

Globalizacija sporta

Galović, Antonio

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:852625>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Ekonomska politika i regionalni razvitak

Antonio Galović

GLOBALIZACIJA SPORTA

Završni rad

Osijek, 2020.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Ekonomska politika i regionalni razvitak

Antonio Galović

GLOBALIZACIJA SPORTA

Završni rad

Kolegij: Globalizacija i globalna ekonomija

JMBAG: 0010221815

e-mail: agalovic@efos.hr

Mentor: Prof.dr.sc Ivana Barković Bojanić

Osijek, 2020.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study Economic Policy and Regional development

Antonio Galović


GLOBALIZATION OF SPORT

Final paper

Osijek, 2020.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni
(navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Antonio Galović

JMBAG: 0010221815

OIB: 69459006647

e-mail za kontakt: antonio.galovic@gmail.com

Naziv studija: Ekonomska politika i regionalni razvitak

Naslov rada: Globalizacija sporta

Mentor/mentorica diplomskog rada: Ptof.dr.sc. Ivana Barković Bojanić

U Osijeku, _____23.09.2020._____ godine

Potpis _____*AGalović*_____

SAŽETAK

Postoji jaka veza između globalizacije i sporta, posebice u vrijeme informacijsko-tehnološke revolucije i digitalizacije. Od Olimpijskih igara pa sve do velikih sportskih događaja, globalizacija je učinila sport velikom industrijom te je potaknula veliki interes za praćenjem i organiziranjem sportskih događaja na globalnoj razini. Globalizacija mijenja i sam sport na način da utječe na pravila igre, na način treniranja i praćenja rezultata pa i do samih tehničkih izvedbi na terenu.

Svrha je ovog rada istražiti utjecaj globalizacije na sport. Taj utjecaj je višestruk, a dotiče pitanja ekonomije, marketinga, organizacije, politike, kulture i ostaloga. U ovom radu izdvojili smo dva primjera globalizacije sporta. Prvi je širenje (sportske) kulture putem sporta što je prikazano na slučaju američkog nogometa i njegove sve veće popularnosti u Europi. Drugi primjer se tiče utjecaja globalizacije na povećanje zarada i vrijednosti sportaša i najvećih sportskih klubova.

Ključne riječi: globalizacija, sport, vrijednost sportskih klubova

ABSTRACT

There is a strong link between globalization and sport, especially at a time of information technology revolution and digitalization. From the Olympic Games to major sporting events, globalization has made sport a major industry and has fueled great interest in monitoring and organizing sporting events globally. Globalization is changing the sport itself in a way that affects the rules of the game, the way of training and monitoring the results and even the technical performances on the field.

The purpose of this paper is to investigate the impact of globalization on sport. This impact is multiple, and touches on issues of economics, marketing, organization, politics, culture and more. In this paper, we have singled out two examples of the globalization of sport. The first is the spread of (sports) culture through sports, which is shown using the case of American football and its growing popularity in Europe. Another example concerns the impact of globalization on increasing the earnings and value of athletes and major sports clubs.

Keywords: globalization, sport, value of sports clubs

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Fenomen globalizacije.....	2
2.1. Pojam globalizacije	2
2.2. Prednosti i nedostaci globalizacije	4
2.3. Mjerenje globalizacije	5
2.4. Tri smjera teorije globalizacije.....	7
3. Globalizacija i sport	9
3.1. Američki nogomet.....	10
3.2. Posjećenost sportskih događaja	11
3.3. Vrijednost sporta	11
3.4. Vrijednost sportskih klubova	14
3.5. Zarada sportaša.....	17
4. Rasprava	21
5. Zaključak.....	22
Literatura	23
Popis tablica	24

1. Uvod

U ovom radu analizirat će se pojam globalizacije i njezine povezanosti i utjecaj na sport. Brojna istraživanja su ukazala da je globalizacija sve popularnija i prisutnija, te ušla u gotovo svaki kutak čovjekova života. Globalizacija kao proces spajanja svijeta u jedno društvo, za sobom povlači i sportove tog društva u jedan globalni sport. Sport je na tragu globalizacije i sve je prisutniji u svakodnevnicima čovjeka, on je društveni fenomen koji ima prste u različitim sferama ljudskog života.

Škaro i Stipetić (2016) u svojoj knjizi „Sport u vrijeme globalizacije“ zanimljivo opisuju put sporta od fizičke aktivnosti do jedne velike gospodarske djelatnosti uz pomoć globalizacije. Naime, globalizacija je od sporta kao fizičke aktivnosti, preko Olimpijskih igara napravila snažnu gospodarski djelatnost i razvila profesionalne sportaše. Jedan poseban aspekt utjecaja globalizacije na sport je gledanost samog sporta, bilo preko TV ekrana ili uživo.

Svrha je ovog rada prikazati utjecaj globalizacije na sport. Ciljevi rada su višestruki: raspraviti o globalizaciji kao fenomenu; prikazati širenje utjecaja na sport kroz primjer širenja američkog sporta i kulture na ostatak svijeta; prikazati kako se globalizacija odražava na gledanost sporta kao i zaradu klubova i samih igrača koja je pod utjecajem globalizacije poprimila ozbilje razmjere. Glavna hipoteza ovog rada jest kako postoji pozitivna veza između globalizacije i sporta koja se posebno odražava na širenje sporta i povećanu gledanost, a s time se povećava zarada i vrijednost sportskih klubova.

U radu se koriste opće znanstvene metode poput indukcije, dedukcije, analize i sinteze, metoda kompilacije i komparacije. Podaci su prikupljeni iz sekundarnih izvora.

U ovom radu korišteni su pretežito novinski i internetski članci sa sportskih portala i organizacija pošto sadrže informacije i vijesti koje najbliže pojašnjuju i oslikavaju srž onoga što se u radu htjelo prikazati i obrazložiti. Korištena je i stručna literatura (knjige, znanstveni radovi) mnogih autora koji su se bavili ili se bave ovim područjem, kako bi se što bolje pojasnili i izložili neki stručni pojmovi i činjenice.

2. Fenomen globalizacije

Globalizacija je postala popularnim konceptom u društvenim znanostima, ključnim naputkom gurua menadžmenta i privlačnom parolom novinara i svakovrsnih političara. Živimo u razdoblju u kojem veći dio društvenog života određen globalnim procesima, a nacionalne kulture, gospodarstva i granice nestaju. Središnja je za ovo ideja brzog procesa gospodarske globalizacije. Smatra se da se javilo ili se javlja uistinu globalno gospodarstvo u kojem su odvojena nacionalna gospodarstva i stoga unutarnje strategije nacionalnog upravljanja gospodarstvom sve više ne vrijede. (Hirst i Thompspon 2001: 11).

2.1. Pojam globalizacije

Postoje mnoge definicije globalizacije. U ekonomskom leksikonu (1995: 139) globalizacija je opisana kao proces koji je doveo do stvaranja globalnog tržišta zahvaljujući brzom razvitku transporta, tehnologija i komunikacija. To globalno tržište podrazumijeva slobodan protok robe, ljudi i kapitala, danas sve više i informacija. Rezultat toga je ekonomija razmjera koja sam postaje sve globalnija, a konkurencija više ne poznaje granice te se slobodno širi na sve strane svijeta. Svi oni koji ne vide globalno tržište ne mogu ravnopravno sudjelovati u globalnoj tržišnoj utakmici.

Globalizacija mnogi, primjerice Scholte (2000: 15-16), smatraju vesternizacijom, amerikanizacijom ili pozapadnjem. Odnosno globalizacija je proces što ga uzrokuje djelovanje svjetskog sustava te uspostavljanja, u svjetskim razmjerima, gospodarske, političke, kulturne, ekološke i informacijske djelatnosti i globalne međusobne povezanosti društava. Globalizacija je također transnacionalno djelovanje. Pod pojmom globalizacija misli se na transnacionalna djelovanja na, događaje, prostor, slike, pokrete i „dijalektiku” globalno-lokalno, čime se stvara glocalno. Globalizacija je produbljena internacionalizacija koja se odvija preko proizvodnje, razmjene, komuniciranja, političkog odlučivanja i upravljanja kompanijama i društvima, određuje okvire sustavnih promjena u pojedinim društvima i zemljama. Globalizacija je proces prema sustavu ljudske zajednice odnosno globalizacija je proces zbližavanja pojedinaca, država i regija u integralni sustav ljudske zajednice.

Prema Tureku (1999) globalizacija predstavlja socijalni proces koji teži sveobuhvatnosti i jedinstvenosti svijeta, dok Giddens (1999) smatra kako je globalizacija osnaženje i intenziviranje društvenih odnosa na globalnoj razini, a što posljedično dovodi do povezivanja geografski najudaljenijih područja. U ovom procesu neka lokalna dešavanja izazvana su događajima koji su se zbili kilometrima daleko.

Globalizacija ima mnogih varijacija – politička, ekološka, migracijska i sl. Spomenut ćemo tek neke. Politička globalizacija znači jačanje uloge globalne demokracije, transnacionalnih političkih institucija i mreže nacionalnih i transnacionalnih nevladinih organizacija te transformaciju funkcioniranja nacija-država, u kojoj nestaje stroge granice između unutarnje i vanjske politike. Nacije-države u takvim se okolnostima transformiraju, prenoseći dio suvereniteta na supra-nacionalne ustanove (primjer EU-a), živeći u novom obliku umrežene globalne međuovisnosti.

To ne znači „kraj nacija-država” u neoliberalnom žargonu ili „odumiranje” u marksističkome. Neke će se uloge suziti, a neke proširiti. Prema tome: „Nacije zadržavaju i u predvidivoj će budućnosti zadržati vladinu ekonomsku i kulturnu moć nad građanima i vanjskim odnosima. Nacije države će u procesu globalizacije egzistirati preko "transnacionalnih posrednika". Prema tome, globalizacija označava procese nakon kojih će nacionalne države i njihov suverenitet biti poprijeko povezani putem transnacionalnih posrednika, te će tako njihove prilike za vlašću, njihova orijentacija, identiteti i mreže biti obuzdani” (Milardović, 2002: 94).

Prema Srići (2000: 149) globalizacija stavlja naglasak na sile zajedništva svjetskog tržišta, podupire prisutnost multinacionalnih korporacija svuda u svijetu te dovodi do sveopće medijske integracije.

2.2. Prednosti i nedostaci globalizacije

Kao i svaki drugi fenomen globalizacija ima svojih prednosti i nedostataka. Još uvijek se vode bitke u znanstvenim i političkim krugovima što će prevagnuti u određenom trenutku. Tablica 1. sažeto prikazuje što globalizacija donosi dobrog s jedne strane i koje su njezine potencijalne opasnosti s druge.

Tablica 1. Prednosti i nedostaci globalizacije

Prednosti globalizacije	Nedostaci globalizacije
<ul style="list-style-type: none">• Nova i veća tržišta	<ul style="list-style-type: none">• Novi konkurenti
<ul style="list-style-type: none">• Nove mogućnosti ulaganja	<ul style="list-style-type: none">• Nova tržišta, odnosno uvjeti poslovanja (zakonodavni, politički, ekonomski, kulturalni, tehnološki itd.)
<ul style="list-style-type: none">• Pristup novim tehnologijama, novim tržištima rada, kapitala, sirovina i sl.	<ul style="list-style-type: none">• Kompleksnost poslovanja i nepredvidive promjene
<ul style="list-style-type: none">• Veća produktivnost i organizacijska uspješnost, što dovodi do ekonomskog rasta i napretka, odnosno do višeg životnog standarda	<ul style="list-style-type: none">• Veliki logistički problemi
<ul style="list-style-type: none">• Iskorištavanje ekonomije obujma	<ul style="list-style-type: none">• Nema univerzalnih menadžerskih praksi i pristupa (upravljanje organizacijama i ljudima potrebno je prilagoditi specifičnim čimbenicima iz okruženja)

Izvor: preuzeto iz Vučetić i Balaško (2013)

Globalizacija kao proces proizvodi različite posljedice koje utječu na gospodarstvo, politiku, posebice naciju-državu, informacije i okoliš. Postoje tri ključne posljedice globalizacije: način na koji procesi - ekonomske, političke, pravne i vojne međupovezanosti - odozgo mijenjaju prirodu suverene države; način na koji lokalni i regionalni nacionalizmi nagrizaju naciju-

državu; način na koji globalna međupovezanost stvara lanac uzajamno uvjetovanih i političkih odluka i rezultata među državama i njihovim građanima, što mijenja prirodu i dinamiku samih nacionalnih političkih sustava.

Iako mnogi kritičari globalizacije su u pravu kada tvrde kako globalizacija predstavlja, između ostaloga, nametanje određenog skupa vrijednosti ili načina ponašanja, Stiglitz (2007) daje priliku globalizaciji kao procesu koji ne mora biti nužno loš za okoliš, nejednakost, kulturnu raznolikost i sl. Naime, valja podsjetiti kako je upravo globalizacija, ako se njome dobro upravlja, donijela i kositi kao u slučaju velikog dijela Istočne Azije (Stiglitz, 2007: 15). Ključ minimiziranje negativnih posljedica globalizacije leži u rukama onih kojima se povjerava ključne aspekte odlučivanja vezanim uz globalizaciju. O tome možda najbolje govori T. Friedman u svojoj knjizi „Lexus i maslima“ kada tvrdi kao je globalizacija poput vatre – ukoliko se vatrom zna upravljati postoje velike koristi; u suprotnom vatra opeče u najblažem slučaju ili sprži u najgorem (Friedman, 2003).

2.3. Mjerenje globalizacije

Mjerenje globalizacije može svesti na mjerenje dviju osnovnih skupina svojstava: stupanj globalizacije i rezultat globalizacije.

Stupanj globalizacije moguće je iskazati na temelju broja subjekata koji djeluju, komuniciraju ili izvode određenu poslovnu aktivnost na određenom području tj. udaljenosti. Udaljenost između dvaju subjekata ne iskazuje se nužno u jedinicama dužine, već je bolje udaljenost opisati u relativnim kategorijama: lokalno, regionalno ili globalno jer nekoliko stotina kilometara se u Europi može smatrati regionalnom udaljenošću, dok se ta ista udaljenost u Americi može smatrati lokalnom udaljenošću. K tome, nekoliko tisuća kilometara u Europi smatra se globalnom udaljenošću, dok je ta ista udaljenost u Rusiji regionalnoga karaktera. Korištenjem relativnih vrijednosti moguće je dobiti ujednačenije veličine, bez obzira na stvarnu udaljenost.

Stoga Schlamberger predlaže sljedeću podjelu udaljenosti: kao lokalne udaljenosti moguće je smatrati djelovanja koje ne prelaze državne granice, regionalna djelovanja bila bi ona koje se realiziraju na međudržavnoj razini, ali ne prelaze granice kontinenata, dok bi globalna djelovanja bila na razini kontinenata.

Drugi bitan segment kod mjerenja globalizacije predstavlja rezultat globalizacije. Rezultat globalizacije vrlo je širok pojam te ga je teško definirati i izmjeriti. Kako bi se lakše izmjerio, moguće ga je vezati uz rezultat poslovanja ako je definiran i mjerljiv. Postoje područja u kojima rezultat globalizacije nije lako odrediti, primjerice kultura.

Tablica 2. Schlambergerov pokazatelj globalizacije

Odjel	Sadržaj	Predmet
Rad	Radna snaga	Migracije, outsourcing
Energija	Energenti	Razmjena, uvoz, izvoz
Financije	Sredstva	Transakcije
Kultura	Umjetnost po vrsti umjetnika	Radovi po vrsti
Školstvo	Studiji po programima	Studenti
Industrija	Aktivnosti po vrsti	Sirovine, proizvodnja, dobra, usluge
Sport	Discipline po vrsti	Sportaši
Stanovništvo	Narodi	Migracije
Zdravstvo	Pacijenta, zdravstveno osoblje	Dijagnosticiranje, liječenje, oporavak
Obrana	Oružane snage	Uključenost na stranim područjima

Izvor: Schlamberger (2004: 7)

Postavljanjem pojedinih elemenata globalizacije na osi polarnog dijagrama vrlo lako je moguće uočiti globaliziranosti pojedine države te učiniti lakšu usporedbu s globaliziranošću drugih država. Schlambergerov pokazatelj globalizacije ne predstavlja određeni broj odnosno indeks na temelju kojega bi se radila usporedba globaliziranosti, već predlaže usporedbu nekih pokazatelja globalizacije na polarnom dijagramu kako bi se dobio usporedivi prikaz.

2.4. Tri smjera teorije globalizacije

Postoje tri osnovna smjera teorije globalizacije (Held i McGrew; 2003: 19):

- a) hiperglobalisti
- b) transformacionalisti
- c) skeptici

Hiperglobalisti vjeruju da značaj nacionalnih gospodarstava postaje sve manji s obzirom na pokretljivost kapitala, multinacionalne kompanije i gospodarsku isprepletenost. Zbog smanjenja političkih ograničenja i olakšavanja premještanja kapitala te tehnoloških promjena u vidu automatizacije financijskih transakcija, veliki iznosi novca transferiraju se gotovo odmah. Mnoge tvrtke odlučuju prijeći nacionalne granice i postati multinacionalne. Hiperglobalisti proces globalizacije vide kao legitimni i neobuzdavani povijesni proces koji je vodio do tržišno temeljenoga svjetskog poretka. Globalizacija predstavlja potpuno novi smjer razvoja čovječanstva, koji se smatra progresivnim i velikim dijelom društveno poželjnim.

Drugom valu u teoriji globalizacije pripadaju transformacionalisti. Transformacionalistička teorija globalizacije umjerenija je u isticanju sveprisutnosti i linearnosti procesa globalizacije te u procjeni progresivnosti učinaka globalizacije. Pobornici su ideje kako događanja koja oblikuju razvoj u jednom području imaju utjecaja i na razvoj u nekom drugom udaljenom području. To su događaji iz kojih nastaju velike nejednakosti, ali ujedno povezuju različite krajeve.

Skeptici smatraju da je industrijska revolucija bila najbolje vrijeme globalizacijskih procesa, a trenutne procese smatraju regionalizacijom.

3. Globalizacija i sport

Sport predstavlja vrstu igre određenog tipa. On se definira kao nužno i dobrovoljno savladavanje prepreka. Postoje četiri značajke sporta po kojima se razlikuje od drugih igara, primjerice igara na sreću i sl. (Zagorac i Škrebić, 2018):

- Prva značajka sporta je testiranje vještina.
- Druga značajka je fizička aktivnost i strateško korištenje ljudskoga tijela, čime se sport odvađa od igara koje iziskuju vještinu, poput igre kartama ili društvene igre (na ploči).
- Treća je značajka postojanje veoma raširene sljedbe, što bi značilo da sport nije (samo) nekakva lokalna atrakcija ili privremena moda.
- Četvrta je institucionalizacija koja donosi stabilnost i dugovječnost, koju osigurava niz razvijenih novih društvenih uloga (treneri, administratori...) i specifičnih društvenih institucija.

Sport i globalizacija su danas neraskidivo vezani. Ta veza se vidi na različitim razinama i u različitim područjima, a to se može pripisati globalizaciji i digitalizaciji svijeta. Danas je sport puno više od bavljenja fizičkom aktivnosti prvenstveno radi zdravlja, već je postao globalni fenomen koji je prerastao u pravu industriju ne samo s velikim brojem pratitelja sportskih događanja već i sa sportašima koji se njime bave na profesionalnoj razini te imaju prihode s kojima mogu više nego lagodno živjeti. Drugim riječima sport je zahvaljujući globalizaciji postao gospodarska djelatnost, a sportaš unosno zanimanje. To je veliki odmak od doba kada se sportom bavilo samo na amaterskoj razini. Upravo u velikoj gledanosti i visokim zaradama leži jaka veza između globalizacije i sporta.

Prikazat ćemo nekoliko primjera kako globalizacija utječe na sport. Prvi se odnosi na povećanje gledanosti američkog nogometa u Europi, dok se drugi odnose na povećanje zarada i vrijednosti individualnih sportaša i najvećih sportskih klubova.

3.1. Američki nogomet

Američki nogomet je jedan od najpopularniji sportova u Sjedinjenim Američkim Državama. Razvio se iz ragbija krajem 19. stoljeća (Škaro i Stipetić, 2016). Cilj igre je prenijeti loptu preko protivničke gol linije, i tako osvojiti bodove, to je moguće dodavanjem jednog igrača drugom ili nošenjem lopte. Igraju se četiri četvrtine po 12 minuta, pobjednik je ekipa koja ima više bodova nakon isteka vremena.

NFL

Profesionalna liga američkog nogometa (NFL) formirana je 1920.godine, a naziv NFL nosi od 1922. Puni naziv joj je National Football League. Trenutno u NFL-u igraju 32 kluba koji su podijeljeni u dvije konferencije(američku i nacionalnu), a konferencije su podijeljene u četiri divizije (istok, zapad, sjever, jug). U svakoj su diviziji četiri kluba.

Po završetku ligaškog dijela sezone šest najboljih momčadi iz svake konferencije ulazi u doigravanje, a dvije najbolje momčadi na kraju igraju veliko finale poznato kao Super Bowl. To je jedan od najgledanijih sportskih događaja u svijetu.

Koliko je praćen Super Bowl govori i brojka od 114,4 milijuna gledatelja, te 118,5 gledatelja „show programa“ tijekom poluvremena, te tako drži rekord kao najgledanijeg TV programa u povijesti SAD-a, a cijena reklame za vrijeme poluvremena je 4,2 milijuna dolara. Prošle godine je koštala 5,2 mil dolara.

Super Bowl kao i sam američki nogomet u zadnjih par godina itekako praćen i u Europi. U prilog tome ide i činjenica da NFL od 2007. godine organizira utakmice svoje lige u Europi. U 2020. godini je trebalo bit čak četiri utakmice u Londonu no zbog pandemije koronavirusa, liga je otkazala te utakmice. Za očekivati je da će se širenje NFL-a, američke kulture i sporta uz proces globalizacije nastaviti u istom ritmu, ako ne i većem, kada epidemiološka situacija to dozvoli.

3.2. Posjećenost sportskih događaja

„Jedan od rijetkih pokušaja određivanja globalizacije migracija u njezinoj višeznačnosti učinio je Papastergiadis. Prema njemu taj proces ima sljedeća obilježja: umnožavanje migracijskih kretanja; diferencijacija ekonomskih, socijalnih i kulturnih zaleđa migranata; ubrzavanje migracijskih obrazaca; rast broja migranata; feminizacija migracija; deterritorijalizacija kulturnih zajednica te višestruki lojaliteti dijaspora. Radi se o procesima čiji kombinirani učinci izazivaju daljnje širenje međunarodnih (globalnih) migracija. One se (više) ne mogu zaustaviti ni ekonomskim niti političkim mjerama. Globalizacija vodi »turbulentnim tokovima« ljudi s obrascima kretanja koji će se sudarati i križati s ekonomskim zahtjevima i migracijskim politikama (Papastergiadis, 2000: 86 preuzeto iz Mesić (2002)).

Globalizacija koja je donijela migracije i migracijska kretanja, neposredno je izgradila mreže puteva, te tako povećala turizam i kretanje običnog stanovništva. To je rezultiralo rekordnim posjetama raznim sportskih događajima. Pa su tako FIFA Svjetsko Prvenstvo i Olimpijske igre najposjećeniji događaji u svijetu. „U 21. stoljeću stvaraju se rezultati globalizacije sporta iz druge polovice 20. stoljeća. Svjetska prvenstva u nogometu, rukometu, atletici (Dijamantna liga), košarci i drugim sportovima sve su češća i sve popularnija: milijuni gledaju na televiziji nadmetanja najboljih na ovoj planeti, a tko zna u kojim sve disciplinama“ (Škaro i Stipetić, 2016)

3.3. Vrijednost sporta

Jasno je kako je sport društveni fenomen te kako je duboko ušao u pore ljudskog života. Sve je to temelj za sport kao gospodarsku djelatnost. Danas sport možemo shvatit kao ozbiljnu gospodarsku djelatnost u kojoj se ogromne zarade i gdje se okreću veliki novci. Zbog toga danas je sve više zainteresiranih strana koje gledaju sa strane, čekajući savršeno priliku za ući u „sportski busniess“ .

Kako se sport sve više širio i za sobom nosio veliki novac, ima je i sve veći utjecaj na BDP, no bilo ga je teško izračunati. To je prepoznala i Europska Unija još 2006.godine kada je osnovala projekt SSA (Sport Satellite Accounts) s kojim bi približe istražila vezu sporta i ekonomije, te razvila metodologiju obračuna sporta u BDP država članica. Nakon 10 godina EU je objavila rezultate istraživanja koji opisuje ekonomski utjecaj sporta u svojim članicama.

Naime, na temelju podataka SSA i država članica iz 2012.godine kao bazne godine za istraživanje, rezultati su pokazali da BDP povezan sa sportom iznosi 2,12% ukupnog BDP-a od EU-a. Jedan od razloga tako velikog utjecaja sporta na BDP u Europi je UEFA (Union of European Football Associations). Ona je upravno tijelo Europskog nogometa i krovna organizacija za 55 nacionalnih saveza. Laički rečeno UEFA upravljam nogomet u cijeloj Europi. EU je jako zadovoljna radom UEFA-e te joj je velika podrška u njenom radu.

Odakle toliko puno novaca u sportu, točnije u Europskom nogometu, možemo vidjeti iz tablice 3.

Tablica 3. Prihodi UEFA-e (u tisućama eura)

Stavka	2018/19	2017/18
Medijska prava	3 309,4	2 263,1
Komercijalna prava	478,0	453,8
Ukupni prihodi od prava	3 787,4	2 716,9
Ulaznice	26,9	23,4
Gostoprimstvo	23,4	14,8
Ostali prihodi	19,5	34,7
Ukupni prihodi	3 857,2	2 789,8
Podjela timovima koji sudjeluju	-3 093,1	-2 061,7
Savezima zemalja	-46,8	-43,3
Troškovi događaja	-239,8	-180,4
Suci i tekući izdatci oko utakmica	-39,6	-33,7
Informativna i komunikativna tehnologija	-49,8	-48,2
Plaće i olakšice zaposlenika	-99,7	-83,2
Deprecijacija i amortizacija	-9,0	-7,9
Ostali troškovi	-60,8	-56,8
Ukupni troškovi	-3 638,6	-2 515,2
Rezultati poslovanja prije solidarnih isplata	218,6	274,6
Solidarne isplate	-275,2	-273,0
Financijske stavke i porezi	10,2	-6,6
Neto rezultat razdoblja	-46,4	-5,0

Izvor: UEFA (2018) https://editorial.uefa.com/resources/025a-0f8430656913-10ccbab24e1d-1000/2018_19_uefa_financial_report.pdf (14.9.2020.)

UEFA je u sezoni 2018/19 uprihodila 3,8 milijardi euro (od toga je 3,7 milijardi od TV i komercijalna prava) što je čak više za 1 milijardu euro od sezone prije. Takvo povećanje je najviše rezultat povećanja prihoda od prava, koja su se povećala za 38%. Većina tog zaradenog novca se šalje nazad klubovima koji su te godine sudjelovali u natjecanju te njihovim nogometnim savezima.

Treba napomenuti da je prema podacima tvrtke Deloitte engleska Premier liga te iste sezone uprihodila gotovo 6 milijardi euro, od toga 3,5 milijardi od TV prava, to je druga najviše plaćena liga na svijetu, poslije NFL-a koji je te sezone uprihodio 14 milijardi dolara.

Razvoj tehnologije i telekomunikacije je proširio sport po cijelom svijetu te je sada svaka liga dostupna u gotovoj svakoj zemlji. Zbog viška slobodnog vremena ogroman je interes ljudi za praćenje raznih sportova i liga, stoga se TV kuće trude nuditi što više i što kvalitetnijeg sadržaja putem svojih medija. Zbog toga rastu i cijene TV prava najvećih i najzanimljivijih liga na svijetu, koje to itekako koriste. Taj sav novac se preljeva na klube koji čine lige, a dobiveni novac ulažu u jačanju svojih ekipa, svog brenda i svoje prepoznatljivosti.

3.4. Vrijednost sportskih klubova

Globalizacija značajno utječe na vrijednost sportskih klubova. Na temelju Forbes-ovih listi prikazat ćemo najvrjednijih sportskih klubova u svijetu, uspoređujući 2015. i 2020. godinu, odnosno razmak od 5 godina.

Tablica 4. Prikaz top 10 najvrijednijih klubova iz 2015.godine po Forbes-ovoj listi

2015. RANG LISTA	KLUB	SPORT	TRENUTNA VRIJEDNOST (u mlrd\$)
1	Real Madrid	Nogomet	3,26
2	Dallas Cowboys	Američki nogomet	3,20
2	New York Yankees	Bejzbol	3,20
4	Barcelona	Nogomet	3,16
5	Manchester United	Nogomet	3,10
6	Los Angeles Lakers	Košarka	2,60
6	New England Patriots	Američki nogomet	2,60
8	New York Knicks	Košarka	2,50
9	Los Angeles Dodgers	Bejzbol (MLB)	2,40
9	Washington Redskins	Američki nogomet	2,40

Izvor: Forbes (2015)

Tablica 5. Prikaz top 10 najvrjednijih klubova iz 2020.godine po Forbes-ovoj listi

2020. RANG LISTA	KLUB	SPORT	TRENUTNA VRIJEDNOST (u mlrd\$)
1	Dallas Cowboys	Američki nogomet	5,5
2	New York Yankees	Bejzbol (MLB)	5
3	New York Knicks	Košarka	4,6
4	Los Angeles Lakers	Košarka	4,4
5	Golden State Warriors	Košarka	4,3
6	Real Madrid	Nogomet	4,24
7	New England Patriots	Američki nogomet	4,1
8	Barcelona	Nogomet	4,02
9	New York Giants	Američki nogomet	3,9
10	Manchester United	Nogomet	3,81

Izvor: Forbes (2020)

Ono što je prvotno je vidljivo ogromna razlika između najvrjednijeg kluba 2015. i 2020. godine. Dakle Dallas Cowboys-i prema Forbesu vrijede 5,5 milijarda \$, dok je Real Madrid kao najvrjedniji klub 2015.godine vrijedio 3,26 milijarde \$, nevjerovatno. Znači vrijednost najvrjednijeg kluba je porasla za 2,2 milijarde \$, također samom Real Madridu je porasla vrijednost za milijardu \$ u pet godina. Isto tako svakom klubu je porasla vrijednost u ovih pet godina, pogotovo najvrjednijoj ekipi Dallas Cowboys-a koja je preuzela vrh tablice od Real Madrida.

Možemo i vidjeti kako su američke ekipe preuzele sam vrh Forbes-ove liste, spuštajući najveće europske klubove na samo dno top 10 liste. Očito je kako globalizacija najviše pomaže američkim klubovima, koju su sve poznatiji i praćeniji diljem svijeta.

Također zanimljivo je pogledati kako su zastupljena samo četiri sporta, tj. bejzbol samo jednom i to sa njihovom najpoznatijom franšizom New York Yankees, dok listom dominiraju klubovi američkog nogometa iz NFL lige, košarke iz američke i najpoznatije košarkaške lige NBA-a , te najveći klubovi europskog nogometa.

3.5. Zarada sportaša

Ako stavimo sport u kontekst gospodarske djelatnost, onda nam trebaju neki radnici za tu djelatnost. Glavni radnici ili bolje reći izvođači ove djelatnosti bi bili sami sportaši, koji igraju za svoje klubove ili sami za sebe zavisi od sporta, te se natječu jedni protiv drugi, tko će obaviti bolje posao.

„Visoko kvalificirane izvođače-igrače, talente, koji su se istakli i tom sportu. Klub plaća klubu iz kojeg igrač dolazi transfernu odštetu. Uz cijenu transfera igrači dobivaju i visoke godišnje honorare, posebnim ugovorima.“ (Škaro i Stipetić 2016: 137).

Slijedi prikaz sportaša koji su najviše zaradili u zadnjih godinu dana.

Tablica 6. Prikaz top 10 sportaša sa najvećom zaradom u 2020. godini po Forbes-ovoj listi

RANG	SPORTAŠ	ZARADA	PLAĆA	SPONZORSTVO	SPORT
1	Roger Federer	\$106,3 M	\$6,3 M	\$100 M	Tenis
2	Cristiano Ronaldo	\$105 M	\$60 M	\$45 M	Nogomet
3	Lionel Messi	\$104 M	\$72 M	\$32 M	Nogomet
4	Neymar	\$95,5 M	\$70,5 M	\$25 M	Nogomet
5	LeBron James	\$88,2 M	\$78,2 M	\$60 M	Košarka
6	Stephen Curry	\$74,4 M	\$30,4 M	\$44 M	Košarka
7	Kevin Durant	\$63,9 M	\$28,9 M	\$35 M	Košarka
8	Tiger Woods	\$62,3 M	\$2,3 M	\$60 M	Golf
9	Kirk Cousins	\$60,5 M	\$58 M	\$2,5 M	Američki nogomet
10	Carson Wentz	\$59,1 M	\$55,1 M	\$4 M	Američki nogomet

Izvor: Forbes (2020)

Prema Forbes listi, tenisač Roger Federer je najviše zaradio tijekom godine dana, malo više iznad najboljih nogometaša današnjice Cristiana RONALDA i Lionela MESSI-a. No, zanimljivo je to što je on gotovo cijelu svoju zaradu dobio od raznih sponzorskih ugovara, sto je nevjerojatno, od plaće tj. Od nagradnih fondova turnira je zaradio jako mali dio. Kod ostalih sportaša sa top 10 liste većina zarade je od plaće ili su podjednako raspoređene. Jedini slučaj sličan Federeru je najpoznatiji golf igrač Tiger Woods, također samostalni igrač tj. ne predstavlja klub, već samog sebe, zbog toga i je takva razlika u zaradi. Igrači pojedinačnih sportova se natječu sami za sebe, te tako sami od sebe stvaraju brend te svi novci od sponzora idu njima, dok je to drugačije u momčadskim sportovima gdje većina sponzora sponzorira same klubove.

Također zanimljivo je, ali nekako i očekivano, da je većina igrača s ove liste američke nacionalnosti i natječu se u američkim ligama, što se nastavlja na trend od najboljih liga i najvrjednijih klubova.

Slijedi popis najviše plaćenih sportašica iz 2020.godine.

Tablica 7. Prikaz top 10 sportašica sa najvećom zaradom u 2020. godini po Forbes-ovoj listi

RANG	SPORTAŠICA	ZARADA	PLAĆA	SPONZORSTVO	SPORT
1	Naomi Osaka	\$37 M	\$3,4 M	\$34 M	Tenis
2	Serena Williams	\$36 M	\$4 M	\$32 M	Tenis
3	Ashleigh Barty	\$13,1 M	\$10,1 M	\$3 M	Tenis
4	Simona Halep	\$10,9 M	\$6,9 M	\$4 M	Tenis
5	Bianca Andreescu	\$8,9 M	\$4,9 M	\$4 M	Tenis
6	Garbine Muguruza	\$6,6 M	\$2,1 M	\$4,5 M	Tenis
7	Eлина Svitolina	\$6,4 M	\$5,4 M	\$1 M	Tenis
8	Sofia Kenin	\$5,8 M	\$4,8 M	\$1 M	Tenis
9	Angelique Kerber	\$5,3 M	\$1.3 M	\$4 M	Tenis
10	Alex Morgan	\$ 4,6 M	\$0,4 M	\$4,2 M	Nogomet

Izvor: Forbes (2020)

Interesantno je primijetiti kako u tablici imamo samo sportašice iz gotovo samo jednog sporta, i to pojedinačnog sporta tenisa. Da nas netko upita koji je najpopularniji ženski sporta, vjerujem da bi većina rekla tenis. To nam ova tablica i potvrđuje, gdje je 9 od 10 sportašica natjecateljice tenisa. Vjerujemo da bi se našla tu i 10 tenisačica da Alex Morgan nije izgradila svoju reputaciju te postala jedna od najpoznatijih nogometašica u svijetu, a i sportašica općenito. Svoje prisustvo može zahvaliti isključivo sponzorima, a pogotovo njezinom bogatom ugovoru sa Nike-om. Pogledajmo samo njezinu godišnju plaću, ni pola milijuna dolara. Usporedbi sa najviše plaćenim nogometašima ona ima gotovo 20 puta manju plaću.

Kod tenisačica je malo drugačije, odnosno njihove su plaće puno sličnije muškarcima, razlog tomu je što njihove plaće čine nagrade s turnira, a tenisačice su se izborile da njihove nagrade budu što sličnije tenisačima.

Što se tiče sponzora razlike su također ogromne, osim prve dvije tenisačice koje su u samom vrhu tenisa i najpoznatije su široj masi. No kod ostatka, većina prihoda donose same plaće, od sponzora je tek jedan dio.

Razlog svemu tome je što ženski sport nije toliko popularan i praćen kao ženski osim tenisa, što nam dokazuje tablica, te zbog manjka popularnosti, manje su i plaće samim „izvođačima“. Stoga možemo reći da se ženski sport nije dovoljno globalizirao, razlog tomu bi mogao i biti to što ni američke ženske lige nisu popularne, tek ženska košarkaška liga (WNBA). No postoje mogućnosti i želja da se ženski sport raširi diljem svijeta.

4. Rasprava

„Sport današnjice višeslojni je i višedimenzionalni fenomen koji obuhvaća mnogostruke vrijednosti zadirući kako u socijalna, odgojna i zdravstvena, filozofska, znanstvena i kulturna područja društvenog života, tako i u gospodarska, pravna i politička.“ (Škaro i Stipetić, 2016.). Također, McBride (1979) je davno napisao kako „definicija sporta niti je moguća niti poželjna” jer ima neprecizan koncept; pojam sport ima niz različitih značenja te mu nedostaje esencijalna značenjska jezgra; pojam sport raznoliko se koristi i poima u svakodnevnom govoru; višeznačan je i stoga podložan različitim interpretacijama; razlike među sportovima su prevelike (Zagorac i Škerbić, 2018.)

Jasno je iz navedenog kako je danas teško definirat sport, te koliko sport ima raznih definicija i značenja i da je sve prisutniji među ljudima. Zahvalit tome možemo globalizaciji i tehničko-tehnološkom razvoju koji su omogućili da ljudi imaju manje fizički zahtjevne poslove te im je potrebno i sve manje vremena za obavljanje raznih poslova stoga imaju sve više slobodnog vremena. U tim promjenama ljudi se sve više okreću sportu kao zdravom načinu života. Može se primijeti kako sve jače dolazi do izražaja društveno-ekonomska fenomenologija sporta.

Razvojem ekonomske globalizacije, kao i poticanja modernog olimpizma i olimpijskog pokreta i sam sport postaje globalan. Čak je 206 nacionalnih olimpijskih odbora država svijeta udruženo u Međunarodni olimpijski odbor (Škaro i Stipetić, 2016).

5. Zaključak

Globalizacija i sport su dva fenomena koji nadopunjuju jedan drugog. Globalizacija kao procesa povezivanja svijeta u jedno društvo različitih kultura i običaja, te sporta kao višedimenzionalan fenomen, koji ima niz osobina, kao što su socijalna, društvena, marketinška, gospodarska.

Utjecaj globalizacije na sport je višestruk, no u radu smo pokušali izdvojiti samo neke primjere poput američkog nogometa koji je zahvaljujući globalizaciji postao sve gledaniji i prisutniji na europskom tlu. Također smo vidjeli kako globalizacija utječe na povećanje zarada i vrijednosti najvećih sportskih klubova, posebice u zadnjih 5 godina.

Naime, globalizacija je proširila američku kulturu po cijelom svijetu te je sa sobom „povela“ i dio američkog sporta. Kako je globalizacija uz razvoj tehnologije i informacijskih sustava omogućila dostupnost gotovo svih sadržaja diljem svijeta, tako je gotovo svaki sport dostupna u većem dijelu svijeta. Europa je rado prihvatila američki sport, te tako gledanost raste sve više i više, iako termin utakmica zna biti nezgodan za Europljane zbog razlike u vremenu. Američke lige su to uvidjele te je sve više utakmica koje se igraju u povoljnijem vremenu za ostale zemlje. Također par utakmica američkog nogometa odnosno NFL-a igra se i u samoj Europi kao i utakmica najjače košarkaške lige NBA-a

Globalizacija je bogate sportaše učinila bogatijima. Prema podacima sportaši bilježe pozitivan trend rasta vrijednosti zarada pojedinačno, ali i vrijednosti klubova. To potvrđuje da je globalizacija globalizirala sport, da ga sve više i više ljudi prate, te su sami klubovi sve poznatiji, a uz popularnost slavu idu i novci. Nadalje, zanimljivo je uvidjeti da na top 10 listi najvrjednijih klubova dominiraju američki klubovi.

Dakle, možemo zaključiti kako su danas globalizacija i sport neraskidivo vezani te da si međusobno daju vjetar u leđa. Zahvaljujući razvojem tehnologije i brzini širenja informacija danas se sport nezaustavljivo širi svijetom, a zahvaljujući svojim višestrukim funkcijama služi i kao poveznica među svim narodima koji u njemu izravno ili neizravno sudjeluju. Praćenje svjetskih sportskih događaja sastavni je dio modernog života. Za pretpostaviti je da ćemo i u budućnosti gledati kako sport i globalizacija međusobno jačaju svoju vezu i to od pojedinačnih igrača pa sve do klubova i drugih organizacija koji su dio sportskog svijeta.

Literatura

- Friedman, T. L. (2003). Lexus i maslina, Izvori, Zagreb.
- Giddens, A. (1999). Globalization. Routledge, London
- Hirst, P., Thompson, G. (2001) Globalizacija : međunarodno gospodarstvo i mogućnosti upravljanja. Zagreb: Liberata
- Held D., McGrew A.; The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate, Cambridge 2003.
- Milardović, A. (2004). Pod globalnim šeširo, Zagreb. Školska knjiga, Zagreb.
- Mencer, I. (2007), Vladimir Veselica: Globalizacija i nova ekonomija, Ekonomski pregled, Zagreb, 58 (9-10), 619-641.
- Mesić, M. (2002). Globalizacija migracija. Migracijske i etničke teme)
- Schlamberger N. (2004), Globalization — What, Why, and How to Measure, International Conference, Investment in the Future, Praga.
- Scholte, J.A. (2000). Globalization: A Critical Introduction, Palgrave, New York.
- Škaro, D. & Stipetić, V. (2016) Sport u vremenu globalizacije. Zagreb. Effectus studij financije i pravo – visoko učilište
- Škerbić, M.M. (2018). Sport, igra, svrhovitost. Crkva u svijetu, 53 (3), 359-374.
- McBridea, F. (1979). A Critique of Mr. Suits' Definition of Game Playing, Journal of the Philosophy of Sport, 6 1, 59–65,

Web izvori:

- Forbes, <https://www.forbes.com/#6faa056e2254>
- UEFA, https://editorial.uefa.com/resources/025a-0f8430656913-10ccbab24e1d-1000/2018_19_uefa_financial_report.pdf
- Sport Education EU, <http://sporteducation.eu/what-is-the-economic-impact-of-sport>
- Deloitte, <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/annual-review-of-football-finance.html#>

Popis tablica

Tablica 1 Prihodi UEFA-e (u tisućama eura).....	13
Tablica 2 Prikaz top 10 najvrjednijih klubova iz 2015.godine po Forbes-ovoj listi	15
Tablica 3 Prikaz top 10 najvrjednijih klubova iz 2015.godine po Forbes-ovoj listi	16
Tablica 4 Prikaz top 10 sportaša sa najvećom zaradom u 2020.godini po Forbes-ovoj listi ...	18
Tablica 5 Prikaz top 10 sportašica sa najvećom zaradom u 2020.godini po Forbes-ovoj listi	19