

# Analiza korištenja streaming platformi u Sjevernoj Hrvatskoj

---

**Bogojević, Martina**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University North / Sveučilište Sjever**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:852005>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-19**



*Repository / Repozitorij:*

[University North Digital Repository](#)

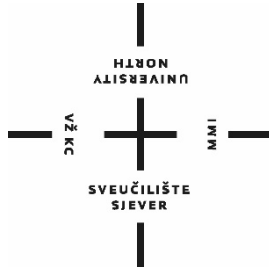


zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**  
**DIPLOMSKI STUDIJ POSLOVNA EKONOMIJA**



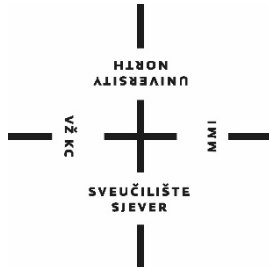
DIPLOMSKI RAD br. 485/PE2024

**ANALIZA KORIŠTENJA STREAMING PLATFORMI U**  
**SJEVERNOJ HRVATSKOJ**

Martina Bogojević

Varaždin, rujan 2024.

**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**  
**DIPLOMSKI STUDIJ POSLOVNA EKONOMIJA**



DIPLOMSKI RAD br. 485/PE2024

**ANALIZA KORIŠTENJA STREAMING PLATFORMI U**  
**SJEVERNOJ HRVATSKOJ**

Student:

Martina Bogojević

Mentor:

doc. dr. sc. Joško Lozić

Varaždin, rujan 2024.

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	Diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija		
POSTUPNIK	Martina Bogojević	MATIČNI BROJ	0010163236
DATUM	05.09.2024	KOLLOVIJ	Menadžment ekonomije platformi
NASLOV RADA	Analiza korištenja streaming platformi u Sjevernoj Hrvatskoj		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Analysis of streaming platforms in Northern Croatia		
MENTOR	Joško Lozić	ZVANJE	Docent
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof.dr.sc. Ana Globočnik Žunac, predsjed. 2. doc.dr.sc. Katerina Fotova ŕiković, član 3. doc.dr.sc. Joško Lozić, mentor 4. doc.dr.sc. Trina Mjeda, zamjenski član 5.		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ	485/PE/2024
OPIS	Streaming platforme postale su sinonim za svakodnevnu zabavu i razonodu. Pojavom streaming platformi dolazi do revolucije u načinu konzumiranja sadržaja te promjene dinamike industrije zabave i medija. Hrvatska je dio sveukupnog trenda rasta streaming servisa koji je rezultat digitalne transformacije medijske industrije. Kroz analizu dolazimo do spoznaje kakav utjecaj streaming platforme imaju na svakodnevni život.
Zadatak diplomskog rada :	- analizirati povjesni razvoj streaminga, streaming platformi, ograničenja s kojima se susreću, te utjecaj streaminga na piratstvo. - analizirati promet streaming servisa Netflix u Hrvatskoj, njegovu konkurenciju i utjecaj na konzumaciju televizijskog sadržaja - provesti istraživanje anketnim upitnikom na uzorku ispitanika Sjeverne Hrvatske, fokusirajući se na stavove i sklonosti pri korištenju streaming platformi te njihov utjecaj na kvalitetu života ispitanika. - donijeti zaključke na temelju provedenog istraživanja s naglaskom na analizu streaming platforme Netflix

ZADATAK URUČEN 06.09.2024.  

## SAŽETAK

Streaming platforme postale su sinonim za svakodnevnu zabavu i razonodu. Pojavom streaming platformi dolazi do revolucije u načinu konzumacije sadržaja te promjene dinamike industrije zabave i medija. Hrvatska je dio sveukupnog trenda rasta streaming servisa koji je rezultat digitalne transformacije medijske industrije.

S ubrzanim razvojem digitalne tehnologije i interneta, način na koji ljudi konzumiraju medijski sadržaj dramatično se promijenio. Tradicionalni mediji, poput televizije, radija i fizičkih nosača podataka, postepeno ustupaju mjesto modernim oblicima distribucije sadržaja putem streaming platformi. Streaming platforme su postale sinonim za svakodnevnu zabavu, prilagođavajući se brzim promjenama u tehnološkom okruženju i potrebama korisnika. S povećanjem dostupnosti širokopojasnog interneta i napredovanjem pametnih uređaja, korištenje streaming servisa bilježi značajan rast i u Hrvatskoj, posebno u sjevernoj regiji. Netflix, Spotify, HBO Max i drugi globalni igrači, zajedno s domaćim platformama poput Pickboxa, sve su prisutniji u svakodnevnom životu korisnika. Ova digitalna transformacija u medijskoj industriji ne mijenja samo načine distribucije sadržaja, već i navike potrošača, utječući na to kako, kada i što gledamo ili slušamo.

Ovaj rad ima za cilj analizirati korištenje streaming platformi u sjevernoj Hrvatskoj, uz fokus na promjene u preferencijama i navikama korisnika. Također, istražuje se kako streaming platforme utječu na društveni život, slobodno vrijeme te odabir medijskog sadržaja ovisno o raspoloženju korisnika. Analiza obuhvaća i utjecaj platformi na piratstvo, s obzirom na globalnu debatu o njihovoj ulozi u smanjenju ili povećanju nelegalne distribucije digitalnih sadržaja. Nadalje, rad se osvrće na to kako Netflix, kao jedan od najpopularnijih streaming servisa, mijenja način na koji gledatelji pristupaju televizijskom i filmskom sadržaju. Digitalna transformacija medijske industrije dovela je do pojave novih oblika konzumacije sadržaja, što dodatno naglašava potrebu za analizom ovog fenomena u lokalnom kontekstu.

Hipoteze istražuju kako su streaming platforme unjele promjene u kulturu gledanja sadržaja, povećale interes za druge žanrove, te kako recenzije utječu na odabir streaming platforme. Detaljnom analizom utvrdit će se da je upotreba streaming platformi povezana s vremenom za opuštanje i odmor te da iste imaju veliki utjecaj na kvalitetu života.

**Ključne riječi:** streaming, streaming platforme, Netflix, piratstvo

## **ABSTRACT**

Streaming platforms have become synonymous with everyday entertainment and free time. With the invention of streaming platforms, there is a revolution in the way content is consumed and changes in the dynamics of the entertainment and media industry. Croatia is part of the overall growth trend of streaming services, which is the result of the digital transformation of the media industry.

With the rapid development of digital technology and the Internet, the way people consume media content has changed dramatically. Traditional media such as television, radio and physical data carriers are gradually giving way to modern forms of content distribution via streaming platforms. Streaming platforms have become synonymous with everyday entertainment, adapting to rapid changes in the technological environment and user needs.

With the increase in the availability of broadband internet and the advancement of smart devices, the use of streaming services is also growing significantly in Croatia, especially in the northern region. Netflix, Spotify, HBO Max and other global players, along with domestic platforms like Pickbox, are increasingly present in the daily life of users. This digital transformation in the media industry is not only changing the way content is distributed, but also consumer habits, affecting how, when and what we watch or listen to.

This paper aims to analyze the use of streaming platforms in northern Croatia, with a focus on changes in user preferences and habits. It also investigates how streaming platforms affect social life, free time and the selection of media content depending on the user's mood. The analysis also includes the impact of platforms on piracy, given the global debate about their role in reducing or increasing the illegal distribution of digital content. Furthermore, the paper looks at how Netflix, as one of the most popular streaming services, is changing the way viewers access television and film content. The digital transformation of the media industry has led to the emergence of new forms of content consumption, which further emphasizes the need to analyze this phenomenon in a local context.

The hypotheses investigate how streaming platforms have brought about changes in the culture of viewing content, increased interest in other genres, and how reviews influence the choice of streaming platform. A detailed analysis will establish that the use of streaming platforms is related to time for relaxation and rest and that they have a great impact on the quality of life.

**Key words:** streaming, streaming platforms, Netflix, piracy

## **SADRŽAJ**

### **1. UVOD**

- 1.1. Problem i predmet istraživanja
- 1.2. Ciljevi i hipoteze rada
- 1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka
- 1.4. Struktura rada

### **2. STREAMING**

- 2.1. Povijesni razvoj streaming-a
- 2.2. Utjecaj streaming-a na piratstvo

### **3. STREAMING PLATFORME**

- 3.1. Nastanak i razvoj streaming platformi
- 3.2. Suvremene streaming platforme
- 3.3. Utjecaj streaming platformi na filmsku industriju
- 3.4. Ograničenja streaming platformi
- 3.5. Streaming servisi u Hrvatskoj

### **4. ANALIZA STREAMING PLATFORME NETFLIX**

- 4.1. Analiza prometa streaming servisa Netflix u Hrvatskoj
- 4.2. Utjecaj Netflix-a na način konzumiranja televizijskog sadržaja
- 4.3. Netflix i konkurencija

### **5. EMPIRIJSKI DIO RADA**

- 5.1. Metodologija istraživanja
- 5.2. Ciljevi i hipoteze rada
- 5.3. Diskusija rezultata istraživanja
- 5.4. Zaključak rezultata istraživanja
- 5.5. Ograničenja istraživanja

### **6. ZAKLJUČAK**

**LITERATURA**

**SLIKE**

**TABLICE**

**PRILOZI**



## 1. UVOD

U digitalnom svijetu, složenost interakcija između različitih skupina agenata (kroz posredovanje platformi) dovela je do pojave različitih uspješnih poslovnih modela. Kako bi se ovim modelima dalo obrazloženje, potrebno je razviti postavke specifične za industriju. U tom smislu, tržište streaming medija karakteriziraju korisnici zainteresirani za kvalitetu usluge platforme i raznolikost sadržaja te oglašivači koji žele prodati svoje proizvode. Medijska industrija jedan je od najbrže rastućih tržišta koja svoje postojanje u potpunosti mogu zahvaliti upravo razvoju interneta i tehnologije. Streaming platforme postale su integralni dio svakodnevnog života. Omogućuju korisnicima diljem svijeta da u stvarnom vremenu konzumiraju raznovrsne medijske sadržaje, uključujući filmove, serije, glazbu i dokumentarce, bez potrebe za preuzimanjem ili posjedovanjem medijskih datoteka. Platforme poput Netflix, Spotify, Disney+ i Amazon Prime Video, transformirale su način na koji ljudi gledaju filmove, slušaju glazbu i koriste digitalne medije.

Internetski svijet nudi mnoge poslovne mogućnosti tvrtkama koje upravljaju platformama pretvarajući web-korisnike u pretplatnike. Konkretno, internetska medijska tržišta dramatično su procvjetala, s mnogim velikim igračima koji se trenutno natječu (npr. Google, Amazon, Spotify, Apple, YouTube, Netflix). Ovi se igrači ponašaju na različite načine u odnosu na svaku stranu tržišta, što za posljedicu ima bogatu raznolikost poslovnih modela. Na strani korisnika, Google i Apple Music odlučuju se za ponudu pretplate koja se plaća, YouTube slijedi poslovni model temeljen na oglasima, dok Spotify predstavlja mješoviti model s korisnicima koji sami biraju željenu pretplatu (diskriminacija cijena drugog stupnja). Medijske platforme karakterizira interakcija različitih skupina agenata koji pokazuju međugrupne eksternalije. Naime, korisnik uživa više (manje) u usluzi platforme kada se povećava raznolikost sadržaja (broj reklama), a samim time i pružatelj sadržaja i oglašivač imaju jače poticaje pridružiti se platformi na kojoj mogu upoznati širu publiku.

Razvoj tehnologije omogućio je ne samo lakši i brži pristup sadržajima već je doveo do revolucije u načinu distribucije i monetizacije medijskih proizvoda. U ovom radu istražiti ćemo povijest, razvoj i utjecaj streaming platformi, prednosti i izazove koje donose te njihov utjecaj na tradicionalnu medijsku industriju.

## 1.1. Problem i predmet istraživanja

Problem rada koji se nastoji riješiti analizom je promjena u načinu konzumacije medijskog sadržaja usljed ubrzanog razvoja digitalnih tehnologija i rastućeg broja streaming platformi i servisa za slušanje glazbe. Poseban focus stavljen je na utjecaj streaming servisa na društveni život i navike pojedinca. Uzimajući u obzir kako streaming platforme utječu na odabir medijskog sadržaja i ponašanje korisnika prilikom konzumacije sadržaja.

Predmet rada je analiza korištenja streaming platformi i njihov utjecaj na odabir medijskog sadržaja. Fokus je na vrsti streaming platformi, njihova povezanost sa raspoloženjem pojedinca pri odabiru sadržaja te utjecaj streaming platformi na odabir platformi za slušanje glazbe.

S obzirom na brzi trend razvoja digitalnih tehnologija te sve veći broj streaming platformi i servisa za slušanje glazbe problem istraživanja rada je analiza i identifikacija promjena u načinu konzumacije medijskog sadržaja, te uočavanje utjecaja streaming servisa na društveni život i navike pojedinca.

## 1.2. Ciljevi i hipoteze rada

Cilj rada je istražiti utjecaj streaming platformi na korištenje digitalnog sadržaja te identificirati povezanost između odabira streaming platforme i servisa za slušanje glazbe, te istražiti utjecaj raspoloženja na odabir sadržaja za gledanje. Također će radom biti analizirano povećanje piratstva u streaming industriji, te sam nastanak streaminga, razvoj i analiza streaming platforme Netflix kao jedne od najraširenijih platformi današnjice.

Hipoteze rada:

**Hipoteza H1:** Streaming platforme unijele su promjene u kulturu gledanja sadržaja, povećao se interes za druge žanrove i recenzije imaju utjecaj na odabir platforme.

*Objašnjenje hipoteze H1: Pretpostavka je da je upotreba streaming platformi unijela promjene u kulturu gledanja medijskog sadržaja, povećala interes za odabir različitih žanrova i same recenzije imaju utjecaj na odabir streaming platforme.*

**Hipoteza H2:** Upotreba streaming platformi povezana je s vremenom za odmor i opuštanje te ima veliki utjecaj na raspoloženje i kvalitetu života.

*Objašnjenje hipoteze H2: Upotreba streaming platformi postaje nezaobilazan način iskorištavanja slobodnog vremena te sam odabir sadržaja za gledanje ovisi o raspoloženju pojedinca i za njegovom željom povećanja kvalitete života. .*

### **1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka**

Prvi dio rada temeljen na sekundarnim podacima prikupljanja materijala za potrebe izrade diplomskog rada će uključivati stručnu literaturu, relevantne knjige, znanstvene radove, članke sa internetskih stranica te ostalu stručnu literaturu kako bi se što detaljnije obradila izabrana tema. Drugi dio rada koristit će se primarni izvor za izradu rada te će obuhvatiti anketni upitnik kako bi se prikupili relevantni podaci za prihvaćanje/odbacivanje postavljenih hipoteza.

### **1.4. Struktura rada**

U uvodnom dijelu rada definirat će se problem, predmet, ciljevi i hipoteze rada, zatim slijedi drugo poglavlje nazvano Streaming u kojem će se analizirati sam pojam Streaminga, Povijesni razvoj streaminga, te Utjecaj streaminga na sveprisutno piratstvo gdje će biti prikazana prisutnost piratstva u toku godine na broju pregleda.

Treće poglavlje pod nazivom Streaming platforme analizirat će se nastanak i razvoj streaming platformi, njihov utjecaj na filmsku industriju. Analizirat će se neke od suvremenih streaming platformi te njihova ograničenja. Navedeno poglavlje završava analizom Streaming servisa u Hrvatskoj.

Analiza streaming platforme Netflix naziv je četvrtog poglavlja u kojem će se analizirati Netflix, Analiza prometa streaming servisa Netflix u Hrvatskoj, Utjecaj Netflix na način konzumiranja televizijskog sadržaja, te analiza konkurencije streaming platformi.

U petom poglavlju, koje predstavlja Empirijski dio rada, opisana je metodologija provedenog istraživanja, ciljevi i hipoteze, analiza rezultata provedenog istraživanja, diskusija, zaključak samog istraživanja te ograničenja istog. Na kraju rada nalazi se zaključak, popis korištene literature, slika, grafova te priloga, odnosno anketnog upitnika.

## 2. STREAMING

Streaming je vrsta tehnologije kojoj je glavna funkcija isporuka medijskog sadržaja računalu i mobilnom uređaju putem interneta tj. način kojim se prenosi audio i video sadržaj putem računalnih mreža, odnosno internetske veze. (Costello, 2024). Razvoju streaming tehnologije prethodila je digitalizacija medijskih sadržaja odnosno digitalna transformacija medijske industrije. Sadržaji koji su se skladištili kao analogni zapis, transformirani su u digitalne sadržaje. Taj proces je poznat kao put od digitizacije do digitalne transformacije organizacija i industrija (Lozić, 2023). Streamingom se prenose podaci audio i video sadržaj kao kontinuirani tok, što omogućuje primateljima da gledaju ili slušaju sadržaj odmah bez čekanja da se preuzimanje završi. Općenito, strujanje je najbrži način pristupa internetskom sadržaju. Kod strujanja sadržaj možete početi koristiti prije preuzimanja cijele datoteke što je ujedno i osnovna razlika između strujanja i preuzimanja sadržaja. Kod preuzimanja sadržaj ostaje na uređaju dok se ne obriše datoteke dok kod streama uređaj automatski briše podatke koji se upotrijebe. (Costello, 2024)

Međutim, streamingom se danas označava točno određena vrsta multimedijske usluge koja zauzima značajno mjesto u području filmova, glazbe i televizije. Najbitnija značajka takvog oblika usluge je mogućnost pretplate kojom se ostvaruje pristup velikom katalogu medija putem internetskih protokla. Kod streaming servisa za slušanje glazbe nude se besplatne verzije bez korištenja pretplate uz ograničenja u odnosu na pakete uz pretplatu.

### 2.1. Povijesni razvoj streaming-a

Prva upotreba izraza "streaming" u vezi s računalstvom vjerojatno datira iz 1970-ih, a izraz je bio u uobičajenoj upotrebi od 1980-ih. U to je vrijeme streaming imao prvenstveno lokalnu oznaku, na primjer, da možete gledati dok snimate na istom računalu ili prenositi podatke u lokalnoj mreži. Mreže širokog područja u to vrijeme nisu imale kapacitet i protokole koji bi omogućili prijenos bilo čega osim čistog teksta u stvarnom vremenu. Prva medijska industrija na koju je imao utjecaj streaming bila je radijska industrija. Krajem 1990-ih i početkom 2000-ih, sve više radio postaja krenulo je nuditi svoje redovno emitiranje i putem interneta što je bilo popularno kod iseljenika. Radilo se o nisko budžetnom dodatku bez posebnog poslovnog plana samo prenamjena emitiranja. Nastale su internetske radio postaje posvećene političkom sadržaju ili alternativni kulturnim izričajima. (Atton, 2004). Sljedeća industrija kod koje se

desio nagli razvoj bila je glazbena industrija. Neke internetske radio postaje nudile su mogućnost odabira glazbe prema playlisti ili žanru muzike, te su radio postaje bile na putu streaming muzike na zahtjev. ( Morris, 2015). Međutim dok je internetskim radio postajama bilo dopušteno emitirati sadržaj temeljem ugovora o licenci za emitiranje, prve streaming platforme radile su složenijem pravnom okruženju i često nailazile na otpor i ograničenja glazbene industrije. Tijekom 2000-ih nije bilo mogućnosti streaming-a , već dijeljenje datoteka što je predstavljalo problem u glazbenoj industriji. Osnivanje Appleove legalne usluge preuzimanja iTunes 2003.g. nailazi na kolektivnu podršku diskografske industrije u digitalnoj glazbi. (Mulligan, 2016).

Pokretanje Spotify aplikacije 2008.g. bilježi preokret u streaming glazbi koji su kasnije slijedili Tidal, Apple Music, You Tube Music i dr. ( Nordgård, 2018). Prijenos glazbe zahtijevao je relativno malu širokopojasnu širinu, streaming videa predstavljao je veliki izazov. Rani počeci WebTV i interaktivna TV (iTV) pružale su viziju onoga što dolazi. Proširenjem širokopojasnih veza, učinkovitijim tehnologijama, sažimanjem datoteka i protokolima za prijenos, streaming videa postao je održiva mogućnost na internetu sredinom 1990-ih. Filmskom industrijom još su uvijek prevladavale usluge iznajmljivanja i prodaje DVD nosača sadržaja što je dovelo do porasta piratstva. ( Smith and Telang, 2016).

Najznačajniji napredak u video streamu dogodio se 2005.g. kad je pokrenut YouTube koji je brzo postao jedna od najposjećenijih stranica za streaming video sadržaja. YouTube postaje puno više od amaterskog portala za videozapise, ali unatoč profesionalno proizvedenom sadržaju na stranici, još uvijek se smatra outsajderom u odnosu na filmsku i televizijsku industriju. (Burgess and Green, 2018). Iz perspektive televizijske industrije pojava streaminga može se promatrati kao post- TV razdoblje. (Strangelove, 2015).

Netflix se smatrao remetiteljem industrije jer je 1997.g. počeo kao posao iznajmljivanja DVD-a i pretvorio se u uslugu streaminga 2007.g. Netflixov poslovni model razlikovao se od YouTubea u dva glava aspekta, a to je usluga plaćene pretplate i nudio je pristup profesionalno proizvedenim filmovima i serijama. Dok je Netflix i dalje uobičajena referentna točka, jedan je od mnogih servisa za streaming video sadržaja.

Digitalizacija je pokrenula inovativna rješenja za stream medijskog sadržaja temeljenog na tekstu kao što su knjige, novine i časopisi. Model pretplate čest je i kod servisa za čitanje knjiga. Najvažniji globalni igrač Amazon, lansirao je Kindle Unlimited 2014.g. što je dovelo do veće popularnosti audio knjiga. Kako su televizija, a zatim i videokazete, DVD, pa TV, digitalni filmovi i online platforme za streaming serija postajale sofisticirane, pokazalo se da bi među svima trebala postojati neka vrsta kalendara prikazivanja. To se može razlikovati od zemlje do

zemlje, a ponekad može podlijegati pisanim pravilima. Danas su video kasete gotovo potpuno nestale, a DVD-i više nisu tako popularni kao što su bili. Iz tog razloga, danas mediji filmskog prikazivanja osim kina su klasični televizijski kanali, digitalne platforme, IPTV i online platforme za streaming filmova i serija.

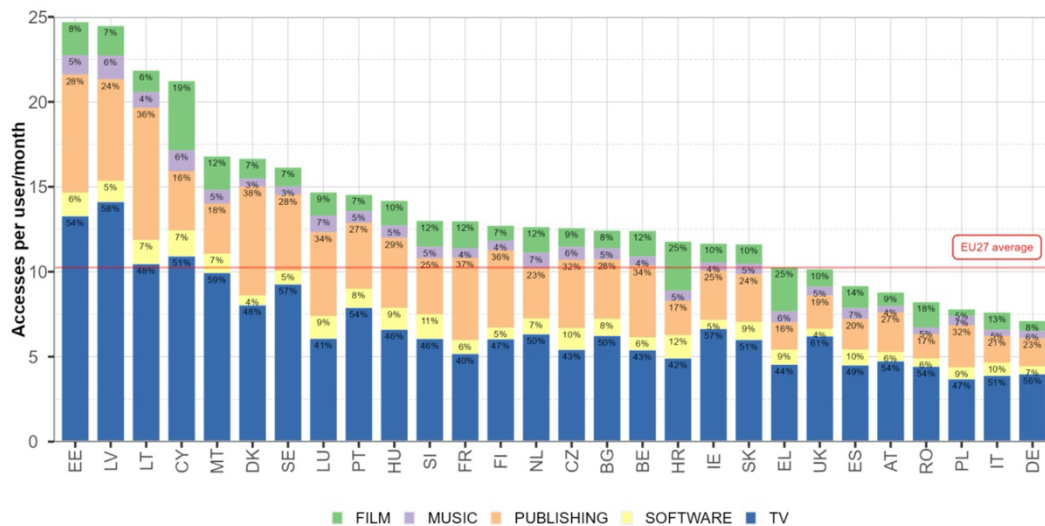
## **2.2. Utjecaj streaming-a na piratstvo**

Digitalno piratstvo, također poznato kao internetsko piratstvo, odnosi se na neovlašteno stvaranje, distribuciju i upotrebu softvera, e-knjiga, filmova, glazbe itd. To je nezakonita reprodukcija i distribucija sadržaja zaštićenog autorskim pravima (kao što su softver, elektroničke knjige, filmovi, glazba, filmovi, TV programi, videoigre, fotografije i periodika) putem elektroničkih sredstava radi zarade. Piratstvo je izraslo iz računalnog hakiranja. Piratstvo se događa kada osoba kopira, distribuira ili prodaje digitalni proizvod, bez prethodnog dopuštenja kreatora proizvoda. Piratstvo se odvija putem peer-to-peer mreža, usluga u oblaku, ilegalnih stranica za strujanje i internetskih aukcija. Digitalno piratstvo može se smatrati ponašanjem konzumiranja ilegalne kopije digitalnih proizvoda. Iako se digitalno piratstvo može odvijati u bilo kojem digitalnom mediju, tri su glavna medija koja privlače značajnu pozornost: glazbeno piratstvo, video piratstvo (npr. filmovi ili TV emisije) i softversko piratstvo (npr. računalni programi ili igre). (J.R.Ingram, 2014).

Prije nekoliko desetljeća ljudi su zabavu tražili na koncertima ili u kazalištima. Zatim, sa pojavom filmova, kino je postalo povremena i posebna opcija zabave. Razvojem tehnologije pomoću koje su navedene industrije se razvile i digitalizirale također se razvila i industrija piratstva. Baveći se piratstvom, ljudi traže najpovoljniji, lakši i pristupačniji način preuzimanja i streaminga sadržaja. U eri interneta, kršenje autorskih prava postalo je lakše, čak i kada je počinjeno u golemim razmjerima treba samo pomisliti na neovlašteno dijeljenje datoteka velikih razmjera na peer-to-peer baziranom na BitTorrentu mreže. Preuzimanje djela s interneta predstavlja radnju reprodukcije. Tijekom procesa preuzimanjem, na računalu krajnjeg korisnika ne stvara se fiksna kopija ili datoteka.

EUIPO je objavio studiju o evoluciji kršenja autorskih prava na internetu u segmentu filmova, glazbe i TV sadržaja. Navedeni podaci pokrivaju 2021 i 2022.g. EUIPO je mjerio broj mjesečnih pristupa po korisniku internet sadržaju koji krši autorska prava u 27 država članica

EU-a za TV, glazbu i film. Navedenim istraživanjem otkriveno je da se digitalno piratstvo povećalo za 3,3%. Studija je pokazala da su pokretači piratstva troškovi streaminga, ekonomski uvjeti i stupanj popustljivosti prema piratstvu.



**Graf. br. 1.** Analiza prema vrsti sadržaja u svakoj zemlji za 2022.

(Izvor: Izvješće EUIPO 2023.: Kršenje autorskih prava na mreži u Europskoj uniji)

U tablici je prikazan godišnji rast piratstva prema vrsti sadržaja i ukupno. Ukupna stopa rasta od 13 % je uglavnom zbog TV piratstva, iako je filmsko piratstvo također doprinijelo u manjoj mjeri. S druge strane, glazbeno piratstvo nastavilo je padati, iako nižim stopama pada u razdoblju 2021.-2022.g. u odnosu na prethodne godine.

Ukupno se kreće od oko 25 pristupa po korisniku interneta mjesečno u Estoniji do oko 7 u Njemačkoj. Četiri zemlje s najvećim stopama piratstva su Estonija, Latvija, Litva i Cipar, dok su najniže stope u Njemačkoj, Italiji i Poljskoj.

### 3. STREAMING PLATFORME

Streaming platforme su online servisi koji korisnicima omogućuju gledanje filmova, serija, slušanje glazbe i iskustvo drugih oblika digitalne zabave u stvarnom vremenu, bez potrebe za preuzimanjem. Sadržaj je dostupan na zahtjev i s bilo kojeg mjesta s internetskom vezom.

Povijest streaming platformi započela je devedesetih godina prošlog stoljeća kada su se počele istraživati mogućnosti prijenosa podataka u stvarnom vremenu putem interneta. Prvi pokušaji odnosili su se uglavnom na prijenos zvuka i bili su ograničeni sporim internetskim vezama i niskom kvalitetom zvuka. Međutim, razvoj brzih veza i naprednih tehnologija kompresije podataka omogućio je prijenos kvalitetnijeg sadržaja. Prva općepriznata tehnologija koja omogućuje streaming glazbe i filmova bio je RealPlayer, koji je debitirao 1995. godine. Godine 2005. rođen je YouTube koji je promijenio način na koji smo gledali video sadržaje na internetu i postao platforma za gledanje i dijeljenje video sadržaja (Spilker & Colbjørnsen, 2020).

Sljedeće godine donijele su eksploziju popularnosti i razvoja streaming platformi kao što su Netflix, Spotify, Amazon Prime Video i Hulu. Netflix je isprva počeo posuđivati DVD-ove poštom, ali je 2007. prešao na streaming, postavši pionir u ponudi filmova i serija na zahtjev. Spotify, pokrenut 2008., napravio je revoluciju u glazbenoj industriji nudeći legalan pristup milijunima pjesama putem pretplate (Bourreau & Gaudin, 2022). Streaming platforme su sudionici medijske industrije, koriste model ekonomije platformi, te se vrlo često natječu za iste segmente potrošača. Međutim, među njima postoje velike razlike u profitabilnosti. Dok je Netflix izrazito profitabilna korporacije, Spotify godinama posluje s gubicima (Lozić, 2020). Danas se platforme za strujanje nastavljaju razvijati, uvodeći, između ostalog: 4K sadržaj, proširena stvarnost i personalizirane preporuke, čineći ih dijelom svakodnevnih zabave za milijune korisnika diljem svijeta.

Streaming platforme rastle su usporedo s mijenjanjem navika korisnika u konzumiranje medijskog sadržaja. Medijski, a posebno glazbeni sadržaji nisu se više konzumirali samo u dnevnom boravku uz radio ili televizijski uređaj. Korisnici su počeli konzumirati medijske sadržaje u svim situacijama, odnosno glazbeni i medijski sadržaji konzumirali su se u svim dijelovima dana i pri svim aktivnostima korisnika. Nagli rast konzumiranja medijskih sadržaja na medijskim platformama označio je potpuno novi način monetizacije prihoda od medijskih sadržaja (Lozić, Fotova Čiković 2023.) Streaming platforme kod korisnika potiču želju za maratonskim gledanjem sadržaja što je poznato pod nazivom binge watching. Binging je način kojim se mogu pratiti navike korisnika i predvidjeti percepcija sadržaja od strane korisnika, a navedeno je posljedica Netflixovog objavljivanja cijelih sezona serije. Sadržaj se ne prekida oglasima, nema odgode u prikazivanju i omogućava se aktivno praćenje serije. (Burroughs, 2018.)



### 3.1. Nastanak i razvoj streaming platformi

Over-the-top” (OTT) televizija i “online video distribucija” (OVD) pojmovi su koji su se izvorno odnosili na streaming televizijske usluge koje pružaju Netflix, Hulu i Amazon. Televizijski gledatelji mogli su pristupiti velikim videotekama tih tvrtki putem bilo koje vrste internetske veze velike brzine, uključujući one koje pružaju kabela TV, telefonska i satelitska poduzeća. Kada korisnik pristupi Netflix videu putem internetske veze koju pruža Comcast—kabela TV tvrtka—Comcastu se ne plaćaju nikakve naknade osim uobičajenih naknada za internetske usluge. Comcast također ne upravlja nikakvim videozapisima OTT pružatelja usluga koji se emitiraju putem njegove mreže. Uz gornju definiciju, OTT televizija je proširena tako da uključuje bilo koju vrstu platforme videosadržaja, uključujući YouTube i aplikacije kao što su WhatsApp, Facebook Messenger, Skype i mnoge druge. Pojam sada uključuje bilo koju vrstu platforme za video komunikaciju. (Levine, 2016).

Kada su OTT usluge prvi put pokrenute 2000-ih, promijenile su se navike gledanja potrošača, promijenile su se opcije, a do 2013. kabela TV predstavljala je samo 50% tržišta distributera višekanalnog videoprograma (MVPD) (Gattuso, 2015.). 2005. iTunes je počeo nuditi neke televizijske programe koji su se mogli kupiti. YouTube je također pokrenut 2005., a Amazon Video uslijedio je 2006. Netflix je započeo svoju migraciju sa svog izvornog modela iznajmljivanja DVD-a poštom na pružanje sadržaja za strujanje 2007. Hulu (u vlasništvu Disneyja i Comcasta) pokrenut je 2008., a tv.com (u vlasništvu CBS-a) lansiran 2009. Digitalni medijski playeri koji su podržavali OTT medije postali su dostupni putem prvog Apple TV-a 2007., a prve aplikacije za mobilne uređaje postale su dostupne 2008.

U ne tako davnoj prošlosti gledatelji su imali nekoliko opcija za gledanje omiljene televizijske emisije: gledati je uživo, programirati videorekorder za snimanje emisije ili iznajmiti DVD/VHS kasetu. U 2007., prvoj godini streaminga filmova, Netflixovi kupci nisu bili baš zadovoljni uslugom; kupci su se žalili na cijenu, te da je bilo samo 1000 naslova za streaming. Kupci smatraju da je DVD usluga putem pošte bolja od streaminga. (Miller, 2018).

S OTT-om se pojavljuju novi poslovni modeli. Neki pružatelji usluga, poput Netflix, nude neograničeno gledanje uz mjesečnu naknadu, dok drugi naplaćuju naknadu za iznajmljivanje ili kupnju filma ili TV emisije. Gledatelji ne vide reklame na Netflixu ili Amazon Prime Videou tijekom emisija, ali mogu vidjeti reklame prije nego što emisija počne strujati. Hulu ima višestruku uslugu; korisnici se mogu odlučiti za skuplju opciju bez reklama, koja je imala preko 21 milijun korisnika u 2018. (Miller, 2018).

Sadržaj postaje sve važniji za privlačenje pretplatnika i ostvarivanje prihoda budući da su prihodi od oglašavanja ograničeni ili nepostojeći. Netflix je analizirao podatke prije produciranja svoje prve originalne serije za streaming, House of Cards, i primijetio da bi gledatelji prekomjerno gledali serijske drame, voljeli Kevina Spaceyja, britansku verziju serije i redatelja/producenta. Kao rezultat toga, Netflix je potrošio 100 milijuna dolara za seriju bez da je vidio pilot. (Vixyvideo, 2017).

Razvojem Blockchain tehnologije omogućava se potencijal kako promijeniti način na koji se videosadržaj distribuira i unovčava. Korištenjem blockchaine kreatori i distributeri sadržaja mogu stvoriti decentralizirani sustav za distribuciju i praćenje sadržaja, omogućujući učinkovitiju i transparentniju distribuciju i procese plaćanja. Na primjer, blockchain bi se mogao koristiti za stvaranje decentralizirane platforme za distribuciju video sadržaja, gdje kreatori sadržaja i potrošači mogu izravno komunicirati bez potrebe za posrednicima. To bi moglo pomoći u stvaranju pravednijeg i učinkovitijeg ekosustava video streaminga i potencijalno bi moglo omogućiti nove poslovne modele za kreatore i distributere sadržaja.

Uz kontinuirani razvoj novih tehnologija, kao što su umjetna inteligencija i virtualna stvarnost, možda ćemo moći potpuno uroniti u videosadržaj koji gledamo, doživljavajući ga kao da smo tu u sceni. Dodatno, integracija blockchain tehnologija mogla bi revolucionirati način na koji plaćamo i pristupamo video sadržaju, omogućujući veću fleksibilnost i kontrolu nad onim što gledamo.

### **3.2. Suvremene streaming platforme**

Tržišta streaming platformi pokazuju različita rješenja za pretplatu, koja se pokazuju kao različiti načini za obračun ovih interakcija između grupa. Na primjer, Spotify, Youtube i Deezer tri su sasvim različita modela. Njihovo besplatno rješenje, tzv. osnovna pretplata, podrazumijeva česte prekide reklama nakon nekoliko pjesama. Na neki način, korisnici su kompenzirani za neugodnost oglasa besplatnim pristupom glazbi. Kontekstualno, korisnicima se pruža mogućnost nadogradnje na rješenje koje se plaća uz poboljšanja kvalitete i odsutnost komercijalnih prekida. Ovaj poslovni model se obično naziva Freemium. S druge strane, u isključivo pretplatničkom poslovnom modelu, korisnici plaćaju cijenu i dopušten im je pristup katalogu sadržaja koji je dostupan na platformi. Odsutnost reklama obično se povezuje s poboljšanjima kvalitete sličnim onima koje predlaže nadograđena verzija Spotifyja. Kolokvijalno se ovaj model naziva premium (Sahal, Breslin, & Ali, 2020).

Streaming platforme postale su gotovo sinonim za svakodnevnu zabavu. U svijetu su veoma brojne, od globalnih i poznatih platformi do nišnih i specijaliziranih portala. Pri tome su globalno najpoznatije (Bouraqla, 2020):

- Netflix – Netflix je napravio revoluciju u načinu na koji konzumiramo zabavu. Zahvaljujući opsežnoj biblioteci koja sadrži kako licencirane naslove drugih proizvođača tako i širok izbor cijenjenih originalnih produkcija - od serija, preko filmova, do dokumentarnih i zabavnih programa - zadovoljava raznolike ukuse svojih korisnika. Platforma je postavila standard za usluge strujanja, nudeći visokokvalitetne produkcije i mogućnost personalizacije preporuka, omogućujući korisnicima da lako otkriju nove omiljene naslove.
- Spotify – Spotify dominira glazbenim tržištem, dajući pristup ogromnoj bazi podataka glazbenih zapisa, albuma i podcasta iz cijelog svijeta, što je neprocjenjiv izvor za ljubitelje glazbe svih žanrova. Sa značajkama kao što su stvaranje vlastitih popisa za reprodukciju i slušanje glazbe izvan mreže, Spotify personalizira iskustvo slušatelja, omogućujući otkrivanje novih zvukova i daje umjetnicima priliku da dosegnu globalnu publiku. Marketinški stručnjaci, pak, mogu koristiti Spotify oglase za izradu i ciljanje oglasa.
- Twitch – Twitch je stekao priznanje kao platforma usmjerena na live streaming, posebno među entuzijastima videoigara. Omogućujući korisnicima gledanje igranja uživo, obrazovnih streamova i e-sportskih događaja, postao je dom raznolike zajednice koja povezuje igrače, kreatore sadržaja i gledatelje u interaktivnom prostoru.
- Disney+ – Disney+ brzo je osvojio srca gledatelja diljem svijeta, nudeći širok raspon filmova i serija iz svemira Disneya, Pixara, Marvela, Star Warsa i National Geographica. Privlači korisnike pristupom ekskluzivnim premijerama, klasičnim naslovima i širokim rasponom obrazovnih i zabavnih sadržaja.
- HBO Max – HBO Max je poznat po svom pristupu bogatoj i raznolikoj biblioteci vrhunskog sadržaja. Nudi kako kinematografske klasike i nove premijere, tako i kulturne

serije poput "Igre prijestolja" ili "Westworld" te ponudu dokumentarnih filmova, što web stranicu čini sveobuhvatnim izvorom zabave za najzahtjevnije gledatelje.

- Amazon Prime Video – Amazon Prime Video dio je šire usluge pretplate na Amazon Prime i korisnicima pruža širok izbor filmova, serija i Amazonovih originala. Dobio je priznanje za ulaganje u visokokvalitetni originalni sadržaj kao što je "The Marvelous Mrs. Maisel" ili "Dječaci", koji su stekli priznanje i kod kritike i kod gledatelja. Pripadajući ekosustavu, Amazon Prime Video također nudi pogodnosti kao što su brža dostava proizvoda i pristup ekskluzivnim kupovnim ponudama.
- Hulu – Hulu se od ostalih streaming servisa izdvaja po mogućnosti gledanja TV serija dan nakon emitiranja, što je posebno privlačno za ljubitelje aktualne produkcije. Također nudi bogatu biblioteku filmova, dokumentaraca i originalnih produkcija.
- Apple TV+ – Apple TV+ brzo je stekao priznanje zahvaljujući fokusu na originalne produkcije kao što su "The Morning Show" i "Ted Lasso". Ponuda platforme prvenstveno je namijenjena publici koja traži novosti i inovacije u zabavi, s fokusom na jedinstvene priče.
- Udemy - Udemy odgovara na sve veću potražnju za online obrazovanjem nudeći video tečajeve na zahtjev u širokom rasponu tema - od osobnog razvoja, preko poslovnih vještina, do programiranja.
- CuriosityStream – CuriosityStream je streaming platforma za ljubitelje znanja. Osnovao ga je John Hendricks, pionir obrazovne televizije i osnivač Discovery Channela, a fokusiran je na dokumentarce i obrazovne programe o širokom rasponu tema – od misterija svemira, preko fascinantnih otkrića u znanosti i tehnologiji, do složene ljudske povijesti. i čuda prirode.

### **3.3. Utjecaj streaming platformi na filmsku industriju**

Globalna filmska industrija 2020.g. pretrpjela je najjači negativan utjecaj ikada u povijesti. Budući da se radi o sektoru javne zabave, gotovo sva kina diljem svijeta zatvorena su pod

utjecajem pandemije COVID-19. Zbog razlika u ozbiljnosti epidemije i naporima kontrole u različitim zemljama, gubici koje su pretrpjele njihove filmske industrije također su različiti u različitim razmjerima. Pandemija je na neki način promijenila obrazac međunarodne filmske industrije. Ne samo da razvijene zemlje preuzimaju tržišni udio oslanjajući se na prednosti lokalnih filmova, nego što je još važnije, promicat će masovnu promjenu gledanja filmova s kina na gledanje putem interneta.

Jedan od najvećih utjecaja koji su streaming platforme imale na industriju zabave odnosi se na smanjenje gledanosti tradicionalne televizije i pad prodaje fizičkih medija poput DVD-ova i Blu-ray diskova. S obzirom na to da streaming omogućuje instant pristup širokom katalogu sadržaja, sve manje korisnika oslanja se na linearne televizijske programe .

Filmska industrija također je bila prisiljena prilagoditi svoje poslovne modele, osobito nakon pandemije COVID-19, kada su mnoga kina bila zatvorena. Mnogi filmovi sada se premijerno prikazuju na streaming platformama, umjesto u kinima. Netflix, Amazon Prime Video i Disney+ postali su ne samo distributeri, već i veliki producenti originalnog sadržaja .

Netflix, za razliku od televizijskih tvrtki, ne prikazuje reklame i stoga se ne oslanja na ocjene. Producentima je dana veća autonomija jer mogu unaprijed naručiti programe za jednu ili dvije sezone bez oslanjanja na gledanost pilot epizoda (Sharma, 2020.).

### ***3.3.1. Ograničenja streaming platformi***

Jedno od glavnih ograničenja je ovisnost o kvaliteti i dostupnosti internetske veze. Streaming visoke razlučivosti zahtijeva stabilnu i brzu vezu, što može biti problem u regijama s ograničenim pristupom brzom internetu ili za ljude koji koriste mobilne podatke. Raznolikost streaming platformi, iako prednost u pogledu dostupnosti sadržaja, može biti i ograničenje jer se korisnici često moraju pretplatiti na više usluga kako bi pristupili svojim omiljenim filmovima, serijama ili glazbi ekskluzivnim za platformu (Bourreau & Gaudin, 2022).

Streaming platforme često ažuriraju svoje kataloge, dodajući i uklanjajući naslove. To može značiti da bi omiljeni film ili serija mogli biti uklonjeni iz ponude, prisiljavajući gledatelje da konzumiraju sadržaj prije nego što se ukloni iz biblioteke. Pravna pitanja i geoblokiranje druga su ograničenja s kojima se korisnici streaming platformi mogu suočiti. Prava na sadržaj često

su teritorijalno ograničena, što znači da neki filmovi, serije ili programi možda neće biti dostupni u određenim regijama. Geoblokovi također mogu ograničiti dostupnost sadržaja gledateljima izvan glavnih tržišta (Bourreau & Gaudin, 2022).

Također ne treba smetnuti s uma činjenicu kako platforme za streaming prikupljaju i analiziraju velike količine podataka o svojim korisnicima, što može izazvati zabrinutost oko privatnosti i načina na koji se ona koristi. Iako većina web stranica deklarira visoku razinu zaštite osobnih podataka, rizik od narušavanja sigurnosti osobnih podataka postoji cijelo vrijeme.

### ***3.3.2. Streaming servisi u Hrvatskoj***

Tijekom proteklog desetljeća, streaming servisi su gotovo u potpunosti transformirali filmsku i televizijsku industriju u cijelom svijetu pa tako i u Hrvatskoj. Iako su kino dvorane uspjele izdržati taj udarac jer najveći filmski spektakli uvijek imaju svoje mjesto na velikim ekranima, pop kultura je doživjela nepovratne promjene. Posebno je značajna transformacija u području serija koje su sada dostupne kao nikada prije te bilježe iznenađujuće visoke brojke gledanosti koje su doslovno u milijunima gledatelja diljem svijeta.

Uzimajući u obzir kontekst globalnog tržišta, možemo primijetiti da je Hrvatska bila dio sveukupnog trenda rasta streaming servisa koji je rezultat digitalne transformacije medijske industrije. Streaming servisi nisu samo promijenili način na koji ljudi konzumiraju sadržaj, već su također promijenili i samu dinamiku industrije zabave i medija.

Jedan od najvažnijih faktora koji su potaknuli rast streaming servisa u Hrvatskoj je širenje visokobrzinskog interneta i sve veća dostupnost pametnih uređaja. Kako je mobilna i širokopojasna infrastruktura postajala sve dostupnija i pouzdanija, korisnicima je postalo lakše pristupiti streaming platformama, bilo da su kod kuće, na poslu ili u pokretu. To je značilo da su ljudi imali mogućnost konzumirati svoje omiljene sadržaje kad god to žele, umjesto da se oslanjaju na emitiranje u određeno vrijeme ili kupovinu fizičkih medija. (Vrbanić, 2023).

Osim tehnoloških faktora, promjena u potrošačkim navikama također je imala veoma važnu ulogu. Mlađe generacije, koje su odrasle u digitalnom dobu, prihvaćaju streaming servise kao svoj primarni izvor zabave. Za njih je prirodnije koristiti platforme poput Netflix-a ili Spotify-a nego kupovati DVD-ove ili CD-ove. Ova promjena u potrošačkim preferencijama potaknula

je rast streaming industrije, dok su tradicionalni mediji poput televizije i radija morali prilagoditi svoje strategije kako bi ostali relevantni (Mušćet, 2023).

Treba međutim napomenuti kako je za razvoj streaming servisa u Hrvatskoj nedvojbeno veoma važnu ulogu imala pandemija koronavirusa koja je kroz duže vrijeme prikovala građane uz svoje domove i onemogućila kretanje pri čemu su počeli tražiti nove mogućnosti za gledanje sadržaja na televiziji, mobitelima i internetu. Pandemija koronavirusa proizvela je značajan utjecaj na dinamiku streaming platformi. Ograničenja kretanja i preporuke za društveno distanciranje tijekom pandemije prouzročile su povećanje kućnog boravka. U tom kontekstu, streaming platforme su postale primarni izvor zabave i razonode za mnoge pojedince. S obzirom na obustavu kinoprojekcija i otkazivanje javnih događaja, korisnici su se sve više okretali streaming servisima kako bi zadovoljili svoje potrebe za zabavom i informacijama.

Pandemija je potaknula rastuću potražnju za sadržajem prilagođenim kućnoj konzumaciji. To je rezultiralo ubrzanjem produkcije i objavljivanja originalnog sadržaja na streaming platformama kako bi se zadovoljile rastuće potrebe korisnika. Paralelno s tim, neka događanja poput premijera filmova i serija premještena su na online platforme kako bi se omogućilo gledateljima pristupanje iz udobnosti vlastitog doma. Osim toga, pandemija je uzrokovala preustrojavanje u procesu produkcije i distribucije filmskih i televizijskih projekata. Mnoge produkcije su privremeno obustavljene ili odgođene zbog ograničenja i sigurnosnih mjera. To je rezultiralo deficitom novog sadržaja, no istovremeno je potaknulo korisnike da istraže dostupne sadržaje na streaming platformama. Nadalje, pandemija je doprinijela porastu pretplatničke baze za mnoge streaming servise. S obzirom na ekonomske neizvjesnosti i gubitak poslova, pojedinci su bili skloniji odabrati streaming pretplate kao ekonomski povoljniju alternativu tradicionalnim oblicima zabave poput odlaska u kino ili kupovine DVD-a. (Vlassis, 2021).

Shodno tome nedvojbeno je kako je pandemija COVID-19 iz temelja promijenila dinamiku streaming industrije putem niza kanala, uključujući promjene u potrošačkim navikama, prilagodbu proizvodnih procesa i rast pretplatničke baze. Ovi efekti vjerojatno će imati dugoročne implikacije na budućnost industrije streaminga te su nedvojbeno glavni pokretači svojevrsnog „booma“ streaming platformi i njihove popularnosti u Hrvatskoj.

Još jedan veoma značajan čimbenik u rastu streaming servisa je bio razvoj originalnog sadržaja. Platforme poput Netflix-a i Amazon Prime Video-a ulažu ogromne svote novca u produkciju

vlastitih filmova i serija kako bi privukle korisnike i zadržale ih na svojim platformama. Ovaj trend je dodatno pojačao konkurenciju na tržištu streaminga, ali je istovremeno doveo do ponude raznovrsnih i visokokvalitetnih sadržaja za korisnike u Hrvatskoj (Mušćet, 2023).

Može se stoga utvrditi kako je rast streaming servisa u Hrvatskoj je rezultat kombinacije faktora kao što su tehnološki napredak, promjena u potrošačkim navikama i razvoj originalnog sadržaja. Očekuje se da će ovaj trend nastaviti i u budućnosti, dok će streaming servisi nastaviti transformirati način na koji ljudi konzumiraju zabavu i medije.

#### **4. ANALIZA STREAMING PLATFORME NETFLIX**

Netflix je postao sinonim za vrhunsku produkciju i angažman u svijetu streaminga, s nizom svjetski poznatih hitova poput "Squid Game", "Ozark", "Sex Education" i "The Crown". Netflix primarno distribuira originalne i kupljene filmove i televizijske emisije različitih žanrova, dostupne su na više jezika širom svijeta.

Lansiran 16. siječnja 2007., gotovo deset godina nakon što je Netflix, Inc. započeo svoju pionirsku uslugu iznajmljivanja DVD-a putem pošte, Netflix je najpopularnija pretplatnička usluga za video na zahtjev s 260,28 milijuna plaćenih pretplata u više od 190 zemalja početkom siječnja 2024. godine. Do 2022., "Netflix Original" produkcije činile su polovicu njezine knjižnice u Sjedinjenim Američkim Državama, a tvrtka s istim nazivom proširila se i na druge kategorije, poput izdavaštva video igara mobilnih igara putem svoje glavne usluge. Kako je to u listopadu 2023. godine, Netflix je 24. najposjećenija web stranica na svijetu s 23,66% prometa koji dolazi iz Sjedinjenih Američkih Država, a slijede Ujedinjeno Kraljevstvo s 5,84% i Brazil s 5,64% (Netflix Inc., 2024).

Netflix je svoje poslovanje započeo kao korporacija za distribuciju video sadržaja u fizičkom obliku, da bi se razvio u vodeću streaming platformu u industriji video sadržaja. Taj put je obilježen razvojem od digitizacije do digitalne transformacije poslovanja, te digitalnog optimizacijom svake pojedine faze razvoja (Lozić, Fotova Čiković 2024). Njihova impresivna produkcija i akvizicije stvorile su seriju kvalitetnih sadržaja koja su osvojila srca gledatelja diljem svijeta. Kad je riječ o pretplatničkim paketima, Netflix nudi različite opcije koje korisnicima omogućuju prilagodbu njihovim potrebama i proračunima. Osnovni paket počinje već od 7,99 eura i pruža osnovni pristup biblioteci sadržaja, dok standardni paket, po cijeni od 9,99 eura, omogućuje gledanje na više uređaja istovremeno i HD kvalitetu slike. Premium paket, koji iznosi 11,99 eura, nudi najvišu razlučivost slike i omogućuje gledanje na više uređaja

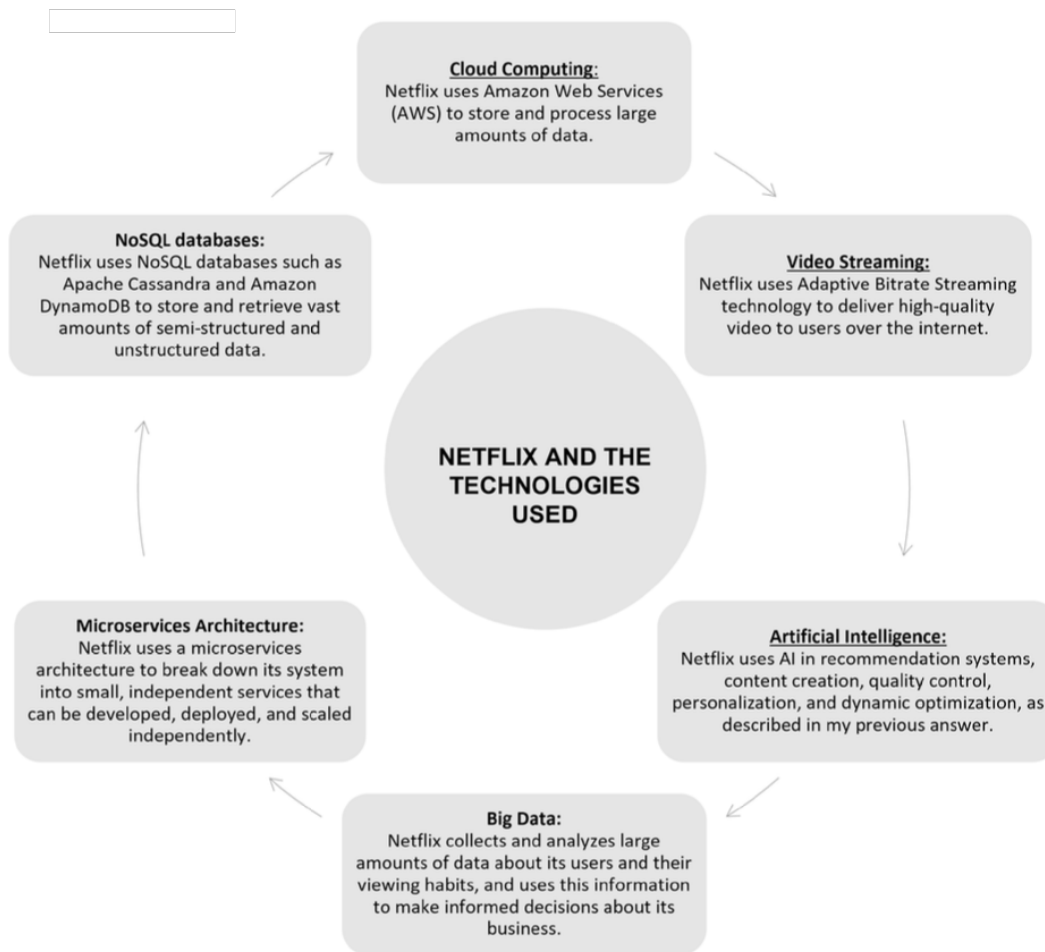


istovremeno. Svi ovi paketi donose neograničeni pristup impresivnom katalogu sadržaja koji korisnici mogu uživati bez ograničenja. Kroz ove pakete, Netflix ne samo da pruža široku paletu zabave, već i nudi fleksibilnost i prilagodljivost korisnicima, osiguravajući da svatko može pronaći pravu kombinaciju cijene i funkcionalnosti koja odgovara njihovim potrebama. S ovakvim pristupom, Netflix nastavlja dominirati svjetskim tržištem streaminga i oblikovati način na koji ljudi konzumiraju sadržaj (Fabrio Bene, 2022).

Netflix je istaknuo se kao vodeća platforma u industriji streaminga zbog svoje sposobnosti generiranja visoko popularnih sadržaja i sudjelovanja u natjecateljskim aukcijama za dugo očekivane filmove i TV naslove, bez obzira na njihovo podrijetlo. U posljednje vrijeme, Netflix je usmjerio svoju pažnju na europsku i azijsku produkciju, naglašavajući međunarodne naslove. Platforma je postala dom za popularne serije poput "Dark", "La Casa de Papel", "Squid Game", "Lupin" i mnoge druge. Međutim, Netflix je također počeo naglašavati proizvodnju reality sadržaja, te se suočava s izazovom punjenja svoje biblioteke s osrednjim filmovima, što korisnicima može otežati pronalazak kvalitetnog sadržaja u bogatstvu ponude (Fabrio Bene, 2022).

Iako je i dalje vodeća platforma, Netflix je nedavno najavio reviziju svoje strategije u proizvodnji originalnog sadržaja, s ciljem da se usredotoči na proizvodnju visokokvalitetnih naslova. Postalo je očito da su mnoge serije bile otkazane nakon prve sezone, čim bi se pokazalo da ne ispunjavaju očekivane kriterije gledanosti. Ovaj fenomen uzrokovao je nezadovoljstvo među korisnicima, koji su u mnogim istraživanjima navodili taj aspekt kao ključan faktor za davanje negativnih ocjena, pa čak i otkazivanje svojih pretplata (Blažev, 2023)

Netflix se oslanja na Internet kako bi streamao svoje proizvode s korisnicima diljem svijeta. Online poslovni model Netflixu je omogućio prikupljanje velikih količina podataka vezano za korisnike. Netflixov algoritam koji pokreće AI stvara preporuke za svakog korisnika na temelju njegovih preferencija, povijesti gledanja, ocjena i demografskih podataka. Preporuke su obično specifične i personalizirane. Prema Netflixu, 80% sadržaja za gledanje dolazi iz preporuka što će se u ovom radu dokazati temeljem anketnog upitnika koji su popunjavali ispitanici.



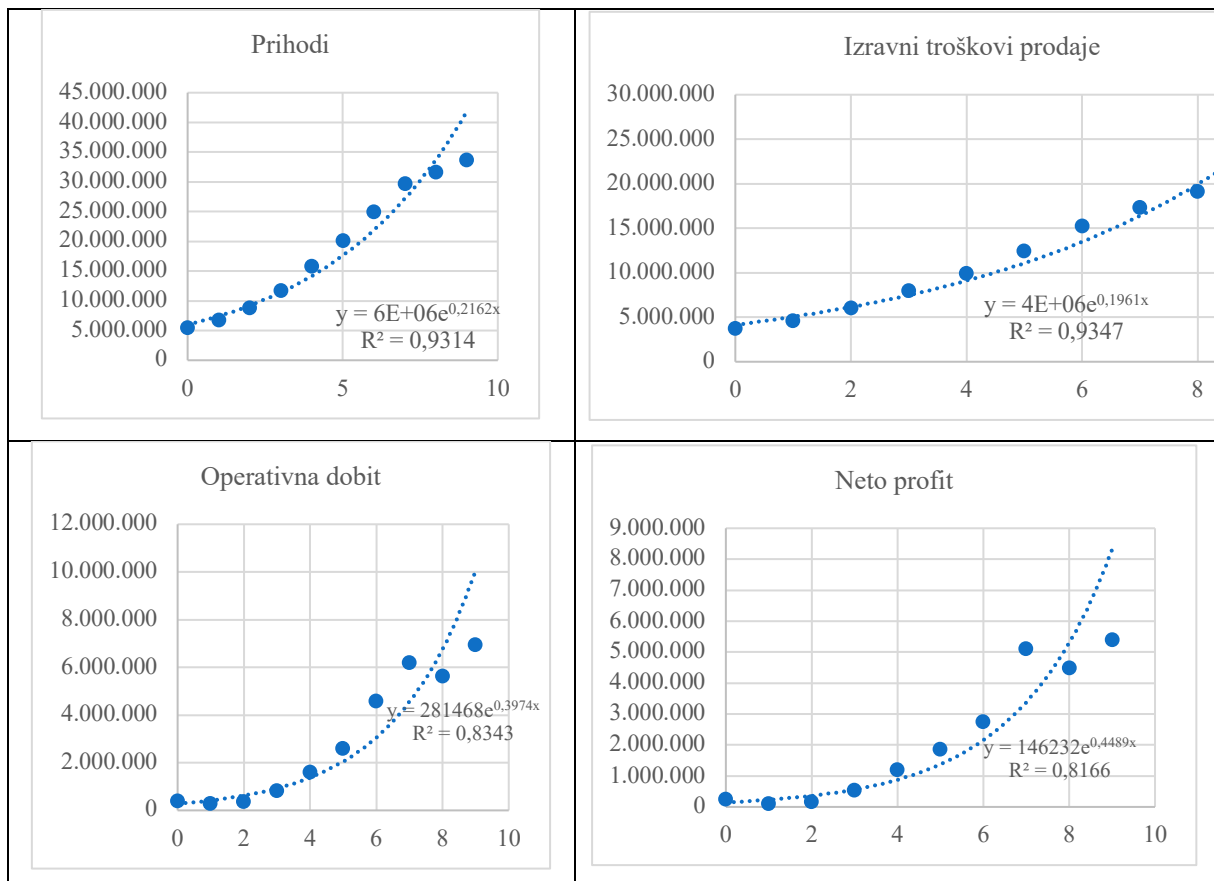
**Slika br. 1.** Prikaz tehnologije korištene od strane Netflix-a

(Izvor: A parametric analysis of AVA to optimise Netflix performance)

Navedene su neke od tehnologija koje koristi Netflix, a tvrtka nastavlja usvajati nove tehnologije kako one postaju dostupne. Osim ovih, Netflix koristi umjetnu inteligenciju na različite načine kako bi poboljšao svoju uslugu streaminga.

Prihodi Netflix-a rasli su prosječnoj godišnjoj stopi 24,1% kontinuirano kroz 12 godina. Po prosječnom rastu prihoda Netflix je najuspješnija video platforma unutar modela ekonomije platformi. Izravni troškovi prodaje rasli su po stopi od 21,1% što je za tri postotna poena manje od rasta stope prihoda. Takav trend financijskih pokazatelja omogućio je Netflixu kontinuirano ulaganje u istraživanje i razvoj. Digitalna transformacija je bila upravo podržana kontinuiranim rastom prihoda, a jedna od posljednjih faza digitalne optimizacije bila je ulaganje u proizvodnju vlastitog medijskog sadržaja kako se ne bi plaćali troškovi prava emitiranja. Operativna dobit (EBIT) je rasla po prosječnoj stopi od 48,8% godišnje, a neto dobit po prosječnog stopi od

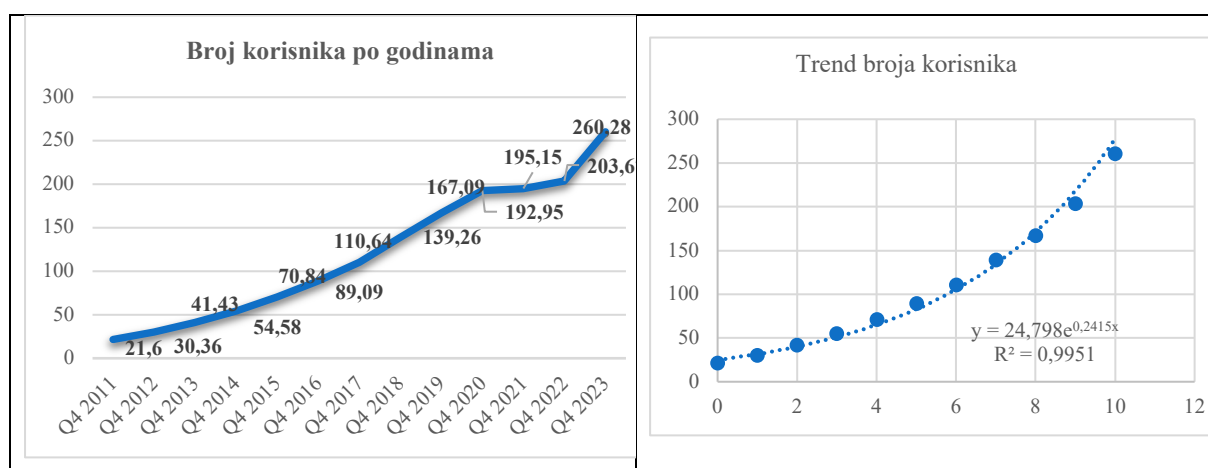
56,7%. Rezultati regresijske analize ukazuju na eksponencijalni rast operativne i neto dobiti u proteklom razdoblju. Točne infleksije regresijske analize u posljednja dva analizirana perioda nalaze se ispod krivulje regresije što ukazuje na manji rast od prosječnog. Razlozi za to se mogu pronaći u razvoju i diversifikaciji novih streaming platformi, kao i u povlačenju sadržaja drugih medijskih korporacija s platforme Netflix. Rezultati istraživanja prikazani su u grafu broj 1.



**Graf br.2.** Regresijska analiza bilančnih stavki korporacije Netflix

Izvor: Osobna izrada autorice

Analizom rasta prihoda dokazano je kako su prihodi rasli degresivno te globalna pandemija Covid 19 nije značajno utjecala na trend rasta prihoda. Sve to govori o izuzetnoj stabilnosti poslovanja i izgradnje prihoda platforme. Većina prihoda platforme dolazi od prodaje prava korištenje odnosno pretplate. Godine 2018., Netflix je prvi puta počeo ostvarivati prava od prodaje podataka, ali takva vrsta prihoda je vrlo malo te se podaci o korisnicima vrlo pažljivo čuvaju.



**Graf br.3.** Trend broja korisnika (Netflix)

Izvor: Osobna izrada autorice

Trend broja korisnika vrlo je sličan trendu ukupnih prihoda platforme. Broj korisnika u dvanaestogodišnjem razdoblju rastao je po prosječnoj stopi od 27,2%. Krivulja broja korisnika otkriva lagano usporavanje rasta broja korisnika u razdoblju nakon pandemije, da bi broj korisnika počeo rasti posljednje analiziranom razdoblju. Kao i kod operative i neto dobiti, točke infleksije trenda broja korisnika polako dolaze ispod krivulje trenda što ukazuje na usporavanje rasta broja korisnika.

Netflix - Konsolidirani račun dobiti i gubitka (u tisućama)										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Prihodi	5.504.656	6.779.511	8.830.669	11.692.713	15.794.341	20.156.447	24.996.056	29.697.844	31.615.550	33.723.297
Izravni troškovi poslovanja	3.752.760	4.591.476	6.029.901	8.033.000	9.967.538	12.440.213	15.276.319	17.332.683	19.168.285	19.715.368
Bruto profit	1.751.896	2.188.035	2.800.768	3.659.713	5.826.803	7.716.234	9.719.737	12.365.161	12.447.265	14.007.929
%	31,8%	32,3%	31,7%	31,3%	36,9%	38,3%	38,9%	41,6%	39,4%	41,5%
Marketing	607.186	824.092	991.078	1.436.281	2.369.469	2.652.462	2.228.362	2.545.146	2.530.502	2.657.883
Troškovi razvoja	472.321	650.788	852.098	953.710	1.221.814	1.545.149	1.829.600	2.273.885	2.711.041	2.675.758
Opći troškovi poslovanja	269.741	407.329	577.799	431.043	630.294	914.369	1.076.486	1.351.621	1.572.891	1.720.285

Operativna dobit	402.648	305.826	379.793	838.679	1.605.226	2.604.254	4.585.289	6.194.509	5.632.831	6.954.003
Ostali prihodi										
Troškovi kamata	-50.219	-132.716	-150.114	-238.204	-420.493	-626.023	-767.499	-765.620	-706.212	-699.826
Prihodi od kamata i drugi prihodi	-3.060	-31.225	30.829	-115.154	41.725	84.000	-618.441	411.214	337.310	-48.772
Prihod prije poreza	349.369	141.885	260.508	485.321	1.226.458	2.062.231	3.199.349	5.840.103	5.263.929	6.205.405
Porezi	82.570	19.244	73.829	-73.608	15.216	195.315	-437.954	-723.875	-772.005	-797.415
Neto profit	266.799	122.641	186.679	558.929	1.211.242	1.866.916	2.761.395	5.116.228	4.491.924	5.407.990

**Tablica br. 1.** Netflix - Konsolidirani račun dobiti i gubitka (u tisućama)  
(Izvor: Samostalna izrada autorice)

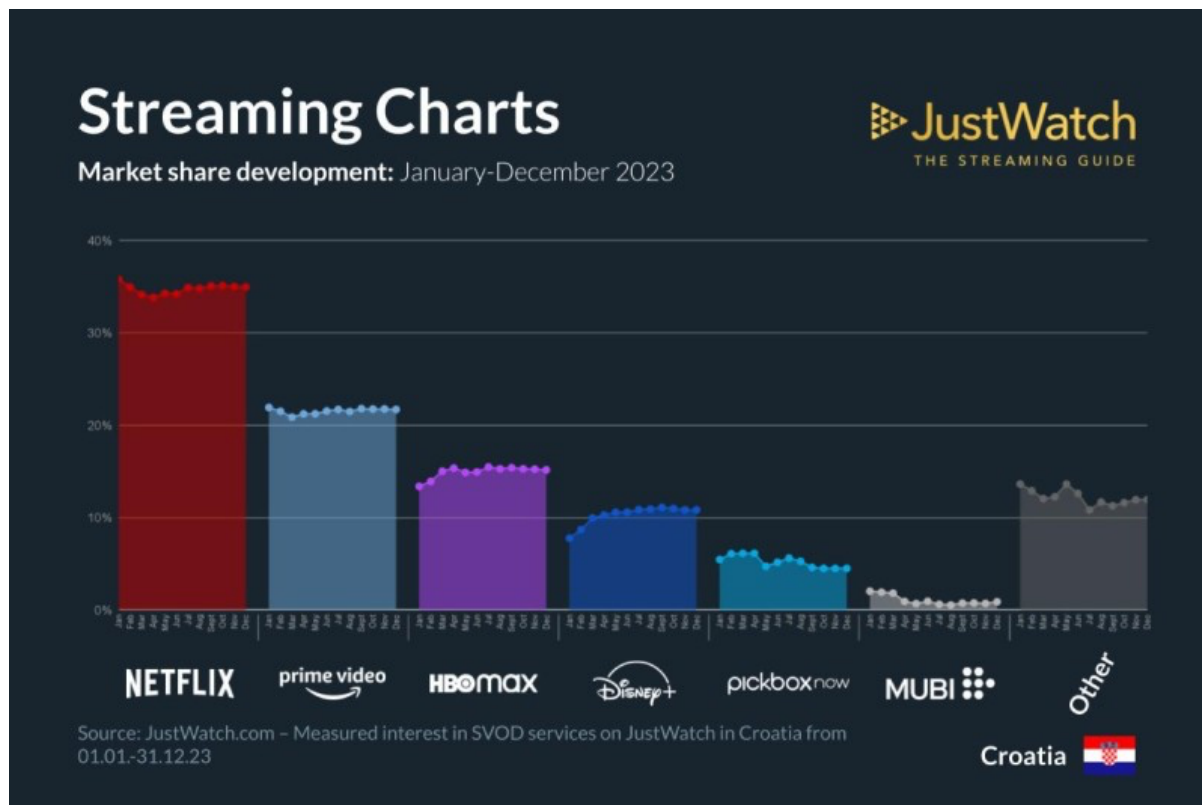
Na temelju podataka iz konsolidiranog računa dobiti i gubitka za Netflix, može se izraditi analiza glavnih financijskih pokazatelja i trendova za razdoblje od 2014. do 2023. godine: Netflix je tijekom analiziranog razdoblja bilježio kontinuirani rast prihoda, koji su se povećali s 5,5 milijardi USD u 2014. na 33,7 milijardi USD u 2023. Rast prihoda bio je najznačajniji u periodu od 2014. do 2019., kada su prihodi rasli prosječnom godišnjom stopom od oko 27%. Nakon toga, rast se usporava, ali i dalje ostaje značajan, dosežući 33,7 milijardi USD u 2023. Bruto profit je porastao s 1,75 milijardi USD u 2014. na 14 milijardi USD u 2023. godine, što ukazuje na povećanu efikasnost operacija. Stopa rasta bruto profita nadmašila je rast prihoda, posebno u kasnijim godinama, dosegnuvši 41,5% u 2023. u odnosu na 31,8% u 2014. To ukazuje na poboljšanu kontrolu nad troškovima poslovanja i povećanu profitabilnost osnovne djelatnosti. Izravni troškovi poslovanja također su rasli, s 3,75 milijardi USD u 2014. na 19,7 milijardi USD u 2023. Međutim, bruto profit se poboljšavao zahvaljujući bržem rastu prihoda u odnosu na izravne troškove. Marketing troškovi pokazali su značajan rast u ranijim godinama, osobito u 2018., kada su dosegli 2,65 milijardi USD. Međutim, od tada su relativno stabilni i pokazuju da Netflix ulaže manje u promociju po korisniku u odnosu na ranije faze rasta. Troškovi razvoja rasli su postojano, s 472 milijuna USD u 2014. na 2,67 milijardi USD u 2023., što ukazuje na stalna ulaganja u tehnologiju i inovacije. Opći troškovi poslovanja povećali su se više nego pet puta tijekom promatranog razdoblja, od 269 milijuna USD u 2014. do 1,72 milijarde USD u 2023. Operativna dobit pokazala je snažan rast s 402 milijuna USD u 2014. na 6,95 milijardi USD u 2023. godine. Rast operativne dobiti pokazuje da Netflix uspijeva

povećavati profitabilnost unatoč rastućim troškovima, jer prihod raste brže od troškova. Neto profit kompanije Netflix značajno je rastao, s 267 milijuna USD u 2014. na 5,41 milijardu USD u 2023. Rast neto dobiti je vidljiv osobito od 2017. nadalje, kada je Netflix počeo ostvarivati značajniji profit, dijelom zahvaljujući kontroli troškova i rastu prihoda. U 2021. i 2022. dolazi do blagog smanjenja neto dobiti, ali ona ponovno raste u 2023. Netflix je tijekom promatranog razdoblja bilježio stabilan rast prihoda i profitabilnosti, uz kontinuirana ulaganja u razvoj i tehnologiju te marketing. Rast neto dobiti i operativne dobiti pokazuje snažnu sposobnost upravljanja troškovima, unatoč izazovima kao što su rastući troškovi razvoja i konkurencija na tržištu streaming usluga. Sve u svemu, Netflix je demonstrirao uspješan model rasta i skaliranja, s jačanjem profitabilnosti kako je poslovanje raslo i zrelo tijekom godina.

#### **4.1. Analiza prometa streaming servisa Netflix u Hrvatskoj**

Prema podacima platforme JustWatch, koja sustavno prati trendove gledanosti streaming usluga kako u Hrvatskoj tako i diljem svijeta, Netflix dominira na tržištu hrvatskih streaming usluga s udjelom od impresivnih 13 posto ispred drugoplasiranog Amazon Prime Video-a. Ovaj rezultat predstavlja iznenađenje, s obzirom na snažnu konkurenciju u industriji. JustWatch, globalni vodič kroz streaming usluge, koristi se od strane 35 milijuna korisnika u 139 zemalja, što osigurava relevantnost i pouzdanost prikupljenih podataka (Vitas, 2023).

Jedan od ključnih faktora koji je doprinio rastu prometa Netflix u Hrvatskoj je povećana potražnja za visokokvalitetnim sadržajem. Netflix nudi pristup širokoj paleti popularnih globalnih hitova, poput serija "Stranger Things", "The Witcher" i "Squid Game", ali i originalnih dokumentaraca i filmova koji su stekli značajnu gledanost. Kroz personalizirane algoritme preporuka, Netflix privlači korisnike, omogućujući im da lakše pronađu sadržaj koji odgovara njihovim interesima.



**Graf br. 4.** Popularnost streaming platformi u Hrvatskoj tijekom 2023. godine

Izvor: (Blažev K. , 2024).

Netflix i dalje održava svoju dominaciju na vrhu ljestvice u drugom kvartalu, s impresivnih 13 posto prednosti u odnosu na Amazon Prime Video. Unatoč tome, Prime Video zadržava snažnu poziciju kao druga najpopularnija usluga, s dva puta većim brojem korisnika od konkurenta Disney+. Iako je Disney+ pokazao poboljšanje u svojim brojkama u drugom kvartalu, još uvijek zaostaje za HBO Max-om, koji je prisutan na hrvatskom tržištu kao dio konkurentne tvrtke Warner Bros (Vitas, 2023).

Situacija u Hrvatskoj odražava globalni trend u kojem je platforma Disney+ podbacila u ostvarenju visokih očekivanja, unatoč bogatom katalogu sadržaja. Dodatni izazov za Disney+ u Hrvatskoj predstavlja problem lokalizacije sadržaja, budući da mnogi naslovi na ovoj platformi nisu dostupni s prijevodom. Udjeli na tržištu jasno pokazuju da Netflix sa 34 posto dominira, dok Prime Video ima 21 posto udjela, HBO Max 15 posto, a Disney+ zauzima deset posto tržišnog udjela (Blažev K. , 2024).

Ovi podaci jasno ukazuju na dinamičnost tržišta streaming usluga u Hrvatskoj, gdje konkurencija i dalje ostaje žestoka, a svaka platforma teži zadržati ili poboljšati svoj udio na tržištu.

Unatoč konkurenciji, Netflix zadržava vodeću poziciju na hrvatskom tržištu, zahvaljujući kontinuiranim ulaganjima u originalni sadržaj, prilagođavanju lokalnom tržištu i stalnom unaprjeđenju korisničkog iskustva.

S obzirom na trendove konzumacije medijskih sadržaja i sve veću digitalizaciju, očekuje se da će Netflix i dalje dominirati hrvatskim tržištem streaming servisa, osobito ako nastavi s inovacijama u tehnologiji i produkciji sadržaja.

## **4.2. Utjecaj Netflix-a na način konzumiranja televizijskog sadržaja**

Porastom broja streaming platformi dolazi do revolucije u načinu na koji gledamo filmove i TV emisije što je dovelo do velikog utjecaja na tradicionalnu filmsku industriju. Uz korištenje platformi kao što su Netflix, Amazon, Prime Video i Disney+ gledateljima je omogućen neusporediv pristup ogromnoj biblioteci filmskog sadržaja čime se promjenila dinamika proizvodnje, distribucije i gledanja filmova.

- Ometanje tradicionalnih distribucijskih kanala- Usluge streaminga poremetile su tradicionalni model distribucije filmova, dovele u pitanje dominaciju kina i promijenile način koji filmovi dolaze do gledatelja.
- Kina u odnosu na streaming- Porast usluga streaming servisa doveo je do pada posjećenosti kina. Pogodnost i pristupačnost streaming usluga privukle su gledatelje da se odluče za projekciju filmskog sadržaja u vlastitom domu.
- Vlastita produkcija filmova za streaming servise- Streaming platforme omogućile su alternativni distribucijski kanal za filmaše. Umjesto da se suočavaju s izazovima osiguranja prikazivanja filmova u kinima, nezavisni filmovi mogu pronaći publiku putem streaming servisa. Navedeno je rezultiralo raznolikošću i većem rasponu dostupnog sadržaja.
- Mijenjanje poslovnih modela- Usluge streaminga uvele su nove poslovne modele koji izazivaju tradicionalne tokove prihoda filmske industrije.



- Prihod temeljen na pretplati- Streaming platforme oslanjaju se na naknadu s osnova pretplate, nudeći neograničen pristup zbirci filmova i TV emisija. Ovim modelom osigurava se stabilan i kontinuiran priljev prihoda za kreatore sadržaja, omogućujući im da proizvedu originalni sadržaj i preuzmu kreativne rizike.
- Podjela prihoda- Za razliku od tradicionalnih modela u kojima su studiji dobivali značajan udio od prihoda od blagajni, streaming servisi obično licenciraju sadržaj studija i produkcijskih tvrtki. Model djeljenja prihoda u streaming može biti manje predvidljiv i potencijalno manje unosan za kreatore sadržaja.
- Utjecaj na filmske stvaraocce i stvaranje sadržaja- Porast usluga streaminga utjecao je na filmsku industriju i kreatore sadržaja na nekoliko načina, utječući na odluke o produkciji, kreativnu slobodu i financijsku stabilnost.
- Financijski izazovi- Tradicionalni modeli financiranja filmova oslanjaju se na prikazivanje filmova u kinima i prihod od blagajni. Streaming platforme imaju različite financijske strukture, utječući na potencijal prihoda filmaša i potencijalno utječući na proračune i opseg njihovih projekata.
- Potpora neovisnim filmašima- Usluge streaminga mogu igrati ključnu ulogu u potpori neovisnim filmašima i promicanju različitih glasova. Namjenske inicijative, mogućnosti financiranja i odabrani dijelovi za nezavisne filmove na platformama za streaming potaknuli bi proizvodnju i otkrivanje jedinstvenog sadržaja.

Usluge streaminga nedvojbeno su transformirale filmsku industriju, pružajući gledateljima neviđen pristup raznolikom sadržaju. Iako je utjecaj na tradicionalne kanale distribucije i poslovne modele značajan, postoje izazovi s kojima se treba pozabaviti. Poticanjem veće transparentnosti, pravedne naknade i podrške nezavisnim filmskim stvarateljima, filmska industrija može upravljati promjenjivim krajolikom streaming usluga. Suradnja između platformi za streaming, studija i kreatora sadržaja ključna je za osiguravanje održive i živahne industrije zabave od koje koristi imaju i kreatori i publika.

### **4.3. Netflix i konkurencija**

Netflix drži vodeću poziciju na globalnom tržištu, konkurenti poput Disney+, Amazon Prime Video i HBO Max ubrzano rastu i privlače nove korisnike. Rast konkurencije dolazi s povećanom proizvodnjom originalnog sadržaja, kao i agresivnim licenciranjem popularnih naslova. S obzirom na to da su streaming servisi sve popularniji, ključna konkurentska prednost postala je sposobnost privlačenja korisnika kroz jedinstveni i ekskluzivni sadržaj. Kako bi održao svoju vodeću poziciju na tržištu, Netflix koristi niz strategija:

#### **Ulaganje u originalni sadržaj**

Netflix je prepoznat po velikim ulaganjima u originalni sadržaj. Svake godine Netflix proizvodi stotine novih serija, filmova i dokumentaraca. Popularne serije poput "Stranger Things", "The Witcher" i "Squid Game" osigurale su globalnu popularnost i lojalnost korisnika .

#### **Globalna ekspanzija i lokalizacija**

Netflix kontinuirano širi svoju globalnu prisutnost i prilagođava se lokalnim tržištima kroz lokalizaciju sadržaja i ulaganja u lokalne produkcije. Na primjer, Netflix ulaže u serije i filmove na različitim jezicima, kao što su španjolski, korejski, indijski i turski, kako bi zadovoljio lokalne preferencije .

#### **Personalizacija putem algoritama**

Jedan od ključnih faktora uspjeha Netflix-a je njegov napredni sustav preporuka koji koristi podatke o ponašanju korisnika za personalizaciju sadržaja. Ovi algoritmi omogućuju korisnicima da brzo pronađu sadržaj koji odgovara njihovim interesima, što rezultira većim zadovoljstvom korisnika i dužim vremenom provedenim na platformi .

U nastavku rada izvršit će se analiza konkurentskih streaming platformi u odnosu na Netflix platformu.

#### **4.3.1 MAX (HBO Max)**

Max, ranije poznat kao HBO Max, predstavlja američku pretplatničku uslugu za video na zahtjev preko interneta. Ona je vlasništvo kompanije Warner Bros. Discovery Global Streaming & Interactive Entertainment, koja je sama podružnica Warner Bros. Discovery (WBD). Max je

prvi puta lansiran (kao HBO Max) u Sjedinjenim Američkim Državama 27. svibnja 2020. godine. Platforma nudi sadržaj iz knjižnica Warner Bros.-a, Discovery Channel-a, HBO-a, CNN-a, Cartoon Network-a, Adult Swima, Animal Planeta, Eurosporta i njihovih povezanih brendova. Usluga također obuhvaća originalne programe pod oznakom "Max Originals", programe s HBO plaćenog televizijskog servisa i sadržaj stečen putem trećih bibliotečnih ugovora (poput onih s filmskim studijima za prava na plaćenu televiziju) ili kroz sporazume o su-produkciji (uključujući, među ostalima, one s BBC Studios-om i Sesame Workshop-om) (Barnes, 2022).

Kada je usluga prvi puta pokrenuta kao HBO Max, naslijedila je i HBO Now, prethodnu HBO SVOD uslugu, i HBO Go, platformu za streaming televizije u okviru TV svudašnjeg servisa za HBO pretplatnike. U Sjedinjenim Američkim Državama, pretplatnici HBO Now-a i pretplatnici HBO plaćene televizije prebačeni su na HBO Max bez dodatnih troškova, uz preduvjet dostupnosti i podrške uređaja. HBO Max je također zamijenio komponentu streaminga usluge DC Entertainment-ovog DC Universe-a, pri čemu su originalni serijali prebačeni na HBO Max kao Max Originals. Usluga HBO Max počela je širiti svoje prisustvo na međunarodnim tržištima 2021. godine (Maas, 2022).

Novi streaming servis MAX dostupan je u Hrvatskoj i zamijenio je prethodni servis HBO GO. Standardna mjesečna pretplata iznosi 6,99 eura. Ova promotivna ponuda izjednačava cijenu s onom koju trenutno imaju korisnici HBO GO-a. Također je moguće sklopiti i godišnju pretplatu po cijeni od 54,99 eura. Ova godišnja pretplata omogućuje korisnicima 12 mjeseci pristupa usluzi po cijeni koja je ekvivalentna osam mjeseci standardne mjesečne pretplate. Ove fleksibilne opcije pretplate omogućuju korisnicima da odaberu najprikladniji plan koji odgovara njihovim potrebama i proračunu (Fabrio Bene, 2022).

#### **4.3.2. DISNEY +**

Disney+ je premijerno pokrenut u studenom 2019. godine, a u relativno kratkom vremenskom razdoblju uspio je postati konkurentan već etabliranim platformama za streaming. Ovaj rad se bavi detaljnom analizom raznolike ponude serija i filmova koje nudi ovaj popularni servis. Među naslovima koji su se istaknuli kao uspješnice su "WandaVision", "The Mandalorian", "The Beatles: Get Back", "Cruella" i "Loki". Osim navedenih, platforma nudi i širok spektar drugih sadržaja različitih žanrova, privlačeći tako raznoliku publiku (Fabrio Bene, 2022).

Glavna prednost Disney+ platforme leži u mogućnosti pristupa produkciji renomiranih studija, uključujući Disney, Pixar, Marvel, National Geographic, 20th Century Studios i Searchlight

Pictures. Ovi studijski divovi odgovorni su za mnoge filmske klasike koji su obilježili protekle decenije, a njihova prisutnost na Disney+ osigurava širok spektar visokokvalitetnih sadržaja za gledatelje svih dobnih skupina.

Pretplata na Disney+ iznosi 7,99 eura mjesečno ili 79,90 eura za godišnju pretplatu, što predstavlja uštedu u odnosu na mjesečno plaćanje. Registracija profila dopuštena je samo unutar obitelji ili kućanstva, što je slično praksi koju provodi i Netflix. Postoje naznake da bi Disney+ mogao uskoro početi primjenjivati strože provjere lokacija s kojih se pristupa sadržajima putem iste lozinke, kako bi ograničio dijeljenje računa između korisnika koji nisu u istom domaćinstvu. Također se spominje mogućnost poskupljenja pretplate, što bi moglo rezultirati promjenom cijene usluge u budućnosti (Vrbanić, 2023).

### **4.3.3. *PickboxNOW***

Pickbox, osnovan 2014. godine, bila je pionir u pokretanju streaming servisa Pickbox NOW na domaćem tržištu. Njihova inicijativa "Spasi svijet s kauča", lansirana tijekom prvog lockdowna, izdvojila se kao značajan marketinški pothvat, omogućavajući besplatan pristup njihovom sadržaju tijekom nekoliko mjeseci (Fabrio Bene, 2022).

Fokus ove platforme je na premijerama, popularnim serijama i dokumentarnim emisijama iz holivudske i europske produkcije, pri čemu je poseban naglasak stavljen na britanske detektivske i misteriozne skandinavske serije koje su među najtraženijim sadržajima. Stoga, Pickbox predstavlja izvrstan izbor za korisnike koji teže raznolikom i originalnom sadržaju, te koji uživaju u otkrivanju manje poznatih, ali kvalitetnih naslova među ponuđenom selekcijom (Fabrio Bene, 2022).

Pristup ovom filmskom servisu moguće je ostvariti putem različitih pretplatničkih paketa koji su dostupni u suradnji s telekom operatorima poput A1, Iskona, Telemacha ili putem MAXtv-a. Neovisno o tome, samostalna mjesečna pretplata iznosi 3,85 eura, što je gotovo identično prošloj cijeni od 29 kuna. Servis nudi fleksibilnost u dijeljenju pristupa, pa korisnici mogu istovremeno koristiti osnovni paket na 2 uređaja. Pored osnovnog paketa, dostupan je i Plus paket koji omogućava 3 istodobna streama po cijeni od 21,50 eura za pola godine. Dodatno, ponuđen je i godišnji Family paket po cijeni od 40 eura, koji omogućuje pristup servisu s 4 uređaja istovremeno (Vrbanić, 2023).

#### **4.3.4. AMAZON PRIME**

Amazon Prime je plaćena pretplatnička usluga Amazona koja je dostupna u različitim zemljama i pruža korisnicima pristup dodatnim uslugama koje inače nisu dostupne ili su dostupne uz dodatnu naknadu drugim Amazon korisnicima. Pretplatom na Amazon Prime, korisnici dobivaju pristup bogatoj biblioteci streaming sadržaja, uključujući glazbu, filmove, serije, e-knjige i igre. Ova usluga također uključuje dodatne pogodnosti poput ekskluzivnih ponuda tijekom Amazon Prime Day-a i pristup različitim Amazonovim vlastitim proizvodima poput Kindle uređaja ili Amazon Echo pametnih zvučnika (Anderson, 2024).

Ovaj streaming servis ima velik utjecaj na tržište i postaje sve popularniji izbor među potrošačima širom svijeta a neočekivano se pokazalo kako je i veoma popularan u Hrvatskoj. Svojim članovima pruža ne samo praktičnost i raznolikosti streaming sadržaja, već i poticaj za ostvarivanje dodatnih ušteda i povlastica. Njegova globalna prisutnost i kontinuirano širenje usluga čine ga jednim od vodećih pretplatničkih servisa koji oblikuje način na koji ljudi kupuju, konzumiraju medije i koriste digitalne proizvode i usluge.

Amazonov streaming servis zadržava stabilnost u uvjetima pretplate i cijenama, što ga izdvaja u odnosu na mnoge druge konkurentske platforme. Mjesečna pretplata i dalje ostaje nepromijenjena, zadržavajući se na 5,99 eura, pružajući korisnicima pristupačnost i predvidljivost u troškovima. Dodatno, Amazon Prime Video dopušta istovremeno gledanje istog videa na najviše dva uređaja istog korisnika, što omogućava fleksibilnost u iskustvu gledanja članova obitelji ili kućanstva. Svaki pretplatnik ima priliku kreirati do šest korisničkih profila, od kojih je jedan označen kao "primarni", dok se pet ostalih smatra dodatnim korisnicima. Važno je napomenuti da su svi ovi profili namijenjeni članovima istog kućanstva. Ova pravila omogućuju personalizirano iskustvo gledanja za svakog člana kućanstva, osiguravajući da svatko može prilagoditi svoj sadržaj i preferencije unutar zajedničkog korisničkog računa (Vrbanić, 2023).

## **5. EMPIRIJSKI DIO RADA**

Ovim djelom rada detaljno se opisuje metodologija istraživanja, postavljeni ciljevi i hipoteze, te će se izvršiti analiza dobivenih rezultata anketnog upitnika. Anketnim upitnikom nastojala se ispitati upotreba streaming platformi, navike ispitanika i njihove preferencije u odabiru

platforme i sadržaja streaminga. Prezentirati će se eventualna ograničenja istraživanja, te donijeti zaključak analize o provedenom istraživanju.

## 5.1. Metodologija istraživanja

Prezentirat će se rezultati istraživanja koje je provela autorica rada anketnim upitnikom putem Google obrasca (Forms), koji je bio anonimn za sve ispitanike. Prikazuju se primarni podaci istraživanja. Anketnim upitnikom ispitano je 160 ispitanika. Upitnik se sastojao od 26 pitanja, od kojih se prvi dio upitnika odnosi na demografske karakteristike ispitanika, a ostala pitanja postavljana su tako da po svakoj hipotezi bude minimalno pet pitanja sa Likertovom skalom, kako bi se dobili točno mjerljivi rezultati. Podaci su obrađeni analizom u programu IBM SPSS Statistics. Prvođenje anketnog upitnika bilo je u razdoblju od 08. kolovoza do 22. kolovoza 2024.g.

## 5.2. Ciljevi i hipoteze rada

Cilj rada je istražiti utjecaj streaming platformi na korištenje digitalnog sadržaja te identificirati povezanost između odabira streaming platforme i servisa za slušanje glazbe, te istražiti utjecaj raspoloženja na odabir sadržaja za gledanje. Također će radom biti analizirano povećanje piratstva u streaming industriji, te sam nastanak streaminga, razvoj i analiza streaming platforme Netflix kao jedne od najraširenijih platformi sadašnjice.

**Hipoteza H1:** Streaming platforme unijele su promjene u kulturu gledanja sadržaja, povećao se interes za druge žanrove i recenzije imaju utjecaj na odabir platforme.

*Objašnjenje hipoteze H1: Pretpostavka je da je upotreba streaming platformi unijela promjene u kulturu gledanja medijskog sadržaja, povećala interes za odabir različitih žanrova te same recenzije imaju utjecaj na odabir platforme.*

**Hipoteza H2:** Upotreba streaming platformi povezana je sa vremenom za odmor i opuštanje te ima veliki utjecaj na raspoloženje i kvalitetu života.

*Objašnjenje hipoteze H2: Upotreba streaming platformi postaje nezaobilazan način iskorištavanja slobodnog vremena te sam odabir sadržaja za gledanje ovisi o preporuci.*

### 5.3. Diskusija rezultata istraživanja

Ukupni broj ispitanika iznosi 160.

Na samom početku anketnog upitnika ispitanicima su postavljena pitanja koja se odnose na spol, dob, završen stupanj obrazovanja, status zaposlenja i županija .

Tablica 1. Navedenom tablicom prikazuje se socio- demografska struktura ispitanika tj., spol, njihova dob, stupanj obrazovanja, status zaposlenja i županija iz koje je ispitanik.

#### 1. SPOL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muško	68	42.5	42.5	42.5
	Žensko	92	57.5	57.5	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

#### 2. DOB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	33	20.6	20.6	20.6
	25-30	25	15.6	15.6	36.3
	31-38	38	23.8	23.8	60.0
	39-45	33	20.6	20.6	80.6
	46 i više	31	19.4	19.4	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

#### 3. RAZINA OBRAZOVANJA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Završen diplomski studij	30	18.8	18.8	18.8
	Završen poslijediplomski, doktorski ili specijalistički studij	13	8.1	8.1	26.9
	Završen preddiplomski studij	53	33.1	33.1	60.0
	Završena osnovna škola	2	1.3	1.3	61.3
	Završena srednja škola	61	38.1	38.1	99.4

Završena srednja škola, Završen preddiplomski studij	1	.6	.6	100.0
Total	160	100.0	100.0	

#### 4. ZAPOSLENJE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Honorarno	7	4.4	4.4	4.4
	Nezaposlen/a	17	10.6	10.6	15.0
	Student/ica	23	14.4	14.4	29.4
	Zaposlen/a	113	70.6	70.6	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

#### 5. ŽUPANIJA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Koprivničko-križevačka županija	40	25.0	25.0	25.0
	Krapinsko-zagorska županija	31	19.4	19.4	44.4
	Međimurska županija	55	34.4	34.4	78.8
	Varaždinska županija	34	21.3	21.3	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

**Tablica br. 2.** *Socio-demografska struktura ispitanika*

*(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistic*

U anketi je temeljem analize sudjelovalo 68 muškaraca odnosno 42,5% te 92 osobe ženskog spola tj. 57,6%.

Ispitanika starosne dobi od 18-24 bilo je 33, odnosno 20,6%, ispitanika dobi od 25-30 bilo je 25, odnosno 15,6%, ispitanika starosne dobi od 31-38 u ukupnom broju od 38, tj. 23,8%, ispitanika starosne dobi od 39-44 u broju 33, tj. 20,6%, ispitanika dobi od 46 i više u ukupnom broju od 31, tj. 31%.



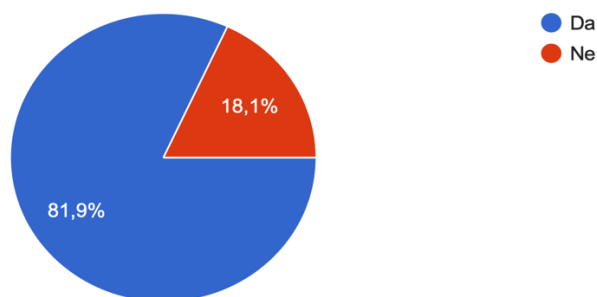
Najveći broj ispitanika ima završenu srednju školu, njih 61, odnosno 38,1%, zatim preddiplomski studij ima završeno 53 ispitanika, tj. 33,1%, 30 ispitanika ima završen diplomski studij, odnosno 18,8%, dok 13 ispitanika ima završen Završen poslijediplomski, doktorski ili specijalistički studij tj. 8,1% dok su 2 ispitanika odgovorila da imaju završenu osnovnu školu, tj. 1,3%.

Anketnim upitnikom utvrđeno je da je 113 ispitanika zaposleno, tj. 70,6%, 23 ispitanika su studenti, tj. 14,4%, dok je 17 ispitanika nezaposleno, odnosno 10,6%, dok samo 7 ispitanika radi honorarno, tj. 4,4%.

Temeljem upitnika utvrđeno je da je 55 ispitanika iz Međimurske županije, odnosno 34,4%, iz Koprivničko-križevačke županije je 40 ispitanika, odnosno 25%, 34 ispitanika su iz Varaždinske županije, odnosno 21,3% dok je iz 31 ispitanik iz Krapinsko-zagorske županije, odnosno 19,4%. Ovom analizom pruža se uvid u demografske podatke ispitanika te omogućuje analizu profila ispitanika.

#### 6. Imate li trenutno pretplatu na nekoj streaming platformi?

160 odgovora



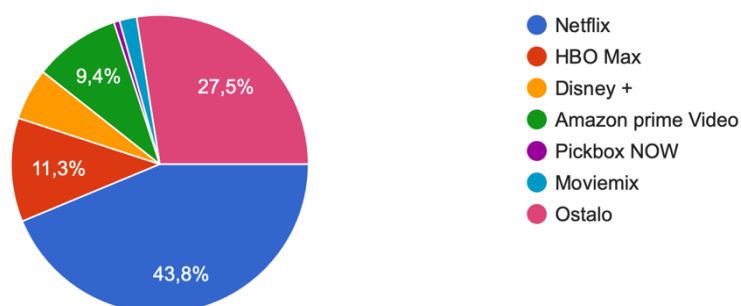
**Graf br.5.** Pretplata na streaming platformama

Izvor: Anketni upitnik autorice

Ispitanici su na navedeno pitanje odgovorili 81,9% s odgovorom DA, dok je samo 18,1% odgovorilo s odgovorom NE.

## 7. Koju online streaming platformu trenutno koristite?

160 odgovora



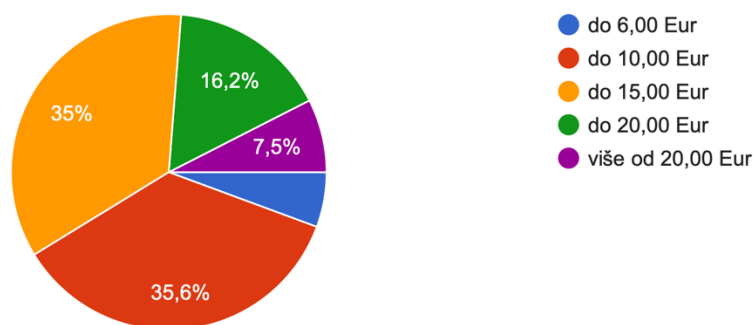
**Graf br.6.** *Odabir streaming platforme*

Izvor: Anketni upitnik autorice

Ispitanici su na navedenom pitanju odabrali "Netflix" kao primarnu streaming platformu u postotku 43,8%, zatim sljedi odgovor "Ostalo" sa postotkom 27,5%, 11,3% ispitanika odabralo je "HBO Max", 9,4% ispitanika odabralo je "Amazon prime Video", dok je 1,9% ispitanika odabralo "Moviemix i samo 0.6% ispitanika "Pickbox NOW".

## 8. Koliko ste spremni mjesečno izdvojiti za pretplatu streaming servisa?

160 odgovora



**Graf br. 7.** *Iznos pretplate za streaming platformu*

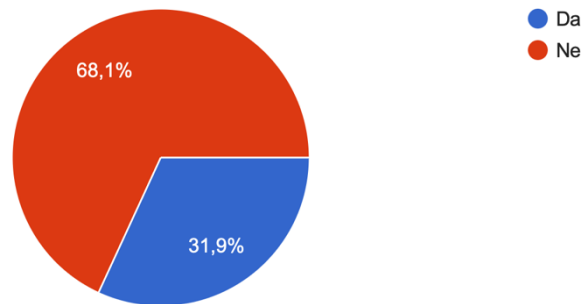
Izvor: Anketni upitnik autorice

35,6% ispitanika na navedeno pitanje odgovorilo je da su mjesečno spremni izdvojiti do 10 Eur na pretplatu streaming platforme, njih 35% spremno je izdvojiti do 15 Eur, 16,2% ispitanika

spremno je izdvojiti do 20 Eur, dok je 7,5% ispitanika spremno izdvojiti više od 20 Eur, dok samo 6% ispitanika spremno je platiti minimalni iznos pretplate od 6 Eur.

9. Da li ste spremni platiti višu cijenu pretplate kako bi dobili više sadržaja za gledanje?

160 odgovora



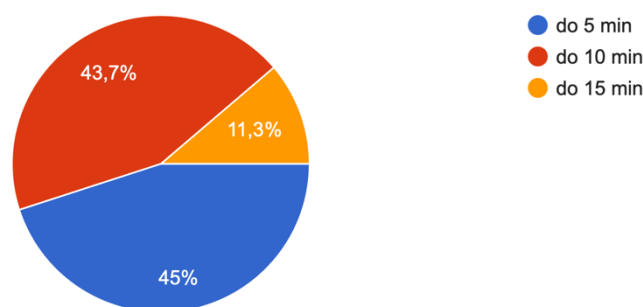
**Graf br. 8.** *Spremnost na plaćanje više cijene pretplate*

Izvor: Anketni upitnik autorice

Ispitanici su kod navedenog pitanja bili prilično odlučni o višoj cijeni pretplate te je 68,1% odgovorilo s odgovorom “NE”, a njih 31,9% s odgovorom “Da”.

10. Nakon prijave u streaming platformu, koliko vremena provodite u potrazi za sadržajem za gledanje?

160 odgovora



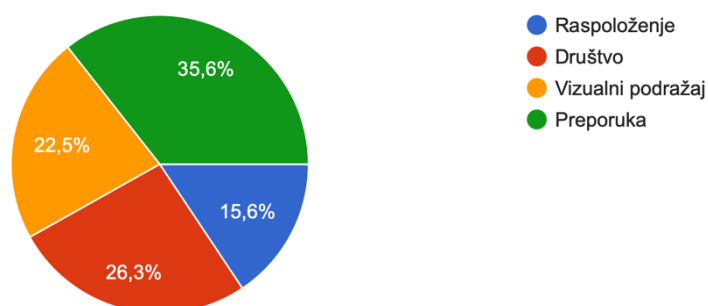
**Graf br. 9.** *Vrijeme za odabir sadržaja*

Izvor: Anketni upitnik autorice

Na navedeno pitanje 45% ispitanika provodi do 5 min u odabiru medijskog sadržaja, njih 43,7% provodi do 10 min, a 11,3% ispitanika provede do 15 min u odabiru sadržaja.

### 11. Koji čimbenici utječu na Vaš odabir sadržaja za gledanje?

160 odgovora



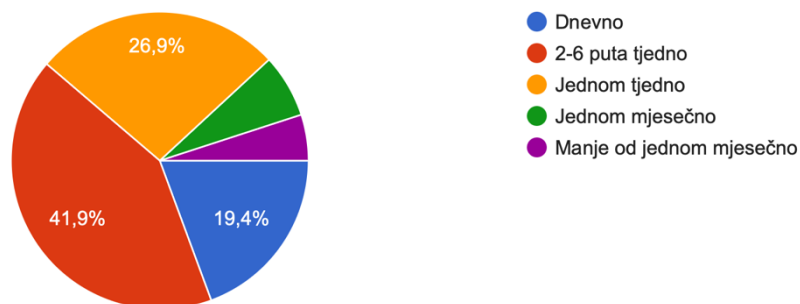
**Graf br. 10.** Čimbenici koji imaju utjecaj na odabir sadržaja

Izvor: Anketni upitnik autorice

35,6% ispitanika smatra da “Preporuka” utječe na odabir sadržaja za gledanje, njih 26,3% odgovorilo je da utjecaj ima “Društvo”, 22,5% ispitanika koristi “Vizualni podražaj” za odabir sadržaja dok 15,6% ispitanika odabire temeljem “Raspoloženja”.

### 12. Koliko često koristite streaming platforme u toku mjeseca?

160 odgovora



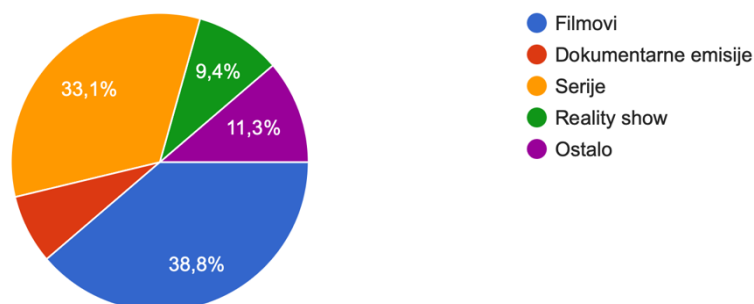
**Graf br. 11.** Korištenje streaming platformi

Izvor: Anketni upitnik autorice

41,9% ispitanika na navedenom pitanju odgovorilo je da koriste streaming platforme “2-6 puta tjedno”. 26,9% ispitanika koristi “Jednom tjedno” dok 19,4% ispitanika streaming platforme koristi “Dnevno”. 6,9% ispitanika koristi streaming platformu “Jednom mjesečno” dok samo 5% ispitanika koristi “Manje od jednom mjesečno”

### 13. Koji sadržaj najčešće gledate na streaming platformama?

160 odgovora



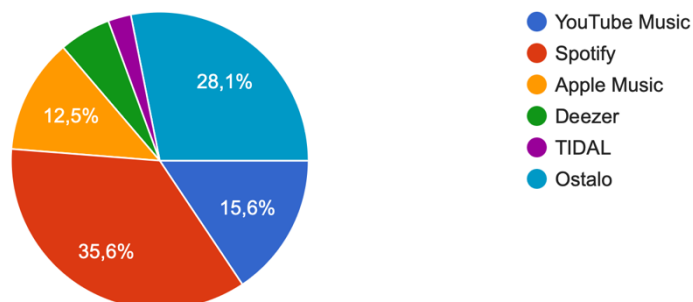
**Graf br. 12.** *Sadržaj gledanja na streaming platformama*

Izvor: Anketni upitnik autorice

Kod navedenog pitanja ispitanici su se u postotku od 38,8% izjasnili da gledaju “Filmove”, 33,1% ispitanika gleda “Serije”, njih 11,3% gleda “Ostalo”, 9,4% ispitanika voli gledati “Reality show”, a 7,5% ispitanika gleda “Dokumentarne serije”.

### 14. Koju glazbenu streaming platformu koristite?

160 odgovora



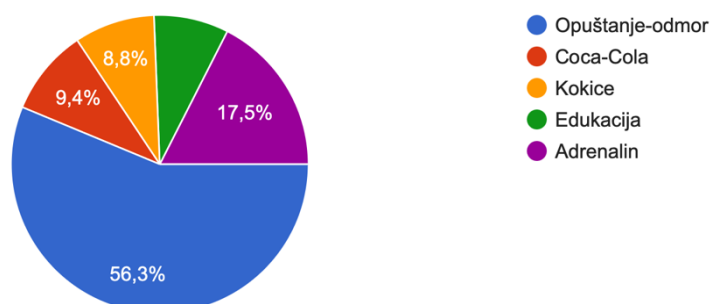
**Graf br. 13.** *Glazbene streaming platformama*

Izvor: Anketni upitnik autorice

“Spotify” je odabralo 35,6% ispitanika, 28,1% ispitanika odabralo je “Ostalo”, 15,6% ispitanika odabralo je “You Tube Music”, 12,5% ispitanika odabralo je “Apple Music”, dok je njih 5,6% ispitanika odabralo “Deezer” samo 2,5% ispitanika odabralo je “Tidal”.

15. Korištenje streaming platforme asocira Vas na:

160 odgovora



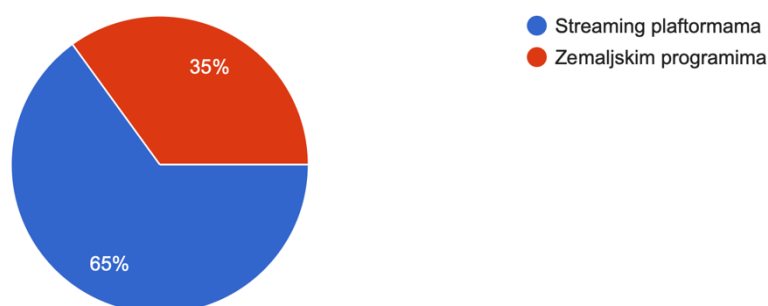
**Graf br. 14.** *Asocijacija kod streaming platformi*

Izvor: Anketni upitnik autorice

Kod navedenog pitanja 56,3% ispitanika odgovorilo je da ih korištenje streaming platforme asocira na “Opuštanje-odmor”, njih 17,5% odgovorilo je da ih asocira na “Adrenalin”, 9,4% ispitanika asocira na “Coca Cola”, 8,8% ispitanika asocira na “Kokice”, a 8,1% asocira na “Edukacija”.

18. Medijski sadržaj više pratite na:

160 odgovora



**Graf br. 15.** *Praćenje medijskog sadržaja*

Izvor: Anketni upitnik autorice

Kod navedenog pitanja ispitanici su sa “Streaming platforme” odgovorili u postotku od 65%, dok je “Zemaljskim programima” odgovorilo 35% ispitanika.

Cronbach Alpha koeficijent je statistička mjera unutarnje dosljednosti ili pouzdanosti skupa stavki ili pitanja. Raspon vrijednosti Cronbach-ovog alfa koeficijenta je od 0 do 1. Što je veća vrijednost koeficijenta, to je veća vjerodostojnost skupa stavki.

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	160	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	10

**Tablica br. 3.** Cronbach Alpha koeficijent

*(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistics)*

Vrijednost od 0,854 sugerira na visoku unutarnju dosljednost mjernog instrumenta. N of items, odnosno, 10 stavki uključeno je u analizu pouzdanosti. Rezultatima analize dokazuje se da je mjerni instrument koji se koristi u istraživanju izuzetno pouzdan, budući da Cronbach-ov alfa koeficijent iznosi 0,854.

## 5.4. Zaključak rezultata istraživanja

Analizom rezultata anketnog upitnika pomoću deskriptivne statistike, Pearsonovog testa i T-testa provest će se dokazivanje postavljenih hipoteza. Temeljem postavljenih hipoteza i provedenom istraživanju donjet će se zaključci vezani za upotrebu streaming platformi.

Hipoteza H1: glasi „Streaming platforme unijele su promjene u kulturu gledanja sadržaja, povećao se interes za druge žanrove i recenzije imaju utjecaj na odabir platforme.” Kako bi se

navedena hipoteza prihvatila ili odbacila , korištene su sljedeće tvrdnje kao dio deskriptivne statistike:

- Streaming platforme unjele su promjene u kulturu gledanja sadržaja
- Upotrebom streaming platformi povećao se interes za druge žanrove
- Koliko Vam je važno da se sadržaj na streaming platformi redovito ažurira
- Koliko Vam je važno da se streaming platforma koju koristite promovira putem medijskog sadržaja
- Koliko su Vam važne recenzije u odabiru streaming platforme

U tablici je prikazana deskriptivna statistika za hipotezu H1. Pomoću navedenih tvrdnji, ispitanici su imali ponuđenu Likertovu skalu od 1 do 5 s ponuđenom kombinacijom odgovora (1- Ne slažem se u potpunosti, 2- Ne slažem se, 3- Niti se slažen, niti se ne slažem, 4- Slažem se, 5- Slažem se u potpunosti te 1- Ni malo mi nije važno, 2- Malo mi je važno, 3- Svejedno mi je, 4- Važno mi je, 5- Iznimno mi je važno).

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
19. Streaming platforme unjele su promjene u kulturu gledanja sadržaja  1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	160	1	5	4.04	.823
21. Upotrebom streaming platformi povećao se interes za druge žanrove  1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažem niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	160	1	5	4.05	.853



22. Koliko Vam je važno da se sadržaj na streaming platformi redovito ažurira	160	1	5	3.88	1.129
1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno					
23. Koliko Vam je važno da se streaming platforma koju koristite promovira putem medijskog sadržaja	160	1	5	3.16	1.085
1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno					
24. Koliko su Vam važne recenzije o odabiru streaming platforme	160	1	5	3.74	1.017
1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno					
Valid N (listwise)	160				

**Tablica br. 4.** Deskriptivna statistika za dokazivanje H1

(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistics)

U tablici br. 3. temeljem podataka iz stupca “Mean” utvrđuje se aritmetička sredina odabranih tvrdnji. Najveću aritmetičku sredinu sukladno obrađenim podacima ima tvrdnja *Upotrebom streaming platformi povećao se interes za druge žanrove* te navedena iznosi 4,05, a najmanju

aritmetičku sredinu ima anketno pitanje *Koliko Vam je važno da se streaming platforma koju koristite promovira putem medijskog sadržaja* i iznosi 3,16.

Tablica prikazuje tvrdnje vezane uz hipotezu H1

- **Streaming platforme unjele su promjene u kulturu gledanja sadržaja** gdje aritmetička sredina iznosi 4,04 uz standardno odstupanje od prosjeka za 0,823 što sugerira na varijabilnost u ocjenama ispitanika.
- **Upotrebom streaming platformi povećao se interes za druge žanrove** gdje aritmetička sredina iznosi 4,05 uz standardno odstupanje od prosjeka za 0,853 što upućuje na veću varijabilnost u ocjenama ispitanika.
- **Koliko Vam je važno da se sadržaj na streaming platformi redovito ažurira** aritmetička sredina iznosi 3,88 uz standardnu devijaciju koja iznosi 1,129 te navedeno upućuje na veliku varijabilnost u ocjenama ispitanika.
- **Koliko Vam je važno da se streaming platforma koju koristite promovira putem medijskog sadržaja** aritmetička sredina iznosi 3,16 uz standardnu devijaciju od 1,085 uz naznaku povećane varijabilnosti u ocjenama ispitanika.
- **Koliko su Vam važne recenzije u odabiru streaming platforme** aritmetička sredina iznosi 3,74 te standardno odstupanje iznosi 1,017 što predstavlja veću varijabilnost u ocjenama ispitanika.

Provedenom analizom dobivenih rezultata potvrđuju se tvrdnje kod kojih je aritmetička sredina veća od 3, a odbacuju tvrdnje gdje aritmetička sredina iznosi manje od 3. U ovom slučaju, ispitanici se slažu sa svim postavljenim tvrdnjama.

Pearsonov koeficijent korelacije kojeg koristimo u slučajevima kada postoji linearni odnos između varijabli promatranog modela i kontinuirane normalne distribucije. Vrijednosti Pearsonovog koeficijenta kreću se od +1 (savršena pozitivna korelacija) do -1 (savršena negativna korelacija). Predznak označava smjer korelacije, odnosno njezinu jačinu. Pearsonov koeficijent korelacije korišten je kako bi se prezentirala povezanost varijabli, a rezultati su vidljivi iz tablice.

## **Correlations.**

19. Streaming platforme unjele su promjene u kulturu gledanja sadržaja	Pearson Correlation	1	.580**	.607**	.493**	.537**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažem niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	N	160	160	160	160	160
21. Upotrebom streaming platforma povećao se interes za druge žanrove	Pearson Correlation	.580**	1	.633**	.631**	.653**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažem niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	N	160	160	160	160	160
22. Koliko Vam je važno da se sadržaj na streaming platformi redovito ažurira	Pearson Correlation	.607**	.633**	1	.590**	.745**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno	N	160	160	160	160	160
23. Koliko Vam je važno da se streaming platforma koju koristite promovira putem medijskog sadržaja	Pearson Correlation	.493**	.631**	.590**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno	N	160	160	160	160	160
	Pearson Correlation	.537**	.653**	.745**	.646**	1

24. Koliko su Vam važne recenzije u odabiru streaming platforme	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	160	160	160	160	160
1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno						

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tablica br. 5.** *Pearsonov koeficijent korelacije H1*  
*(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistics)*

Analizom tablice Personovog koeficijenta korelacija postoji značajna pozitivna korelacija između svih varijabli. Navedeno sugerira da postoji srednje do jaka pozitivna veza između varijabli.

Navedeni rezultati imaju značajnost na razini  $p < 0.01$  (dvosmjerno), iz čega se iščitava da su korelacije značajne statistički. Rezultati sugeriraju da su pronađene veze između varijabli vjerojatno autentične i ne rezultat slučajnosti. Rezultati analize pokazuju da postoji pozitivna veza između tvrdnje da su streaming platforme unjele promjene u kulturu gledanja sadržaja, povećao se interes za druge žanrove, te sam odabir platforme ovisi o recenzijama.

Statistički postupak T-test koristi nam za testiranje značajnosti razlike između uzoraka usporedbom njihovih aritmetičkih sredina. T-test omogućava potvrdu ili odbacivanje tvrdnje čija je aritmetička sredina veća od ocjene 3 na Likertovoj skali.

## T- test- One-Sample Test

	t	df	Significance		Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			One-Sided p	Two-Sided p		Lower	Upper
19. Streaming platforme unjele su promjene u kulturu gledanja sadržaja 1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	62.03 1	159	<.001	<.001	4.038	3.91	4.17
21. Upotrebom streaming platforma povećao se interes za druge žanrove 1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažem niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	60.08 1	159	<.001	<.001	4.050	3.92	4.18

22. Koliko Vam je važno da se sadržaj na streaming platformi redovito ažurira 1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno	43.47 7	159	<.001	<.001	3.881	3.70	4.06
23. Koliko Vam je važno da se streaming platforma koju koristite promovira putem medijskog sadržaja 1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno	36.80 4	159	<.001	<.001	3.156	2.99	3.33
24. Koliko su Vam važne recenzije o odabiru streaming platforme 1- Ni malo mi nije važno 2- Malo mi je važno 3- Svejedno mi je 4- Važno mi je 5- Iznimno mi je važno	46.55 8	159	<.001	<.001	3.744	3.58	3.90

**Tablica br. 6.** *T.test za dokazivanje H1*

*(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistics)*

U tablici br. 5. navedene su tvrdnje čija je aritmetička sredina veća od 3, tako da možemo doći do zaključka kako su ispitanicima tvrdnje izrazito važne.

Kod tvrdnje “*Streaming platforme unijele su promjene u kulturu gledanja sadržaja*” Mean Difference- prosječna ocjena iznosi 4.038, vidimo visoku t-vrijednost 62.031 te značajnu p-vrijednost  $<.001$  što ukazuje na činjenicu da su korisnici izrazito skloni tvrdnji da su streaming platforme unijele promjene u kulturu gledanja sadržaja. Interval pouzdanosti 3.91- 4.17.

Kod tvrdnje “*Upotrebom streaming platformi povećao se interes za druge žanrove*” Mean Difference-prosječna ocjena iznosi 4.050 također visoko značajna t- vrijednost 62.031 i p-vrijednost  $<.001$  sugeriraju da ispitanici snažno vjeruju da je upotreba streaming platformi povećala interes za druge žanrove. Interval pouzdanosti iznosi 3.92-4.18.

Kod tvrdnje “*Koliko Vam je važno da se sadržaj na streaming platformi redovito ažurira*” Mean Difference- prosječna ocjena iznosi 3.881 te ispitanici smatraju važnim ažuriranje sadržaja. Interval pouzdanosti 3.70-4.06.

Kod tvrdnje “*Koliko Vam je važno da se streaming platforma koju koristite promovira putem medijskog sadržaja*” Mean Difference- prosječna ocjena iznosi 3.156 te je vidljivo iz navedenog da ispitanicima nije toliko važna promocija platforme. Interval pouzdanosti 2.99-3.33. sa nešto manjom t- vrijednosti 36.804.

Kod tvrdnje “*Koliko su Vam važne recenzije pri odabiru streaming platforme*” Mean Difference – prosječna ocjena iznosi 3.744 te je pokazatelj da su recenzije važan čimbenik za ispitanike te isto ukazuje na značajnu ulogu kod odabira platformi. Interval pouzdanosti iznosi 3.58-3.90 uz t- vrijednost u iznosu 46.558.

Navedeni rezultati imaju vrlo niske p- vrijednosti ( $p<.001$ ) što ukazuje na činjenicu da postoji vrlo visok stupanj statističke značajnosti u svim navedenim tvrdnjama, dok srijednjim vrijednostima pokazujemo da su ispitanici generalno skloni pozitivnim stavovima prema streaming platformama, osobito u kontekstu promjene u kulturi gledanja sadržaja i interesa za druge žanrove.

S obzirom na analizu Deskriptivne statistike, T-testa kao i prikaza Pearsonovog testa koleracije između varijabli može se doći do zaključka da je hipoteza H1 potvrđena te glasi Streaming platforme uniele su promjene u kulturu gledanja sadržaja, povećao se interes za druge žanrove i recenzije imaju utjecaj na odabir platforme.

Hipoteza H2 glasi „Upotreba streaming platformi povezana je s vremenom za odmor i opuštanje te ima veliki utjecaj na raspoloženje i kvalitetu života“.

Kako bi se navedena hipoteza prihvatila ili odbacila potvrđila kao dio deskriptivne statistike korištene su sljedeće tvrdnje:

- Ocijenite utjecaj korištenja streaming platformi na Vaše raspoloženje
- Upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu društvenog života
- Smatrate li da upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu života
- Streaming platforme ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa
- Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost sadržaja

U tablici je prikazana deskriptivna statistika za hipotezu H2. Pomoću navedenih tvrdnji, ispitanici su imali ponuđenu Likertovu skalu od 1 do 5 s ponuđenom kombinacijom odgovora (1- Vrlo nizak, 2- Nizak, 3- Umjeren, 4- Visok, 5-Vrlo visok te 1- U potpunosti se ne slažem, 2-Ne slažem se, 3- Djelomično se slažem, 4- Slažem se, 5- U potpunosti se slažem).

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
15. Ocijenite utjecaj korištenja streaming platforme na Vaše raspoloženje.	160	1	5	3.69	.918
1- vrlo nizak 2- Nizak 3- Umjeren 4- Visok 5- Vrlo visok					



<p>16. Upotreba streaming servisa utječe na kvalitetu društvenog života.</p> <p>1- U potpunosti se ne slažem 2- Ne slažem se 3- Djelomično se slažem 4- Slažem se 5- U potpunosti se slažem</p>	160	1	5	3.04	.927
<p>18. Smatrate li da upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu života?</p> <p>1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti</p>	160	1	5	3.87	.884
<p>20. Sreaming platforme ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa</p> <p>1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažem niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti</p>	160	1	5	3.04	1.087

25. Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost medijskog sadržaja?	160	1	5	3.97	.918
1- U potpunosti se ne slažem 2- Djelomično se slažem 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- U potpunosti se slažem					
Valid N (listwise)	160				

**Tablica br. 7.** *Deskriptivna statistika za dokazivanje H2*  
(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistics)

U tablici br. 6. temeljem podataka iz stupca “Mean” utvrđuje se aritmetička sredina odabranih tvrdnji. Najveću aritmetičku sredinu sukladno obrađenim podacima ima tvrdnja *Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost medijskog sadržaja* te navedena iznosi 3.97, a najmanju aritmetičku sredinu imaju tvrdnje *Upotreba streaming servisa utječe na kvalitetu društvenog života* i *Streaming platforme ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa* te navedena iznosi 3.04.

- Ocijenite utjecaj korištenja streaming platforme na vaše raspoloženje gdje aritmetička sredina iznosi 3.69 što ukazuje da većina ispitanika ocjenjuje utjecaj na raspoloženje kao umjeren do visok uz standardnu devijaciju u iznosu 0.918 što ukazuje da su odgovori relativno dolsjedni.
- Upotreba streaming servisa utječe na kvalitetu društvenog života gdje aritmetička sredina iznosi 3.04 što sugerira da su stavovi ispitanika neutralni. Standardna devijacija iznosi 0.927 te su iz iste vidljivi relativno ujednačeni odgovori, iako su neki ispitanici izrazili jače stavove.
- Smatrate li da upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu života gdje aritmetička sredina iznosi 3.87 što ukazuje da većina ispitanika smatra da streaming platforme pozitivno utječu na kvalitetu života. Standardna devijacija iznosi 0.984 iz čega je vidljivo da postoji mala varijacija među odgovorima.

- Streaming platforme ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa uz aritmetičku sredinu od 3.04 što ukazuje na neutralan stav ispitanika. Standardna devijacija iznosi 1.087 te ukazuje na veću raznolikost među odgovorima s većim odstupanjima od prosjeka u usporedbi s prethodnim tvrdnjama.
- Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost medijskog sadržaja uz aritmetičku sredinu od 3.97 što ukazuje da većina ispitanika smatra da su streaming platforme unjele veliku promjenu u dostupnost sadržaja. Standardna devijacija iznosi 0.918 te pokazuje umjerenu raznolikost u odgovorima.

Deskriptivna statistika daje dobar uvid u opće trendove mišljenja, pri čemu su ispitanici generalno imaju pozitivan stav prema utjecaju streaming platformi, ali s određenom varijacijom, osobito u pogledu međuljudskih odnosa.

Hipoteza H2 se prihvaća s obzirom da su aritmetičke sredine svih varijabli veće od 3.

Sljedećom tablicom prikazana je povezanost navedenih tvrdnji pomoću Pearsonovog koeficijenta korelacije koji se koristio za dokazivanje hipoteze H2.

## Correlations

15. Ocijenite utjecaj korištenja streaming platforme na Vaše raspoloženje. 1- vrlo nizak 2- Nizak 3- Umjeren 4- Visok 5- Vrlo visok	Pearson Correlation	1	.149	.655**	-.108	.491**
	Sig. (2-tailed)		.060	<.001	.173	<.001
	N	160	160	160	160	160
16. Upotreba streaming servisa utječe na kvalitetu društvenog života. 1- U potpunosti se ne slažem 2- Ne slažem se 3- Djelomično se slažem 4- Slažem se 5- U potpunosti se slažem	Pearson Correlation	.149	1	.222**	.229**	.105
	Sig. (2-tailed)	.060		.005	.004	.187
	N	160	160	160	160	160
18. Smatrate li da upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu života? 1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	Pearson Correlation	.655**	.222**	1	-.028	.469**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.005		.729	<.001
	N	160	160	160	160	160
20. Streaming platforme	Pearson Correlation	-.108	.229**	-.028	1	-.125

ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa	Sig. (2-tailed)	.173	.004	.729		.115
1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažem niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	N	160	160	160	160	160
25. Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost medijskog sadržaja?	Pearson Correlation	.491**	.105	.469**	-.125	1
1- U potpunosti se ne slažem 2- Djelomično se slažem 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- U potpunosti se slažem	Sig. (2-tailed)	<.001	.187	<.001	.115	
	N	160	160	160	160	160

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tablica br. 8.** *Pearsonov koeficijent korelacije za H2*

*(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistics)*

Iz tablice Pearsonovih korelacija H2 možemo zaključiti sljedeće:

Najjača korelacija postoji između percepcije utjecaja streaming platformi na raspoloženje i kvalitetu života ( $r=0.655$ ,  $p<0.001$ ), što ukazuje na to da ispitanici smatraju da streaming platforme poboljšavaju raspoloženje te vide značajan utjecaj na kvalitetu života.

Umjereno jaka i značajna korelacija zabilježena je između percepcije revolucije u dostupnosti medijskog sadržaja i utjecaja na raspoloženje ( $r=0.491$ ) te kvalitetu života ( $r=0.469$ ).

Slabe korelacije prisutne su između utjecaja na društveni život i percepcije ograničavanja međuljudskih odnosa, ali značajne, što sugerira da se ove dvije varijable djelomično povezuju.

## One-Sample Test

	Test Value = 0						
	t	df	Significance		Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			One-Sided p	Two-Sided p		Lower	Upper
15. Ocijenite utjecaj korištenja streaming platforme na Vaše raspoloženje. 1- vrlo nizak 2- Nizak 3- Umjeren 4- Visok 5- Vrlo visok	50.896	159	<.001	<.001	3.694	3.55	3.84
16. Upotreba streaming servisa utječe na kvalitetu društvenog života. 1- U potpunosti se ne slažem 2- Ne slažem se 3- Djelomično se slažem 4- Slažem se 5- U potpunosti se slažem	41.523	159	<.001	<.001	3.044	2.90	3.19
18. Smatrate li da upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu života? 1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	55.359	159	<.001	<.001	3.869	3.73	4.01

20. Streaming platforme ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa 1- Ne slažem se u potpunosti 2- Ne slažem se 3- Niti se slažem niti se ne slažem 4- Slažem se 5- Slažem se u potpunosti	35.355	159	<.001	<.001	3.038	2.87	3.21
25. Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost medijskog sadržaja? 1- U potpunosti se ne slažem 2- Djelomično se slažem 3- Niti se slažen niti se ne slažem 4- Slažem se 5- U potpunosti se slažem	54.791	159	<.001	<.001	3.975	3.83	4.12

**Tablica br. 9.** *T-test za dokazivanje H2*

*(Izvor: Izrada autorice programom IBM SPSS Statistics)*

Sukladno rezultatima T-testa iz tablice 8. možemo doći do sljedećih informacija:

Pitanja koja su bila analizirana su: Ocijenite utjecaj korištenja streaming platformi na Vaše raspoloženje, Upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu društvenog života, Smatrate li da upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu života, treaming platforme ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa, Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost sadržaja.

Kod pitanja “*Ocijenite utjecaj streaming platformi na Vaše raspoloženje*” Mean Difference- prosječna ocjena iznosi 3.694, t- vrijednost 50.896 te značajnu p- vrijednost  $<.001$  što ukazuje na činjenicu da su korisnici izrazito skloni tvrdnji da su streaming platforme unijele revoluciju u dostupnost sadržaja. Interval pouzdanosti 3.55- 3.84. Većina ispitanika smatra da streaming platforme imaju umjereno do visok pozitivan utjecaj na raspoloženje.

Kod tvrdnje “*Upotreba streaming servisa utječe na kvalitetu društvenog života*” Mean Difference- prosječna ocjena iznosi 3.044, t- vrijednost 50.896 te značajnu p- vrijednost  $<0.001$  što ukazuje na podatak da upotreba streaming servisa djelomično utječe na kvalitetu društvenog života. Interval pouzdanosti iznosi 2.90-3.19.

Kod pitanja “*Smatrate li da upotreba streaming platformi utječe na kvalitetu života*” Mean Difference- prosječna ocjena iznosi 3.869, t- vrijednost iznosi 55.359 te p- vrijednost  $<0.001$  te navedeno dokazuje da su ispitanici suglasni da streaming platforme utječu pozitivno na kvalitetu života. Interval pouzdanosti iznosi 3.73-4.01.

Kod tvrdnje “*Streaming platforme ograničavaju nas u razvoju međuljudskih odnosa*” Mean Difference- prosječna ocjena iznosi 3.038, t- vrijednost 35.355 te p- vrijednost  $>0.001$ . Interval pouzdanosti iznosi 2.87-3.21. Ispitanici djelomično smatraju da streaming platforme ograničavaju međuljudske odnose. Stav je statistički značajan.

Kod pitanja “*Slažete li se da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost medijskog sadržaja*” Mean Difference iznosi 3.975, t- vrijednost 54.791 te p- vrijednost  $<0.001$ . interval pouzdanosti iznosi 3.83-4.12. Ispitanici se snažno slažu s tvrdnjom da su streaming platforme unjele revoluciju u dostupnost sadržaja što predstavlja gotovo potpuno slaganje s tvrdnjom.

Svi rezultati T-testa pokazuju statistički značajnu razliku od nule ( $p<0.001$ ) što znači da sudionici imaju jasna i pozitivna mišljenja o utjecaju streaming platformi na raspoloženje, kvalitetu života i dostupnost sadržaja. Također, umjereno smatraju da streaming platforme utječu na društveni život i mogu ograničiti međuljudske odnose.

S obzirom na analizu Deskriptivne statistike, T-testa kao i prikaza Pearsonovog testa koleracije između varijabli može se doći do zaključka da je hipoteza H2 potvrđena te glasi Upotreba streaming platformi povezana je s vremenom za odmor i opuštanje te ima veliki utjecaj na raspoloženje i kvalitetu života.



## 5.5. Ograničenja istraživanja

Istraživanje za potrebe izrade diplomskog rada provedeno je online putem Google forms obrasca te je isti bio distribuiran putem Facebook, Messenger, WhatsApp, Viber platformi i putem mail-a. Postoji ograničenje u ukupnom broju ispitanika koji iznosi 160 što je relativno malen broj s obzirom na širinu obrađene teme i na zaključke koje je potrebno donjeti temeljem rezultata istraživanja. Odgovori ispitanika mogli bi biti subjektivni s obzirom na njihova očekivanja od streaming platformi i doživljaj istih, te bi stoga navedeno imalo utjecaj na stvarnu percepciju i iskustvo ispitanika. Unatoč ograničenjima u ispitivanju, možemo reći da su prikupljeni rezultati ankete relativno detaljni i točni te je moguća je provedba analize rezultata.

## 6. ZAKLJUČAK

Zaključak analize korištenja streaming platformi u Sjevernoj Hrvatskoj ukazuje na značajan utjecaj koji streaming platforme imaju na način konzumiranja medijskog sadržaja, promjene u navikama korisnika te na širu medijsku i zabavnu industriju. Razvoj tehnologije i digitalizacija otvorili su nove mogućnosti za korisnike, omogućivši im da putem streaming platformi biraju sadržaj koji žele gledati, u vrijeme koje im najviše odgovara, uz potpunu kontrolu nad onim što konzumiraju. Streaming platforme, kao što su Netflix, Disney+, Amazon Prime Video i druge, transformirale su ne samo način gledanja filmova i serija, već i način na koji korisnici pristupaju glazbi, obrazovnim sadržajima i interaktivnim medijima poput videoigara. Rezultati anketnog istraživanja jasno pokazuju da je korištenje streaming platformi postalo dio svakodnevne rutine mnogih korisnika, osobito mlađe populacije, koja ih koristi kao primarni izvor zabave. Ispitanici su u velikoj većini istaknuli kako je dostupnost širokog spektra sadržaja, uključujući raznolike žanrove i produkcije iz cijelog svijeta, jedan od ključnih faktora koji doprinosi atraktivnosti streaming platformi. Netflix, kao najdominantnija platforma u Hrvatskoj, nudi sadržaj koji pokriva sve od globalno popularnih serija poput "La Casa de Papel" i "Squid Game" do specifičnih dokumentaraca, što dodatno povećava njegovu vrijednost kod korisnika.

Ispitanici su također naglasili kako odabir sadržaja ovisi o njihovom trenutnom raspoloženju, čime platforme postaju alat za opuštanje i bijeg od svakodnevnih obveza i stresa. Streaming platforme pružaju mogućnost personalizacije sadržaja na temelju korisnikovih preferencija, što dodatno doprinosi zadovoljstvu korisnika.

Anketna analiza je također ukazala na potencijalne negativne aspekte korištenja streaming platformi. Prekomjerno konzumiranje sadržaja, poznato kao "binge-watching", može dovesti do smanjenja socijalnih interakcija i izolacije pojedinaca, osobito tijekom pandemije COVID-19 kada su fizička okupljanja bila ograničena. Iako je pandemija nesumnjivo ubrzala popularnost streaming servisa, otvarajući vrata novim korisnicima, postavlja se pitanje koliko je ova promjena trajna i hoće li dugoročno utjecati na smanjenje odlazaka u kino ili konzumaciju drugih oblika zabave.

Još jedan važan aspekt istraživanja odnosi se na piratstvo. S obzirom na rast broja platformi i dostupnih sadržaja, sve više korisnika traži ilegalne načine da dođe do sadržaja koji nisu dostupni na njihovim preferiranim servisima. Piratstvo ostaje značajan izazov za industriju, a visoki troškovi pretplate na više različitih servisa istovremeno doprinose njegovom porastu. U tom smislu, korisnici u Hrvatskoj, kao i globalno, suočavaju se s problemom izbora između legalnog korištenja platformi i traženja alternativnih izvora. Streaming platforme postale su nezaobilazan dio digitalnog ekosustava u Hrvatskoj, omogućujući korisnicima pristup raznolikom i visokokvalitetnom sadržaju. Njihov utjecaj na medijsku industriju, korisničke navike i širu kulturu konzumacije sadržaja je neusporediv. Međutim, kako industrija nastavlja rasti i mijenjati se, ostaje pitanje kako će se riješiti izazovi poput piratstva, fragmentacije tržišta i socijalnih implikacija prekomjernog korištenja platformi. Bez obzira na to, očekuje se da će streaming platforme i dalje igrati ključnu ulogu u oblikovanju budućnosti zabave, kako u Hrvatskoj, tako i na globalnoj razini.

## LITERATURA

1. Anderson, E. (25. 01 2024). *Amazon Prime business model*. Preuzeto 19.08.2024 iz Medium: <https://medium.com/@emilyanderson51691/amazon-business-model-how-does-amazon-make-money-cdd3587f692f>
2. Anderson, E. (25. 01 2024). *Amazon Prime business model*. Preuzeto 19.08.2024 iz Medium: <https://medium.com/@emilyanderson51691/amazon-business-model-how-does-amazon-make-money-cdd3587f692f>
3. Atton, C. (2004) *An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity*. Edinburgh University Press. Crossref.
4. Barnes, J. (21. 04 2022). *HBO Max and HBO Reach 76.8 Million Global Subscribers*. Preuzeto 19.08.2024 iz Cord Cutters News: <https://cordcuttersnews.com/hbo-max-and-hbo-reach-76-8-million-global-subscribers/>
5. Blažev, A. (07. 07 2023). *Neizvjesna budućnost streaming servisa. Tržište je zasićeno, a produkcija originala sve je skuplja*. Preuzeto 19.08.2024 iz Mob.hr: <https://mob.hr/neizvjesna-buducnost-streaming-servisa-trziste-je-zasiceno-a-produkcija-originala-sve-je-skuplja>
6. Blažev, K. (13. 02 2024). *Evo koliki je tržišni udio Netflix i drugih streaming servisa u Hrvatskoj*. Preuzeto 19.08.2024 iz Mob.hr: <https://mob.hr/evo-koliki-je-trzisni-udio-netflix-i-drugih-streaming-servisa-u-hrvatskoj>
7. Bouraqla, K. (2020). Quality of experience for streaming services: measurements, challenges and insights. *IEEE Access*, 13341-13361.
8. Bourreau, M., & Gaudin, G. (2022). Streaming platform and strategic recommendation bias. *Journal of Economics & Management Strategy*, 25-47.
9. Burroughs, B. (2018.). *House of Netflix: Streaming media and digital lore*. Popular Communication.
10. Burgess, J, Green, J, (2018), *YouTube: Online Video and Participatory Culture*.

11. <https://ctsoc.ieee.org/images/CTSOC-NCT-2023-01-FA.pdf>, Preuzeto 25.08.2024.
12. Costello, S. What is Streaming and When Do You Use IT? Preuzeto 20.08.2024 s <https://www.lifewire.com/internet-streaming-how-it-works-1999513>
13. Herbert, D., Lotz, A., & Marshall, L. (2018.). Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. *International Journal of Cultural Studies*.
14. [https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document\\_library/observatory/documents/reports/2023\\_online\\_copyright\\_infringement\\_in\\_eu/2023\\_online\\_copyright\\_infringement\\_in\\_eu\\_FullR\\_en\\_en.pdf](https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/2023_online_copyright_infringement_in_eu/2023_online_copyright_infringement_in_eu_FullR_en_en.pdf). Preuzeto 22.08.2024.
15. Fabio Bene, N. (03. 02 2022). *Hrvatsku čeka 'boom' streaming platformi – koju odabrati i zašto?* Preuzeto 19.08.2024 iz Journal.hr: <https://www.journal.hr/kultura/film-kazaliste-tv/streaming-servisi-u-hrvatskoj-koji-odabrati/>
16. J. R. Ingram, "Digital piracy," in J. S. Albanese (ed.), *The Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice*. John Wiley & Sons, 2014.
17. Levine, B. (2016, July 12). MarTech Landscape: What is OTT programming and why does it matter? Retrieved July 9, 2018, from <https://martechtoday.com/marketing-landscape-ott-programming-matter-184073>
18. Lozić, J. & Fotova Čiković, K. (2024). Digital transformation: The fundamental concept of transformation of business activities. 107<sup>th</sup> International Scientific Conference on Economic and Social Development – Economic and Social Survival in Global Changes, Zagreb, pp. 326-337. ISSN 1849-7535.
19. Lozić, J. (2023). Digitalna transformacija organizacije: putovanje od digitizacije do digitalne transformacije. *Zbornik Sveučilišta Libertas*, 8(9), str. 211.-223. ISSN 2584-5055.
20. Lozić, J. (2020). "Comparison of business models of the streaming platforms Spotify and Netflix". *61<sup>st</sup> International Scientific Conference on Economic and Social Development, Book of Proceedings*. Rabat, pp.110-120.
21. Lozić, J. & Fotova Čiković, K. (2023). Digital transformation: Impact of postmodern society on the revenue structure of the global music industry. 100<sup>th</sup> International

- Scientific Conference on Economic and Social Development – "Economics, Management, Entrepreneurship and Innovations" – Svishtov. Book of Proceedings, pp. 131-140. ISSN 1849-7535.
22. Maas, J. (14. 03 2022). *HBO Max and Discovery Plus Will Be Combined Into One Platform*. Preuzeto 19.08.2024 iz Variety: <https://variety.com/2022/tv/news/hbo-max-discovery-plus-combined-streaming-service-bundle-1235204060/>
23. Miller, J. (2018, February 20). Marketing with Over-the-Top Streaming Services. Retrieved August 25, 2018, from <https://www.randallreilly.com/marketing-with-over-the-top-streaming-services/>
24. Morris. JW, (2015), *Selling Digital Music: Formatting Culture*. Oakland, Ca: University of California Press. Crossref.
25. <https://motionpicture.edu/socialcinema/2023/06/19/the-impact-of-streaming-services-on-the-movie-industry/>, Preuzeto 23.08.2024.
26. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s41870-023-01281-z.pdf>, Preuzeto 10.09.2024.
27. [http://eprints.intimal.edu.my/1868/1/jobss2023\\_29.pdf](http://eprints.intimal.edu.my/1868/1/jobss2023_29.pdf), Preuzeto 09.09.2024.
28. Mulligan. M, (2016), *Awakening: The Music industry in the Digital Age*. London: MIDiA Reserch.
29. Mušćet, B. (18. 02 2023). *Kako je Hrvatska postala eldorado za streaming platforme*. Preuzeto 19.08.2024 iz Nacional.hr: <https://www.nacional.hr/kako-je-hrvatska-postala-eldorado-za-streaming-platforme/>
30. Netflix Inc. (2024). *Company Profile*. Preuzeto 19.08.2024 iz Netflix Inc.: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>
31. Nordgård. D, (2018) *The Music Bussines and Digital Impact: Innovations and disruptions in the Music Industries*. New York: Springer. Crossref.
32. Prey, R. (2020). Locating power in platformization: Music streaming playlists and curatorial power. *Social Media+ Society*.

33. Sahal, R., Breslin, J. G., & Ali, M. I. (2020). Big data and stream processing platforms for Industry 4.0 requirements mapping for a predictive maintenance use case. *Journal of manufacturing systems*, 138-151.
34. Smith. MD, Telang. R, (2016), *Streaming, Sharing, Stealing: Big Dana and the Future of Entertainment*. Cambridge, MA: The MIT Press.
35. Spilker, H. S., & Colbjørnsen, T. (2020). The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept. *Media, Culture & Society*, 1210-1225.
36. Strangelove. M, (2015), *Post- Tv: Piracy, Cord- Cutting and the Future of Television*.
37. Vixyvideo (2017, September 19). OTT TV: All you need to know about over-the-top video. Retrieved July 2018, from <https://www.vixyvideo.com/ott-tv-all-you-need-to-know>
38. Vitas, Z. (13. 09 2023). *Objavljeni rezultati gledanosti streaming servisa: Netflix je najgledaniji, Disney+ nije ispunio očekivanja*. Preuzeto 19.08.2024 iz Večernji list: <https://www.vecernji.hr/showbiz/objavljeni-rezultati-gledanosti-streaming-servisa-netflix-je-najgledaniji-disney-nije-ispunio-ocekivanja-1708818>
39. Vlassis, A. (2021). Global online platforms, COVID-19, and culture: The global pandemic, an accelerator towards which direction? *Media, Culture & Society*, 957-969.
40. Vrbanić, S. (30. 08 2023). *Neki su poskupjeli, neki pojeftinili: Ažurirani vodič za streaming servise i dijeljenje lozinki*. Preuzeto 19.08.2024 iz Bug.hr: <https://www.bug.hr/video-stream/neki-su-poskupjeli-neki-pojeftinili-azurirani-vodic-za-streaming-servise-i-35169>

## SLIKE

**Slika br. 1.** *Prikaz tehnologije korištene od strane Netflix-a*

## TABLICE

Tablica br. 1. Netflix - Konsolidirani račun dobiti i gubitka (u tisućama)

Tablica br. 2. *Socio-demografska struktura ispitanika*

Tablica br. 3. *Cronbach Alpha koeficijent*  
Tablica br. 4. *Deskriptivna statistika za dokazivanje H1*  
Tablica br. 5. *Pearsonov koeficijent korelacije H1*  
Tablica br. 6. *T-test za dokazivanje H1*  
Tablica br. 7. *Deskriptivna statistika za dokazivanje H2*  
Tablica br. 8. *Pearsonov koeficijent korelacije za H2*  
Tablica br. 9. *T-test za dokazivanje H2*

## **GRAFOVI**

Graf br. 1. *Analiza prema vrsti sadržaja u svakoj zemlji za 2022.*  
Graf br. 2. *Regresijska analiza bilančnih stavki korporacije Netflix*  
Graf br. 3. *Trend broja korisnika (Netflix)*  
  
Graf br. 4. *Popularnost streaming platformi u Hrvatskoj tijekom 2023. godine*  
  
Graf br. 5. *Pretplata na streaming platformama*  
  
Graf br. 6. *Odabir streaming platforme*  
  
Graf br. 7. *Iznos pretplate za streaming platformu*  
  
Graf br. 8. *Spremnost na plaćanje više cijene pretplate*  
  
Graf br. 9. *Vrijeme za odabir sadržaja*  
  
Graf br. 10. *Čimbenici koji imaju utjecaj na odabir sadržaja*  
  
Graf br. 11. *Korištenje streaming platformi*  
  
Graf br. 12. *Sadržaj gledanja na streaming platformama*  
  
Graf br. 13. *Glazbene streaming platformama*  
  
Graf br. 14. *Asocijacija kod streaming platformi*  
  
Graf br. 15. *Praćenje medijskog sadržaja*

## **PRILOZI**

### **Prilog br. 1. ANKETNI UPITNIK**

*Poštovani,*

*Molila bih Vas da izdvojite nekoliko minuta Vašeg vremena kako bi ispunili anketni upitnik vezano uz “Analizu korištenja streaming platformi u Sjevernoj Hrvatskoj” za potrebe izrade diplomskog rada. Prikupljeni podaci su anonimni te će se koristiti isključivo za analizu i kao pokazatelj Vaših stavova i preferencija vezano za streaming platforme.*

*S poštovanjem,*

*Martina Bogojević*

### **Anketni upitnik: Analiza korištenja streaming platformi u Sjevernoj Hrvatskoj**

#### **1. SPOL**

- MUŠKI
- ŽENSKI

#### **2. DOB**

- 18-24
- 25-30
- 31-38
- 39-45
- 46 i više

#### **3. RAZINA OBRAZOVANJA**

- Završena osnovna škola
- Završena srednja škola
- Završen preddiplomski studij
- Završen diplomski studij
- Završen poslijediplomski, doktorski ili specijalistički studij

#### **4. ZAPOSLENJE**

- Nezaposlen/a
- Student/ca
- Zaposlen/a
- Honorarno

#### **5. ŽUPANIJA**



- Međimurska županija
- Varaždinska županija
- Koprivničko- križevačka županija
- Krapinsko- zagorska županija

6. IMATE LI TRENUTNO PRETPLATU NA NEKOJ OD STREAMING PLATFORMI?

- Da
- Ne

7. KOJU ONLINE STREAMING PLATFORMU KORISTITE?

- Netflix
- HBO Max
- Disney+
- Amazon prime Video
- Pickbox Now
- Moviemix
- Ostalo

8. KOLIKO STE SPREMNI MJESEČNO IZDVOJITI ZA PRETPLATU STREAMING SERVISIA

- Do 6 Eur
- Do 10 Eur
- Do 15 Eur
- Do 20 Eur
- Više od 20 Eur

9. DA LI STE SPREMNI PLATITI VIŠU CIJENU PRETPLATE KAKO BI DOBILI VIŠE SADRŽAJA ZA GLEDANJE?

- Da
- Ne

10. NAKON PRIJAVE NA STREAMING PLATFORMU KOLIKO VREMENA PROVEDETE U POTRAZI ZA SADRŽAJEM ZA GLEDANJE?

- Do 5 min
- Do 10 min
- Do 15 min

11. KOJI ČIMBENICI UTJEČU NA VAŠ ODABIR SADRŽAJA ZA GLEDANJE?

- Raspoloženje
- Društvo
- Vizualni podražaj
- Preporuka

12. KOLIKO ČESTO KORISTITE STREAMING PLATFORME U TOKU MJESECA?

- Dnevno
- 2-6 puta tjedno
- Jednom tjedno
- Jednom mjesečno
- Manje od jednom mjesečno

13. KOJI SADRŽAJ NAJČEŠĆE GLEDATE NA STREAMING PLATFORMAMA?

- Filmovi
- Dokumentarne serije
- Serije
- Reality show
- Ostalo

14. KOJU GLAZBENU STREAMING PLATFORMU KORISTITE?

- You Tube Music
- Spotify
- Apple Music
- Dezzter
- Tidal
- Ostalo

15. KORIŠTENJE STREAMING PLATFORME ASOCIRA VAS NA:

- Opuštanje-odmor
- Coca-cola
- Kokice
- Edukacija
- Adrenalin

16. OCIJENITE UTJECAJ KORIŠTENJA STREAMING PLATFORME NA VAŠE RASPOLOŽENJE

1. Vrlo nizak
2. Nizak

3. Umjeren
4. Visok
5. Vrlo visok

17. UPOTREBA STREAMING SERVISA UTJEČE NA KVALITETU DRUŠTVENOG ŽIVOTA

1. U potpunosti se ne slažem
2. Ne slažem se
3. Djelomično se slažem
4. Slažem se
5. U potpunosti se slažem

18. MEDIJSKI SADRŽAJ PRATITE NA:

- Streaming platformama
- Zemaljskim programima

19. SMATRATE LI DA UPOTREBA STREAMING PLATFORMI UTJEČE NA KVALITETU ŽIVOTA?

1. Ne slažem se u potpunosti
2. Ne slažem se
3. Niti se slažem, niti se ne slažem
4. Slažem se
5. Slažem se u potpunosti

20. STREAMING PLATFORME UNJELE SU PROMJENE U KULTURU GLEDANJA SADRŽAJA

1. Ne slažem se u potpunosti
2. Ne slažem se
3. Niti se slažem, niti se ne slažem
4. Slažem se
5. Slažem se u potpunosti

21. STREAMING PLATFORME OGRANIČAVAJU NAS U RAZVOJU MEĐULJUDSKIH ODNOSA

1. Ne slažem se u potpunosti
2. Ne slažem se
3. Niti se slažem, niti se ne slažem
4. Slažem se
5. Slažem se u potpunosti

22. UPOTREBOM STREAMING SERVISA POVEĆAO SE INTERES ZA DRUGE ŽANROVE

1. Ne slažem se u potpunosti
2. Ne slažem se
3. Niti se slažem, niti se ne slažem
4. Slažem se
5. Slažem se u potpunosti

23. KOLIKO VAM JE VAŽNO DA SE SADRŽAJ NA STREAMING PLATFORMI REDOVITO AŽURIRA?

1. Ni malo mi nije važno
2. Malo mi je važno
3. Svejedno mi je
4. Važno mi je
5. Iznimno mi je važno

24. KOLIKO VAM JE VAŽNO DA SE STREAMING PLATFORMA KOJU KORISTITE PROMOVIRA PUTEM MEDIJSKOG SADRŽAJA?

1. Ni malo mi nije važno
2. Malo mi je važno
3. Svejedno mi je
4. Važno mi je
5. Iznimno mi je važno

25. KOLIKO SU VAM VAŽNE RECENZIJE PRI ODABIRU STREAMING PLATFORME?

1. Ni malo mi nije važno
2. Malo mi je važno
3. Svejedno mi je
4. Važno mi je
5. Iznimno mi je važno

26. SLAŽETE LI SE DA SU STREAMING PLATFORME UNJELE REVOLUCIJU U DOSTUPNOST MEDIJSKOG SADRŽAJA?

1. U potpunosti se ne slažem
2. Djelomično se slažem
3. Niti se slažem, niti se ne slažem
4. Slažem se
5. U potpunosti se slažem



#### IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski/specijalistički rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, MARTINA BOGOJEVIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog/specijalističkog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ANALIZA KORISTENJA STREAMING PLATFORMI (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Martina Bogojević  
(vlastoručni potpis)

Sukladno članku 58. 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.