

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

FINANCIRANJE ŠPORTNIH PRIREDITEV

Ljubljana, november 2003

URŠA MULEJ

IZJAVA

Študent/ka _____ izjavljam, da sem avtor/ica tega
diplomskega dela, ki sem ga

napisala pod mentorstvom _____ in dovolim objavo
diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

UPORABLJENE KRATICE

OI	Olimpijske igre
MOK	Mednarodni olimpijski komite
OKS	Olimpijski komite Slovenije
NPŠ	Nacionalni program športa
BDP	bruto domači proizvod
FŠO	Fundacija za šport
FIS	Mednarodna smučarska zveza
SZS	Slovenska smučarska zveza
SP	Svetovno prvenstvo
EP	Evropsko prvenstvo
FIFA	Mednarodna nogometna zveza
UEFA	Evropska nogometna zveza
NZS	Nogometna zveza Slovenije
FIBA	Mednarodna košarkarska zveza
ULEB	Združenje lig
KZS	Košarkarska zveza Slovenije
IHF	Mednarodna rokometna zveza
EHF	Evropska rokometna zveza
RZS	Rokometna zveza Slovenije
EYOF	Olimpijski festival evropske mladine

KAZALO

1. UVOD	1
2. ZAKONSKA UREDITEV FINANCIRANJA ŠPORTNIH PRIREDITEV	2
2.1. ZAKONSKA UREDITEV FINANCIRANJA IN ORGANIZACIJE ŠPORTNIH PRIREDITEV V SLOVENIJI	2
2.1.1. Ustava, zakoni in podzakonski akti	3
2.1.2. Športni predpisi – interna športna »zakonodaja«	5
2.1.3. »Zakonodaja« športa v Evropi in svetu	7
3. ORGANIZACIJA IN OBLIKE FINANCIRANJA ŠPORTA	8
3.1. OPREDELITEV IN KLASIFIKACIJA ŠPORTNE PRIREDITVE	8
3.2. FINANCIRANJE ŠPORTA V SLOVENIJI	10
3.2.1. Financiranje športa iz proračunskih sredstev in primerjava z Nacionalnim programom športa	11
3.2.2. Sponzoriranje in donatorstvo	15
3.2.3. Financiranje športnih panog v letu 2002	18
3.2.4. Športne prireditve	20
4. FINANCIRANJE ŠPORTNIH PRIREDITEV	21
4.1. ORGANIZACIJA ŠPORTNIH PRIREDITEV	23
4.2. SVETOVNI POKAL V ALPSKEM SMUČANJU – ZLATA LISICA	25
4.2.1. Svetovni pokal Zlata Lisica	27
4.3. SVETOVNI POKAL V POLETIH – Planica	27
4.4. NOGOMET	29
4.4.1. Tekma FRANCIJA:SLOVENIJA	30
4.4.2. Pokal UEFA NK Olimpija : Liverpool	30
4.5. POKAL EUROLIGE V KOŠARKI	31
4.5.1. Primer tekmovalja v EUROLIGI za KK Union Olimpija	32
4.6. ROKOMET	32
4.6.1. Primer EURO 2004	33
4.7. EYOF – OLIMPIJSKI FESTIVAL EVROPSKE MLADINE 2003	34
4.8. FINANCIRANJE REKREATIVNIH ŠPORTNIH PRIREDITEV	35
4.8.1. Slovenija teče in Slovenija kolesari	36
5. PRIKAZ FINANCIRANJA ŠPORTNE PRIREDITVE NA PRIMERU 24 UR SMUKA NA POHORJU	36
5.1. VLOGA TRŽENJA ŠPORTNE PRIREDITVE PRI PRIDOBIVANJU FINANČNIH SREDSTEV ZA ŠPORTNE PRIREDITVE	38
5.1.1. TRŽENJE ŠPORTNE PRIREDITVE PRI PRIDOBIVANJU FINANČNIH SREDSTEV ZA 24 UR SMUKA NA POHORJU	40
SKLEP	41
LITERATURA	43
VIRI	43

1. UVOD

Šport je že od nekdaj pomemben element vsake kulture. Začetek olimpijskih iger, največje in najpomembnejše prireditve našega časa, sega v 10. stoletje pr. n. š., obdobje antične Grčije. Prvi znani rezultati pa so iz leta 776 pr. n. š., ko je zmagal Koroibos iz Elisa. Igre so prirejali vsaka štiri leta v Olimpiji v čast boga Zeusa. Športniki so služili kot ideal, njihova telesa pa so predstavljala simbol lepote in zdravja.

Prav tako so poznali velike športne boje v Rimskem cesarstvu, čeprav ti niso dosegli takega pomena kot olimpijske igre. Znani vzklík: »kruha in iger nam dajte!« nam kaže pomembno vlogo športnih prireditev v tistem času.

Sledi zaton športnega gibanja in šele konec 19. stoletja prinese velike spremembe. Leta 1894 ustanovijo Mednarodni olimpijski komite (MOK) in obudijo idejo olimpijskih iger. Leta 1896 organizirajo prve Olimpijske igre moderne dobe v Atenah. S tem zopet pride do vzpona in razvoja športa ter športnih prireditev.

Pri organizaciji športnih prireditev so že od nekdaj sodelovali mecene oz. pokrovitelji ali sponzorji, kot jih poimenujemo danes. Kot organizatorji oz. pokrovitelji so uživali velik ugled že v antični Grčiji. Športniki, ki so tekmovali, pa so bili že takrat profesionalci. Če primerjamo športne igre nekoč in danes, lahko ugotovimo, da so glavni elementi ostali enaki.

V diplomskem delu bom obravnavala področje financiranja športnih prireditev, predvsem v vrhunskem športu, saj so športne prireditve ključen dejavnik za promocijo športa in njegov razvoj. Omejila sem se na športne prireditve v Sloveniji, saj se z nekaterimi postavljamo v sam svetovni vrh.

Diplomsko delo sestavlja pet poglavij in v prvem poglavju je uvod. V drugem delu bom predstavila sedanji zakonski okvir, ki ureja področje organizacije in financiranja športnih prireditev predvsem doma. Odločila sem se zelo obširno predstaviti zakonodajo, ki neposredno ali posredno vpliva na organizacijo in financiranje športnih prireditev, kar tudi kaže na kompleksnost tega področja.

V tretjem delu bom predstavila organizacijo in tipe športnih prireditev ter oblike financiranja. Širše bom predstavila financiranje športa na splošno, saj samo podatkov za športne prireditve skoraj ni ali pa so težko dostopni. Prav tako je problem navajanje teh podatkov, saj je to vsekakor poslovna skrivnost organizatorja. Kljub temu pa podatki o financiranju športa odsevajo situacijo športa in posameznih športnih panog pri nas.

V četrtem poglavju pa se bom dejansko lotila same organizacije športnih prireditev, glede na športno panogo in namen prireditve.

Kot primere bom navedla načine financiranja večjih športnih prireditev pri najpopularnejših športih v Sloveniji; in sicer za Svetovni pokal v alpskem smučanju Zlata lisica, Svetovni pokal v poletih v Planici,

reprezentančno tekmo v nogometu med Francijo in Slovenijo, Evroligo pri košarki ter Evropsko prvenstvo v rokometu 2004. Na koncu pa še primer prireditve, Olimpijski festival evropske mladine, kot mini zimska olimpiada in rekreativne športne prireditve, za samo primerjavo glede na športno prireditev v vrhunskem športu.

V zadnjem petem poglavju, pa bom predstavila primer športne prireditve »24ur smuka na Pohorju«. To je prireditev, ki se jo bo poizkusilo organizirati v Sloveniji na Pohorju kot edino tovrstno tekmovanje v Evropi. Za prireditev »24ur smuka na Pohorju« bom predstavila možnosti financiranja in vloge trženja, glede na to, da jo lahko štejemo med komercialne športne prireditve, saj ne spada pod okrilje mednarodne smučarske zveze.

2. ZAKONSKA UREDITEV FINANCIRANJA ŠPORTNIH PRIREDITEV

Financiranje športa in športnih prireditev se razlikuje med državami tako glede na samo organiziranost športa kot tudi glede na zakonsko ureditev področja športa. Znan je problem oglaševanja tobačnih izdelkov v nekaterih državah ali pa problem oglaševanja alkoholnih pijač.

Prav tako se financiranje športnih prireditev razlikuje glede na športno panogo in interna pravila posamezne mednarodne panožne zveze. Na financiranje vplivajo predvsem pravila, ki urejajo področja trženja TV pravic, oglaševanja na športnih prireditvah in organizacije športnih prireditev.

Vsi izvajalci športa, tudi organizatorji in prireditelji športnih prireditev, tako na lokalni kot na višjih ravneh oblasti, morajo poznati in se ravnati v skladu z vsemi zakonskimi določili, ki urejajo to področje.

V nadaljevanju bom obširneje predstavila zakonodajo v Sloveniji, ki posredno in neposredno ureja področje športa, in zato tudi posredno ali neposredno vpliva na samo financiranje in organizacijo športa in športnih prireditev. S tem želim prikazati tudi kompleksnost organizacije športa v Sloveniji.

2.1. ZAKONSKA UREDITEV FINANCIRANJA IN ORGANIZACIJE ŠPORTNIH PRIREDITEV V SLOVENIJI

S sprejetjem Zakona o športu leta 1998 sta vlada in državni zbor šport uredila tudi normativno, česar do tega leta ni bilo. Seveda gre za šport, ki je organiziran v subjektih civilne družbe (npr. v športnih društvih), in ne za šport, ki se udejanja v subjektih države (npr. vrtcih, šolah ipd.) in za katerega je pristojna izključno država. Ta del 'športa' je vedno bil in bo reguliran z državnimi predpisi.

Glede na hierarhijo pravnih predpisov nas zanima opredelitev športa in odnosov države do športa v:

- Ustavi Republike Slovenije,
- zakonih,

- podzakonskih predpisih DZ, ki so odloki, poslovniki, sklepi in drugi akti,
- podzakonskih aktih vlade, ki so uredbe in sklepi,
- podzakonskih aktih upravnih organov, ki so odredbe, navodila, pravilniki ipd.

Tudi v športu poznamo deklaracije (npr. Deklaracija o suverenosti države Slovenije, Uradni list RS, št. 26/90) in resolucije; slednje sicer ne sodijo med prave 'pravne' predpise, vendar so politično usmerjevalni akti, ki jih lahko sprejemajo tudi parlamenti, pri nas torej državni zbor.

2.1.1. Ustava, zakoni in podzakonski akti

Tu želim predstaviti oz. naštetih *splošne pravne akte*, ki jih mora poznati vsak, ki se ukvarja z športnim menedžmentom in organizacijo športnih prireditev, ne glede na področje delovanja v športu:

- Ustava Republike Slovenije:
 - Ustava je temeljni pravni akt, v katerem država oz. suveren državni (zakonodajni) organ ureja temelje državnega sistema. Ustavna določila se nikoli ne uporabljajo neposredno in zato velja pravilo, da morajo biti vsi zakoni vsebinsko in formalno usklajeni z ustavo.
- Zakon o medijih:

ureja način uresničevanja svobode javnega obveščanja ter pravice in odgovornosti javnih glasil in novinarjev. Podrobno ureja odgovornost države, izdajatelje, prigrasitev v register, načela, na katerih temelji dejavnost javnih glasil, objavo nujnih sporočil, odgovor in popravek, javnost dela in dostop do informacij.
- Zakon o zavodih:

ureja ustanavljanje javnih zavodov in zavodov. Zakon ureja le statusna vprašanja, vsa druga pa akt o ustanovitvi in pogodba, če je ustanovitelj več pravnih ali fizičnih oseb. Zakon določa, da se lahko zavodi ustanovijo na področju vzgoje in izobraževanja, zdravstva, športa, kulture, socialnega, otroškega in invalidskega varstva, socialnega zavarovanja in drugih dejavnosti, če cilj ustanavljanja in opravljanja ni pridobitna dejavnost.
- Obrtni zakon:

pomemben je za organizirane zasebnike v športu.
- Zakon o ustanovah; tudi v športu se lahko na podlagi tega zakona ustanovljajo ustanove, v katerih je na določen način vezano premoženje in so po tem zakonu pravne osebe zasebnega prava (npr. Sklad Roka Petrovića).
- Zakon o grbu, zastavi, himni Republike Slovenije,
- Zakon o javnih financah,
- Zakon o upravi,
- Zakon o gospodarskih družbah,

Splošni pravni športni akti, kamor spadajo zakoni in podzakonski akti za menedžment športa in športnih prireditev, ne glede na izvajalca civilne družbe, pa so sledeči:

- Zakon o društvih:

ureja namen delovanja in način ustanavljanja društev. Podlaga za združevanje občanov v društva je ustavna pravica do svobode združevanja, ki izhaja iz ustavno zajamčenih človekovih pravic in temeljnih svoboščin (42. člen Ustave RS). Zakon o društvih je za šport eden najpomembnejših, saj vsi inštituti civilne družbe v športu (ki so vendarle najpomembnejši) temeljijo na tem zakonu. Društva so neprofitne organizacije, njihov način upravljanja, organe, naloge, financiranje in druge za društvo pomembne zadeve določajo člani društva v svojih pravilih. Po tem zakonu se društva, posebno športna, združujejo v zveze in druge oblike na višjih ravneh.

- Zakon o športu:

je sistemski zakon o športu in je najpomembnejši s tega področja. Določa izhodišča Nacionalnega programa športa in njegove izvajalce, uvaja strokovni svet vlade in določa njegove pristojnosti, opredeljuje športne objekte, javne zavode, strokovne delavce v športu, zasebno delo v športu, določa športnike in vrhunske športnike, določa zdravstveno zavarovanje športnikov in športne prireditve, uvaja inšpekcijsko službo, določa informatiko v športu in razvide ipd.

- Nacionalni program športa v Republiki Sloveniji:

Državni zbor ga je sprejel leta 2000, v njem so zelo podrobno našteje kratkoročne, srednjeročne in dolgoročne usmeritve, ki jih zasleduje Slovenija na področju športa. Program je finančno ovrednoten in zanj naj bi država zagotavljala denar predvsem iz javnih financ.

- Sklep o postopku za kandidiranje in organiziranje velikih športnih prireditev v Republiki Sloveniji:

ta sklep, ki ga je sprejela Vlada RS leta 1993 in je bil kasneje delno opredeljen v Zakonu o športu, določa postopek za kandidiranje in organizacijo velikih športnih prireditev v Republiki Sloveniji in prireditve tudi taksativno našteva. Ta sklep morajo organizatorji upoštevati ne glede na to, ali za organizacijo sami zagotovijo vsa sredstva.

- Zakon o igrah na srečo:

določa, kaj in katere so igre na srečo (klasične in posebne) in kako se pridobijo koncesije za prirejanje teh iger na podlagi pogodbe.

- Odlok o ustanovitvi Fundacije za financiranje športnih organizacij v Republiki Sloveniji:

z njim je DZ na podlagi zakona o lastninskem preoblikovanju Loterije Slovenije ustanovil Fundacijo za financiranje športnih organizacij v Republiki Sloveniji kot pravno osebo. Odlok podrobno določa namene financiranja, nadalje organ upravljanja (svet) in izhodišča za sprejetje Pravilnika o merilih in pogojih za uporabo sredstev fundacije.

- Pravilnik o merilih in pogojih za uporabo sredstev Fundacije za financiranje športnih organizacij:

z njim je Svet fundacije podrobneje določil način razporeditve sredstev, pogoje za sofinanciranje športne dejavnosti, športnih objektov, za raziskovanje in razvoj športa ter založništva. V pravilniku so določeni tudi postopek in merila za izbor izvajalcev. Vsi izvajalci, ki so zainteresirani za sofinanciranje svojih nalog oz. za pridobitev sredstev iz naslova fundacije (sofinanciranje športne dejavnosti, športnih objektov, za raziskovanje in razvoj ter založništva), morajo biti pozorni na razpise (posebno roke) fundacije, ki so objavljeni tudi na Internetu.

- Zakon o javnih shodih in javnih prireditvah:

na podlagi Ustave RS ureja pravico do javnih shodov in javnih prireditev; ta pravica sodi med človekove temeljne pravice in svoboščine. Na podlagi tega zakona imajo državljani in njihove organizacije pravico sklicevati in prirejati zborovanja, mitinge, ulične sprehode, demonstracije, manifestacije in druge javne shode ter se jih udeleževati, seveda pod pogoji, ki jih določa ta zakon. Za vse športne delavce, ki

prirejajo takšne ali drugačne športne manifestacije (posebej tekmovanja), so določbe tega zakona nadvse pomembne.

- Pravilnik o vodenju razvida poklicnih športnikov:

z njim se določa postopek vpisa in izbrisa iz razvida poklicnih športnikov.

- Pravilnik o vodenju razvida športnih objektov:

z njim se določa postopek vpisa in izbrisa iz razvida o vodenju športnih objektov.

Poleg opisanih sem spadajo še naslednji splošni pravni športni akti:

- Zakon o varstvu pred utopitvami,
- Pravilnik o varnosti na urejenih kopališčih,
- Pravilnik o higienskih zahtevah za kopališke vode,
- Zakon o varnosti na javnih smučiščih,
- Pravilnik o tehničnih pogojih za obratovanje smučišč,
- Pravilnik o reševalni službi in o službi prve pomoči na smučiščih,
- Pravilnik o znakih in o redu na smučiščih ter rediteljski službi,
- Pravilnik o tehničnih pogojih za obratovanje smučišč.

Posebni pravni akti, kamor spadajo zakoni in podzakonski akti za menedžment športa v šolskem sistemu, pa so sledeči:

- Zakon o financiranju vzgoje in izobraževanja,
- Zakon o osnovni šoli,
- Zakon o gimnazijah,
- Zakon o visokem šolstvu,
- Pravilnik o šolskem koledarju za osnovne šole,
- Pravilnik o šolskem koledarju za gimnazije, poklicne in srednje tehnične in strokovne šole.

2.1.2. Športni predpisi – interna športna »zakonodaja«

Pravila Olimpijskega komiteja Slovenije (OKS) – Združenja športnih zvez (ZŠZ)

Z njimi je urejeno delovanje osrednje krovne nevladne športne organizacije pri nas, ki jo edino v Sloveniji priznava Mednarodni olimpijski komite (MOK). Ker je OKS – ZŠZ pravni naslednik bivše Športne zveze Slovenije (in vseh njenih predhodnic od leta 1946 dalje), je s pravili urejeno tudi delovanje članic OKS, katerih dejavnosti ni v programih MOK oz. jih MOK ne priznava, tudi tistih na lokalni ravni. S pravili OKS so podrobno urejene organiziranost, naloge, pristojnosti, financiranje, članstvo in druge zadeve, pomembne za delovanje OKS. OKS – ZŠZ je nastal na podlagi Listine o združitvi Olimpijskega komiteja Slovenije in Športne zveze Slovenije 22. decembra 1995.

Pravila republiških strokovnih (panožnih) športnih zvez

Vsaka nacionalna strokovna (panožna) športna zveza (v Sloveniji jih je preko 60 in tako se Slovenija umešča v vrh druge skupine evropskih držav, ki imajo med 45 do 65 strokovnih zvez ter federacij) ima svoja pravila. Ta pravila morajo biti na eni strani v skladu z Zakonom o društvih, ki ureja pravna

vprašanja društev in njihovih zvez, in s pravili svojih mednarodnih (regionalnih, evropskih ali svetovnih) športnih zvez, če želijo naše (slovenske) zveze postati članice teh zvez. V osamosvojitvenem času Slovenije in slovenskega športa in vključevanju naših strokovnih zvez v pristojne mednarodne zveze so se te včlanjevale na podlagi svojih pravil in (v glavnem) soglasja bivše Športne zveze Slovenije (takrat najvišje organizacije športne civilne družbe pri nas). Športna zveza Slovenije je s svojim soglasjem jamčila, da je neka naša strokovna zveza edina zveza na območju Slovenije, ki bo v prihodnje članica določene mednarodne zveze in bo tako tudi imela v tej zvezi edina pravico zastopati Slovenijo v tej panogi. Vsa pravila naših strokovnih zvez, ki niso bila v skladu s pravili mednarodnih zvez, so morale naše zveze dopolniti oz. popraviti (vključno z Olimpijskim komitejem Slovenije). Vendar ostaja en akt neke panoge enoten od mednarodne ravni do najnižjih organizacij, ki so vključene v ta sistem: to so pravila igre.

Prav akti mednarodnih in nacionalnih panožnih zvez podrobno urejajo možnosti in oblike oglaševanja, pa tudi lastništvo TV pravic in lastništvo »marketinškega prostora« na športnih prireditvah. Ti akti jim v večini primerov zagotavljajo, lahko trdim, monopolno pozicijo na področju trženja velikih športnih prireditev.

Za primer pravnih predpisov republiške zveze bom navedla pravne akte ene najbolj razvejanih in organiziranih športnih panog pri nas – nogometa oz. Nogometne zveze Slovenije (NZS), kljub temu, da se prav vsi akti ne nanašajo na organizacijo in financiranje športnih prireditev. Akti NZS so:

Splošni akti:

- Statut NZS (bolje: pravila),
- Poslovnik o delu skupščine NZS,
- Pravilnik o volitvah.

Akti delovne skupnosti:

- Pravilnik o delovnih razmerjih,
- Pravilnik o notranji organizaciji,
- Pravilnik o sistemizaciji delovnih mest,
- Pravilnik o plačah,
- Organizacijska shema NZS,
- Organizacijske sheme DS NZS.

Tekmovalni pravilniki:

- Tekmovalni pravilnik,
- Registracijski pravilnik,
- Disciplinski pravilnik,
- Sklep o prestopnem roku amaterjev in višini nadomestil,
- Sklep o stadionih,
- Sklep za tekmovalna v organizaciji NZS v članski kategoriji.

Akti reprezentance:

- Pravilnik o reprezentanci,
- Pravilnik o nadomestilih reprezentance,
- Pravilnik o inštruktorski službi.

Drugi pravilniki:

- Pravilnik o prostih kartah,
- Pravilnik o priznanjih,
- Pravilnik za mali nogomet,
- Pravilnik trenerske organizacije,
- Pravilnik sodniške organizacije.

Iz tega pregleda pravnih aktov NZS je razvidno, kaj vse ima oz. potrebuje neka zveza za normalno statusno, pravno, strokovno in organizacijsko delo zveze. In če pomislimo, da je v Sloveniji preko 60 zvez (podobnih NZS, manj ali enako razvitih, kot je NZS), potem je razvidna vsa širina pravnih predpisov, ki so potrebni za normalno delovanje kolesja zveze in športa nasploh.

Poleg internih pravilnikov nacionalnih panožnih zvez pa so pomembni tudi interni pravilniki posameznih športnih društev.

Vsekakor pa lahko rečemo, da na področje trženja in financiranja velikih športnih prireditev vrhunškega športa najbolj vplivajo interni pravilniki mednarodnih športnih panožnih zvez, ki urejajo lastništvo TV pravic in oglasnega prostora na prizorišču ter možnosti oglaševanja. Pravila prav tako natančno opredeljujejo možnosti, oblike, velikost, pozicijo oglasnih panojev in ostalega oglasnega prostora. Glede na te pravilnike je tudi razdeljen največji del prihodkov tovrstnih športnih prireditev.

2.1.3. »Zakonodaja« športa v Evropi in svetu

V Evropi (vsaj za zdaj, dokler Slovenija še ni članica EU) in v svetu ni nobenega zakona ali podzakonskega akta na področju športa, ki bi Slovenijo obvezoval. Res pa je, da so vladni organi in organizacije sprejeli več listin, ki so jih ratificirali tudi parlamenti oz. vlade posameznih držav, tudi pri nas.

V nadaljevanju bom kratko opisala najpomembnejše.

Športni manifest (Manifest über den Sport)

Sprejel ga je ICSSPE pri Unescu (danes Mednarodni svet za športno znanost in telesno vzgojo – ICSSPE) leta 1968 in je prvi dokument o športu na svetu, če seveda odmislimo Listino MOK. Manifest govori o humanizaciji in demokratizaciji športa v svetu. Pomembna je predvsem definicija športa tega manifesta: "Vsaka telesna dejavnost, ki ima značaj igre in obsega možnost boja samega s seboj, z drugimi ali s prvinami narave, je šport. Če ima ta dejavnost značaj tekmovanja z drugimi, jo je treba

izvajati v viteškem duhu. Ni resničnega športa brez fair playa." Poudariti je treba, da tega manifesta ni nikoli ratificirala Skupščina SFRJ in tudi ne Skupščina SRS.

Evropska listina o športu

Je nadgradnja dveh pred tem sprejetih konvencij: Konvencije proti nasilju in neprimernemu vedenju gledalcev na športnih prireditvah, zlasti na nogometnih tekmah, in Konvencije proti dopingu v športu. Izhaja iz načela, da je (1) treba vsakemu posamezniku omogočiti sodelovanje v športu in (2) da bodo vsi štiti in razvijali moralne in etične vrednote športa, človekovo dostojanstvo in varnost udeležencev. Listina govori tudi o sodelovanju z nevladnimi športnimi organizacijami (ki je bistvenega pomena), o pomenu prostovoljnega dela v športu, o športnih objektih in aktivnostih, o vzpostavljanju temeljev, razvijanju sodelovanja, izboljšanju športnih dosežkov, podpori vrhunskemu športu, človeških virih in o športu v povezavi z varovanjem okolja.

Kodeks etike v športu

Opređeljuje predvsem cilje, fair play in odgovornost vseh, predvsem vlad in športnih organizacij, pri delu s posamezniki.

Evropska konvencija proti nasilju in neprimernemu vedenju gledalcev na športnih prireditvah, zlasti na nogometnih tekmah

Namen te konvencije, ki jo je z zakonom ratificirala tudi skupščina SFRJ, je preprečitev nasilja in nedostojnega vedenja gledalcev na nogometnih tekmah in seveda na vseh športnih tekmah.

Konvencija proti dopingu v športu

Njen cilj je zmanjšati in odpraviti doping v športu.

3. ORGANIZACIJA IN OBLIKE FINANCIRANJA ŠPORTA

3.1. OPREDELITEV IN KLASIFIKACIJA ŠPORTNE PRIREDITVE

Športna prireditve naj bi bila javni dogodek¹ športnega obeležja (Šugman, 1995, str. 50-58). Definicija športne prireditve je težavna, saj nikjer ni mogoče zaslediti enotne opredelitve. Npr. po Zakonu o javnih shodih in javnih prireditvah spada med druge javne prireditve, katerih edina skupna opredelilna lastnost je, da je dostop dovoljen vsakomur. Po Zakonu o športu (46.člen ZSpo) pa so športne prireditve organizirana športna srečanja in tekmovanja.

¹ V ZDA pa se večji športni dogodki ne štejejo za javne, pač pa za zasebne prireditve, in sicer v primeru, če se odvijajo na zasebnih in ne na javnih prostorih, saj se za ogled prodajajo vstopnice (Bergant Rakočević, 2001, str. 49).

Po R. Šugmanu (1995, str. 50) se športne prireditve delijo glede na namen, in sicer:

- *Športni shod*: shodi, športni ali drugačni, so javni, imajo vedno politično noto in svoje posebnosti organizacije; npr. dan planincev PZS, shod udeležencev od Litije do Čateža...
- *Splošne športno-kulturne prireditve*; sem štejemo npr. razglašanje športnikov leta, proslave večjih obletic in podelitev Bloudkovih priznanj, priznanj OKS.
- *Kongres, simpozij, seminar, posvetovanje*.
- *Tekmovanje*: to je najbolj razširjena oblika športnih prireditev in temelji na enem izmed primarnih elementov športa, tekmi.

Tekmovanje je vrsta športne prireditve, ki je tudi tema tega diplomskega dela. Seveda pa poznamo več vrst tekmovanj.

Po Šugmanu (1995, str. 60) lahko delimo tekmovanja po različnih vidikih. Delimo jih na:

- uradna in neuradna (prvenstvena in prijateljska),
- velika in mala,
- odprtega in zaprtega tipa,
- kakovostna in množična,
- globalna in enovita.

Poleg tega so tekmovanja različna glede na:

- strokovni namen,
- dosežek posameznika, moštva, ekipe,
- število ponavljanj,
- starostne kategorije in spol,
- hierarhijo organiziranosti športa,
- koledarski čas izvedbe,
- težavnost organizacije,
- posebni status nastopajočih.

Poudarek diplomske naloge so velike športne prireditve.

Po sklepu o postopku za kandidiranje in organiziranje velikih športnih prireditev v Republiki Sloveniji se med velike športne prireditve štejejo:

- olimpijske igre
- mediteranske igre
- univerziade
- svetovna prvenstva(tudi mladinska)
- evropska prvenstva(tudi mladinska)
- svetovne pokale
- grand prix mitinge in turnirje

3.2. FINANCIRANJE ŠPORTA V SLOVENIJI

Glede na obseg dejavnosti in finančnih sredstev v športu, lahko govorimo o športu kot športni industriji in samo kot javni dobrini. Tu gre za proizvodnjo in prodajo športnih objektov, naprav in opreme, oblačil in obutve ter športnih storitev. Pomembno je da ustvarja menjavo (Korošec, 2001, str. 2).

Različni izvajalci športa financirajo svojo dejavnost iz različnih virov (Bednarik, 2002, str. 92). Nasploh lahko razvrstimo vire financiranja športa v različne skupine, med katerimi so najvažnejše našteje v nadaljevanju.

Proračunska (javna) sredstva ali sredstva integralnega proračuna

Po raziskavah delavcev Fakultete za šport, Agencije za plačilni promet RS in Olimpijskega komiteja Slovenije – Združenja športnih zvez (OKS – ZŠZ) naj bi bilo denarja za športno dejavnost iz javnega vira okrog 20 odstotkov vseh finančnih sredstev v športnih organizacijah. Ta delež pri nas je strukturno, glede na odstotkovni delež, primerljiv z deleži javnih sredstev v nekaterih drugih evropskih državah.

Med proračunska sredstva štejemo:

- *Sredstva državnega proračuna*, ki se vsako leto opredelijo v republiškem proračunu. Za pridobitev teh sredstev velja načelo javnih razpisov kot za vsa druga proračunska sredstva.
- *Sredstva lokalnih skupnosti (občin)*, ki se določajo vsako leto v proračunih občin.
- *Sredstva športne fundacije iz iger na srečo*. Upravlja jih svet Fundacije in tudi za pridobitev teh sredstev velja načelo razpisov. Opozorjam, da mnoge države teh sredstev ne prištevajo med proračunska (javna), ker so marsikje igre na srečo v rokah športnih organizacij (torej civilne družbe).

Neproračunska (zasebna) sredstva

Med neproračunska sredstva štejemo naslednja:

- sredstva sponzorjev,
- sredstva donatorjev,
- sredstva gospodinjstev (članarine, vstopnine itd.),
- volila, darila,
- druga lastna sredstva (tombole, srečelovi, prodaja značk ipd.).

Kot že rečeno, izvajalci športa financirajo svojo dejavnost iz različnih virov. Ni enotne metodologije in tako seveda tudi ni enotne metodologije zajemanja podatkov o virih in porabi sredstev.

V nadaljevanju želim v grobem predstaviti financiranje športa na splošno, saj za financiranje javnih prireditev ni javno dostopnih podatkov. Vsekakor pa obstaja korelacija med financiranjem športa in športnimi prireditvami.

3.2.1. Financiranje športa iz proračunskih sredstev in primerjava z Nacionalnim programom športa

Javne finance oz. proračunska sredstva so načeloma edini pregleden vir financiranja športa, medtem ko so neproračunska sredstva težje izsledljiva, ker podatki niso javno dostopni. V nadaljevanju bom predstavila podatke o financiranju športa iz proračunskih sredstev in Nacionalni program športa.

Nacionalni program športa (NPŠ) je bil sprejet marca 2000 v Državnem zboru in opredeljuje način uresničevanja javnega interesa v športu. Zajema celostno organizirano dejavnost športa, ki je v javnem interesu, in se sofinancira iz javnih sredstev. Država tako soustvarja pogoje za razvoj športa.

Nacionalni program določa zlasti:

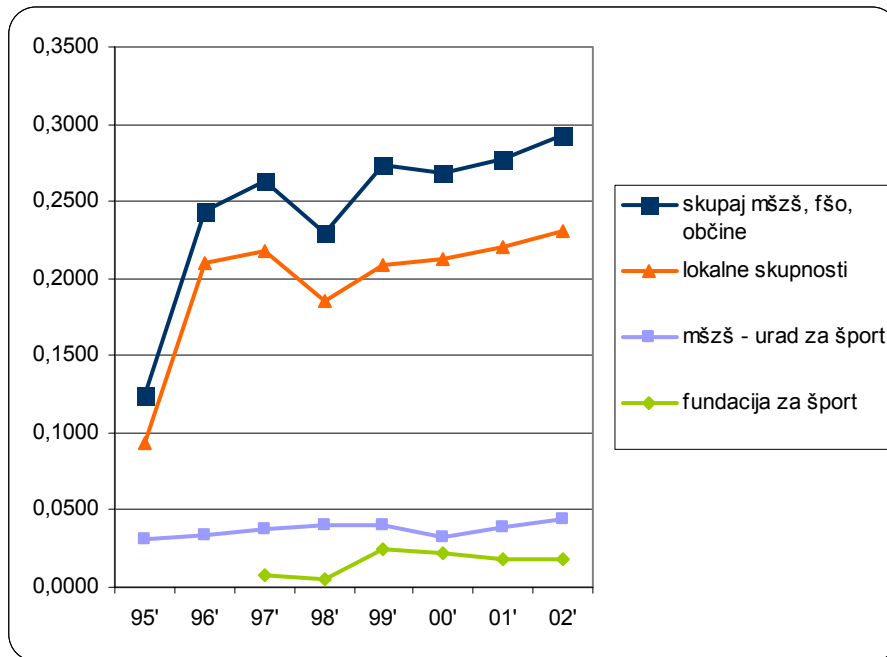
- izhodišča in usmeritve športa,
- vsebino in obseg posameznih dejavnosti v športu, ki se financirajo ali sofinancirajo iz javnih sredstev,
- razvojne in strokovne naloge v športu,
- upravljanje športa,
- okvirna merila za finančno vrednotenje.

Glede na poročilo »Sistemske ukrepi podpore slovenskega športa in indikatorji« (2003), ki ga je pripravil Strokovni svet za šport, navajam v nadaljevanju nekaj podatkov o izvajanju Nacionalnega programa športa.

V letu 2002 je bila zopet beležena rast javnih izdatkov za šport iz lokalne in državne ravni (slika 1). Po letu 1998 se delež javnih financ za šport v bruto domačem proizvodu še vedno povečuje, predvsem na račun izdatkov lokalnih skupnosti. Največji padec je nastal prav v letu 1998, ko se je lokalna samouprava drugič reorganizirala in ko se je število občin povečalo na 192.

Skupaj so javni izdatki iz proračunov za šport lokalnih skupnosti, države in Fundacije za šport v letu 2002 znašali 15.504.364.000 SIT oziroma 0,29 odstotka BDP.

Slika 1: Indeksi uresničevanja nacionalnega programa športa



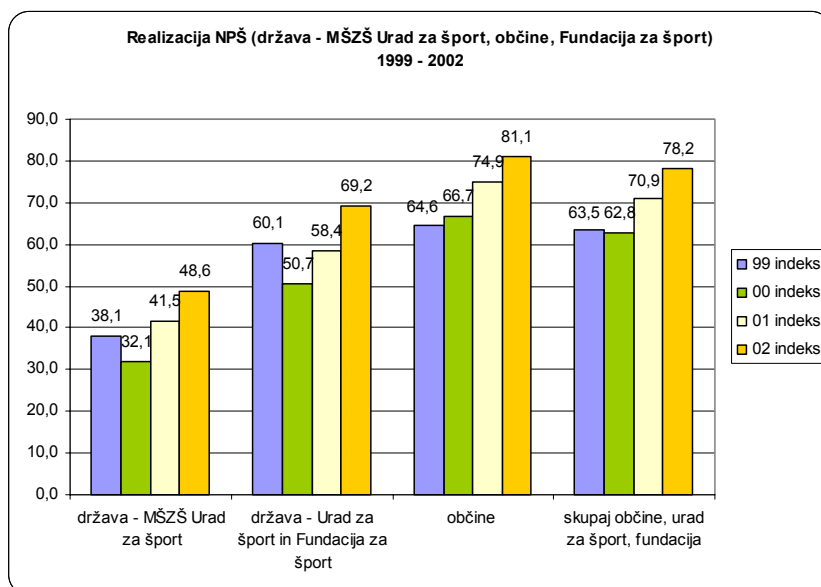
*mžzš – Ministrstvo za šolstvo in šport

** fšo – Fundacija za financiranje športnih organizacij

Vir: Sistemski ukrepi podpore slovenskega športa in indikatorji, 2003, str. 2.

Ugotovimo lahko, da se je v letu 2002 indeks uresničevanja nacionalnega programa športa tako na državni kot na lokalni ravni zopet povečal (slika 2). V letu 2002, tretje leto po sprejetju nacionalnega programa športa, je bilo za sofinanciranje javnega interesa v športu v Sloveniji realiziranih 73,2 odstotkov začrtanih smernic nacionalnega programa športa. Od skupno 14.511.420.312 SIT (država in občine) predstavljajo proračunska sredstva občin 12.170.100.312 SIT, kar pomeni, da so lokalne skupnosti uspele nacionalni program športa realizirati 81,1 odstotno, medtem ko je državni proračun za šport z 2.341.320.000 SIT predstavljal 48,6 odstotno realizacijo nacionalnega programa v letu 2002. Ugotovimo lahko, da državni proračun za šport še vedno opazno zaostaja za dinamiko uresničevanja ciljev javnih financ v športu.

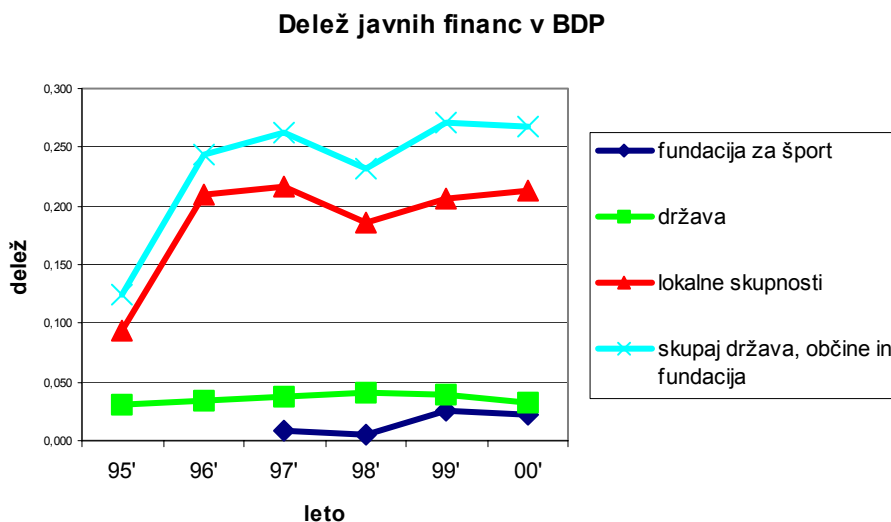
Slika 2: Realizacija NPŠ (država - MŠZŠ Urad za šport, občine in Fundacija za šport) 1999 - 2002



Vir: Sistemski ukrepi podpore slovenskega športa in indikatorji, 2003, str. 4.

Podobno sliko nam odraža tudi delež javnih financ v bruto domačem proizvodu (Bednarik, 2002, str. 74).

Slika 3: Trend financiranja športa iz javnih financ v deležu BDP



Vir: Bednarik, 2002, str. 74.

Financiranje šport iz javnih financ je v razmerju do BDP na državni ravni naraščal do leta 1998, v letu 1999 je zaslediti rahel padec, ki pa je izjemno izrazit v letu 2000. V letu 2001 je po do sedaj znanih podatkih predvidena poraba proračunskih sredstev za šport na državni ravni v deležu BDP (projekcija BDP po ZMAR-u), ki je zelo podobna letu 1999. Poudariti pa je treba, da je znaten delež teh sredstev šel za izdatke, ki so nastali v letu 2000.

Sredstva iz iger na srečo, torej Fundacije za šport, ki jih je država namenila za šport, so v razmerju do BDP močno narasla leta 1999, potem pa je opazno padanje.

Izdatki za športne storitve se v primerjavi z BDP ne spreminjajo.

Slovenski model financiranja športa je precej podoben evropskemu. V strukturi izdatkov za šport je delež države manjši kot v večini držav EU (Bednarik, 2002, str. 87). V razmerju do BDP pa so javne finance na evropskem povprečju, kar kaže, da država financira šport v skladu z možnostmi. To nam kažeta tudi naslednji tabeli (tabela 1 in 2).

Tabela 1: Primerjava med izdatki za šport v Sloveniji in v državah Evropske unije

SLO	DAN	FIN	FRA	NEM	ITA	POR	ŠVE	ŠVI	VB
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. DRŽAVA*									
1,39	6,30	4,30	8,90	0,60	8,20	9,90	2,20	0,40	0,80
2. LOKALNE SKUPNOSTI									
6,29	32,50	24,70	29,50	26,60	11,00	11,60	20,40	5,20	15,10
3. JAVNI IZDATKI (1 + 2)²									
11,32	38,80	29,00	38,40	27,20	19,20	21,50	22,60	5,60	15,90
4. PODJETJA**									
11,36	5,60	4,80	4,50	3,80	7,90	42,00	17,10	2,80	5,00
5. GOSPODINJSTVA***									
77,05	55,60	66,20	57,10	69,00	72,90	36,50	60,20	91,60	79,10
6. ZASEBNI IZDATKI (4 + 5)****									
88,68	61,20	71,00	61,60	72,80	80,80	78,50	77,30	94,40	84,10
7. VSI IZDATKI SKUPAJ (3 + 6)									
100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
SKUPNO IZDATKI % BDP									
2,33	0,56	1,13	1,10	1,28	1,04	1,77	0,80	3,47	1,49
JAVNI IZDATKI % BDP									
0,26	0,22	0,33	0,42	0,35	0,20	0,61	0,18	0,20	0,24

Opomba:

Upoštevani so vsi finančni viri in ne le tisti, ki jih prejmejo športne organizacije

* Proračun za šport vseh ministrstev v Sloveniji brez sredstev za šport v rednem izobraževalnem procesu. Sredstva od iger na srečo, namenjena športu, so upoštevana v javnih financah na državni ravni. Metodologija EU ni enotna, pri nekaterih so zajeta, pri drugih pa ne, vendar iz literature tega ni mogoče točno razbrati.

** Sponzoriranje, donatorstvo, TV pravice.

*** Potrošnja športnih dobrin – izdelkov in storitev.

**** V zasebnih izdatkih ni upoštevan prispevek prostovoljnega dela.

Vir: Bednarik, 2002, str. 87.

² V tabeli so navedeni napačni podatki za Slovenijo, vendar sem navajala originalen vir!

Tabela 2: Primerjava med izdatki za šport v Sloveniji in povprečjem držav Evropske unije

	SLO	EU
	%	%
1. Država*	1,39	4,60
2. Lokalne skupnosti	6,29	19,60
3. Javni izdatki (1 + 2)	11,32 ³	24,20
4. Podjetja**	11,36	10,40
5. Gospodinjstva***	77,05	65,40
6. Zasebni izdatki**** (4 + 5)	88,68	75,70
7. Vsi izdatki skupaj (3 + 6)	100,00	100,00
Skupaj izdatki % BDP	2,33	1,40
Javni izdatki % BDP	0,26	0,30
Zasebni izdatki % BDP	2,07	1,10

Vir: Bednarik, 2002, str. 88.

Čeprav je primerjave z Evropo treba vzeti z veliko rezervo, pa je iz tabele 1 in 2 razvidno:

- vsi izdatki za šport so v Sloveniji v razmerju do BDP večji kot v večini držav EU,
- javni izdatki za šport so v razmerju do BDP na ravni držav EU in
- zasebni izdatki za šport so v razmerju do BDP višji od povprečja v državah EU.

V strukturi prihodkov predstavljajo sredstva podjetij za šport večji delež kot v EU, še posebno, ker so upoštevana sponzorska in donatorska sredstva podjetij in TV-pravic, ki so v Sloveniji majhna, bistveno manjša kot v EU.

3.2.2. Sponzoriranje in donatorstvo

Sponzorstvo je eno najhitreje rastočih področij znotraj športnega menedžmenta. Sponzorjem (pokroviteljem), torej podjetjem, predstavlja izjemno možnost komunikacije s ciljno skupino na trgu, to je z navijači in gledalci (Majcen, 1999, str. 11).

Proces tržnega komuniciranja (Potočnik, 2002, str. 303) sestavljajo štirje elementi:

- Pošiljalec tržnega sporočila (komunikator)
- Sporočilo (informacija)
- Komunikacijska pot, ki je lahko osebna ali neosebna
- Prejemnik sporočila (oseba, kateri je sporočilo namenjeno)

Pokrovitelj (sponzor) društva ali neke prireditve je tisti subjekt predvsem gospodarske narave, ki z ekonomskega vidika delno ali v celoti prevzame financiranje društva oz. prireditve. S sponzorsko pogodbo uredita subjekta medsebojne odnose tako, da imata oba subjekta od tega sodelovanja korist, predvsem ekonomsko.

³ V tabeli so navedeni napačni podatki za Slovenijo, vendar sem navajala originalen vir!

Skupne značilnosti sponzorstev so (Šterpin, 2003, str.3):

- da gre za dvostransko razmerje od katerega imata korist obe stranki; sponzor in sponzoriranec
- da se sponzor pogodbeno zaveže podpreti sponzoriranca s finančnimi, stvarnimi sredstvi ali storitvami
- da bo sponzoriranec za sponzorja kot protistoritev izvajal določene aktivnosti za realizacijo njegovih marketinških ciljev

Sponzoriranje je v današnjem gospodarstvu pomembna oblika promocije, saj podjetja, ki oglašujejo svoje izdelke preko športa, ustvarjajo pozitivno podobo v družbi. Poleg tega je oglaševanje preko športa cenejše, saj podjetja za enak znesek dobijo dva- do trikrat več reklame kot preko klasičnega oglaševanja. To se vedno opredeli ob ovrednotenju sponzorske pogodbe, kjer se na koncu oceni vrednost »oglasov«, realiziranih s sponzorsko pogodbo, in primerja s klasičnim načinom oglaševanja.

Donator (darovalec) prireditve je tisti subjekt, ki nameni društvu ali organizatorju določena darila. Športnim subjektom lahko podari npr. vrednostne predmete, kot so ure, cekini, pokali itn., ne da bi zanje zahteval propagiranje svojih izdelkov.

Na žalost pa je problematika sponzorstva v Sloveniji povezana z majhnim tržiščem in velikim številom »iskalcev« sponzorstva. Tu gre tudi za problem velike razdrobljenosti. Za Slovenijo lahko rečemo, da je fenomen v športu, saj ima pri tako majhni populaciji relativno veliko število zelo uspešnih vrhunskih športnikov. Vsi se potegujejo za neproračunska sredstva, ki pa so ravno tako omejena.

Tabela 3: Finančna sredstva, ki so jih slovenska podjetja v letu 1995 namenila za oglaševanje in/ali sponzoriranje v športu

absolutno v SIT	v odstotkih od dohodka	v % od BDP
5,8 milijarde	0,15	0,26

Vir: Bednarik, 2002, str. 84.

Iz tabel 3 in 4 je razvidno, da so v letih 1995 in 1997 velika in srednje velika slovenska podjetja namenila okrog 0,15 % vseh prihodkov za sponzoriranje in donatorstvo v športu, kar predstavlja približno 0,26 % BDP.

Tabela 4: Izdatki podjetij za sponzoriranje in/ali donatorstvo v športu v letu 1997

	Nedenarna oblika	Denarna oblika	skupaj sredstva
v mio SIT	1.497,00	6.045,00	7.542,00
v mio EUR	7,40	30,60	38,00
v mio USD	7,70	32,30	40,00
%	19,20	80,10	99,30
% BDP			0,26
% od celotnih prihodkov		1,00	0,15

Vir: Bednarik, 2002, str. 84.

Iz tabele 5 pa je razvidno, da sponzoriranje in donatorstvo predstavljata kar dobrih 11 % vseh izdatkov za šport in sta skoraj takšen potencialni finančni vir kot javne finance.

Tabela 5: Izdatki za šport 1997 – 1999

	1997			1998			1999		
	v mio SIT	%	% BDP	v mio SIT	%	% BDP	v mio SIT	%	% BDP
JAVNI IZDATKI *	7.680,00	11,30	0,26	8.890,00	12,10	0,28	12.345,50	15,50	0,35
država (vsa ministrstva)	1.160,00	1,70	0,04	1.502,20	2,00	0,04	1.628,20	2,0	0,05
lokalne skupnosti	6.290,00	9,30	0,21	7.216,60	9,80	0,23	9.832,10	12,30	0,28
igre na srečo	230,00	0,30	0,01	171,20	0,20	0,01	885,20	1,10	0,03
ZASEBNI IZDATKI SKUPAJ	60.100,00	88,70	2,07	64.654,00	87,90	1,99	67.904,00	84,60	1,89
podjetja skupaj	7.830,00	11,60	0,27	8.756,10	11,90	0,27	9.671,40	12,00	0,27
sponzoriranje, donatorstvo**	7.540,00	11,10	0,26						
TV-pravice***	290,00	0,40	0,01						
GOSPODINJSTVA SKUPAJ****	52.270,00	77,20	1,80	55.897,90	76,00	1,72	58.232,60	72,60	1,62
izdelki za šport in rekreacijo	41.960,00	61,90	1,44	43.220,70	58,80	1,33	44.546,90	55,50	1,24
poraba za športne storitve (tudi za aktivne počitnice)	10.310,00	15,30	0,36	12.677,20	17,20	0,39	13.685,70	17,10	0,38
Vsi izdatki skupaj	67.780,00	100	2,33	73.544,00	100	2,27	79.710,30	100	2,24

Opombe:

* Podatki ministrstev in FŠO za lokalne skupnosti.

** Reprezentativni vzorec srednje velikih in velikih slovenskih podjetij; izdatki podjetij za leti 1999 in 1998 so aplikacija iz leta 1997 (osnova aplikacije je razmerje do BDP).

*** Podatki TV Slovenija za leto 1997; izdatki za TV-pravice za leti 1999 in 1998 so aplikacija iz leta 1997 (osnova aplikacija je razmerje do BDP).

**** Reprezentativni vzorec gospodinjstev v Sloveniji – Statistični urad Republike Slovenije.

Vir: Bednarik, 2002, str. 85.

Tabela 6: Na osnovi izdatkov za šport ocenjena finančna sredstva, ki so jih v letu 1997 lahko prejele športne organizacije v Sloveniji

	v mio SIT	v mio EUR	v mio USD	%
Javni viri	4.940,0	25,1	26,4	27,1
Država (vsa ministrstva)	960,0	4,8	5,1	5,3
Lokalne skupnosti	3.750,0	19,0	20,0	20,5
Igre na srečo	230,0	1,1	1,2	1,3
Zasebni viri skupaj	13.320,0	67,6	71,2	72,9
podjetja skupaj	7.440,0	37,7	39,7	40,7
Sponsoriranje, donatorstvo	7.350,0	37,3	39,3	40,3
TV-pravice	90,0	0,4	0,4	0,5
gospodinjstva skupaj	5.880,0	29,8	31,4	32,2
Poraba za športne storitve	5.880,0	29,8	31,4	32,2
Poraba za športno blago	0	0	0	0,0
Aktivni dopust	0	0	0	0,0
Vsi viri skupaj	18.260,0	92,7	97,6	100

Viri: Bednarik, 2002, str. 85.

Iz zgornje preglednice je razvidno, da sponzoriranje in donatorstvo predstavljata največji finančni vir slovenskih športnih organizacij, in sicer dobrih 40 %.

3.2.3. Financiranje športnih panog v letu 2002

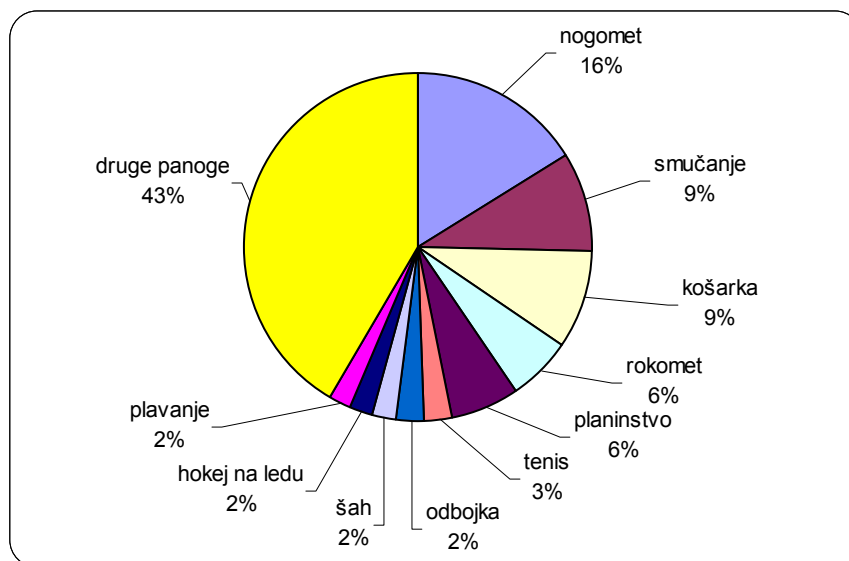
Prav tako je zanimiv pregled financiranja po posameznih športnih panogah, kjer lahko ugotovimo korelacijo med obsegom financiranja na eni strani in seveda popularnostjo, tradicijo, množičnostjo ter gledanostjo športne panoge na drugi strani.

Pregled financiranja po športnih panogah sem povzela iz poročila Sistemski ukrepi podpore slovenskega športa in indikatorji 2002.

V celotni strukturi prihodkov športnih društev so nogometna društva povečala svoj delež na 16% (14,6% v letu 2001). Drugo mesto si delita smučanje in košarka z 9% sledijo pa jim rokometna in planinska društva s 6% (graf 3). V drugo polovico od desetih najboljših panog po prihodkih se uvrščajo tenis, odbojka, šah, hokej na ledu in plavanje (kolesarstvo je v letu 2002 izpadlo iz deseterice najboljših). Na podlagi osnovnih finančnih kazalnikov lahko rečemo, da so omenjene športne panoge tudi po priljubljenosti v vrhu slovenske športne javnosti. To potrjujejo tudi nekatere raziskave različnih avtorjev (Jošt, Bednarik, Petrovič).

V primerjavi z letom 2001 je v letu 2002 največji skok po prihodkih uspel judu (178%), vaterpolu (177%), plavanju (117%), nogometu (116%) in odbojki (111%). To lahko povežemo tudi z dobrimi tekmovalnimi uspehi.

Slika 4: Prihodki po športnih panogah



Vir: Sistemski ukrepi podpore slovenskega športa in indikatorji, 2003, str. 12.

Iz slike 4 lahko ugotovimo, da si prvih deset športnih panog odreže več kot polovico finančnega kolača. Nogomet po dohodkih še vedno ostaja na prvem mestu, sledijo pa mu smučanje, košarka in roket. Omenjene športe sem izbrala za primer pri financiranju športnih prireditev.

Kolektivne in miselne športne panoge so v letu 2002 povečale delež v strukturi prihodkov, individualne športne panoge in športna rekreacija pa so delež zmanjšale, medtem ko so v letu 1999 imele panoge individualnih športov v strukturi celotnih prihodkov športnih društev s 40 odstotki prevlado pred kolektivnimi športnimi panogami (33 %) in športno rekreacijo (16 %). Ko se je v letu 2001 položaj med kolektivnimi in individualnimi športnimi panogami izenačil na 35 odstotkov, športna rekreacija pa se je približala 20 odstotkom, so v letu 2002 kolektivne športne panoge začele povečevati delež v strukturi prihodkov (37,4%).

Med individualnimi panogami prevladuje šest športnih panog, ki imajo več kot 500 milijonov SIT prihodkov. Športna panoga z največ prihodki v letu 2002 je bila smučanje (2,8 mrd SIT), sledijo pa ji še planinstvo (1,8 mrd SIT), tenis (0,79 mrd SIT), plavanje (0,63 mrd SIT), atletika (0,52 mrd SIT) in kolesarstvo (0,5 mrd SIT).

Število panog z več kot 500 milijonov SIT prihodkov je pri kolektivnih panogah samo pet. Na prvem mestu je nogomet (4,90 mrd SIT), sledijo pa mu še košarka (2,70 mrd SIT), roket (1,90 mrd SIT), odbojka (0,71 mrd SIT) in hokej na ledu (0,65 mrd SIT).

Zgornje trditve lahko utemeljimo tudi z zanimivostjo posameznih športnih panog za sponzorje.

Tabela 7: Sponzorska zanimivost športnih panog v letu 1995

	Športna panoga	Delež zanimivosti (%)
1	alpsko smučanje	35,4
2	Košarka	34,2
3	Nogomet	19,6
4	Atletika	22,8
5	Tenis	25,2
6	Avtomobilizem	17,6
7	Rokomet	16,4
8	Hokej	12,7
9	Kolesarstvo	13,7
10	Plavanje	9,0

Vir: Bednarik, 2002, str. 90.

V tabeli 7 so prikazane in rangirane posamezne športne panoge, preko katerih bi podjetja želela najuspešneje uresničiti svoje sponzorske cilje. Po mnenju 35 % predstavnikov podjetij sta za sponzoriranje najučinkovitejša alpsko smučanje in košarka. Za okoli 20 % potencialnih sponzorjev sta zanimiva tudi nogomet in atletika. Gre torej za športe, ki so v svetu izrazito komercialni. Da uspeh ni edino vodilo sponzorske zanimivosti, dokazujeta tudi tenis in avtomobilizem. Ta športa pri nas nimata tolikšnih mednarodnih uspehov, a sta po mnenju sponzorjev bolj zanimiva kot nekateri tradicionalno uspešni slovenski športi: veslanje, kolesarstvo ipd.

Zanimiva pa je ugotovitev (Bednarik, 1998, str. 36), da uspehi v športu niso odvisni samo od količine vložene denarja v šport. Slovenija je v Evropski uniji na prvem mestu po ceni osvejene medalje glede na ves denar v športu na prebivalca. To je mogoče pojasniti s strokovnim delom v posameznih športih in resnim pristopom k tekmovalnemu športu.

3.2.4. Športne prireditve

Za financiranje le-teh ni javno dostopnih podatkov kot za šport na splošno, ker se statistično ne obravnavajo posebej . Vendar predstavljajo v financiranju športa velik delež. V Italiji za športne prireditve porabijo letno 155 bilijonov ITL, medtem ko v so v Nemčiji že leta 1990 porabili v ta namen 2,2 bilijona DEM (Zupan, 1997, str. 16).

Se pa struktura financiranja deloma razlikuje od financiranja športa na sploh in tudi med posameznimi športnimi prireditvami. Odvisna je od vrste prireditve ali tekmovanja, velikosti oz. pomembnosti, same organizacije mednarodne in nacionalne panožne zveze, pogodbe, ki jo sklene organizator(ta pa je individualna za vsako prireditev), interesa javnosti...

Načeloma so viri financiranja neposredno proračunska sredstva pri športnih prireditvah v manjšem obsegu, razen če nima sama prireditve večjega javnega pomena. Lahko pa trdimo, da država preko proračunskih virov posredno financira športne prireditve z vlaganjem sredstev v športne objekte.

Tabela 8: Sofinanciranje športnih objektov

Število športnih objektov	296
1994 v SIT	194.970.000
1995 v SIT	127.373.800
1996 v SIT	193.426.000
1997 v SIT	448.250.000
1998 v SIT	558.410.860
1999 v SIT	578.200.000
2000 v SIT	573.500.000
Skupaj v SIT	2.674.130.660

Vir: Bednarik, 2002, str. 83.

Iz tabele 8 lahko ugotovimo, da je tudi financiranje športnih objektov pomemben dejavnik pri samih športnih prireditvah, saj se s tem ustvarjajo osnovni pogoji za organiziranje le-teh.

V nadaljevanju bom predstavila strukturo financiranja in organizacije tekmovanj za najpopularnejše športe v Sloveniji kot primer vrhunskega športa ter primer financiranja športne prireditve iz programa športa za vse s strani OKS.

4. FINANCIRANJE ŠPORTNIH PRIREDITEV

Velike mednarodne športne prireditve, ki so opredeljene v skladu z 52. členom zakona o športu, lahko pospešujejo motivacijo za šport in športno aktivnost ter imajo promocijski učinek za šport, gospodarstvo in turizem.

V tem poglavju bom na nekaj primerih navedla vire financiranja posameznih prireditvev pri različnih športnih panogah. Izbrala sem najpopularnejše športe v Sloveniji in športne prireditve. Pri alpskem smučanju, košarki, rokometu in nogometu gre izključno za športne prireditve vrhunskega športa; pri športnih prireditvah Slovenija teče in Slovenija kolesari pa gre za področje rekreacije, torej šport za vse, kar se tudi odraža v virih financiranja.

Na splošno lahko rečemo, da sta oblika in višina virov financiranja odvisni predvsem od sledečih dejavnikov:

- možnosti TV prenosov⁴ in števila televizijskih gledalcev,
- gledanosti oz. ratingov same športne prireditve⁵
- števila gledalcev oz. obiskovalcev same športne prireditve.

Našteti dejavniki ključno vplivajo tudi na obseg financiranja iz prodaje TV pravic in prodaje vstopnic ter na obseg sponzorskih sredstev.

V Sloveniji (Bednarik, 1999, str. 49) obiskuje športne prireditve 37% prebivalstva medtem ko jih spremlja na televiziji kar 86%. Delež rednih gledalcev športnih dogodkov na televiziji pa je 51%.

Za višino proračunskega denarja lahko rečemo, da je nekoliko manj odvisna od zgoraj naštetih dejavnikov. Tu gre tudi za popolnoma drug namen, saj naj bi s temi sredstvi država ali pa lokalna uprava podpirala neprofitne organizacije, kot so društva, športne zveze, športne unije in njihovi programi; torej šport kot javno dobro.

Na financiranje športnih prireditev močno vplivajo tudi organizacija in pravilniki mednarodnih športnih zvez, kot smo že predstavili v poglavju Zakonska ureditev in financiranje športnih prireditev. Tu gre predvsem za razdelitev prihodkov iz TV pravic in oglasnega prostora na prizorišču športne prireditve med mednarodno športno organizacijo, organizatorjem in prirediteljem. Tu govorimo seveda o velikih športnih prireditvah, predvsem v vrhunskem športu, ki so tudi v nadaljevanju diplomskega dela navedene kot primeri.

Za velike mednarodne prireditve kot stranke (kupci) redko nastopajo posamezne radiofuzne organizacije, pač pa jih praviloma zastopajo njihova združenja (npr. v Evropi EBU, v Aziji ABU,...). Na strani prodajalca pa je lastnik TV pravic; to je lahko nacionalna panožna zveza pri posameznem športu, klubali mednarodni olimpijski komite za Olimpijske igre. Prodajalca ponavadi predstavlja in zastopa pooblaščen agencija. Lastništvo TV pravic in oglasnega prostora na prizorišču je odvisno od internih pravilnikov organizatorjev posameznih športnih prireditev.

Vse pravice in obveznosti med strankami ureja pogodba, ki pa ni zakonsko urejena, t. i. zakonsko neurejen tip pogodbe. V samih pogodbah pa je potrebno upoštevati tudi določila in pravilnike glede TV pravic, oglaševanja in oglaševalskega prostora mednarodne panožne zveze, ter domačo zakonodajo, ki ureja to področje.

Za tekmovanja na najvišji ravni, kot so Olimpijske igre, Svetovno ali Evropsko prvenstvo v nogometu itd., pa je vsekakor potrebna maksimalna podpora in sodelovanje države na vseh področjih, tako

⁴ Z vidika izvirnih televizijskih pravic prevladuje finančni vidik prirejanja večjih športnih prireditev (Bergant Rakočević, 2001, str. 56)

⁵ gledanost ali rating= število ali % gledalcev, ki so spremljali določen program. Na primer: rating v % = 10,1 - kar pomeni, da je oddajo gledalo 188.214 gledalcev (oziroma 10,1 % populacije)

* delež gledalcev v % = odstotek gledalcev, ki so spremljali našo oddajo, in sicer med tistimi gledalci, ki so v tistem času gledali katerikoli televizijski program

političnem, finančnem kot organizacijskem. Pri tovrstnih prireditvah prireditvah so določene obveznosti in pravice v pogodbi, ki jo podpiše organizacijski komite, vlada in mednarodna športna organizacija ali zveza.

4.1. ORGANIZACIJA ŠPORTNIH PRIREDITEV

V tem poglavju želim predstaviti, kako organizacija posameznih športnih panog oz. njihovih mednarodnih športnih zvez posredno in neposredno vpliva na financiranje velikih športnih prireditev, ter opredeliti pomen organizatorja in prireditelja.

ISF-MŠZ – mednarodne športne zveze (ang. International Sport Federations). V statutih posameznih MŠZ so natančno določene njihove naloge in pristojnosti. MŠZ povečini: povezujejo in krepijo prijateljske športne odnose z nacionalnimi športnimi zvezami; skrbijo za razširitev in kakovost svoje športne panoge; bojujejo se proti izigravanju in kršenju pravil, zlorabam in drugim škodljivim pojavom v svoji športni panogi; šolajo, strokovno izobražujejo in podeljujejo licence nekaterim strokovnim delavcem, zlasti sodnikom; povezujejo se v okviru Generalne skupščine mednarodnih športnih zvez (AGFIS) in po potrebi z MOK; prirejajo najvišja športna tekmovanja, ki so v pristojnosti zveze (npr.: svetovna prvenstva, tekmovanja svoje panoge v programu olimpijskih iger, vendar pod skrbništvom MOK); bojujejo se proti rasnemu razlikovanju (vse niso sprejele priporočila OZN proti rasni diskriminaciji) ipd.

Kazalo bi opozoriti na termin »mednarodne« (Šugman, 1998, str. 103) ; uporabljati bi morali termin »svetovne« športne zveze za tako imenovane mednarodne športne zveze in naziv kontinenta za kontinentalne športne zveze (primer evropske športne zveze).

Organizacijske aktivnosti (Bergant Rakočević, 2001, str. 58) in finančna bremena niso enako porazdeljena v vseh športnih panogah, niti ne na določenih tekmovalnih nivojih. Njihovo razmerje je odvisno od pravil, ki jih sprejme posamezna športna zveza glede prirejanja konkretnih tekmovanj oziroma od medsebojnih dogovorov.

Prireditelj (lastnik neke prireditve) je načeloma tista organizacija, ki ima pooblastila oz. ki je sklenila, da neka prireditev bo, jo kot tako uvrstila v svoj koledar prireditev, jo razpisala in nekemu dodelila v izvedbo. Za ponazoritev pogledjmo nekaj primerov prirediteljev:

- prireditelj srednješolskih tekmovanj v naši državi je Zavod Republike Slovenije za šolstvo,
- prireditelj republiškega prvenstva slepih in slabovidnih je njihova športna zveza,
- prireditelji društvenih športnih manifestacij (tudi tekmovanj) so običajno društva sama (npr. tombole, srečelovi, zabave itn.),
- prireditelji vseh uradnih športnih tekmovanj pri nas, ki so vertikalno povezana v evropskem in svetovnem prostoru, so nacionalne panožne športne zveze (NPŠZ),
- prireditelj svetovnih pokalov v smučanju je FIS – Mednarodna smučarska zveza (federacija),
- prireditelji svetovnih in evropskih prvenstev so MŠF – mednarodne športne zveze (federacije),
- prireditelj olimpijskih iger je MOK – Mednarodni olimpijski komite.

Pogoj za prevzem neke prireditve MŠF ali druge mednarodne asociacije je spoštovanje pravil in pravilnikov (enako velja tudi za domača – državna prvenstva) te zveze. Če to ni opredeljeno s pravili in pravilniki zveze ali podrobnostmi v zvezi s tem, se uredijo s pogodbo (vedno pogosteje). Tako se določijo udeleženci, jamstva, zavarovanja, finančne obveznosti, sponzorstvo in finančni deleži prireditelja pri reklamah, vstopnini, TV-prenosih itn., ceremonial, protokol...

Organizator ne sme pozabiti, da je prireditelj tisti, ki je prireditev razpisal, in da imajo v mednarodnem športnem prostoru MŠF posebne pravice. Zato mora vsak, ki prireditev prejme, najprej dobro proučiti vse predpise, preden se začne pogovarjati z njihovimi predstavniki ali preden se začne pogajati o denarju (če se sploh lahko!).

Organizator (izvajalec) prireditve je tista organizacija, ki ji je prireditelj zaupal izvedbo prireditve, če seveda ne izvede prireditve sam prireditelj oz. je prireditelj in organizator v eni osebi (to je največkrat na ravni društva). Med prireditelji in organizatorji nastopijo posebna razmerja, ki jih ponavadi ureja pogodba.

Načeloma velja, da organizacijski odbori prireditev – torej organizatorji – niso pravne osebe; njihov pravni status je urejen s pravili in pravilniki prireditelja (primer : Planica SZS, Zlata lisica – SK Branik itn.). Po pregledu prej opisanih prirediteljev bomo navedli možne organizatorje, ki na natečajih pridobivajo organizacijo izvedbe prireditev.

Organizatorji:

- vseh uradnih športnih tekmovanj pri nas, ki so vertikalno povezana v evropski in svetovni prostor, so *društva določene panoge* oz. dejavnosti (KK Union Olimpija ipd.),
- svetovnih pokalov, npr. v smučanju, so *posebni organizacijski odbori* (Planica, Pokal Kompas Holidays) ali društva (SK Branik Maribor), ki jih imenujejo republiške strokovne panožne zveze (v našem primeru Smučarska zveza Slovenije),
- svetovnih in evropskih prvenstev so *nacionalne strokovne panožne zveze*, ki lahko imenujejo posebne organizacijske odbore,
- olimpijskih iger so *nacionalni olimpijski komite države* oz. posebni organizacijski odbori, ki jih imenujejo mesta, ki so dobila igre, in Nacionalni olimpijski komite (NOK).

Imamo pa tudi nekaj posebnosti v mednarodnem merilu. Za primer bom najprej navedla odnose med Mednarodno smučarsko zvezo (dejanski prireditelj – lastnik) in Smučarsko zvezo Slovenije (prevzema prireditev in zanjo odgovarja) ter Organizacijskim komitejem Planica (ki izvede prireditev in odgovarja zanjo SZS).

Prireditve, ki so v koledarjih posameznih mednarodnih športnih zvez, so njihove prireditve, vendar jih "odstopijo" po svojih pravilih ali uzancah tisti svoji članici, ki je na natečaju (ali koledarski konferenci) takšno prireditev dobila. Gre torej za to, da nacionalna panožna športna zveza v takem primeru vstopa v imenu mednarodne športne zveze kot prirediteljica te zveze ne glede na to, komu bo nacionalna panožna športna zveza zaupala izvedbo te prireditve. Nacionalna panožna športna zveza je v takem

primeru "prirediteljica" v imenu mednarodne športne zveze in le-ta odgovarja MŠZ za pravilno in korektno izvedbo prireditve (in ni sama organizatorica). V takem primeru se medsebojni odnosi med nacionalno panožno športno zvezo in organizatorjem posebej uredijo s pogodbo ali kako drugače. Tak odnos je razumljiv, saj je članica mednarodne športne zveze le nacionalna panožna športna zveza, ki je odgovorna za delo pred MŠF; organizatorji prireditev so posredni člani preko nacionalne zveze in nimajo neposredne odgovornosti pred MŠF.

Praviloma so velika tekmovanja, kjer nastopajo državne reprezentance, kot so Olimpijske igre, Sredozemske igre in Olimpijski festival evropske mladine (EYOF), organizirana pod okriljem Mednarodnega olimpijskega komiteja. Organizacijo teh tekmovanj Mednarodni olimpijski komitej dodeli Nacionalnemu olimpijskem komiteju.

Svetovna prvenstva, evropska prvenstva, svetovni pokali, evropski pokali in ostala tekmovanja, kjer tudi nastopajo državne reprezentance, so praviloma organizirana pod okriljem mednarodnih panožnih zvez, ki prav tako predajo organizacijo tekmovanj nacionalnim panožnim zvezam.

K velikim športnim prireditvam štejemo tudi velika društvena tekmovanja. Ta so lahko organizirana pod okriljem mednarodne panožne zveze (primer Pokal UEFA v nogometu) ali pa so organizirana kot samostojna liga (primer Goodyear liga ali Evroliga v košarki).

Na nekaterih prireditvah, predvsem v kolektivnih športnih panogah, ko gre za mednarodno društveno tekmovanje pod vodstvom mednarodne športne zveze (npr. evropsko pokalno tekmovanje ali pokal državnih prvakov itn.), je društvo neposredno odgovorno prireditelju (torej MŠF).

V nadaljevanju predstavljam nekaj največjih športnih prireditev v Sloveniji in njihovo financiranje. Viri informacij so bili intervjuji s predstavniki posameznih panožnih športnih zvez. Prav tako pa tudi ne navajam vseh zneskov, saj so ti poslovna skrivnost organizatorja ali prireditelja.

4.2. SVETOVNI POKAL V ALPSKEM SMUČANJU – ZLATA LISICA

Alpsko smučanje je v Sloveniji zelo priljubljen in razširjen šport z dolgoletno tradicijo in, kar je zelo pomembno, z velikimi uspehi naših vrhunskih smučarjev na mednarodni ravni. Prvo tekmo v alpskem smučanju v Evropi so organizirali v Trnovskem gozdu leta 1895. Zlato obdobje slovenskega alpskega smučanja se je začelo z uspehi Bojana Križaja in Borisa Strela konec sedemdesetih let. Tem je sledilo še veliko uspešnih slovenskih smučarjev, ki so bili v samem svetovnem vrhu in ki so pripomogli k popularnosti tega športa pri nas. Drugače pa je alpsko smučanje zelo popularno le v Evropi in še to predvsem v alpskih državah, tako da ga ne moremo uvrščati med svetovno najpopularnejše športe.

Mednarodna tekmovanja v alpskem smučanju so organizirana pod okriljem mednarodne smučarske zveze FIS (Federacion Internacional de Ski), ki je bila ustanovljena leta 1924. Med najpomembnejša mednarodna tekmovanja uvrščamo Svetovno prvenstvo, Svetovni pokal, Evropski pokal in FIS

tekmovanja. Po tem so še tekmovanja, ki so na državni ravni, za vse starostne kategorije in discipline, med katerimi je najpomembnejše državno prvenstvo.

Za Svetovno prvenstvo ali tekmo svetovnega pokala, Evropskega pokala ali FIS tekmovanja mora kandidirati nacionalna smučarska zveza (torej pri nas Smučarska zveza Slovenije-SZS) države oz. kraj, kjer bo tekma organizirana. Če izpolnjuje vse pogoje, ki jih predpisujejo pravila FIS glede organizacijskih zahtev, primernosti terena za določeno športno prireditev itd., lahko dobi v organizacijo določeno tekmovanje. Smučarska zveza Slovenije (SZS) na temelju dobljene kandidature dodeli izvedbo tega tekmovanja lokalnemu klubu. Vsa medsebojna razmerja, pravice in obveznosti so opredeljena v pogodbi, ki jo podpišeta izvajalec oz. lokalni klub in nacionalna smučarska zveza oz. SZS. Seveda pa je pri kandidaturi za tekmovanja višjega ranga zelo pomembno in potrebno, poleg izpolnjevanja vseh pogojev, ki jih zahteva FIS, tudi lobiranje s strani nacionalne panožne zveze in njenih delegatov, saj je tako tekmovanje tudi vir prihodka organizatorju.

FIS, ki nastopa kot »lastnik« TV pravic in oglasnega prostora na igrišču, ima sklenjeno pogodbo s posebno agencijo za trženje televizijskih pravic Mediapartners (t.i. right brokers). Ta namesto FIS trži oglasni prostor na prizorišču in TV pravice. V pogodbah pa je potrebno upoštevati tudi določila in pravilnike glede TV pravic, oglaševanja ter oglaševalskega prostora mednarodne smučarske zveze FIS in domačo zakonodajo, ki ureja to področje.

Pri Svetovnem prvenstvu pripada prihodek iz naslova TV pravic in oglasnega prostora na prizorišču mednarodni smučarski organizaciji FIS.

Pri tekmah Svetovnega pokala FIS odstopi trženje TV pravic in 50% oglasnega prostora na prizorišču organizatorju, vendar mu prepusti tudi vse stroške organizacije.

V primeru Evropskega pokala in FIS tekem velja enako kot za Svetovni pokal, le da ta tekmovanja niso tako zanimiva za javnost, da bi jih prenašali na televiziji, kar zelo omeji obseg virov financiranja.

Prav tako velja za tekmovanja na državni ravni; le-ta se v glavnem pokrivajo iz štartnin, podpore lokalnih sponzorjev in lokalne skupnosti ter iz sredstev kluba, ki nastopa kot organizator. Za tovrstna tekmovanja lahko rečemo, da so neprofitna, vendar nujno potrebna za razvoj alpskega smučanja.

V Sloveniji sta tradicionalno organizirani dve večji tekmovanji oz. tekmi Svetovnega pokala; v slalomu in veleslalomu za moške Pokal Vitranc v Kranjski Gori ter v Mariboru za ženske pokal Zlata lisica. Naši organizatorji so znani kot dobri organizatorji in tudi obisk obeh tekem je med največjimi v Svetovnem pokalu. Ti dve tekmovanji dosežeta tudi zelo dobre »ratinge« ali gledanost na nacionalni televiziji, še posebno, če so v boju za najboljša mesta naši smučarji.

4.2.1. Svetovni pokal Zlata Lisica

Kot primer organizacije in financiranja športne prireditve v alpskem smučanju navajam tekmo Svetovnega pokala v slalomu in veleslalomu v Mariboru za ženske Zlata lisica.

Po pravilih FIS- Smučarska zveza Slovenije, ki dobi kandidaturo za tekmo svetovnega pokala, prevzame nase vse stroške izvedbe tekmovanja, vključno z nagradnim skladom, ki je predpisan, vendar je hkrati tudi »lastnik« TV pravic in 50% oglasnega prostora na samem športnem prizorišču po pogodbi. Te pravice odstopi pogodbeno naprej organizatorju, ki je v tem primeru Športno društvo Branik. Le-ta ima ustanovljen svoj organizacijski odbor, ki prevzame organizacijo tekmovanja.

Viri financiranja športne prireditve Zlata lisica v Mariboru so torej :

- dohodki iz naslova TV pravic; od tega ostane 25% Slovenski smučarski zvezi za stroške treningov in tekem slovenske reprezentance,
- prodaja oglasnega prostora na samem prizorišču – »oglaševalske pravice«; po pogodbi pripada 50% oglasnega prostora agenciji Media partners, ki pogodbeno trži ta oglasni prostor za FIS,
- sponzorji oz. pokrovitelji,
- prodaja vstopnic,
- donatorji,
- lokalna skupnost kot vir proračunskega denarja,
- Ministrstvo za šolstvo in šport kot vir proračunskega denarja.

Celotni stroški organizacije takega tekmovanja so približno 500.000 EUR. Največji del stroškov predstavljajo:

- stroški organizacije tekmovanja in postavitve prog,
- stroški nastanitve ekip s potnimi stroški za najboljših 45 tekmovalk oz. tekmovalcev na lestvici svetovnega pokala,
- stroški varovanja,
- nagradni sklad za tekmovalce v višini 100.00 EUR.

Pri primeru Zlate Lisice gre za dobičkonosen projekt oz. športno prireditev, saj je Športno društvo Branik hkrati tudi upravitelj smučišč, tako da jim najem prireditvenega prostora ne predstavlja stroškovne postavke, prav tako pa je tu prisotno prostovoljno delo vseh članov Smučarskega kluba Branik, ki bi sicer pomenilo velik strošek pri organizaciji.

4.3. SVETOVNI POKAL V POLETIH – Planica

Poleti v Planici so največja športna prireditev v Sloveniji z dolgoletno tradicijo in bogato zgodovino. V Planici sta bila opravljeni prvi polet preko 100 m in preko 200 m.

Poleti v Planici so lep primer velike mednarodne športne prireditve, za katero je značilna kontinuiteta, velik obisk gledalcev in zelo velika gledanost prenosov po televiziji. To so tudi, kot sem omenila že na začetku tega poglavja, glavni dejavniki, ki vplivajo na obseg financiranja, predvsem s strani TV pravic in sponzorjev.

Prireditelj poletov v Planici je Smučarska zveza Slovenije pod okriljem Mednarodne smučarske zveze FIS. Smučarska zveza Slovenije je predala organizacijo poletov v Planici Športnemu društvu Planica oz. Organizacijskemu komiteju Planica, ki je bil ustanovljen v ta namen.

Pri organizaciji tekmovanja Svetovni pokal v poletih je lastnik TV pravic in vsega oglasnega prostora Smučarska zveza Slovenije, oz. po pogodbi te pripadajo organizatorju.

Glede na zaključno poročilo Svetovnega pokala v poletih v letu 2003 navajam vire financiranja športne prireditve :

- Sponzorji,
- prodaja vstopnic,
- prodaja stojnic,
- TV pravice.

Skupna višina prihodkov športne prireditve v Planici je bila v letu 2003 približno 400 mio SIT. Od tega zneska je bil dohodek od TV pravic kar 122 mio SIT.

Na strani odhodkov pa so bili:

- potrošni material,
- storitve,
- komunalne storitve,
- stroški vzdrževanja,
- najemnine,
- prevozi,
- hoteli,
- elektrika,
- zavarovanje,
- izplačila delavcem,
- nagrade in žepnine,
- obresti,
- video screen,
- celostna podoba in reklame,
- prenosni WC,
- amortizacija.

Skupna višina odhodkov je bila tako 224 mio SIT. Iz tega je razvidno, da je organizacija tovrstnega tekmovanja vsekakor zelo dobičkonosna.

4.4. NOGOMET

Nogomet je ta trenutek najbolj gledan šport v Sloveniji, zelo priljubljen in tudi razširjen. Kot sem omenila že pri alpskem smučanju, so ključnega pomena za popularnost posameznega športa tudi uspehi domačih športnikov.

V Sloveniji je doživel nogomet strm vzpon konec leta 1999, ko se je slovenska reprezentanca uvrstila na Evropsko prvenstvo EURO 2000. Konec leta 2001 pa se je slovenska reprezentanca že uvrstila na Svetovno prvenstvo 2002 v Koreji in na Japonskem.

Drugače pa je nogomet najbolj popularen in najbolj množičen šport, ne le v Evropi, temveč tudi v svetu. To nam lahko pove že podatek, da je gledanost Olimpijskih iger skoraj enaka kot gledanost Svetovnega prvenstva v nogometu. Prav tako sta si zelo blizu po obratu kapitala, zato je močna tudi borba med omenjenima prireditvama. Nogomet na Olimpijskih igrah ni zanimiv v primerjavi s Svetovnim ali Evropskim prvenstvom v nogometu, saj so na Ol večinoma mladi igralci in ne nogometne zvezde, ki jih pozna občinstvo. Podoben primer je pri košarki liga NBA. To kaže na veliko moč mednarodne nogometne zveze (FIFA) in profesionalne košarkarske lige (NBA), ki se nista pripravljene odpovedati velikemu zaslužku od velikih prireditev v korist Mednarodnega olimpijskega komiteja.

Mednarodna tekmovanja v nogometu so organizirana pod okriljem mednarodne nogometne zveze FIFA, evropske nogometne zveze UEFA ali nacionalne nogometne zveze (pri nas Nogometna zveza Slovenije – NZS).

Med najpomembnejša mednarodna tekmovanja uvrščamo Svetovno prvenstvo, ki je pod okriljem FIFE, Evropsko prvenstvo, ki je pod okriljem UEFE, pokal UEFA in UEFA ligo prvakov. UEFA je za Ligo prvakov (Champions League) dobila v obdobju 1999 do 2003 od TV pravic 65,3 mio GBP na leto. Zelo močne pa so tudi nacionalne prve lige, saj v Angliji dobi nacionalna nogometna zveza za Premiere League 143,3 mio GBP na leto za TV pravice in nemška nogometna zveza za Bundesligo 47,5 mio GBP na leto za TV pravice (Bergant Rakočević, 2001, str. 42).

Kandidatura za Svetovno prvenstvo je zelo zahtevna, saj zahteva velik denarni vložek, veliko priprav in postavlja zelo zahtevne pogoje. Svetovno prvenstvo v nogometu je po velikosti takoj za Olimpijskimi igrami. Zahteva veliko denarja in investicij, vendar se na koncu te vsekakor povrnejo. Ker poteka tekmovanje pod okriljem mednarodne nogometne zveze FIFA, je ta tudi lastnik vseh TV pravic in oglasnega prostora na igriščih. To pa je tudi največji vir dohodka, poleg dohodka od prodaje kart in trgovine, povezane s Svetovnim prvenstvom. Vendar pa tu ne zasluži samo FIFA, temveč ima neposredno in posredno koristi tudi država, v kateri je Svetovno prvenstvo organizirano. Tu gre za eno najboljših promocij države v svetu, poleg tega pa imajo v času Svetovnega prvenstva veliko število obiskovalcev (govorimo o milijonih), kar vsekakor vpliva na gospodarstvo, predvsem na turizem.

Zelo podobno je pri kandidaturi in organizaciji Evropskega prvenstva pod okriljem UEFE, saj je po velikosti in gledanosti zelo blizu Svetovnega prvenstva; prav tako po obratu kapitala. Razlog je v tem, da so evropske države zelo močna velesila v nogometu.

FIFA in prav tako UEFA imata v svojih statutih in pravilnikih natančno opredeljene vse možnosti in pravice oglaševanja in TV pravic na tekmovanjih. Obe organizaciji zastopa kot posrednik agencija, s katero so podpisali pogodbo.

Pri tekmovanjih, kjer nastopa reprezentanca, to je na kvalifikacijah za EP in SP, ter samih EP in SP, pa so organizatorji tekmovanj nacionalne nogometne zveze. Pare in skupine zopet določa žreb.

Po tem so še tekmovanja, ki so na državni ravni pod okriljem Nogometne zveze Slovenije, za vse starostne kategorije, med katerimi je najpomembnejše državno prvenstvo oz. Simobil liga v Sloveniji.

4.4.1. Tekma FRANCIJA:SLOVENIJA

To je bila kvalifikacijska tekma za EURO 2004 in organizator je bila Slovenska nogometna zveza (NZZ). NZZ ima prav tako podpisano pogodbo z agencijo, ki jo zastopa na področju prodaje TV pravic in oglasnega prostora na igriščih; to je podjetje Sport Five G.m.b.H. Ker je bila Francija tako močan nasprotnik, so se dogovorili, da jim odstopijo oz. prodajo vse pravice trženja, tako TV pravice kot oglasni prostor na igrišču za 1,4 mio EUR. Tako je poleg tega zneska večji vir financiranja še prodaja vstopnic v višini približno 30 mio SIT .

Med glavne stroške organizacije tega tekmovanja pa štejemo varovanje prireditve, sodnike in organizacijske stroške.

Posebnost te tekme je bila tudi dvojna TV produkcija; to pomeni, da sta tekmo prenašali dve produkcijski hiši, slovenska in francoska. Polovica igrišča je bila namenjena francoskim oglaševalcem, polovica igrišča pa slovenskim. Ta športna prireditev je dosegla v letu 2003 največjo gledanost v Sloveniji, in sicer kar 20,7%, medtem ko npr. dnevnik na RTV Slovenija dosega približno 5% gledanost.

Načeloma pa velja dogovor, da je 20% oglasnega prostora ob igrišču namenjeno lastnim sponzorjem nogometnega kluba ali nacionalne nogometne zveze.

Pri UEFA pokalu in Ligi prvakov UEFA pa je organizacija tekmovanj domena samih klubov, ki igrajo na teh tekmovanjih, in je odvisna od žreba. Klub, ki igra na tekmovanju, prevzame tudi organizacijo tekmovanja na domačem terenu.

4.4.2. Pokal UEFA NK Olimpija : Liverpool

Organizator nogometne tekme med NK Olimpijo in Liverpoolom je bil NK Olimpija, saj je bila tekma na domačem stadionu za Bežigradom v Ljubljani. Tu lahko rečemo, da je imel NK Olimpija srečo pri žrebu, da je dobil tako močnega nasprotnika, saj si je tako zagotovil gledanost tekme. Ker pa je NK Olimpija

toliko šibkejši klub, je v tem primeru odstopil vse TV pravice in pravice trženja oglasnega prostora na igrišču nogometnemu klubu Liverpool, vendar je v zameno dobil določen znesek za nastop in pokrivanje stroškov organizacije; v tem primeru je bilo to približno 220.000 EUR. Zanimivo pa je dejstvo, da kljub velikemu »ratingu« tekmovanja v Sloveniji RTV ni plačala nobenih TV pravic za prenos tekmovanja, temveč so jim celo krili produkcijske stroške.

Torej, med vire financiranja za to športno prireditve štejejo:

- fiksni znesek, ki ga je dobil NK Olimpija od UEFE - 220.000 EUR,
- prihodek od prodaje vstopnic (približno 30 mio SIT),
- prihodek od sponzorjev; ta je manjši, saj jim lahko ponudijo le prostor na dresih.

Med glavne odhodke pa štejejo:

- stroške organizacije,
- stroške varovanja in zdravniške asistencije,
- najem stadiona, ki pa je v okviru stroškov letnega najema za tekme in treninge.

4.5. POKAL EUROLIGE V KOŠARKI

Košarka spada prav tako med najbolj gledane in množične športe v Sloveniji. Naša reprezentanca je poleg porazov že dosegala tudi lepe uspehe, tudi posamezni klubi.

V Sloveniji oz. takrat še Jugoslaviji se je priljubljenost košarke še povečala po Svetovnem prvenstvu, ki ga je leta 1970 dobila Jugoslavija in hkrati postala tudi svetovni prvak. To je bilo veliko priznanje za košarko v Jugoslaviji.

Mednarodna tekmovanja v košarki so organizirana pod okriljem mednarodne košarkarske zveze FIBA (Federacion Internacional de basketball Asociacion) ali nacionalne košarkarske zveze (pri nas Košarkarska zveza Slovenije - KZS).

Med najpomembnejša mednarodna tekmovanja uvrščamo Svetovno prvenstvo in Evropsko prvenstvo, ki sta pod okriljem FIBA. FIBA ima tu izključno pravico trženja TV pravic in oglasnega prostora na igriščih. Organizatorju, to je nacionalni košarkarski zvezi, ostane kot prihodek od športne prireditve prodaja vstopnic in le del sponzorskih sredstev, ki so jih pridobili sami, saj gre večina teh sredstev po pogodbi zopet na račun FIBA. Kot organizator pa so poleg organizacijskih stroškov (varovanje, najem dvoran, lokalni prevozi, sodniki, delegati...) dolžni kriti tudi stroške nastanitve vseh ekip v času SP in EP. Tako lahko rečemo, da sta športni prireditvi SP in EP v košarki zelo dobičkonosni predvsem za mednarodno košarkarsko zvezo FIBA in veliko manj za samega organizatorja, to je nacionalno košarkarsko zvezo. Tako imajo nacionalne košarkarske zveze in posredno klubi zelo malo finančne pomoči s strani FIBA.

Poleg mednarodnih tekmovanj imamo pri košarki močna društvena tekmovanja, ki pa so lahko pod okriljem FIBE (primer ženske lige) ali pa so organizirana samostojno (primer Evrolige ali Goodyear lige za moške ekipe)

Pokal EUROLIGE je tekmovanje najboljših klubov v Evropi pod okriljem polno ime org.ULEB-a , ki je združenje lig. ULEB je hkrati tudi agencija za trženje vseh TV pravic in oglasnega prostora za pokal EUROLIGE. Generalni pokrovitelj Eurolige je podjetje Telefonica. Del dohodka gre po pogodbi klubom glede na rezultate. Klubi pa naj bi garantirali, da bodo igrali v Euroligi vsaj 3 leta.

GOODYEAR liga je organizirana pod okriljem Jadranske košarkarske zveze in je tudi zelo gledana liga v Sloveniji. V tej ligi igrajo slovenski klubi Union Olimpija, Laško in Krka. Pri organizaciji tekmovanj Goodyear lige je lastnik TV prenosov in dveh tretjin oglasnega prostora Jadranska košarkarska zveza, tretjina oglasnega prostora in prihodki od prodaje vstopnic pa pripadajo organizatorju tekmovanja. Klubi od Goodyear lige ne dobijo nobenih sredstev, temveč imajo krite stroške prevoza in namestitve na tekmovanjih.

Najmočnejša pa je profesionalna NBA liga v ZDA, ki jo prav tako priznava Mednarodni olimpijski komite (MOK), ki je organizacijsko in finančno močnejša tudi od FIBE.

Po tem so še tekmovanja, ki so na državni ravni, za vse starostne kategorije, med katerimi je najpomembnejše državno prvenstvo. Ta so pod okriljem Košarkarske zveze Slovenije. Na tovrstnih tekmovanjih so glavni viri financiranja vstopnice, sredstva kluba, ki je organizator, proračunski denar in denar lokalnih sponzorjev.

4.5.1. Primer tekmovanja v EUROLIGI za KK Union Olimpija

Organizator tekmovanja Eurolige v Ljubljani je KK Union Olimpija pod okriljem ULEB-a, združenja lig. Kot organizatorju mu pripada možnost trženja 75% oglasnega prostora na panojih ob igrišču in drugih manjših površinah. Poleg tega je glavni dohodek KK Union Olimpije prispevek ULEB-a za nastope KK Union Olimpija v Evroligi. Ta znesek se giblje od 100.000 EUR do 450.000 EUR, glede na uvrstitev v zadnjih sezonah in glede na druge kriterije. Tu so že odšteti stroški, ki jih klub prispeva ligi za delovanje (administracija, sodniki...). Med prihodke pa spadajo še sredstva od prodaje vstopnic. TV pravice in ostali del oglasnega prostora pripadajo ULEB-u. Med stroške pa se šteje najem dvorane, ki je v okviru letnega najema za tekme in treninge.

4.6. ROKOMET

Rokomet sem v diplomsko nalogo uvrstila za primerjavo, saj je Rokometna zveza Slovenije dobila kandidaturo za Evropsko prvenstvo EURO 2004. Poleg tega ima rokomet v Sloveniji dolgo tradicijo.

Med največje klubske uspehe štejemo: moški rokometni klub Celje Pivovarna Laško je bil že petkrat polfinalist v Ligi prvakov, ženski rokometni klub Robit Olimpija je bil prvak pokala EHF in ženski rokometni klub Krim Eta Neutro Roberts je zasedel prvo mesto v ligi prvakov. Prav tako pa sta bili uspešni slovenska rokometna moška in ženska reprezentanca, saj sta osvojili lepe uspehe na Sredozemskih igrah. Moška reprezentanca se je uvrstila tudi na Olimpijske igre 2000 v Sidneyu v Avstraliji.

Mednarodna tekmovanja v rokometu so organizirana pod okriljem Mednarodne rokometne zveze IHF (International Handball Federation), Evropske rokometne zveze (EHF – European handball federation) ali nacionalne rokometne zveze (pri nas Rokometna zveza Slovenije - RZS).

Med najpomembnejša mednarodna tekmovanja uvrščamo Svetovno prvenstvo pod okriljem IHF in Evropsko prvenstvo pod okriljem EHF, kjer imata IHF in EHF tudi izključno pravico trženja TV pravic ter oglasnega prostora na igriščih.

Poleg mednarodnih pa imamo tudi društvena tekmovanja, med katerimi je najmočnejša Liga prvakov po okriljem Evropske rokometne zveze (EHF).

4.6.1. Primer EURO 2004

Prireditelj je Rokometna zveza Slovenije. Tekmovanje bo potekalo od 22.1.2004 do 1.2.2004. Ustanovljen je organizacijski odbor, ki organizira, vodi in nadzira potek Evropskega prvenstva na vseh lokacijah. Za obveščanje javnosti so poleg medijev poskrbeli tudi z internetno stranjo, kjer se lahko dobi vse podatke v zvezi z EURO HANDBALL 2004. Vsa pravila glede organizacije EURO HANDBALL 2004 so natančno opredeljena v Priročniku za organizacijo EP.

To je velika športna prireditev, ki zahteva veliko finančnih sredstev za svojo izvedbo. Evropsko prvenstvo bo potekalo na različnih lokacijah v Ljubljani, Kopru, Celju in Velenju. To zahteva tudi veliko logistike. RZS brez podpore sponzorjev ne more pokriti stroškov organizacije prvenstva.

Med predvidene vire financiranja EP 2004 štejemo:

- donacijo s strani IHF za kritje stroškov organizacije v višini 400.000 EUR,
- prodajo vstopnic,
- sponzorska sredstva, ki jih pridobi prireditelj,
- trgovino s promocijskim materialom EURO 2004 (majice, značke, kravate, maskote),
- proračunska sredstva (Ministrstvo za šolstvo in šport, lokalna skupnost – občina).

Predvidena višina vseh prihodkov je skoraj 800.000 EUR, večji del predstavlja donacija s strani Evropske rokometne zveze EHF.

Kot organizator pa so dolžni kriti sledeče stroške:

I. skupina:

- prezentacija EP 2004,
- priprava, publiciteta in marketing v tem obdobju,
- žreb na EP 2002,
- transport in nastanitev organizacijskega komiteja in predstavnikov EHF,
- akreditacije, predstavniki, ekipe, tisk,
- uniforme.

II. skupina – tekmovanje EP:

- organizacija EP,
- namestitve vseh nastopajočih ekip,
- vsi prevozi na in s tekem vseh udeležencev.

III. skupina – banket in zaključna slovesnost.

IV. skupina :

- akreditacije, publikacije, posterji, program, dnevno glasilo EP, promocija, vstopnice.

Skupaj znašajo predvideni stroški 680.000 EUR.

To je okvirni predračun za organizacijo Evropskega prvenstva v Sloveniji, zato je tu potrebno upoštevati, da se bodo pojavila odstopanja predvsem na strani prihodkov pri prodaji vstopnic in promocijskega materiala.

4.7. EYOF – OLIMPIJSKI FESTIVAL EVROPSKE MLADINE 2003

OKS je bil prireditelj Olimpijskega festivala evropske mladine (EYOF-a) v Sloveniji januarja 2003. EYOF je najbolj kakovostno tekmovanje mladih športnikov, ki pa ni tako uveljavljeno kot npr. opisana Zlata lisica ali poleti v Planici. To je olimpiada mladih v zimskih športih, namenjena športnikom do 18 let, ki se imajo tako možnost preizkusiti s svojo bodočo konkurenco na velikih tekmovanjih v članski konkurenci. Vendar gre z organizacijskega vidika za veliko mednarodno tekmovanje vrhunškega športa, ki je večjega pomena tudi za državo in njeno promocijo, zato ga tudi predstavljam kot primer v tem diplomskem delu.

Za izvedbo EYOF-a je bil ustanovljen organizacijski odbor, ki je skrbel za organizacijo in nemoten potek tekmovanj v vseh disciplinah, na vseh različnih lokacijah.

Pod nadzorom organizacijskega odbora so pri izvedbi sodelovali partnerji:

- OKS in nacionalne panožne zveze,
- občina Bled,
- Ministrstvo za šolstvo in šport,
- občine gostiteljice.

Iz zaključnega poročila lahko povzamemo vire financiranja EYOF.

Viri prihodkov v višini 220.800.000 SIT so:

- prihodki udeležencev iger za stroške namestitve,
- občina Bled in turizem Bled,
- OKS, Ministrstvo za šolstvo in šport,
- Fundacija za FŠO,
- marketing OKS (sponzorji),
- donatorji (športna loterija),
- prispevek MOK,
- prispevek evropskih olimpijskih komitejev EOC,
- Slovenska turistična agencija.

Odhodki v višini 180.750.000 SIT pa so:

- organizacija tekmovanj,
- delo organizacijskega komiteja,
- oblačila OK in komisij,
- maskota in spominska darila,
- materialno tehnične aktivnosti,
- otvoritvena in zaključna slovesnost,
- zavarovanje prireditve in ljudi,
- namestitvev OK, TK, in gostov,
- nagrade in davki,
- dodatna prehrana,
- priprave slovenske reprezentance,
- namestitve udeležencev,
- rezerva,
- doping.

Tudi za EYOF lahko ugotovimo, da je tovrstna športna prireditev lahko dobičkonosna kljub temu, da ne dosega niti take gledanosti niti se ne more meriti po številu obiskovalcev. Prav tako tu ni bilo TV prenosov s tekmovanj, temveč le poročanje v tiskanih medijih, po radiu in v poročilih na TV.

Poleg tega pa so bila izvedena velika investicijska dela na športnih objektih za izvedbo EYOF-a, kar je velik doprinos za šport v Sloveniji.

4.8. FINANCIRANJE REKREATIVNIH ŠPORTNIH PRIREDITEV

V tem poglavju sem se odločila predstaviti tudi rekreativno športno prireditev, da prikažem razlike v virih financiranja in obsegu teh virov. Tu lahko vidimo, da rekreativna športna prireditev ni tako dobičkonosna, vendar pa je kljub temu pomembna za razvoj športa in predvsem za širjenje športne aktivnosti med ljudmi.

Namen je druženje in spodbujanje zdravega ter aktivnega življenja, ne pa vrhunski rezultati. Na rekreativnih športnih prireditvah zato tudi ne sodelujejo profesionalni športniki.

Tu ne moremo govoriti o TV prenosih in velikem številu gledalcev, zato tudi ni toliko zanimivo za sponzorje, temveč je za tovrstne prireditve pomembno čim večje število udeležencev. Od tega so tudi v največji meri odvisni viri in obseg financiranja.

Praviloma se pri rekreativnih športnih prireditvah kot glavni vir financiranja pojavljajo proračunska sredstva, sredstva lokalnih sponzorjev in štartnine.

4.8.1. Slovenija teče in Slovenija kolesari

Olimpijski komite Slovenije – Združenje športnih zvez je največja nevladna organizacija, ustanovljena z namenom, da zastopa interese športnikov Republike Slovenije pri udeležbi na olimpijskih igrah in ostalih tekmovanjih pod okriljem Mednarodnega olimpijskega komiteja (MOK).

Poleg tega pa je OKS prireditelj večjega projekta Slovenija teče in Slovenija kolesari v okviru športa za vse. V okviru projekta Slovenija kolesari je organizirano čez trideset kolesarskih maratonov in v okviru projekta Slovenija teče približno šestdeset tekov skozi celo leto.

OKS kot prireditelj poskrbi za promocijo prireditev v vseh medijih, za kar dobi proračunska sredstva. Poleg tega nudi na prireditvah strokovno ekipo in tehnično opremo za izvedbo tekmovanj. Organizacijo posamezne prireditve preda v roke lokalnega športnega društva. Organizatorju, torej športnem društvu, ostanejo kot vir financiranja same štartnine, lokalni sponzorji ali donatorji in sredstva lokalne skupnosti. Pri tovrstnih prireditvah pa je pomemben vir financiranja tudi prostovoljno delo, ki je v športnih društvih še vedno prisotno in tudi nujno potrebno. Z zbranimi sredstvi pokrijejo stroške organizacije. Vsak udeleženec ob plačilu štartnine dobi še majico in topel obrok.

5. PRIKAZ FINANCIRANJA ŠPORTNE PRIREDITVE NA PRIMERU 24UR SMUKA NA POHORJU

Športna prireditev 24 UR SMUKA NA POHORJU je samostojen športni dogodek, ki naj bi se organiziral enkrat letno kot edino tovrstno tekmovanje v Evropi. Tako tekmovanje poteka tradicionalno vsako leto v Aspen Coloradu v ZDA. Aspen je eno najbolj znanih mondenih smučarskih središč v ZDA, zelo dobro znan tudi po zaslugi tega tekmovanja.

Ker sem bila prisotna na tem tekmovanju kot menedžer Aleša Brezavščka, ki je tam tudi nastopil, in sem bila navdušena nad idejo ter samim tekmovanjem, sem se odločila poizkusiti pripraviti tovrstno športno prireditev doma. Poleg tekmovanja v Aspnu obstaja podobno tekmovanje na Novi Zelandiji, kjer vozijo 16 ur smuka in so tekmovalna pravila nekoliko drugačna.

Pohorje je primerno za prizorišče, saj izpolnjuje vse pogoje za tako tekmovanje. Smučišče na Pohorju je znano po največji višinski razliki za nočno smuko in ima zelo primeren teren za tovrstno tekmovanje. Prav tako je od vznožja do vrha speljana gondola, ki je potrebna za izvedbo tekmovanja. Ob smučišču in v ciljni areni je dovolj prostora za gledalce, ob in na smučišču so tudi primerne in potrebne nočitvene kapacitete, hotel Arena, Habakuk, Belvue ter apartmaji. SK Branik, ki je tudi upravitelj smučišča na Pohorju in ki bi ga želela za izvajalca, pa ima bogate izkušnje s prireditvami na smučišču, tudi na najvišji ravni (Svetovni pokal v alpskem smučanju Zlata Lisica). Zelo pomembno je tudi, da je smučišče poleg Maribora, ki predstavlja veliko zaledje tako gledalcev kot dodatne ponudbe vseh storitev.

Kratek opis tekmovanja in pravil: na prireditvi lahko sodeluje 18 tekmovalcev individualno ali 18 parov. Tekmovalci pričnejo s tekmovanjem v soboto opoldne in ga končajo v nedeljo opoldne. Štartajo v minutnih intervalih, smučajo nepretrgoma 24 ur in zmagovalec je tisti, ki v tem času naredi največje število voženj. Če ima več tekmovalcev enako število, se določi zmagovalca po najboljšem skupnem času voženj. Pravila so podrobno opisana v pravilniku tekmovanja. Če vozijo v parih, je za gledalce bolj atraktivno, saj si morajo pri velikih hitrostih slediti v razmaku približno 10m.

Ker je tovrstno tekmovanje edino v Evropi in ga je potrebno najprej predstaviti javnosti, potencialnim sponzorjem ter tudi tekmovalcem, je za prvo leto predvidena organizacija športne prireditve v krajši obliki, to je kot štiriurno tekmovanje, ki služi hkrati za »generalko« pri organizatorju glede tehnične izvedbe in kot predstavitev projekta. Odziv medijev na predstavitev bo ključnega pomena za izvedbo in financiranje športne prireditve.

Tekmovanje 24 ur smuka na Pohorju zahteva udeležbo vrhunskih smučarjev, saj je izredno zahtevno. Ker pa tekmovanje ne spada pod okrilje FIS, se ne šteje v program rednih tekmovanj. Tekmovalce je tu potrebno motivirati za nastop tudi z denarno nagrado, kar pomeni, da je potreben nagradni sklad.

Pri tovrstni prireditvi je glavni vir financiranja predviden s strani sponzorjev. Torej gre za:

- generalnega sponzorja,
- velikega sponzorja,
- sponzorja,
- donatorja (lahko tudi v blagu in storitvah).

Vsakemu pripada določena površina oglasnega prostora na:

- prizorišču; to je na startu, ob progi in v ciljni areni,
- spletni strani, kjer bo potekal prenos s tekmovanja 24 ur,
- vsem promocijskem materialu ,
- uradnih oblačilih (majice, kape, bunde),
- grafična objava na semaforju,
- zvočne objave v času tekmovanja,
- objava v uradnem biltenu.

Poleg sponzorjev pa so načrtovani viri financiranja tudi:

- prihodek od prodaje vstopnic,
- prihodek od prodaje promocijskih artiklov (majice, kape, šali, brezrokavniki, obeski in podobno),
- prihodek od dodatnih storitev v času tekmovanja; prodaja hrane in pijače,
- proračunska sredstva (predvsem lokalna uprava in sredstva Slovenske turistične organizacije, saj gre tu za promocijo mesta in naše države Slovenije v svetu).

Med glavne stroške organizacije tekmovanja pa štejemo:

- predstavitev in promocijo tekmovanja,
- nagradni sklad,
- nastanitev s polpenzionom za vse tekmovalce in vodje ekip,
- uniforme,
- organizacijski odbor,
- press center,
- VIP prostor,
- zaključno prireditev in banket za tekmovalce ter povabljene,
- izplačila delavcem na tekmovanju,
- najem semaforja, videoscreeena, timing opreme,
- varovanje.

Okviren predračun predvideva celotne stroške v višini 50.000 EUR, od katerih je večji del namenjen nagradnemu skladu za tekmovalce.

5.1. VLOGA TRŽENJA ŠPORTNE PRIREDITVE PRI PRIDOBIVANJU FINANČNIH SREDSTEV ZA ŠPORTNE PRIREDITVE

Vloga trženja športne prireditve je ključnega pomena za njeno izvedbo, še posebej če je edini vir financiranja sponzorstvo in prodaja vstopnic.

Svežnji trženja, ki jih pripravi organizator, so lahko različni, v njih pa morajo biti razvidne pravice in dolžnosti obeh partnerjev - sponzorja in organizatorja - ter način in obseg sklenitve pogodbe. Svežnji so lahko (Šugman, 1995):

- ekskluzivno ali delno pokroviteljstvo,
- gostitelj domače ekipe in gostitelj tujih (drugih) ekip,
- opremljanje organizacijskega komiteja, ki daje ekskluzivno možnost opremljevalca ali samo opremljevalca (tekmovalni objekt, tehnična oprema, športna oprema itn.),
- uporaba vrste uradnih oznak – zaščitni znak (logotip),
- lokacije propagandnih sporočil: tekmovalna dvorana (vidni koti TV-kamere posebej), okolica tekmovališč, mesto itn.,
- program uradnih publikacij, vključno z akreditacijo,

- vstopnice,
- druge možnosti trženja.

Organizatorji morajo biti posebej pozorni na to, da je za prireditve, ki jih bo spremljala televizija, potrebno v organizacijski odbor takoj vključiti tudi odgovorne ljudi televizije, enako tudi v vse tiste pododbore, v katerih morajo biti njihovi predstavniki. Prireditelj mora prvi vzpostaviti stik s TV, preden vloži prošnjo za kandidaturo.

Omejene možnosti TV prenosov (zaradi TV pravic) in s tem večji ali manjši obseg tržnih možnosti (propagandne table, TV reklame ipd.) mora organizator maksimalno izkoristiti v svoj prid. Gre za predhodna pogajanja o čim večji odškodnini za odstop TV pravic in s tem propagandnih možnosti. Skleniti je treba dogovor organizator (ali agencija)-TV. Slednja naj v okviru plačila za storitve zagotovi organizatorju čim večje propagandne možnosti vsaj za domači trg (ker je običajno tuji trg "zaprt" zaradi ekskluzivne pogodbe tujih agencij). Gre za formalne, pa tudi za neformalne vsebine (včasih so lahko zelo učinkovite in edini izhod iz "zaprte" pogodbe tuje agencije).

Nacionalna TV ima nedvomno nekatere prednosti pred drugimi (razširjenost gledanja, prenos TV-signala v tujino, kakovost prenosa, profesionalni pristop, gledanost itn.), vendar bo treba razmišljati tudi o dogovorih z drugimi "zasebnimi" TV, še posebno v luči ločitve službe za TV signale in nacionalne TV. Pri tem ne smemo nikoli pozabiti, da mora vsak organizator in TV hiša, ki bo sliko posredovala, spoštovati že sklenjene dogovore med EBU in MŠF.

Gre torej za to, da vsak organizator oz. društvo čim natančneje opredeli aktivnosti na področju marketinga, s katerimi trži, in to:

- vizualno podobo in standarde,
- zvočno podobo in standarde,
- vstopnice,
- TV prenose,
- prodajo pravic,
- prodajo pravic sponzorjem,
- druge zanimive tržne aktivnosti (loterije, panoji, razglednice itn.),
- predstavitve ob prireditvi ipd.

Razumljivo je, da nobeno društvo, organizator prireditve ali profesionalna agencija za športni marketing ne bo v celoti objavila svojega načina trženja, saj gre vendarle za poslovno skrivnost. Mogoče je torej le generalno prikazati nekatere svežnje trženja, ki so znani, vendar brez vseh podrobnosti znotraj vsakega svežnja.

5.1.1. TRŽENJE ŠPORTNE PRIREDITVE PRI PRIDOBIVANJU FINANČNIH SREDSTEV ZA 24UR SMUKA NA POHORJU

Vloga trženja pri tovrstni športni prireditvi je zelo pomembna, še posebej na začetku, ko športna prireditev še ni prepoznavna in uveljavljena. Kot sem že omenila, je na začetku pomembna predstavitev športne prireditve javnosti, potencialnim pokroviteljem, tekmovalcem in medijem. Na predstavitvenem tekmovanju se projekt predstavi na tiskovni konferenci, kamor se povabi tudi vse medije (TV, tiskani mediji, radio). V ta namen mora biti pripravljen primeren promocijski material, ki se ga razdeli med povabljene. Pomembna je tudi izdelava internetne strani, kjer lahko dobijo vsi zainteresirani vse potrebne informacije o tekmovanju in možnostih oglaševanja. Predviden je tudi prenos tekmovanja preko Interneta in ažurno spremljanje rezultatov vseh 24 ur. Glede pridobivanja pokroviteljev pa bo ključnega pomena TV prenos.

Za začetek je trženje omejeno na področje Slovenije, vendar je cilj, da se ta športni dogodek uveljavi preko naših meja. Prav tako je namen, da se športna prireditev 24 ur smuka organizira tradicionalno vsako leto na Pohorju oz. na katerem izmed večjih Evropskih smučišč, torej da se zagotovi kontinuiteta, ki je zelo pomembna pri samem trženju. S tem bi bile tudi možnosti financiranja veliko večje, saj smo v Sloveniji omejeni z zelo majhnim tržiščem, ki je velikokrat nezanimivo za sponzorje oz. oglaševalce.

SKLEP

Športne prireditve so že od nekdaj pomemben dejavnik v športu. Na razmah športa predvsem v zadnjih 30 letih so vplivale prav športne prireditve, saj so glavno komunikacijsko orodje športa z javnostjo in mediji.

Športna prireditev je postala pomemben proizvod za trženje v športu tako s finančnega vidika, kot tudi z vidika promocije športa. Brez športnih prireditev ne bi bilo športa in nasprotno. To je dogodek, kjer se lahko športniki pomerijo v svojih sposobnostih in kjer gledalci uživajo ob vrhunskih dosežkih športnikov in športnih ekip s katerimi se tudi poistovetijo.

Za organizacijo in financiranje športnih prireditev pa je potrebno poznati celo vrsto zakonskih in internih predpisov posameznih panožnih zvez in društev, ter organizacijsko strukturo športa na državni ravni, kot tudi v posamezni športni panogi.

Z vidika financiranja športa je športna prireditev glavni proizvod za trženje. Tudi možnost financiranja posameznih športnikov je odvisna od nastopov in rezultatov na velikih športnih prireditvah. Prav tako je financiranje športa iz proračunskih sredstev v veliki meri odvisno od rezultatov in nastopov na pomembnejših športnih prireditvah. Lahko rečemo, da je prav športna prireditev posredno in neposredno glavni generator virov financiranja v športu.

Tu igrajo najpomembnejšo vlogo velike športne prireditve vrhunškega športa. Mednje spadajo predvsem tekme Svetovnega pokala in kontinentalnih pokalov, kontinentalna in Svetovna prvenstva, odvisno od posamezne športne panoge in seveda največja športna prireditev Olimpijske igre.

Značilno za ta tekmovanja so vrhunski športni dosežki, veliko število obiskovalcev, vsestranska medijska pokritost. Našteto pa omogoča dobre pogoje za trženje. Razvoju športa so hitro sledile tudi vrednosti oglaševanja na športnih prireditvah, sponzorstev, predvsem pa so skokovito rastle cene TV prenosov. Tako je prihodek Mednarodnega olimpijskega komiteja za Olimpijado 2002 in 2004 iz naslova TV pravic samo za ZDA in Evropo 1.852 mio USD in 605 mio USD iz naslova sponzorstev programa TOP.

Med najpopularnejše športe pri nas sodijo smučanje, nogomet, košarka in rokomet, za katere so bili tudi navedeni primeri športnih prireditev.

Organizacija tovrstnih tekmovanj je dobičkonosen posel, kar smo lahko ugotovili tudi iz primerov navedenih v diplomskem delu. Športna prireditev Svetovni pokal v poletih Planica je ustvarila v dveh dneh prihodke v višini okoli 40% celotnih letnih prihodkov Smučarske zveze Slovenije, kjer so vključene vse športne panoge (alpsko smučanje, nordijska kombinacija, akrobatsko smučanje, deskanje na snegu, smučarski skoki), vendar se ne štejejo med prihodke SZS. Nogometna zveza Slovenije je z kvalifikacijsko tekmo za Evropsko prvenstvo Francija: Slovenija ustvarila prihodke v višini 20% vseh prihodkov NZS v letu 2002.

V primeru velikih športnih prireditev so glavni vir financiranja prihodki iz naslova TV pravic in oglasnega prostora na prizorišču, prihodki od sponzorjev, ter izkupiček od prodaje vstopnic. Ko pa gre za rekreativne športne prireditve ali manjše športne prireditve vrhunškega športa, je obseg financiranja manjši, saj gre predvsem za pokrivanje stroškov organizacije. Tu so glavni viri financiranja štartnine ter lokalna skupnost in lokalni sponzorji.

Prihodki iz velikih športnih prireditev so v večini last organizatorja, to so praviloma mednarodne ali nacionalne panožne zveze, ki imajo imajo v večini primerov monopolen položaj. Večinoma jim monopolen položaj zagotavljajo prav interna pravila mednarodnih ali nacionalnih panožnih zvez.

Poleg monoplonega položaja položaja organizatorjev velikih prireditev pa je v Sloveniji prisoten tudi vpliv socialne mreže na financiranje športa in športnih prireditev. Tu gre predvsem za povezanost z gospodarstvom in državo. Pojavlja pa se tudi problem redistribucije dohodka iz velikih športnih prireditev med sama društva in športnike.

Glede na velike potenciale večjih in atraktivnih športnih prireditev navajam primer tekmovanja »24 ur smuka na Pohorju«, kot dobro komercialno športno prireditev, ki bi bila kot edino tovrstno tekmovanje Evropi, tudi velikega pomena za promocijo Slovenije v Svetu.

LITERATURA

1. Bednarik J et al.: Ekonomski pomen slovenskega športa. Sponzorski potenciali slovenskega športa. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za kineziologijo, 1998. 73 str.
2. Bednarik J.: Nekateri vidiki financiranja in organiziranosti športa v Sloveniji. Ljubljana: Fakulteta za šport, 1999. 97 str.
3. Bednarik J., Šugman, R., Kolarič, B.: Športni menedžment. Ljubljana: Fakulteta za šport, 2002. 320 str.
4. Bergant Rakočević Vesna: Pravna narava televizijskih pravic na športni prireditvi. Doktorska disertacija. Ljubljana: Pravna fakulteta, 2001. 229 str.
5. Korošec Mateja: Posebnosti trženja športa in športnikov. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2001. 43 str.
6. Majcen Uršula: Stanje športnega managementa v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 49 str.
7. Potočnik V.: Temelji trženja. Ljubljana: GV Založba, 2002. 531 str.
8. Šterpin Dino: Sponzorska pogodba. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2003. 41 str.
9. Šugman R.: Športna prireditve. Ljubljana: Fakulteta za šport, 1995. 171 str.
10. Šugman R.: Organiziranost športa doma in v svetu (II. izdaja). Ljubljana: Fakulteta za šport, 1998. 178 str.
11. Zupan Sergeja: Financiranje športnega kluba. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1997. 48 str.

VIRI

1. Evropskega rokometno prvenstvo za moške - Slovenija 2004. [URL: <http://www.euro2004.si/>], 10.10. 2003.
2. Fundacija za financiranje športnih organizacij RS. [URL: <http://www.fundacijazasport.org>], 10.10. 2003.
3. Kandidatura za člansko moško Evropsko prvenstvo 2004. Ljubljana: Rokometna zveza Slovenije, 2003
4. Košarkarska zveza Slovenije. [URL: <http://www.kzs-zveza.si/>], 10.10. 2003.
5. Nogometna zveza Slovenije. [URL: <http://www.nzs.si/>], 10.10. 2003.
6. Olimpijski komite Slovenije – Združenje športnih zvez. [URL: <http://www.olympic.si/>], 10.10. 2003.
7. Pintar Damijan: A strategic sponsorship model in a marketing perspective for national olimpic committees, A study of Slovenia, Olimpijski komite Slovenije, 2002.
8. Priročnik za organizacijo Evropskega prvenstva »EURO 2004«. Ljubljana: Rokometna zveza Slovenije, 2003.
9. Računovodski izkaz za leto 2002: KZS, RZS, SZS, NZS . Ljubljana: Ajpes, 2003.
10. Rokometna zveza Slovenije. [URL: <http://www.rokometna-zveza.si/>], 10.10. 2003.

11. Sistemski ukrepi slovenskega športa in indikatorji. Ljubljana:Strokovni svet za šport RS, 2003.
12. Smučarska zveza Slovenije. [URL: <http://www.slovenija-ski.net/>], 10.10. 2003.
13. Zaključno poročilo Olimpijskega festivala evropske mladine 2003. Ljubljana: Olimpijski komite Slovenije, 2003.
14. Zaključno poročilo s Svetovnega pokala v poletih – Planica 2003. Planica: OK Planica, 2003.