriti na njihova pitanja, te ih zamoliti i za njihov pristanak za sudjelovanje u istraživanju. Nakon toga, ispitivanje će se obaviti samo na onim zaposlenicima koji su pristali sudjelovati.

Ukoliko imate ikakva pitanja možete kontaktirati studenticu (*Martina Kovačić)* na slijedeći telefonski broj (*095 909 1901).*

Aktivnosti predviđene planom istraživanja odobrio je Fakultet organizacije i informatike u Varaždinu. Ukoliko imate neke pritužbe na provedeni postupak, molimo da se obratite na markovaci2@foi.hr.

voditelj poslovnica
Tomislav Jagić
GERMANIA

U Varaždinu, 14. ožujka 2018.

* U prilogu Intervju za zaposlene u sportskoj kladionici i Anketa za igračice i igrače.

Skenirana Suglasnost za provedbu istraživanja

Prilog 2. **Intervju za zaposlene u sportskoj kladionici**

Intervju za zaposlene u sportskoj kladionici

Poštovani,

u okviru završnog rada studentice Martine Kovačić na temu *Poslovna komunikacija, socijalna percepcija i stavovi o sportskim kladionicama* provodi se istraživanje čiji rezultati će se koristiti prilikom izrade završnog rada. Intervju je u potpunosti anoniman i dobiveni podaci će se grupno interpretirati i neće se pojedinačno objavljivati identitet zaposlenih.

Molim Vas da iskrenim i objektivnim odgovorima date svoj doprinos istraživanju navedene teme.

Unaprijed zahvaljujem na suradnji.

1. Spol?
   - ○ ženski
   - ○ muški

2. Zacrnite polje u koju dobnu skupinu pripadate.
   - ○ 18 – 25
   - ○ 26 – 35
   - ○ 36 – 45
   - ○ 46 – 55
   - ○ 56 – 65
   - ○ 66 i više

3. Stručna sprema?
   - ○ nezavršena ili završena osnovna škola
   - ○ srednja škola
   - ○ viša ili visoka stručna sprema

4. Kako ste saznali za posao u sportskoj kladionici?

_____

5. Radite li u sportskoj kladionici preko Student servisa ili ste zaposleni preko Ugovora o radu?

_____

6. Koliko dugo radite u sportskoj kladionici?

_____

7. Biste li preporučili svojim prijateljima i poznanicima sportsku kladionicu kao potencijalno radno mjesto? Zašto?

_____

8. Odgovara li Vam radno vrijeme sportske kladionice obzirom da se radi od ponedjeljka do subote od 09:00 do 22:00 te nedjeljom od 09:00 do 21:00?

_____

9. Jeste li se ikad kladili u sportskoj kladionici prije zasnivanja radnog odnosa?

_____

10. Koji su Vaši stavovi i mišljenje o sportskom klađenju?

_____

11. Što biste željeli promijeniti u sportskoj kladionici? (raspored unutar poslovnice, namještaj, oprema u kladionici, radna odjeća)

_____

12. Prema Vašem mišljenju, kakvi su i kako se odnose klijenti koji posjećuju sportsku kladionicu?

_____

13. Jeste li zadovoljni međuljudskim odnosima u sportskoj kladionici? Objasnite.

_____

14. Smatrate li da ste adekvatno plaćeni za svoj rad u sportskoj kladionici? Objasnite.

_____

15. U sportskoj kladionici zaposlene su 2 ženske djelatnice kao stalne radnice i studentica kao njihova zamjena za vrijeme godišnjih odmora i bolovanja. Odgovara li Vam takav način rada? Objasnite.

_____

16. U ovom poslu potrebna je stalna koncentracija jer se radi s velikim novčanim iznosima. Smatrate li sebe dovoljno organiziranom i educiranom za ovaj posao? Zašto?

_____

17. Pitanja za razmišljanje.

17. a) Navedite 3 načina kako bi sportska kladionica mogla donirati svoje prihode.

_____

17. b) Navedite 5 načina kojim bi sportska kladionica mogla privući više igračica i igrača.

_____

Prilog 3. **Anketa za igračice i igrače**

Anketa za igračice i igrače

Poštovane i poštovani,

u okviru završnog rada studentice Martine Kovačić na temu *Poslovna komunikacija, socijalna percepcija i stavovi o sportskim kladionicama* provodi se istraživanje čiji rezultati će se koristiti prilikom izrade završnog rada. Anketa je u potpunosti anonimna i dobiveni podaci će se grupno interpretirati i neće se pojedinačno objavljivati identitet igračica i igrača.

Molim Vas da iskrenim i objektivnim odgovorima date doprinos istraživanju navedene ankete.

Unaprijed zahvaljujem na suradnji.

1. Spol?
   - ○ ženski
   - ○ muški

2. Zacrnite polje u koju dobnu skupinu pripadate.
   - ○ 18 – 25
   - ○ 26 – 35
   - ○ 36 – 45
   - ○ 46 – 55
   - ○ 56 – 65
   - ○ 66 i više

3. Stručna sprema?
   - ○ nezavršena ili završena osnovna škola
   - ○ srednja škola
   - ○ viša ili visoka stručna sprema

4. Kada ste prvi put posjetili sportsku kladionicu?
   - ○ prije tjedan dana
   - ○ prije mjesec dana
   - ○ prije godinu dana
   - ○ prije 2 godine
   - ○ prije 3 godine
   - ○ više od 3 godine

5. Koliko vremena tjedno provedete u sportskoj kladionici?
   - ○ manje od jednog sata

- ○ 1 sat
- ○ 2 sata
- ○ 3 sata
- ○ 4 sata ili više
- ○ ne želim odgovoriti

6. Koji je Vaš najveći ostvareni pojedinačni novčani dobitak? Ne mora biti točan iznos, traži se približan broj.

- ○ do 100 kuna
- ○ od 101 do 500 kuna
- ○ od 501 do 1000 kuna
- ○ od 1001 do 5000 kuna
- ○ više od 5000 kuna
- ○ ne želim odgovoriti

7. Znate li koja je minimalna uplata sportskog listića ili loto listića u sportskoj kladionici?

- ○ 1 kuna
- ○ 2 kune
- ○ 5 kuna
- ○ ne znam

8. Trenutno radno vrijeme sportske kladionice je od ponedjeljka do subote od 09:00 do 22:00 te nedjeljom od 09:00 do 21:00. Odgovara li Vam takvo radno vrijeme ili smatrate da se radno vrijeme treba korigirati? Objasnite.

_____

9. Jeste li zadovoljni zaposlenim djelatnicama u sportskoj kladionici? Smatrate li da su dovoljno educirane i motivirane za ovaj posao? Objasnite.

_____

10. U sportskim kladionicama za pultom rade samo ženske osobe. Smatrate li da je to u redu ili biste željeli da se zaposle i muški zaposlenici? Objasnite.

_____

11. Od 2017. godine u sportskoj kladionici se prodaju i cigarete. Smatrate li da to loše utječe na rad sportske kladionice? Zašto?

_____

12. Smatrate li da je sportska kladionica donijela dobru odluku time što je uvela aparate za igre na sreću ili smatrate da su aparati nepotrebni i ometaju igrače prilikom ispisivanja i uplaćivanja sportskog ili loto listića?

_____