

Mirko Stojčinović

Doboj, BiH

FINANSIRANJA SPORTA U MEĐUNARODNIM TAKMIČENJIMA

- Finansiranje sporta od privrede, opštine, države i ličnih sredstava građana, vlastiti prihodi sporta, igre na sreću, lutrija, sa posebnim aspektom finansiranja sporta u međunarodnim takmičenjima.

I UVODNA RAZMATRANJA

„U zdravom tijelu, zdrav duh“, davna izreka starih Grka, vječito pominjana, uvijek aktuelna, ali nikada dovoljno finansijski podržana. Koliko sport i amaterski i poluprofesionalni i posebno profesionalni utiče na međunarodne tokove svjedoci smo međunarodne svakodnevnice u evropskim i svjetskim zemljama. Koliko je sport podsticaj za razvoj privrede i društveno ekonomskih odnosa u cjelini najbolje ilustruje podatak sa poslednjeg svjetskog prvenstva u Njemačkoj, gdje je samo konsecija za prodaju piva plaćebna 40.000.000,00 EVRA.

Koliko ta privreda vraća sportu u Evropi i svijetu takođe pokazuje Evropska svakodnevnica o milionskim transferima, ulaganjima u stadione, sportske hale, formulu 1 i sl. Zaboravimo na čas Evropu i svijet i vratimo se sebi. Vratimo se nama zemljama u tranziciji, zemljama bivše Jugoslavije, Balkana i Istočne Evrope.

II PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA

Dakle predmet ovog rada jeste istraživanje načina i mogućnosti kako isfinansirati sport uopšte, a posebno vrhunski sport, od strane privrede, opštine, države ili na neki drugi način, sa osnovnim ciljem da naš sport približimo evropskim i svjetskim trendovima, jer zato imamo kapacitete prirodno zdravu djecu i omladinu te uz minimalna ali dugovječna ulaganja možemo dosegnuti visine vrhunskog sporta.

III FINANSIRANJE SPORTA

III-3-1 Finansiranje sporta od strane privrede

Kakvu to privredu imamo? Privredu u tranziciji u najvećoj vlasničkoj promjeni, uz to još ratom popustošenu. Velika državna preduzeća su nestala. Ona koja su ostala mogu raspolagati samo iz dobiti i po posebnim procedurama. Te procedure traju po nekoliko mjeseci i oni sretnici koji dobiju neki dinar, do tada se uveliko zaduže i opet su na istom. Procedure se završavaju sredinom ili krajem godine tako da ključni problem uvijek ostaje finansiranje sporta u prvoj polovini godine. Na javno raspisane oglase jave se gotovo svi sportski kolektivi i onda nastanu neviđeni pritisci, te se podjelje sredstava uglavnom završe po principu **„svima pomalo“, a što u pravilu znači nikome ništa.**

(Npr. od milion maraka koliko je dijelio Telekom RS u 206. godini, RK „Sloga“ Doboj dobila je pedeset hiljada KM i to po direktnoj intervenciji predsjednika Vlade, i ako je RK „Sloga“ najbolji ili među najboljim sportskim kolektivima u RS. Navedeni iznos bio je dovoljan da se plate troškovi puta za jednu međunarodnu utakmicu sa (SKIF) Krasnodar – Rusija.)

Drugi dio privrede su privatna i sitna i mala preduzeća. Ova preduzeća još nisu dostigla nivo društvene svjesti da imaju obavezu ulaganja u nadgradnju, pa prema tom i u sport. Veći dio ovih preduzeća se bori za sopstvenom nelikvidnošću, a manji dio onih koji dobro posluju, ali su oni pod strašnim pritiskom za razno razna socijalna davanja, pa se prema sportu niko i ne osvrće.

Kod većine ovih kolektiva još uvijek vlada mišljenje da je njihova jedina obaveza sticanje dobiti, a da je država ta koja treba da se brine o nadgradnji pa tako i da finansira sport.

Posebnu težinu za finansiranje sporta od strane privrede su kruti i finansijski zakoni, koji ne oslobađaju poreske obveznike poreza za sredstva koja ulažu u sport. Tako da su privredna preduzeća koja daju za sport dvostruki gubitnici:

- **prvi put kad odvajaju čistu dobit i ulažu u sport,**
- **drugi put kad na ta sredstva plaćaju porez.**

Donošenje novo zakona o sportu (kao leks specijalis zakona) trebalo bi samo osloboditi poreza ovaj vid sredstava nego uvesti i **stimulativne olakšice za donaciju sporta.**

U ovako otežanoj situaciji jedini izlaz za sportske kolektive je fokusiranje na veliki broj privrednih subjekata sa sitnim donatorskim sredstvima, čime se postižu najmanje 2 cilja:

- a) stabilnost i kontinuitet finansiranja,**

b) lakše premoštavanje usled otkaza ugovora o finansiranju. Ovaj vid ubiranja finansijski sredstava, dakle okrupnjavanjem sitnih i više novčanih donacija predstavlja i pretpostavlja razvijenu marketinsku službu, umanjuje marketinske službe i **menadžmentske timove** u sportskim kolektivima, što uglavnom nije slučaj.

2.2. Finansiranje od strane opština

Opštine kao lokalne zajednice koje na nnižem nivou troše novac poreskih obveznika takođe su značajan segment finansiranja sporta.

Budžetska sredstva namjenski izdvojena za sport su uglavnom skromna i nedovoljna i služe samo za opstanak sportskih kolektiva kojih je zaista previše. Kada bi se cio budžet izdvoji za sport bilo bi nedovoljno. Jedno od mogućih rešenja jeste odrediti **nosioca razvoja sporta** u svakoj lokalnoj zajednici, koji bi se značajnije budžetski finansirali, a 1/3 sredstava dijeliti ostalim sportskim kolektivima. Time bi se obezbijedilo da uspješni sportski kolektivi zahvate više novaca od poreskih obveznika.

2.3. Finansiranje sporta od strane države

Finansiranje sporta od strane države opterećeno je velikim birokratskim aparatom, službenim osobljem, finansiranja putem strukovnih saveza i putem opštinskih zaveza za sport.

Jednostavno država Republika RS pa i BiH nema utvrđen sistem prihoda za razvoj sporta, nego se sport finansira budžetskom prerapodjelom sredstava po ministarstvima, pa tako određeni dio dobije i ministarstvo za sport i omladinu. Strukovni savezi za pojedine vrste sporta (rukometni savez npr.) prave svoje finansijske planove preko kojih povlače samo simbolična sredstva iz državnog budžeta, koja jedva pokriju funkcionisanje saveza. Isto tako raspodjeli nema preciznih kriterija niti **kategorizacije sportskih kolektiva**, tako da se sredstva dodjeljuju više za velike sportske manifestacije u Republici, nego za sam razvoj i finansiranje sporta u njegovoj bazi i tekućem oblicima organizovanja u državi.

(Npr. RK „Sloga“ Doboj je pojedinačno u nekoliko navrata dobio sredstva od Ministarstva, ali samo za vrhunske rezultate i međunarodna takmičenja.)

Minimalno što bi država morala uraditi jeste kvalitetno **finansiranje vrhunskog sporta** (reprezentacije, kao i pojedinačna klubska takmičenja u evropskim i svjetskim takmičenjima).

2.4. Finansiranje sporta ličnim sredstvima građana

Ovaj vid je takođe veoma otežan u fazi osiromašenog životnog standarda, kada je po srijedi borba za golo preživljavanje, o sportu se i ne razmišlja. Sve je manje entuzijasta ili „vatrenih navijača“ koji su spremni da sa ličnim sredstvima finansiraju sport (npr. Njemački rukometni klub Fris Auf Gepingen ima sportsku dvoranu sa oko 10 hiljada mjesta gdje su sve ulaznice prodane unapred za 3 godine).

Na našim prostorima postoji samo mogućnost prodaje godišnjih članskih karata, koje bi istovremeno značile i mogućnost učešća u radu Skupštine kluba i odlučivanja o vitalnim interesima kluba, prodaja godišnjih ulaznica uz određene popuste što opet podrazumijeva razvijen menadžerski tim.

2.5. Finansiranje vlastitim sredstvima

Klubovi u našim sredinama imaju male šanse za stvaranje vlastitih prihoda. I ako zakon dozvoljava da klubovi budu nosioci igara na sreću u praksi se dešava da klubovi samo simbolično naplaćuju korištenje svoga imena za pojedine bingo tombole.

Zbog nedostatka finansijskih sredstava klubovi nemaju adekvatne vlastite poslovne prostore, niti imaju mogućnosti nabavke skupe elektronske opreme, pa lavovski prihodi ih ovih igara idu privatnim poduzetnicima koji su bili u stanju isfinansirati preduslove igre na sreću, **a klubovima ostaje samo naknada za njihovo ime koje se koristi.**

(Npr. U gradu Doboju RK „Sloga“ ima dva binga na svoje ime od kojih dobija mjesečnu rentu od 500 KM, te živi u stalnom strahu da gazda ne uzme drugi klub uz manju rentu.)

Ostale mogućnosti vlastitih prihoda su prodaja ulaznica, sportskih rekvizita, zastava, amblema, znački što podrazumijeva razvijenu turističku ponudu lokalne zajednice i sl. Ova sredstva su toliko simbolična da jedva pokrije tehničke troškove odigravanja utakmice: ozvučenje, redarsku službu, rasvjetu, kameru i sl.)

2.6. Finansiranje sporta u međunarodnim takmičenjima

Izlazak na evropsku i svjetsku sportsku scenu je najuzvišeniji cilj svakog sportskog kolektiva, ali tek tada nailazi na nepremostive finansijske probleme. Ovdje posebnu specifičnost imaju sportovi, koje finansijski ne prate njihove stručne evropske i svjetske organizacije (npr. Ni EFR., IHF evropska ni svjetska rukometna asocijacija) ne finansiraju klubove u evropskim takmičenjima), tako da klubovi moraju sami da se snalaze.

Svuda je normalno da ovakvu vrsu takmičenja finansira država, jer je ovo njena najjeftinija i najefikasnija promocija, ali kod nas to nije slučaj. I u ovoj situaciji sportski kolektivi su prepušteni sami sebi, te što je plasman kluba bolji i rezultati uspješniji, klupovi zapadaju u sve težu finansijsku situaciju, koja u mnogim slučajevima prijete potpunom finansijskom kolapsu. **Dakle, finansiranje, kao sporedni faktor u razvoju sporta, postaje glavni zapravo elementarni, posebno u međunarodnim takmičenjima.**

(npr. HRK „Izviđači“ Ljubuška, nakon godinu dana takmičenja u ligi šampiona, veoma uspješno, došao je u veoma tešku finansijsku situaciju, te sada igra sporednu ulogu u premijer ligi BiH, iako je nekoliko godina bio glavni lider premijer lige BiH).

Iako u toku poslednjih godina sportsko sponzorstvo postaje uspješna marketing strategija za mnoge korporacije i podjednako uspješan stvaralac prihoda za same sportske organizacije, ovdje kod nas to nije slučaj. Medijske kuće, koje su do sad bile glavni sponzori velikih sportskih događaja i same su postale finansijski ovisne, **te umjesto kupovine i plaćanja kvalitetnih sportskih događaja, one traže naknadu od sportskih organizacija za vršenje usluge, zapravo nude minutažu koju sami ne mogu prodati biznismenima.**

Jednostavno rečeno, veoma je malo kompanija koje se pojavljuju kao ekskluzivni sponzori, iako sponzorstvo pojačava dimenziju komunikacije između proizvođača i publike. Kada organizacija sponzorise neki događaj, ona stiče savršenu mogućnost da stekne vidljivost preko medija. **Korist od takvog sponzorstva trebalo bi da bude široko uključena medijska pažnja koja se usredsređuje na sportske događaje i ličnosti, pa i njihove sponzore. Idealan primjer ovakvih mogućnosti predstavlja upravo međunarodni sport.**

V ZAKLJUČAK

Finansiranje sporta i društveno ekonomske odnosi u sportu predstavljaju njegov opredeljujući uslov nastanka, postojanja i razvoja. Zapravo, sportsko sponzorstvo, njegovi finansijski i medijski aspekti koji omogućavaju komunikaciju proizvođača i publike, moraju postati opredeljenje sportskih kolektiva, a da bi to postigli **neophodna je stalna edukacija kadrova, stvaranje menadžerskih timova i primjena naučnih metoda marketinga u sportu.**

Takva uspješnost sporta kao promotivne mašine i sposobnost oblikovanja korporativnog imidža, daće povratnu spregu kompanijama, pružiti mogućnost za testiranje i prodavanje njihovih proizvoda, a samim tim privući njihov interes za sponzorstvo u sportu.

VI LITERATURA

1. dr Čedomir Ljubojević, „Menadžment i marketing u sportu“ Beograd 2001.
2. Veoma bogato iskustvo autora teksta u radu sportskih kolektiva, od klubova, preko saveza, pa do olimpijskog komiteta BiH, čiji je aktivni član poslednjih deset godina.

Summary

Financing of sport and social economic relations in sport represent its determining condition for origin existence and development. Therefore, continuous education of staff, creation of management teams and implementation of scientific marketing methods in sport is necessary. Only clubs upgraded in such manner may give in return to the companies opportunity for testing and selling of there products, and by that they attract companies to give there sponsorship in sport.

Financing, sport, managment, managament teams, clubs, economy, municipalaty, state, budget.

- *All get some, what as a rule means, all get none.*
- *Stimulating reliefs for donations in sport.*
- *Creatio of management teams within clubs.*
- *Categorisation of sport societis.*
- *Financing world recognzable sports.*
- *Financing the main factor in international tournaments.*