

# Utjecaj globalizacije na sport

---

**Bakić, Enio**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2025**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:704416>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-22**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij, Poslovna ekonomija: Poslovna informatika

Enio Bakić

## **UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA SPORT**

Diplomski rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij, Poslovna ekonomija: Poslovna informatika

Enio Bakić

## **UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA SPORT**

Diplomski rad

**Kolegij: Globalizacija i menadžment**

JMBAG: 0010225200

e-mail: bakicenio@gmail.com

Mentor: prof. dr. sc. Nataša Drvenkar

Komentor: dr. sc. Ivana Unukić

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Economics and Business in Osijek  
Graduate University Study in Business Informatics

Enio Bakić


# **THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON SPORT**

Graduate paper

Osijek, 2024

## 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 diplomski (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 visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
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:** Enio Bakić

**JMBAG:** 0010225200

**OIB:** 73377487976

**e-mail za kontakt:** bakicenio@gmail.com

**Naziv studija:** Sveučilišni diplomski studij (Poslovna ekonomija: Poslovna informatika)

**Naslov rada:** Utjecaj globalizacije na sport

**Mentor/mentorica rada:** prof. dr. sc. Nataša Drvenkar

U Osijeku, 2024. godine

Potpis \_\_\_\_\_

*E. Bakić*

## SAŽETAK

U ovom diplomskom radu analizira se utjecaj globalizacije na sport i e-sport. Pritom se objašnjava važnost i uloga menadžmenta u oba područja, a promatra se i kakav je utjecaj globalizacije na cjelokupnu *gaming* industriju. Globalizacija, sveprisutni pojam u 21. stoljeću, proces je koji transformira suvremeni svijet kroz ekonomiju, politiku, tehnologiju, kulturu i sport utječući na sve veću dostupnost proizvoda i informacija, ali i donoseći brojne izazove kao što su brzorastuće društvene nejednakosti. U radu se predstavlja razvoj i uspon e-sporta koji je iz skromnih početaka postao globalni fenomen s velikom publikom i značajnim ulaganjima. Istraživanje u ovom radu provedeno je korištenjem metode studije slučaja na primjeru hrvatskog nogometnog kluba koji djeluje u globaliziranom okruženju. Okruženje je to koje zahtijeva neprestana ulaganja u infrastrukturu, stručni kadar i povezanost s međunarodnim tržištima, čime se omogućuje dovođenje novih talenata iz svih dijelova svijeta, ali i prodaju vlastitih igrača u vrhunske europske klubove. Globalizacija omogućuje pristup novim izvorima prihoda kao i globalnu medijsku pozornost. U Hrvatskoj je zamijećen napredak e-sport industrije, ali i zaostajanje za globalnim trendovima. Ulaganjem napora na ovom području, poput projekta Centar *gaming* industrije u Novskoj, moguće je zamisliti svijetlu budućnost e-sporta u Hrvatskoj.

**Ključne riječi:** globalizacija, sport, menadžment, e-sport, *gaming*

## **ABSTRACT**

This thesis analyses the effects of globalization on sport and esports. It explains the importance and role of management in both areas while examining the impact of globalization on the games industry as a whole. Globalization, a ubiquitous term in the 21st century, is a process that is changing the modern world in the areas of economics, politics, technology, culture and sport, affecting the increasing availability of products and information, but also posing with it numerous challenges, such as rapidly growing social inequalities. The thesis traces the development and rise of e-sports, which has evolved from humble beginnings to a global phenomenon with a large audience and significant investment. The research in this thesis was conducted using a case study method on the example of a Croatian soccer club operating in a globalized sports environment. This environment requires continuous investment in infrastructure, qualified personnel and connection to international markets, which enables the recruitment of new talent from all parts of the world as well as the sale of own players to top European clubs. Globalization offers access to new sources of income and worldwide media attention. In Croatia, progress is being made in the e-sports industry, but it is still lagging behind global trends. With investments in this area, such as the Gaming Industry Center project in Novska, one can imagine a bright future for esports in Croatia.

**Keywords:** globalization, sport, management, e-sport, gaming

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. METODOLOGIJA RADA.....	2
2.1. Predmet i cilj rada.....	2
2.2. Struktura rada.....	2
3. GLOBALIZACIJA.....	4
3.1. Pojam globalizacije.....	4
3.2. Aspekti globalizacije.....	5
3.3. Prednosti i nedostaci globalizacije.....	7
3.4. Povijest globalizacije.....	9
4. SPORT.....	11
4.1. Povijest sporta.....	13
4.2. Podjela sporta.....	21
4.3. Menadžment u sportu.....	23
5. E-SPORT.....	31
5.1. Povijest e-sporta.....	38
5.2. E-sport turniri.....	43
5.3. E-sport menadžment.....	45
6. GAMING INDUSTRIJA.....	47
6.1. Kratka povijest industrije videoigara.....	50
6.2. <i>Gaming</i> industrija u Hrvatskoj.....	51
7. CASE STUDY ANALIZA GNK DINAMO ZAGREB.....	54
8. ZAKLJUČAK.....	58
LITERATURA.....	60
POPIS SLIKA.....	69
POPIS TABLICA.....	70
POPIS GRAFIKONA.....	71



# 1. UVOD

Globalizacija je fenomen koji duboko oblikuje suvremeni svijet, donoseći značajne promjene u gotovo svim aspektima društva. Ova sveprisutna povezanost među različitim dijelovima svijeta posebno se očituje u područjima sporta i esporta kao i u razvoju menadžmenta unutar tih sektora. U ovom diplomskom radu istražit će se kako globalizacija utječe na sport i esport, razvoj menadžmenta u tim područjima te na cjelokupnu gaming industriju.

Sport i e-sport postali su ključni elementi globalne kulturne i ekonomske scene. Sport ima dugu povijest koja seže od drevnih civilizacija do modernog doba, a njegov utjecaj na društvo, zdravlje i ekonomiju ne može se zanemariti. S druge strane, esport je relativno novi fenomen, ali je već ostvario ogroman utjecaj, rivalizirajući tradicionalne sportove u gledanosti i financijskim ulaganjima. Ova transformacija ukazuje na sveprisutnost globalizacije i njezin utjecaj na različite sektore.

Menadžment u sportu i e-sportu postaje sve kompleksniji, zahtijevajući specifične vještine i strategije za uspješno vođenje i organizaciju. Razumijevanje tih procesa ključno je za identifikaciju izazova i prilika koje globalizacija donosi tim sektorima.

Istražit će se rast i izazovi *gaming* industrije u Hrvatskoj, uključujući projekte poput Centra *gaming* industrije u Novskoj koji ima potencijal za razvoj i inovacije u ovom sektoru. Također će se analizirati utjecaj globalizacije na sport kroz primjer GNK Dinamo Zagreb istražujući kako dolazak stranih igrača i kapitala utječe na klub.

Ova tema je važna jer pruža uvid u složene dinamike globalizacije i njezin utjecaj na sport i *gaming* industriju. Razumijevanje tih utjecaja može pomoći u boljem upravljanju sportskim i esport organizacijama te u strateškom planiranju i prilagodbi na globalne trendove. Svjesnost o tim fenomenima može doprinjeti uspješnijem razvoju i konkurentnosti u ovim dinamičnim područjima.

## **2. METODOLOGIJA RADA**

U ovom poglavlju bit će objašnjeni predmet i cilj rada, čime se postavlja temelj za razumijevanje konteksta istraživanja. Zatim će se detaljno prikazati struktura rada pružajući pregled ključnih dijelova koji čine cjelokupan rad. Tijekom istraživanja korištene su knjige, znanstveni i stručni članci te ostala literatura stranih i domaćih autora koja se odnosi na područje koje se razrađuje u diplomskom radu. Tijekom pisanja ovog rada korištena je deskriptivna metoda; brojni pojmovi i pojave opisani kroz primjenu klasičnog pristupa pojednostavljivanja. Istraživanje u ovom radu provedeno je korištenjem metode studije slučaja (eng. *case study*) koja je jedna od najčešće korištenih metoda u društvenim znanostima.

### **2.1. Predmet i cilj rada**

Predmet ovog diplomskog rada je utjecaj globalizacije na sport, esport i *gaming* industriju s posebnim fokusom na razvoj menadžmenta unutar ovih sektora. Posebna pažnja posvećena je GNK Dinamo Zagreb kao primjeru nogometnog kluba koji djeluje u globaliziranom sportskom okruženju. Cilj je istražiti i analizirati kako globalizacija utječe na sport i esport te kako se menadžment sportskih organizacija prilagođava tim promjenama. Cilj je također istražiti razvoj gaming industrije i usporediti njen rast s tradicionalnim sportovima i esportom. Kroz analizu GNK Dinamo Zagreb, rad ima za cilj konkretno prikazati učinak globalizacije na jedan nogometni klub.

### **2.2. Struktura rada**

Prvo poglavlje je uvodno u kojem je ukratko objašnjena tema rada te sadržaj istog dok je u drugom poglavlju opisana metodologija, predmet i cilj rada te sama struktura rada.

U trećem poglavlju ovog rada pruža se teorijski okvir za razumijevanje globalizacije, analizirajući njezine ekonomske, političke i kulturne aspekte. Pruža se povijesni pregled globalizacije, identificirajući ključne trenutke i procese koji su oblikovali ovaj fenomen.

Četvrto poglavlje fokusira se na sport i njegovu važnost. Analizira se povijest sporta, njegov utjecaj na društvo i gospodarstvo te različite vrste sportova. U ovom dijelu također se obrađuje

menadžment u sportu s naglaskom na ulogu menadžera u vođenju i organizaciji sportskih organizacija.

Peto poglavlje istražuje esport kao dinamičan i brzo rastući sektor. Analizira se povijest esporta, njegova popularnost i utjecaj na globalnoj razini s posebnim naglaskom na menadžment esport timova i organizacija.

Šesto poglavlje bavi se *gaming* industrijom razmatrajući njezin razvoj i ekspanziju. Poseban naglasak stavljen je na situaciju u Hrvatskoj s primjerom projekta Centar *gaming* industrije u Novskoj kao ključnog za budući rast i inovacije u ovom sektoru.

Sedmo poglavlje sadrži analizu studije slučaja GNK Dinamo Zagreb istražujući kako globalizacija utječe na poslovanje nogometnog kluba. Na temelju prikupljenih podataka, analiziraju se izazovi i prilike koje globalizacija donosi GNK Dinamo Zagreb.

U zadnjem poglavlju se prikazuju glavne spoznaje postignute tijekom izrade ovog rada.

### 3. GLOBALIZACIJA

Ovo poglavlje sastoji se od četiri potpoglavlja u kojima će se govoriti o samoj globalizaciji, njezinom utjecaju na društvo, aspektima, povijesti te koji su to prednosti i nedostaci. Globalizacija je postala popularan koncept u društvenim znanostima, ključna smjernica stručnjaka za menadžment i privlačna te često konzumirana riječ novinara i raznih političara. Svjedočimo vremenu u kojem je većina društvenog života oblikovana procesima globalizacije. Ovome je uzrok ideja brzog procesa ekonomske globalizacije. Postoji mišljenje da je istinska globalna ekonomija ona u kojoj su pojedinačne nacionalne ekonomije povezane te zbog toga unutarnje strategije nacionalnog ekonomskog upravljanja postaju sve manje relevantne (Hirst, Thomson 2001:11).

#### 3.1. Pojam globalizacije

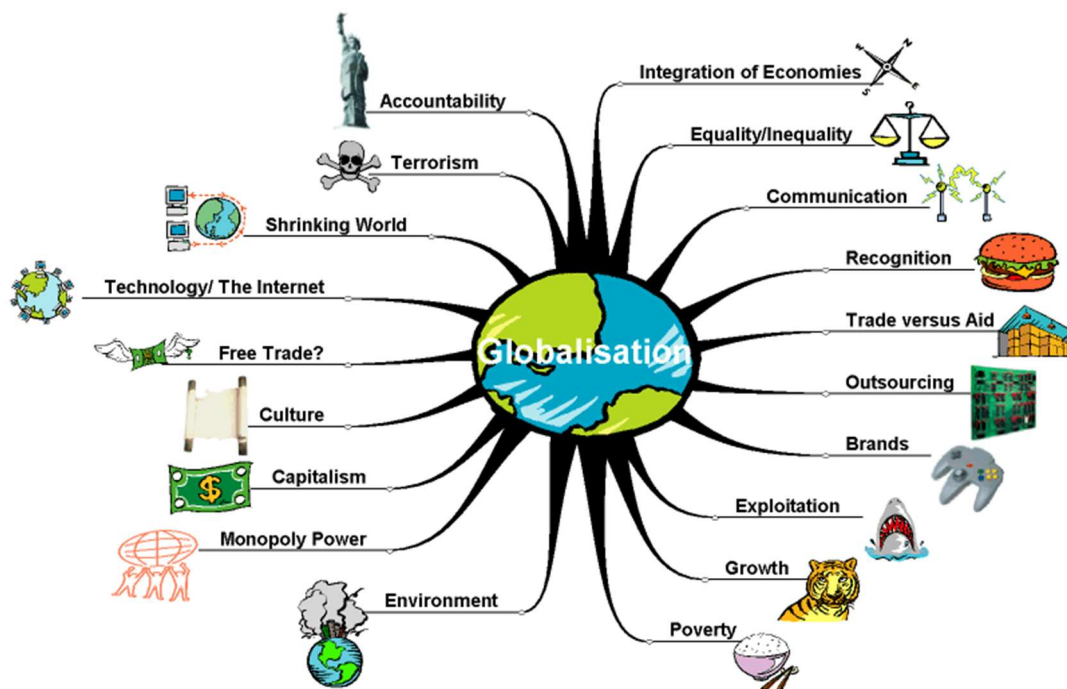
Globalizacija se odnosi na procese koji mijenjaju uvjete života, povećavaju povezanost i međusobnu ovisnost različitih dijelova modernog svijeta. U ekonomskom smislu, globalizacija se očituje kroz sve veću međuzavisnost tržišta i proizvodnje u različitim zemljama pod utjecajem razmjene usluga, dobara, tehnologije i financijskih sredstava. Pojam globalizacija potječe od engleske riječi *global* koja znači ukupnost, a globalizam predstavlja način sagledavanja događaja u cijelosti ili na globalnoj razini. Gotovo svaki jezik ima riječ za pojam globalizacije, a u nekim jezicima koriste se izrazi poput mondijalizacije ili planetarizacije. Proces globalizacije prate i podržavaju različiti oblici deregulacije koji se provode kao nužan uvjet za nesmetano ekonomsko djelovanje na razini svjetskih razmjera. Globalizacija je donijela napredak tehnologije i rast ekonomije, ali je također povećala društvene nejednakosti kako na globalnom nivou tako i unutar država. Produbile su se ekonomske razlike, smanjena je sigurnost zaposlenja, a moć privatnih monopola je ojačala. Ovi globalizacijski procesi, posebno u kulturi usko su povezani s razvojem informacijske tehnologije i transformacijom komunikacijskih alata. Može se reći da globalizacija označava proces kojim novac, informacije, usluge, roba i ljudi izlaze van okvira, odnosno kreću se izvan granica, što rezultira sve većom međusobnom povezanošću zemalja suvremenog svijeta. Od novca i tehnologije do robe i usluga, globalizacija potiče i ubrzava način na koji se ljudi kreću i razmjenjuju stvari diljem svijeta. Važno je istaknuti da pojam globalizacije ima široku primjenu. Sve više

znanstvene i popularne literature bavi se ovom tematikom, ali unatoč tome, ne postoji točna definicija globalizacije zbog čega se susreću različite interpretacije. Globalizacija je zaslužna za dostupnost svakodnevnih artikala kao što su Coca Cola i voće poput manga i banana te događaji koji se održavaju jednom u godini kao što su Crni petak, Cyber ponedjeljak i Noć vještica te digitalnih sadržaja koji se mogu pratiti na Netflixu, HBO-u i drugim digitalnim platformama. U posljednjih 100 godina globalizacija je izuzetno ubrzana. Zahvaljujući iznimno ubrzanom protoku informacija, dobara i ljudi, svijet se danas oslovljava kao globalno selo. Putem mreža i digitalnih platformi sve su informacije dostupne unutar jedne sekunde; nije potrebno napustiti dom kako bi se nekoga upoznalo ili komuniciralo s novom osobom. Sve je to dostupno zahvaljujući internetu koji povezuje većinu modernog svijeta (Izzi, 2023).

### **3.2. Aspekti globalizacije**

Globalizacija je složeni niz procesa sačinjenih od brojnih aspekata te odražava način života u današnjem svijetu. Stoga će se u ovom poglavlju posebno istaknuti tri aspekta globalizacije. Ona nije samo kulturna, već je i tehnološka, ekonomska i politička pri čemu je značajan utjecaj na globalizaciju imao napredak u komunikacijskim tehnologijama. Pogrešno je vjerovati da globalizacija obuhvaća samo sustave velikih razmjera. Globalizacija sve ljude okružuje sa svih strana i potiče oživljavanje kulturnih identiteta na lokalnoj razini širom svijeta. Od tri glavna aspekta, ekonomski je jedan od najvažnijih u kojem globalizacija predstavlja proces smanjenja ili potpunog uklanjanja prepreka u međunarodnoj ekonomskoj razmjeni, što dovodi do povećane ekonomske integracije između zemalja. Odnosi se na proces umrežavanja financijskih i industrijskih aktivnosti na globalnom tržištu koji se oslanja na dostignuća revolucije u znanosti i tehnologiji te u informatičkim i komunikacijskim sustavima. Međunarodne kompanije angažiraju milijune ljudi diljem svijeta koji su povezani unatoč velikim udaljenostima. One upravljaju globalnim resursima, kapitalom i tehnologijom. Na taj način gospodarstvo se širi bez granica, a poslovanje se odvija kao da ne postoje gospodarske i političke barijere. Drugi po redu treba istaknuti političko-pravni aspekt koji se odnosi na smanjenje suvereniteta pojedinih država zbog članstva u međunarodnim organizacijama. Time se ograničava dotadašnja moć država čime se postavlja osnova za stvaranje novih entiteta. Klasična funkcija nacionalne države i njen suverenitet dovode se u pitanje (Dujšin, 1998). Slabljenje državne moći posebno je vidljivo u području financija. Proces globalizacije

pokrenule su velike i moćne zemlje kako bi postale još veće i moćnije. Za zemlje u tranziciji, globalizacija predstavlja dodatni izazov i ne postavljaju se pitanja poput onih koja odgovaraju uključiti se ili ne, već na koji način će se priključiti. Kao treći aspekt treba istaknuti kulturni aspekt koji nije ništa manje bitan od prethodna dva te on predstavlja susret različitih svjetskih običaja i kultura. Kretanje kapitala, ljudi i robe preko državnih granica donosi i razmjenu običaja, navika i kultura. To se također odražava u usvajanju engleskog jezika kao globalnog jezika što izaziva različite reakcije među ljudima i može dovesti do zanemarivanja i nestanka dijalekata i jezika manjih zajednica.. S ovim aspektom može se povezati i takozvani fenomen „mekdonaldizacija” koji je rezultat globalizacije i oblik kulturnog imperijalizma te uključuje širenje principa rada restorana brze hrane na različite sektore američkog društva i širom svijeta. Iako je dovela do većih profita i šire dostupnosti raznih dobara i usluga za veći broj ljudi širom svijeta, također je smanjila raznolikost dostupnih proizvoda na tržištu čineći ih uniformnima, generičkima i bezličnima (Ritzer, 1993). Na slici 1. može se vidjeti prikaz raznolikog područja pod utjecajem globalizacije.



Slika 1. Prikaz raznolikog područja pod utjecajem globalizacije

Izvor: autor preuzeo gotovo grafičko rješenje iz: The world of labour (2012)

Slika prikazuje kako su različiti aspekti globalizacije utjecali na svijet. Od utjecaja na okoliš, samo društvo, kulturu do komunikacije, trgovine, interneta i integracije.

### 3.3. Prednosti i nedostaci globalizacije

Procesi globalizacije donose raznorazne prednosti, a uz njih također dolaze i brojni nedostaci. Oni predstavljaju mogućnosti i rizike povezane s međusobnom povezanošću različitih svjetskih razina kao što su ekonomske, tehnološke, socijalne i političke. Pozitivni i negativni utjecaji globalizacije razvijaju interakciju među ljudima izvan državnih granica u ekonomiji, politici, društvu, upravi i kulturi. Kada se govori o njima, može se zaključiti da je nešto što je potrošačima prednost poput bolje kvalitete proizvoda u isto vrijeme poslodavcima nedostatak jer moraju pružati veći kontinuirani napor. Konkretno prednosti i nedostaci mogu se vidjeti u tablici 1.

Tablica 1. Prednosti i nedostaci globalizacije

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

Izvor: preuzeto iz Vučetić, Balaško (2013)

Kritičari globalizacije često zanemaruju njezine pozitivne učinke. Međutim, argumenti zagovornika globalizacije još su više jednostrani. Za njih, globalizacija predstavlja napredak, a zemlje u razvoju ako žele napredovati moraju je prihvatiti. Tržišta se kontinuirano šire

zahvaljujući sve brojnijim trgovinskim sporazumima i sporazumima o slobodnoj trgovini s ciljem da međunarodne trgovinske procese među različitim zemljama učine homogenijim i jednostavnijim. Kako se tržišta šire, tvrtke koriste priliku za povećanje proizvodnje uz niže troškove. To povećava marže i povećava profit. Posljedično, zaposlenici rade u boljim uvjetima. Gospodarstvo na kraju postaje učinkovitije. Međusobna komunikacija, povezanost i transport nude nam da u kratkom roku dobijemo visokokvalitetne proizvode. Uz to, znanje se prenosi relativno brzo. Iako ponekad dovodi do plagijarizma i kopiranja, također potiče brže inovacije i dovodi do diferencijacije proizvoda. Globalizacija izaziva i negativne posljedice, što dovodi do njezinog osporavanja. Antiglobalistički stavovi postaju sve učestaliji, s napomenom da je antiglobalistička argumentacija prilično konfuzna. Istaknuti su pogledi koji, s jedne strane, proizlaze iz protivljenja liberalnom okruženju kapitalizma, a s druge strane iz otpora tržišnim silama. Izrazito negativan utjecaj globalizacije ogleda se u problemima zaposlenosti i socijalne skrbi (Veselica, 2007).

Povećana konkurencija često je korisna za gospodarstvo i nas kao potrošače, ali poduzetnicima treba biti od prioritetne važnosti, što može biti prednost, kao i nedostatak, ovisno o perspektivi promatrača. Kako proizvodi postaju kvalitetniji i bolji, a komunikacijski procesi sve brži, tako i informiranost potrošača raste. Posljedično, zahtjevi koje postavljaju na tehničku i ljudsku razinu proizvoda se povećavaju. Povećanje konkurenata može dovesti do prilagodbe troškova. Brojne tvrtke smanjuju troškove kako bi nastavile biti konkurentne i kako bi opstale, što ponekad ima utjecaj na smanjenje plaća zaposlenika. U drugim slučajevima, tvrtke se sele u druge zemlje i zatvaraju svoje poslovanje, ostavljajući mnogo praznih radnih mjesta. Pravila na kojima se temelji globalizacijski proces oblikovana su tako da koriste razvijenim državama, čija ekonomska i politička moć stalno raste, dok s druge strane uzrokuju stagnaciju ili pogoršanje gospodarskog stanja nerazvijenih zemalja (Karlič, 2008). Stalne inovacije omogućuju razvoj poboljšanih proizvoda, ali i tvrtkama predstavljaju rizik. One tvrtke koje nemaju dovoljno ulaganja u inovacije brzo zaostaju i mogu biti prisiljene na zatvaranje. Slična situacija vrijedi i za zemlje koje ne brinu o inovacijama jer najčešće sporije rastu i samim time utječu na uvjete života njihovog stanovništva. Zabrinjavajuće je što u zemljama gdje živi 75 % svjetskog stanovništva prevladavaju nerazvijenost, glad, siromaštvo dok se s druge strane većina svjetskog bogatstva koncentrira u samo 30-ak razvijenih zemalja (Beker, 2005). Ključ za minimiziranje negativnih posljedica globalizacije je u rukama onih koji su zaduženi za donošenje ključnih odluka vezanih uz globalizaciju. O tome možda najbolje govori T.



Friedman u svojoj knjizi „Leksus i maslina“ u kojoj ilustrira globalizaciju kao vatru – ako se vatrom umije upravljati, moguća je značajna korist od nje. U suprotnom vatra ima snažnu moć da opeče ili, što je još gore, potpuno sprži, uništi (Friedman, 2003).

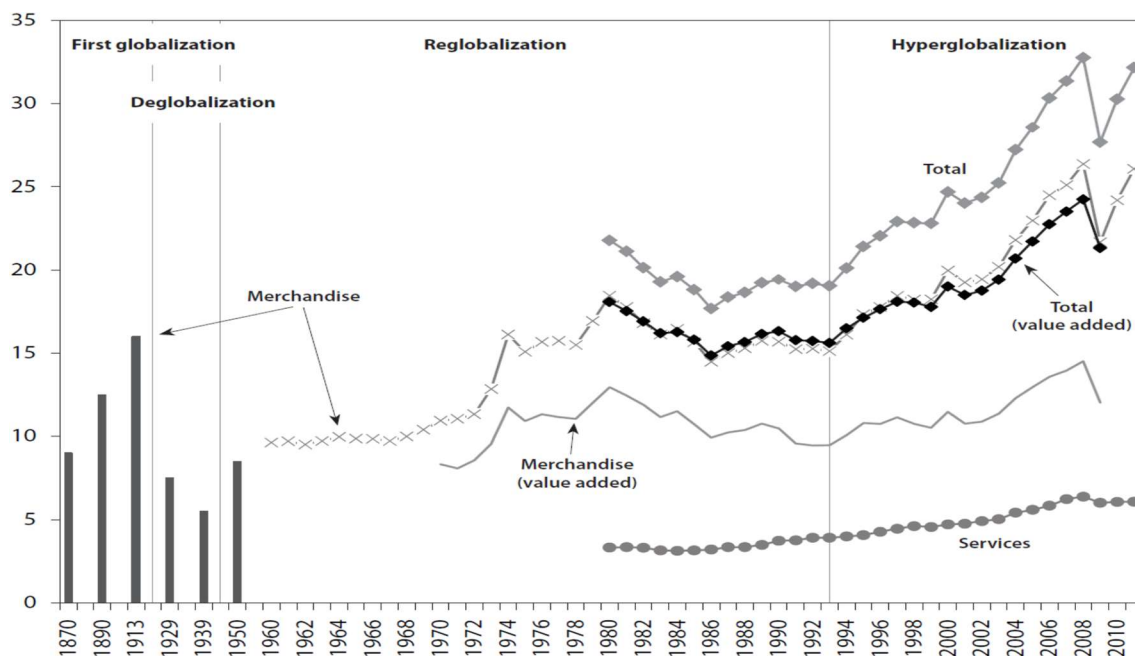
### **3.4. Povijest globalizacije**

Za pojedine ljude ovaj globalni fenomen sastavni je dio ljudske prirode. Zbog toga, neki tvrde da je početak globalizacija započeo prije otprilike 60.000 godina i to na samom početku ljudske povijesti. Tijekom vremena, trgovinska razmjena kontinuirano je rasla među ljudskim društvima. Još od davnina, različite civilizacije su uspostavljale trgovačke puteve i prolazile kroz kulturne razmjene. Također, migracije su pridonosile tim populacijskim interakcijama. Posebno danas, kada su putovanja postala pristupačnija, brža i udobnija. Kroz povijest ovaj fenomen je nastavio ići dalje, posebno kroz istraživačke ekspedicije i vojna osvajanja. U 18. stoljeću s pojavom industrijske revolucije započinje značajniji razvoj globalizacije. Rapidnim razvojem telekomunikacija i informatičke te informacijske tehnologije 80-ih godina 20. stoljeća javlja se ekspanzija upotrebe računala, razvoja softvera kao i modernih načina komuniciranja putem društvenih mreža. S tehnološkim napretkom u komunikaciji i prijevozu, globalizacija je značajno ubrzana. Posebice nakon druge polovice 20. stoljeća trgovina svjetskog razmjera povećala se takvom brzinom i opsegom da je pojam globalizacije postao široko korišten.

Povijest globalizacije može se podijeliti na dva razdoblja. Prvo razdoblje, traje od 19. stoljeća, s korijenima u 15., 16. i 17. stoljeću do Prvog svjetskog rata i karakterizirano je spajanjem znanosti i religije te individualizacijom i racionalizacijom. Drugo razdoblje počinje nakon Drugog svjetskog rata i traje do danas, a obilježeno je razvojem zabavne industrije i amerikanizacijom ekonomije i kulture (Čečuk, 2002). Jedna od glavnih značajki globalizacije je da favorizira prava velikih investitora pri čemu najveći utjecaj ne dolazi toliko od SAD-a, najmoćnije države svijeta već od velikih korporacija koje predvode političku i ekonomsku globalizaciju (Chomsky, 2002). Amerika nema povjerenja u trgovinu bez barijera kada se radi o njoj samoj, već samo u odnosu na zemlje koje nisu zapadne. Na taj način slobodna trgovina se nameće državama koje su siromašne, dok su zapadne zemlje koje su razvijene pod zaštitom

(Fox, 2001). Subramanian i Kessler (2013) prikazali su faze globalizacije na grafikonu 1. u nastavku.

Grafikon 1. Faze globalizacije



Izvor: autor preuzeo iz: Subramanian, Kessler (2013)

Iz grafikona 1 se može vidjeti kako se udio trgovine u bruto domaćem proizvodu (BDP) povećao sa 9% na 16%. u razdoblju od 1850-ih godina do 1914. godine dok se u četvrtoj fazi odnosno hiperglobalizaciji u 2011. godini povećao na 33%. Treba istaknuti da se veličina vanjske trgovine često smatra glavnim faktorom globalizacije dok se pritom zanemaruju i drugi važni aspekti ovog fenomena. Globalizaciju je nemoguće zaustaviti jer je to proces koji i danas traje i donosi sve jaču povezanost između sudionika međunarodne trgovine, kao i globalno povezivanje tržišta, sve veći utjecaj i moć multinacionalnih udruženja i korporacija. Svjedoči se neprestanom komunikacijskom i informacijskom napretku, razvoju i rastu globalne kulture i politike. Globalizaciju doživljavamo kao svijet gdje granice ne postoje. Sve što se stvara, počinje se odražavati na globalnoj razini. Danas egzistiraju globalna moda, proizvodi, potrošači, čak i globalni građani. Globalizacija se može razumjeti i kao jedna od faza razvoja ljudske civilizacije (Lončar, 2005:91-104).

## 4. SPORT

U ovom poglavlju govorit će se nešto više o sportu kao takvom, povijesti, njegovoj šarolikoj podjeli te sportskom menadžmentu bez kojeg ne bi bilo ništa. Pojam sport odnosi se na različite aspekte i perspektive te se može definirati na više načina. Prema definiciji sport je specifična fizička ili mentalna aktivnost koju sudionik u sportskom natjecanju, odnosno nadmetanju izvodi prema pravilima određenog sporta uz primjenu propisanog bodovanja na temelju kojeg se utvrđuje konačni pobjednik. Stoga, sportske aktivnosti predstavljaju posebnu kategoriju koja nije izjednačiva s drugim djelatnostima jer njihov sveobuhvatni utjecaj neizbježno prožima socijalne, političke, pravne, društvene, gospodarske i druge sfere suvremenog svijeta (Brnabić, 2017). Također sport karakterizira natjecateljski duh i široko je rasprostranjena i popularna društvena pojava koja je sastavnica kulture suvremenog društva. Prema definiciji Vijeća Europe sport obuhvaća sve oblike fizičke aktivnosti koje kroz rekreativno ili strukturirano sudjelovanje, nastoje izraziti ili poboljšati tjelesne funkcije i mentalnu dobrobit dok istovremeno grade društvene odnose ili postižu rezultate na natjecanjima u svim razinama (Komisija europskih zajednica, 2007).

„Čovjek“ se kroz sport ujedno i zabavlja izvodeći fizičke aktivnosti u svrhu ispunjavanja natjecateljskih ambicija i unaprjeđenja fizičkih i mentalnih sposobnosti te naravno razvija svoje tijelo što je i jedan od ciljeva samog sporta. Nažalost, danas se još uvijek sportom ne bavi dovoljan broj ljudi što je ujedno i jedan od uzroka povećanja pretilosti i depresije kod dobrog dijela ljudi. Duševno zdravlje odnosi se na optimalno funkcioniranje i blagostanje u emocionalnoj, psihološkoj i socijalnoj sferi života pa i na samo ponašanje pojedinaca. Opće je poznato da bavljenje sportom i fizička aktivnost doprinose tjelesnom zdravlju, primjerice smanjenju rizika od kardiovaskularnih bolesti, održavanju odgovarajuće tjelesne težine i raznih drugih benefita. Međutim, ključnu ulogu u očuvanju mentalnog zdravlja također igra i fizička aktivnost. Fizička aktivnost i bavljenje sportom pružaju brojne psihološke prednosti kao što su pozitivan utjecaj na kognitivne sposobnosti, uspješnija organizacija vremena, bolja koncentracija, veće samopoštovanje i samopouzdanje, poboljšana slika o sebi, smanjenje neugodnih osjećaja, anksioznosti, ljutnje i depresije te bolja otpornost na stres. Sportske aktivnosti predstavljaju jednu od ključnih sastavnica ljudskog života i ne bi smjele biti zanemarene ni u jednoj fazi života. Svjetska zdravstvena organizacija savjetuje odraslim

osobama da se bave tjelesnom aktivnošću najmanje 30 minuta na dan dok se djeci preporučuje 60 minuta dnevno. Svaka osoba je bolje raspoložena i više efikasnija nakon odrađene rekreacije ili neke druge fizičke aktivnosti kojom se bavi. Bavljenje sportom igra ključnu ulogu u smanjenju loših navika poput ovisnosti o alkoholu, nasilja, konzumacije droga i različitih oblika kriminalnih djela posebno među mladima. Sport se koristi za organiziranje različitih akcija humanitarnog karaktera i pružanje pomoći ljudima kojima je potrebna financijska podrška (Mihović, 2018). Unatoč brojnim navedenim prednostima bavljenja sportom i općenito fizičke aktivnosti, čini se da je mladim sportašima najvažnije postizanje sportskih uspjeha i samo natjecanje. Iako je natjecateljski duh u srži sporta, naglasak bi trebao biti na stvaranju zdravih navika i razvijanju kvalitetnog odnosa prema fizičkom i mentalnom zdravlju, a ne na postizanju vrhunskih rezultata. Također postoji i definicija sporta u gospodarskom smislu koja objašnjava da ekonomija sporta nije odvojeno mjerljiv sektor već je njen doprinos dobiti povezan s ekonomskim segmentima i različitim industrijama. Stoga, analiza ekonomije sporta obuhvaća pregled svih vrsta proizvoda uključenih u sportski satelitski račun. Odnosi se na klasifikaciju relevantnih skupina proizvoda, a ne na definiciju sporta. To se može i vidjeti u sljedećoj tablici 2.

Tablica 2: Sport – međusektorski prikaz

<b>Široka definicija</b>		
Uska definicija		
	<b>Statistička definicija</b>	
Produkti/ oprema		TV, ostali mediji
Konstrukcija/infrastruktura		Zdravstveni sistem
Maloprodaja/Veleprodaja		Turizam
Oglašavanje		Lutrija i klađenje
Financijski servisi		Sportska hrana
Obrazovanje		Istraživanje i razvoj vezano za sport

Izvor: autor prema: SpEA (2013)

Tablica 2 dobro ilustrira različite razine uključenosti sporta u gospodarske aktivnosti i sektore. Uska definicija proširuje temeljnu definiciju uključivanjem djelatnosti koje proizvode robu

potrebnu za bavljenje sportom poput proizvodnje sportske opreme. Široka definicija uključuje ne samo statističku i užu definiciju, već i sektore koji koriste sport kao ulaznu vrijednost u svoje djelatnosti. Ova tablica omogućava sveobuhvatnu analizu ekonomskog doprinosa sporta. Umjesto da se sport promatra kao izolirana aktivnost, ona pokazuje kako sport generira vrijednost kroz različite sektore i industrije. Iz raznih se pokazatelja kao što je doprinos tjelesnom zdravlju vidi da je sport jedan od ključnih dijelova društva 20. i 21. stoljeća. Uvidom na internet, televizijske programe ili novine otkriva se kolika je uloga sporta u životu ljudi širom svijeta. Bavljenje sportom jedna je od najčešćih aktivnosti kojima su ljudi posvećeni u svoje slobodno vrijeme (Hungenberg i dr., 2008).

#### **4.1. Povijest sporta**

Od davnina je sport neizostavan dio ljudskog postojanja. Tijekom povijesti se razvijao i transformirao u skladu s društvenim uvjetima, što je dovelo do brojnih oblika i disciplina koje svakodnevno susrećemo. Oduvijek ima značajnu ulogu jer je utjecao na kulturni i društveni život ljudi. Sportske aktivnosti prisutne su od davnina kada se sport u početku smatrao oblikom umjetnosti. Brojna arheološka istraživanja i špiljski crteži otkrivaju prve načine fizičke aktivnosti poput trčanja, bacanja kamenja, bacanja koplja, plesa i mačevanja štapovima. U to vrijeme sportske aktivnosti nisu bile shvaćane zasebno, već su se koristile kao instinktivni načini preživljavanja (Jajčević, 2010). Povijest je vezana uz početak pojave pisma oko 3500. godine prije Krista, pad Zapadnog Rimskog Carstva 476. godine, otkriće Amerike 1492. godine kao početak novog vijeka te najnovije doba koje je obilježeno krajem Prvog svjetskog rata 1918. godine (Čutura i sur., 1999). Početak nove ere počinje rođenjem Isusa Krista. Povijest se također temelji i na autentičnim zapisima i nalazima zbog kojih možemo pratiti razvoj sporta od početka ljudske civilizacije do današnjice (Grgić, 2010). Prvi nalazi su brojni arheološki nalazi i pećinski crteži. Na tim crtežima prikazano je bacanje kamenja, trčanje, ples, mačevanje štapovima i bacanje koplja. Sve to predstavlja prve tehnike tjelovježbe, razvijane u uvjetima svakodnevne borbe za preživljavanje. Tjelovježba u prvobitnim zajednicama nastavila se kroz aktivnosti poput veslanja čamcem, jedrenja, kretanja u vodi, upravljanje kolima, jahanja, klizanja na ledu i borbe tijelo na tijelo kao što je hrvanje.

Nije trebalo dugo da čovjek uoči povezanost između učinkovitosti svojih djelovanja i tjelesnih sposobnosti. Možemo govoriti o počecima razvoja sporta kroz ove aktivnosti kojima su se ljudi bavili kako bi preživjeli. Prehistorijski čovjek vježbao je stotinama tisuća godina kako bi poboljšao svoje sposobnosti za obranu, osobito lov i teške poslove. Za njegovo preživljavanje uspješnost u lovu bila je ključna, stoga je bilo od esencijalne važnosti da bude spreman što podrazumijeva dobru tjelesnu kondiciju kako bi mogao preživjeti i prehraniti se. Od samih početaka civilizacije uočena je svrha tjelesnih aktivnosti te njihova povezanost s kvalitetom života (Bilić, 2022). Slika 2. prikazuje kako izgleda pećinski crtež lova iz Australije.



Slika 2. Prikaz pećinskog crteža lova iz Australije

Izvor: autor preuzeo iz: N1 (2021)

Prva natjecanja su se održala u starome vijeku, točnije u Mezopotamiji što je lako uočljivo iz dosta nalazišta. Tamo su se održavala i prva natjecanja u utrkama. Prema nalazima iz Bliskog istoka i stare Mezopotamije u ovim utrkama dolazi do prvog novog elementa koji označava princip natjecanja što je i osnovno obilježje suvremenog sporta. Tada se još uvijek nije pridavala pažnja svrhovitoj tjelovježbi. U drevnoj Mezopotamiji, cilj nije bio isticanje tjelesnih sposobnosti niti je nastup u tjelesnim natjecanjima bio krajnji cilj. To jasno pokazuje procjena činjenica koje svjedoče o sportskim elementima. Utrke su se vodile radi postizanja stvarnih i

konkretnih ciljeva koji su se izdizali iznad samog događaja jer su mijenjali društveni položaj onoga tko je pobijedio (Jajčević, 2010:28). Bitno je istaknuti i promicanje tjelesne aktivnosti i sporta u staroj egipatskoj kulturi. Lijepo oblikovane i fit osobe svakodnevno su vježbale prema redovitom sustavu tjelesnog odgoja. Brojni hijeroglifi i prikazi pokazuju da su Egipćani kroz tisuće godina razvijali sustav sporta i fizičkih aktivnosti. U tom razdoblju, tjelovježbene aktivnosti usmjerene su na mirno odmjeravanje snaga. Motivi fizičkog vježbanja prikazani na hijeroglifima svjedoče o postojanju sustava tjelesnog obrazovanja sa razvijenim metodama. Najranije vježbe uključivale su široko razmicanje nogu s podignutim rukama, savijanja tijela s podignutim rukama te dizanja ruku. Bilo je prisutno i nekoliko vježbi potezanja i rastezanja. Egipćanima je cilj bio doživjeti više od 40 godina što je u to vrijeme bio prosječan životni vijek (Vujnović, 2021). Značajno je istaknuti crteže koji prikazuju razne vrste igara s loptom, jer je loptanje u Egiptu bilo popularnije nego u bilo kojoj drugoj civilizaciji tog vremena. Na brojnim zidnim oslicima možemo vidjeti prizore Egipćana kako se igraju loptom, a lopte koje su koristili ostale su sačuvane do danas u British Museumu u Londonu što se može vidjeti na slici 3. Često su bile ukrašavane motivima, obojene različitim pigmentima dok su se izrađivale od lana (Bilić, 2022).

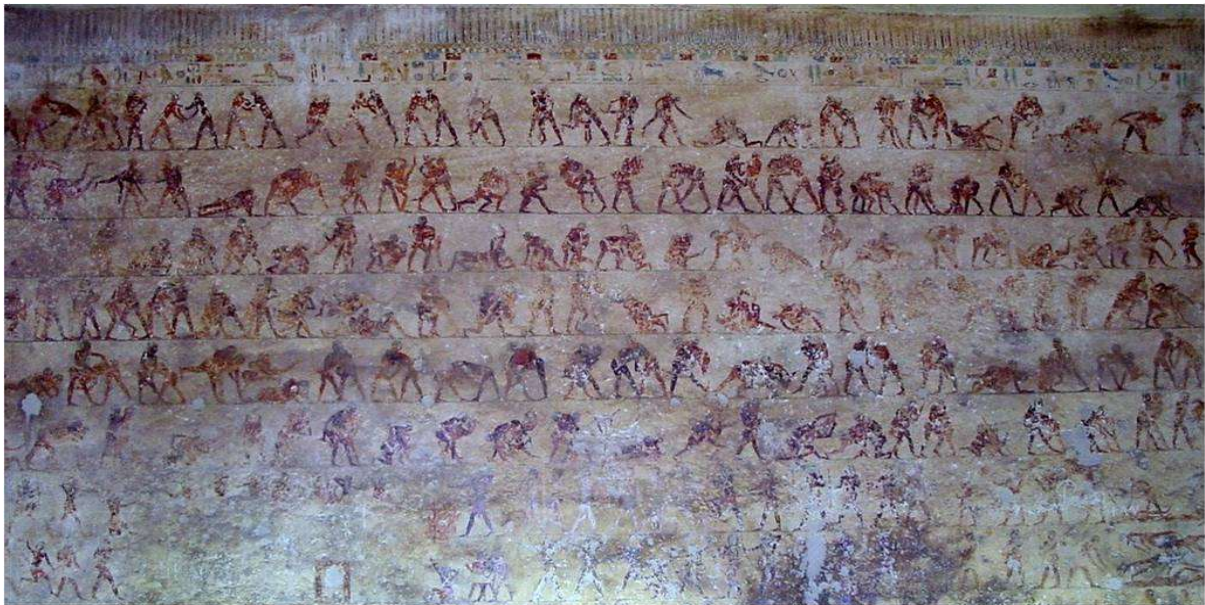


Slika 3. Prikaz egipćanskih lopti u periodu Rimskog Egipta

Izvor: autor preuzeo iz: The British Museum (1907)



Također, Egipćani su i plesali uz pratnju glazbe koju su glazbenici izvodili na lirama, gitarama i harfama. Potezali su i uže, bavili su se ribolovom, mačevanjem, atletikom koja je ličila onoj iz antičke Grčke, lovom na divljači, dizali su utege, jahali konje, plivali, veslali rijekom Nil, uživali su u streličarstvu u kojem su s lukom i strijelom morali pogoditi metu te u brojnim drugim sportovima. Uz sve te sportove razvili su i neke timske sportove. Jedan od najpoznatijih timskih sportova bio je hocksha što je slično današnjem hokeju na travi, pri čemu su se štapovi izrađivali od palminih grana, a krajevi omatali zavojima. Najpoznatije je bilo hrvanje u kojem je svaki zahvat bio dopušten i nisu postojala neka ograničenja kao danas, a brojni hrvački zahvati prikazani su na zidovima grobnice u Beni Hasanu što se može vidjeti na slici 4., a izgrađena je oko 2500. godine prije Krista (Jajčević, 2010).



Slika 4. Crtež na zidu grobnice u Beni Hassanu koji prikazuje hrvačke zahvate iz 2500. godine prije Krista

Izvor: autor preuzeo iz: THE ARMWRESTLING ARCHIVES (n.d.)

Neizostavan dio povijesti ne smije se zanemariti, a odnosi se na Egejsku kulturu u 3. i 2. tisućljeću prije Krista koja je imala snažan utjecaj na europsku kulturu. Kreti koji su dio Egejske kulture bavili su se vježbanjem i raznim aktivnostima u poprilično zamjetnom kapacitetu. Žene su sudjelovale u obrednim igrama sa zmijama u dvorištima Kretskih palača dok su muškarci bili dio igre koju su nazivali minotaura u kojoj su sudionici prerušeni u bikove



izvodili različite ritualne pokrete. Naravno da i ples nije prošao nezapaženo kod stanovnika Krete jer se u njemu nije samo uživalo već se slavilo i poštovalo neko božanstvo za lijepo vrijeme, dobro zdravlje stoke i ostale blagodati. Poznat je bio i akrobatski ples kojeg su izvodili profesionalci u jako dobroj fizičkoj spremi i formi što je iziskivalo dugotrajno vježbanje. Kretska civilizacija je pokazala veliki interes za šakanje i trke. Šakači su već tada bili podijeljeni prema kategorijama i oduševljavali maštu (Gillet, 1970). Neobična plemenitost lišena svakog militarizma, okrutnosti i agresivnosti krasila je kretski sport. Da stanovništvo Krete nije dovoljno razvilo sport i tjelovježbe, Grci bi bili zakinuti jer su im upravo oni uvjetovali razvojem tih aktivnosti što je bio temelj daljnjeg napretka sporta i tjelovježbe širom svijeta (Jajčević, 2010). Na slici 5. vidljiva je freska s prikazom šakača iz Tire.



Slika 5. Freska s prikazom šakača iz Tire koja datira od 1550. godine prije Krista

Izvor: autor preuzeo iz: Alamy (2018)

Grčka civilizacija koja će poslužiti kao inspiracija za cijeli svijet nastala je nakon propasti Mikene, a i danas je prepoznatljiva osnova razvoja suvremenoga društva. Tijekom tog doba dolazi do najvišeg stupnja prikaza sporta kroz umjetnost. Počeci razvoja sporta vezani su uz razna nadmetanja i igre što su ih Grci priređivali u svečanim prilikama kao što su vjenčanja i vojni pohodi (Jajčević, 2010). Stari Grci bili su fascinirani anatomijom ljudskog tijela, a utjecaj sporta na njihovu svakodnevnicu bio je od ključne važnosti za povijest sporta. Grci su nazivali gimnastikom raznoliki sustav fizičkih aktivnosti uključujući igre i ples. Gimnastika je bila

podijeljena na palestriku koja je uključivala jahanje, trčanje, petoboj, hrvanje i drugo dok je arhestrika sadržavala glazbeno i estetsko usavršavanje kroz igre i ples. Pitagora iz Krotona školu je osnovao krajem 6. stoljeća prije Krista, u kojoj je segment nastave bio orijentiran na znanstvena istraživanja i strukturirano vježbanje obuhvaćeno redovitim treningom, posebno hrvanje i trčanje. Ogromna pažnja posvećivala se i prehrani koja je i dan danas vezana uz uspjeh mnogih sportaša. Novi aristokratski ideal pod imenom kalokagatija tražio je jedinstvo duhovnog i tjelesnog odgoja, a nastao je tijekom 5. i 6. st. pr. Kr. (Jajčević, 2010). Tjelesna kultura bila je važna za zdrav život na što je ukazao veliki napredak u medicini. Zatim su formulirani znanstveni principi i osnove nove discipline koje su se u početku nazivale gimnastikom, a kasnije higijenom (Jajčević, 2010, str. 49). Liječnik iz Selimiye, Herodik smatra se osnivačem terapijske gimnastike koja je bila namijenjena prevenciji i liječenju bolesti. Prema njegovim teorijskim aspektima treninga i prehrane Hipokrat punu je pažnju davao prevenciji bolesti kroz ravnotežu prehrane i tjelovježbe. Platon, Hipokrat, Aristotel i Sokrat isticali su da prakticiranjem nekog oblika sporta ili tjelovježbe čovjek je mogao poboljšati kvalitetu svog života u socijalnom, psihičkom i fizičkom aspektu života. Aristotel je gimnastiku smatrao glavnim dijelom obrazovanja unatoč tome što je osuđivao težnju prema zahtjevnim treninzima jer je on smatrao da nisu dobri za zdrav razvoj i samu figuru tijela. Zasižno treba spomenuti i Olimpijske igre koje su nastale u civilizaciji Stare Grčke i prema studijama prve Olimpijske igre održane su 776. godine prije Krista, ali Živko Radan navodi da se od te godine vodi lista pobjednika igara te da su igre počele još i ranije (Radan, 1981:27).

Igre su bile povezane s religijom i imale su svečani karakter. Ženama je bilo zabranjeno sudjelovati u Olimpijskim igrama osim vrhovnoj svećenici Demetri Hamini koja je imala poseban izuzetak. Olimpijske igre održavaju se i danas, svake četiri godine i to na globalnoj razini pozivajući sportaše cijeloga svijeta. Značaj tih igara za stare Grke bio je nevjerojatan u svakom smislu jer su imale izuzetnu ekonomsku ulogu, političku ulogu pa tako i kulturnu, sportsku i društvenu dobrobit. Rimljani su preuzeli mnogo toga od Grka, ali tjelovježbu nisu smatrali odgojnim sredstvom poput Grka. Vježbanje bez odjeće po uputstvu trenera bila im je nepoznanica. Iako su rimski liječnici isticali važnost vježbanja i šetnji, rijetki su to prakticirali. Mnogi carevi i filozofi bili su protiv tjelovježbe. Nakon osvajanja Grčke Rimljani su ipak promijenili svoje mišljenje te su počeli njegovati sportske aktivnosti. U Rimu su se održavale sportske manifestacije koje su bile poznate pod nazivom Akcijske igre. Organizirale su se na Marsovu polju na stadionu s kapacitetom od oko petnaest tisuća gledatelja i to svake četiri

godine. Mogu se istaknuti i igre Neroneje koje su sadržavale program koji se sastojao od umjetnosti u kojoj se natjecalo u pjevanju, pjesništvu i muziciranju te od atletike i konjanništva. Priređene su samo dva puta iako je prvobitni cilj bio da se održavaju svakih pet godina. Ne smiju se zaboraviti spomenuti ni Kapitolijske igre u kojima su sudjelovali najčešće Grci jer su nastupom na igrama stjecali građanska prava i održavale su se svake četiri godine u proljeće. Rimljani su pridavali veliku pažnju prehrani, osobito oni koji su se bavili sportom i hranili su se pretežno žitaricama, vinom i maslinovim uljem. Sir koji je nastao od mlijeka bio je glavni izvor proteina, a od povrća konzumirali su rotkvice, luk, grašak, grah, češnjak, repe i tikve dok su od voća jeli grožđe, jabuke, datulje, kruške i smokve. Općenito rimski sportaši slijedili su dijetu bogatu ugljikohidratima što je gotovo identično modernim prehranbenim strategijama za sportaše (Harrison, Bartels, 2016).

Najokrutnije, najpoznatije i najviše popularne od svih igara koje su Rimljani organizirali bile su Gladijatorske igre. Rimljani koji su se borili na Gladijatorskim igrama nazivani su Gladijatori te su morali očuvati tjelesnu snagu jer je to bilo ključno za njihov opstanak, a borbe za žene gladijatorice su postupno zabranjene. Izvršni gladijatori imali su popularnost nalik današnjim sportašima. Svi gladijatori su morali proći specijaliziranu školu gdje je prehrana bila pod pažljivim nadzorom liječnika koji su također vodili brigu o njihovoj higijeni i masažama (Jajčević, 2010). Gladijatorske igre održavale su se u velikim amfiteatrima gdje su gledatelji imali priliku besplatno gledati bez rizika, a često su odlučivali o sudbini poraženog gladijatora pokazujući palac okrenut prema gore ili dolje i stisnute šake ovisno o tome je li pobjednik pošteno izborio pobjedu ili ne. Amfiteatri su bile impozantne ovalne građevine čije su se vanjske strane otvarale kroz arkade sa stupovima dok je kavea okruživala središnje, kružno borilište. Amfiteatar u Puli predstavlja primjer rimskih amfiteatara u Hrvatskoj, a izgrađen je u prvom stoljeću. Nakon prihvaćanja Kršćanstva govorilo se o ukidanju gladijatorskih igara koje su ipak ukinute tek nakon sedam stoljeća, međutim njihova okrutnost zauvijek je obilježila povijest. Slika 6. prikazuje kako je izgledala rimska arena u Pompejima.



Slika 6. Freska s prikazom rimske arene u Pompejima, izgrađena oko 79. g. pr. Kr.

Izvor: autor preuzeo iz: BABYLAGUNA (2021)

Treba spomenuti i srednji vijek u kojem vitezovi zauzimaju prvi plan i nastaju tjelovježbena društva čiji su članovi u društvu mogli napredovati polaganjem ispita. Igra paume bila je najpopularniji sport. Izgradnja prvih dvorana započinje u 14. stoljeću (Jajčević, 2010). Krajem 17. i početkom 18. stoljeća u Engleskoj se stvaraju temelji modernog sporta, a građani su sudjelovali u pučkim igrama koje su sačinjene od više disciplina poput plesa, kuglanja, hrvanja, a nogomet je bio najpopularniji od igara s loptom. Kako vrijeme prolazi, tako sportovi postaju sve privlačniji te se sve više novčanih sredstava ulaže u njih. Posebno značajan u povijesti sporta je rođeni Parižanin Pierre de Coubertin, otac olimpizma koji je bio fasciniran antičkim Olimpijskim igrama. Bavio se boksom, mačevanjem i veslanjem kada je spoznao vrijednost sporta u svojoj mladosti. Bio je iznenađen u kojoj mjeri se tjelesni odgoj u njegovoj zemlji razlikuje od sustava u Engleskoj kao i spoznajom da su učenici na koledžu mogli slobodno izabrati sport u kojem žele sudjelovati. Zatražio je promjene u obrazovnom sustavu i bolje upravljanje odgojem mladih u srednjim školama u Francuskoj. Prema mišljenju ovog autora, „Zahtijevao je 13 sati tjelesnoga odgoja, ravnopravno tjelesnog odgoja s drugim nastavnim predmetima, produžetak organiziranih praznika, izgradnju igrališta, organiziranje sportskih

udruženja i školskih natjecanja“ (Jajčević, 2010:187:25). Nakon što je uspio u promociji suvremenog sporta u svojoj zemlji, usmjerio je svoje napore na osnivanje modernog olimpijskog pokreta. Vjerovao je da bi obnova Olimpijskih igara mogla utjecati na tehnološke i društvene uvjete u zemlji. Ključan datum, 26. studenog 1892. godine smatra se službenim početkom modernoga olimpizma kada je Coubertin prvi puta iznio prijedlog obnove Olimpijskih igara na sastanku u staroj Sorboni.

Prolazeći kroz povijest sporta treba se dotaknuti i povijesti sporta u Hrvatskoj. Bogata povijest sporta u Hrvatskoj prožima se stoljećima unatrag. Sport je oduvijek imao vrlo važnu ulogu u obilježavanju hrvatskog identiteta. Prvi organizirani sport utemeljen u Hrvatskoj bilo je streljaštvo. Godine 1784. u Osijeku je konstituirano Građansko streljačko društvo. Tijekom nadolazećih stoljeća sport je stekao važan položaj u Hrvatskoj te se daleko proširio. Početkom 20. stoljeća građani su imali prilike baviti se streljaštvom, planinarenjem, gimnastikom, klizanjem, biciklizmom, sportskim ribolovom i skijanjem (Kričkić, 2010). Godine 1909. osnovan je Hrvatski športski savez, ali odobrenje za djelovanje dobio je nakon godinu dana. Iako Hrvatska tada nije bila samostalna država i unatoč činjenici da su sportaši imali zapažene i izvanredne rezultate, sport na nacionalnoj razini nije bio potpuno uređen (Milanović i dr., 2016). Sve do 1992. sportaši su nastupali u sastavima jugoslavenske reprezentacije, a te godine prvi put nastupaju pod hrvatskom zastavom na Zimskim olimpijskim igrama koje su bile održane u Albertvilleu. Nakon te godine Republika Hrvatska neprestano počinje ulagati u sport i pomagati svim sportašima pa je tako sport postao značajan dio nacionalnog identiteta i mnogo puta ujedinio narod. U povijesti Hrvatske treba spomenuti i Franju Bučara koji je stvorio Međunarodni olimpijski odbor i prepoznaje se kao otac hrvatskog sporta. Hrvatski sportaši postižu izvanredne rezultate na Olimpijskim igrama, europskim i svjetskim prvenstvima. Povijesni razvoj sporta u Hrvatskoj utjecao je na čvrsto postavljanje temelja za buduće generacije sportaša.

#### **4.2. Podjela sporta**

Sport može biti vrhunski, odnosno selektivni ili masovni, odnosno neselektivni. Područje sporta obuhvaća različite sustave, a to su: profesionalni sport, amaterski sport, rekreacijski sport, sport osoba s invaliditetom i školski sport. Neki od razloga mogu biti tjelesni razvoj,

zabava, natjecateljski duh i unaprjeđenje vještina. Danas postoji više podjela sportova da bi ih lakše razlikovali, ali nije lako napraviti potpuno precizno razgraničenje. Jedna od podjela sportova grupira ih prema vremenu, načinu i mjestu igranja. Postoje brojne varijacije sličnih sportova koje dijele zajedničku povijest, mogu koristiti sličnu opremu ili imaju sličan način igranja, a te se karakteristike mogu koristiti za njihovo kategoriziranje. Klasifikacija sportova prema globalnoj udruzi međunarodnih sportskih federacija koristi pet kategorija za sportove svojih članica. Neki sportovi se možda neće potpuno uklopiti u nijednu kategoriju, ali mnogi će pripadati u više od jedne. Fizički sportovi primarno spadaju u prvu kategoriju sportova. Kao što sam naziv sugerira tu bi svrstali rukomet, odbojku, nogomet, ragbi, tenis i ostale slične fizičke sportove. Sportovi za koje je potreban um pripadaju drugoj kategoriji. Najpoznatiji od njih je šah dok su sljedeća kategorija motorizirani sportovi i u njih ubrajamo rally, formule, utrke motornim čamcima i drugi slični sportovi. Sportovi se mogu klasificirati i na sportove za koje je potrebna koordinacija poput biljara i pikada. Sportovi uz podršku životinja kao što su konjske utrke pripali bi posljednjoj kategoriji. Čovjek se može baviti sportom amaterski, profesionalno ili rekreacijski.

Sportove je moguće podijeliti na dvije osnovne vrste: individualne i grupne. U grupne (zajedničke) sportove ubrajaju se svi sportovi koji se izvode timski, a najveće mjesto zauzimaju sportske igre kao što su košarka, nogomet, hokej na travi i hokej na ledu. Također u ovu kategoriju spadaju i sportovi kao što su potezanje konopa, splavarenje i slično. U individualne (pojedinačne) sportove svrstavamo one sportove u kojima se pojedinac samostalno bori i trudi za svoje uspjehe i rezultate. Ovoj kategoriji pripali bi sportovi poput golfa, šaha, atletike, tenisa, karatea, borilačkih sportova, triatlona, sportske gimnastike, plivanja, pikada, biljara, fitnessa i još dosta drugih. Mnoge pojedinačne sportske discipline na službenim natjecanjima gledaju zbroj bodova individualnih sudionika kako bi bio odlučan ekipni pobjednik, odnosno klub koji je imao najbolje natjecatelje. Pojedini sportovi poput tenisa, veslanja, badmintona, kajaka i sličnih sportova mogu se izvoditi u parovima, pojedinačno ili grupno. Vrlo često se govori o sportovima koji su uključeni u program zimskih ili ljetnih Olimpijskih igara i nazivamo ih olimpijski sportovi, a također spominju se i neolimpijski sportovi. Sport kao sport uz natjecateljski karakter može biti i slobodnog tipa. Slobodni ili amaterski karakter sporta tiče se situacije kada sportaši sudjeluju u sportskim aktivnostima iz osobnih motiva, pri čemu su često navedeni zdravstveni razlozi. Kao primjer možemo pogledati planinarenje koje ima izvrstan učinak za dišni sustav i pozitivno djeluje na krvožilni i mišićni sustav čovjeka. Kada već pišem



o podjeli sporta treba istaknuti i koji sportovi su najpopularniji u Hrvatskoj. Glavna dva kriterija prema kojima su se odredili najpopularniji sportovi u Hrvatskoj su broj gledatelja na godišnjoj razini i broj onih koji su u tim sportovima zapravo aktivni. Broj jedan u Hrvatskoj je naravno nogomet jer se njim bavi najveći broj stanovništva i ima najviše svojih klubova, zatim ga slijede košarka, tenis, rukomet, odbojka, formula 1, vaterpolo, atletika, MMA, boks, skijanje, gimnastika, taekwondo, streljaštvo, karate, plivanje, motociklizam, biciklizam, veslanje i posljednje mjesto zauzima ne tako popularni stolni tenis koji je iznimno dinamičan sport pun lijepih poteza i uzbuđenja. Neki od tih sportova prikazani su na slici 7.



Slika 7. Vrste sportova

Izvor: autor preuzeo iz: Shutterstock (2024)

### 4.3. Menadžment u sportu

Pojam menadžment potječe od engleske riječi *management* odnosno *manage* što bi u prijevodu značilo upravljati, rukovoditi. Izraz menadžment danas se pojavljuje u raznim organizacijama poput poduzeća, sportskih klubova i sličnih organizacija. Često se pojam menadžmenta koristi kao sinonim za rukovođenje nekom organizacijom. Kada se govori o menadžmentu misli se na

vođenje poslovnih operacija i cijelog poslovnog sustava organizacije (Tomić, 2007:25). Postoji mnogo razloga zbog kojih sport privlači pažnju široke publike kao i interes znanstvene i stručne zajednice. Sport može na najbolji način promovirati zemlju, posjeduje moć proširiti i oblikovati brojne vrste vrhunskih sportskih sadržaja te je jako dobro sredstvo za poticanje razvoja mnogih industrija poput sportske industrije, afirmacije sportskih i drugih stručnjaka u sportu. Sportska i poslovna djelatnost u Europskoj uniji predstavlja 2,5% bruto društvenog proizvoda dok je u SAD-u među deset najunosnijih sektora (Tomić, 2007:2). Kada se sport razvija dolazi do rasta sportske industrije, a samim time raste i sportski menadžment koji integrira i usklađuje različite oblasti poput procesa marketinga, psihologije, treniranja, sportskih objekata kao i sportskih događaja. Sport zahtijeva učinkovit način provođenja aktivnosti i dobru organizaciju kao i svaka djelatnost (Bartoluci, Škorić, 2009).

U današnjem svijetu ključno mjesto društvene i političke stvarnosti zauzeo je sport. Mediji su pridonijeli tome da sport postane značajan dio potrošačke kulture te u takvoj atmosferi vrhunski sportaši postaju svojevrzne zvijezde i uzori koji često promoviraju određena uvjerenja i stavove. Visoka razina sudjelovanja u sportu, kao i značajno vrijeme i resursi koje članovi zajednice ulažu kao volonteri ili navijači pomažu naglašavanju altruizma i osjećaja uzajamnosti i altruizma koji karakteriziraju brojne sportske udruge i klubove (Tonts, 2005). S obzirom na to da je sport nadmašio okvire razonode za malobrojnu šaćicu privilegiranih te prerastao u globalni fenomen, primjena menadžmenta u sportu postala je nužna. Potreba za sportskim menadžmentom objašnjena je činjenicom da sport upošljava milijune ljudi, da ga prakticira ili prati većina stanovništva svijeta te predstavlja značajnu industriju (Hoye i dr., 2015). Hoye i dr. zaključuju kako sportski menadžeri obavljaju zadatke poput strateškog planiranja, vođenja velikog broja plaćenih zaposlenika i volontera, upravljanja karijerama vrhunskih sportaša te sklapanja ugovora o pravima na prijenose sportskih događaja. Prema tome, područje djelovanja sportskih menadžera izuzetno je široko.

Pri definiranju menadžmenta poznato je da je on sam po sebi višeznačan pojam kojeg se može sagledati i razumjeti s više stajališta. Sportski menadžment predstavlja proces upravljanja i organiziranja sportskim organizacijama i sportom s ciljem postizanja sportskih i drugih ciljeva uz racionalno korištenje ograničenih resursa. Bartoluci (2003) tumači kako njegova definicija jasno ističe ulogu sportskog menadžmenta na globalnoj razini koja obuhvaća grad, državu,



regiju, županiju i na mikro razini klub, sportsko društvo itd. Menadžeri u sportu imaju dvojak u ulogu u kojoj s jedne strane trebaju težiti ostvarenju sportskih dostignuća dok s druge strane imaju odgovornost za realizaciju poslovnih ciljeva poput investiranja, pokrivanja troškova, ostvarivanja prihoda te pribavljanja igrača i trenera (Bartoluci, 2003). U današnje vrijeme nijedno sportsko društvo ne može uspješno funkcionirati bez menadžera koji imaju cilj pronaći izvore prihoda za organizaciju. Čovjek je pokretač svih aktivnosti u sportu, zbog toga bi menadžment sporta trebao najviše koncentrirati svoje napore na upravljanje ljudima, tj. sportašima, a najmanje tehnologijom (Tomić, 2007). Menadžment je krovni dio svake kuće koji obavlja sve potrebne funkcije bez obzira radi li se o sportskom klubu ili Olimpijskom odboru. Načini poslovanja sportske organizacije razlog su zašto se menadžeri u sportu mogu podijeliti na tri razine:

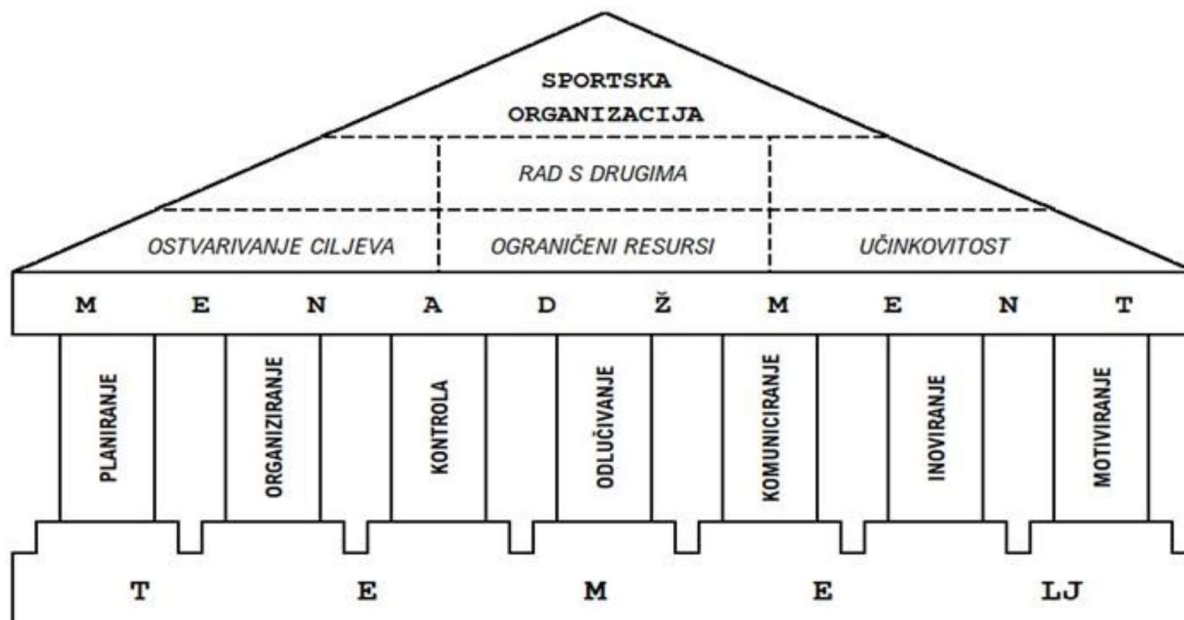
1. top menadžeri,
2. funkcionalni menadžeri,
3. operativni menadžeri (Tomić, 2007:125).

Posao top menadžera je usklađivanje procesa, funkcija i zadataka i da pritom nadgledaju sve procese u poslovnoj i sportskoj funkciji, analiziraju i donose potrebne odluke na razini cijele organizacije. Bave se načinima funkcioniranja sportske organizacije s naglaskom na posvećenost sportu pri čemu upravljaju trenerima i sportašima koristeći svoja izrazita sportska znanja i vještine. Oni su sportski direktori koji su neposredni rukovoditelj i kontrolor te su nadređeni menadžerima nižeg ranga odnosno trenerima kojima se pozicije također mogu razlikovati.

Funkcionalni menadžeri predstavljaju srednju razinu menadžmenta u sportu i najčešće su to financijski menadžeri, marketing menadžeri i sl. U današnjim velikim sportskim organizacijama imaju najmanje tri menadžera koji vode brigu o tim i sličnim područjima. Njihov zadatak je upravljanje procesima, poslovima i organizacijskim strukturama (Tomić, 2007)

Operativni ili izvršni menadžeri spadaju u treću razinu podjele i oni su uglavnom treneri. Takvi menadžeri najčešće imaju funkciju kao treneri, stručnjaci osposobljeni za određeno područje sportske organizacije i rukovoditelji sektora. Treneri se služe istim principima i sredstvima poput ostalih menadžera i to s naglaskom na ključnu funkciju sportske organizacije, onu koja se bavi sportom (Tomić, 2007). Slika 8. prikazuje sedam ključnih funkcija sportskog

menadžmenta bez kojih se ne bi uspješno upravljalo sportskim organizacijama (Bartoluci et al., 2004).



Slika 8. Funkcije sportskog menadžmenta

Izvor: Prilagođeno prema Bartoluci (2003, 154)

Za uspješno funkcioniranje sportskog poduzeća i ostvarivanje sportskih ciljeva, potrebno je uspostaviti odgovarajuću organizacijsku strukturu koja će osigurati usklađenost i harmoniju unutar poduzeća. Trebaju se obavljati sve potrebne funkcije da bi sportske organizacije uspješno djelovale. Planiranje se odnosi na uspješno postizanje postavljenih ciljeva kojima je nužan kvalitetno izrađen plan. Menadžeri u sportu postavljaju poslovne i sportske ciljeve u unaprijed definiranim vremenskim razdobljima. Sportsko organiziranje odnosno organiziranje u sportu je proces s velikom dinamikom dok je funkcija organiziranja temeljna funkcija koju je potrebno konstantno inovirati i unaprjeđivati. Samo kvalitetna i učinkovita organizacija može osigurati optimalno iskorištavanje resursa u sportu, kako materijalnih tako i ljudskih potencijala. Kontrola se provodi od strane kvalificiranih menadžera unutar neke sportske organizacije i njezina namjena u sportu je da se unaprijed postavljeni ciljevi realiziraju i odrađuju prema planu. Odlučivanje dovodi do uspjeha ili neuspjeha u sportu i takvu zadaću

obnašaju vlasnici sportske organizacije koji često imenuju kvalificirane menadžere da preuzmu navedenu funkciju.

U hrvatskom sportu funkciju odlučivanja obavljaju kvalificirani menadžeri donoseći brojne financijske i organizacijske odluke i to su najčešće županija, općina, grad ili država. S obzirom na to da se menadžment u sportu bavi vođenjem ljudskih resursa, odnosno sportaša, komuniciranje je vrlo važna funkcija u sportskom menadžmentu. Sve funkcije menadžera provode se različitim oblicima komunikacije koja mora biti na visokoj razini. U slučaju izostanka komunikacije, menadžment se ocjenjuje kao slab ili ga uopće nema. Inovacije u sportu su izuzetno promjenjive i zato menadžeri moraju pratiti sve inovacije i razvoj u sportskoj sredini kako bi ih implementirali u vlastitu sportsku organizaciju. U sportu, motivacija može biti važan čimbenik za ostvarivanje uspjeha jer je menadžeru najvažniji posao raditi s ljudima. Motiviranje materijalno-financijskim sredstvima do sad se pokazalo kao najuspješniji oblik unatoč mnogim načinima motiviranja u sportu (Bartoluci, 2004). Osobe zaposlene na rukovodećim radnim mjestima u sportu obavljaju uglavnom one menadžerske funkcije kao i u drugim područjima, odnosno organizacijama. Bez kvalitetnog, pažljivog i pomnog planiranja, kontroliranja, kadrovanja, organiziranja i vođenja ne može se očekivati uspješnost u realizaciji zadataka i ciljeva u bilo kojem poduzeću ili ustanovi. U sportskim organizacijama menadžeri su ti koji su odgovorni za planiranje aktivnosti u području sporta, organizaciju svih poslovnih procesa, provođenje politike razvoja ljudskih resursa, odlučivanje o primjeni najprikladnijih rješenja, osiguranje koordinacije i komunikacije, vođenje poslovnih funkcija (Zec, 2011). Menadžeri u sportu najčešće se pojavljuju u ulogama kao što su:

- glavni menadžer-direktor,
- sportski direktor,
- direktor različitih sektora sportske organizacije,
- direktor organizacije,
- direktor sportske škole,
- tajnik,
- poslovni tajnik,
- trener-menadžer,
- javni djelatnici u sportu (Bartoluci, Škorić, 2009).

Tijekom vremena se razvila percepcija uzoritih menadžera te se stvorila potreba da ih se uspoređuje prema karakteristikama tzv. novih menadžera u sportu, a to su:

- 1) *„Menadžer mora biti etičan i moralan.*
- 2) *Menadžer treba biti samouvjeren.*
- 3) *Menadžer mora biti uporan i strpljiv.*
- 4) *Menadžer mora racionalno gospodariti uspjehom.*
- 5) *Menadžer u sportu mora naučiti živjeti sa stresom.*
- 6) *Menadžer može i bolje' geslo je suvremenog menadžera u sportu.*
- 7) *Menadžer želi učiti i prenositi znanje.*
- 8) *Menadžer mora sagledati cjelinu kroz zajedničke ciljeve.*
- 9) *Menadžer treba znati govoriti, ali i slušati.*
- 10) *Menadžer u sportu mora biti vizionar da bi bio pobjednik“* (Srića, 2004; Bartoluci, Škorić, 2009).

U sportskim organizacijama sudjeluju i tehnički specijalisti koji nisu izravno odgovorni za rad ostalih radnika. Oni su stručni suradnici, konzultanti, kondicijski treneri, pomoćni treneri, voditelji selekcija itd. (Mašala, 2008: 15). Kada se govori o karakteristikama jednog menadžera moglo bi ih se navesti barem deset, primjerice: komunikativnost, iskrenost, poštenje, strastvenost, nesebičnost, empatičnost, sklonost timskom radu, samostalnost u donošenju odluka, pouzdanost, poniznost.

Mnoge od tih karakteristika mogu biti urođene dok se mnoge moraju njegovati i kultivirati. Odgovarajuća znanja i sposobnosti koje menadžeri u sportu moraju posjedovati podijeljene su u tri skupine od kojih su tehničke vještine prva skupina, sposobnosti (znanja) iz područja menadžmenta pripadaju drugoj skupini te trećoj skupini pripadaju intuitivne ili konceptualne vještine (Tomić, 2007).

Tehničke vještine odnose se na specifičnu struku osnovne djelatnosti sportske organizacije, a ujedno su i tehničko-stručna znanja u sportu te takve vještine najviše moraju imati operativni menadžeri, a to su treneri. Bez obzira koji posao radili takva tehnička znanja moraju posjedovati menadžeri na svim nivoima zbog razumijevanja procesa i shvaćanja njihove međuzavisnosti (Tomić, 2007).

Sposobnosti (znanja) iz područja menadžmenta usmjerene su na vještine korištenja svih funkcija iz menadžmenta. Bez njih menadžer ne bi bio u mogućnosti obavljati svoje menadžerske zadatke kao i bez njihove primjene u praksi. Takve vještine uključuju i međuljudske odnose, a neki od ključnih odnosa u sportu bio bi trener i sportaš, trener i upravni odbor itd.

Intuitivne ili konceptualne vještine uzrokuju i prihvaćaju promjene u okruženju te na različite načine mogu utjecati na organizaciju. Takve vještine imaju najveći značaj kod menadžmenta na najvišim razinama pa ih zato i koriste menadžeri takvog nivoa jer omogućuju sagledavanje cjelokupne organizacije i razvijaju obrambene strategije kao odgovor na promjene okruženja (Tomić, 2007).

Osobine koje karakteriziraju menadžera koji je uspješan rangirane su na način kao u sljedećoj tablici:

Tablica 3. Osobine menadžera koje su potrebne za uspjeh

<b>Osobina</b>	<b>Postotak (%)</b>
<b>1. Poštenje</b>	87
<b>2. Sposobnost</b>	74
<b>3. Dalekovidnost</b>	67
<b>4. Inspirativnost</b>	61
<b>5. Inteligencija</b>	46
<b>6. Iskrenost</b>	42
<b>7. Hrabrost</b>	35
<b>8. Neposrednost</b>	33
<b>9. Pouzdanost</b>	31
<b>10. Spremnost na pomoć</b>	29
<b>11. Spremnost na suradnju</b>	23
<b>12. Ambicija</b>	18
<b>13. Odlučnost</b>	14
<b>14. Odanost</b>	10
<b>15. Nezavisnost</b>	8

Izvor: Bartoluci, Škorić (2008)

Neke od osobina menadžera se posebno ističu, a to su poštenje i sposobnost. U velikim klubovima treneri i menadžeri imaju pravo na riječ u vezi donošenja financijskih odluka, posebno u vezi s fondom igrača. Klub na temelju procjene potrebnih godina i financijskih sredstava za razvoj igrača odlučuje kako će upravljati novcem i samim razvojem igrača. Mogu se fokusirati na razvoj seniorske ekipe ili na razvoj vrhunskih talenata, imati prosječnu seniorsku momčad ili zarađivati na tržištu igrača. Sve ove odluke ovise o trenutnim situacijama i promjenjive su. Što se tiče sportskog menadžmenta u Hrvatskoj i dalje je velik broj klubova kojima trener obnaša uz svoju ulogu i ulogu sportskog menadžera kluba. Razlog tome je neadekvatan sustav obrazovanja za profesiju sportskog menadžera dok je u zapadnoeuropskim zemljama taj sustav itekako razvijen. Praksa je pokazala da samo educirane i stručne osobe za sportski menadžment mogu uspješno voditi kvalitetan sport te da se pomaci u hrvatskom sportu ne mogu očekivati sve dok se ne uspostavi učinkovit sustav obrazovanja sportskih menadžera. Zbog današnjeg enormnog napretka u tehnologiji treba istaknuti i IT menadžment u sportu. S razvojem sporta kao poslovne djelatnosti dolazi do napretka tehnologija povezanih uz razvitak sportskog poslovanja kroz informacijsku tehnologiju i internet što doprinosi povećanju učinkovitosti poslovanja. Različite tehnologije mogu značajno doprinijeti sportašima i klubovima u poboljšanju njihovih rezultata i performansi bez obzira na to je li sport profesionalan ili amaterski. Danas je korištenje najsuvremenijih tehnologija nešto što se podrazumijeva samo po sebi, pogotovo u vrhunskom sportu. Sportske organizacije koriste raznovrsne tehnologije koje im značajno pomažu u unaprjeđenju poslovne učinkovitosti, a njihov rapidni napredak za sportski menadžment znači brojne prilike i izazove. Korištenjem informacijskih sustava sportski menadžeri mogu učinkovitije usmjeravati poslovanje organizacije, bolje nadzirati gotovo svaki aspekt njezine izvedbe te unaprijediti analizu, rješavanje problema i donošenje odluka.

Praćenje tehnološkog napretka za sportske menadžere predstavlja neprestan izazov jer je nužno pronaći balans između troškova modernizacije i mogućeg nezadovoljstva korisnika radi nedovoljno zadovoljavajuće razine usluga uzrokovane slabijom IT opremljenosti (Robinson, 2004). Potrebe menadžmenta u smislu informacijskih sustava ovise o brojnim čimbenicima poput statusa, veličine, ustroja i vrste organizacije. Sportski menadžeri moraju aktivno sudjelovati u provođenju tehnoloških promjena na svim razinama organizacije. Također, trebaju posjedovati odgovarajuća IT znanja i vještine te osigurati da i njihovi zaposlenici imaju potrebne informatičke kompetencije.

## 5. E-SPORT

U ovom poglavlju će se dublje obraditi pojam esporta, njegov put kroz povijest, turniri te menadžment e-sporta. Nekada je igranje videoigara bilo potpuna zabava, ali danas se pretvorilo u ozbiljan posao gdje su brojni igrači plaćeni značajnim količinama novca od strane pojedinih organizacija i samim time postali su privlačni za brojne sponzore. Esport je rastući fenomen koji je itekako dinamičnog karaktera i dalje cvate uz razvoj današnje tehnologije. Elektronički sport ili takozvani esport je kompetitivno natjecanje u videoigrama, najčešće na profesionalnoj razini, gdje se igrači mogu natjecati u timovima ili individualno. Takva vrsta natjecanja u videoigrama stekla je ogromnu popularnost širom svijeta, privlačeći milijune zaljubljenika u igre. U esportu igrači se mogu natjecati jedni protiv drugih na dva načina. Jedan način bio bi putem interneta odnosno online varijanta, a drugi je preko povezanih računala ili takozvani LAN (*Local Area Network*) način gdje se igrači međusobno natječu na umreženim natjecateljskim računalima unutar jedne prostorije. Organizatori natjecanja u većini slučajeva koriste obje varijante jer se obično kvalifikacije odvijaju online, a finalni dio se održava u LAN varijanti u nekoj *gaming* areni. Upravo je umrežavanje tog tipa pomoglo e-sportu da stekne značajnu popularnost i privuče stotine igrača na prve esport turnire (Lee, Schoenstadt, 2011). Kako izgledaju računala koja su umrežena na nekom turniru može se vidjeti na slici 9.



Slika 9. Prikaz umreženih računala jednog tima na PGL turniru

Izvor: autor preuzeo iz: DOT ESPORTS (2024)

E-sport je oblik sporta koji se odnosi na profesionalne i amaterske videoigre natjecateljskog karaktera gdje se igrači često natječu na raznim turnirima, ligama i natjecanjima sličnog tipa. Igrači su u većini slučajeva članovi nekog tima ili pripadaju nekoj sportskoj organizaciji koja je sponzorirana od poslovnih kompanija. Posljednjih godina elektronički sport potaknut širenjem online igara i *streaming* platformi bilježi izuzetan rast (Hamari, Sjöblom, 2016). Natjecanja se odvijaju u različitim žanrovima videoigara poput pucačkih, borilačkih, strateških igara ili sportskih simulacija. Najgledanije, a ujedno i najpopularnije esports discipline u 2023. godini prema broju gledatelja su *League of Legends*, *Mobile Legends: Bang Bang*, *Counter-Strike Global Offensive* i *Counter-Strike 2*, *Dota 2* i *Valorant*. Slika 10. prikazuje najgledanije esports discipline u 2023. godini.



Slika 10. Prikaz najgledanijih esports disciplina u 2023. godini

Izvor: autor preuzeo iz: Esports Charts (2024)

Iz slike 10. može se iščitati kako na prvom mjestu prednjači videoigra pod nazivom *League of Legends* s nevjerojatnih 590,93 milijuna sati gledanja u 2023. godini dok je na zadnjem mjestu *Valorant* s 327,21 milijuna što je skoro u pola manje od vodećeg *League of Legendsa*. Takve brojke se itekako mogu uspoređivati s onim brojkama tradicionalnog sporta poput gledanosti nogometa, košarke, tenisa i ostalih malo poznatijih sportova. Veliki broj gledatelja prati esports



sadržaj preko poznatih *streaming* platformi među kojima su najpoznatiji YouTube, Twitch i neki kineski *streaming* servisi pa tako postoje i televizijski programi namijenjeni samo za prijenos takvog sadržaja poput Arena Esport programa koji je poznat u državi Srbiji. Brojni obožavatelji takva natjecanja prati iz udobnosti svoga doma dok je odlazak u ogromne arene gledati turnir uživo još uvijek malo nerazvijen, a i ljudi još nisu stekli takvu naviku. I dan danas postoje ljudi koji ističu da se esport ne može smatrati sportom jer ne uključuje dovoljno fizičke aktivnosti dok drugi vjeruju da se može ubrojiti među sportove iako nije fizički ni atletski sport. Dio ljudi složio bi se da osobe koje sjede po cijeli dan igrajući videoigre ne mogu biti sportaši, ali zbog napretka u tehnologiji, razvoj u budućnosti omogućiti će da e-sport postane još više prilagođen tradicionalnoj društvenoj percepciji sporta (Filchenko, 2018). Izuzme li se fizičku aktivnost e-sport je po svemu ostalom kao i drugi klasični sportovi. Igrači neprestano usavršavaju, planiraju, treniraju poteze i moraju posjedovati određene vještine poput brzih refleksa i izvrsnu usklađenost ruke i oka. Postoji i faktor APM kojim se mjeri fizička sprema svakog igrača koji pokazuje koliko brzo igrači reagiraju, odnosno koliko točnih klikova na tipkovnici ili kontroleru mogu ostvariti unutar 60 sekundi (North, 2020).

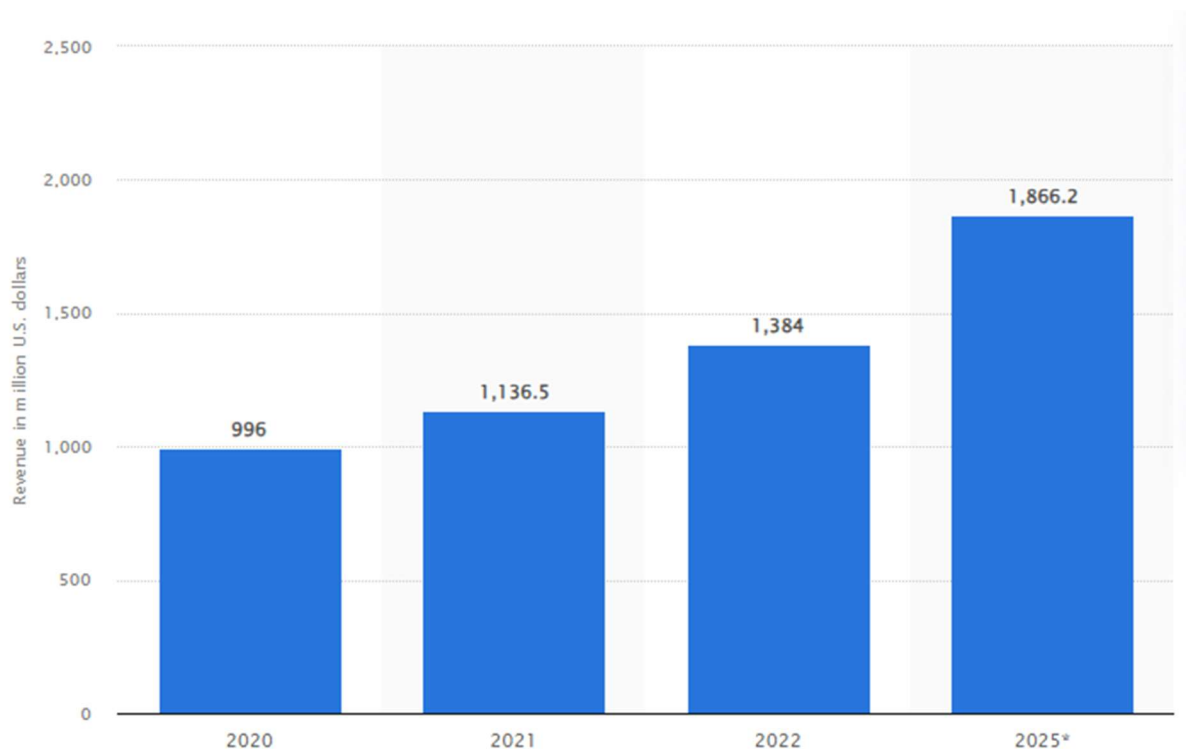
Svaka ekipa ima svoj dres, nutricioniste, ljudi u timovima koji se brinu o igračima što uključuje menadžere, pomoćne trenere, trenere za učinkovitost te se takmiče za bodove koji im na kraju donose titulu i novčane nagrade. Jako mali postotak igrača dođe do profesionalnih ugovora i do samog vrha. Studenti na fakultetima širom svijeta počeli su dobivati stipendije za zalaganje i angažiranost u elektronskom sportu. U Sjedinjenim Američkim Državama je to posebno aktualno. Stipendije obično se kreću od 500 do 10 000 dolara s prosječnom nagradom od oko 2000 dolara za članove sveučilišnog i juniorskog sveučilišnog tima. Na Sveučilištu Grand Canyon napravljena je posebna dvorana opremljena s računalima i konzolama za studente. Tako je elektronički sport zainteresirao i akademske istraživače iz brojnih područja kao što su menadžment u sportu, pravna istraživanja, menadžment medija, informacijski sistemi i poslovna istraživanja. Sadašnja esport istraživanja su raznovrsna i imaju utjecaj na cjelokupni esport ekosustav (Werder, 2022).

Postoji mnogo shema koje nastoje pružiti najobjektivniji i najiscrpniji pregled ekosustava. Za razliku od tradicionalnih sportova ekosustav esporta složeniji je i višeznačan s vlastitim skupom sudionika, raščlanjenih na jednostavnije dijelove o kojima će se reći nešto više u

nastavku s fokusom na izdavače igara, organizatora liga i turnira, esports organizacije, gledatelje i oglašivače. Najprije treba istaknuti izdavače koji su jednostavno i programeri videoigara te posjeduju intelektualno vlasništvo nad njima. Međutim kao značajka esports, izdavač povremeno izdaje zakrpe kako bi dodao nove elemente igre i time razvio iskustvo igranja te prevladavajuće strategije koje se koriste u profesionalnom igranju. Neki primjeri tih izdavača su Riot Games, Blizzard Entertainment i Epic Games. Organizatori liga i turnira kao što naziv implicira, organiziraju glavne turnire i lige za profesionalne igrače. Najbolje lige i turniri se obično prikazuju pred publikom uživo zbog čega se ulažu značajna sredstva u stvaranje sofisticiranih studija i zapošljavanje profesionalnih komentatora kako bi se poboljšalo cjelokupno iskustvo gledanja i što detaljnije prenosile igre.

Kod nekih naslova e-sporta, sami izdavači igara su se diversificirali i preuzeli organizaciju vodećih turnira kako bi imali bolju kontrolu nad sadržajem koji se prikazuje kao što je Riot Games, izdavač igre *League of Legends* koji organizira vrhunsku natjecateljsku seriju. E-sport organizacije su profesionalni timovi koji sudjeluju u raznim turnirima i ligama. Uobičajeno je da esports organizacije osnivaju timove u različitim esports naslovima pod svojim brendom. Na primjer, Cloud9 je američka gaming organizacija u privatnom vlasništvu koja ima 16 različitih profesionalnih timova i procijenjena je na 350 milijuna dolara od 2020. godine. Tako su i sportski klubovi počeli ulagati u esports poput francuskog nogometnog kluba PSG-a koji je danas jedan od najuspješnijih francuskih klubova i često se natječe na međunarodnoj sceni na najvišoj razini. Važan sudionik u ovom ekosustavu su gledatelji. Dok je televizija glavni medij za većinu sportskih prijenosa, gledanje esports je uglavnom *online* na stranicama za prijenos uživo zbog digitalno rođene publike. Twitch, koji je u vlasništvu Amazona i YouTube su neke od najpopularnijih platformi koje su prilagodile iskustvo gledanja kako bi odgovarali takvim esports događajima. Oni su primarni za prijenos mnogih e-sport naslova i čak su potpisali ugovore za ekskluzivna distribucijska prava. Takvi događaji često traju cijelog vikenda s preko 10 sati gledanja. Ključni za cijeli ekosustav su oglašivači koji pružaju glavni izvor prihoda za gore navedene dionike. Zbog velikog broja gledatelja koji nekada prelazi brojku od 500 tisuća gledatelja istovremeno, brendovi traže medijsku vrijednost kroz povezivanje s esports entitetima ili prikazivanjem reklama tijekom emitiranja, slično kao kod tradicionalnih sportskih turnira. Najveća ulaganja dolaze od izdavača igara, organizatora liga i turnira jer su ti dionici izravno uključeni u ekosustav što čini njihova ulaganja opravdanima.

Promjena i procjena javnog mišljenja i financijske podrške za esport dolazi kroz vanjske investitore trećih strana. Njihova ulaganja obično dolaze u obliku stvaranja esport organizacija bez obzira na to što vođenje profesionalnog esport tima nije nimalo jeftino. Na primjer, organizatori liga su potvrdili da prosječne plaće profesionalnih igrača iznose 410 tisuća dolara godišnje na *League Championship Series* (LCS), profesionalnom turniru *League of Legends* u Sjedinjenim Američkim Državama. Sudjelovanje u samim ligama također ima svoju cijenu pa se tako cijena franšize tima za *Overwatch* ligu kreće se između 20 i 60 milijuna dolara. Prema Forbesu, vrhunske esport organizacije zarađuju više od 15 milijuna dolara svake godine, a ti prihodi dolaze od prodaje proizvoda, dijeljenja prihoda od franšiznih naknada i što je najvažnije od sponzorstava. Brendovi poput MasterCarda, Coca-Cole, BMW-a i Nikea sponzoriraju esport lige i organizacije širom svijeta. Da nije bilo pandemije COVID-19, globalni prihodi esporta mogli su doseći procijenjenih 1,1 milijardu dolara u 2020. godini, s 822,4 milijuna dolara od investicija brendova kao što su medijska prava, oglašavanje i sponzorstva. Slika 11. prikazuje da u 2022. godini, globalno tržište esporta imalo je vrijednost nešto veću od 1,38 milijardi dolara. Osim toga, prognozira se da će globalni prihodi industrije esporta rasti i dosegnuti čak 1,87 milijardi dolara do 2025. godine. Azija i Sjeverna Amerika trenutno predstavljaju najveća tržišta e-sporta u pogledu prihoda pri čemu Kina sama čini gotovo petinu tržišta.



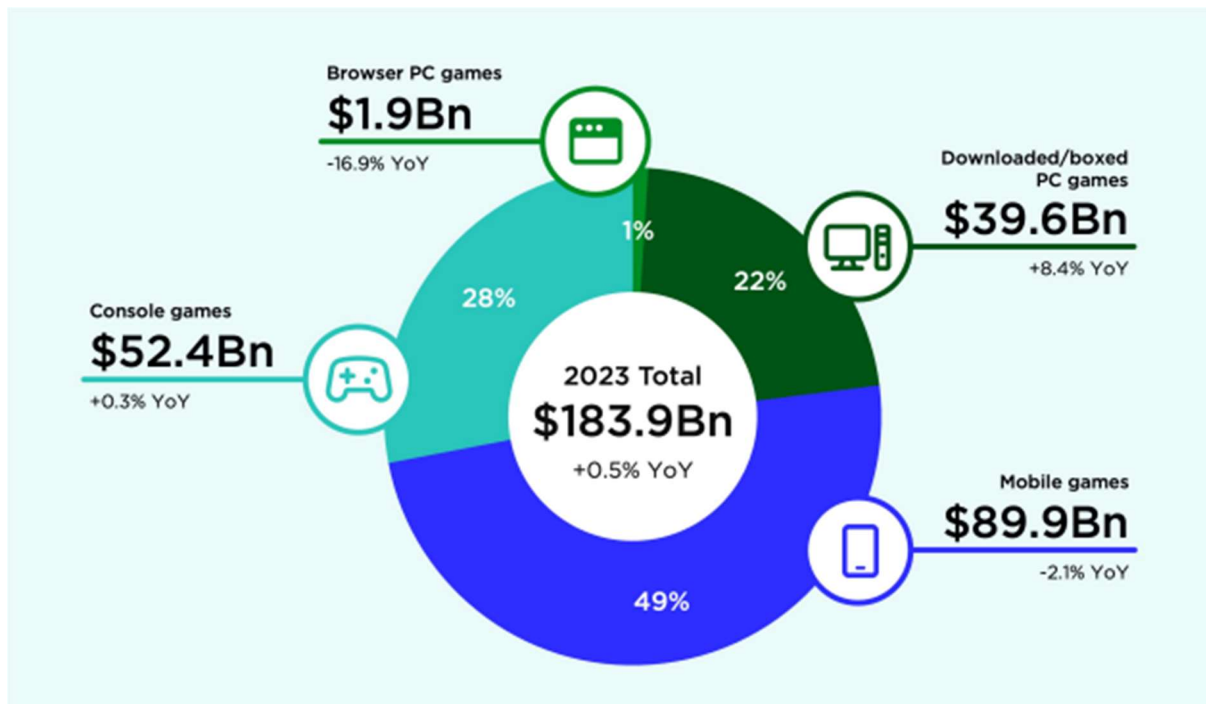
Slika 11. Prikaz tržišnog prihoda esporta u cijelom svijetu od 2020. do 2025. godine

Izvor: autor preuzeo iz: Statista (2023)

Najveći dio prihoda tržišta e-sporta u 2021. godini dolazio je od sponzora i oglašavanja. Ukupno, globalni prihodi od sponzorstava i oglašavanja iznosili su 641 milijun dolara u 2021. godini dok je sljedeći najveći izvor prihoda dolazio od medijskih prava s nešto više od 192 milijuna dolara.

E-sport igre mogu se igrati na računalima i konzolama, a u posljednje vrijeme sve je veća prisutnost e-sport igara na pametnim telefonima. Jedan od razloga za to je što su mobilne igre jeftinije od računalnih i omogućuju pristup igrama bilo kada i bilo gdje. Videoigre na pametnim telefonima igra 2,5 milijardi ljudi dok ih na računalima igra 1,8 milijardi (Wijman, 2020). Prihodi od takve vrste igara na globalnoj razini 2017. godine premašili su 50 milijardi dolara bez obzira što je esport na pametnim telefonima još uvijek u razvoju. Kada je u pitanju mobilni esport svaka regija ima različit pristup. Dok su računala još uvijek dominantna u zapadnim zemljama, u Aziji mobilni esport ima vrlo snažnu prisutnost. U 2023. godini broj igrača globalno, dostigao je 3,31 milijardu što označava povećanje od 4,3% u odnosu na prethodnu godinu. Izdavači mobilnih igara trenutno se suočavaju s izazovima monetizacije i akvizicije

korisnika zbog politika Applea i Googlea. Programerski i marketinški stručnjaci mobilnih igara prisiljeni su prilagoditi svoje strategije i eksperimentirati s novima zaustavljajući trend velikog rasta u ovom segmentu (Newzoo, 2023). Na slici 12. može se vidjeti pad prihoda mobilnih igara od 2,1% u 2023. godini što predstavlja promjenu u odnosu na prethodne godine kada su bilježili visoke stope rasta.



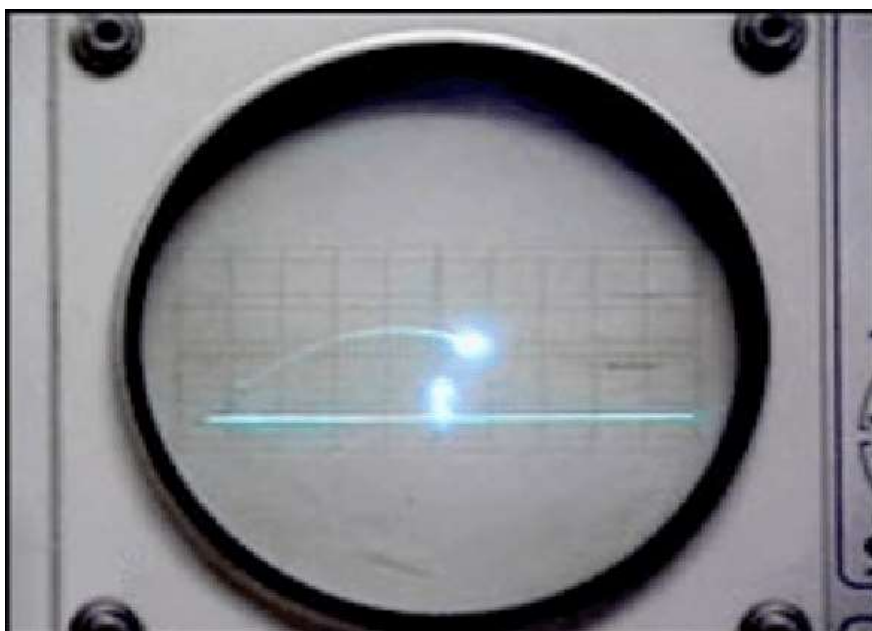
Slika 12. Prikaz globalnog tržišta igara prema segmentima u 2023. godini

Izvor: autor preuzeo iz: Newzoo (2023)

Segment mobilnih igara i s tim padom prihoda zauzima prvo mjesto na tržištu. Konzole su na drugom mjestu s prihodom od 52,4 milijarde dolara u 2023. godini. Najbrže rastući segment zauzima treće mjesto s prihodom od 39,6 milijardi dolara, a odnosi se na računalne igre bile one preuzete ili zapakirane dok je veliki pad od 16,9% zahvatio igre na pregledniku za računalo (Newzoo, 2023).

## 5.1. Povijest e-sporta

E-sport postoji u našem društvu još od 1950-ih godina, od vremena kada su izumljeni prvi strojevi. Početak velike IT revolucije započeo je 1952. godine kada je IBM lansirao svoje prvo znanstveno računalo pod nazivom 701 koje je imalo vojnu svrhu (Bousquet, Ertz, 2021). Nekoliko godina kasnije, točnije 1958. godine lansirana je igra *Tennis for Two*, prva kompetitivna igra koja je imala karakteristiku igranja s *joystickom* i nudila je dvama igračima da igraju jedan protiv drugoga, a kako je izgledala može se vidjeti na slici 13. Danas se ova igra smatra početkom esporta (Bousquet, Ertz, 2021).



Slika 13. Prikaz videoigre *Tennis for Two* iz 1958. godine

Izvor: autor preuzeo iz: ResearchGate (2018)

Svemirska igra pod nazivom *Spacewar* napisana je 1962. godine i smatra se prvom digitalnom računalnom igrom na svijetu. U igri dva igrača igraju jedan protiv drugoga s po jednim svemirskim brodom. Zanimljivo je da su svemirski brodovi već tada imali ograničenu zalihu goriva i streljiva te su bili pod utjecajem gravitacijske sile zvijezde (Bousquet, Ertz, 2021). New York Times je 2007. godine svrstao ovu igru među deset najvažnijih računalnih igara svih vremena, a 1972. godine organiziran je prvi svjetski esport turnir na Sveučilištu Stanford gdje

se natjecalo dvadeset i četiri igrača, a pobjednik je dobio godišnju pretplatu na časopis *Rolling Stone*. Iste godine pojavile su se prve arkadne igre, a videoigre su počele stjecati širu popularnost. Arkadne igre bile su značajan napredak, posebno u socijalnom aspektu. Arkadne igraonice počele su postajati uobičajene u trgovačkim centrima diljem SAD-a čime su pokrenule društvenu komponentu u kulturnom fenomenu igranja igara.. Uz razvoj arkada, iste godine pojavile su se i igraće konzole, a prva konzola nazvana *Magnavox Odyssey* mogla se izravno spojiti na televizor (Bousquet, Ertz, 2021). Tvrtka Atari zauzela je najvažnije mjesto na tržištu 1975. godine s lansiranjem igraće konzole, nazvane *Home Pong* za svoju poznatu arkadnu igru *Pong*.

Konzole i videoigre ušle su u obiteljske dnevne sobe (Bousquet, Ertz, 2021). Pet godina kasnije održalo se prvo nacionalno natjecanje u tadašnjem klasiku *Space Invaders* pod nazivom *Space Invaders Championship*. Taj turnir okupio je preko 10 000 igrača i takva brojka nije zaobišla tadašnje medije da pričaju o takvoj vrsti natjecanja. Sljedeće godine, nakon početnog uspjeha, Atari je organizirao Svjetsko prvenstvo s nagradom od 50 000 dolara. Iako su očekivali između 3000 i 10 000 sudionika, pojavilo se samo 174 igrača. Glavni problem bio je što su igrači morali sami snositi sve troškove sudjelovanja, a pobjednici nisu dobili obećanu novčanu nagradu. U Njemačkoj 1982. i u Sjedinjenim Državama 1983. godine formirani su prvi timovi igrača sa zajednicama koje su se natjecale međusobno. Ovi timovi označili su početak strukture onoga što će kasnije postati esport. Konkretno, 1988. godine predstavljena je igra *Netrek*, koja je bila posebna jer je pružala mogućnost da se 16 igrača istovremeno natječe putem interneta.

Internet je trajno promijenio način igranja omogućivši igračima da se natječu s bilo kim na svijetu. Također je omogućio lakšu razmjenu iskustava i organizaciju događaja unutar zajednica igrača. Iako su konzole bile popularne, osobna računala su dugoročno postala dominantna (Bousquet, Ertz, 2021). Najnoviji tehnološki napredak doveo je do zanimljivijeg igranja zahvaljujući realističnijoj grafici. Računala su polako sustizala konzole, a 1993. godina označila je kritičan trenutak izlaskom igre *Doom* koja je nudila mogućnost spremanja igara i ponovnog igranja kasnije. Osim toga, ova igra je utjelovila dugu tradiciju pucačkih igara iz prvog lica (FPS) gdje igrač vidi akciju kroz oči lika kojeg upravlja. Uz tehnološki i tehnički razvoj, turniri i natjecanja su se intenzivirali i organizatori turnira imali su održiviji poslovni model nego prethodnog desetljeća. *Nintendo* je također prepoznao fenomen natjecanja i 1990.

godine organizirao *Nintendo World Championships* u SAD-u gdje su se igrači natjecali u igrama *Super Mario Bros*, *Rad Racer* i *Tetris*. Početkom 90-ih činilo se jasno da će se budućnost natjecanja vrtjeti oko osobnih računala (PC). Kako je hardver postajao pristupačniji i moćniji, računala su postala privlačnija za kućanstva, a time i za industriju videoigara. *The Red Annihilation* bio je natjecateljski događaj održan 1997. godine, na kojem se okupilo 2000 sudionika koji su se natjecali u igri *Quake*, a glavna nagrada za pobjednika bila je Ferrari 328 GTS (Bousquet, Ertz, 2021). Dennis Fong je osvojio ovo natjecanje, postavši prvi profesionalni esports igrač u povijesti. Sredinom 90-ih započele su prve velike LAN zabave gdje su se igrači mogli izravno natjecati jedni protiv drugih. Kraj 90-ih obilježen je izlaskom igre *Starcraft First Blood* u Južnoj Koreji koja je postigla ogroman uspjeh. Pojava brzog interneta potaknula je rast Internet kafića, što je omogućilo širenje esporta među mlađom generacijom (Bousquet, Ertz, 2021).

Profesionalne lige pojavile su se u mnogim zemljama, razvijale su se neovisno i često nailazile na poteškoće u međusobnoj suradnji. *Counter-Strike*, koji je izašao 1999. godine, postao je jedna od najuspješnijih igara u povijesti esporta. Igra se vrti oko borbe jedinice koja se bori protiv terorizma protiv terorista na ograničenoj mapi. Na slici 14. može se vidjeti kako je izgledao prvi prestižni međunarodni turnir u igri *Counter-Strike* koji je održan u Dallasu 2001. godine pod nazivom *Cyberathlete Professional League (CPL) Winter Championship*, a osvojio ga je švedski tim Ninjas in Pyjamas. Turnir je ponudio nagradni fond od 150 000 dolara i postao poznat kao prvi *Major*.





Slika 14. Prikaz CPL *Winter Championshipa* u Dallasu 2001. godine

Izvor: autor preuzeo iz: Team-aAa (2021)

Dok je početni fokus bio na PC igrama, konzolne igre su se postupno uključivale u natjecateljske turnire. Sredinom 2000-ih nagradni fondovi za esport turnire iznosili su oko četvrt milijuna dolara za pobjedničke timove. Profesionalne lige koje su organizirale te turnire surađivale su s programerima igara, koji su u esportu vidjeli priliku za komercijalni uspjeh i marketinšku promociju svojih igara. Veliki programeri poput Blizzarda neprestano su se borili kako bi njihove igre bile uključene u turnire. Godine 2003. lansirana je igra *Dota*, koja je otvorila put žanru MOBA (*multiplayer online battle arena*). Riot Games je 2009. godine objavio igru *League of Legends*, koja je nekoliko godina kasnije postala izuzetno popularna (Bousquet, Ertz, 2021). Ove vrste igara postale su sve važnije na turnirima zbog svog iskustvenog aspekta i rasta profesionalnih timova.

Godine 2005., *CPL World Tour* postao je prvi e-sport događaj s nagradnim fondom od milijun dolara, a na njemu se igrala igra *Painkiller*. Turneja je imala devet stanica i završila finalom u New Yorku koje je prenosio program za glazbu MTV. Postupno su se osnivale različite federacije, a kulminacija je bila osnivanje međunarodne esport federacije (IeSF) 2008. godine kao globalnog upravljačkog tijela. Do kraja 2010-ih, esport je postao dobro utemeljen u mnogim zemljama, a nagradni fondovi su značajno porasli. Tradicionalni mediji i televizijske mreže nisu bili idealni za održavanje veza s rastućim zajednicama igrača. Umjesto toga, publika

zainteresirana za esport tražila je informacije na internetu, izražavajući želju za praćenjem turnira uživo ili putem snimki. Početkom 2010-ih pojavile su se platforme za *streaming* kako bi riješile ovaj problem (Bousquet, Ertz, 2021). Razvoj esporta dodatno se ubrzao zahvaljujući platformi za emitiranje Twitch. Temeljem eksponencijalnog rasta bilo je razumljivo da bi se veće tvrtke mogle zainteresirati za esport. Akvizicija Twitcha od strane Amazona za 970 milijuna dolara dovela je do kupovne groznice koja traje i danas. Platforma je brzo dostigla 5 milijuna korisnika u 2011. godini, a zatim 45 milijuna u 2013. godini.

Pametni telefoni su uzeli maha u ovom desetljeću iako su razvijeni 2003. godine. U 2016. godini pod vodstvom nekoliko esport organizacija rođena je Svjetska esport udruga (WESA). U 2019. godini, najistaknutija i najvidljivija esport platforma bila je PC zahvaljujući *streaming* platformama i turnirima uživo s puno medijske pokrivenosti, ali ne smije se zaboraviti da je i esport na mobilnoj platformi bio u procvatu. Igre su vodile žestok trgovački rat. *Dota 2*, *League of Legends* i *Starcraft* činili su vrhunski podij većinu desetljeća, a razvojni programeri su konačno shvatili potencijal esporta i uključili esport naslov u svoju strategiju. Valve, razvojni programer, uveo je element prikupljanja sredstava za nagradni fond. Publika je mogla kupiti digitalni kompendij, a profit od toga se dodavao u nagradni fond. Dolazak *streaminga* značajno je utjecao na povećanje publike, a svaki igrač mogao je pratiti svoju ligu i omiljene timove (Bousquet, Ertz, 2021). Sponzori su ulagali u lige kako bi podržali održavanje velikih turnira te postaju ključni igrači u toj industriji. Dolazak pandemije COVID-19 krajem 2019. godine nije značajno usporio rast esporta jer se većina natjecanja igrala *online* poput Svjetskog prvenstva u igri *League of Legends*, *Overwatch League* i drugih. Kako je mobilno igranje polako preuzimalo tržište PC-a i konzola, mobilni esport turniri iskoristili su integraciju aplikacija i mobilne ekosustave kako bi privukli potrošače kao sudionike uz to što su gledatelji. Ovo je ujedno bio trenutak velikih promjena u povijesti esporta. S rastućim entuzijazmom igrača i obožavatelja te dolaskom više investitora i sponzora nije bilo riskantno misliti da će esport industrija nastaviti rasti istom stopom u sljedećih četiri do pet godina. Međutim, nekoliko izazova još uvijek je pred industrijom i potrebno ih je prevladati kako bi se potaknuo rast esporta.

## 5.2. E-sport turniri

Nekada su esport turniri bili niša i stigmatizirani, no njihova povijest seže nekoliko desetljeća unazad. U posljednjih deset godina postali su izuzetno popularni. Imaju mogućnost održavanja online i offline privlačeći mnogobrojne gledatelje uključujući strastvene igrače i početnike. E-sport turniri su natjecateljski događaji gdje se igrači, najčešće u timovima natječu jedni protiv drugih u određenoj igri. Natjecanja tog tipa postala su važan izvor prihoda za sve sudionike, od igrača i timova do organizatora i sponzora. Najveći turniri danas imaju višemilijunske nagradne fondove i milijune gledatelja generirajući ogromne prihode. Od 2010. godine industrija raste nevjerojatnom brzinom konkurirajući tradicionalnim sportskim događajima. Organizacija velikih i važnih natjecanja zahtijeva mnogo osoblja, a taj broj će rasti u budućnosti. Turniri se organiziraju prema shemi sličnoj klasičnom sportu, prvo se najavi nagradni fond, a tek onda se pozivaju timovi.

Priprema *online* turnira može biti odrađena u par sati dok se neko veće natjecanje koje se odvija u velikim arenama može pripremati mjesecima. Što je turnir veći potrebno je više vremena za pripremu. Organizacija prosječnog velikog esport natjecanja usporediva je s pripremom koncerta. E-sport turnir s najvećim nagradnim fondom do svibnja 2024. godine bio je *The International 2021* s ukupnim fondom većim od 40 milijuna američkih dolara. *The International* je godišnji turnir u esportu za igru *Dota 2* koji organizira razvojni tim igre pod nazivom Valve. Turnir je završni događaj *Dota Pro Circuita* (DPC) i uključuje 20 timova. Prvi *The International* održan je 2011. godine u Njemačkoj na Gamescomu kao promotivni događaj za izdanje igre, a zatim je turnir preseljen u Seattle, sjedište razvojnog tima videoigre. Od 2018. godine *The International* se ponovno održava na međunarodnim lokacijama, počevši s Vancouverom. Nagradni fond turnira financira se putem *crowdfunding* sustava *battle pass*, koji nudi dodatni sadržaj unutar igre pri čemu četvrtina prihoda ide u nagradni fond. OG i Team Spirit su jedini timovi koji su dva puta osvojili turnir. Također treba spomenuti i turnire kao što su *League of Legends World Championship*, *Rocket League Championship Series* i *Counter-Strike 2* turniri poput *IEM Katowice*, *IEM Cologne* te *Copenhagen Major*. Izlaskom pete igre u Counter-Strike seriji, *PGL Major Copenhagen 2024* postao je prvi *Counter-Strike 2 Major* turnir i ukupno dvadeseti *Counter-Strike Major*. Održan je u Copenhagenu u Royal Areni u ožujku 2024. godine, a kako je to izgledalo može se vidjeti na slici 15. gdje više od

pola milijuna publike gleda kako se igrači natječu. Na turniru je sudjelovalo dvadeset četiri tima koja su se kvalificirala kroz regionalne kvalifikacije, a nagradni fond je iznosio 1,25 milijuna američkih dolara. Natus Vincere su osvojili turnir pobijevši FaZe Clan rezultatom 2-1. *Majori* sponzorirani od strane Valvea smatraju se najprestižnijim turnirima u profesionalnom *Counter-Strikeu*.



Slika 15. Prikaz PGL *Major* turnira u Copenhagenu

Izvor: autor preuzeo iz: HLTV (2024)

IEM *Cologne*, nazvan katedralom *Counter-Strikea* održava se u srcu Kölna u Lanxess Areni, značajan je zbog svojih dugotrajnih tradicija i sposobnosti da stalno pruža nezaboravne trenutke. I dalje ostaje omiljeni događaj ističući dugovječnost igre, njen natjecateljski duh i stalni razvoj svijeta esporta. IEM *Katowice* održava se u Spodek Areni u Poljskoj i postao je jedan od najprestižnijih događaja u povijesti esporta.

*League of Legends World Championship* godišnje organizira *Riot Games* u kojem se timovi natječu za naslov prvaka, pehar i značajnu novčanu nagradu. Svake godine održava se u različitim velikim zemljama i poznat je po impresivnim ceremonijama i dramatičnim trenucima. Tim T1 iz Južne Koreje je najuspješniji u povijesti turnira s četiri osvojena svjetska

prvenstva. Godine 2023. postao je najgledaniji esport događaj ikad s rekordnih 6,4 milijuna gledatelja.

*Rocket League Championship Series* godišnja je serija turnira u igri *Rocket League* koju organizira Blast ApS uz podršku razvojnog tima igre Psyonix. Serija se sastoji od dva kvalifikacijska dijela u online formatu u različitim regijama gdje timovi osvajaju bodove za sudjelovanje na turnirima sredinom sezone poznatim kao *Majors* koji se održavaju kao LAN događaji.

U Hrvatskoj također postoji dugogodišnja tradicija igranja videoigara i organiziranja natjecanja slično kao i u drugim dijelovima svijeta. Međutim, popularnost i interes za ta natjecanja još uvijek zaostaju za europskim i svjetskim trendovima i brojkama. Trenutno su najaktualnija studentska natjecanja poput SET lige i sveučilišna UniSport liga.

SET liga ili *Student Esports Tournament* prestižno je esport natjecanje za studente u Hrvatskoj koje organizira tvrtka Good Game Global iz Zagreba. Od pete sezone fakulteti prijavljuju po jedan tim za svaku igru, a to su igre: *Rocket League*, *League of Legends*, *Counter-Strike 2* i *Valorant*. Razni partneri su prepoznali značaj ovog turnira, a neki od njih su Hisense, Span, Links, McDonald's, Infobip, Večernji list i 24 sata. U petoj sezoni natjecali su se i studenti Ekonomskog fakulteta iz Osijeka.

Sudjelovanje u velikim esport turnirima za profesionalne timove pa tako i same igrače može biti vrlo isplativo zato što ne zarađuju samo novac već se dovode u priliku da potpišu sponzorske ugovore i povećaju popularnost među svojim obožavateljima. Takvi dodatni prihodi često nadmašuju iznose nagrada omogućujući igračima i timovima da žive od toga.

### **5.3. E-sport menadžment**

Kao što je u jednom od prijašnjih dijelova rada spomenuto, e-sport je u posljednjim godinama postao jedan od najbrže rastućih sektora. Ovaj uspjeh rezultat je širenja digitalne tehnologije, strastvenih igrača i tehničkog napretka. Unutar ove industrije menadžer u e-sportu igra ključnu ulogu bez obzira na to što njegova uloga nije široko prepoznata među ljudima. Kao i sportski menadžer, e-sport menadžer je odgovoran za vođenje e-sport tima, pomažući im u ostvarivanju

visokih ciljeva. Upravljanje e-sportom uključuje organiziranje, planiranje i vođenje raznih aspekata natjecanja u igrama na profesionalnoj razini.

E-sport menadžer može raditi za organizaciju, tim, turnir, sponzora ili platformu. Zaduženi su za vođenje cjelokupnih e-sport operacija ili e-sport timova uključujući marketing, prodaju i dizajn igara. Postoji dosta različitih poslova za menadžere u e-sportu i mogu raditi pod nadzorom jednog ili više nadređenih posebno kada su zaposleni kod velikih sportskih marki ili federacija. Točan opis posla menadžera takve vrste može se razlikovati ovisno o tituli i sektoru. Njegove glavne dužnosti uključuju upravljanje sportskim partnerstvima, traženje natjecanja u kojima će se tim natjecati, razvoj tima, administrativne zadatke i komunikaciju. Krajnji cilj je osigurati da se igrači mogu potpuno posvetiti igri što im omogućava bolje performanse. Da bi uspješno radili kao e-sport menadžeri kandidati trebaju kombinaciju mekih i tvrdih vještina. Tvrde vještine su ključne i uključuju poslovne sposobnosti, analizu podataka, tehničke vještine i poznavanje igara dok se meke vještine odnose na liderstvo, kreativnost, komunikaciju i prilagodljivost.

Poznavanje igara podrazumijeva razumijevanje pravila i trendova dok poslovne sposobnosti uključuju razumijevanje ekonomije, pravnih aspekata i upravljanje financijama. Analiza podataka pomaže u mjerenju performansi, uočavanju prilika i donošenju odluka, a tehnička vještina obuhvaća rad s različitim alatima i platformama kao što su softveri za *streamanje* i softveri za analizu društvenih mreža. Komunikacija zahtijeva jasnu i uvjerljivu interakciju dok liderstvo uključuje motiviranje i vođenje tima uz cijeli stres i pritisak. Kreativnost omogućuje pronalaženje inovativnih rješenja, a prilagodljivost pomaže u suočavanju s promjenama i učenju iz grešaka. Umrežavanje i izgradnja odnosa u e-sport industriji ključni su za uspjeh u e-sport menadžmentu. Upravljanje e-sportom je brzo rastuće područje koje nudi različite putove u karijeri. Iskusni menadžeri u elektroničkom sportu suočavaju se s izazovima kao što su velika konkurencija, visoka razina stresa, mogućnost sagorijevanja i neizvjesnost. Također imaju priliku za profesionalni razvoj, inovacije i utjecaj na industriju. Kako se industrija širi i postaje sve raznovrsnija tako raste i potražnja za menadžerima. Industrija nudi dinamično i kreativno okruženje koje je otvoreno za nove pristupe i ideje što doprinosi njenoj održivosti i napretku.

## 6. GAMING INDUSTRIJA

U ovom poglavlju, kojeg čine dva manja potpoglavlja, posvetit će se više pažnje industriji videoigara, povijesti koja je usko vezana uz esport povijest te kako to sve izgleda u Hrvatskoj. Računalne igre ili videoigre su zabavni računalni programi koji su interaktivni i igraju se na različitim uređajima poput igraćih konzola, prijenosnih konzola, osobnih računala, mobitela i dlanovnika. Postoje i arkadni strojevi na novčić ili žeton koji su namijenjeni zabavnim centrima i javnim prostorima. Igre mogu igrati pojedinci ili više igrača, bilo na jednom uređaju ili na umreženim računalima. Videoigre obično pripadaju različitim žanrovima kao što su akcijske, horor, avanturističke, obrazovne, simulacijske, platformerske, pucačke igre u prvom i trećem licu, strategije na poteze i u realnom vremenu te igre u kojima igrači preuzimaju uloge likova koji mogu komunicirati unutar imaginarnog svijeta. Granice među žanrovima nisu stroge. Zbog težnje da se u igrama što realističnije prikaže stvarni okoliš, većina modernih igara su složeni programi naspram računalnih potencijala koje intenzivno upotrebljavaju. Zbog toga se često igraju na osobnim računalima s puno boljim performansama nego što su uobičajeno potrebne (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Industrija videoigara smatra se najmoćnijom i najbrže rastućom industrijom na svijetu. Svake godine bilježi sve veće prihode i nadmašuje druge vodeće industrije poput filmske i glazbene. Osim što se ubrzano razvija, ova industrija privlači ogroman broj igrača i stvara gomilu radnih mjesta u raznim područjima. Ima svijetlu budućnost i već sada igra ključnu ulogu na globalnom tržištu. Obuhvaća distribuciju, razvoj i prodaju videoigara kao i softvera, uređaja i dodataka koji olakšavaju njihovo igranje. Iako je prvobitno bila povezana sa softverskom industrijom s vremenom je napredovala i u području hardvera. Danas se industrija videoigara ne može smatrati dijelom softverske industrije iako su videoigre na početku bile isključivo softver. Razvoj i napredak učinili su ovu industriju zasebnom i neovisnom o softverskoj industriji (InSOLVE, 2023). Također ona pripada tercijarnom i kvartarnom sektoru zabavne industrije, usmjerenih na razvoj, distribuciju, promociju, unovčavanje i povratne informacije korisnika koji imaju doticaj s videoigramama.

Već dugi niz godina globalna industrija videoigara vrijedi milijarde dolara, a u 2022. godini prihodi tržišta videoigara takvih razmjera procijenjeni su na približno 347 milijardi američkih

dolara dok je tržište mobilnih igara predstavljalo otprilike 248 milijardi dolara od ukupnog prihoda. Industrija se stalno razvija, a tehnološki napredak poput igara u oblaku i virtualne stvarnosti (VR) omogućuje programerima stvaranje sve realističnijih i uzbudljivijih iskustava. Zbog svoje praktičnosti i dostupnosti, mobilne igre zauzele su vodeću poziciju na tržištu. Digitalizacija i spajanje sustava za distribuciju i proizvodnju digitalnih sadržaja direktno su utjecali na rapidan rast igara za mobilne uređaje (Lozić, 2021).

U jednom od prethodnih poglavlja spomenuto je kompetitivno igranje videoigara odnosno esports i njegov enorman rast posljednjih godina koji je jako važan dio u *gaming* industriji. Za sve to su u velikom dijelu zaslužne *streaming* platforme poput Twitcha koji je također ranije spomenut preko kojeg svi ljubitelji i obožavatelji videoigara mogu pratiti *gaming* sadržaj i imati interakciju sa svojim idolima koji igraju na svjetskoj razini. U 2020. godini esports je privukao 435,7 milijuna gledatelja širom svijeta što ističe veliki utjecaj *gaming* industrije na globalnom tržištu, a očekuje se da će broj gledatelja doseći 640,8 milijuna do 2025. godine (Statista, 2024). Današnja industrija videoigara pomiče tehnološke granice kako bi stvorila sofisticirane i duboko uranjajuće oblike zabave i sve to uz potporu brzo rastućih *gaming* kompanija. Digitalni marketing u *gaming* industriji omogućuje vrlo precizno ciljano oglašavanje koje pomaže brendovima da dosegnu specifične demografske skupine s velikom točnošću. Oglašavanje unutar igara, sponzorirani materijali i partnerstva s influencerima postali su standardni, a brendovi su voljni investirati milijarde kako bi svoju prisutnost osigurali u specifično ciljanim i segmentiranim prijenosima. Uključivanje brendova u *gaming* svijet pokazuje kako se industrija razvija, a danas je česta pojava vidjeti popularne brendove i poznate osobe unutar virtualnih igara. Ovakve suradnje pomažu obožavateljima da uspostave dublju povezanost i sklonost prema brendu što dodatno povećava njihovu lojalnost unutar globalnih digitalnih zajednica.

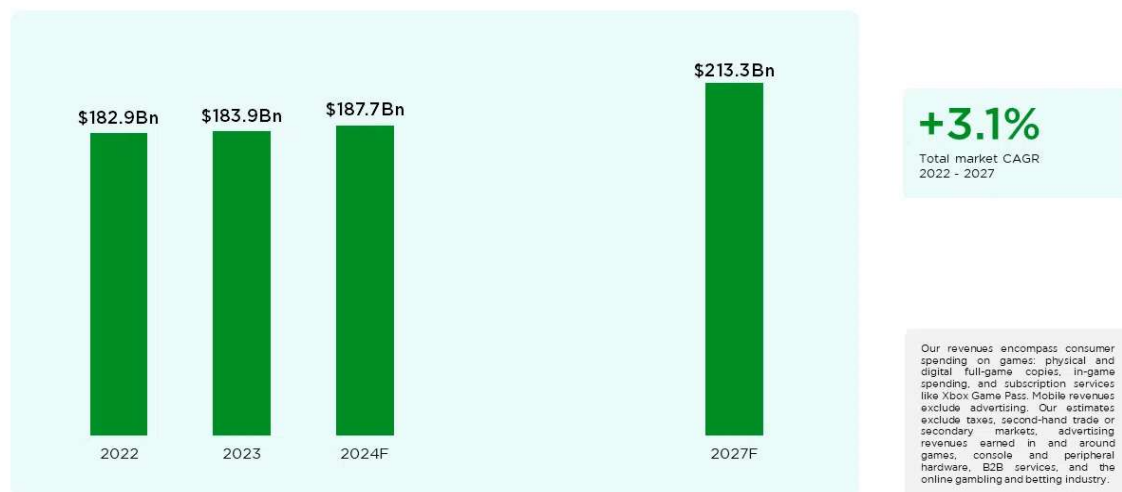
Produktivna partnerstva brendova u *gaming* svijetu ne fokusiraju se samo na usmjeravanje prometa na web stranice proizvoda, već na stvaranje interaktivnih i nezaboravnih iskustava. Primjeri uspješnih brend suradnji u *gamingu* uključuju potpuno uranjajući Marshmello koncert u igri *Fortnite* i mogućnost igranja kao Snoop Dogg u igri *Call of Duty*. Kada se takve suradnje pravilno implementiraju, *gameri* mogu ostvariti jaču povezanost s umjetnikom ili brendom i voljni su investirati u ta iskustva dok ostaju predani kulturi interaktivnog igranja. Tiha



promjena u *gamingu* više nije tiha, sada se snažno širi kroz cijeli digitalni prostor i radikalno mijenja dinamiku zabavne industrije (Forbes, 2023). Nužno je spomenuti i deset vodećih tvrtki za videoigre po prihodima u 2024. godini. Američka tvrtka Microsoft trenutno je na samom vrhu u industriji videoigara po prihodima i to s nevjerojatnih 245,12 milijardi dolara. Nakon Microsofta slijedi japanska tvrtka Sony i kineski div Tencent. Sony je ostvario prihod od 87,21 milijardi dolara što ga stavlja na drugo mjesto dok Tencent zauzima treće mjesto s 85 milijardi. Zanimljivo je kako ova tri giganta odskaču od ostalih kompanija s razlikom u prihodima od oko 70 milijardi dolara. Ostalih sedam kompanija čine tvrtke NetEase, Sea (Garena), Nintendo, Electronic Arts, Bandai Namco, Take 2 Interactive i posljednja kompanija u najboljih 10 je GameStop (CompaniesMarketcap, 2024). Kako globalno tržište igara ponovno stabilno raste u 2024. godini, ukupno tržište će ostvariti predviđenih 213,3 milijarde dolara 2027. godine, što se može vidjeti na slici 16. i to s godišnjom stopom rasta od 3,1%.

## Global games market forecast

Forecasting revenues from 2022 through 2027 with CAGR estimates



Source: Newzoo, Games Market Reports and Forecasts, July 2024 | [newzoo.com/globalgamesreport](https://newzoo.com/globalgamesreport)

Slika 16. Prikaz predviđanja prihoda globalnog tržišta igara od 2022. do 2027. godine

Izvor: autor preuzeo iz: Newzoo (2024)

Tržište osobnih računala vjerojatno će se stabilno razvijati nakon 2025. godine i činit će oko 22% ukupnog tržišta do tada. Prihodi od konzola će rasti brže zbog novog *Nintendo* uređaja, a prihodi od mobilnog tržišta krenuti će opadati (Newzoo, 2024).

Nekada su videoigre bile smatrane samo zabavom, a danas su postale globalni fenomen s dubokim utjecajem na svijet. U posljednjim desetljećima industrija rapidno raste i privlači milijarde igrača širom svijeta. Iznad svoje početne svrhe zabave, videoigre potaknule su razvoj inovacija, utjecale na razne aspekte društva i transformirale kulturne standarde. Od tehnoloških inovacija do formiranja zajednica i obrazovanja ostavile su značajan i trajan utjecaj na današnji svijet. Potreba *gaming* industrije za najnovijom tehnologijom izazvala je razvoj inovacija poput proširene stvarnosti (AR), tehnologije za kontrolu pokreta i virtualne stvarnosti (VR). Složeni algoritmi i sustavi umjetne inteligencije stvoreni za videoigre koriste se u raznim sektorima, uključujući medicinu, analizu podataka i inženjering. *Gaming* zajednice razvijaju su se oko zajedničkih interesa, stvarajući prijateljstva koja mogu dovesti do stvarnih veza. Unutar takve zajednice značajan utjecaj imaju popularni influenceri i igrači koji organiziraju događaje za dobrotvorne svrhe pomoću kojih mogu prikupiti milijune dolara te dokazati da *gaming* može biti snaga za dobro. Mnoge videoigre pokazuju svoj obrazovni potencijal uključujući aspekte rješavanja problema, strateškog planiranja, kritičkog razmišljanja što ih čini korisnim sredstvima za obrazovanje. Igre kao što su *Minecraft: Education Edition* i *Kerbal Space Program* prihvaćene su među nastavnicima i u školama. Igre pod nazivom ozbiljne igre i razne virtualne simulacije pronašle su primjenu u područjima kao što su vojne strategije, medicinske obuke i pripreme za krizne situacije (Masterycoding, 2023). Sve ove osobine čine industriju videoigara rastućim i nimalo dosadnim područjem koje neprestano transformira način na koji se ljudi povezuju globalno i zabavljaju.

## 6.1. Kratka povijest industrije videoigara

Industrija ovoga tipa prošla je kroz turbulentan razvoj od svojih skromnih početaka pa do danas kada je zauzela status najmoćnije i najbrže rastuće industrije u svijetu. Povijest videoigara seže do 1940-ih i 1950-ih godina kada su inženjeri i znanstvenici počeli istraživati računalne tehnologije. Računala su tada bila teška i velika, a zamisao da se koriste za zabavu činila se neostvarivom. William Higinbotham, 1958. godine razvio je igru *Tennis for Two* koja je već spomenuta u jednom od prijašnjih poglavlja i danas se smatra prvom videoigrom. Koristila je osciloskop za simulaciju teniskog meča omogućujući dvama igračima da se natječu međusobno. Godine 1972. Atarijevo izdanje igre *Pong* pomoglo je u pokretanju industrije videoigara. Ta igra postala je velika senzacija i potaknula je ostale tvrtke da proizvode vlastite

kopije igre. Tržište su preplavile arkadne igre, a naslovi poput *Pacman*a i *Donkey Konga* zadivili su igrače svojom privlačnom igrom i živopisnom grafikom. Pet godina kasnije Atari je predstavio *Atari 2600* konzolu koja je postala prva konzola koja je prodana u više od milijun primjeraka. Do 1982. godine arkade su već ostvarivale više novca od industrije glazbe i kino blagajni zajedno (World Economic Forum, 2020). *Nintendo* je 1983. godine predstavio poznatu konzolu pod nazivom *Nintendo Entertainment System* (NES) na kojoj su se igrale igre poput *Super Mario Bros.* Za vrijeme 1990-ih godina, kućne konzole su se dalje usavršavale pružajući unaprijeđenu grafiku, igranje i zvuk, a 1994. godine tvrtka Sony predstavila je *PlayStation* i tako postala prva konzola u povijesti s prodajom u više od 100 milijuna primjeraka. Osobna računala su također bila ključna za razvoj industrije video igara nudeći jedinstveno iskustvo kroz strateške i složenije igre koje su privukle novu publiku. Igre za računala poput *World of Warcrafta* i *Counter-Strikea* omogućile su igračima da se natječu i povežu s ljudima širom svijeta čime su stvorena prijateljstva i virtualne zajednice. Uspon interneta i mobilnih tehnologija dramatično je povećao industriju povećavši prihode s desetaka milijardi na stotine milijardi dolara. Krajem 2000-ih godina uspon pametnih telefona i tableta rezultirao je velikim porastom mobilnog igranja, a igre poput *Angry Birds*a postale su kulturni fenomeni rušeći rekorde u preuzimanjima i prihodu (Medium, 2023).

## 6.2. Gaming industrija u Hrvatskoj

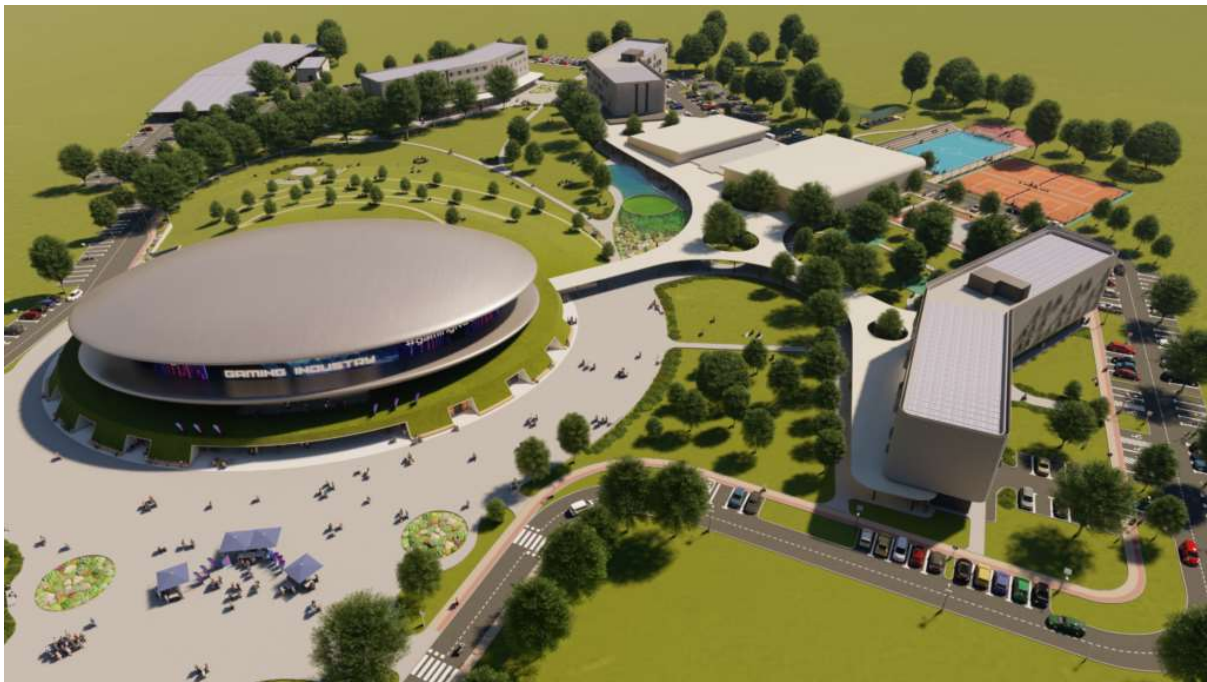
Kako je Hrvatska članica Europske Unije treba spomenuti da je tržište videoigara u EU27 u 2022. godini ostvarilo značajan rast generirajući prihod od 23,48 milijardi eura koji je 1,8 puta veći od video-na-zahtjev usluga te 4,3 puta veći od digitalne glazbe. Očekuje se daljnji rast prihoda u tom području na predviđenih 34,28 milijardi eura do 2027. godine. U europskom tržištu postoji problem s privatnim financiranjem što otežava manjim tvrtkama za dobivanje potrebnog kapitala za širenje poslovanja (Ecorys, 2023).

Industrija videoigara u Hrvatskoj bilježi stalan rast s mnogo mladih talenata i stručnosti za daljnji razvoj pri čemu se umjetna inteligencija sve više koristi u tom segmentu. Unutar industrije videoigara Hrvatska *gaming* scena već je dobro poznata, a najveći doprinos tome dao je poznati hrvatski proizvođač videoigara Croteam iz Zagreba sa svojim odličnim nizom igara *Serious Sam* i logičkom igrom *Talos Principle*. Prema prognozama, tržište videoigara u

Hrvatskoj će u 2024. godini ostvariti prihod od 96,15 milijuna američkih dolara. Očekuje se da će tržište rasti godišnjom stopom od 5,53% do 2027. godine kada bi ukupni prihod mogao dosegnuti 113 milijuna američkih dolara. Predviđa se da će broj korisnika videoigara u Hrvatskoj doseći 419,3 tisuće do 2027. godine. Stopa penetracije korisnika trebala bi iznositi 9,4% u 2024. godini i rasti na 10,6% do 2027. godine. U Hrvatskoj je došlo do značajnog porasta popularnosti mobilnog igranja s tim da sve veći broj ljudi koristi pametne telefone za igranje igara kao zabavan i vrlo praktičan način provedbe slobodnog vremena (Statista, 2024). *Gaming* u Hrvatskoj kaska za ostatkom svijeta nekih 30-ak godina, ali ta industrija još uvijek ima značajan potencijal za napredak kako bi postala održiva i stabilna. To što u zemlji postoje obrazovne institucije koje obučavaju programere igara koji uče kako razviti videoigru pokazuje da postoji ozbiljna namjera za razvoj tog sektora. *Gaming* industrija u Hrvatskoj ostvarila je prihod od 61,42 milijuna eura 2022. godine što predstavlja pad od 1% u odnosu na 2021. godinu., ali dobit je bila najviša dosad dosegnuvši 13,27 milijuna eura što je povećanje od 10% u odnosu na 2021. godinu. Deset najvećih tvrtki po dobiti su: Pine Studio s ostvarenih 5,86 milijuna eura, zatim Nanobit s 1,88 milijuna eura kojeg slijede Gamepires s 1,62 milijuna eura i Abest s 1,56 milijuna eura, a kompanije koje zauzimaju posljednjih šest mjesta su: DEV, Diversitas IT sustavi, Protopixel, Monomyth, Intercorona i KIQQI te su imale ispod milijun eura dobiti svaka. Tvrtka s najvećim brojem zaposlenih je Nanobit d.o.o. u kojoj je zaposleno njih 121. Zanimljivo je kako Hrvatskoj u toj brzorastućoj industriji radi 30% žena dok je europski prosjek 23,7% (CGDA, 2022).

Proizvođači igara prepoznaju svoju odgovornost prema igračima pa planiraju značajne promjene. Do 2026. godine, 60% njih namjerava uvesti kodekse ponašanja ili smjernice za igre. Također, 71% *gaming* studija koji razvijaju igre koje omogućuju višekorisničko igranje u istom virtualnom prostoru planira implementirati sustave za prijavu neprihvatljivog ponašanja među igračima. U Hrvatskoj u Sisačko-Moslavačkoj županiji, točnije u Novskoj nalazi se poduzetnički inkubator PISMO koji je predvodnik inovacija i razvoja u *gaming* industriji te se razvio u sinonim za spoj ozbiljnog poslovanja i entuzijazma prema videoigramama. Inkubator od svog osnutka nudi korisnicima izvanredne poslovne opcije s bitnim smanjenjem troškova te je izgradio inspirativno poslovno okruženje gdje se obrtnici i poduzetnici međusobno ohrabruju, kreiraju nove poslovne ideje i dijele iskustva. Uz inkubator PISMO treba istaknuti i njegov specifičan nastavak Centar *gaming* industrije koji je trenutno u izgradnji i otvara se 2027. godine. Vrijednost ovog projekta procjenjuje se na 60 milijuna eura, a obuhvaća gradnju više

objekata na 9 hektara zemljišta u Poduzetničkoj zoni Novska. Planiran je kompleks koji obuhvaća studentski dom od 5 000 kvadrata koji će raspolagati s 201 ležajem i zgradu fakulteta na 12 000 kvadratnih metara s raznim sadržajima za studente kao što su ugostiteljski objekti, bazeni, restorani i sportske dvorane. Akcelerator će osigurati 200 radnih jedinica i visoko opremljeni VR studio, a inkubator namijenjen testiranju videoigara raspolagat će s 2500 sjedećih mjesta. Kompleks će obuhvaćati niz sportskih igrališta uključujući nogometno, odbojkaško i rukometno igralište, vanjsku teretanu, teniske terene i golf vježbalište te će biti povezan sa širokim sustavom prometnica. Također se predviđa izgradnja energane (SIMORA, rk, 2024). Centar takve vrste u Hrvatskoj još ne postoji i izgledat će jedinstveno u Europi i okolnim zemljama. Kako će sve to izgledati može se vidjeti na slici 17.



Slika 17. Prikaz kampusa industrije videoigara u Novskoj

Izvor: autor preuzeo iz: Forbes (2024)

Kampus će u svom planu imati petogodišnji program visokog obrazovanja s 50 studenata svake godine uz srednjoškolski program s razredima od 24 učenika svake godine. Neki od ciljeva projekta odnose se na zaustavljanje iseljavanja mladih, povećanje zaposlenosti, poticanje poduzetništva i povećati stopu zaposlenosti u Sisačko-moslavačkoj županiji u kojoj je stopa nezaposlenosti jako visoka (EUFondovi, 2024).

## 7. CASE STUDY ANALIZA GNK DINAMO ZAGREB

Kako bi se temeljito istražila tema ovog diplomskog rada, odnosno utjecaj globalizacije na sport, potrebno je proučiti neke sportske zajednice, u svrhu proučavanja direktnog utjecaja globalizacije. Ovo poglavlje bavi se analizom studije slučaja GNK Dinamo Zagreb, upravo u tu svrhu.

Povijest GNK Dinamo Zagreb, poznatog i kao Modri, bogata je i dinamična s brojnim promjenama imena, uprava i političkih okolnosti koje su oblikovale klub kroz više od jednog stoljeća. Klub je utemeljen 26. travnja 1911. kao Prvi Hrvatski Građanski Športski Klub. Tijekom svoje povijesti nekoliko puta je mijenjao ime, od Građanskog, preko Dinama, HAŠK Građanskog, do Croatia prije nego što se ponovno vratio imenu Dinamo 2000. godine. Građanski, kasnije Dinamo bio je jedan od najuspješnijih nogometnih klubova u Jugoslaviji prije Drugog svjetskog rata osvajajući pet prvenstava. Nakon rata, klub je preimenovan u Dinamo i zadržao je kontinuitet, duh, plavu boju, grb i veliki dio igračkog kadra usprkos političkim promjenama koje su nastupile dolaskom komunističkog režima. U poslijeratnoj Jugoslaviji, Dinamo je nastavio uspješno igrati, osvojivši nekoliko naslova uključujući dva poslijeratna prvenstva Jugoslavije i brojne kupove (gnkdinamo, 2024). Klub se također istaknuo na međunarodnoj sceni, posebno osvajanjem Kupa velesajamskih gradova 1967. godine pobijedivši Leeds United u finalu. Unatoč nedostatku trofeja tijekom 1970-ih godina ostao je jedan od najpopularnijih klubova u Jugoslaviji. Osamdesete su donijele obnovu kluba pod vodstvom Miroslava Ćire Blaževića, kada je Dinamo osvojio jugoslavensko prvenstvo 1981./82. godine.

Od raspada Jugoslavije i osamostaljenja Hrvatske, Dinamo je postao vodeći klub u zemlji osvojivši mnoge domaće naslove i postigavši zapažene rezultate na međunarodnoj sceni. Klub je sudjelovao u Ligi prvaka, Europskoj ligi i Konferencijskoj ligi, često se susretao s nekim od najvećih europskih klubova. Njihova najznačajnija pobjeda u novijoj povijesti bila je protiv Tottenhama 2021. godine kada su nevjerojatnim preokretom prošli u četvrtfinale Europske lige. Također igra i ključnu ulogu u razvoju hrvatske nogometne reprezentacije dajući mnoge igrače koji su sudjelovali u osvajanju srebra na Svjetskom prvenstvu 2018. i bronce 2022. godine. Povijesna sezona 2018./19. za GNK Dinamo Zagreb bila je puna uspjeha i prekretnica. Nakon neuspjeha u kvalifikacijama za Ligu prvaka protiv Young Boysa, Dinamo je dominirao u

Europa ligi. Ždrijeb ih je smjestio u skupinu D te je s četiri pobjede i dva remija prošao grupu, osiguravši proljeće u Europi prvi put nakon 49 godina. U toj sezoni je osvojio i svoj 20. naslov prvaka Hrvatske, a ukupno 30. naslov u povijesti kluba. Sezonu su završili s impresivnih 92 boda (gnkdinamo, 2024). Iako su u finalu Hrvatskog kupa izgubili od Rijeke, pobjeda nad Hajdukom u posljednjem kolu osigurala im je povijesnu treću zvjezdicu na dresu. Sezone 2019./20., Dinamo je nastavio dominirati domaćom scenom i zabilježio uspješne nastupe u Ligi prvaka. Pobjeda 4:0 nad Atalantom bila je vrhunac sezone, ali neizvjestan rasplet protiv Shakhtara, pandemija COVID-19 i potres u Zagrebu obilježili su sezonu. Iako je ponovno osvojio HNL, Dinamo je pretrpio promjene u vodstvu uključujući odlazak trenera Nenada Bjelice (gnkdinamo, 2024). U sezoni 2020./21., Dinamo je postigao povijesni rezultat u Europi, a te godine dogodila se i jedna od najvećih pobjeda savladavši Tottenham u osmini finala Europa lige kada je Mislav Oršić postigao *hattrick*. Povijesni trenutak slavlja Oršićevog hattricka može se vidjeti na slici 18. Te godine postao je najbolji strijelac u europskim natjecanjima u povijesti kluba uz ukupno 18 postignutih pogodaka, a Dinamo je osvojio 22. naslov prvaka Hrvatske i 16. trofej Hrvatskog nogometnog kupa.



Slika 18. Prikaz slavlja Oršićevog *hattricka* protiv Tottenhama

Izvor: autor preuzeo iz: gnkdinamo (2024)



U idućoj sezoni, Dinamo je osigurao peti uzastopni naslov prvaka i novo prezimljavanje u Europi. Dinamo je u sezoni 2022/23. nastavio s domaćom dominacijom i uspjehom u Europi dok je sezona kasnije bila je jedna od najizazovnijih i najuspješnijih u povijesti kluba zbog medijskih kritika, promjena u sastavu ekipe i promjena vlasti unutar kluba u kojoj je Velimir Zajec postao novi predsjednik Dinama (gnkdinamo, 2024).

Priča o stranim nogometašima u zagrebačkom Dinamu počinje još u vrijeme jugoslavenske prve savezne lige. Prvi inozemni igrač bio je Nigerijac Samuel Okwaraji, koji je u sezoni 1985./86. odigrao samo jednu utakmicu za Dinamo ušavši s klupe (zonadinamo, 2018). Nažalost, Okwaraji je kasnije tragično preminuo zbog srčanih problema. Nastavak priče veže se uz Svjetsko prvenstvo 1990. godine u Italiji gdje je reprezentacija Kostarike ostvarila povijesni uspjeh prolaskom u drugi krug natjecanja. Hernán Medford, kostarikanski igrač, istaknuo se postizanjem ključnog gola protiv Švedske dok je Ronald González postigao gol u osmini finala protiv Čehoslovačke. Nakon prvenstva, Dinamo je doveo Medforda i Gonzáleza koji su igrali pod vodstvom svog bivšeg trenera, Bore Milutinovića koji je tada bio izbornik Kostarike. Medford i González nisu se podjednako snašli u Dinamu. Medford je bio uspješniji, postigavši četiri gola u četrnaest utakmica dok je González odigrao pet utakmica bez golova (p-portal.net, 2022). Ta trojica igrača bila su jedini inozemni nogometaši koji su igrali za Dinamo prije nego što je započela Prva hrvatska nogometna liga. Njihov dolazak otvorio je vrata drugim stranim igračima u Dinamu postavljajući temelje za buduću multikulturalnost na zagrebačkim nogometnim stadionima.

Suradnja između Dinama i britanske sportske opreme Castore predstavlja značajan primjer inozemnog kapitala u klubu. Castore i GNK Dinamo Zagreb najavili su novo višegodišnje partnerstvo koje počinje 1. srpnja 2024. godine. Ovo je prvi put da Castore ulazi na hrvatsko tržište kao dio širenja u Europi. GNK Dinamo je s ponosom najavio novu suradnju s tvrtkom Castore, poznatim proizvođačem sportske opreme koji je prepoznat po inovacijama i kvaliteti. Ova suradnja ističe Dinamovu predanost unapređenju kluba i usklađena je s Castoreovim sloganom „*Better Never Stops*”. Castore je poznat po izradi lagane, izdržljive i visoko kvalitetne sportske odjeće koja optimizira performanse sportaša. Njihova oprema prolazi rigorozna testiranja i nadmašuje konkurenciju na tržištu. Osnovan 2015. godine, Castore je brzo stekao ugled suradnjom s renomiranim klubovima kao što su Bayer Leverkusen, Glasgow



Rangers i Sevilla te sportašima poput Andyja Murraya i vozačima F1 momčadi McLaren i Red Bull. Velimir Zajec je izrazio zadovoljstvo zbog te suradnje naglašavajući da će igrači nositi opremu izrađenu od najnaprednijih materijala koji optimiziraju sportske performanse (gnkdinamo, 2024). Suradnja s renomiranim klubom poput Dinama omogućuje Castoreu da proširi svoju prisutnost u nogometnom svijetu i istakne svoju opremu na visokom profilu, što može privući druge sportske organizacije kao potencijalne klijente. Partnerstvo s globalno priznatim brendom kao što je Castore pomaže klubu u jačanju svog brenda na međunarodnoj sceni te nudi mogućnost Dinamu da koristi Castoreovu marketinšku mrežu i resurse za povećanje globalne vidljivosti i prepoznatljivosti. Ovaj sponzorski ugovor donosi financijsku potporu kroz ugovorene sponzorske iznose i potencijalne bonuse za uspjeh na terenu koja mogu biti usmjerena u razvoj kluba, poboljšanje infrastrukture i unaprjeđenje trenerskog i igračkog kadra.

Neki od mogućih izazova na putu do suradnje je usklađivanje brendova i filozofije jer ipak Dinamo ima dugu povijest i tradiciju u hrvatskom nogometu dok je Castore relativno novi igrač na tržištu s specifičnim pristupom i poslovnim praksama. Problemi poput kašnjenja u isporuci ili nedostatka specifičnih veličina i stilova mogli su utjecati na početnu fazu suradnje. Financijski uvjeti mogli su predstavljati izazov, a posebno ako su se pojavile nesigurnosti u vezi s prihodima od prodaje ili drugim komercijalnim uvjetima. Ove prepreke mogle su zahtijevati dodatne pregovore i prilagodbe ugovora. Oboje su imali interesa u ostvarivanju povrata na investiciju.

Dinamo je profitirao od vrhunske sportske opreme i povećane međunarodne vidljivosti, dok je Castore ostvario širenje na novo tržište i promociju svoje inovativne opreme. Ova suradnja služi kao primjer uspješnog partnerstva u sportskoj industriji. Kako je moguće vidjeti iz primjera GNK Dinamo, globalizacija je svoje mjesto u sportu počela zauzimati još prije jednog stoljeća te to nije neka novost. Inozemni igrači, strani kapital, nešto su što pokreće klubove u svim državama svijeta.

## 8. ZAKLJUČAK

Globalizacija ima dubok i složen utjecaj na suvremeni svijet oblikujući pritom ekonomiju, politiku, kulturu i tehnologiju. Može se promatrati kroz aspekte koji su ključni za donošenje odluka koje će poticati održivi razvoj i globalnu suradnju. Također se promatra i kroz ekonomski aspekt koji omogućuje povezanost globalnih tržišta, a što doprinosi efikasnosti i širenju tržišta, ali donosi i izazove poput povećane konkurencije, zatim kroz političko-pravni aspekt koji mijenja suverenitet država kroz međunarodne organizacije, dok kulturni aspekt globalizacije omogućava razmjenu vrijednosti, ali može dovesti do homogenizacije i gubitka kulturnih identiteta. Iako globalizacija nudi prednosti poput tehnološkog napretka, također stvara ekonomske nejednakosti i socijalne probleme.

Sport značajno utječe na sve elemente života uključujući socijalne, političke, pravne i ekonomske sfere te igra ključnu ulogu u unaprjeđenju tjelesnog i mentalnog zdravlja. Povijesno gledano, sport je bio bitan za društvene i kulturne aspekte s korijenima u starim civilizacijama, a danas globalno oblikuje svakodnevni život. Menadžment u sportu je ključan za uspješno vođenje sportskih organizacija i postizanje ciljeva u ovom globalnom fenomenu. Uspješni sportski menadžeri moraju posjedovati kombinaciju tehničkih i menadžerskih vještina dok se globalni trendovi sve više usmjeravaju na napredne tehnologije i informacijske sustave. U Hrvatskoj postoji potreba za unaprjeđenjem obrazovanja u ovom području kako bi se ono uskladilo s globalnim standardima.

E-sport je nekoć bio samo zabava, a danas je ozbiljna industrija s plaćenim igračima i velikim sponzorstvima. S kompetitivnim natjecanjima u videoigrama koja privlače milijune gledatelja i usporedivom gledanošću s tradicionalnim sportovima razvio se u globalni fenomen s milijunskim prihodima od sponzorstava, medijskih prava i franšiza. Od svojih početaka i prvih turnira predviđa se da će esport do 2025. godine dostići novčanu vrijednost od gotovo 1,87 milijardi dolara. S rastom mobilnog esporta, osobito u Aziji, i sve većim nagradnim fondovima industrija se i dalje ubrzano razvija zahtijevajući sofisticirani menadžment s kombinacijom tehničkih, poslovnih i komunikacijskih vještina.

Industrija videoigara evoluirala je od skromnih početaka u jednu od najmoćnijih i najbrže rastućih globalnih industrija nadmašujući prihode filmske i glazbene industrije. S naglaskom na rast mobilnih igara, esporta te tehnološkog napretka poput virtualne i proširene stvarnosti, videoigre postale su globalni fenomen s dubokim utjecajem na društvo, tehnologiju i kulturu.

U Hrvatskoj, unatoč manjoj veličini u usporedbi s globalnim liderima, industrija pokazuje značajan rast zahvaljujući lokalnim stručnjacima i poduzetničkim inicijativama. Planirani razvoj Centra *gaming* industrije dodatno će potaknuti zapošljavanje i poduzetništvo u regiji. *Gaming* industrija ne samo da zabavlja već potiče inovacije, obrazovanje i povezivanje ljudi potvrđujući svoj ključan status u globalnoj ekonomiji i kulturi.

Analizom studije slučaja građanskog nogometnog kluba Dinamo Zagreb može se vidjeti kako na stvarnom primjeru izgleda utjecaj globalizacije na neki sportski klub jer klub je globaliziran tek onda kad krene primati strane igrače i neku vrstu stranog kapitala. Proučavanjem teme ovog diplomskog rada moguće je izvesti zaključak da je globalizacija sveprisutna pojava u svijetu te snažno utječe na sport, esport i *gaming* industriju, na što ukazuju ogromni napretci u sva tri navedena područja uz prisutnost brojnih izazova.

## LITERATURA

1. Alamy (2018). Ancient Boxers Boxing Children Fresco National Archaeological Museum Athens Greece. From Akrotiri Ruins Santorini Island Greece 16th Century BC. Dostupno na: <https://www.alamy.com/ancient-boxers-boxing-children-fresco-national-archaeological-museum-athens-greece-from-akrotiri-ruins-santorini-island-greece-16th-century-bc-image222284643.html> [pristupljeno 20. srpnja 2024.].
2. BABYLAGUNA (2021). Gladijatori starog Rima: velike životne bitke. Gladijatori starog Rima i njihova klasifikacija Borbe gladijatora u starom Rimu. Dostupno na: <https://babylaguna.ru/hr/pitanje/gladiatory-drevnego-rima-velikie-boi-za-zhizn-gladiatory-drevnego-rima-i.html> [pristupljeno 20. srpnja 2024.].
3. Bartoluci, M. (2003). *Ekonomika i menadžment sporta* (2. izd.). Zagreb: Informator; Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
4. Bartoluci, M. (2003). *Ekonomika i menadžment sporta* (2. izd.). Zagreb: Informator; Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 154.
5. Bartoluci, M. et al. (2004). *Menađment u sportu i turizmu*. Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
6. Bartoluci, M., Škorić, S. (2009). *Karakteristike menadžera u upravljanju sportskim organizacijama*. Metodčki organizacijski oblici rada u područjima edukacije, sporta, sportske rekreacije i kineziterapije. Neljak, B. (ur.). Poreč, 23. 6. – 27. 6. 2009. Zagreb: Hrvatski kineziološki savez (HKS), str. 358-363.
7. Bartoluci, M., Škorić, S. (2009). *Menađment u sportu*. Zagreb: Odjel za izobrazbu trenera Društvenog veleučilišta u Zagrebu, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
8. Beker, E. (2005). Ekonomski aspekti globalizacije. *Privredna izgradnja*. XLVIII(3-4), str. 135-153.
9. Bilić, N. (2022). Tjelesna aktivnost i sport kroz povijest umjetnosti: prastari i stari vijek. *ERS: edukacija, rekreacija, sport*. 31(44), str. 31-35.
10. Bousquet, J., Ertz, M. (2021). *eSports: Historical Review, Current State, and Future Challenges*, u knjizi: Bousquet, J., Ertz, M.: *Handbook of Research on Pathways and Opportunities Into the Business of Esports*. Hershey: IGI Global, pp. 1-24.
11. Brnabić, R. (2017). Neka pitanja u svezi sa stečajem nogometnih klubova u Republici Hrvatskoj. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*. 54(2), str. 437-456.

12. CGDA (2022). Analiza industrije videoigara za 2022. godinu. Dostupno na: <https://cgda.eu/wp-content/uploads/2023/12/CGDAanaliza2022-1.pdf> [pristupljeno: 15. kolovoza 2024.].
13. Chomsky, N. (2002). *11. 09.* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
14. CompaniesMarketcap (2024). Top publicly traded video game companies by revenue. Dostupno na: <https://companiesmarketcap.com/video-games/largest-video-game-companies-by-revenue/> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
15. Course Sidekick (2024). The McDonaldization of Society. Dostupno na: <https://www.coursesidekick.com/sociology/study-guides/alamo-sociology/reading-the-mcdonaldization-of-society> [pristupljeno 22. srpnja 2024.].
16. Čečuk, A. (2002). *Financijska globalizacija*. Split: Graf form.
17. Čutura, D., Kuntić-Makvić, B., Težak-Gregl, T. (1999). *Povijest*. Zagreb: Alfa
18. DOT ESPORTS (2024). PGL's new CS2 tournament circuit, explained: Everything we know so far. Dostupno na: <https://dotesports.com/counter-strike/news/pgl-cs2-tournament-circuit-everything-we-know> [pristupljeno 2. kolovoza 2024.].
19. Dujšin, U. (1998). Globalizacija, regionalizacija i Republika Hrvatska. *Ekonomski istraživanja*. 1-2(11), str. 34-46.
20. Economy-pedia (2024). Prednosti i nedostaci globalizacije. Dostupno na: <https://hr.economy-pedia.com/11040207-advantages-and-disadvantages-of-globalization#menu-1> [pristupljeno 22. srpnja 2024.].
21. Ecorys (2023). Understanding the value of a European Video Games Society. Dostupno na: <https://www.ecorys.com/app/uploads/2019/02/Report-understanding-the-value-of-a-european-video-games-DG-CNECT.pdf> [pristupljeno: 15. kolovoza 2024.].
22. Egamersworld (2023). How eSports tournaments are organised: an inside look. Dostupno na: [https://egamersworld.com/blog/how-esports-tournaments-are-organised-an-inside-lo--RNJs\\_Scs](https://egamersworld.com/blog/how-esports-tournaments-are-organised-an-inside-lo--RNJs_Scs) [pristupljeno 5. kolovoza 2024.].
23. ESL Gaming (2024). THE CATHEDRAL OF COUNTER-STRIKE. Dostupno na: <https://pro.eslgaming.com/tour/cs/cologne/> [pristupljeno 6. kolovoza 2024.].
24. Esports Charts (2023). Beyond the field — how sports clubs are opening up new horizons through esports. Dostupno na: <https://escharts.com/news/sports-clubs-in-esports> [pristupljeno 2. kolovoza 2024.].
25. Esports Charts (2024). Top Esports Disciplines of 2023. Dostupno na: <https://escharts.com/news/top-esports-disciplines-2023> [pristupljeno 2. kolovoza 2024.].

26. EUFondovi (2024). Ulaganje u Centar gaming industrije – faza 1. Dostupno na: <https://eufondovi.gov.hr/ulaganje-u-centar-gaming-industrije-faza-1-fpt-itp-2021-2027-3/> [pristupljeno: 12. kolovoza 2024.].
27. European Commission (2013). Sport satellite accounts. Dostupno na: <https://data.europa.eu/doi/10.2766/47303> [pristupljeno 25. srpnja 2024.].
28. Europski parlament (2019). Gospodarske prednosti globalizacije u Europi: činjenice i brojke. Dostupno na: <https://www.europarl.europa.eu/topics/hr/article/20190603STO53520/gospodarske-prednosti-globalizacije-u-europi-cinjenice-i-brojke> [pristupljeno 22. srpnja 2024.].
29. Filchenko, M. (2018). *A Comparison Between Esports and Traditional Sports*. [Online] Dostupno na: <https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1011&context=art108> [pristupljeno 25. srpnja 2024.].
30. Forbes (2023). The Gaming Industry: A Behemoth With Unprecedented Global Reach. Dostupno na: <https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2023/11/17/the-gaming-industry-a-behemoth-with-unprecedented-global-reach/> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
31. Forbes (2024). Gaming kampus u Novskoj kreće u izgradnju, razgovarali smo s prvim kandidatima za akcelerator. Dostupno na: <https://forbes.n1info.hr/aktualno/hrvatska/gaming-kampus-u-novskoj-krece-u-izgradnju-razgovarali-smo-s-prvim-kandidatima-za-akcelerator/> [pristupljeno: 12. kolovoza 2024.].
32. Fox, J. (2001). *Chomsky i globalizacija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
33. Friedman, T. L. (2003). *Lexus i maslina*. Zagreb: Izvori.
34. Gillet, B. (1970). *Povijest sporta*. Zagreb. Matica Hrvatska.
35. Gnkdinamo (2024). NK Dinamo potpisao suradnju s Castoreom, vodećim svjetskim proizvođačem sportske opreme. Dostupno na: <https://gnkdinamo.hr/hr/vijesti/clanak/gnk-dinamo-potpisao-suradnju-s-castoreom-vodecim-svjetskim-proizvodacem-sportske-opreme> [pristupljeno: 15. kolovoza 2024.].
36. Gnkdinamo (2024). Povijest Dinama. Dostupno na: <https://gnkdinamo.hr/hr/klub/povijest> [pristupljeno: 15. kolovoza 2024.].
37. Grgić, Z. (2010). Prilog za bibliografiju sokolske građe Hrvatskoga športskog muzeja. *Informatica museologica*. 41(1-4), str. 150-157.

38. Hamari J., Sjöblom, M. (2016.) *What is e-Sports and why do people watch it?* Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/306286205\\_What\\_is\\_eSports\\_and\\_why\\_do\\_people\\_watch\\_it](https://www.researchgate.net/publication/306286205_What_is_eSports_and_why_do_people_watch_it) [pristupljeno 25. srpnja 2024.].
39. Harrison, A., Bartels, E. M. (2016). A Comparison of Ancient Greek and Roman Sports Diets with Modern Day Practices. Dostupno na: <https://www.omicsonline.org/open-access/a-comparison-of-ancient-greek-and-roman-sports-diets-with-modern-day-practices-2473-6449-1000104.php?aid=69865> [pristupljeno 27. srpnja 2024.].
40. Hirst, P., Thompson, G. (2001). *Globalizacija: međunarodno gospodarstvo i mogućnosti upravljanja*. Zagreb: Liberata.
41. HLTV (2024). Best photos from PGL Major Copenhagen. Dostupno na: <https://img-cdn.hltv.org/gallerypicture/C3PF4MrvAt91Ae67ykJqjr.jpg?auto=compress&ixlib=java-2.1.0&m=%2Fm.png&mw=160&mx=30&my=710&q=75&w=1200&s=c611954b5ee77f6224574fcedb3c00c> [pristupljeno 7. kolovoza 2024.].
42. Hoyer, R., Smith, A. C. T., Nicholson, M., Stewart, B. (2015). *Sport management: Principles and applications* (4th ed.). Abingdon: Routledge. pp. 3-4.
43. Hrsport.hr (2023). Ovo su najpopularniji sportovi u Hrvatskoj (Top 20). Dostupno na: <https://hrsport.hr/najpopularniji-sportovi-u-hrvatskoj/> [pristupljeno 31. srpnja 2024.].
44. Hrsport.hr (2024). Što je eSport (povijest, dobre i loše strane)? Dostupno na: <https://hrsport.hr/sto-je-esport-povijest-dobre-i-lose-strane/> [pristupljeno 31. srpnja 2024.].
45. Hrvatska enciklopedija (2024). Globalizacija. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/globalizacija> [pristupljeno 20. srpnja 2024.].
46. Hrvatska enciklopedija (2024). Računalne igre. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/racunalne-igre> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
47. Hrvatska enciklopedija (2024). Šport. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/sport>
48. Hrvatska internetska enciklopedija (2021). Šport. Dostupno na: <https://enciklopedija.cc/index.php/%C5%A0port#Podjela> [pristupljeno 30. srpnja 2024.].
49. <https://bs.wikipedia.org/wiki/Sport> [pristupljeno 30. srpnja 2024.].
50. Hungenberg, L. W., Hardakis, P. M., Earnheard, A. C. (2008). *Sports Mania: Essays on fandom and the media in the 21st Century*. North Carolina: Mc Farland & Company.

51. InSOLVE (2023). Analiza industrije videoigara u RH. Dostupno na: <https://www.insolve.hr/literatura/2/55535> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
52. ISPO (2023). eSports History: How it all began. Dostupno na: <https://www.ispo.com/en/sports-business/esports-history-how-it-all-began> [pristupljeno 4. kolovoza 2024.].
53. Izzi (2023). Globalizacija. Dostupno na: <https://hr.izzi.digital/DOS/401324/410035.html> [pristupljeno 10. srpnja 2024.].
54. Jajčević Z. (2010.). *Antičke olimpijske igre i moderni olimpijski pokret do 1917. godine*. Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
55. Jajčević, Z. (2010). *Povijest športa i tjelovježbe*. Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
56. Karlić, I. (2008). *Dvoznačnost fenomena globalizacije*. Zagreb: Katolički bogoslovni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
57. Komisija europskih zajednica. (2007). *Bijela knjiga o športu*. Bruxelles: Komisija europskih zajednica.
58. Kričkić, D. (2010). Povijest sporta u Osijeku. *Essehist*. 2(2), str. 55-60.
59. Lee, D., Schoenstedt, Lj. (2011). Comparison of eSports and Traditional Sports Consumption Motives. *Journal of Research*. 6(2), str. 39-44.
60. LinkedIn (2022). An introduction to Esports Tournaments. Dostupno na: <https://www.linkedin.com/pulse/introduction-esports-tournaments-catenamedia> [pristupljeno 5. kolovoza 2024.].
61. LinkedIn (2024). You're thinking of pursuing a career in eSports management. How can you prepare yourself for the industry? Dostupno na: <https://www.linkedin.com/advice/0/youre-thinking-pursuing-career-esports-management-how-can-x0oyc> [pristupljeno: 3. kolovoza 2024.].
62. Lončar, J. (2005). Globalizacija – pojam, nastanak i trendovi razvoja. *Geoadria* 10(1), str. 91-104.
63. Lozić, J. (2021). GLOBALNA INDUSTRIJA VIDEO IGARA: PREGLED STANJA. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/396779> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
64. ManagerSkills (2024). How are Great Sports Managers Different? Dostupno na: [https://managerskills.org/sports/traits-of-sports-managers/?utm\\_content=cmp-true](https://managerskills.org/sports/traits-of-sports-managers/?utm_content=cmp-true) [pristupljeno 31. srpnja 2024.].



65. Masterycoding (2023). How Video Games Have Changed The World. Dostupno na: <https://www.masterycoding.com/blog/how-video-games-have-changed-the-world> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
66. Mašala, A. (2008). *Modeli menadžmenta sportskih organizacija održivog razvoja* (Doktorska dizertacija). Sarajevo: Sveučilište u Sarajevu. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/277198060\\_Modeli\\_menadzmenta\\_sportski\\_h\\_organizacija\\_odrzivog\\_razvoja](https://www.researchgate.net/publication/277198060_Modeli_menadzmenta_sportski_h_organizacija_odrzivog_razvoja) [pristupljeno 25. srpnja 2024.].
67. Medium (2023). The History and Evolution of Video Games. Dostupno na: <https://medium.com/@collins.joseph/the-history-and-evolution-of-video-games-323f7d689615> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
68. Mihović, E. (2018). *Osobe s invaliditetom i sport* (završni rad). Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:155:449315> [pristupljeno 27. srpnja 2024.].
69. Milanović, D., Čustonja, Z., Hrženjak, M. (2016). *Sport u razvitku hrvatskoga društva*. Kineziologija i područja edukacije, sporta, sportske rekreacije i kineziterapije u razvitku hrvatskog društva. Findak, V. (ur.). Zagreb: Hrvatski kineziološki savez (HKS), str. 41-50.
70. N1 (2021). Pronađen najstariji australski spiljski crtež, star je više od 17.000 godina. Dostupno na: <https://n1info.hr/svijet/pronaden-najstariji-australski-spiljski-crtez-star-je-vise-od-17-000-godina/> [pristupljeno 19. srpnja 2024.].
71. Net.hr (2022.). Kako se klasificiraju sportovi? Dostupno na: <https://net.hr/magazin/slobodno-vrijeme/klasifikacija-sportova-kako-se-klasificiraju-sportovi-21a1ae96-572b-11ec-81b6-06372ee03c26> [pristupljeno 30. srpnja 2024.].
72. Newzoo (2023). Global Games Market Report. Dostupno na: [https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Games/2023\\_Newzoo\\_Free\\_Global\\_Games\\_Market\\_Report.pdf](https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Games/2023_Newzoo_Free_Global_Games_Market_Report.pdf) [pristupljeno 4. kolovoza 2024.].
73. Newzoo (2024). The global games market will generate \$187.7 billion in 2024. Dostupno na: <https://newzoo.com/resources/blog/global-games-market-revenue-estimates-and-forecasts-in-2024> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
74. North, C. (2020). *What Is —APM In Gaming?* [Online] Dostupno na: <https://ggn00b.com/for-noobs/what-is-apm-in-gaming/> [pristupljeno 25. srpnja 2024.].
75. P-portal.net (2022). Prvi strani igrači koji su zaigrali za Dinamo bili su iz Nigerije i Kostarike. Dostupno na: <https://p-portal.net/prvi-strani-igraci-koji-su-zaigrali-za-dinamo-bili-su-iz-nigerije-i-kostarike#> [pristupljeno: 15. kolovoza 2024.].

76. Radan, Ž. (1981). *Pregled historija tjelesnog vježbanja i sporta*. Zagreb: Školska knjiga.
77. ResearchGate (2018). Tennis for two players the first electronic game. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/figure/Tennis-for-two-players-the-first-electronic-game-33\\_fig1\\_328498497](https://www.researchgate.net/figure/Tennis-for-two-players-the-first-electronic-game-33_fig1_328498497) [pristupljeno 4. kolovoza 2024.].
78. Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society*. Dostupno na: <https://www.coursesidekick.com/sociology/study-guides/alamo-sociology/reading-the-mcdonaldization-of-society> [pristupljeno 30. srpnja 2024.].
79. Robinson, L. (2004). *Managing public sport and leisure services*. London: Routledge, pp. 177-178.
80. Shuttetstock (2024). Athletes in different summer disciplines color vector icon big set. Dostupno na: <https://www.shutterstock.com/search/sport-disciplines-icons> [pristupljeno 15. srpnja 2024.].
81. SIMORA, rk (2024). Inkubator PISMO powered by A1 slavi 5. rođendan! Dostupno na: <https://rk-smz.hr/inkubator-pismo-powered-by-a1-slavi-5-rodendan/> [pristupljeno: 12. kolovoza 2024.].
82. Spized (2024). How to organise an e-sports tournament - the 5-phase model. Dostupno na: <https://www.spized.com/en/magazin/organise-an-e-sports-tournament> [pristupljeno 4. kolovoza 2024.].
83. Srića, V. (2004). *Biblija modernog vođe, Harmony-based leadership*. Zagreb: Znanje.
84. Statista (2023). Revenue of the global eSports market 2020-2025. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/490522/global-esports-market-revenue/> [pristupljeno 2. kolovoza 2024.].
85. Statista (2024). eSports audience size worldwide from 2020 to 2025. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1109956/global-esports-audience/> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
86. Statista (2024). Leading eSports tournaments worldwide 2019-2023, by peak viewers. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/507491/esports-tournaments-by-number-viewers-global/> [pristupljeno 6. kolovoza 2024.].
87. Statista (2024). Leading eSports tournaments worldwide 2024, by prize pool. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/517940/leading-esports-tournamets-worldwide-by-prize-pool/> [pristupljeno 6. kolovoza 2024.].

88. Statista (2024). Video Games – Croatia. Dostupno na: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/croatia> [pristupljeno: 12. kolovoza 2024.].
89. Student Esports Tournament (2022). Student Esports Tournament. Dostupno na: <https://studentesportstournament.com/> [pristupljeno: 3. kolovoza 2024.].
90. Subramanian, A., Kessler, M. (2013). *The Hyperglobalization of Trade and Its Future*. [Online] Washington DC: Peterson Institute for International Economics. Dostupno na: <https://piie.com/sites/default/files/publications/wp/wp13-6.pdf> [pristupljeno: 23. srpnja 2024.].
91. Šimleša, D. (2006, 2008). *Četvrti svjetski rat : globalni napad na život/Drugačiji svijet je moguć : priče iz našeg dvorišta*. [Online] Zagreb. Što čitaš. Dostupno na: <https://elektronickeknjige.com/knjiga/simlesa-drazen/cetvrti-svjetski-rat/globalizacija-i-antiglobalizacija-br-mitovi-i-stvarnost/> [pristupljeno 20. srpnja 2024.].
92. Školski portal (2022). Važnost sporta i tjelesne aktivnosti za duševno zdravlje. Dostupno na: <https://www.skolskiportal.hr/sadrzaj/jucer-danas-sutra/vaznost-sporta-i-tjelesne-aktivnosti-za-dusevno-zdravlje/> [pristupljeno 30. srpnja 2024.].
93. Team-aAa (2021). 20 years ago, NiP were the first world champions. Dostupno na: [https://www.team-aaa.com/fr/actualite/il-y-a-20-ans-nip-etait-le-premier-champion-du-monde\\_119448](https://www.team-aaa.com/fr/actualite/il-y-a-20-ans-nip-etait-le-premier-champion-du-monde_119448) [pristupljeno 4. kolovoza 2024.].
94. THE ARMWRESTLING ARCHIVES (n.d.). Early Origins of Armwrestling. Dostupno na: <https://www.thearmwrestlingarchives.com/early-origins-of-armwrestling.html> [pristupljeno 19. srpnja 2024.].
95. The British Museum (1907). Toy; game-ball. Dostupno na: [https://www.britishmuseum.org/collection/object/Y\\_EA46709](https://www.britishmuseum.org/collection/object/Y_EA46709) [pristupljeno 19. srpnja 2024.].
96. The world of labour (2012). Causes and effects of Globalization. Dostupno na: <https://laboureconomics.wordpress.com/2012/05/14/causes-and-effects-of-globalization-6/> [pristupljeno 19. srpnja 2024.].
97. Tomić, M. (2007). *Sportski menadžment*. Beograd: Data status.
98. Tonts, M. (2005). Competitive sport and social capital in rural Australia. *Journal of Rural Studies*. 21(2), str. 137-149.
99. USAEL (2024). A Guide to Securing an Esports Scholarship. Dostupno na: <https://www.usacademicsports.com/post/securing-an-esports-scholarship> [pristupljeno 2. kolovoza 2024.].

100. Veselica, V. (2007). *Globalizacija i nova ekonomija*. Zagreb: A. G. Matoš.
101. Vučetić, M., Balaško, M. (2013). *Globalizacija sporta i nova ekonomija*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/113606> [pristupljeno 20. srpnja 2024.].
102. Vujnović, L. (2021.). *Popularizacija sporta* (diplomski rad). Split: Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/ffst%3A2971/datastream/PDF/view> [pristupljeno 27. srpnja 2024.].
103. Werder, K. (2022). E-sport. *Bus Inf Syst Eng*. 64(3), pp. 393–399. Dostupno na: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-022-00748-w> [pristupljeno 20. srpnja 2024.].
104. Wijman, T. (2020). *Newzoo: three billion players by 2023: engagement and revenues continue to thrive across the global games market*. Dostupno na: <https://newzoo.com/resources/blog/games-market-engagement-revenues-trends-2020-2023-gaming-report> [pristupljeno 25. srpnja 2024.].
105. World Economic Forum (2019). A brief history of globalization. Dostupno na: <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/how-globalization-4-0-fits-into-the-history-of-globalization/> [pristupljeno 23. srpnja 2024.].
106. World Economic Forum (2020). The history of the gaming industry in one chart. Dostupno na: <https://www.weforum.org/agenda/2020/11/gaming-games-consels-xbox-play-station-fun/> [pristupljeno: 14. kolovoza 2024.].
107. YCP Solidiance (2021). An Overview of the Esports Ecosystem. Dostupno na: <https://ycpsolidiance.com/article/an-overview-of-the-esports-ecosystem> [pristupljeno 2. kolovoza 2024.].
108. Youmatter (2019). Globalization: Definition, Benefits, Effects, Examples – What is Globalization? Dostupno na: <https://youmatter.world/en/definitions/definitions-globalization-definition-benefits-effects-examples/> [pristupljeno 14. srpnja 2024.].
109. Zec, N. (2011). *Management in sport*. Proceedings of the 1st International Symposium Engineering Management and Competitiveness. Zrenjanin: University of Novi Sad, Technical faculty "Mihajlo Pupin" in Zrenjanin. pp. 329-332.
110. Zonadinamo (2018). Dinamovi Stranci. Dostupno na: <https://www.zonadinamo.com/discussion/88/dinamovi-stranci> [pristupljeno: 15. kolovoza 2024.].

## POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz raznolikog područja pod utjecajem globalizacije .....	6
Slika 2. Prikaz pećinskog crteža lova iz Australije.....	14
Slika 3. Prikaz egipćanskih lopti u periodu Rimskog Egipta.....	15
Slika 4. Crtež na zidu grobnice u Beni Hassanu koji prikazuje hrvačke zahvate iz 2500. godine prije Krista.....	16
Slika 5. Freska s prikazom šakača iz Tire koja datira od 1550. godine prije Krista.....	17
Slika 6. Freska s prikazom rimske arene u Pompejima, izgrađena oko 79. g. pr. Kr. ....	20
Slika 7. Vrste sportova.....	23
Slika 8. Funkcije sportskog menadžmenta.....	26
Slika 9. Prikaz umreženih računala jednog tima na PGL turniru .....	31
Slika 10. Prikaz najgledanijih esport disciplina u 2023. godini.....	32
Slika 11. Prikaz tržišnog prihoda esporta u cijelom svijetu od 2020. do 2025. godine.....	36
Slika 12. Prikaz globalnog tržišta igara prema segmentima u 2023. godini.....	37
Slika 13. Prikaz videoigre Tennis for Two iz 1958. godine .....	38
Slika 14. Prikaz CPL Winter Championshipa u Dallasu 2001. godine .....	41
Slika 15. Prikaz PGL Major turnira u Copenhagenu .....	44
Slika 16. Prikaz predviđanja prihoda globalnog tržišta igara od 2022. do 2027. godine .....	49
Slika 17. Prikaz kampusa industrije videoigara u Novskoj .....	53
Slika 18. Prikaz slavlja Oršićevog hattricka protiv Tottenhama.....	55

## **POPIS TABLICA**

Tablica 1. Prednosti i nedostaci globalizacije.....	7
Tablica 2: Sport – međusektorski prikaz .....	12
Tablica 3. Osobine menadžera koje su potrebne za uspjeh .....	29

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. Faze globalizacije .....	10
--------------------------------------	----