

FINANSIRANJE SPORTSKIH KLUBOVA U TUZLANSKOM KANTONU

FUNDING OF SPORTS CLUBS IN TUZLA CANTON

Damir Ahmić¹, Dževad Džibrić², Lidija Miletić³, Alija Biberović⁴,

Fakultet za tjelesni odgoj i sport, Univerzitet u Tuzli, BiH^{1,2,4}

Visoka strukovna škola za poduzetništvo, Beograd³

Sažetak: Kako se klubovi finansiraju u Tuzlanskom kantonu, dobili smo analizirajući 73 kluba koji postoje u okviru strukovnog saveza i 22 kluba koji nemaju strukovni savez. U radu je uzet upitnik od osam pitanja i odgovore smo dobili u procentima.

Za obradu podataka korištena je deskriptivna i komparativna statistika. Na osnovu ove analize rada, došli smo do zaključaka i to: 62.1% i više se ne finansira iz prihoda ostvarenih od ulaznica i sl, da 95.8% i više se klubovi ne finansiraju od transfera sportista, da se 94.7% i više klubova ne finansira od igre na sreću, da se 96.1% i više klubova ne finansira od sopstvenog biznisa, da se 26.3% klubova ne finansira od sponzora a ostali postotak se klubovi finansiraju različito u procentima, kao npr 13.7% ispitanika od dvadeset i trideset posto finansiranja itd, vidi se da 56.8% i više klubova se ne finansira od marketinga a 14.7% se finansira od dvadeset posto, čak 93.7% i više klubova se ne finansira od zakupnine prostora, da se klubovi ne finansiraju iz drugih izvora u 28.4% i više slučajeva. Ovdje vidimo da je najveći procenat finansiranja dolazi od sponzora ali u malim procentima. Vidi se da klubovi zavise od sponzora koji su zastupljeni u velikom broju ali u malim procentima ulaganja. Iz ovog vidimo da je finansijsko stanje u klubovima vrlo loše, što je i dobar pokazatelj rezultata sportskih klubova

Ključne riječi: sportski klubovi, finansiranje, sportske organizacije, marketing

Summary: The way of financing centers in Tuzla Canton, we got by analyzing the 73 clubs that exist within the professional associations and 22 clubs who do not have a Trade Union. The paper is taken from a questionnaire of eight questions and answers we get a percentage. Data were processed using descriptive and comparative statistics. On the basis of this analysis, we come to conclusions as follows: 62.1% and was not funded from revenue generated from ticket sales, etc., to 95.8% and more clubs are financed by transfers of athletes, to 94.7% and more clubs are not funded of games of chance, to 96.1% and more clubs are not funded from their own businesses, to 26.3% of clubs are not funded by other sponsors and the percentage of the clubs are financed differently in percentages, such as 13.7% of respondents from twenty and thirty percent of funding, etc., shows that 56.8% or more clubs are not funded from the marketing and 14.7% is financed by twenty percent, even 93.7% or more clubs are not funded from the lease of space, the centers are not funded from other sources in 28.4% more cases. Here we see that the highest percentage of funding comes from sponsors, but in small clubs procentima. We can see that clubs depend on the sponsors that are present in large numbers but in small percentages of investment. From this we see that the financial situation the club is very bad, which is a good indicator of the results of sports clubs.

Keywords: sports clubs, finance, sports organizations, marketing

UVOD

Uvijek se zapitamo kakvi su nam rezultati klubova na domaćoj i inostranoj sceni a nikad ne postavimo pitanje kako se oni finansiraju odnosno ko ih finansira? Jer kad pogledamo društvo oko nas i situaciju, vidimo da rezultati ne odudaraju puno od društva i ekonomske situacije. Zbog toga je osnovni cilj ovog istraživanja vidjeti kako se klubovi finansiraju i kako opstaju. Što znači da Menadžment u sportu, kao naučna disciplina, privlači sve veću pažnju i zainteresovao je mnoge pojedince koji rade u obrazovanju, kao i one koji stečena znanja implementiraju u praksi. Eminentni stručnjaci i istraživači iz ove oblasti smatraju da postojeća baza znanja o menadžmentu u sportu mora daleko više biti oslonjena na kvalitetne naučno-istraživačke studije, jer će u suprotnom ostati bez neophodnih teoretskih osnova. Time bi se prevazišla postojeća nekonzistentnost u razvoju nastavno–naučnih planova i programa studija, kao i neefektivnost programa koji ne mogu da odgovore na zahtjeve, potrebe i pitanja nadležnosti menadžera u specifičnim poslovnim situacijama.

U SAD, kao zemlji sa najrazvijenijom sportskom industrijom 1985. godine je zabilježeno preko 50 programa za osnovne studije i oko 40 programa za poslijediplomske studije u sportu. Već 1996. godine, ukupan broj programa iz menadžmenta u sportu je, samo u SAD iznosio preko 200. Posebno cijenjeni programi menadžmenta u sportu se izučavaju na Univerzitetima u Švajcarskoj, V.Britaniji i Španiji. Zbog toga je potrebno izučavati sve vrste problema, kako bi se znali s njima boriti i šta dalje činiti. Svi znamo, kakve su nam finansije u klubovima, rezultati su približni. Prema tome osnovni cilj ovog istraživanja je vidjeti kako se klubovi finansiraju i kako opstaju.

MATERIJAL I METODE RADA

U radu je obuhvaćeno 95 klubova na području Tuzlanskog kantona, od toga 73 kluba koji imaju sportski savez i 22 koji nemaju saveza. Ispitivani su klubovi po reprezentativnoj selekciji. Za obradu podataka korištena je deskriptivna i komparativna statistika.

Varijable koje su korištene je upitnik sastavljen od osam pitanji i to:

Kako se klub finansira (u procentima)?

- 1) Iz prihoda ostvarenih od sportskih organizacija (ulaznice i sl)
- 2) Od transfera sportista
- 3) Od igara na sreću- neto
- 4) Od sopstvenog biznisa- neto
- 5) Od sponzora
- 6) Od marketinga
- 7) Od zakupa poslovnog prostora
- 8) Iz drugih izvora (i kojih)

REZULTATI I DISKUSIJA

Na osnovu uzetih podataka i obrađenih podataka, dobili smo rezultate koji nam pokazuju kako se klubovi finansiraju. Ti rezultati su prikazani u sljedećim tabelama:

Kako se klub finansira u procent - Iz prihoda ostvarenih od sportskih organizacija (ulaznice i sl.)

Tabela 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
.00	59	62.1	62.1	62.1
5.00	5	5.3	5.3	67.4
Valid 7.00	1	1.1	1.1	68.4
7.40	1	1.1	1.1	69.5
10.00	6	6.3	6.3	75.8
15.00	1	1.1	1.1	76.8
20.00	3	3.2	3.2	80.0
25.00	1	1.1	1.1	81.1
30.00	2	2.1	2.1	83.2
40.00	2	2.1	2.1	85.3
45.00	1	1.1	1.1	86.3
50.00	1	1.1	1.1	87.4
60.00	2	2.1	2.1	89.5
70.00	1	1.1	1.1	90.5
80.00	1	1.1	1.1	91.6
85.00	1	1.1	1.1	92.6
90.00	2	2.1	2.1	94.7
100.00	5	5.3	5.3	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Iz tabele 1 se vidi da većina klubova, čak 62.1% nema odgovora što znači da se većina ne finansira iz prihoda ostvarenih od sportskih organizacija (ulaznice i sl)

Kako se klub finansira u procent - Od transfera sportista

Tabela 2.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
.00	91	95.8	95.8	95.8
5.20	1	1.1	1.1	96.8
Valid 10.00	2	2.1	2.1	98.9
18.00	1	1.1	1.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

U tabeli 2 vidi se da 95.8% nema odgovora što znači da se većina klubova ne finansira od transfera sportista.

Kako se klub finansira u procent - Od igre na sreću – neto

Tabela 3.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	90	94.7	94.7	94.7
	10.00	1	1.1	1.1	95.8
	15.00	1	1.1	1.1	96.8
	20.00	2	2.1	2.1	98.9
	25.50	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

U tabeli 3 vidi se da 94.7% nema odgovora, što znači da većina klubova se ne finansira od igre na sreću.

Kako se klub finansira u procent - Od sopstvenog biznisa- neto

Tabela 4.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	87	91.6	91.6	91.6
	10.00	3	3.2	3.2	94.7
	12.00	1	1.1	1.1	95.8
	12.20	1	1.1	1.1	96.8
	20.00	1	1.1	1.1	97.9
	23.00	1	1.1	1.1	98.9
	40.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

U tabeli 4 vidi se da 96.1% klubova nema odgovor, što znači da se većina ne finansira od sopstvenog biznisa

Kako se klub finansira u procent - Od sponzora

Tabela 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	25	26.3	26.3	26.3
	2.14	1	1.1	1.1	27.4
	3.00	1	1.1	1.1	28.4
	7.00	1	1.1	1.1	29.5
	8.50	1	1.1	1.1	30.5
	10.00	8	8.4	8.4	38.9
	15.00	3	3.2	3.2	42.1
	20.00	13	13.7	13.7	55.8
	25.00	2	2.1	2.1	57.9
	30.00	13	13.7	13.7	71.6
	40.00	2	2.1	2.1	73.7
	50.00	5	5.3	5.3	78.9
	60.00	3	3.2	3.2	82.1
	70.00	5	5.3	5.3	87.4
	80.00	9	9.5	9.5	96.8
	90.00	2	2.1	2.1	98.9
	100.00	1	1.1	1.1	100.0

U tabeli 5 se vidi da 26.3% nema odgovor, što znači da većina se ne finansira od sponzora a ostali postotak se klubovi finansiraju, različito u procentima. Kao npr: 13.7% ispitanika od dvadeset i trideset posto finansiranja itd....

Kako se klub finansira u procent - Od marketinga

Tabela 6.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	54	56.8	56.8	56.8
	5.00	1	1.1	1.1	57.9
	10.00	10	10.5	10.5	68.4
	15.00	3	3.2	3.2	71.6
	20.00	14	14.7	14.7	86.3
	22.70	1	1.1	1.1	87.4
	25.00	1	1.1	1.1	88.4
	29.50	1	1.1	1.1	89.5
	30.00	6	6.3	6.3	95.8
	35.00	1	1.1	1.1	96.8
	40.00	2	2.1	2.1	98.9
	50.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

U tabeli 6 vidi se da 56.8% klubova nema odgovor, što znači da se većina ne finansira od marketinga a 14.7% se finansira od dvadeset posto.

Kako se klub finansira u procent - Od zakupa poslovnog prostora

Tabela 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	89	93.7	93.7	93.7
	.50	1	1.1	1.1	94.7
	1.70	1	1.1	1.1	95.8
	12.00	1	1.1	1.1	96.8
	25.00	1	1.1	1.1	97.9
	30.00	1	1.1	1.1	98.9
	75.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

U tabeli 7 vidi se da većina klubova, čak 93.7% nema odgovore, što znači da se većina ne finansira od zakupnine prostora

Kako se klub finansira u procent - iz drugih izvora

Tabela 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
.00	27	28.4	28.4	28.4
3.00	1	1.1	1.1	29.5
Valid 7.00	1	1.1	1.1	30.5
10.00	4	4.2	4.2	34.7
14.50	1	1.1	1.1	35.8
15.00	1	1.1	1.1	36.8
20.00	10	10.5	10.5	47.4
25.00	3	3.2	3.2	50.5
30.00	7	7.4	7.4	57.9
33.60	1	1.1	1.1	58.9
35.00	1	1.1	1.1	60.0
40.00	5	5.3	5.3	65.3
50.00	8	8.4	8.4	73.7
51.00	1	1.1	1.1	74.7
60.00	6	6.3	6.3	81.1
65.00	3	3.2	3.2	84.2
70.00	3	3.2	3.2	87.4
80.00	2	2.1	2.1	89.5
90.00	2	2.1	2.1	91.6
100.00	8	8.4	8.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

U tabeli 8 se vidi da klubovi u 28.4% slučajeva nemaju odgovore, što znači da se ne finansiraju iz drugih izvora.

ZAKLUČAK

Na osnovu ove analize ovog rada, došli smo do zaključka da: 62.1% i više se ne finansira iz prihoda ostvarenih od ulaznica i sl, da 95.8% i više se klubovi ne finansiraju od transfera sportista, da se 94.7% i više klubova ne finansira od igre na sreću, da se 96.1% i više klubova ne finansira od sopstvenog biznisa, da se 26.3% klubova ne finansira od sponzora a ostali postotak se klubovi finansiraju različito u procentima, kao npr 13.7% ispitanika od dvadeset i trideset posto finansiranja itd, vidi se da 56.8% i više klubova se ne finansira od marketinga a 14.7% se finansira od dvadeset posto, čak 93.7% i više klubova se ne finansira od zakupnine prostora, da se klubovi ne finansiraju iz drugih izvora u 28.4% i više slučajeva. Ovdje vidimo da je najveći procenat finansiranja dolazi od sponzora ali u malim procentima. Vidi se da klubovi zavise od sponzora koji su zastupljeni u velikom broju ali u malim procentima ulaganja. Iz ovog vidimo da je finansijsko stanje u klubovima vrlo loše, što je i dobar pokazatelj rezultata sportskih klubova

LITERATURA:

1. Bartoluci, M., Z. Lovrić (1991): Osnove i mogućnosti poduzetništva u sportu. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu, «Mentorex».
2. Biberović, A; Ahmić.D. (2008): Menadžment u sportu. Fakultet za tjelesni odgoj i sport, OFF- set, Tuzla.
3. Kastratović, E. (2004): Osnove menadžmenta sa menadžmentom u sportu, Institut MSP, Beograd.
4. Martinović, S., Nićin, B. (1995): «Menadžment danas», Ulixes, Novi Sad.
5. Mašić, B.(2001).: Strategijski menadžment. Fakultet za menadžment « Braća Karić », Beograd.
6. Vučinić, D. (2002).: Finansijski menadžment. Contact line, Beograd.