

ISTRAŽIVANJE INTERESA ZA RAZVOJ PODUZETNIŠTVA U SPORTU⁴

SAŽETAK

Poduzetništvo u sportu uključuje sve aktivnosti koje su usmjerene realizaciji poduzetničkih programa koji koriste sport kao sredstvo za ostvarivanje svojih ciljeva, bez obzira o kojoj je djelatnosti riječ. Ulaganje u sportske projekte donosi brojne ekonomske i društvene koristi, kao npr. povećanje potrošnje, dodatno zapošljavanje, promociju društvene zajednice, zdravstvene aspekte korisnosti. Stoga je opravdano utvrditi je li sport prepoznat kao potencijalna poduzetnička aktivnost te koja su percipirana ograničenja, posebice jer je poduzetništvo u području sporta u Hrvatskoj tek u razvoju. Svrha ovog rada je utvrditi postoji li interes za pokretanjem poduzetničkog pothvata u sportu, što bi mogao biti jedan od smjerova razvoja malog i srednjeg poduzetništva, a koje predstavlja strateško usmjerenje Republike Hrvatske. Ciljevi istraživanja su utvrditi upoznatost ispitanika sa samim pojmom poduzetništva u sportu, potencijalima za pokretanjem pothvata u sportu, mogućim vrstama sporta za ulaganje, očekivanoj koristi za društvenu zajednicu te mogućim preprekama za ulaganje. Istraživanje se provodilo anonimno online upitnikom u razdoblju od 11. lipnja do 5. srpnja 2014. godine. Upitnik je ispunilo 200 ispitanika. Nakon provedene deskriptivne statističke analize rezultati istraživanja ukazuju na postojanje interesa za razvoj poduzetništva u sportu. Više od polovice ispitanika smatra da u Hrvatskoj ima dovoljno potencijala za razvoj poduzetništva u sportu, dok bi se ipak manje od polovice ispitanika odlučilo za pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata u području sporta. Najveći broj ispitanika nedostatak financijskih sredstava smatra najvećom preprekom. Zanimljivo je da, iako se velik broj ispitanika susreo s pojmom sportskog turizma, pojam poduzetništva u sportu poznat je tek 65 % ispitanika.

Ključne riječi: sport, poduzetništvo, pothvat

1. UVOD

Važnost poduzetništva za gospodarstvo jedne zemlje očituje se u ekonomskom rastu, stvaranju novih poslova, smanjenju nezaposlenosti, povećanju produktivnosti (Stevenson, Jarillo, 1990; Harper, 1991; Ball, 2005; Van Praag, Versloot, 2007; Spencer et al., 2008; Hisrich et al., 2011). Štoviše, poduzetnički pristup može osigurati mehanizam za prevladavanje ekonomske krize (Peredo, Chrisman, 2006). On se smatra važnim faktorom uspjeha u bilo kojoj industriji, pa tako i u sportskoj.

Sport je aktivnost koja je u današnje vrijeme prisutna u gotovo svim aspektima života – slobodnom vremenu, odmoru, zdravlju i zabavi, no odavno je sport prestao biti 'igra' i postao dio ekonomskih aktivnosti društva. Sport pridonosi zdravom životu građana, odgoju i obrazovanju, razvoju gospodarstva te je ujedno i činitelj humanih odnosa među ljudima i narodima (Bartoluci, Škorić, 2009). Svakodnevno se povećava broj aktivnih sportaša i pasivnih gledatelja, čime se povećava atraktivnost i zanimljivost sporta, a samim time privlači

¹studentica, Veleučilište u Rijeci, Vukovarska 58, Rijeka, Hrvatska. E-mail: jele.nakic@gmail.com

²Mr. sc., predavač, Veleučilište u Rijeci, Vukovarska 58, Rijeka, Hrvatska. E-mail: astilin@veleri.hr

³Mr. sc., predavač, Veleučilište u Rijeci, Vukovarska 58, Rijeka, Hrvatska. E-mail: ljerka.tomljenovic@veleri.hr

⁴ Datum primitka rada: 27. 2. 2015.; Datum prihvaćanja rada: 7. 4. 2015.

velik broj ulagača i poduzetnika koji sport smatraju izvorom zarade (Jerkunica, 2010). Tako Ratten (2011 b) smatra da poduzetništvo stvara konkurentsku prednost za pojedince i organizacije uključene u sport. Poduzetništvo u sportu uključuje ulaganje kapitala i resursa u određene programe u svrhu ostvarivanja sportskih i poslovnih učinaka (Novak, 2006).

U području sporta u Hrvatskoj nedostaje poduzetničkih projekata, što značajno otežava manjak financijskih sredstava, a posebno ekonomska kriza i mnogi drugi ograničavajući faktori koji stvaraju antipoduzetničku klimu te otežavaju razvoj poduzetništva u sportu. Unatoč turbulentnosti okruženja od poduzetnika se očekuje uočavanje prilika i prijetnji na tržištu kako bi ih se moglo iskoristiti, odnosno izbjeći. U Hrvatskoj postoji mnogo prilika koje su i dalje neiskorištene u sportskoj djelatnosti.

Rad se sastoji od četiri dijela. Nakon uvoda daje se teorijski pregled pojmova poduzetništvo, sport i poduzetništvo u sportu. Sljedeća cjelina sadrži prikaz rezultata istraživanja, dok je u zaključku dan osvrt na predstavljene rezultate.

2. TEORIJSKI PREGLED POJMOVA PODUZETNIŠTVO I SPORT

Postoji izuzetno velik broj definicija poduzetništva, kao i njezinih autora, pri čemu univerzalna definicija ne postoji (Spencer et al., 2008). Pojmovno određenje poduzetništva fokusira se na proces inoviranja, stvaranja i razvoja novog pothvata (Kuratko, Hodgetts, 2004) ili kreiranje organizacije (Gartner, 1988). Poduzetništvo se odnosi na stvaranje bogatstva od strane pojedinaca koji preuzimaju rizik u smislu angažiranja kapitala i vremena te pružaju vrijednost za određeni proizvod ili uslugu. Proizvod ili usluga ne moraju biti jedinstveni, ali poduzetnik na svoj način stvara vrijednost kombinacijom različitih vještina i resursa (Hisrich et al., 2011).

Sport nosi različita značenja različitim pojedincima ili grupama, pa tako za neke predstavlja sredstvo rekreacije, način druženja, dok je sportašima alat za ostvarenje željenih postignuća i slave. Vlade promatraju sport kroz koristi od turizma te edukaciju ljudi o važnosti zdravog načina života. Zbog mnogobrojnosti različitih značenja sport je globalni društveni fenomen koji kombinira ekonomske i sociokulturne aspekte (Ratten, 2011 a). Prepoznavši važnost sporta Europska komisija je izradila Bijelu knjigu o sportu u kojoj identificira društvenu i gospodarsku ulogu sporta, navodeći da sport može služiti kao sredstvo za lokalni i regionalni razvoj, regeneraciju gradova ili ruralni razvoj. Iako u pravilu nedostaju temeljiti i usporedivi podaci o gospodarskom značaju sporta, „studija predstavljena 2006. godine govorila je o tome da je sport 2004. u širem smislu stvorio dodatnu vrijednost od 407 milijardi eura, što je činilo 3,7 % BDP-a Europske unije i stvorio radna mjesta za 15 milijuna ljudi ili 5,4 % radne snage“ (Komisija Europskih zajednica, 2007:11). Ekonomski učinci sporta mogu se promatrati na makro- i mikrorazini. Makroekonomski učinci sporta očituju se u industriji i trgovini sportskih proizvoda, u graditeljstvu sportskih objekata, turizmu, povećanju proizvodnosti rada, u smanjenju troškova bolovanja, organizaciji velikih sportskih događanja, dok su mikroekonomski učinci vidljivi u sportskim organizacijama i poduzećima te kod sportskih događanja (Bartoluci, Škorić, 2009).

Dok postoji obilje literature koje se bavi poduzetništvom, njegovo povezivanje, odnosno primjena u sportu rijetko su istraživani (Ball, 2005; Ratten, 2011 b).

Pri određenju pojma potrebno je razlikovati sport kao poduzetničku djelatnost i poduzetništvo u sportu (Novak, 2006). Sport kao poduzetnička djelatnost podrazumijeva samo djelatnosti vezane uz sport i oslonjene isključivo na sport i sportsko tržište. Sportske djelatnosti prema Zakonu o sportu (71/2006) jesu: sudjelovanje u sportskom natjecanju, sportska priprema, sportska rekreacija, sportska poduka, organiziranje i vođenje sportskog natjecanja i upravljanje i održavanje sportske građevine. S druge strane, poduzetništvo u sportu uključuje sve aktivnosti koje su usmjerene realizaciji poduzetničkih programa koji koriste sport kao sredstvo za ostvarivanje svojih poduzetničkih ciljeva bez obzira o kojoj je djelatnosti riječ.

Poduzetništvo u sportu se, dakle, može definirati kao ukupnost poslovnih aktivnosti u djelatnostima koje koriste sport kao sredstvo kojim se realiziraju određene ideje s ciljem ostvarivanja profita i/ili neke druge koristi.

Kako se razvijalo, poduzetništvo u sportu je nosilo sve više novih oblika koji su povezani (više ili manje) s djelatnostima u kojima se provode. Iz toga se i nameće moguća klasifikacija poduzetništva u sportu na: 1) primarno poduzetništvo (odnosi se na poduzimanje poduzetničkih aktivnosti za koje se kapital osigurava iz prihoda ostvarenog u sportu i od sporta, a čiji se kapital usmjerava u druge aktivnosti), 2) sekundarno poduzetništvo ili poduzetništvo komplementarnih djelatnosti (odnosi se na komplementarne proizvode sporta, odnosno na proizvode i/ili usluge koje nadopunjuju ponudu na tržištu sportske industrije) i 3) tercijarno poduzetništvo ili poduzetništvo trećih djelatnosti (odnosi se na primjenu marketinških aktivnosti vezanih uz sport u svrhu unaprjeđenja i/ili ostvarivanja parcijalnih neprofitnih ciljeva ili neizravnih drugih koristi 'trećih djelatnosti' na 'trećim tržištima'). Ovakva klasifikacija nastala je radi potrebe da se razlikuju i lakše prate poslovne aktivnosti unutar poduzetništva u sportu, međutim, ovakva klasifikacija nije konačna i s obzirom na dinamiku razvoja sporta i sportske industrije kroz vremensku i prostornu dimenziju, podložna je promjenama (Novak, 2006).

Sport može postati neposredno ili posredno profitabilan, posebice kada se sportski programi povežu s određenim komplementarnim djelatnostima kao što su turizam, ugostiteljstvo, trgovina sportske odjeće i obuće, proizvodnja zdrave hrane, razne uslužne djelatnosti i sl. Na taj način sport postaje osnova za ostvarenje uspjeha poduzetničkog pothvata. Stoga, sport koji pruža veće mogućnosti postizanja profita postaje atraktivniji za ulaganje. Natjecateljski sport prikladan je za razne oblike poduzetništva zbog svoje medijske popularnosti. Iako svaki natjecateljski sport ima svoju publiku, raspon gledanosti je velik i razlikuje se od grada do grada, kao i od regije do regije (Bartoluci, 1996; Bartoluci, 1997; Novak, 2006; Bartoluci, Škorić, 2009). Bartoluci i Škorić smatraju da „najveće mogućnosti za poduzetništvo pružaju nogomet, košarka, tenis i rukomet, a u području turizma sportovi na vodi, skijanje, golf, jahanje, *fitness* i *wellness*“ (2009:156). Primjerice, poduzetnički pothvati mogu se vezati uz razne sportske manifestacije i priredbe (npr. razna prvenstva), pokretanje škola nekog sporta, osnivanje poduzeća za održavanje, upravljanje i korištenje sportskih objekata i organiziranja aktivnosti u njima (Bartoluci, 1996; Bartoluci, Škorić, 2009). Poduzetništvo u sportu ima mnogobrojne načine primjene zbog sve većeg broja ljudi u sportskim aktivnostima kao aktivni ili pasivni sudionici (Novak, 2006). Razvoju poduzetništva u sportu uvelike pogoduje unaprjeđenje i razvoj sportova, kao i sve veći broj novih sportova, sportskih klubova, sportskih organizacija, sportskih poduzeća itd. (Novak, Bartoluci, 1996).

Sport se može pojavljivati u različitim oblicima poduzetništva, kao što je, primjerice, poduzetništvo temeljeno na zajednici, institucijsko, društveno poduzetništvo. Poduzetništvo temeljeno na zajednici opisuje povezivanje sportskih timova, organizacija ili igrača s organizacijama kao što su obrazovne institucije, neprofitne organizacije ili organizacije lokalne samouprave. Sportski događaji i timovi potiču aktivnosti u sportu ili onima povezanim sa sportom, kao što je turizam. Institucijsko poduzetništvo pojavljuje se kada se institucije bave projektima koji sadrže institucijske promjene, a najčešće je riječ o institucijama u profesionalnom sportu (federacije, nacionalne asocijacije, lige, klubovi, lokalna sportska tijela). Društveno poduzetništvo povezuje neprofitne ciljeve i poslovne ideje koji se u sportu manifestiraju kroz događaje kojima se upozorava na neka društvena pitanja (Ratten, 2011 b).

Postoji velik broj ograničavajućih elemenata poduzetništva u sportu: nedostatak financijskih sredstava za ulaganja u projekte sportske infrastrukture, nedostatak javnog interesa za ulaganja u sportsko-rekreacijske sadržaje, nedostatak zajedničkog interesa privatnih i javnih partnera o ulaganjima u projekte vezane uz sportsko-rekreacijske sadržaje, nedostatak kriterija raspodjele financijskih sredstava namijenjenih sportu, nedostatak jasne definicije

pojma javnog dobra, javnog interesa i javnih potreba te značajan utjecaj politike na donošenje odluka kojima se povećava rizik dugoročnih ulaganja, nedostatak koncepcije razvoja sportsko-rekreacijske ponude u hrvatskom turizmu, kao i pravaca razvoja sportskog turizma vezanih uz određene turističke destinacije, nedostatak kvalitetno educiranih i sposobnih kadrova itd. (Tkalčec, 2010).

Utvrđivanje uvjeta za poticanje poduzetništva u sportu jedan je od temeljnih preduvjeta njegovog razvoja, a kako bi se utvrdile mogućnosti poticanja poduzetništva potrebno je načiniti kriterije vezane uz sve sportove i izvršiti analizu prema vrstama ulaganja vezanih uz podjelu sportova (vrhunski i amaterski, profesionalni i rekreativni, ekipni i pojedinačni, olimpijski i neolimpijski), interes društvenih zajednica (nacionalni značaj, regionalni značaj, lokalni značaj) te buduće okvire vlasništva (privatno, javno, zajedničko) (Tkalčec, 2010).

3. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

Kako bi se utvrdilo postojanje interesa za razvoj poduzetništva u sportu u Hrvatskoj korišten je *online* upitnik (Nakić, 2014). Ispitivanje je provedeno na uzorku od 200 ispitanika. Cilj istraživanja bio je utvrditi upoznatost ispitanika sa samim pojmom poduzetništva u sportu, kao i interes za razvijanje i ulaganje u ovaj oblik poduzetništva. Istraživanje se provodilo anonimno, u razdoblju od 11. lipnja do 5. srpnja 2014. godine. Upitnik je sadržavao 18 pitanja koja su se odnosila na sociodemografske karakteristike ispitanika, razinu uključenosti u sportske aktivnosti, poznavanje pojma poduzetništvo u sportu te pitanja vezana uz mogućnost pokretanja poduzetničkog pothvata u sportu.

Tablica 1 sadrži podatke o sociodemografskim karakteristikama zaposlenika.

Tablica 1. Deskriptivna statistika karakteristika ispitanika

KARAKTERISTIKE	broj ispitanika	%
SPOL		
muški	95	47,5
ženski	105	52,5
STAROSNA SKUPINA		
15 – 24	120	60,0
25 – 34	47	23,5
35 – 44	13	6,5
45 – 54	11	5,5
55 i više	9	4,5
RADNI STATUS		
zaposlen	69	34,5
nezaposlen	17	8,5
student	105	52,5
učenik	5	2,5
ostalo	4	2,0
RAZINA OBRAZOVANJA		
SSS	77	38,5
VŠS	81	40,5
VSS	26	13,0
magistar struke	12	6,0
magistar znanosti	1	0,5
ostalo	3	1,5

Izvor: obrada autorica

Uzorak od 200 ispitanika čini 105 osoba ženskog spola (52,5 %) i 95 osoba muškog spola (47,5 %). Većina ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju ima između 15 i 24 godine, njih 60 %. Ispitanici su najvećim dijelom studenti (52,5 %), zatim slijede zaposleni (34,5 %), nezaposlenih je 8,5 %, učenika (2,5 %) te osoba koje su u mirovini ili na stručnom osposobljavanju bez zasnivanja radnog odnosa je 2 %. Najviše je ispitanika više stručne spreme (VŠS) – 81 (40,5 %) i srednje stručne spreme (SSS) – 77 (38,5 %). Visoku stručnu spremu (VSS) ima 26 ispitanika, 12 je magistara struke, 1 magistar znanosti te 3 ispitanika koji su odabrali opciju 'ostalo'. Kao mjesto najčešćeg prebivališta ispitanika navodi se Rijeka i njezina okolica (166 ispitanika).

U tablici 2 dan je prikaz rezultata istraživanja za tri izdvojena pitanja, a ponuđena su dva moguća odgovora koja su se odnosila na uključenost ispitanika u sport i upoznatost s pojmom poduzetništva u sportu.

Tablica 2. Deskriptivna statistika uključenosti ispitanika u sport i upoznatosti s pojmom poduzetništva u sportu

ODABRANA PITANJA	Bavite li se aktivno nekim sportom?		Jeste li uključeni u rad neke sportske organizacije / udruge?		Jeste li se do sada susreli s pojmom poduzetništva u sportu?	
	broj ispitanika	%	broj ispitanika	%	broj ispitanika	%
DA	56	28	29	14,5	70	35
NE	144	72	171	85,5	130	65

Izvor: obrada autorica

Većina ispitanika (72 %) ne bavi se aktivno sportom, a od 56 ispitanika (28 %) koji su izjavili da se bave nekim sportom, 21 je žena i 35 muškaraca. Uvjerljivo je najviše ispitanika koji se bave nogometom (17), slijedi košarka (5), trčanje i *crossfit* (4), *kickboxing*, rukomet i posjeti teretani (3), mali nogomet i joga (2). Među ostalim navedenim sportovima jesu tenis, ples, *fitness* rolanje, aerobika, stolni tenis, karate, *fitness*, odbojka, *powerplate*, streljaštvo, pilates i *bodybuilding*. Četvero je ispitanika navelo da se bavi dvama sportovima, a tri sporta prakticira samo jedan ispitanik.

Na pitanje jesu li uključeni u rad neke sportske organizacije ili udruge 29 ispitanika (14,5 %) dalo je potvrđan odgovor, a 171 ispitanik negativan (85,5 %). Velik broj ispitanika izjavio je da se do sada nisu susreli s pojmom poduzetništva u sportu, njih 130 (65 %), dok je 70 ispitanika izjavilo da su upoznati s pojmom (35 %).

Prema istraživanju provedenom u 28 zemalja EU-a (27.919 ispitanika) 41 % ispitanika redovito se, odnosno barem jedanput u tjednu, bavi nekim oblikom organiziranog vježbanja, dok se 48 % ljudi bavi tzv. neformalnim, odnosno neorganiziranim oblicima vježbanja (vožnja biciklom, šetnja, ples ili rad u vrtu). Nadalje, gotovo tri četvrtine građana EU-a (74 %) navode da nisu članovi niti jednog sportskog kluba. Iako je taj broj vidljivo veći u odnosu na 2009. godinu (67 %), zanimljivo je da postoji povećanje u članstvu u *fitness* centrima (s 9 na 11 %) (European Commission, 2014:4).

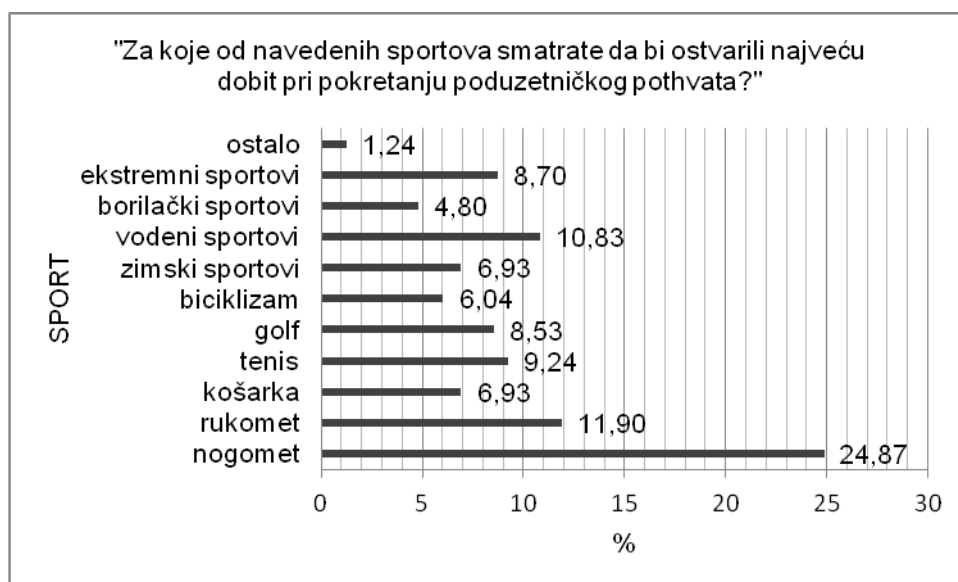
U desetom pitanju upitnika trebalo je svojim riječima opisati pojam poduzetništvo u sportu, na što 38 ispitanika nije dalo odgovor. Troje ispitanika navelo je u prethodnome pitanju da su se već susreli s pojmom, no svejedno nisu dali vlastito pojašnjenje. Poduzetništvo u sportu opisivano je kao zarada ili profit od sporta ili je pak definirano sportskim poslovanjem. Pojam se uspoređivao s menadžerima sportskih klubova, igračima, slobodnim trenerima i maserima, ali i sa samim sportskim klubovima. Zanimljivo je da velik broj ispitanika smatra da su poduzetnici u sportu zapravo menadžeri i vodeći ljudi u postojećim sportskim organizacijama i da bi oni trebali pokretati aktivnosti za boljitak sportske aktivnosti i sporta općenito. Poduzetništvo u sportu poistovjećuje se s upravljanjem sportskim klubovima,

upravljanjem financijama i ostalim resursima sportskih aktivnosti i događaja ili sportskih organizacija i rizičnim ulaganjima u sportske aktivnosti ili ulaganjima u sportsku infrastrukturu (sportske dvorane, stadione i terene) i sportaše. Neki ispitanici smatraju da je riječ o ulaganju u sport kako bi se promovirao zdrav život, ostvario daljnji napredak sporta i postigla opća društvena korist te kako bi se razvio turizam u sportu. Također se smatra da je poduzetništvo u sportu prikupljanje financijskih sredstava od sponzora te zarada od transfera igrača.

U tablici 3 prikazani su rezultati ispitivanja vezani uz pokretanje pothvata u sportu. Na pitanje smatraju li da u Hrvatskoj postoji dovoljno potencijala za pokretanje poduzetničkog pothvata u području sporta 51 % ispitanika dalo je potvrđan odgovor, 13,5 % ispitanika odgovorilo je da nema dovoljno potencijala, dok 35,5 % ispitanika odgovara da ne zna.

Ispitanike se nadalje pitalo za koje sportove smatraju da bi ostvarili najveću dobit u slučaju pokretanja poduzetničkog pothvata (grafikon 1). Ponuđeni odgovori bili su nogomet, rukomet, košarka, tenis, golf, biciklizam, zimski sportovi, vodeni sportovi, borilački sportovi, ekstremni sportovi te mogućnost navođenja vlastitog prijedloga. Moguće je bilo odabrati više odgovora.

Grafikon 1. Odabir sportova s aspekta očekivane dobiti u svrhu pokretanja poduzetničkog pothvata



Izvor: obrada autorica

U najvećem broju slučajeva ispitanici su odabrali nogomet (140), zatim rukomet (67) i vodene sportove (61). Tenis su odabrala 52 ispitanika, ekstremne sportove 49 ispitanika, golf 48, zimske sportove i košarku 39, biciklizam 34, borilačke sportove 27, dok je vlastiti odgovor ponudilo 7 ispitanika (*crossfit, paintball, automobilizam i odbojka*).

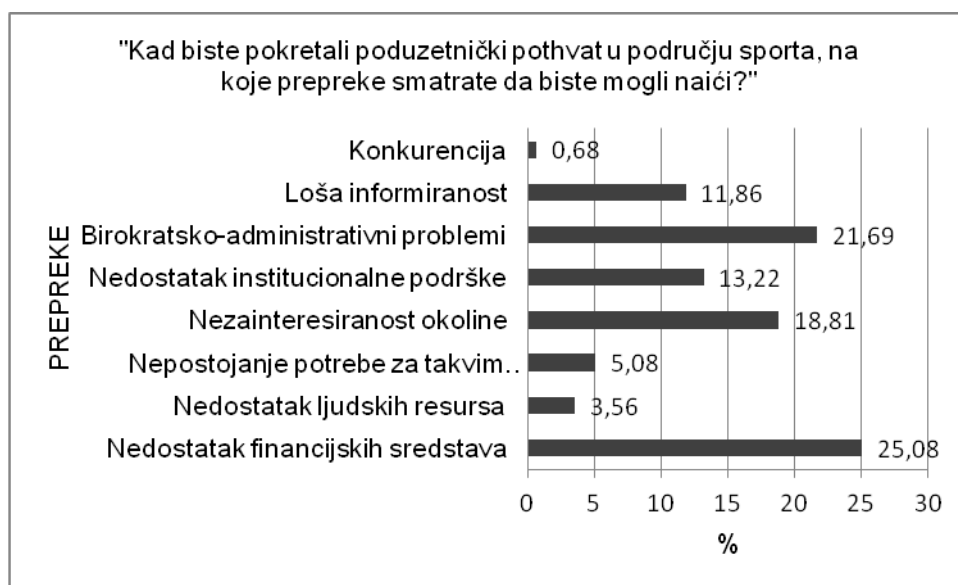
Tablica 3. Deskriptivna statistika mišljenja ispitanika o poduzetničkom pothvatu u sportu

ODABRANA PITANJA	Smatrate li da u Hrvatskoj ima dovoljno potencijala za pokretanje poduzetničkog pothvata u području sporta?		Smatrate li da bi društvena zajednica imala koristi od razvoja poduzetništva u sportu?		Ako biste imali mogućnosti, biste li se odlučili na pokretanje poduzetničkog pothvata u području sporta?	
	broj ispitanika	%	broj ispitanika	%	broj ispitanika	%
DA	102	51,0	145	72,5	86	43,0
NE	27	13,5	12	6,0	51	25,5
NE ZNAM	71	35,5	43	21,5	63	31,5

Od ukupno 200 ispitanika njih 72,5 % smatra da bi društvena zajednica imala koristi od razvijanja poduzetništva u sportu. Mali je broj ispitanika koji misle da razvijanje ovog oblika poduzetništva ne bi donijelo koristi (6 %), dok je njih 21,5 % odgovorilo da ne zna. Kada bi im se pružila mogućnost, 43 % ispitanika bi se odlučilo na pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata u području sporta, 25,5 % njih ne bi pokretalo poduzetnički pothvat u sportu, a 31,5 % ispitanika ne zna bi li krenulo u ovaj oblik poduzetništva.

U upitniku su bile ponuđene moguće prepreke na koje bi se moglo naići u slučaju pokretanja poduzetničkog pothvata u području sporta (grafikon 2). Ispitanici su mogli odabrati jednu ili više prepreka za koje smatraju da bi se mogle pojaviti. Najveći broj odgovora odnosio se na nedostatak financijskih sredstava (148), birokratsko-administrativne probleme (128) te nezainteresiranost okoline (111). Nedostatak institucijske potpore odabralo je 78 ispitanika, dok njih 70 smatra da ne postoji dovoljno informacija kako bi se upustili u takav projekt. Odgovor da ne postoji potreba za takvim projektima dalo je 30 ispitanika, a 21 ispitanik smatra kako ne postoji dovoljno ljudskih resursa. Konkurenciju u području poduzetništva u sportu kao prepreku vidi samo 4 ispitanika, dok 4 ispitanika samostalno navodi moguće prepreke, među kojima se spominje slaba kupovna moć građana RH, korupcija i mogući nepotizam.

Grafikon 2. Očekivane prepreke pri pokretanju poduzetničkog pothvata u sportu



Na pitanje jesu li se već susreli s pojmom sportski turizam 172 (86 %) ispitanika je dalo potvrđan odgovor, a 28 (14 %) ispitanika je odgovorilo da se do sada nisu susreli s navedenim pojmom. Ispitanike se također pitalo smatraju li da je u turističkoj ponudi Hrvatske sportski turizam dovoljno zastupljen, na što je 11 (5,5 %) ispitanika odgovorilo potvrdno, 154 (77 %) ispitanika negativno, dok 35 (17,5 %) njih ne zna je li dovoljno zastupljen.

U posljednjem pitanju upitnika ispitanici su trebali navesti sportove koje smatraju najpopularnijim u sportskom turizmu u Hrvatskoj. Na ovo pitanje 18 ispitanika nije ponudilo odgovor. Najviše ispitanika navelo je vodene sportove. Jedrenje je naveo 21 ispitanik, plivanje 19, a ronjenje 16 ispitanika. Od vodenih sportova navodili su se još i vaterpolo (9), kajak i kanu (4), surfanje (4), veslanje (3) te aerobika u vodi (1). Među najpopularnije sportove u sportskom turizmu velik dio ispitanika uvrstio je ekstremne sportove, prije svega

planinarenje, koje je navelo 24 ispitanika, zatim rafting koji navodi njih 18. Kao najpopularniji sportovi u turizmu Hrvatske od ekstremnih sportova navodili su se *trekking* (6), *paragliding* (6), alpinizam (6), *kitesurfing* (2), zmajarenje (1), *bungee jumping* (2), padobranstvo (1), *paintball* (3), slobodno penjanje (5), adrenalinski parkovi (2) i skijanje na vodi (1). Biciklizam je odabralo 64 ispitanika. Od ekipnih sportova, najviše se ispitanika odlučilo za nogomet (41) i odbojku na pijesku (24), a navode se još i rukomet (12) i košarka (6). Tenis najpopularnijim sportom u turizmu smatra 37 ispitanika, jedan ispitanik smatra da je među najpopularnijim sportovima u turizmu Hrvatske stolni tenis, isto kao i badminton. Zimske sportove najpopularnijima smatra 24 ispitanika, međutim spominju se samo skijanje (20) i klizanje (1). Od sportova preciznosti najviše je ispitanika navelo golf kao najpopularniji sport u turizmu (21), mini golf su navela 2 ispitanika, a pikado i kuglanje po jedan ispitanik. Trčanje (8), hodanje (4) i triatlon (1) jesu atletski sportovi za koje su ispitanici smatrali da se nalaze među najpopularnijim sportovima. Od ostalih sportova bili su navedeni još i ribolov (4), motociklizam (3), jahanje (3), hokej (2) i borilački sportovi (3).

4. ZAKLJUČAK

Brojne se mogućnosti za poduzetništvo u sportu pružaju u Hrvatskoj, od zimskih i sportova na vodi, timskih sportova (nogomet, košarka, rukomet) te popularnih rekreacijskih sportova u turizmu (tenis, golf). Zanimljivo je da gotovo iste zaključke o sportovima koji bi mogli biti najpogodniji za poduzetničke pothvate daju ispitanici i autori korištene literature. Ipak, još uvijek ne postoji dovoljno informacija niti poticaja kako bi se mogući poduzetnici odlučili za pokretanje projekata u području sporta. S obzirom na to da je više od jedne četvrtine ispitanika odgovorilo da se ne bave aktivno sportom, kao značajan problem se može izdvojiti i podrška okoline, odnosno nezainteresiranost za projekte u području sporta, što su i sami ispitanici istaknuli kao jednu od najvažnijih prepreka za razvijanje ovog oblika poduzetništva. Nedostatak financijskih sredstava pri pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata u području sporta najveća je prepreka koja se pojavljuje i u literaturi i prema mišljenju ispitanika. Zatim slijede birokratsko-administrativni problemi.

Važnost sporta ispitanici još uvijek nisu percipirali, no polazimo od toga da većinu čine mladi ljudi (60 % ima od 15 do 24, dok 23,5 % ima od 25 do 34 godine). Na slično upućuje istraživanje prema kojem kućanstva u Hrvatskoj prosječno troše oko 270 kuna na dobra i usluge za sportsku rekreaciju, što čini tek oko 0,47 % ukupne osobne potrošnje; u zemljama EU-a varira od 2,3 eura u godini po stanovniku u Bugarskoj do 487,2 eura u godini po stanovniku u Luksemburgu. Rezultati tog istraživanja su očekivani s obzirom na to da udio potrošnje za sportsku rekreaciju u ukupnoj osobnoj potrošnji raste s porastom životnog standarda (Institut za javne financije, 2012). Unatoč tome i uočenim preprekama više od polovice ispitanika smatra da u Hrvatskoj ima dovoljno potencijala za pokretanje i razvoj poduzetništva u sportu. Zatim, mali je broj ispitanika (14,5 %) uključen u rad neke sportske organizacije ili udruge. Od ispitanika koji su uključeni u rad neke sportske organizacije/udruge 15 ispitanika bi pokrenulo vlastiti poduzetnički pothvat u području sporta kada bi im se pružila prilika, 9 njih je neodlučno, dok ih 5 ne bi pokretalo vlastiti pothvat. Od ispitanika koji su izjavili da su se već susreli s pojmom poduzetništva u sportu 46 je izjavilo da bi pokrenulo vlastiti poduzetnički projekt u području sporta, 8 ispitanika je izjavilo da ne bi pokretali svoj projekt, dok je 16 njih neodlučno. Kod ispitanika koji su izjavili da se nisu susreli s pojmom poduzetništva u sportu odgovori su brojčano podjednaki, 40 ispitanika bi se odlučilo na pokretanje vlastitog poduzetničkog projekta u području sporta, 43 njih ne bi, a 47 ispitanika nije sigurno. Ispitanika koji smatraju da društvena zajednica ne bi imala koristi od razvijanja poduzetništva u sportu ukupno je 12, od kojih je 8 izjavilo da ne bi pokrenulo svoj poduzetnički projekt u području sporta, a 4 ispitanika ne zna bi li pokrenulo vlastiti poduzetnički pothvat.

Dok je pojam poduzetništva u sportu uglavnom nepoznat, velik broj ispitanika (86 %) se susreo s pojmom sportski turizam. Više od tri četvrtine ispitanika smatra kako sportski turizam nije dovoljno zastupljen u turističkoj ponudi u Hrvatskoj.

Na temelju dobivenih rezultata može se zaključiti da interes za ulaganje u poduzetništvo u sportu postoji, no još uvijek je društvena zajednica premalo informirana o koristima sporta i mogućnostima koje pruža poduzetništvo u sportu. Očekivano je da su ispitanici koji su uključeni u rad neke sportske organizacije spremniji na pokretanje vlastitog pothvata u sportu jer su upoznati sa sadržajem, mogućnostima i preprekama te lakše mogu prepoznati priliku. Manjak financijskih sredstava je prepreka inherentna svim poduzetničkim pothvatima, a posebice u vrijeme ekonomske krize. Ono što predstavlja dodatni problem jest postojeća situacija u kojoj je sport uglavnom ovisan o državnom financiranju ili onome na lokalnoj razini, pri čemu postoji značajna različitost u broju stanovnika i razvijenosti pojedinih lokalnih jedinica (Institut za javne financije, 2012). Zbog upitnosti učinkovitosti takvog financiranja Nacionalni program sporta 2014. – 2022. kao jedan od temeljnih ciljeva navodi „osigurati obvezni postotak od najmanje 3 % za financiranje javnih potreba lokalnih sportskih zajednica“ (Hrvatski olimpijski odbor, 2014:18).

Doprinos članka sadržan je u saznanju o prisutnom interesu za pokretanjem poduzetničkog projekta u sportu nositeljima javne politike koji žele povezati sport i lokalni i regionalni razvoj te poticati razvoj malog i srednjeg poduzetništva u području sporta, kao i kreatorima obrazovnih programa povezanih sa sportom koji bi trebali promisliti o uključivanju obuke iz područja poduzetništva. Na taj način može se utjecati na zdraviji život građana, kao i na smanjenje nezaposlenosti.

Rezultate i donesene zaključke treba promatrati u kontekstu ograničenja ovog istraživanja. Naime, osim malog broja ispitanika (200) nedostatak jest koncentriranost lokacije ispitanika jer većina dolazi iz Primorsko-goranske županije. Zatim, uvjetovanost određenih prethodnih znanja (o pojmu poduzetništva u sportu, popularnosti pojedinih sportova u turizmu) rezultirala je izostankom određenog broja odgovora. Nadalje, vrlo vjerojatno bi rangiranje osiguralo konkretnije informacije od mogućnosti odabira više odgovora.

Pored rješavanja uočenih ograničenja buduća istraživanja mogu se usmjeriti na ispitivanje utjecaja različitih oblika poduzetništva na sport, utvrđivanje postoji li povezanost između pojedinih sociodemografskih karakteristika i namjere za pokretanjem poduzetničkog pothvata te ispitivanje ekonomskih učinaka sporta kroz, primjerice, stvaranje dodatne vrijednosti i dodatnih radnih mjesta.

LITERATURA

- Ball, S. (2005) "The Importance of Entrepreneurship to Hospitality, Leisure, Sport and Tourism", *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, May, p. 1-14
- Bartoluci, M. (1996) "Osnove managementa i poduzetništva". U: Bartoluci, M. (ur.) *Management i poduzetništvo u sportu i fitnessu*, Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta u Zagrebu.
- Bartoluci, M. (1997) *Ekonomika i menadžment sporta*, Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta u Zagrebu
- Bartoluci, M., Škorić, S. (2009) *Menadžment u sportu*, Zagreb: Odjel za izobrazbu trenera Društvenog veleučilišta, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu
- European Commission (2014) *Special Eurobarometer 412: Sport and Physical Activity – report*
- Gartner, W. (1988) "Who is an entrepreneur? Is the Wrong Question", *American Journal of Small Business*, 12(4), p. 11-31
- Harper, M. (1991) "Enterprise Development in Poorer Nations", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), p. 7-12
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2011) *Poduzetništvo*, 7. izd. Zagreb: Mate d.o.o.

- Hrvatski olimpijski odbor (2014) *Nacionalni program sporta 2014. – 2022.*, Zagreb
- Institut za javne financije (2012) *Financiranje sporta u Republici Hrvatskoj s usporednim prikazom financiranja u Europskoj uniji*, istraživački projekt, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta
- Jerkunica, A. (2010) "Obrazovanje sportskih menadžera". U: *Zbornik radova s hrvatskog znanstveno stručnog skupa o menadžmentu u turizmu i sportu*, 18.-20. ožujka. Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, p. 159-163
- Komisija Europskih zajednica (2007) *Bijela knjiga o sportu*, Bruxelles
- Kuratko, D. F., Hodgetts, R. M. (2004) *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*, 6th. ed. Mason, Ohio: Thomson and South-Western
- Nakić, J. (2014) *Karakteristike poduzetništva u sportu i istraživanje interesa za razvoj poduzetništva u sportu*, specijalistički završni rad, Veleučilište u Rijeci
- Novak, I. (2006) *Sportski marketing i industrija sporta*, Zagreb: MALING d.o.o.
- Novak, I., Bartoluci, M. (1996) "Osnove sportskog marketinga". U: Bartoluci, M. (ur.) *Management i poduzetništvo u sportu i fitnessu*, Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta u Zagrebu.
- Peredo, A., Chrisman, J. (2006) "Toward a Theory of Community-based Enterprise", *Academy of Management Review*, 31(2), p. 309-328
- Ratten, V. (2011 a) "International sports management: Current trends and future developments", *Thunderbird International Business Review*, 53(6), p. 679-686
- (2011 b) "Sport-based Entrepreneurship: Towards a New Theory of Entrepreneurship and Sport Management", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), p. 57-69
- Spencer, A., Kirchoff, B., White, C. (2008) "Entrepreneurship, Innovation, and Wealth Distribution: The Essence of Creative Destruction", *International Small Business Journal*, 26(1), p. 9-23
- Stevenson, H. H., Jarillo, J. C. (1990) "A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management", *Strategic Management Journal*, 11(4), p. 17-27
- Tkalčec, S. (2010) "Poduzetništvo u sportu". U: *Zbornik radova s hrvatskog znanstveno stručnog skupa o menadžmentu u turizmu i sportu*, 18.-20. ožujka. Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, p. 177-184
- Van Praag, C., Versloot, P. (2007) "What is the Value of Entrepreneurship? A Review of Recent Research", *Small Business Economics*, 29(4), p. 351-383
- Zakon o sportu (2006) Narodne novine, br. 71

THE RESEARCH OF INTEREST FOR THE DEVELOPMENT OF SPORT-BASED ENTREPRENEURSHIP⁸

ABSTRACT

Sport-based entrepreneurship includes all activities directed to the realization of entrepreneurial programs that use sport as a means of achieving their goals in any industry. Investment in sports projects will yield economic and social benefits, such as an increase in consumption, additional employment, promotion of the community, positive health effects. Therefore, it is justified to determine whether sport has been recognized as a potential entrepreneurial venture particularly because entrepreneurship in sports in Croatia has just started to develop. The purpose of this study is to determine whether there is interest in starting a venture in sports what could be one of the development trends of SMEs which represent strategic orientation of Croatia. This study is aimed at determining the familiarity of the respondents with the concept of entrepreneurship in sports, the potential for launching ventures in sports, possible types of sports for the investment, the expected benefits for the community and the potential obstacles to investments. The survey was conducted anonymously through an online questionnaire in the period between 11th June and 5th July 2014. The questionnaire was completed by 200 respondents. After the descriptive statistical analysis the results obtained suggest the existence of interest in the development of sport-based entrepreneurship. More than half of the respondents believe that there is enough potential for the development of entrepreneurship in sports, while still less than half of the respondents would decide to start their own venture in sports. Most of the respondents consider lack of financial resources the largest obstacle. It is interesting that even though a large number of respondents are acquainted with the concept of sports tourism, the concept of entrepreneurship in sports is known only to 65% of the respondents.

Key words: sport, entrepreneurship, venture

⁵Student, Polytechnic of Rijeka, Vukovarska 58, Rijeka, Croatia. E-mail: jele.nakic@gmail.com

⁶MSc, lecturer, Polytechnic of Rijeka, Vukovarska 58, Rijeka, Croatia. E-mail: astilin@veleri.hr

⁷MSc, lecturer, Polytechnic of Rijeka, Vukovarska 58, Rijeka, Croatia. E-mail: ljerka.tomljenovic@veleri.hr

⁸ Received: 27. 2. 2015.; Accepted: 7. 4. 2015.