

Utjecaj velikih sportskih manifestacija na gospodarstvo

Bukovac, Karlo

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:666783>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet**

**Preddiplomski stručni studij
Poslovna ekonomija – smjer Trgovinsko poslovanje**

**UTJECAJ VELIKIH SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA
GOSPODARSTVO**

Završni rad

Karlo Bukovac

Zagreb, travanj, 2023.

**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet**

**Preddiplomski stručni studij
Poslovna ekonomija – smjer Trgovinsko poslovanje**

**UTJECAJ VELIKIH SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA
GOSPODARSTVO**

**THE IMPACT OF MAJOR SPORTS EVENTS ON THE
ECONOMY**

Završni rad

**Student: Karlo Bukovac
JMBAG studenta: 0067609028
Mentor: Izv. prof. dr. sc. Marija Beg**

Zagreb, travanj 2023.



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Zagreb, 10.09.2023.

(mjesto i datum)

(vlastoručni potpis studenta)

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	2
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. EKONOMIKA SPORTA KAO DISCIPLINA.....	4
2.1. Definiranje pojma ekonomika sporta.....	4
2.2. Satelitski račun industrije sporta.....	7
2.3. Povijest sportskih manifestacija s gledišta ekonomike sporta	11
3. EKONOMSKI ZNAČAJ INDUSTRIJE SPORTA I SPORTSKIH MANIFESTACIJA	14
3.1. Značaj industrije sporta za gospodarstvo RH	14
3.2. Ekonomski aspekti velikih sportskih manifestacija.....	16
3.3. Ekonomski aspekti mega sportskih manifestacija	18
4. STUDIJA SLUČAJA: WRC CROATIA RALLY 2022	22
4.1. Općenito o manifestaciji WRC Croatia Rally.....	23
4.2. Analiza podataka o ekonomskom značaju WRC Croatia Rallyja 2022	24
4.3. Utjecaj WRC Croatia Rallyja na ostale grane gospodarstva	26
5. ISTRAŽIVANJE MIŠLJENJA O GOSPODARSKOM ZNAČAJU VELIKIH SPORTSKIH MANIFESTACIJA ZA RH	29
5.1. Metodologija istraživanja.....	29
5.2. Obilježja uzorka	30
5.3. Osvrt na rezultate istraživanja.....	31
6. ZAKLJUČAK	39
LITERATURA	40
POPIS TABLICA.....	43
POPIS GRAFIKONA	44

SAŽETAK

U vremenu globalizacije sporta, velike i mega sportske manifestacije kao i njihov ekonomski značaj sve su veći. Cilj završnog rada je prikazati ekonomske aspekte industrije sporta i velikih sportskih manifestacija kroz teoretski okvir, ali i kroz primjere pri čemu je primarno korištena studija slučaja utrke WRC Croatia Rally 2022. U sportskom, ali i ekonomskom smislu utrka WRC Svjetskog prvenstva koja se održava u Hrvatskoj najveći je sportski događaj od samostalnosti Republike Hrvatske, a ozbiljnosti organizacije pridonosi provedena studija Socioekonomskog utjecaja WRC Croatia Rally 2022 na prostor središnje Hrvatske. Podaci prezentirani u studiji govore o iznimnom ekonomskom značaju koji proizlazi od 310.000 gledatelja utrke i generirane potrošnje od 105 milijuna eura. Uz budžet od ukupno tri milijuna eura utrka je osigurala ukupne proračunske prihode od 12 milijuna eura što govori o ekonomskoj važnosti ove manifestacije. Na tragu ovih podataka kreirano je istraživanje mišljenja o gospodarskom značaju velikih sportskih manifestacija i utrke WRC Croatia Rally 2022.

Ključne riječi: Ekonomika sporta, velike sportske manifestacije, WRC Croatia Rally

SUMMARY

In the era of sports globalization, major and mega sports events, as well as their economic significance, are continually on the rise. The aim of this thesis is to elucidate the economic aspects of the sports industry and major sports events through a theoretical framework, while also providing practical examples, with the primary focus being on the case study of the WRC Croatia Rally 2022. In both sporting and economic terms, the WRC World Championship race held in Croatia represents the largest sporting event since the independence of the Republic of Croatia. The seriousness of its organization is further underscored by the conducted study on the Socioeconomic Impact of the WRC Croatia Rally 2022 on the Central Croatia region. The data presented in the study highlight the exceptional economic significance arising from the presence of 310,000 race spectators and the generated expenditure of 105 million euros. With a total budget of three million euros, the race secured overall budgetary revenues of 12 million euros, underscoring the economic importance of this event. Building upon these findings, research was conducted to gauge public opinions on the economic importance of major sports events and the WRC Croatia Rally 2022.

Keywords: Sports Economics, Major sports events, WRC Croatia Rally

1. UVOD

Vremena u kojima su sportska natjecanja služila isključivo u svrhu kompetitivnosti i isticanja nacionalnog ponosa ostala su iza nas i sportske manifestacije postaju puno širi pojam od samog sportskog natjecanja. Tome je zaslužan streloviti rast industrije sporta koja velike sportske manifestacije pretvara u potpuno novo iskustvo za ljubitelje sporta u kojem osim za vrijeme natjecanja, obožavatelji mogu uživati mjesecima prije i nakon natjecanja. Takav oblik sportskih manifestacija postao je izrazito privlačan velikim globalnim korporacijama kojima je stvar prestiža oglašavati se u sklopu takvih manifestacija, a nerijetko se i čitave države odlučuju za promociju i oglašavanjem na sportskim manifestacijama pokušavajući poboljšati imidž države na globalnom nivou.

Promjene do kojih je doveo rast industrije sporta organizatorima pomažu pri generiranju većih prihoda, ali također zahtijevaju puno veće troškove zbog skupa pravila koje vlasnici prava na natjecanja očekuju od organizatora. Navedena problematika posebno dolazi do izražaja u državama slabijeg gospodarstva i manjeg tržišta gdje postoji nedostatak velikih sponzora koji bi podržali održavanje velikih sportskih manifestacija. Kao primjer takve države možemo koristiti i Republiku Hrvatsku u kojoj su organizatori sportskih manifestacija ovisni o financijskoj pomoći države.

Upravo javno financiranje sporta, sportske infrastrukture i sportskih manifestacija tema je mnogih debata i često se postavlja pitanje treba li država financirati profesionalni sport i sportske manifestacije. S druge strane, u sportskim se krugovima ističe činjenica kako je Hrvatska pri samom dnu po ulaganjima u sport u odnosu na države Europske Unije (Global, 2022). Usprkos tome, industrija sporta jedan je od brzo rastućih sektora gospodarstva Republike Hrvatske i gospodarstvu je doprinio 878 milijuna euro BDV-a, odnosno 1,39 milijardu eura ako uključimo neizravne učinke (Malus, 2022). Stoga se otvara pitanje je li industrija sporta i organizacija velikih sportskih manifestacija odlična prilika za poticaj gospodarskog rasta i razvoja Republike Hrvatske već sada prepoznatljive po sportu i uspjesima.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog završnog rada su ekonomski aspekti i makroekonomska važnost sporta koja se očituje satelitskim računom industrije sporta, pojam velikih sportskih manifestacija i njihovih ekonomskim aspektima u teoriji, ali i kroz studiju slučaja manifestacije „WRC Croatia Rally 2022“ i njenog utjecaja na gospodarstvo Republike Hrvatske.

Cilj rada je ukazati na gospodarske aspekte velikih sportskih manifestacija i prikazati kompletne ekonomske učinke industrije sporta i velikih sportskih manifestacija kao i njihov učinak na gospodarstvo Republike Hrvatske i sve pogodnosti koje donosi održavanje takve manifestacije. Osim teorijskog shvaćanja, cilj je provesti istraživanje mišljenja javnosti o ulaganjima države u sport, sportsku infrastrukturu i sportske manifestacije s fokusom na sportsku manifestaciju „WRC Croatia Rally 2022“.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Prilikom izrade završnog rada korišteni su relevantni i pouzdani sekundarni izvori podataka na hrvatskom i engleskom jeziku koji proizlaze iz stručnih krugova. Korišteni su znanstveni radovi, stručne knjige i časopisi, rezultati provedenih istraživanja i razni internetskih izvora pouzdanih podataka, ali i osobno provedeno istraživanje od strane autora završnog rada. Među izvorima literature posebno je bitna Studija Socioekonomskog utjecaja WRC Croatia Rally 2022. Pri izradi završnog rada korištene su razne metode, a neke od njih koje se posebno ističu su deskriptivna metoda, metoda analize i metoda komparacije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad strukturiran je u šest cjelina koja su detaljnije razrađena podnaslovima koji prate temu rada i poglavlja. Prvo poglavlje svojevrsan je uvod u završni rad i njegovu temu, ciljeve, izvore podataka i metode prikupljanja podataka, kao i strukturu rada. Navedene teme kronološki su obrađene po podnaslovima.

U drugom poglavlju obrađuje se tema Ekonomike sporta kao makroekonomske discipline i navedena tema je obrađena definiranjem iste, pojmom satelitskog računa sporta koji prikazuje točan značaj industrije sporta na različite grane gospodarstva i završava s temom povijest sportskih manifestacija s gledišta ekonomike sporta koji služi kao svojevrsni uvod u tematiku velikih sportskih manifestacija i njihovog ekonomskih aspekata i prikazuje razvoj velikih sportskih manifestacija s ekonomskog gledišta.

Treće poglavlje rada temelji se na ekonomskom značaju i aspektima industrije sporta i sportskih manifestacija. U sklopu ovog poglavlja predstavljeni su ekonomski podaci o prihodima koje generira industrije sporta u gospodarstvu RH u globalu, ali i ekonomski aspekti velikih i mega sportskih manifestacija čija je financijska strana jedan od glavnih preduvjeta za samo održavanje istih zbog svojih velikih troškova održavanja.

U četvrtom poglavlju tema rada je studija slučaja manifestacije WRC Croatia Rally 2022 koja je bila najveća sportska manifestacija na području Hrvatske u 2022. godini. Manifestacija će biti predstavljena općenitim, ali i ekonomskim podacima predstavljenima u socio-ekonomskoj studiji gdje su predstavljeni učinci na industriju sporta, ali i na druge grane gospodarstva koje su imale korist od ove manifestacije.

Peto poglavlje završnog rada predstavlja podatke o istraživanju autora o javnom mišljenju o gospodarskom značaju velikih sportskih manifestacija za gospodarstvo RH ali i ulaganjima države u sport i sportsku infrastrukturu kao i pogled javnosti na organizatore sportskih manifestacija. Istraživanje će biti predstavljeno podnaslovima koji govore o temama metodologije provođenja ovog istraživanja, obilježja uzorka ispitanika, metodologiji istraživanja i za kraj osvrtom na rezultate provedenog istraživanja.

Na samom kraju rada nalazi se zaključak koji objedinjuje sve spoznaje stečene tijekom pisanja završnog rada i provođenja istraživanja javnog mišljenja.

2. EKONOMIKA SPORTA KAO DISCIPLINA

Sport ima dugu i bogatu povijest tijekom koje je postao neizostavni dio društva i svakodnevice milijardi ljudi. Od drevnih olimpijskih igara do modernih sportskih događaja sportska industrija kontinuirano raste i postaje sve važniji dio suvremenog društva, kao i suvremene ekonomije. Ekonomika sporta proučava gospodarski utjecaj aktivnosti povezanih sa sportom istražujući ekonomske aspekte sportskih događaja, profesionalnog sporta, sportske infrastrukture, marketinga i ostalih povezanih područja.

Promjena percepcije sporta iz zabave i hobija u ozbiljnu industriju omogućuje značajan rast ekonomike sporta kojem svjedočimo zadnjih nekoliko desetaka godina. Sportski događaji poput Olimpijskih igara, Svjetskog prvenstva u nogometu ili Super Bowla postali su spektakularni globalni događaji koji privlače milijarde gledatelja širom svijeta. Globalizacija i masovni interes otvaraju vrata za rast industrije bazirane na ekonomskim aspektima sporta.

Razvojem sportskog marketinga i ostalih elemenata ekonomike sporta, povezivanje sa sportom, timovima, sportašima i sportskim natjecanjima postalo je stvar prestiža i najpoželjniji način promidžbe vodećih svjetskih brandova. Rezultat rasta prihoda od medijskih prava i oglašavanja, ali i drugih izvora prihoda sportskih kolektiva i natjecanja kao što su prodaja ulaznica ili opreme, doveli su do enormnog rasta zarade sportskih klubova i pojedinaca.

Slijedom toga, države domaćini velikih i mega sportskih događaja svoju korist od održavanja više ne vide samo u jačanju imidža i prepoznatljivosti, već i sklopu jačanja gospodarstva. Industrija sporta potiče razvoj turizma, zaposlenosti, životnog standarda lokalnog stanovništva i drugih srodnih grana gospodarstva što čini sport i sportske manifestacije poželjnima i događanjima od nacionalnog značaja za njihove domaćine.

2.1. Definiranje pojma ekonomika sporta

Pojam ekonomike sporta svoj početak izučavanja i polazište pronalazi u članku Simona Rottenberga objavljenog 1956. godine u *The Journal of Political Economy* (Sloane, 2006). U njemu su istaknute značajne promjene i razvoj prethodnih 50 godina, specifičnosti industrije

sporta, ali i činjenica da se industrija sporta može uspoređivati s drugim tradicionalnim granama gospodarstva. „Ekonomski utjecaj sportskih događaja može se definirati kao neto promjena u gospodarstvu koja proizlazi iz sportskog događaja“ (Sloane, 2006).

Prema modernoj definiciji ekonomika sporta je interdisciplinarno područje koje temelji svoju analizu na kombinaciji ekonomskih teorija, koncepta i alata s pojavnostima i procesima unutar sportskog sektora. Ekonomika sporta služi također i kao pokazatelj kako sport postaje sveprisutan u globalnoj kulturi te kako njegov utjecaj na ekonomiju i društvo raste. Razumijevanje pojma ekonomike sporta postavlja temelje za dublje razumijevanje dinamike sporta i njegove integracije u ekonomske tokove. Kako bi došlo do lakšeg razumijevanju pojma industrije sporta, njenog značaja, ali i lakšeg mjerenja ekonomskih aktivnosti povezanih sa sportom radna skupina EU pod nazivom „Sport i Ekonomija“ 2007. godine je objavila *Bijelu knjigu o sportu, te Definiciju sporta iz Vilnusa*. Definicija sporta iz Vilnusa prikazuje sport kroz 3 definicije: Temeljnu, užu i širu definiciju koje prikazuju koji se proizvodi odnose na sport putem kojih je moguće definirati satelitski račun industrije sporta input-output metodom. Navedene tri definicije detaljnije su objašnjene u tablici 1 koja daje primjere svake od navedenih definicija. Sportski klubovi, objekti i natjecanja čine temeljnu definiciju sporta koja prikazuje sport kao proizvod, a sva dobra i usluge potrebne za sport užu definiciju sporta. Širu definiciju čine dobra i usluge uvjetovane sportskim djelatnostima pri čemu imamo primjere dodataka prehrani, klađenja ili sportskog novinarstva.

Prilikom istraživanja područja ekonomike sporta treba znati kako sport u statističkom smislu ne čini zaseban sektor, nego je dio drugih djelatnosti i sektora. Nacionalni statistički uredi aktivnosti povezane sa sportskim djelatnostima mjere koristeći NACE (*Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne*) klasifikaciju djelatnosti i to prema vrsti aktivnosti u kategoriji 93.1 „Sportske djelatnosti“. Mjerenje ekonomskog utjecaja sporta samo tom kategorijom ne obuhvaća djelatnosti poput proizvodnje sportske opreme ili sportskog turizma zbog čega se nameće pitanje kako pravilno mjeriti ekonomski značaj sporta. Preciznija, ali također nedovoljno dobra mjera je klasifikacija proizvoda, tzv. CPA (engl. *Classification of Products by Activity*). Prilikom definiranja učinaka sporta i sportskih manifestacija uz Definiciju sporta iz Vilnusa koriste se NACE i CPA mjere jer sektor sporta kao takav nije samostalno kategorija niti jedne, već kategorija i NACE-a i CPA 93.1 „Sportske djelatnosti“ (Kleissner, et al. 2020).

Tablica 1. Temeljna definicija sporta iz Vilniusa s primjerima



Izvor: Kleissner, et al. (2020)

Ekonomski utjecaji sporta sastoje se od izravnih, neizravnih i induciranih ekonomskih utjecaja potrošnje. Izravni utjecaji povezani su s izravnom potrošnjom posjetitelja sportske manifestacije ili djelatnosti i mjere se u ukupnoj vrijednosti potrošnje posjetitelja. Neizravni efekti podrazumijevaju gospodarske učinke sportske manifestacije koji su nastali zbog održavanja sportske djelatnosti, a nisu usko vezani uz nju, već dolaze kao nuspojava održavanja sportske manifestacije (npr. turizam). Na kraju, inducirani efekti proizlaze iz povećanja kupovne moći stanovništva na lokaciji sportske djelatnosti uslijed potrošnje koja spada u izravne i neizravne ekonomske utjecaje i posebno je istaknut kod dobara proizvedenima u sustavu nacionalne ekonomije. „Općenito, novac koji se potroši kao rezultat nekog posebnog događaja dijeli se na tri velika područja: izravna potrošnja - npr. osoba kupuje pivo na utakmici, neizravna potrošnja – npr.

pivo dobavlja posrednik ili treća osoba, inducirana potrošnja – npr. organizatori događaja zapošljavaju osobu koja će pivo posluživati.“ (Beech i Chadwick, 2004.)

U konačnici, ekonomika sporta omogućava dublje razumijevanje kako sport i ekonomija međusobno djeluju i oblikuju se, te kako sportski sektor utječe na šire društvene i ekonomske procese. Analize u ovom području pružaju vrijedne informacije za donošenje informiranih odluka u vezi s financiranjem sportskih organizacija, organizacijom sportskih događaja, tržištem rada sportaša i razvojem sportske infrastrukture. Povezanost ekonomije i sporta postaje sve važnija kako sport postaje ne samo sportski, već i ekonomski i društveni fenomen.

2.2. Satelitski račun industrije sporta

Temeljna ideja o kreiranju satelitskih računa svoje korijene vuče iz 1969. godine od francuskog statističara Andrea Vanolija. Vanolijeva ideja po prvi puta se koristila 1977. godine od strane Stahmera u Njemačkoj na temu „Okoliš i gospodarstvo“. U međuvremenu osnovna ideja satelitskih računa je unaprijeđena i detaljno objašnjena u priručniku nacionalnih računa pod imenom „System of National Accounts (SNA)“. (Europska komisija, 2007)

Objavljivanjem *Definicije sporta iz Vilnius*a u jesen 2007. godine po prvi puta je jasno utvrđeno koje proizvodne aktivnosti unutar klasifikacije ekonomske statistike mogu biti kategorizirane kao povezane sa sportom. U sveobuhvatnom pristupu, identificirano je više od 400 kategorija proizvoda relevantnih za sport. To omogućava usporediva nacionalna istraživanja koja se provode unutar Europske Unije i provedena su u Austriji, Belgiji, Cipru, Estoniji, Njemačkoj, Litvi, Nizozemskoj, Portugalu, Poljskoj, Ujedinjenom Kraljevstvu i Hrvatskoj.

Satelitski račun sporta svoju upotrebu i svrhu pronalazi u tome što je osnovno sredstvo ekonomskih istraživanja i pomaže donosiocima politika na svim nivoima pružajući okvir za analize razvoja sporta i odluka o ulaganjima u sport pri čemu doprinosi postizanju ciljeva strategije „Europa 2020“. Satelitski račun koristi se i kao referentna točka analize tržišta rada u industriji sporta, sredstvo isticanja obrazaca specijalizacije vezane za sport i povezana tržišta sa iznadprosječnim potencijalom rasta. Tome možemo dodati i činjenicu kako satelitski račun sporta služi kao provjera točnosti podataka različitih izvora s temom ekonomskim aspektima sporta.

U kontekstu analize industrije sporta i njenog ekonomskog utjecaja, koncept satelitskog računa industrije sporta postaje ključan element. Satelitski račun industrije sporta predstavlja metodološki okvir koji proširuje tradicionalne ekonomske račune kako bi bolje obuhvatio sve ekonomske transakcije i aktivnosti povezane s industrijom sporta. Umjesto da se sport promatra samo kao rekreativna ili zabavna aktivnost, satelitski račun prepoznaje ga kao značajan ekonomski sektor s vlastitim dinamikama i efektima. Time se omogućava preciznija analiza ekonomske uloge sporta unutar društva.

Satelitski račun industrije sporta donosi brojne prednosti za ekonomske analize. Njegova sposobnost kvantificiranja doprinos sportske industrije bruto domaćem proizvodu, stvaranju radnih mjesta i prihoda pruža osnovu za donošenje informiranih ekonomskih odluka. Osim toga, ovaj pristup omogućuje dublje razumijevanje ekonomske važnosti sportskih događaja, kao i njihovih efekata na lokalne i regionalne ekonomije. U procesu kreiranja satelitskog računa sporta istraživači se baziraju na input-output tablice specijalizirane i po potrebama područja EU-27.

Prema Vilniuskij definiciji sporta, nacionalne tablice ulaza i izlaza proširuju se dodavanjem 35 sportskih specifičnih podsekcija. Stoga će svaka roba u sklopu input-output tablice za EU-27 područje sa sportskim sadržajem biti podijeljena na dio povezan sa sportom (npr. „Dobro 1 S“ gdje „S“ označava sportsku referencu) i nesportski povezan dio (ukupno podsekcije - sportski povezan dio). Neke CPA kategorije ne sadrže sportske elemente i ostaju nepromijenjene. Dakle, u osnovi postoje tri različite vrste kategorija: one koje sadrže sportske elemente u izvornim IOT, ali se ne pojavljuju u IOT-S bez tih sportskih elemenata; one koje nikada nisu sadržavale sportske elemente; i čisto sportske kategorije.

Tablica 2. Proširena Input-Output tablica za EU-27 područje

		Izlazni međuproizvodi					Potrošnja				Izvoz	Ukupna potreba
		Dobro 1 N	Dobro 2 N	Dobro 3	Dobro 1 S	Dobro 2 S	Privatna potrošnja	Javna potrošnja	Investicije			
Dobro 1 N												
Dobro 2 N												
Dobro 3												
Dobro 1 S												
Dobro 2 S												
Ukupno												
Porezi bez subvencija												
Ukupna intermedijalna potrošnja												
Potr. fiksnog kapitala												
Porezi												
Plaće												
Profit												
BDV												
Vrijednost proizvodnje												
Uvoz												
Ukupno												

Izvor: SpEA, 2011./Prilagodba/prijevod autora

Sjenčani dijelovi multi regionalnog modela ulaza-izlaza iz Tablice 3 su nacionalne tablice ulaza-izlaza; bijele ćelije predstavljaju uvoz (po stupcima) i izvoz (po redovima) između regija za svaku pod sekciju. U osnovi, domaće tablice ulaza-izlaza mogu se koristiti za popunjavanje narančastih ćelija. Međutim, prema pristupu Cheneryja i Mosesa izračunava sve vrijednosti matrice među produkata, pa je lakše koristiti te rezultate za potrebe izračuna satelitskog računa sporta (SpEA, 2012). Satelitski račun industrije sporta pruža niz ključnih ekonomskih pokazatelja koji oslikavaju njezinu ulogu u gospodarstvu i obogaćuju sliku o ekonomskom aspektu sporta. Ovi pokazatelji uključuju udio u bruto domaćem proizvodu, generiranju prihoda, zapošljavanju te stvaranju investicija pri čemu koriste specifične pokazatelje kao tržište rada ili turizma u sportu.

Tablica 3. Primjer multiregionalne input-output tablice sporta

		Dobro				Σ	Krajnja potreba	Izvoz	Ukupna potreba
		1	2	3	Sport				
Dobro	1								
	2								
	3								
	Sport								
	Σ								
BDV									
Uvoz									
Zaliha									

		Dobro				Σ	Krajnja potreba	Izvoz	Ukupna potreba
		1	2	3	Sport				
Dobro	1								
	2								
	3								
	Sport								
	Σ								
BDV									
Uvoz									
Zaliha									

		Dobro				Σ	Krajnja potreba	Izvoz	Ukupna potreba
		1	2	3	Sport				
Dobro	1								
	2								
	3								
	Sport								
	Σ								
BDV									
Uvoz									
Suppl									
y									

	Dobro	Regija 1				Regija 2				Regija 3				Krajnja potreba	Izvoz	Ukupna potreba
		Dobro				Dobro				Dobro						
		1	2	3	Sport	1	2	3	Sport	1	2	3	Sport			
Regija 1	Dobro															
	Sport															
Regija 2	Dobro															
	Sport															
Regija 3	Dobro															
	Sport															
	Σ															
BDV																
Uvoz																
Potreba																

Izvor: SpEA (2012)

2.3. Povijest sportskih manifestacija s gledišta ekonomike sporta

Sportske manifestacije, kao što su Olimpijske igre ili Svjetsko prvenstvo u nogometu, u današnje doba postala su veliki teret zbog ulaganja, ali i veliki benefit za gospodarstvo domaćina zbog financijskih, ali i pogodnosti koje one donose. Početak organiziranih sportskih manifestacija s globalnim utjecajem započeo je utemeljenjem modernog Olimpijskog pokreta 1896. godine kada je Pierre de Coubertin, osnivač modernih Igara, osim sportskog potencijala prepoznao priliku za podizanje kvalitete natjecanja, ali i ekonomske koristi. Tijekom Igara, grad Atena privukao je ogroman broj gledatelja i sportaša iz cijelog svijeta, a Olimpijske igre postale su magnet za turiste koji su dali veliki poticaj trgovini od koje su lokalni trgovci, ugostitelji i obrtnici imali velikih koristi. Olimpijske Igre bile su povod i za građevinsku industriju s obzirom na potrebu za gradnjom brojnih sportskim objektima i infrastrukturom čiji su troškovi bili znatni, ali dugoročni učinci Olimpijskih Igara su ostali pozitivni. Olimpijske Igre su u budućnosti zbog svog ekonomskog potencijala kasnije postala i prvi sportski događaj s prijenosom uživo na televiziji 1936. godine u Berlinu. (Guinness World Records, 2023)

Samo nekoliko godina nakon prvi modernih Olimpijskih igara, 1903. godine u Sjedinjenim Američkim Državama održava se prvi World Series format natjecanja u sklopu MLB bejzbol lige. (Frommer, 2011) Tim događajem započinje i značajni ekonomski utjecaj na američku sportsku scenu. Ovaj događaj označio je početak komercijalizacije sportskih liga, a bejzbol je postao neizostavna komponenta američke kulture. Rast klubove i popularnosti igrača privukla je ogromnu publiku i generirala prigode od prodaje ulaznice, ali i po prvi puta od oglašavanja i medijskih ugovora koji su postali izvor prihoda za lige i klubove. Model proizašao 1903. godine postao je temelj modernih profesionalnih sportskih liga na kojemu se baziraju i današnja sportska natjecanja.

Na temelju prethodnih događaja u svijetu sporta uočena je potreba za početkom održavanjem prvog Svjetskog prvenstva nogometu koje se održalo u Urugvaju 1930. godine. Osim sportskog aspekta, ovo prvenstvo imalo je i duboki ekonomski utjecaj jer je nogomet pretvorilo u globalni fenomen. (Siddiqui, 2022). Nogomet je počeo privlačiti sponzore, medijske ugovore i oglašavanja, a sportski turizam postao je značajna gospodarska grana. FIFA je kao organizator Svjetskog prvenstva postala, uz Međunarodni Olimpijski Odbor, jedna od najutjecajnijih svjetskih organizacija u svijetu sporta, ali i izvan njega. Održavanje Svjetskih prvenstava stvorilo je

preduvjete za daljnju komercijalizaciju nogometa kroz međunarodna klupska natjecanja i profesionalizaciju nacionalnih liga u kasnim godinama 20. stoljeća. U tome su predvodile Premier Liga u Engleskoj i LA Liga u Španjolskoj koje i danas imaju status jednih od najpopularnijih sportskih natjecanja na planetu.

Puni financijski potencijal Olimpijskih igara kao jednog globalnog događaja pokazao se 1984. kada se dogodila prekretnica u financijskom modelu dosadašnjih Olimpijskih igara. Umjesto državne potpore, Los Angeles se oslanjao na privatne sponzore i marketinške partnere s čime su potaknuli revoluciju u financijskom smislu. Rezultat je bio profit koji se procjenjuje na oko 225 milijuna dolara, a privatni sponzori postali su ključni u svim budućim izdanjima. (Augustyn, 2023) Dobar primjer promjena koje Olimpijske igre donose izvan sektora sporta su Olimpijske igre u Barceloni 1992. godine koje su donijele značajne promjene u razvoju turizma i infrastrukture u Španjolskoj. Grad Barcelona uložio je značajna sredstva u obnovu i izgradnju sportskih objekata i turističke infrastrukture što je nakon Igara rezultiralo time da je Barcelona postala svjetski poznata turistička destinacija koja privlači milijune turista godišnje. Prema procjenama, olimpijski događaji i turizam su zajedno doprinijeli porastu bruto domaćeg proizvoda za otprilike 1,8% u godini Igara (BFSC, 2019). Osim Barcelone, velike pomake u turizmu doživjela je i Kina nakon Olimpijskih igara 2008. godine. Milijarde dolara koje je Kina uložila u impresivnu infrastrukturu i objekte bili su poticaj za golem ekonomski rast gradova domaćina. Kina je postala svjetska turistička destinacija, a efekti Igara su se osjetili i u sektorima poput građevine, trgovine i tehnologije.

U posljednjih pedeset godina razvoj sporta i njegove ekonomike doživio je svoju „renesansu“ zbog koje je započeo značajniji razvoj brojnih sportova i liga. Globalne korporacije postale su ključni sponzori i partneri u sportskim manifestacijama širom svijeta, a prihodi od sporta nezamislivi prije promjena u prethodnih stotinjak godina. Učestala sponzorstva omogućila su brendovima povezivanje emocionalnim vezama koje ljudi imaju prema sportu i učinkovit način promocije i izgradnje imidža. Zadnji trend u industriji sporta i sportskih manifestacija su razvoj eSports natjecanja koja su se posebno razvila zadnjih desetak godina. Streaming natjecanja na raznim platformama privukao je globalnu gledateljsku bazu i stotine milijuna gledatelja iz različitih dijelova svijeta. Sponzorstva timova i natjecatelja zbog popularnosti natjecanja rastu iz dana u dan

i nekarakteristična su čak i za tradicionalne sportove čime čine eSports ključnim igračem u sportskoj ekonomiji 21. stoljeća.

Svako od ovih sportskih natjecanja imalo je specifične karakteristike koje su oblikovale ekonomsku dinamiku sporta i svoje vrijeme. Ti događaji nisu samo obogatili sportsku kulturu, već su i postavili temelje za ekonomske modele koji su postali ključni za sportsku industriju u globalu.

3. EKONOMSKI ZNAČAJ INDUSTRIJE SPORTA I SPORTSKIH MANIFESTACIJA

Industrija sporta i velike sportske manifestacije postale su neizostavan dio globalne ekonomije i BDP-a nacionalnih ekonomija. Njihov utjecaj na nacionalnu, ali i globalnu ekonomiju postaje sve značajniji kako rastu prihodi, investicije i gledanost manifestacija. Sport je odavno prestao biti isključivo sredstvo tjelesnog zdravlja i rekreacije i postao je puno više od toga. Današnji sport nije samo igra, već i unosan posao. Profesionalni sportaši postaju zvijezde, sportski događaji privlače masovnu publiku, a sportska industrija raste iz godine u godinu.

Ova dinamika rezultirala je potrebom za analizom ekonomske strane sporta. Upravo ekonomske analize koje su za 2022. godinu izmjerile vrijednost industrije sporta na 486.61 milijardu američkih dolara za 2023. godinu predviđaju ekonomski rast od 5,25%, odnosno 512.14 milijardi američkih dolara. Uzimajući u obzir dostupnu analizu, 2027. godine globalna vrijednost industrije sporta trebala bi vrijediti 623.63 milijarde američkih dolara, odnosno kreirati rast od 21,77% u odnosu na 2023. godinu (Gough, 2023). Takav ekonomski rast stvara preduvjete za još veći razvoj sportskih manifestacija s obzirom na veće sponzorske ugovore, skuplje oglašavanje i medijska prava. Velike sportske manifestacije poput Olimpijskih igara, Svjetskog prvenstva u nogometu i Super Bowla postali su gospodarski giganti. Organizacija ovih manifestacija s druge strane zahtijeva ogromne investicije u infrastrukturu, sigurnost, promociju i logistiku. Takve investicije otvaraju nova radna mjesta, potiču građevinsku industriju i privlače turiste iz cijelog svijeta zbog čega industrija sporta raste iz godine u godinu.

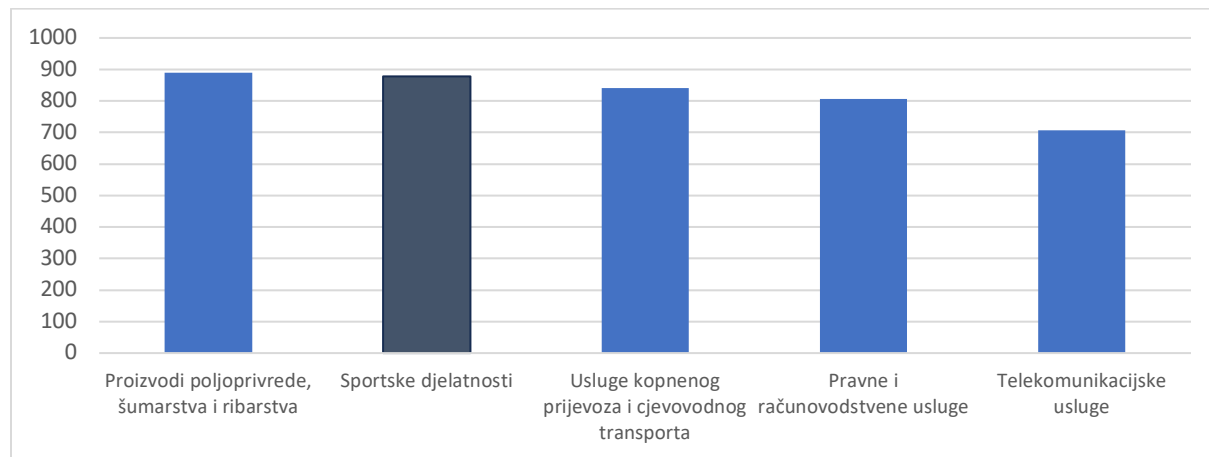
3.1. Značaj industrije sporta na gospodarstvo RH

Sport igra veliku ulogu u kulturi i povijesti Republike Hrvatske, a kako bi se rasvijetlile činjenice u vezi s ekonomskim aspektima industrije sporta i važnostima za gospodarstvo Republike Hrvatske potrebno je napraviti detaljne analize. U Europskoj Uniji se za tu potrebu koriste Definicija sporta iz Vilniusa i usporedivi satelitski računi industrije sporta. Upravo satelitski računi nam omogućuju usporedive rezultate s nacionalnim istraživanjima provedenima i drugim članicama Europske Unije. U slučaju Republike Hrvatske, izvori podataka korišteni u kreiranju

analize su Eurostat, Državni zavod za statistiku, Institut za turizam u Zagrebu i baza podataka Comtrade čime je omogućena visoka razina preciznosti rezultata. Problem aktualnog satelitskog računa je njegova starost jer je objavljen 2020. godine, ali prema podacima iz 2015. godine stoga bi puno reprezentativnije podatke imali kreiranjem novog nacionalnog istraživanja.

Prilikom iščitavanja rezultata, važno je razlikovati izravne i apsolutne podatke. S obzirom da je sport prema Definiciji sporta iz Vilnusa povezan s mnogim drugim granama gospodarstva, važno je znati da izravni učinci uvećani za neizravne tvore ukupne učinke, a njihov omjer nazivamo multiplikatorima. Multiplikatori nam prikazuju povezanost sporta i određenog sektora i što je veći multiplikator, veća je i njihova povezanost. U praksi, ako multiplikator zaposlenosti iznosi 1,75, dolazimo do saznanja kako na svaku osobu izravno povezanom sa sportom, još 0,75 će biti zaposleno u opskrbenj mreži sektora.

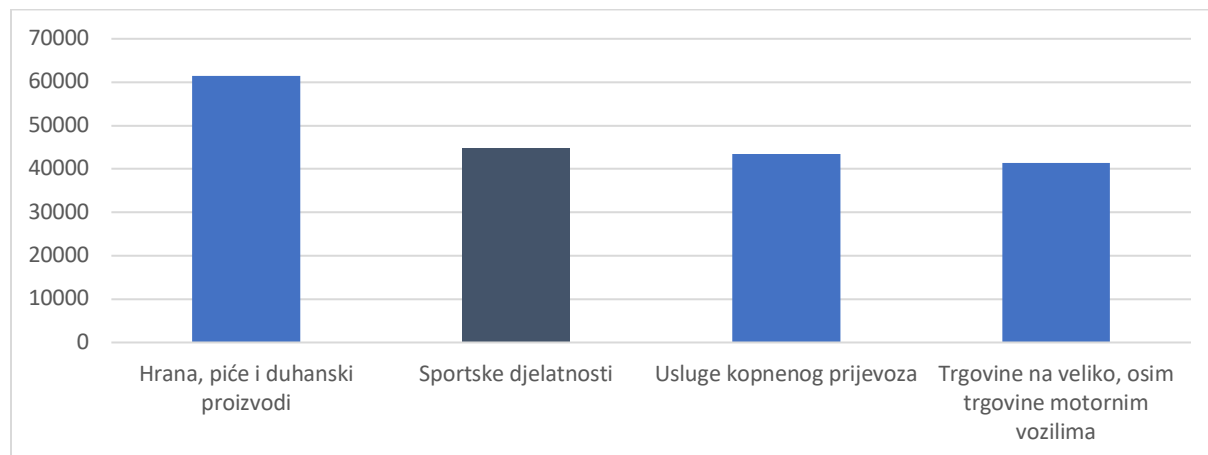
Tablica 4. BDV u sportu u usporedbi sa sektorima sličnih veličina



Izvor: SpEA, SIRC (2020)

Obujam koji obuhvaćaju djelatnosti izravno povezane sa sportom iznosile su 878 milijuna eura bruto dodane vrijednosti u 2015. godini, ili 2,37% od ukupnog BDP-a navedene godine. U usporedbi s granama slične veličine, poljoprivreda je nešto veća od sporta (890 milijuna eura), dok su telekomunikacijske usluge manje za 24,36%, odnosno iznose 706 milijuna eura.

Tablica 5. Zaposlenost u sportu u usporedbi sa sektorima slične veličine



Izvor: SpEA, SIRC (2020)

Zaposlenost u industriji sporta iznosila je 44.861 osobu ili 2,88% od ukupnog broja zaposlenih. Kako bi dobili bolji pregled, u usporedbi s drugim sektorima u sportu radi manje ljudi nego u proizvodnji hrane i pića (61.500), ali više nego u trgovini na veliko u kojoj je zaposleno 41.400 zaposlenika. Prema ovom izračunu, svaka 35. zaposlena osoba u Hrvatskoj radi u poduzeću izravno povezanom s industrijom sporta.

Kada sektoru sporta dodamo i njegove multiplikatore, učinak BDV-a koji je povezan sa sportom iznosi 1,39 milijardi eura ili 3,75 posto ukupnog BDV-a. Multiplikator u sportu iznosi 1,58 što znači da na svaki euro BDV-a, još dodatnih 58 centi BDV-a se stvori u opskrbenj mreži sportskog sektora. Kada pogledamo zaposlenost, na 44.861 osobu izravno zaposlenu u sportu dolazi još 22.314 osobe koje su zaposlene u opskrbenj mreži sporta. Ukupni zbroj tako čini 67.175 osobu ili 4,31 posto od ukupne zaposlenosti. Ovi podaci prikazuju da je svaki 27. euro hrvatskog BDV-a stvoren u sportu, odnosno svaka 24. osoba zaposlena izravno ili neizravno u sektoru sporta.

3.2. Ekonomski aspekti velikih sportskih manifestacija

Sport se odavno koristi kao sredstvo jačanja imidža kako sponzora, tako i cijelih država koje za svoju promociju najčešće koriste domaćinstva velikih sportskih manifestacija. Iako u ekonomskom smislu stepenicu ispod onih najvećih kao što su Olimpijske igre ili Svjetsko prvenstvo u nogometu, velike sportske manifestacije donose značajne benefite. S druge strane, u

sportskom smislu velika sportska natjecanja su natjecanja na regionalnoj, kontinentalnoj ili globalnoj razini.

Primjera velikih sportskih manifestacija na prostoru Republike Hrvatske je mnogo, a jedno od značajnih velikih natjecanja je Svjetsko prvenstvo u rukometu održano 2009. godine. Svjetsko Prvenstvo u rukometu organizirano je na temelju mješovitog financiranja. „Mješoviti model financiranja sporta najčešći je u praksi. Riječ je o kombinaciji prvih dvaju modela, tj. o djelomičnom državnom financiranju uz angažiranje sredstava iz gospodarstva. Takav je model uspješno korišten pri financiranju olimpijskih igara, mediteranskih igara, ali i drugih sportskih priredaba.“ (Bartoluci i Škorić, 2009). U slučaju izgradnje infrastrukture potrebne za izgradnju dvorana, troškove su financirali Vlada RH i gradovi domaćini, a u troškovima organizacije sudjelovali su i savez i sponzori.

Prvenstvo u rukometu koje se odigralo u 7 gradova zahtijevalo je velika infrastrukturna ulaganja čiji je trošak iznosio 223,1 milijun eura, od čega je 84,78 milijuna eura uloženo samo za izgradnju Arene Zagreb (Državni ured za reviziju, 2015). Na izgradnji Arene Zagreb koja je trajala gotovo sedamnaest mjeseci bilo je zaposleno 800 radnika što prikazuje veličinu infrastrukturnih ulaganja za potrebe ovog prvenstva (Zagrebački Holding, 2012). Iako se radi o velikim troškovima koji bez organizacije ovog prvenstva ne bi (u ovom trenu nastali), ovim prvenstvom i infrastrukturnim razvojem brojni klubovi dobili su dugoročno bolje uvjete za profesionalni, ali i rekreativni sport.

Osim u fazi pripreme, velika zapošljavanja bila su potrebna i u fazi provedbe natjecanja, a primjera traženih pozicija je mnogo: službeni vozači, medicinska pomoć, press centar, protokol, plesačice, hostese, zaštitarske tvrtke, catering itd. Ne treba zaboraviti niti neizravna zapošljavanja svih koji su doživjeli porast prometa i potrebu za radnom snagom. U to se mogu ubrojiti ugostiteljski objekti u blizini dvorana, hoteli, prijevoznici i drugi koji su prepoznali priliku za zaradu među turistima koji su došli u Hrvatsku, a prema procjenama je bilo 40 000 turista. Uzimajući podatke iz Analize Tomislava Domazeta iz Hrvatskog instituta za financije i računovodstva, prihodi od prodanih ulaznica iznosili su 30 milijuna kuna, prihod od prodaje televizijskih prava 7 milijuna kuna, dok je procijenjeni prihod turističke potrošnje iznosio čak 90 milijuna kuna (Domazet, 2006).

Važno je napomenuti da osim plaćenih radnih mjesta, kompleksni događaji poput velikih sportskih manifestacija zahtijevaju i volontiranje. „Volonteri u sportu se u sportskim organizacijama

pretežno angažiraju na amaterskoj, odnosno, dobrovoljnoj osnovi u svim segmentima organiziranja sportskih klubova, saveza, sportskih takmičenja, propagiranju sporta i vršenju društvene kontrole.“ (Malacko, Rađo, 2006.). Svojim radom u sklopu organizacije Svjetskog prvenstva velik broj većinom mladih ljudi stekli su neke od svojih prvih radnih iskustava. Kroz razne aktivnosti volonteri su razvijali nove vještine i sposobnosti i nakon svojih volonterskih zadataka postali konkurentniji sudionici tržišta rada.

3.3. Ekonomski aspekti mega sportskih manifestacija

Sportske mega manifestacije najviši su stupanj sportskih manifestacija po veličini, a specifične su po svojoj vezi s gospodarstvom, gotovo jednako koliko i sa sportom. Mega sportske manifestacije su održavanjem pokretači cijelih gospodarstava iza čega stoje veliki troškovi, ali i veliki prihodi. „Mega događaj je događaj koji svojim obujmom i veličinom utječe na ukupnu gospodarsku aktivnost zemlje domaćina, a medijski je globalno pokriven. U ekonomskom smislu, mega događaj se snažno reflektira na turizam i infrastrukturu zemlje domaćina, a omogućava i izgrađivanje imidža i medijskog prestiža organizatorima“ (Getz, 1997). Mega sportski događaji prema Getzeu su oni događaji koji privlače više od milijun posjetitelja, imaju kapitalna ulaganja veća od 500 milijuna USD, a interes javnosti toliki da mediji moraju osigurati vidljivost.

Najbolji primjeri mega sportskih manifestacija su Olimpijske igre i Svjetska prvenstva u nogometu koji svojim održavanjem ostavljaju velik utjecaj na svoje domaćine. Gradovi i države domaćini nakon održavanja mega sportskih manifestacija postaju popularne turističke destinacije s izrazito razvijenom infrastrukturom za sport, ali i turizam. S ekonomskog aspekta, koristi možemo podijeliti na nova ulaganja, nova poslovanja, nove prihode i nove talente. Svaka od kategorija razrađenih u sklopu tablice 6 prepoznate su kao rezultat organizacije mega sportskih događaja.

Tablica 6. Ekonomske koristi mega sportskih događaja

Nova ulaganja	<ul style="list-style-type: none">• Nova injekcija nacionalnih i međunarodnih ulaganja• Partnerstva javnog i privatnog sektora u ulaganjima
Nova poslovanja	<ul style="list-style-type: none">• Repozicioniranje postojećih industrija• Razvoj i pokretanje novih poslovnih sektora• Nove prilike na međunarodnim poslovnim sastancima vezanim uz sudionike, sponzore i dobavljače
Novi prihodi	<ul style="list-style-type: none">• Dodatni porezni prihodi za grad• Nekretnine veće vrijednosti i nove poslovne i stambene jedinice
Novi talenti	<ul style="list-style-type: none">• Dodatne opcije zapošljavanja• Mogućnosti obuke koje dovode do razvoja ljudskih kapitala i poticanje profesionalne kulture na svim razinama kroz iskustva rada na mega događajima• Razvoj poduzetničkih vještina u upravljanju

Izvor: Odjel za gospodarska i društvena pitanja UN-a (2012), obrada autora

Mega sportski događaji dokazani su kao odličan način poticanja i jačanja postojećih gospodarskih aktivnosti. Prema istraživanju Nacionalnog ureda za ekonomska istraživanja organizacija mega sportskih događaja može trajno povećati trgovinu za trideset posto (Ivić, 2022). Ipak, iza takvog rasta stoje i velika ulaganja koja si mogu priuštiti rijetki, pogotovo zbog izrazito teškog predviđanja stvarnih troškova i uglavnom podcjenjivanja realnih troškova. Veliki problem su očekivanja Međunarodnog Olimpijskog Odbora koja su stroga i izrazito zahtjevna, a rezultiraju izgrađenim sportskim borilištima koja se kasnije ne koriste, ali i onima koji prerastaju stvarne potrebe npr. Olimpijski stadioni minimalnog kapaciteta od 100 000 gledatelja. Upravo iz tog razloga mnogi gradovi i države odustaju od prijave, a dokaz je i slučaj Los Angelesa koji je bio jedini kandidat za Ljetne Olimpijske igre 2028. godine. Rastom industrije sporta, promotivnih prilika i želja organizatora budžeti Olimpijskih igara neprestano rastu i zato organizacija Olimpijskih igara u budućnosti preostaje jedino iznimno bogatim gradovima i državama s već izgrađenom infrastrukturom. U tablici 7 uočljiv je značajan rast troškova organizacije Olimpijskih igara na uzorku organiziranih igara zadnja četiri Olimpijska ciklusa.

Tablica 7. Troškovi organizacije Olimpijskih igara

Olimpijada	Domaćin	Finalni budžet
2010 Zimske Olimpijske igre	Vancouver	8.900.000.000 USD
2012 Ljetne Olimpijske igre	London	13.300.000.000 USD
2014 Zimske Olimpijske igre	Sochi	59.700.000.000 USD
2016 Ljetne Olimpijske igre	Rio de Janeiro	13.000.000.000 USD
2018 Zimske Olimpijske igre	Pyeongchang	15.400.000.000 USD
2020 Ljetne Olimpijske igre	Tokio	35.000.000.000 USD
2022 Zimske Olimpijske igre	Peking	38.500.000.000 USD

Izvor: Visual Capitalist; 2022 / Prijevod autora

Mediji su oduvijek bili prisutni na Olimpijskim igrama, a već 1912. godine švedske kompanije su platile koncesiju za snimanje OI. Razvoj tehnologije omogućuje stotinama milijuna ljudi praćenje Olimpijskih igara, a zbog važnosti događaja i komercijalnih prilika mnoge televizijske kuće se nadmeću u kupnji televizijskih prava. OI u Los Angelesu 1984. godine su prekretnica od koje su televizijska prava jedan od glavnih izvora financiranja, a to dokazuju i prihodi 2004. iz Atene koji iznose 39,8% od ukupnih prihoda. Analizirajući tablicu 8 možemo uočiti kretanja prihoda od emitiranja zadnjih četiri Olimpijska ciklusa gdje je izražena razlika između ljetnih i zimskih Olimpijskih igara.

Tablica 8. Prihodi od emitiranja Olimpijskih igara

Olimpijada	Domaćin	Prihodi od emitiranja
2008 Ljetne Olimpijske igre	Peking	1.700.000.000 USD
2010 Zimske Olimpijske igre	Vancouver	1.300.000.000 USD
2012 Ljetne Olimpijske igre	London	2.600.000.000 USD
2014 Zimske Olimpijske igre	Sochi	1.300.000.000 USD
2016 Ljetne Olimpijske igre	Rio de Janeiro	2.900.000.000 USD
2018 Zimske Olimpijske igre	PyeongChang	1.400.000.000 USD
2020 Ljetne Olimpijske igre	Tokio	3.100.000.000 USD

Izvor: IOC, Andrew Zimbalist, Circus Maximus / Prijevod autora

Nezamisliv dio modernih Olimpijskih igara su suradnje s privatnom industrijom, a kompanije koje jednom postanu sponzori najviših razina tamo uglavnom dugoročno i ostaju. Najlojalniji i najbogatiji partneri postaju dio „Olimpijskog programa“ koji im jamči ekskluzivna svjetska prava za oglašavanje svojih proizvoda s olimpijskim simbolima. Iako su ti partneri uglavnom konstantni,

zbog razvoja vrijednosti tih sponzorstava vrtoglavo rastu. Osim sponzora iz tzv. Olimpijskog programa, postoje još četiri kategorije partnera: Partnerski program, sponzorstvo, dobavljači i licenciranje.

Financiranje mega sportskih događaja je izrazito kompleksno područje i puno je različitih načina financiranja među kojima se još ističe i prodaja ulaznica. Veliki stadioni napravljeni po zahtjevima i potrebama mega sportskih događaja omogućuju više od 100.000 ljudi da prisustvuje svakom pojedinačnom događaju zbog čega mega sportski događaji prodaju više milijuna ulaznica. Za primjer, više od godinu dana prije početka Olimpijskih igara u Parizu 2024. prodano je već više od 6.8 milijuna ulaznica po čemu bi ove Olimpijske igre mogle ostati zabilježene u povijesti kao igre s najviše prodanih ulaznica (Olympics, 2023). Upravo iz tog razloga uz financiranje iz dosad navedenih izvora javnog financiranja prodaja ulaznica spada u jedne od najunosnijih izvora prihoda mega manifestacija (Škaro, 2021).

4. STUDIJA SLUČAJA: WRC CROATIA RALLY 2022

Od samih početaka civilizacije postojala je želja za pomicanjem granica čovječanstva koristeći vlastito tijelo, a kasnije i razna pomagala. Težnja prema brzini stvorila je preduvjete za evoluciju i razvoj čovječanstva, a rekreativne sportske utrke postale su način isticanja superiornosti. Atletika kao preteča modernog sporta bila je temelj Antičkih Olimpijskih igara, a brzina sastavni dio olimpijske krilatice modernog doba: „Citius, Altius, Fortius“. U želji za pomicanjem granica i postizanjem većih brzina, tehnološkim napretkom stoljećima se stvaraju različita pomagala na kopnu, vodi i zraku što je kasnije postao i temelj raznih sportskih natjecanja.

Prva automobilska utrka održana je 1880. godine između Pariza i Rouena što je temelj i poticaj razvoju jednih od najvećih sportskih natjecanja današnjice. (Tikkanen, 2023) U bogatoj riznici auto-moto događanja koja se održavaju već više od stoljeća, automobili i utrke postali su stil života milijuna poklonika diljem svijeta. Iako različitog sadržaja, sredstva i trajanja, auto-moto utrke privlači izrazito lojalnu društvenu zajednicu visoke platežne moći. Upravo ta zajednica i luksuz koji dolazi uz auto-moto utrke temelj su njihovog razvoja u ono što su postali do današnjeg dana.

WRC – Svjetsko prvenstvo u reliju jedno je od natjecanja s najvećom globalnom pozornosti i već 50 godina sinonim za iznimno zahtjevna automobilistička natjecanja. Od svojih začetaka 1973. godine kada je održan prvi Monte Carlo Rally, WRC je izniman izazov za sve vozače koji u autima s najmodernijim rješenjima svladavaju staze različitih podloga u svim klimatskim pojasevima. Od 2022. godine se u elitnoj Rally1 kategoriji WRC prvenstva koriste automobili na hibridni pogon, dok se ostale kategorije vozila (Rally2 i Rally3) natječu u nešto drugačijim pravilima i bez hibridnih pogona. Svaka od utrka WRC prvenstva traje šest dana od čega prva tri dana posade koriste kako bi se upoznali s brzinskim ispitima i uvjetima, a nakon toga se sljedeća tri dana natječu na 15 do 25 brzinska ispita. Posada koja sve brzinske ispite završi u najkraćem vremenu osvaja utrku i steže bodove koji se zbrajaju i odlučuju prvaka sezone. Spektakl WRC Svjetskog prvenstvo u reliju od 2021. godine održava se i u Hrvatskoj, a ove sezone osim Hrvatske domaćini su Monako, Švedska, Meksiko, Portugal, Italija, Kenija, Estonija, Finska, Grčka, Čile, Japan i zemlje središnje Europe (Njemačka, Austrija i Češka) u sklopu zajedničke utrke (Kesar, Ferjanić Hodak i Roginić, 2022).

4.1. Općenito o manifestaciji WRC Croatia Rally

Povijest Croatia Rally utrke seže daleko prije održavanja prvog izdanja utrke u sklopu WRC - Svjetskog prvenstva u Rallyju. Croatia Rally svoje korijene i premijerno izdanje pronalazi 1974. godine kada je pod organizacijskom palicom AK Delta rally organiziran pod imenom Ina Delta TLX Rally. Već tri godine nakon utrka je iz regionalne postala nacionalnom utrkom, a dokaz da je Delta Rally već od samih početaka bio zamijećen kao kvalitetno organizirana utrka dolazi već 1986. godine. Te godine je FIA (Federation Internationale de l'Automobile) odlučila po prvi puta uvrstiti Delta Rally u kalendar međunarodnih natjecanja. Utrka je sljedeći veliki uspjeh doživjela 2007. godine kada je FIA utrku uvrstila u kalendar ERC (European Rally Championship), a na prvjoj utrci je pobijedila domaća posada Šebalj/Klinc. Od 2009. godine utrke dobiva današnji naziv Croatia Rally, a u sklopu kalendara ERC prvenstva ostaje do 2014. godine.

U listopadu 2020. godine, FIA je objavila odluku da će Croatia Rally od 2021. godine po prvi puta ući na popis domaćina utrke WRC prvenstva. Najbolji svjetski vozači premijerno su nastupili na području Zagrebačke, Karlovačke i Krapinsko-zagorske županije te na području Grada Zagreba, a pobjedu je odnio francuz Sebastian Ogier. Iako u periodu zabrane javnih okupljanja, WRC Croatia Rally 2021 već je prve godine okupio desetke tisuće obožavatelja automobilskih utrka i pokazao koliki je interes javnosti za ovom utrkom. Važno je nadodati da su utrku gledali i milijuni gledatelja putem televizijskih kanala, a da je „Power stage“ Zagorska Sela – Kumrovec odabran za najbolji trenutak te sezone. Oktanski spektakl koji se odvijao u okolnim županijama, svoj ceremonijalni start i cilj, ali i servisni park pronalazi u Gradu Zagrebu gdje obožavatelji nakon brzinskih ispita mogu vidjeti timove kako pripremaju aute za sljedeće izazove, ali i uživati u programu organiziranom na najvišem nivou. Nakon odlične organizacije u debitantskoj sezoni, WRC Promoter Team potvrdio je svoj inicijalni prijedlog i odlučio uvrstiti Hrvatsku u kalendare za sezone 2022. i 2023.

Nakon pandemijskih godina, 2023. godine WRC Croatia Rally gledalo je više od 400 tisuća ljudi duž 1650 kilometara prometnica na kojima se odvijala utrka, a kontinentalna Hrvatska je s dva nova brzinska ispita spojena s Primorsko-goranskom županijom. Ukupno je odvoženo dvadeset brzinskih ispita, a titulu pobjednika trećeg izdanja utrke pod okriljem WRC Svjetskog prvenstva osvojila je posada Toyota Gazoo Racing WRT tima Elfyn Evans/Scott Martin.

4.2. Analiza podataka o ekonomskom značaju WRC Croatia Rallyja 2022

Utrke WRC svjetskog prvenstva u Rallyju oduvijek privlače pozornost obožavatelja diljem svijeta, a geografski položaj u susjedstvu zemalja s dugačkom tradicijom automobilizma prilika su za veliki uspjeh WRC Croatia Rallyja. geografska lokacija, prirodne ljepote i atraktivne i nepredvidljiv dionice brzinskih ispita u prvom izdanju je bila najbolja pozivnica za posjetitelje 2022. godine. Iako neposredno nakon ukidanja regulacija za prekogranična putovanja, brzinske ispite WRC Croatia Rallyja gledalo je više od 300 000 gledatelja što je vidljivo i iz tablice 9.

Tablica 9. Broj gledatelja na lokacijama utrke WRC Croatia Rally 2022

Datum	Lokacije	Županija	Broj gledatelja
21.4.	Shakedown Okić, Ceremonijalni start	Zagrebačka	35.000
22.4.	Mali Lipovec – Grdanjci,, Strojdraga – Gornja Vas, Krašić – Vrškovac Pećurkovo Brdo – Mrežnički Novaki	Zagrebačka Karlovačka	70.000
23.4.	Kostanjevac – Petruš Vrh, Jaškovo – Mali Modruš Potok, Platak, Vinski Vrh – Duga Resa	Zagrebačka Karlovačka Primorsko-goranska	90.000
24.4.	Trakošćan – Vrbno, Zagorska Sela - Kumrovec	Varaždinska Krapinsko-zagorska	90.000
20.4.- 24.4.	Servisni park i ceremonijalni cilj	Grad Zagreb	25.000
UKUPNO			310.000

Izvor: Studija: Socio-ekonomski utjecaji WRC Croatia Rally 2022 na prostor Središnje Hrvatske

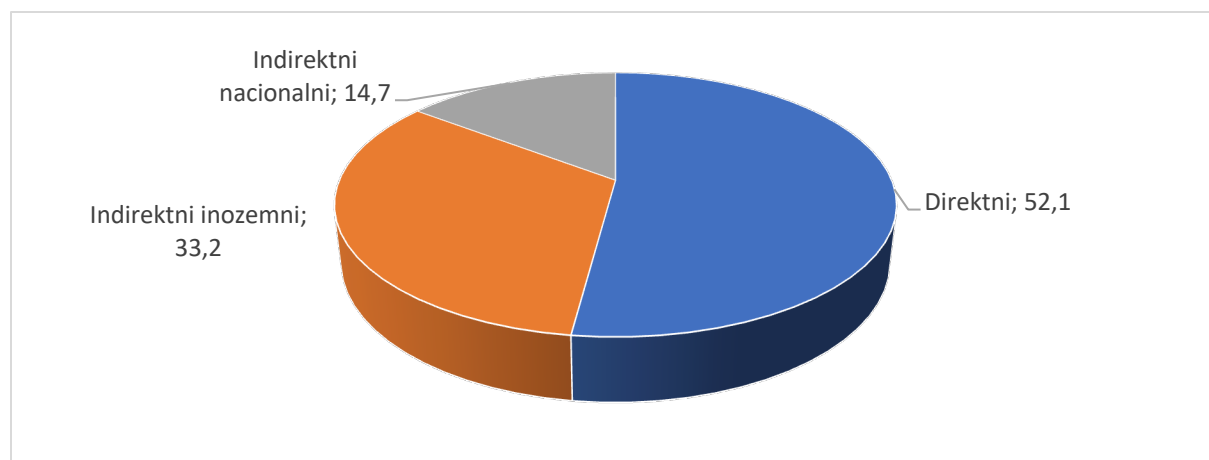
Broju gledatelja bitno je pridodati i sudionike koji su bili dio ove manifestacije, a nisu pridodani gore navedenim brojevima. Zbog toga svakom danu treba dodati još 66 vozača odnosno suvozača, 1 400 članova njihovih timova, 2 000 članova organizacije različitih sektora, gotovo 400 predstavnika medija, pripadnike dežurnih službi i brojne predstavnike poslovnih partnera s zadacima logistike i dobavljača.

Kako bi saznali konkretne podatke o ekonomskim aspektima utrke važno je napraviti kvalitetna istraživanja, a upravo time se bavi Socio-ekonomska studija o utjecajima WRC Croatia Rally 2022 na prostor središnje Hrvatske. Iako rijedak slučaj u Republici Hrvatskoj, kreiranjem studije o ekonomskoj koristi ove utrke stvoreni su preduvjeti za daljnji rast i razvoj utrke. Upravo zbog provedenih istraživanja poznat je podatak o prosječnoj potrošnji gledatelja koja je iznosila 262,82

EUR, od čega su nerezidenti trošili u prosjeku 370,85 EUR, dok su lokalni stanovnici trošili 102,17 EUR. Ta potrošnja odnosila se na njihovu ukupnu potrošnju gdje su obuhvaćeni podaci o potrošnji na putovanje, praćenje natjecanja, hranu i piće i ostale troškove. Uzimajući u obzir te podatke i omjer lokalnog stanovništva i turista dolazimo do podataka o ukupnoj potrošnji koja je kod domaćih gledatelja iznosila 20,5 milijuna eura, a inozemnih 26,3 milijuna eura, stoga je ukupna potrošnja gledatelja 46,8 milijuna eura.

Kada uzmemo u obzir podatke Socio-ekonomske studije utjecaja ovog natjecanja i podatke o potrošnji organizatora i timova, predstavnika medija i javnog sektora u obliku novčanih potpora i usluga dolazimo podatka da izravni ekonomski učinak manifestacije iznosi najmanje 54,5 milijuna eura. Tome treba dodati i multiplikatore prema kojima je WRC Croatia Rally generirao dodatnih 50,5 milijuna eura unutar nacionalnog, te 35 milijuna eura izvan nacionalnog okvira zbog čega se ukupni ekonomski učinci procjenjuju na 105 milijuna eura. U grafikonu 1 dostupan je pregled u postotcima ukupnih ekonomskih učinaka utrke gdje vidimo da direktni učinci čine 52,1%.

Grafikon 1. Udio ekonomskih učinaka utrke WRC Croatia Rally 2022.



Izvor: Studija: Socio-ekonomski utjecaji WRC Croatia Rally 2022 na prostor Središnje Hrvatske

Kada pričamo o proračunskim prihodima ove sportske manifestacije dolazimo do podatka da 12 milijuna eura odlazi u proračun, od čega 83% državni, a ostatak od 17% u proračun županija i gradova domaćina. Kada dodamo još i procjenu medijskog učinka koja je procijenjena na 53,3 milijuna eura WRC Croatia Rally se dokazao kao najveća sportska manifestacija od samostalnosti Republike Hrvatske uz velike šanse za rast i razvoj u budućnosti.

4.3. Utjecaj WRC Croatia Rallyja na ostale grane gospodarstva

Kada govorimo o utjecaju velikih sportskih manifestacija na ostale grane gospodarstva među prvima se nameće turizam. Turizam je jedna od grana gospodarstva koja dolazi u simbiozi s organizacijom velikih i mega sportskih manifestacija. Sportski turizam stoga definiramo kao: „Turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu“ (Bartoluci, 2003). Iako ne postoje točni podaci, sportski turizam je iz godine u godinu sve popularniji, a možemo ga podijeliti na putovanju u cilju rekreativnog bavljenja sportom, promatranja sportskog događaja ili u cilju posjete sportskih atrakcija. Upravo WRC Croatia Rally jedan je od razloga dolaska brojnih turista obožavatelja sporta u Republiku Hrvatsku zbog čega u predsezoni Hrvatska Turistička Zajednica bilježi odlične brojke u vikendu održavanja rallyja. Upravo prema istraživanju o socioekonomskim utjecajima utrke, 85,7% ispitanika je istaknulo kako je glavni razlog posjete destinaciji bilo održavanje utrke, a među ispitanima je samo 4,2% istaknulo druge razloge uz 10,1% koji su lokalni stanovnici.

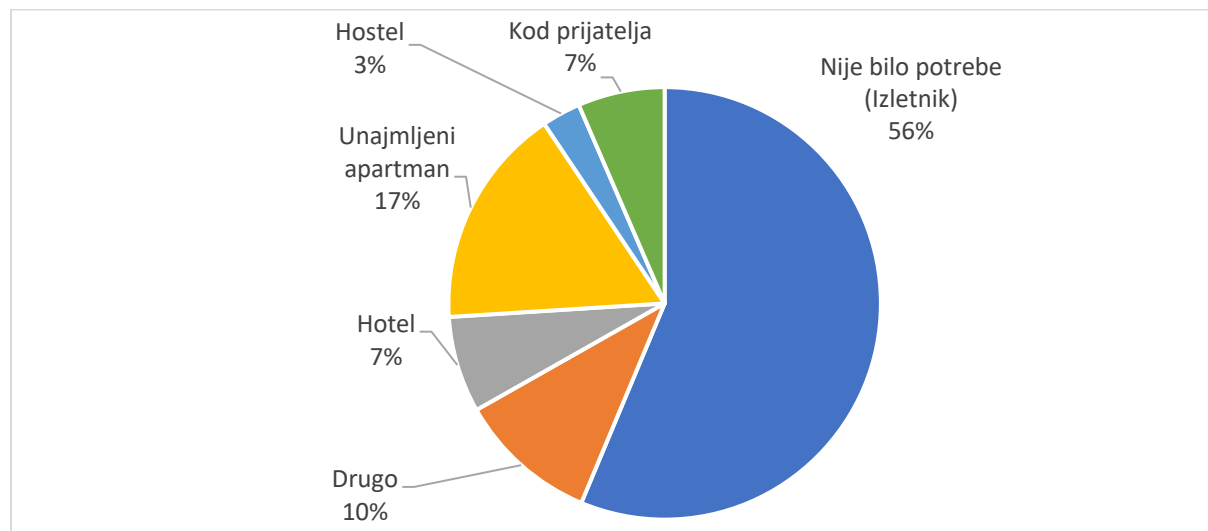
Tablica 10. Razlozi posjeta destinaciji utrke WRC Croatia Rally 2022

Glavni razlog posjete destinaciji	Udio
WRC Croatia Rally	85,7%
Druga svrha	4,2%
Lokalni stanovnik	10,1%

Izvor: Studija: Socio-ekonomski utjecaji WRC Croatia Rally 2022 na prostor Središnje Hrvatske

U tablici s ukupnim brojem gledatelja utrke saznali smo podatak kako je utrku pratilo 310.000 gledatelja, ipak kada govorimo o gledateljima WRC Croatia Rallyja, važno je razlikovati izletnike i turiste. Izletnici su okarakterizirani kao lokalni gledatelji utrke koji su koristili prijevoz na kratkim udaljenostima bez potrebe za iznajmljivanjem smještajnih kapaciteta, dok su turisti okarakterizirani kao gledatelji uglavnom iz inozemstva s potrebom za daljim putovanjem i smještajnim kapacitetima. U svrhu kategorizacije gledatelja pomaže nam grafikon 2 u kojemu saznajemo u kojem omjeru i koje oblike smještaja su gledatelji utrke koristili.

Grafikon 2. Oblik smještaja gledatelja utrke WRC Croatia Rally 2022

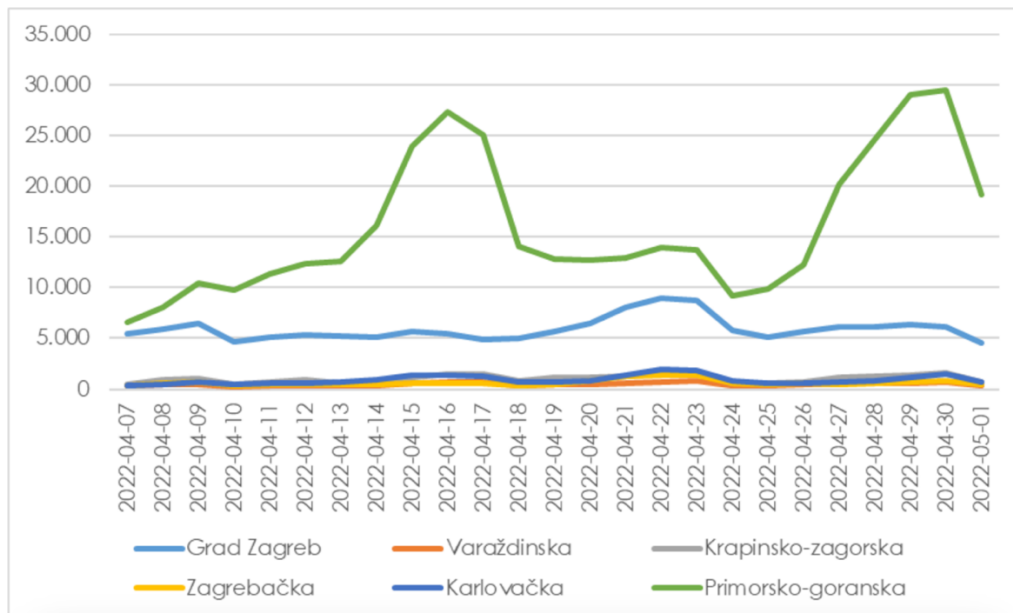


Izvor: Studija: Socio-ekonomski utjecaji WRC Croatia Rally 2022 na prostor Središnje Hrvatske

Omjer stranih i domaćih gledatelja utrke na WRC Croatia Rallyju iznosio je 2:1 u korist domaćih, odnosno oko 200.000 lokalnih gledatelja i oko 100.000 gledatelja iz inozemstva. Uzmemo li u obzir podatke iz sustava e-Visitor umanjene za određeni koeficijent koji prezentira turiste čiji razlog putovanja nije utrka, ali i pretpostavku da je još bar 25% noćenja neregistrirano, procjenjuje se da je WRC Croatia Rally 2022 rezultirao s između 150.000 i 170.000 ostvarenih noćenja.

Analizirajući podatke o noćenjima iz grafikona 3, ali i termin utrke koja se odvijala između Uskrsa i Međunarodnog praznika rada možemo uočiti značajan broj noćenja i snagu ovog sportskog događaja. Uzmemo li u obzir da Uskrs i proljetni praznici, ali i Međunarodni praznik rada predstavljaju najznačajnije dane predsezona dobivamo stvarni značaj ovog sportskog događaja. Zbog svog geografskog položaja, ali ujedno i manjeg broja brzinskih ispita jedino Primorsko-goranska županija nije imala otprilike jednak ili veći broj noćenja za vrijeme utrke WRC svjetskog prvenstva u Hrvatskoj.

Grafikon 3. Noćenja turista u komercijalnim objektima



Izvor: Studija: Socio-ekonomski utjecaji WRC Croatia Rally 2022 na prostor Središnje Hrvatske

5. ISTRAŽIVANJE MIŠLJENJA O GOSPODARSKOM ZNAČAJU VELIKIH SPORTSKIH MANIFESTACIJA ZA RH

Sport i sportske manifestacije često se spominju kao najpoznatiji izvozni proizvod Republike Hrvatske, ali u kojoj smo zaista mjeri sportska nacija, koliko smo spremni ulagati u sport i kakav je pogled na organizatore sportskih manifestacija bila je tema ovog istraživanja. Ovo istraživanje nastoji saznati mišljenje ispitanika o sportu i zadovoljstvo ulaganjima u konkretno sportsku infrastrukturu i sportske manifestacija. Kao ogledni primjer velike sportske manifestacije kao i kroz cijeli rad i u istraživanju se navodi utrka WRC Croatia Rally koja provedenom socioekonomskom studijom ima dokazan pozitivan utjecaj na gospodarstvo bez obzira na to što se utrka financira iz miješanih izvora, odnosno od kombinacije privatnih sponzora i javnog financiranja. U kojoj mjeri ispitanici podržavaju takav način financiranja kao i mišljenje ispitanika o ostalim navedenim pitanjima dostupna su u nastavku ovog poglavlja.

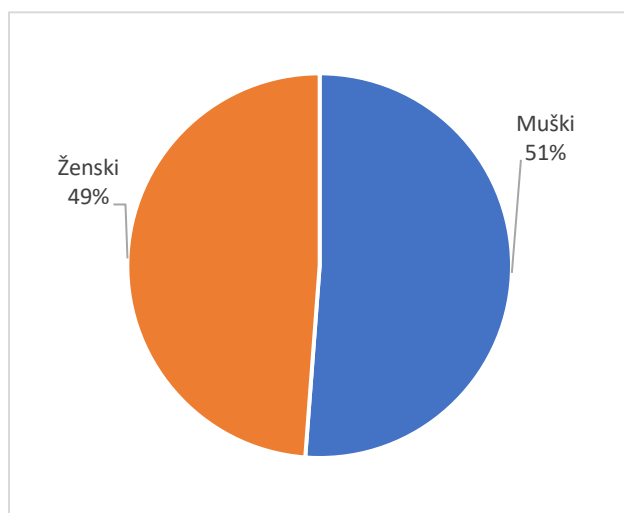
5.1. Metodologija istraživanja

U svrhu istraživanja kreiranog za potrebe završnog rada provedeno je on-line anketno ispitivanje u sklopu čega je korišten Google Forms alat za izradu i provedbu ankete. Istraživanje je započelo 27. travnja i trajalo je do 28. kolovoza 2023. godine. U četiri mjeseca koliko je trajalo prikupljanje podataka upitnik je ispunilo 210 ispitanika koji su odgovarali na pitanja zatvorenog tipa. U prvom dijelu upitnika postavljena pitanja imala su cilj upoznavanja ispitanika, odnosno njihovog spola, dobne skupine i razine završenog obrazovanja. Drugi dio istraživanja sastavljen je od 11 pitanja odnosno teza i odnosio se na pitanja povezana s temom ekonomskih aspekata industrije sporta, ulaganja u sport i sportske manifestacije. U tom dijelu upitnika ispitanici su odgovorima vrednovali slaganje s postavljenim tezama Likertovom ljestvicom odgovorima od „U potpunosti se ne slažem“ do „U potpunosti se slažem“, odnosno ocjenama od 1 do 5. Pitanja su postavljena tako da mogu poslužiti kao nastavak pitanja postavljenih prilikom kreiranja studije socioekonomskih aspekata utrke WRC Croatia Rally 2022 koja je korištena i kao studija slučaja.

5.2. Obilježja uzorka

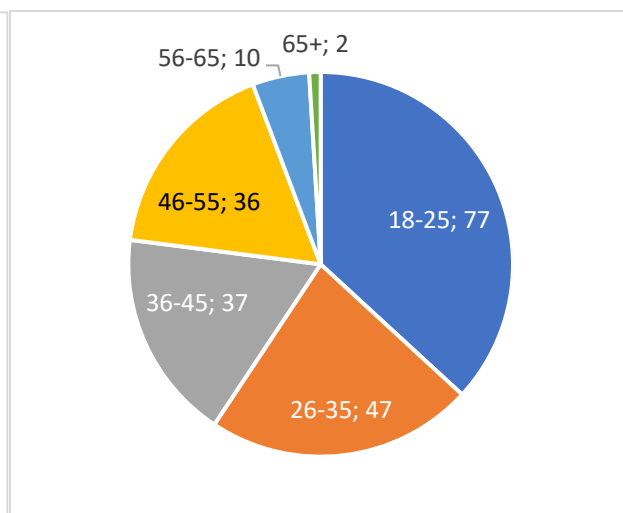
U anketnom istraživanju u kojemu je sudjelovalo 210 ispitanika uzorak je činio gotovo jednak broj pripadnika oba spola. Ispitanika muškog spola bilo je 108, odnosno 51,4%, dok je ispitanica ženskog spola je bilo 102, odnosno 48,6%. Najveći broj ispitanika anketnog upitnika, odnosno njih 36,7% (n=77) pripada dobnoj skupini između 18 i 25 godina. Zatim slijede redom 22,4% (n=47) ispitanika skupine između 26 i 35 godina, 18,1% (n=38) ispitanika dobre skupine između 36 i 45 godina, zatim 17,1% (n=36) ispitanika dobre skupine između 46 i 55 godina, 4,8% (n=10) ispitanika između 56 i 65 godina te 2 ispitanika starija od 65 godina (vidi grafikone 4 i 5).

Grafikon 4. Spol ispitanika ankete



Izvor: izrada autora

Grafikon 5. Dob ispitanika ankete



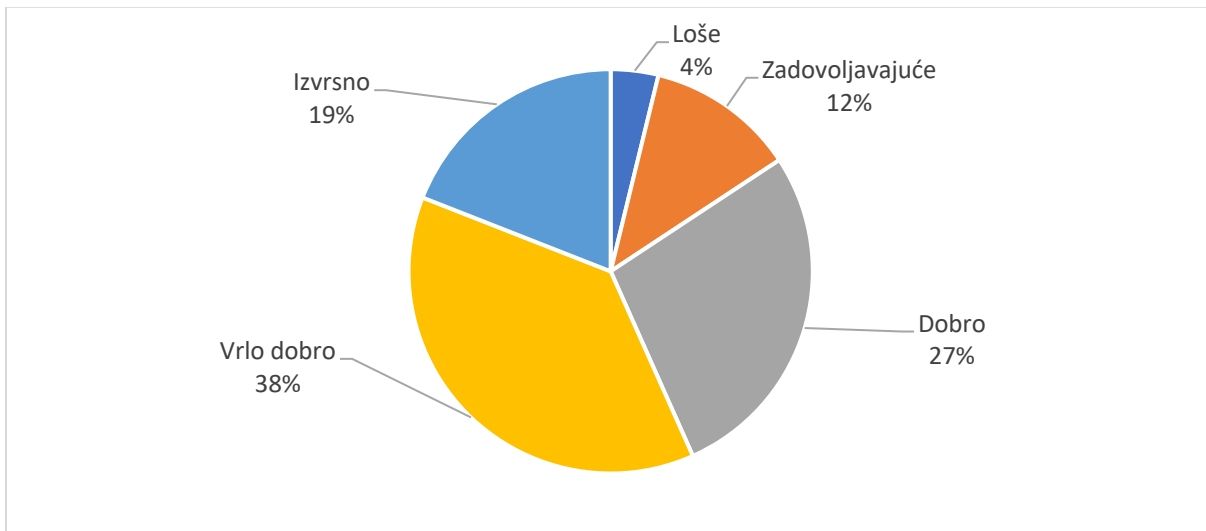
Izvor: izrada autora

Prema razini završenog obrazovanja 104 ispitanika ima završenu srednju školu što čini 49,5% od ukupnog uzorka. Sljedeća najbrojnija skupina su ispitanici sa završenom visokom stručnom spremom kojih je 68, odnosno 32,4%. Zatim redom idu ispitanici sa završenom višom stručnom spremom 15,7% (33 ispitanika), 1,5% (3 ispitanika) ispitanika sa završenom osnovnom školom, te 1%, odnosno 2 ispitanika s doktoratom.

5.3. Osvrt na rezultate istraživanja

Sljedeći dio anketnog upitnika započeo je s pitanjem koliko su ispitanici upoznati s održavanjem sportskih događaja u njihovom gradu/državi. 19% ispitanika označilo je kako su izvrsno upoznati, 37,6%, vrlo dobro, 27,6% dobro, a 19% zadovoljavajuće (grafikon 6). S obzirom na izrazito mali broj onih koji smatraju da je njihova razina upoznatosti loša da se pretpostavi da su ispitanici ljubitelji sporta.

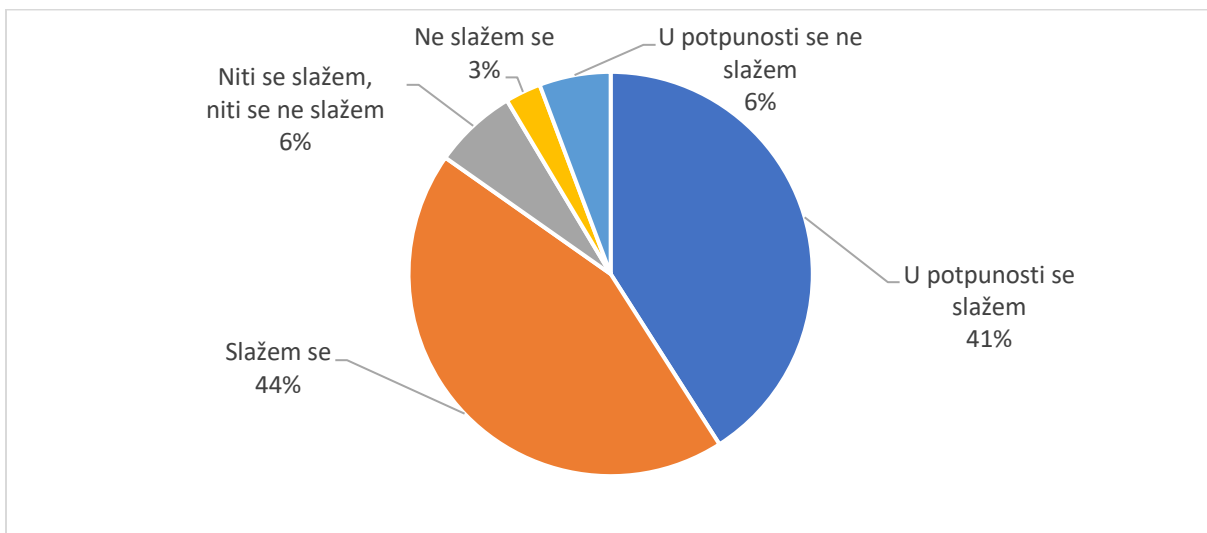
Grafikon 6. Koliko ste upoznati s održavanjem sportskih događaja u Vašem gradu/državi



Izvor: izrada autora

Prilikom postavljanja sljedećih pitanja radi kvalitetnije analize odgovora korištena je likertova ljestvica brojevima 1-5 od potpunog neslaganja, do potpunog slaganja. Kada govorimo o makroekonomskom utjecaju sportskih manifestacija na gospodarstvo, stav ispitanika je jasan. Naime, čak 40,9% se izjasnilo kako se u potpunosti slaže, dok se 43,8% ispitanika izjasnilo da se slaže s navedenom tvrdnjom. Analizirajući podatke, dolazimo do srednje vrijednosti od 4,11, s obzirom da je srednja vrijednost veća od 3,5 ispitanici se slažu s tvrdnjom (grafikon 7).

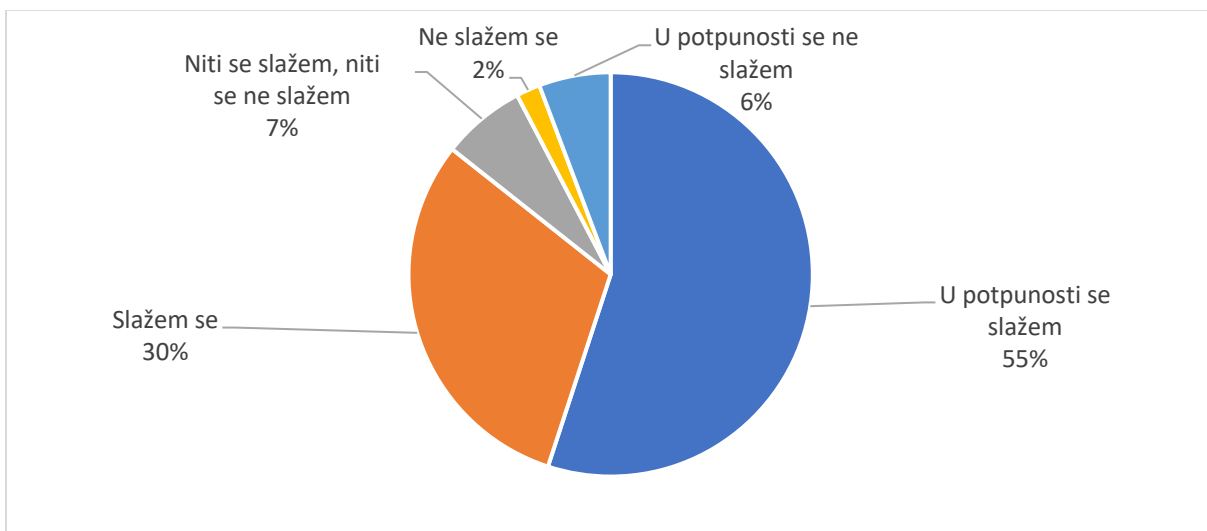
Grafikon 7. Održavanje sportskih manifestacija ima pozitivan utjecaj na gospodarstvo



Izvor: Izrada autora

Na pitanje treba li država ulagati više novca u sportske objekte i infrastrukturu postotak ispitanika koji se ne slažu je otprilike sličan kao na prošlom pitanju (grafikon 8). S navedenom tezom se u potpunosti ne slaže 12 ispitanika, ne slaže samo 4, dok opet je 14 bilo onih neodličnih. Ipak, na ovo pitanje je čak 116 ispitanika odgovorilo da se u potpunosti slažu, odnosno 64 da se slaže s navedenom tvrdnjom. U ovom slučaju, srednjom vrijednosti od visokih 4,34 da se uočiti želja za većim ulaganjima u sportsku infrastrukturu od koje koristi imaju profesionalci, ali i rekreativci.

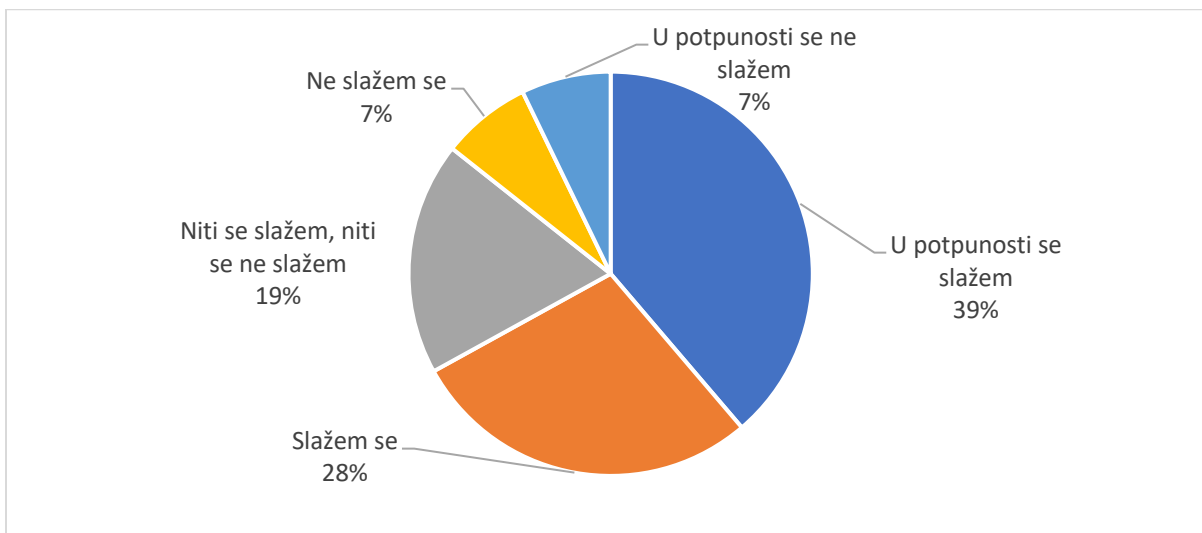
Grafikon 8. Država treba ulagati više novca u sportske objekte i infrastrukturu



Izvor: Izrada autora

Prema mišljenju ispitanika istraživanja njih 38,6% se u potpunosti slaže kako bi država trebala povećati ulaganja u sponzoriranje sportskih natjecanja, dok se 28,1% slaže s navedenom tvrdnjom (grafikon 9). Analizom odgovora ispitanika srednja vrijednost iznosi 3,82 što znači da se ispitanici slaži da su potrebna veća ulaganja u sponzoriranje sportskih natjecanja u Republici Hrvatskoj.

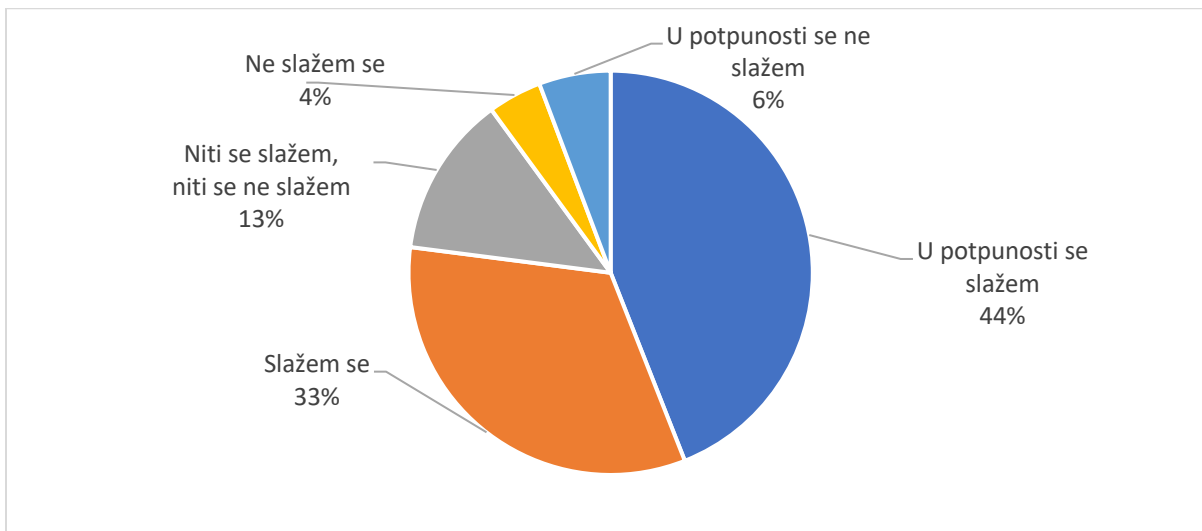
Grafikon 9. Vlada treba povećati ulaganja u sponzoriranje sportskih natjecanja



Izvor: Izrada autora

Tijela lokalne i područne samouprave često se aktiviraju kao sponzori sportskih natjecanja, a čak 43,8% se u potpunosti slaže da bi sponzorstva trebalo povećati, odmah iza toga po broju odgovora je opcija „Slažem se“ koju je označilo 32,9% (grafikon 10). Analiziramo li sve odgovore ispitanika dolazimo do srednje vrijednosti 4,0 što nam govori da anketirani uzorak ne samo da se ne protivi financiranju sportskih manifestacija nego se slaže da bi ih trebalo i povećati.

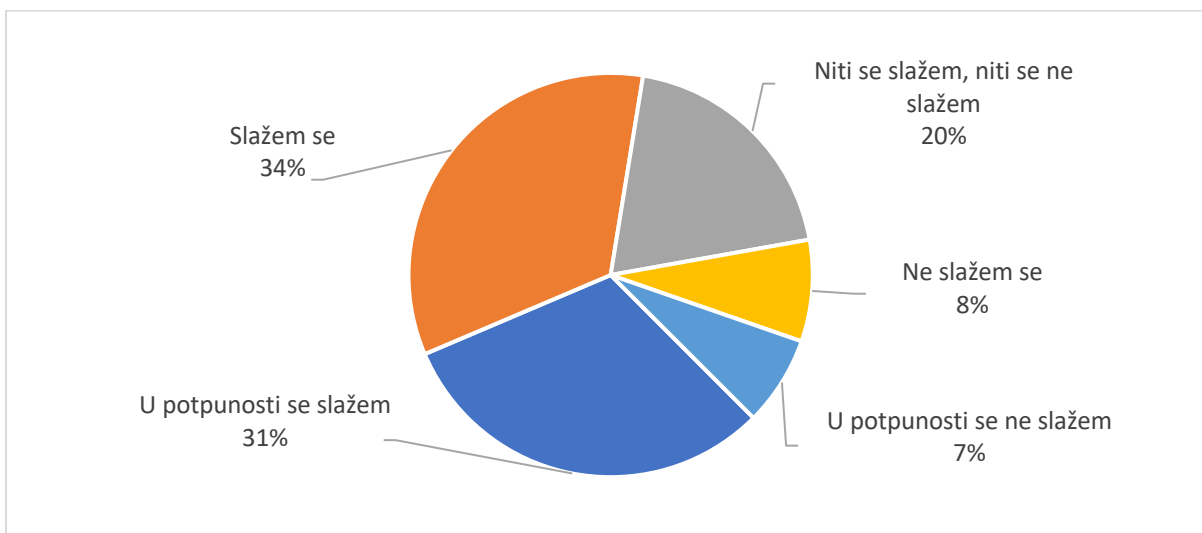
Grafikon 10. Tijela lokalne i područne samouprave trebaju povećati ulaganja u sponzoriranje sportskih natjecanja na njihovom području



Izvor: Izrada autora

Domaćinstva utrka WRC svjetskog prvenstva u rallyju najveći su sportski događaji zadnjih nekoliko godina u Republici Hrvatskoj, ipak uz domaćinstvo utrka dolaze i veliki troškovi koji su nepodmirivi bez sredstava javnog financiranja. Ipak, bez obzira na milijun eura iz javnih izvora s čime je država ujedno i najveći partner utrke, srednja vrijednost od 3,72 govori nam kako se ispitanici slažu s financiranjem utrke. Detaljnije vidi na grafikonu 11.

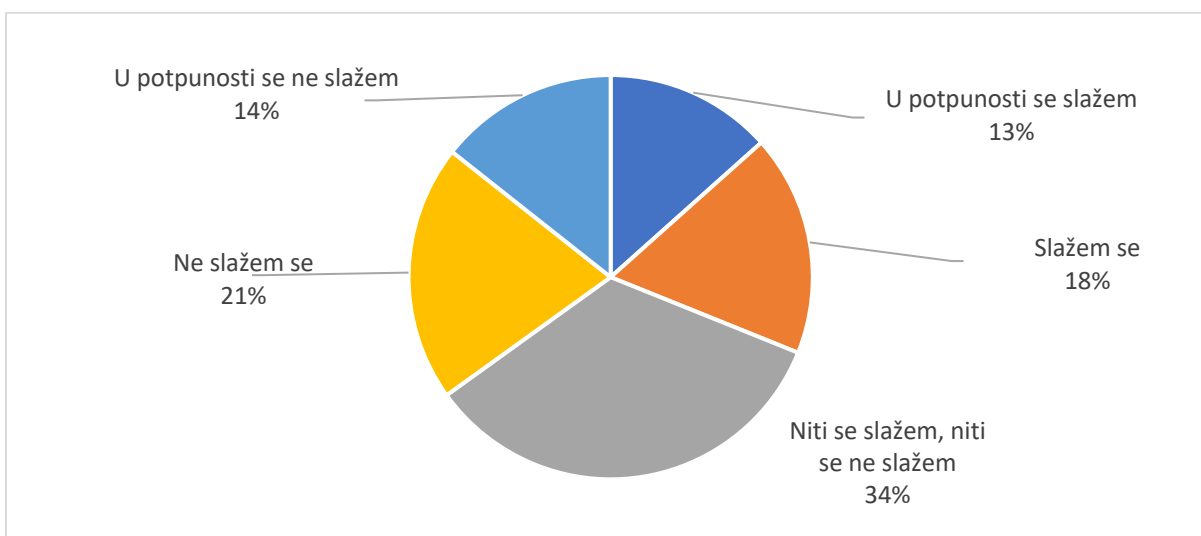
Grafikon 11. Javno financiranje WRC Croatia Rallyja je opravdano



Izvor: Izrada autora

Premalo tržište problem je zbog kojeg se više velikih sportskih manifestacija ne održava u Republici Hrvatskoj iako su njihovi eventualni ekonomski učinci veći od ulaganja. Ovim pitanjem cilj je bio provjeriti misle li ispitanici da makroekonomski profitabilnim sportskim događajima kao što je WRC Croatia Rally treba pružiti punu podršku i ne dopustiti neuspjeh projekta. U ovom slučaju, srednja vrijednost iznosi 2,94 što je prvi puta da je mišljenje ispitanika neutralno s obzirom da je vrijednost između 2.5 i 3.4. Upravo je neutralan bio najčešći odgovor (33,81% - vidi grafikon 12).

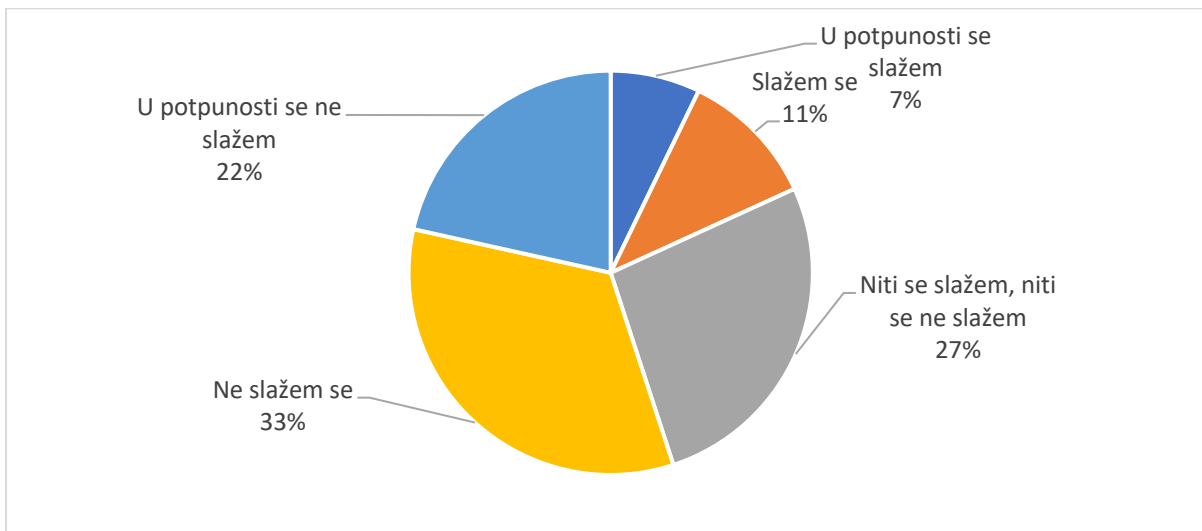
Grafikon 12. Država bi u cijelosti trebala financirati WRC Croatia Rally s obzirom na dokazanu gospodarsku profitabilnost



Izvor: Izrada autora

Predrasude da su veliki budžeti namijenjeni organizaciji sportskih manifestacija plodno tlo ilegalnim radnjama česte su u javnosti. Ipak, analizirajući podatke istraživanja srednja vrijednost koja iznosi 2,47 prvi puta u sklopu istraživanja pokazuje neslaganje s navedenom tezom. Najveći postotak, njih 33,33% izjavilo je da se ne slaže s navedenom tvrdnjom (grafikon 13). Nažalost, druga najbrojnija skupina su oni neutralni kojih je 26,67%, odnosno više od četvrtine ispitanika uzorka.

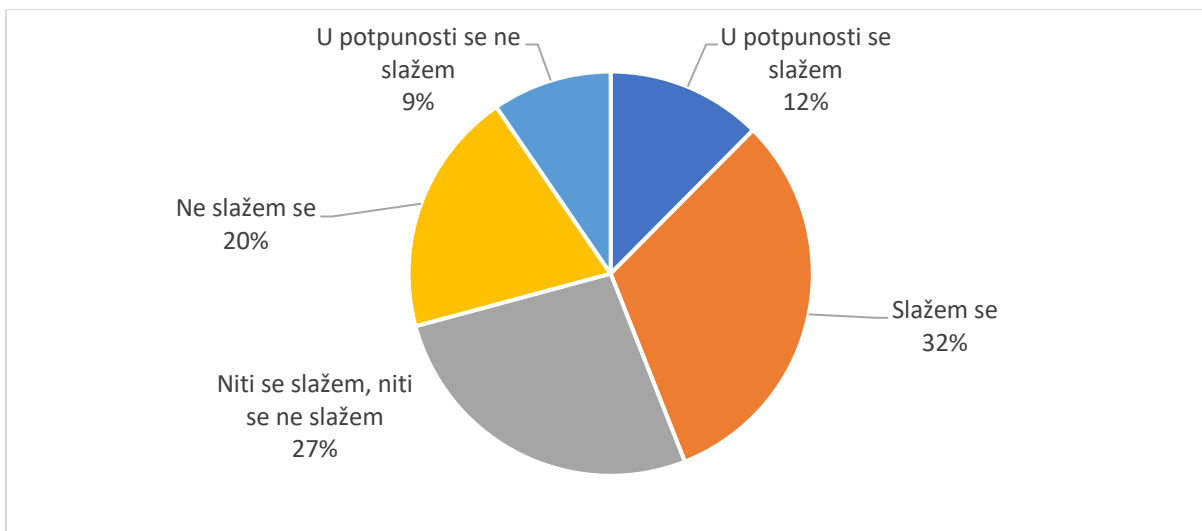
Grafikon 13. Održavanje sportskih događaja često je povezano s kriminalnim radnjama organizatora



Izvor: Izrada autora

Gotovo trećinu (33,43%) ispitanika odgovorilo je da se slaže s tezom da najveću materijalnu korist od organizacije sportskih događaja imaju organizatori što je i najčešći odgovor na ovo pitanje (grafikon 14). Analizirajući podatke i srednje vrijednost od 3,16 saznajemo kako ispitanici anketnog upitnika imaju neutralno mišljenje uzorka s blagom tendencijom prema slaganju.

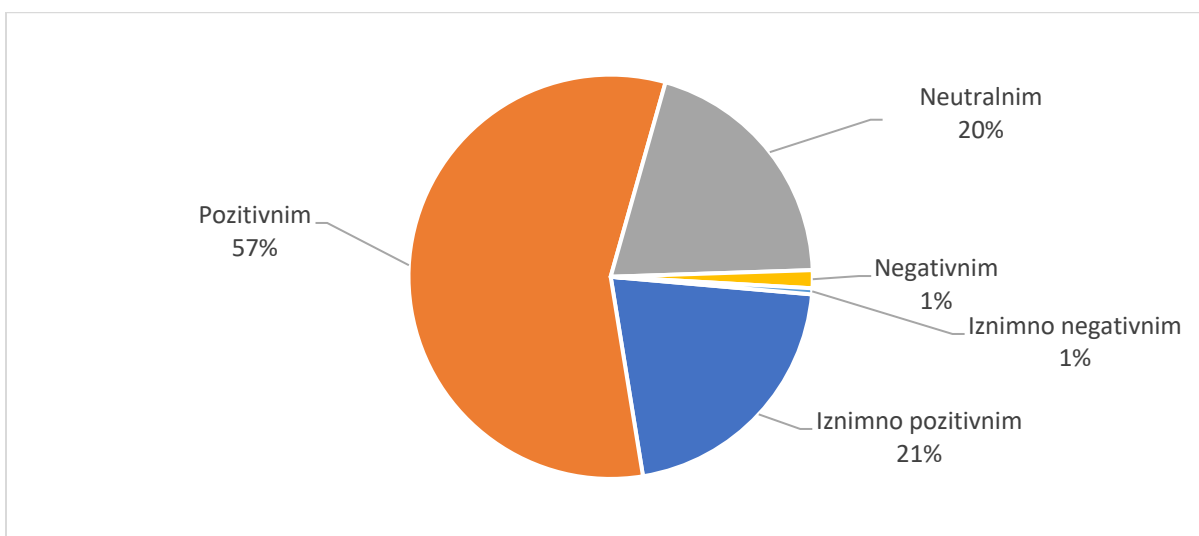
Grafikon 14. Najveću (materijalnu) korist organizacije velikih sportskih manifestacija imaju organizatori



Izvor: Izrada autora

S obzirom da veliki broj ljudi nije upoznat s kreiranom socio-ekonomskom studijom u kojoj je dokazan pozitivan utjecaj utrke na gospodarstvo, u anketnom upitniku je postavljeno i to pitanje. Čak 56,67% ispitanika izjavilo je kako smatra da je utjecaj utrke pozitivan (grafikon 15). Zbog izrazito malo ispitanika s mišljenjem da je utjecaj utrke negativan, srednja vrijednost analize odgovora na ovu tezu iznosi 3,95.

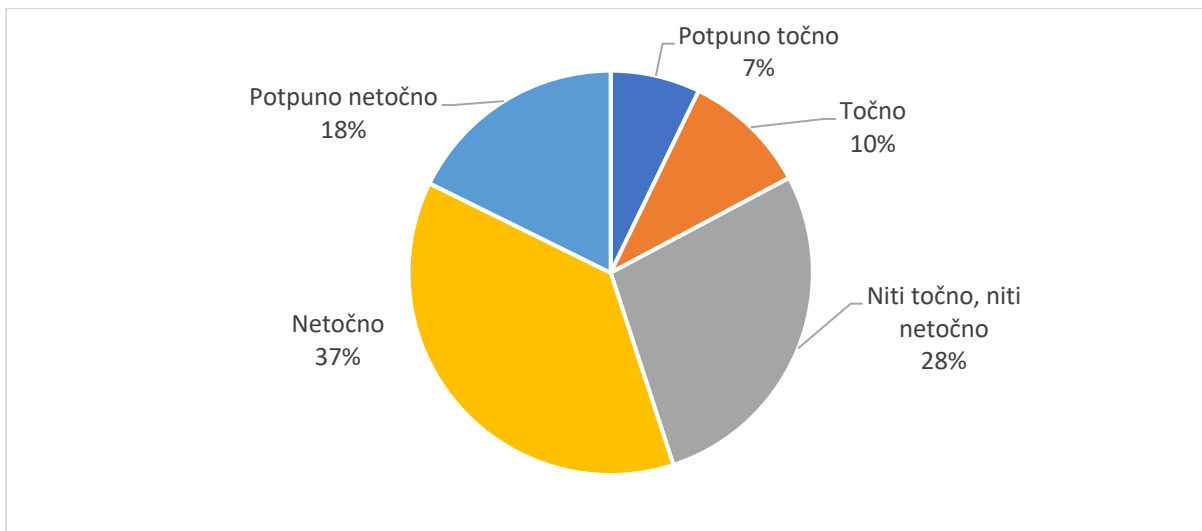
Grafikon 15. Kakvim smatrate utjecaj održavanja WRC Croatia Rallyja na lokalnu ekonomiju



Izvor: Izrada autora

Jesu li plaćanje ulaznice i/ili prevelike cijene istih razlog slabe posjećenosti i koliki je zapravo utjecaj kulture dobivanja besplatnih ulaznice bila je teza zadnjeg pitanja provedenog istraživanja. Najveći postotak ispitanika izjavio je kako je ova tvrdnja u njihovom slučaju netočna, njih 37,14%, iako je velik postotak i onih neutralnih koji su druga najbrojnija skupina u rezultatima ovog pitanja (grafikon 16). Analiziramo li odgovore na ovo pitanje bodovanjem Likertovom skalom, srednja vrijednost iznosi 2,50 što je rubna vrijednost na granici neslaganja s navedenom tezom, ali je ipak prevagnula na stranu neutralnog mišljenja.

Grafikon 16. Na sportska natjecanja odlazim isključivo u slučaju besplatno dobivenih ulaznica ili ako nema naplate ulaza



Izvor: Izrada autora

6. ZAKLJUČAK

Svakodnevnim razvojem industrije sporta ekonomski značaj ove grane gospodarstva postaje sve veći zbog čega rastu potrebe za znanstvenim izučavanjem ekonomike sporta. Kreiranjem *Bijele knjige o sportu* i *Definicije sporta iz Vilniusa* stvoreni su preduvjeti za kvalitetno mjerenje učinaka industrije sporta u sklopu Satelitskog računa sporta. Satelitski račun sporta kao osnovno sredstvo ekonomskih istraživanja omogućava usporediva nacionalna istraživanja koja se provode u Europskoj Uniji. Prema zadnjim podacima satelitskog računa, industrija sporta čini 3,75% bruto dodane vrijednosti gospodarstva Republike Hrvatske, a broj zaposlenih u industriji sporta iznosi 67.145 ljudi.

Velike i mega sportske manifestacije neizostavan su dio industrije sporta, a u modernom dobu i globalne ekonomije. Sportske manifestacije poput Olimpijskih igara i Svjetskog prvenstva u nogometu kreiraju ogromne prihode, ali s druge strane zahtijevaju i velika ulaganja. Iako sportske manifestacije bilježe neprestani rast prihoda baziranih na sponzorstvima, medijskim pravima, ulaznicama i drugim izvorima prihoda, velika ulaganja stvaraju potrebu za miješanim izvorima financiranja. Upravo to je slučaj i u Republici Hrvatskoj gdje se zbog malog tržišta organizatori velikih sportskih manifestacija moraju oslanjati uz privatne sponzore, na pomoć države.

WRC Croatia Rally kao najveća sportska manifestacija od samostalnosti Republike Hrvatske usprkos dokazanoj profitabilnosti za gospodarstvo, svoje financiranje i opstanak također bazira na miješanom financiranju. Budžet od 3 milijuna eura donio je direktan benefit gospodarstvu od 12 milijuna eura koji proizlazi od 310.000 gledatelja, 170.000 noćenja i 105 milijuna eura generirane potrošnje. Javno financiranje utrke Croatia Rally trenutno iznosi milijun eura s čime su organizatori na rubu profitabilnosti i bez većih ulaganja utrka je dugoročno neodrživa. Prema istraživanju provedenom za potrebe završnog rada, 78% ispitanika smatra WRC Croatia Rally pozitivnim za nacionalnu ekonomiju, dok 67% smatra kako bi država trebala povećati ulaganja u velike sportske manifestacije. Croatia Rally je sportska manifestacija koja uz najviši stupanj sportskog natjecanja u Hrvatsku donosi milijune eura koji se generiraju u predsezoni s čime je ova utrka s ekonomskog aspekta potrebna gospodarstvu Republike Hrvatske.

LITERATURA

1. Augustyn, A. (2023) Los Angeles 1984 Olympic Games [Internet] Dostupno na: <https://www.britannica.com/event/Los-Angeles-1984-Olympic-Games> [10.09.2023.]
2. Barcelona Field Studies Center (2004) BARCELONA: from the 1992 Olympic Games to the Universal Forum of Cultures 2004 [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/3PrllRT> [10.09.2023.]
3. Bartoluci, M. (2003), Ekonomika i menadžment sporta, Informator, Zagreb.
4. Bartoluci, M., Škorić, S. (2009), Menadžment u sportu, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.
5. Beech, J., Chadwick, S. (2010), Sportski menadžment, MATE, Zagreb.
6. Domazet, T. (2006), Utjecaj ekonomike sporta na gospodarstvo i razvoj Hrvatske, Hrvatski institut za financije i računovodstvo, Zagreb.
7. Državni ured za reviziju (2015), Financiranja izgradnje i upravljanja sportskim dvoranama, Zagreb.
8. Europska komisija (2007), Bijela knjiga o sportu (White Paper on Sport). COM/2007/0391 final. Dostupno na: <https://bit.ly/3EzTWrE> (pristupljeno 10.09.2023.)
9. Fort, R. (2006), Sports Economics, Pearson College Div, London.
10. Frommer, H. (2011), Remembering the first World Series: Boston Americans vs Pittsburgh Pirates [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/45Ydv98> [10.09.2023.].
11. Getz, D. (1997), Event management and event tourism, Cognizant Communication Corp., New York.
12. Global, (2022), OD '90-IH BEZ NAPRETKA Po investiranju u sport na samom smo dnu Europe [Internet], <raspoloživo na: <https://bit.ly/3Z95zzv> >, [10.09.2023.].
13. Gough, C. (2023), Size of the sports market worldwide in 2022 and 2023, with a forecast for 2027. [Internet], <Dostupno na: <https://bit.ly/3ReLQw8>, [10.09.2023.].
14. Guinness World Records (2023), First televised Olympics [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/3Lvld8Z> [10.09.2023.].
15. Ivić, L. (2022) Utjecaj mega događaja na urbani i regionalni razvoj: Analiza Olimpijskih igara, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek

16. Kesar, O., Ferjanić Hodak, D., Roginić, E. (2022), Socioekonomski utjecaji WRC Rally Croatia 2022 na prostor Središnje Hrvatske, Sveučilište u Zagrebu Ekonomski fakultet, Zagreb.
17. Kleissner, A., Grohall, G. Kokolakis, T., Papić, A. (2020), Satelitski račun sporta za Republiku Hrvatsku [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/3Zb7X8I>
18. Malacko, J., Rađo, I. (2006), Menadžment ljudskih resursa u sportu, Fakultet sporta I tjelesnog odgoja univerziteta u Sarajevu, Sarajevo.
19. Malus, S., (2022), Sport u regiji može biti pokretač golemog ekonomskog rasta. [Internet], <Dostupno na: <https://bit.ly/3ExDF6D> >, [10.09.2023.].
20. Olympics.com (2023), Paris 2024: Already 6.8 million tickets sold for Olympic Games ahead of opening of Paralympic Games ticketing on 9 October [Internet], <Dostupno na: <https://bit.ly/467TMn1> >, [10.09.2023.].
21. Siddiqui, A. (2022), How the football world cup finally came about in 1930 [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/3EHctNY> [10.09.2023.]
22. Škaro, D., (2021), Management Olimpijskih igara, MATE, Zagreb.
23. Škaro, D., Stipetić, V. (2016), Sport u vremenu globalizacije, Visoko učilište Effectus, Zagreb.
24. Sloane, Peter (2006), Rottenberg and the Economics of Sport after 50 Years: An Evaluation, University of Wales, Swansea; Institute for the Study of Labor. [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/3rbgR9N> [10.09.2023.].
25. SpEA, SIRC (2012), Study on the Contribution of Sport to Economic Growth and Employment in the EU. [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/45GbiWa> [10.09.2023.].
26. SpEA, SIRC (2018), Study on the Economic Impact of Sport through Sport Satellite Accounts. European Commission. Dostupno na: <https://doi.org/10.2766/156532>.
27. SpEA, SIRC, HAN (2016), Study on national Sport Satellite Accounts (SSAs) in the EU, Study on behalf of the European Commission, DG EAC [Internet] Dostupno na: <https://bit.ly/3Pxx2iB> (pristupljeno 10.09.2023.)
28. Tikkanen, A. (2023) Automobile racing [Internet] Dostupno na: <https://www.britannica.com/sports/automobile-racing> [10.09.2023.]
29. Zagrebački Holding (2012), Povijest – Arena Zagreb [Internet], <Dostupno na: <https://bit.ly/3RgLSNY> [10.09.2023.].

30. Zimbalist, C. (2015), *Circus Maximus: The Economic Gamble Behind Hosting the Olympics and the World cup*, Brookings Institution Press, Washington.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Temeljna definicija sporta iz Vilniusa s primjerima.....	6
Tablica 2. Proširena Input-Output tablica za EU-27 područje.....	9
Tablica 3. Primjer multiregionalne input-output tablice sporta	10
Tablica 4. BDV u sportu u usporedbi sa sektorima sličnih veličina	15
Tablica 5. Zaposlenost u sportu u usporedbi sa sektorima slične veličine.....	15
Tablica 6. Ekonomske koristi mega sportskih događaja.....	19
Tablica 7. Troškovi organizacije Olimpijskih igara.....	20
Tablica 8. Prihodi od emitiranja Olimpijskih igara.....	20
Tablica 9. Broj gledatelja na lokacijama utrke WRC Croatia Rally 2022	24
Tablica 10. Razlozi posjeta destinaciji utrke WRC Croatia Rally 2022	26

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Ukupni ekonomski učinci utrke WRC Croatia Rally 2022.	25
Grafikon 2. Oblik smještaja gledatelja utrke WRC Croatia Rally 2022.....	27
Grafikon 3. Noćenja turista u komercijalnim objektima	28
Grafikon 4. Spol ispitanika ankete.....	30
Grafikon 5. Dob ispitanika ankete	30
Grafikon 6. Koliko ste upoznati s održavanjem sportskih događaja u Vašem gradu/državi.....	31
Grafikon 7. Održavanje sportskih manifestacija ima pozitivan utjecaj na gospodarstvo	32
Grafikon 8. Država treba ulagati više novca u sportske objekte i infrastrukturu	32
Grafikon 9. Vlada treba povećati ulaganja u sponzoriranje sportskih natjecanja.....	33
Grafikon 10. Tijela lokalne i područne samouprave trebaju povećati ulaganja u sponzoriranje sportskih natjecanja na njihovom području	34
Grafikon 11. Javno financiranje WRC Croatia Rallyja je opravdano.....	34
Grafikon 12. Država bi u cijelosti trebala financirati WRC Croatia Rally s obzirom na dokazanu gospodarsku profitabilnost.....	35
Grafikon 13. Održavanje sportskih događaja često je povezano s kriminalnim radnjama organizatora.....	36
Grafikon 14. Najveću (materijalnu) korist organizacije velikih sportskih manifestacija imaju organizatori	36
Grafikon 15. Kakvim smatrate utjecaj održavanja WRC Croatia Rallyja na lokalnu ekonomiju	37
Grafikon 16. Na sportska natjecanja odlazim isključivo u slučaju besplatno dobivenih ulaznica ili ako nema naplate ulaza	38