

Sektor sporta:

Na startnoj liniji rasta?

**PwC-ovo Globalno istraživanje o sektoru
sporta za 2024. – rezultati za Hrvatsku**

travanj 2025.



Uvodna riječ

Zadovoljstvo mi je predstaviti rezultate PwC-ovog Globalnog istraživanja o sektoru sporta za 2024. godinu za Hrvatsku. Odgovori hrvatskih ispitanika čine više od 10 % ukupnih odgovora, čime ste doprinijeli i uspjehu svjetskog istraživanja. Zahvaljujemo svima koji su sudjelovali u istraživanju i iznošenjem svojih stajališta pomogli u boljem razumijevanju kako sadašnjeg stanja, tako i budućih trendova.

Ovo je prvi put da hrvatski sportski djelatnici sudjeluju u ovom PwC-ovom istraživanju i imaju priliku iskazati svoje stavove o pojedinim temama. Neke teme su nam možda više, a neke manje zanimljive, no sve imaju značajan utjecaj na razvoj sporta. Zanimljivo je usporediti globalne i hrvatske rezultate jer ukazuju na određene sličnosti, ali i razlike, kako u postojećem stanju, tako i budućim smjerovima rasta sportskog sektora.

Pristigli odgovori pokazuju kako se i u Hrvatskoj traže novi komercijalni modeli financiranja sporta, očekuje se veća podrška medija u promicanju ženskog sporta te raste svijest o potrebi šire primjene i planiranja korištenja umjetne inteligencije u sportskom sektoru koji se neprestano razvija.

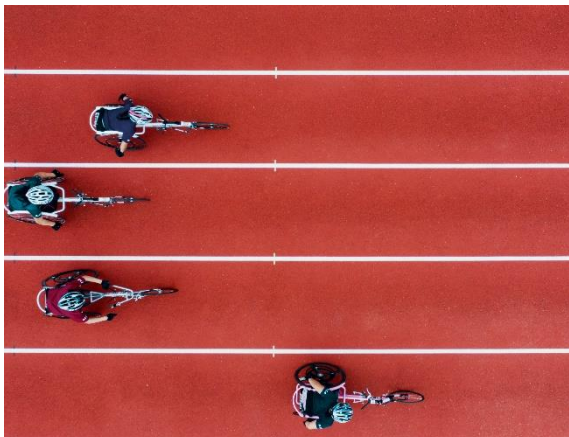
Na kraju, želimo zahvaliti sugovornicima čije su izjave i stavovi obogatili izvještaj svojom sportskom i stručnom perspektivom. Također zahvaljujemo gospodinu Siniši Krajaču, glavnom tajniku, i gospođi Tanji Bilić Brener, koordinatrici plana i analize NSS-ova u Hrvatskom olimpijskom odboru, koji su svojim radom značajno doprinijeli izradi ovog izvještaja.

Vjerujem da ćete u izvještaju pronaći zanimljive informacije koje će vas potaknuti na razgovore o promjenama.



John Gašparac, partner u Odjelu revizije i računovodstvenog savjetovanja, PwC Hrvatska

Pregled rezultata istraživanja

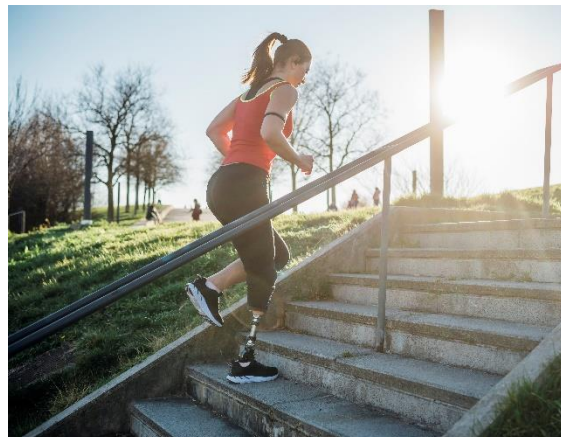


Novi komercijalni modeli

Globalno – 83 %

Hrvatska – 74 %

ispitanika smatra da će biti potrebni novi komercijalni modeli kako bi se privukla institucionalna ulaganja



Ženski sport

Globalno – 85 %

Hrvatska – 78 %

stručnjaka predviđa dvoznamenkasti rast prihoda na području ženskog sporta u sljedećih 3 do 5 godina

Ulaganja u sektor sporta

Globalno – 68 %

Hrvatska – 74 %

ispitanika očekuje da će se investitori usredotočiti na prestižne sportske brendove, događaje i sadržaje



Strategija za primjenu generativne umjetne inteligencije

Globalno – 59 %

Hrvatska – 95 %

organizacija koje su sudjelovale u istraživanju (još uvijek) nema strategiju za primjenu generativne umjetne inteligencije



Pregled rezultata istraživanja

Veliki sportski događaji

Globalno – 44 %

Hrvatska – 42 %

ispitanika smatra da su financijski problemi glavna prepreka za organizaciju velikih sportskih događaja



Uloga države

Globalno – 25 %

Hrvatska – 19 %

ispitanika smatra da država ima dobro promišljenu viziju, strategiju i ciljeve na području sporta

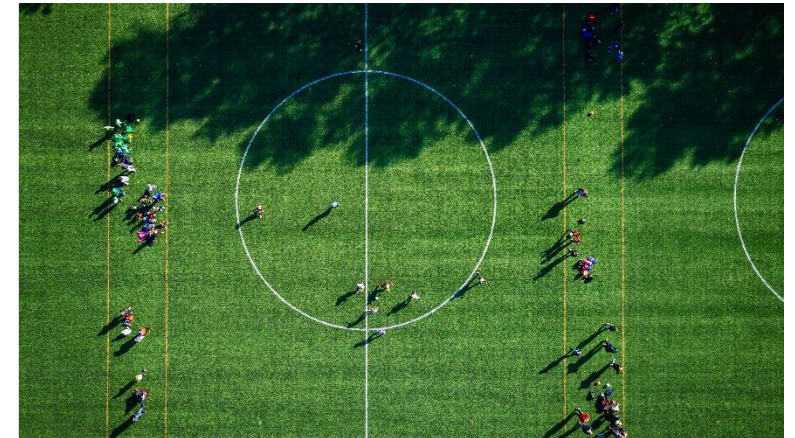


Modeli zajedničke organizacije događaja

Globalno – 85 %

Hrvatska – 74 %

ispitanika očekuje sve češću primjenu modela zajedničke organizacije velikih sportskih događaja na više lokacija





Sadržaj

- 1 Postojeće stanje u sektoru sporta
- 2 Ulaganja u sektor sporta – razvoj komercijalne strategije
- 3 Generativna umjetna inteligencija u sportu – nova dimenzija sportskog iskustva
- 4 Ženski sport – postojani optimizam
- 5 Veliki sportski događaji – novi komercijalni i organizacijski modeli
- 6 Uloga države u sportu – promicanje zdravlja stanovništva

01

Postojeće stanje u sektoru sporta

Povjerenje u potencijal tržišta ove godine raste, iako s određenom mjerom opreza. Rukovoditelji sportskih organizacija predviđaju ukupni rast od 6,9 % u sljedećih tri do pet godina. Ovaj optimizam prisutan je unatoč ekonomskim i geopolitičkim izazovima, a zajednički je svim regijama.

Tržišne sile i prijetnje ove godine gotovo su jednake prošlogodišnjima. Stalne promjene u medijskom okruženju i pozitivan zamah ženskog sporta, uz potencijal generativne umjetne inteligencije (engl. GenAI), potiču sektor na razvoj i pronalazak inovativnih načina za poticanje rasta. Međutim, i dalje je neizvjesno kako bi porast troškova života i usporavanje ekonomske aktivnosti mogli utjecati na potrošnju i spremnost investitora na preuzimanje rizika.

Unatoč tome, agencije, brendovi, sponzori, investicijska društva, momčadi i lige optimistični su u pogledu budućnosti ovog sektora. Državne institucije i sportski savezi malo su konzervativniji i predviđaju niži rast, ali najvećim dijelom zbog očekivane transformacije (smanjivanja obujma i decentralizacije) velikih sportskih događaja. Šira slika ukazuje na rast sportskog tržišta u kojem osnovni elementi ostaju stabilni. Iako se područja rasta i prilike razlikuju unutar samog sektora, prestižni događaji, lige i momčadi ili oni koji su spremni na inovacije ove godine imaju najviše izgleda za postizanje uspjeha.



Tržišne sile i prijetnje su i dalje prisutne

Istraživanje pokazuje da inflacija, rast troškova i usporeni ekonomski rast izazvan geopolitičkim i ekonomskim poremećajima bitno utječu na percepciju tržišta i razmišljanja sudionika u istraživanju.

Ističe se važnost ESG-a (zaštita okoliša, društvena odgovornost i upravljanje) i prepoznaje ključna uloga medija u generiranju prihoda. Osim toga, ispitanici nisu uvjereni da će umjetna inteligencija doprinijeti rastu i razvoju sporta.

Poredak ključnih prijetnji na tržištu

n=411

PRIJETNJE

1	Porast troškova života / inflacija	npr. trenutne stope inflacije u SAD-u i EU oko 2,5 %
2	Potencijalno usporavanje gospodarske aktivnosti	npr. Velika Britanija i EU izlaze iz recesije, ali se i dalje očekuje spor rast u SAD-u
3	Geopolitička nestabilnost	npr. dugoročni utjecaj i posljedice ruske invazije na Ukrajinu
4	Pooštavanje regulatornih okvira	npr. britanska vlada uvodi novog neovisnog regulatora za nogomet

Izvor: PwC-ova analiza

Poredak ključnih tržišnih sila u sektoru sporta u sljedećih 3 do 5 godina

n=48

Sve veća važnost pitanja ESG-a	1
Transformacija medijskog okruženja	2
Uvođenje novih natjecanja/turnira	3
Internet stvari (IoT) – sportska oprema i objekti	4
Sve veća zastupljenost ženskog sporta	5
Promjene preferencija i ponašanja navijača	6
Rastuća uloga institucionalnih investitora	7

SILE

02 Ulaganja u sektor sporta – razvoj komercijalne strategije

Lideri u sektoru i dalje su pretežno optimistični u pogledu perspektiva i prioriteta institucionalnih investitora, osobito kada je riječ o specifičnim prilikama za rast na području sportske infrastrukture i tržišta.

Naše analize pokazuju da su prestižni događaji, lige i momčadi, ali i organizacije sve skloniji aktivnim investitorima koji, osim kapitala, donose i svoje resurse te mrežu kontakata. Zbog toga ćemo vjerojatno svjedočiti novim i različitim strategijama ulaganja, s naglaskom na nove lige, ženski sport i područja koja mogu imati koristi od dodatnih ulaganja. Investitori će prednost davati prestižnim sportskim brendovima, događajima i sadržajima, a ključne kategorije su momčadi i lige. Također, očekuje se porast broja zajedničkih pothvata i strategija za stjecanje manjinskih udjela, s obzirom na sve veću raznolikost investitora (npr. investicijski fondovi privatnog kapitala usmjereni na sport, fondovi koje financiraju sportaši i individualni investitori) te želju za zajedničkim upravljanjem rizicima kako bi vrijednost imovine nastavila rasti.



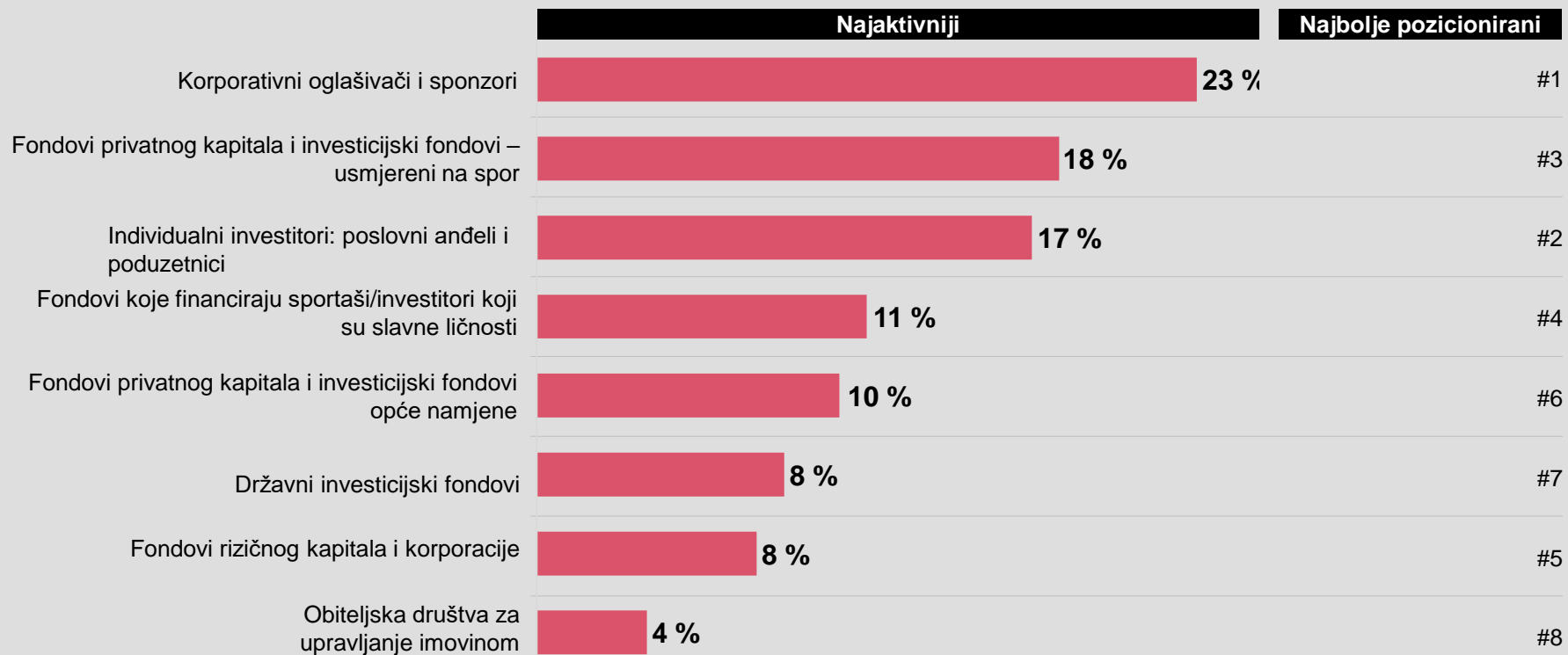
Sport je postao vrlo tražena klasa imovine koja privlači nove i sve raznolikije investitore

Rezultati otkrivaju da u Hrvatskoj privatni kapital još uvijek pokazuje nedovoljni interes za ulaganja u sport, a najveći broj investicija i dalje se očekuje od državnog kapitala ili trgovačkih društava u većinskom državnom vlasništvu. Pritom je interes najveći za najbolje lige i ekipe te medijski atraktivne događaje. Najaktivnije su korporacije čiji su proizvodi i usluge vrlo bliski sportskoj publici.



Najaktivniji i najbolje pozicionirani investitori u sportskom sektoru u sljedećih 3-5 godina

Postotak ispitanika



Izvor: PwC-ova analiza

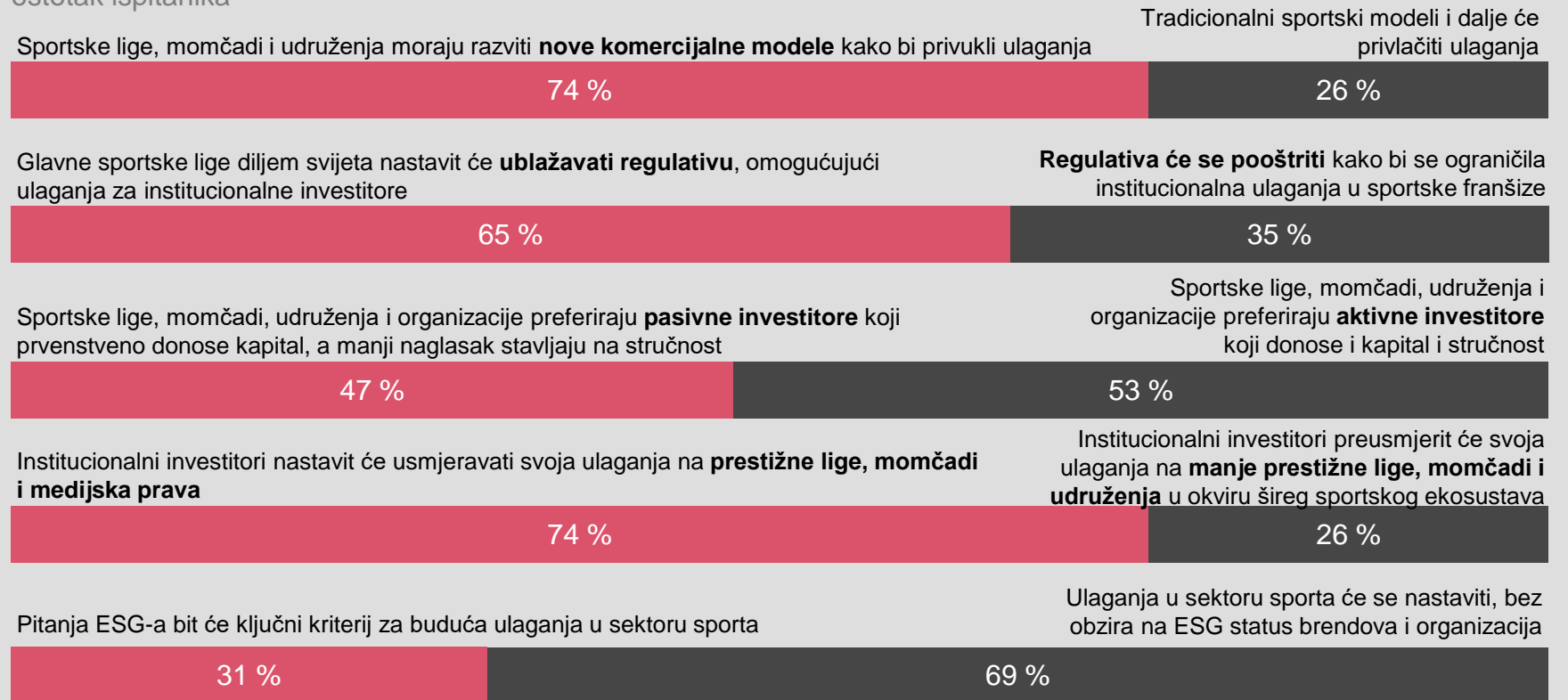
Investitori će vjerojatno i dalje biti usmjereni na prestižne sportske brendove, događaje i sadržaje, ali novi komercijalni modeli bit će ključni za privlačenje ulaganja

Istraživanje je pokazalo da većina smatra kako je nužno pronaći novi komercijalni model za privlačenje investitora u sektoru sporta.

Osim toga, većina hrvatskih ispitanika smatra da pitanja ESG-a (zaštita okoliša, društvena odgovornost i upravljanje) neće značajno utjecati na ulaganja u sport u idućih 3 do 5 godina.

Kako će institucionalna ulaganja utjecati na sektor sporta?

Postotak ispitanika



Izvor: PwC-ova analiza

03

Generativna umjetna inteligencija u sportu – nova dimenzija sportskog iskustva

Generativna umjetna inteligencija i druge inovativne tehnologije donose sportskim organizacijama priliku za transformaciju poslovanja i otkrivanje novih načina za poticanje rasta. Međutim, njezina primjena i utjecaj u sektoru sporta i dalje su nedosljedni, pri čemu će neke organizacije ostvariti veću korist od drugih.

Rezultati našeg istraživanja pokazuju da će poduzeća s područja sportske tehnologije i medija najvjerojatnije imati najveće koristi od generativne umjetne inteligencije, s obzirom na to da je većinom koriste za stvaranje i distribuciju sadržaja te razne aktivnosti za uključivanje navijača. Ispitanici su također istaknuli da će analize na temelju podataka o sportskim rezultatima omogućiti preciznija predviđanja, pri čemu se podaci i umjetna inteligencija planiraju koristiti i za poboljšanje iskustva navijača – od novih proizvoda do fleksibilnog i personaliziranog sustava prodaje ulaznica i drugih inovacija.

Iako postoje brojni primjeri uspješne primjene generativne umjetne inteligencije, većina rukovoditelja sportskih organizacija još uvijek nema jasnu strategiju za njezinu implementaciju. Većina ih smatra da prvo moraju prevladati određene prepreke, od osiguravanja financiranja i razvoja internih kapaciteta do izmjene postojećih poslovnih procesa.

Budući da su mnoge organizacije vrlo oprezne oko usvajanja generativne umjetne inteligencije, one koje prve započnu s primjenom moći će ostvariti značajnu konkurentsku prednost.



Vrhunska sportska priprema je multidisciplinarni i integrativni proces usmjeren na poboljšanje sportske izvedbe i zaštite zdravlja sportaša. Poseban izazov u sportskoj pripremi predstavlja menadžment podataka i harmonična komunikacija između stručnjaka različitih profila u okviru sportske organizacije. U takvim uvjetima umjetna inteligencija postaje vrlo važan alat u vrhunskom sportu jer omogućuje prikupljanje, analizu i interpretaciju velike količine podataka i informacija relevantnih za optimizaciju sportske pripreme. Ovaj tehnološki napredni alat može se koristiti kao pomoć u donošenju stručnih odluka, ali sposobnosti, znanja i vještine sportskih trenera te njihova intuicija, emocije i empatija ostaju bezvremenske i presudne kategorije u ostvarivanju vrhunskih sportskih rezultata.

Prof. dr.sc. Igor Jukić

Ravnatelj Centra za razvoj i istraživanje vrhunske sportske pripreme



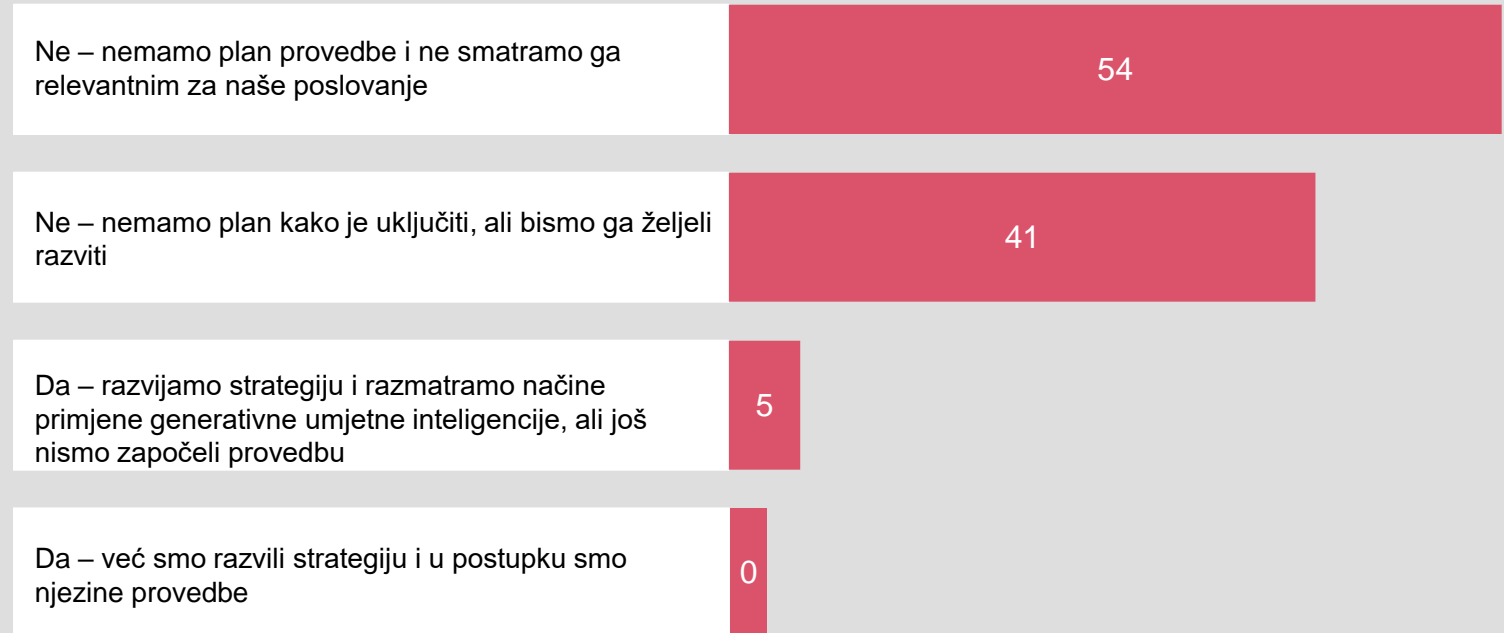
Iako su ispitane organizacije prepoznale potencijal za primjenu generativne umjetne inteligencije, 54 % je ne smatra relevantnom za svoje poslovanje

Umjetna inteligencija predstavlja izazov za većinu sudionika istraživanja. Naime, 95 % ispitanika nema plan implementacije umjetne inteligencije kao poslovnog modela, a nitko od ispitanika nije razvio strategiju ili plan implementacije umjetne inteligencije.



Spremnost za integraciju generativne umjetne inteligencije u poslovni model

Postotak ispitanika



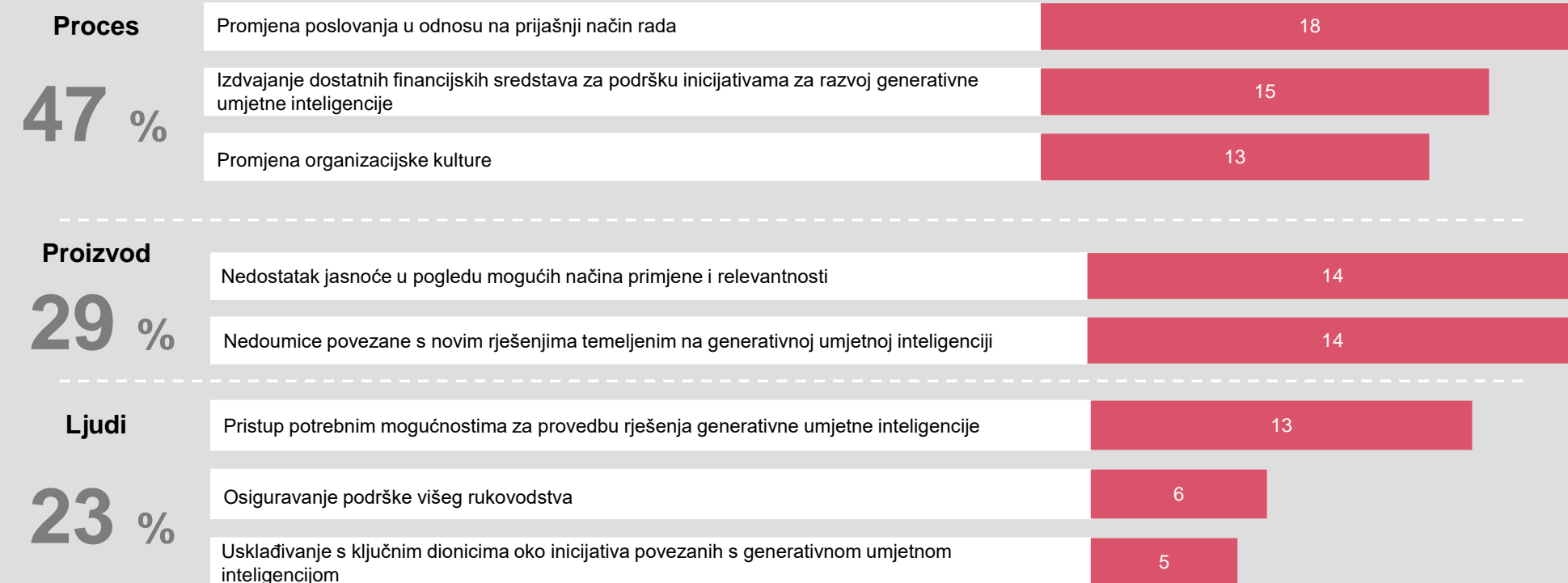
Izvor: PwC-ova analiza

Prihvatanje generativne umjetne inteligencije zahtijeva od organizacija da prevladaju prepreke i usvoje nove načine rada

Ispitanici istraživanja najvećom preprekom u implementaciji i razvoju umjetne inteligencije smatraju procese koji nisu prilagođeni njezinoj primjeni. Zbog toga je nužno mijenjati stare načine rada i razmišljanja. Osim toga, izazov predstavlja i broj ljudi spremnih na edukaciju, kao i samo prepoznavanje potencijala korištenja umjetne inteligencije u sportu.

Glavne prepreke usvajanju generativne umjetne inteligencije u sportu

Postotak ispitanika koji su uvrstili sljedeće inicijative među tri najvažnije



Izvor: PwC-ova analiza

Istraživanje o sektoru sporta za 2024.

PwC Hrvatska

04

Ženski sport – postojani optimizam

Rezultati istraživanja pokazuju da su rukovoditelji sportskih organizacija optimistični u pogledu daljnjeg rasta prihoda na području ženskog sporta, što ne iznenađuje s obzirom na sve veću posjećenost prestižnih sportskih događaja, rastuću gledanost, povećana ulaganja i veću uključenost navijača. Ključni pokretač tog rasta je veća medijska popraćenost, a kontinuirani fokus medijskih i TV kuća bit će presudan za budući uspjeh.

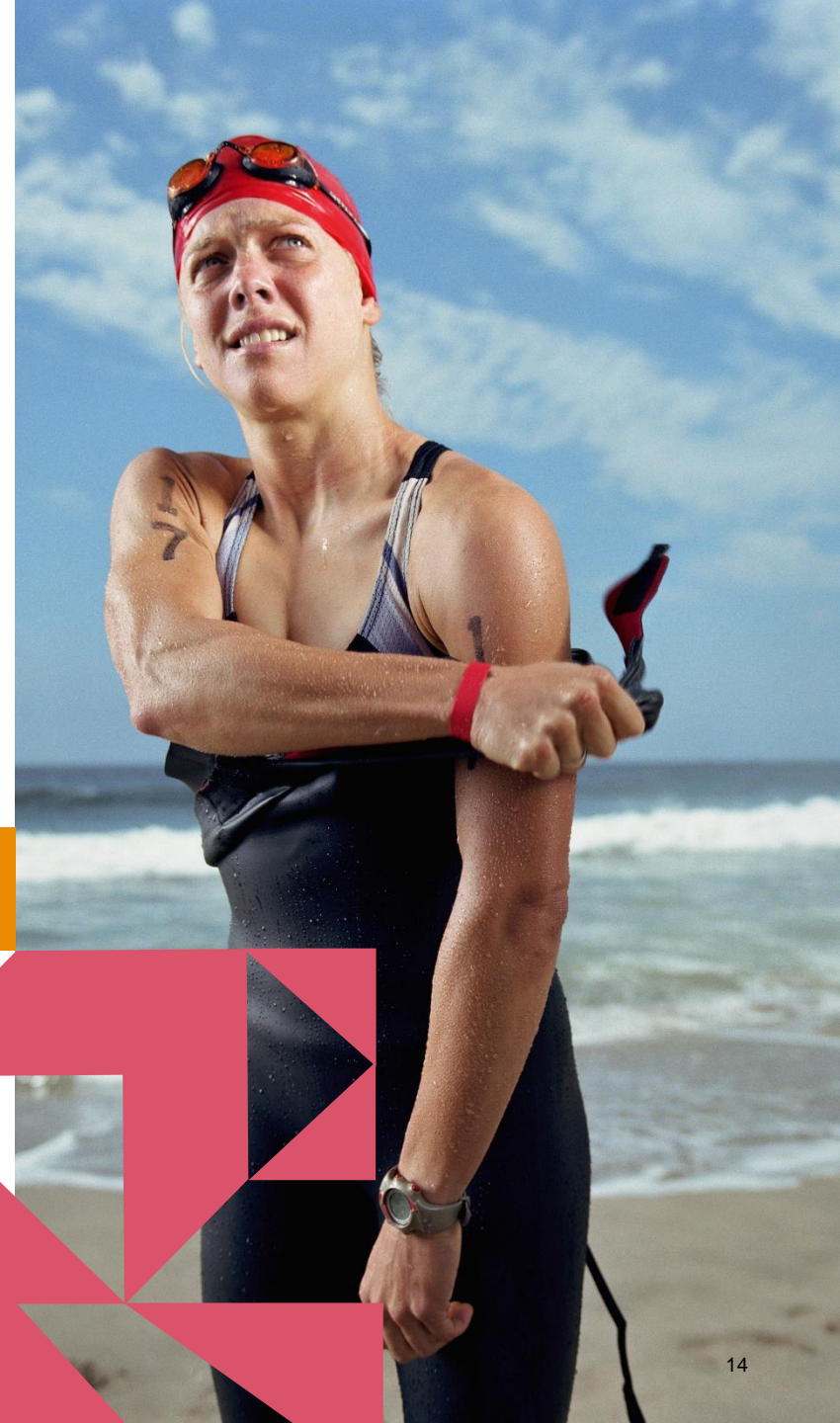
Ženski sport ima priliku razviti vlastiti put do uspjeha. S većom kreativnom slobodom otvara se uzbudljiva mogućnost stvaranja jedinstvenih sportskih iskustava prilagođenih novoj publici. Glavni prioritet trebao bi biti povećanje vidljivosti i dosega, što ne zahtijeva samo veću i dosljedniju medijsku prisutnost, već i bolje razumijevanje postojećih i potencijalnih navijača kako bi se unaprijedilo njihovo iskustvo i uključenost. Organizacije koje prepoznaju razlike između muške i ženske sportske publike te ih iskoriste za stvaranje jedinstvene ponude imat će najveće izgleda za ostvarenje značajnog rasta.



Uključivanje žena na liderske pozicije u sportu otežano je zbog duboko ukorijenjene patrijarhalne kulture koja oblikuje društveno naučena ponašanja, ograničava prilike za njihovo napredovanje i perpetuiira ideju da su muškarci "prirodni" vođe, dok su žene ograničene na privatnu, obiteljsku sferu. Društvo često potkopava autoritet žena na vodećim pozicijama stvarajući okruženje u kojem se njihove kompetencije češće dovode u pitanje, a njihove liderske sposobnosti umanjuju ili zanemaruju. Najveći izazov ženama u sportu predstavlja prevladavanje dominantnih patrijarhalnih obrazaca ponašanja i stvaranje preduvjeta za stvaranje egalitarne kulture.

Sunčica Bartoluci

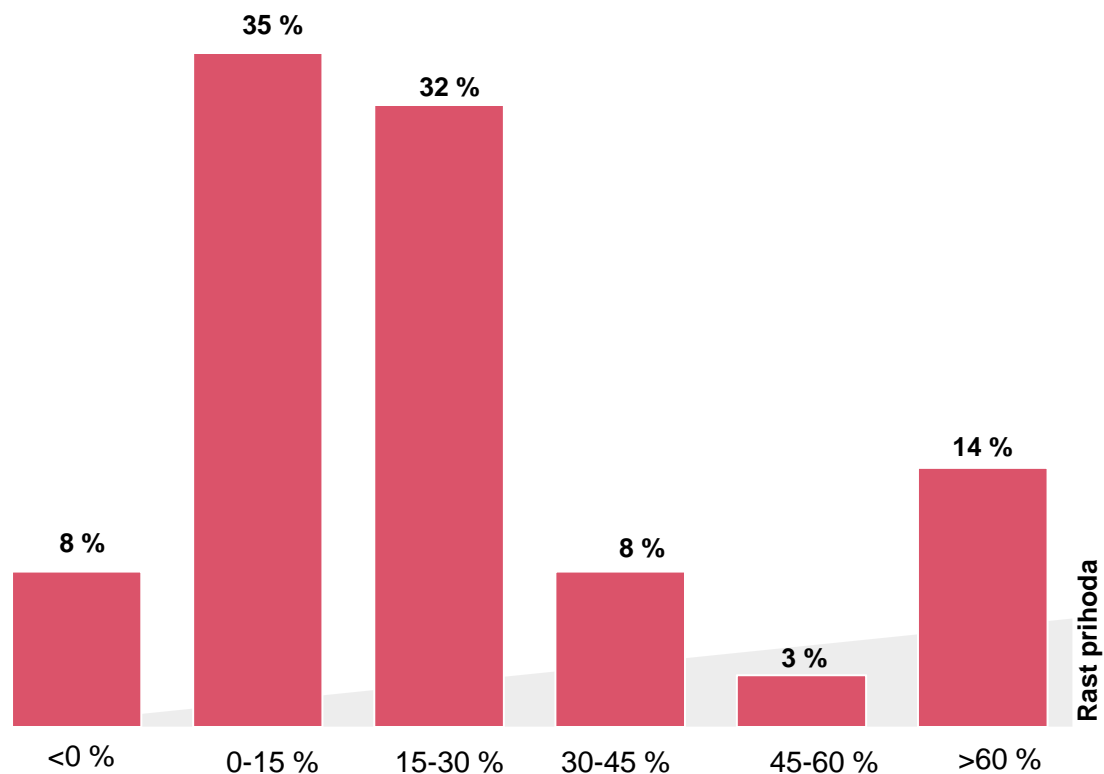
Izv.prof. na Kineziološkom fakultetu u Zagrebu



U Hrvatskoj, dvije trećine rukovoditelja sportskih organizacija smatra da će prihodi rasti do 30 % u idućih 3 do 5 godina

Očekivani rast prihoda na području ženskog sporta u sljedećih 3 do 5 godina

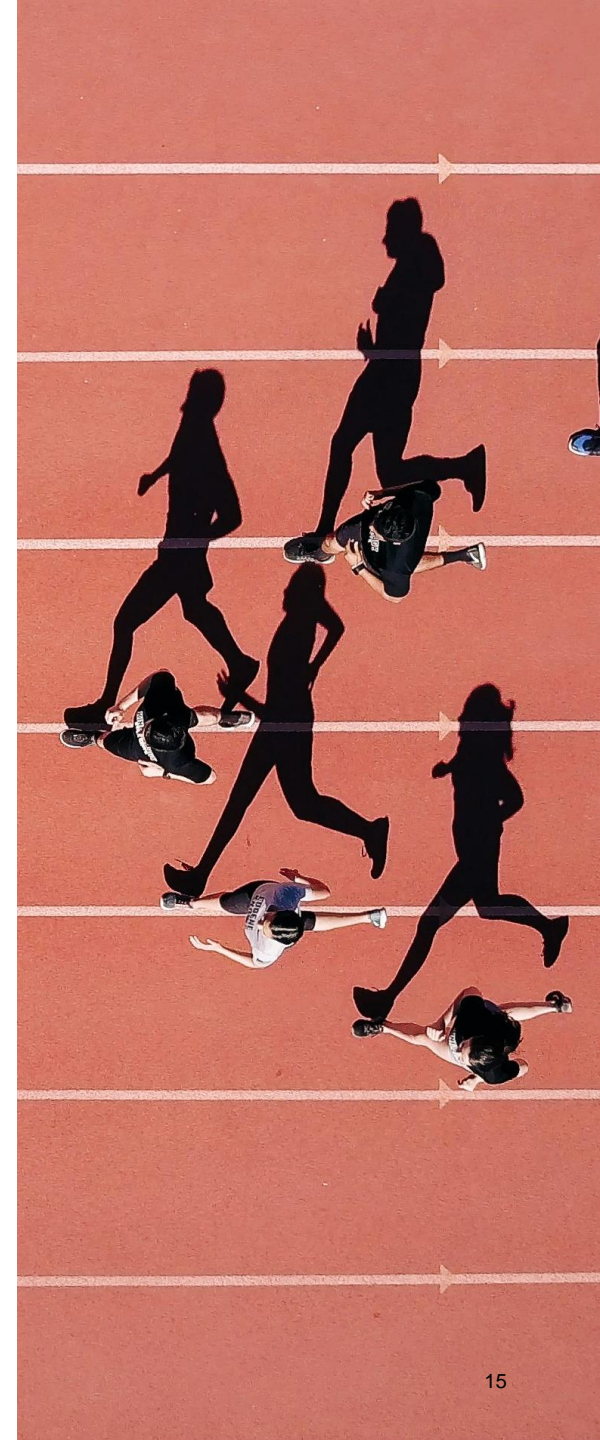
Postotak ispitanika



Izvor: PwC-ova analiza

U sljedećih 3 do 5 godina očekuje se rasta prihoda u na području ženskog sporta do 30 %, što predviđa čak 75 % ispitanika. Taj rast ponajviše će potaknuti veća prisutnost ženskog sporta u prijenosima uživo, uz snažniju promociju i učinkovitije marketinške aktivnosti.

Također se očekuje podrška državnih institucija i pokretanje inicijativa, kao i poboljšanja zakonskih okvira, posebno u svrhu većeg uključivanja žena u upravljačke i trenažne procese. Međutim, financiranje ženskih sportskih klubova i dalje znatno zaostaje u usporedbi s muškim klubovima.



Veća ulaganja ključna su za poticanje rasta, dok će prisutnost u medijima biti presudna za budući uspjeh

Najznačajnije inicijative koje doprinose porstu zastupljenosti ženskog sporta

Postotak ispitanika

	Posljednjih 3-5 godina			Sljedećih 3-5 godina	
	Rang	Promjena		Rang	%
Povećana ulaganja u razvoj sportašica	1	-	→	1	18 %
Raznovrsnija radna snaga (žene na vodećim pozicijama, trenerice)	4	-3	→	7	8 %
Porast broja sudionica na rekreativnoj i profesionalnoj razini	3	-	→	3	10 %
Veća medijska popraćenost, (snimke, reportaže, istaknuti trenuci	2	-	→	2	15 %
Povećanje broja prijenosa uživo ženskih sportskih natjecanja	5	-	→	5	10 %
Veća ulaganja u marketing i oglašavanje	6	+3	→	3	10 %
Veći broj prilika za ostvarivanje prihoda (medijska partnerstva, sponzorstva	11	+2	→	9	5 %
Veći broj velikih ženskih sportskih događaja	8	-	→	8	7 %
Veći broj sportskih događaja u kojima sudjeluju oba spola	7	-4	→	11	2 %
Lakši pristup platformama za praćenje ženskih sportova	12	-	→	12	2 %
Povećanje plaća i naknada sportašicama	10	+5	→	5	10 %
Poboljšana suradnja i dijeljenje resursa između muških i ženskih sportskih organizacija	9	-1	→	10	3 %

Izvor: PwC-ova analiza

Ispitanici smatraju da će do rasta ženskog sporta doći ako se povećaju plaće i naknade, što nije bio slučaj prethodnih godina.

Zanimljivo je da ne očekuju značajniji utjecaj žena na upravljačkim ili trenerskim pozicijama.



Najveći je izazov postići ravnopravnost u smislu postizanja jednakih uvjeta i prilika za žene u sportu. Izazov je i motivirati žene na mnogostruka odricanja s kojima će se susresti kroz karijeru, a da zbog njih ne odustanu i ostanu hrabre u postizanju rezultata i zauzimanju liderskih pozicija. Također, izazov je i medijski popularizirati ženski sport i raditi na njegovoj većoj praćenosti

Klaudija Bubalo

Direktorica RK Lokomotiva Zagreb, bivša rukometna reprezentativka

Za razvoj su ključni medijska popraćenost i vidljivost, kao i podrška u vidu partnerstava i sponzorstava

Sudionici istraživanja smatraju da su najbolji načini za uspješno privlačenje publike prijenosi uživo, promotivne i marketinške aktivnosti (poput smanjenja cijena ulaznica) te objavljivanje inspirativnih priča na društvenim mrežama.



Ako kao žena, svojim sposobnostima, obrazovanjem i kvalifikacijama, i dođemo u poziciju odlučivanja, često se žene zaobilaze i prednost daje muškarcima, već po navici, zbog nedostatka povjerenja u odluku donesenu od strane žene. Medijska praćenost zasigurno bi još više pomogla u prepoznavanju uspješnih žena u sportu; trenerica, sportašica, liderica. Medijska praćenost ne može štetiti, ona mora biti i pomaže svima. Za uspješne žene u sportu često niti ne znamo jer su na neki način skrivene dok im se ne da medijska pozornost. Žene se moraju međusobno podupirati i pratiti, a medijska pozornost jedan je od bitnih alata za promicanje žena u sportu.

Lada Rojc

FIFA-ina sudačka instruktorica

Ključni uvjeti za razvoj uspješnih ženskih sportskih događaja, liga i sl.

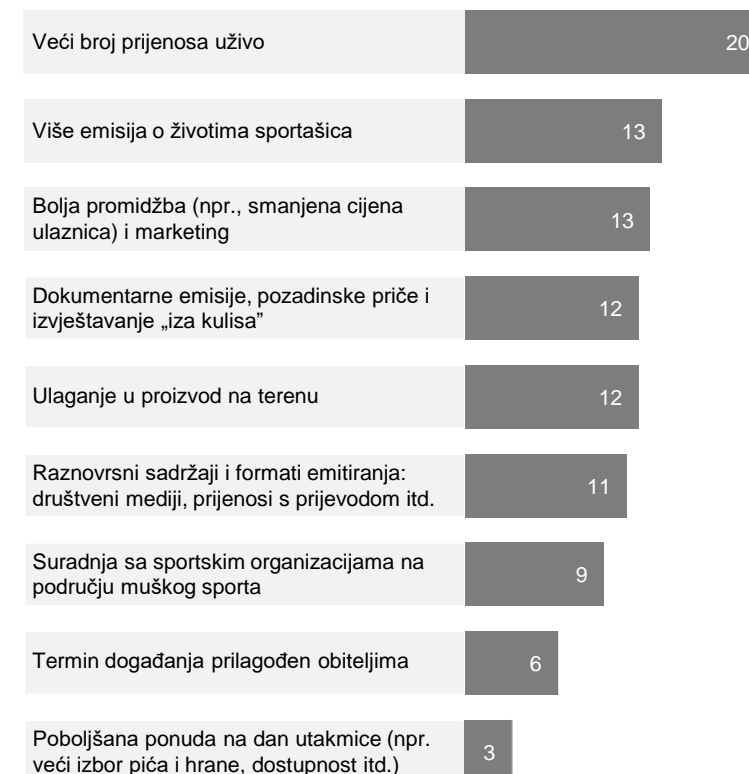
Postotak ispitanika



Izvor: PwC-ova analiza

Najbolji načini za povećanje interesa šire publike za ženske sportove

Postotak ispitanika



05

Veliki događaji – novi komercijalni i organizacijski modeli

Unatoč nadahnjujućim aspektima sporta, financijski čimbenici ostaju ključni motivatori, ali i prepreke koje odbijaju potencijalne domaćine od organizacije velikih događanja. Ulaganja u infrastrukturu i urbanistička obnova glavni su razlozi zbog kojih organizacije žele biti domaćini velikih sportskih događaja, no zabrinutost oko mogućeg prekoračenja budžeta i sve veći troškovi osiguranja mogu ih odvratiti od podnošenja ponuda. Također, javna potpora igra važnu ulogu, osobito jer porezni obveznici često snose financijski teret takvih događaja bez izravnih koristi, zbog čega je nužan angažman zajednice i isticanje dugoročnih koristi.

Zbog visokih troškova organizacije događaja i ograničenih povrata ulaganja državnim institucijama, financijski izazovi vjerojatno će i dalje predstavljati jednu od glavnih prepreka. U nadolazećim godinama bit će potrebno osmisliti nove komercijalne modele ili modele za organizaciju sportskih događaja, pri čemu bi zajednička organizacija mogla postati sve češći model za velike sportske događaje.



Organizacija međunarodnih natjecanja ima višestruki značaj za razvoj sporta na nacionalnoj i lokalnoj razini. Sportašima pruža neprocjenjivu priliku da nastupaju pred domaćom publikom, što djeluje kao snažan motivacijski faktor i dodatna inspiracija za vrhunske rezultate. Za nacionalni sportski savez, ovakvi događaji predstavljaju snažan alat promocije sporta, potiču interes mladih i šire prepoznatljivost sporta u javnosti. Istovremeno, država i lokalna zajednica ostvaruju brojne koristi – od turističkog i gospodarskog učinka do jačanja međunarodne vidljivosti i reputacije. Dodatno, međunarodna natjecanja imaju i važnu edukativnu komponentu jer približavaju sport široj publici, razvijaju svijest o sportskim vrijednostima i potiču aktivno bavljenje sportom.

Marijo Možnik

Predsjednik Hrvatskog gimnastičkog saveza i član Vijeća Svjetske gimnastičke federacije, docent na Kineziološkom fakultetu, osvajač svjetske i europskih medalja



Financijski čimbenici predstavljaju ključni poticaj, ali i prepreku za organizaciju velikih sportskih događaja

Budućnost organizacije velikih sportskih događaja ovisit će o dostupnosti adekvatne infrastrukture, financijskoj održivosti i podršci javnosti. S druge strane, glavni poticaji za njihovu organizaciju uključuju potrebu za infrastrukturnim poboljšanjima, promociju pozitivnog utjecaja sporta na zdravlje te rast prihoda u turizmu.



Kvalitetna i dostupna sportska infrastruktura jedan je od ključnih preduvjeta za sustavan razvoj sporta, kako na vrhunskom, tako i na rekreativnom i masovnom planu. U Osijeku imamo izvrstan primjer uspješne suradnje između javnog i privatnog sektora. Grad Osijek je, kao javni partner, osigurao zemljište i komunalnu infrastrukturu, dok je privatni partner, tvrtka Žito d.d., uložila 5 milijuna eura u izgradnju jednog od najmodernijih gimnastičkih centara u regiji. Naš centar površine 2400 m² sadrži pet dvorana, uključujući glavnu gimnastičku dvoranu veličine 1000 m² opremljenu vrhunskom opremom njemačkog proizvođača Spieth. U njemu danas djeluje Gimnastički klub Osijek Žito s više od 700 članova, većinom djece. Centar je domaćin sportašima iz cijelog svijeta koji ovdje provode pripreme i trening kampove, a iz njega je potekao i hrvatski olimpijac Aurel Benović, finalist Olimpijskih igara. Ovakvi infrastrukturni projekti pokazuju koliko je važno ulaganje u sport – ne samo za razvoj vrhunskih sportaša, već i za uključivanje šire zajednice u sportske aktivnosti, jačanje zdravlja populacije, ali i kao značajan generator gospodarskog i turističkog potencijala.

Vladimir Mađarević

trener gimnastičara Aurela Benovića

Glavni poticaji za organizaciju velikih sportskih događaja

Postotak ispitanika



Poticaji

Izvor: PwC-ova analiza

Glavni razlozi zbog kojih se potencijalni domaćini velikih događaja suzdržavaju od podnošenja ponuda

Postotak ispitanika



Prepreke

Većina ispitanika smatra da će za velike događaje u budućnosti biti potrebni novi komercijalni i/ili organizacijski modeli

Ispitanici smatraju da će u budućnosti organizacija velikih sportskih događanja biti usmjerena na održavanje na više lokacija, uz snažnu potporu državnih institucija, dok je očito da su potrebni novi komercijalni modeli organizacije.

Kako bi se velika sportska događanja mogla razvijati u nadolazećim godinama

Postotak ispitanika

Veliki sportski događaji **postat će dostupniji**, bilo virtualno ili fizički.

Veliki sportski događaji **postat će ekskluzivniji**.



Lokalni organizacijski odbori i dalje će biti domaćini velikim sportskim događanjima na **jednoj središnjoj lokaciji** kao što je grad ili regija.

Lokalni organizacijski odbori prijeći će na modele zajedničke organizacije kako bi se veliki sportski događaji mogli održavati na **više lokacija**



Smanjit će se opseg velikih sportskih događaja i koristit će se više postojeće infrastrukture.

Porast će opseg velikih sportskih događaja, što će potaknuti velike projekte razvoja infrastrukture.



Velike sportske događaje će i u budućnosti **pretežno financirati država**.

Velika sportska događanja ubuduće će **financirati privatni investitori**.



Međunarodni savezi i upravna tijela morat će **razviti nove komercijalne i organizacijske modele kako bi privukli zemlje i gradove domaćine**.

Međunarodni savezi i upravna tijela nastavit će koristiti **postojeće komercijalne i organizacijske modele** kako bi privukli domaćine.



Izvor: PwC-ova analiza

06

Uloga države u sportu – promicanje javnog zdravlja

Država ima ključnu ulogu u razvoju sporta, no strategije koje provodi nailaze na različite reakcije dionika u tom sektoru. U ovom dijelu analiziramo percepciju uključenosti države u sport, s naglaskom na područja na kojima je ostvaren uspjeh i područja koja je potrebno poboljšati. Ispitanici ističu važnost promicanja zdravlja stanovništva i jačanja nacionalnog identiteta, ali ujedno upozoravaju na izazove u komunikaciji i angažmanu ključnih dionika.

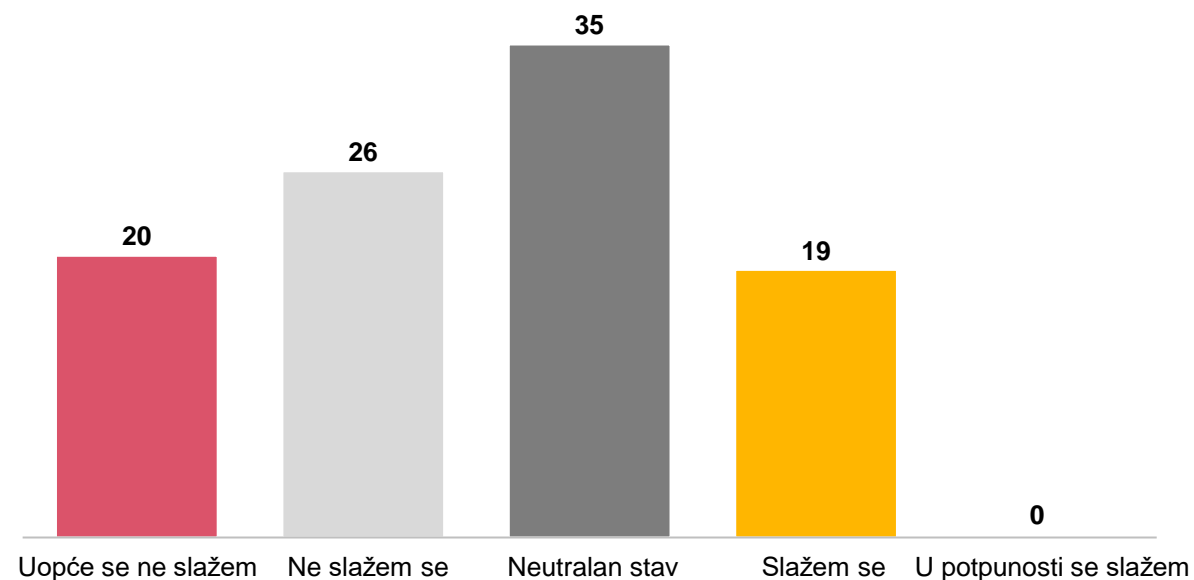
Unatoč visokoj vidljivosti profesionalnog sporta, i dalje je važno da državna tijela podupiru lokalne inicijative koje doprinose dobrobiti zajednice. Sve je izraženija potreba za boljim regulatornim okvirima i djelotvornijim strategijama javnog zdravlja. Iako su organizacija velikih sportskih događaja i jačanje nacionalnog ponosa u istraživanju ocijenjeni pozitivno, drugi strateški ciljevi, poput socijalne uključenosti i podrške privatnom sektoru, slabije su vrednovani. Ovakvi rezultati naglašavaju složenost izazova s kojima se državna tijela suočavaju u nastojanju da usklade različite interese dionika i fokusiraju se na ključna područja koja mogu potaknuti razvoj sektora sporta.



Sveukupno, samo 19 % ispitanika smatra da je državna strategija za razvoj sporta dobro promišljena i sveobuhvatna

Jesu li vizija, strategija i ciljevi razvoja sporta lokalnih državnih tijela dobro promišljeni i sveobuhvatni?

Postotak ispitanika

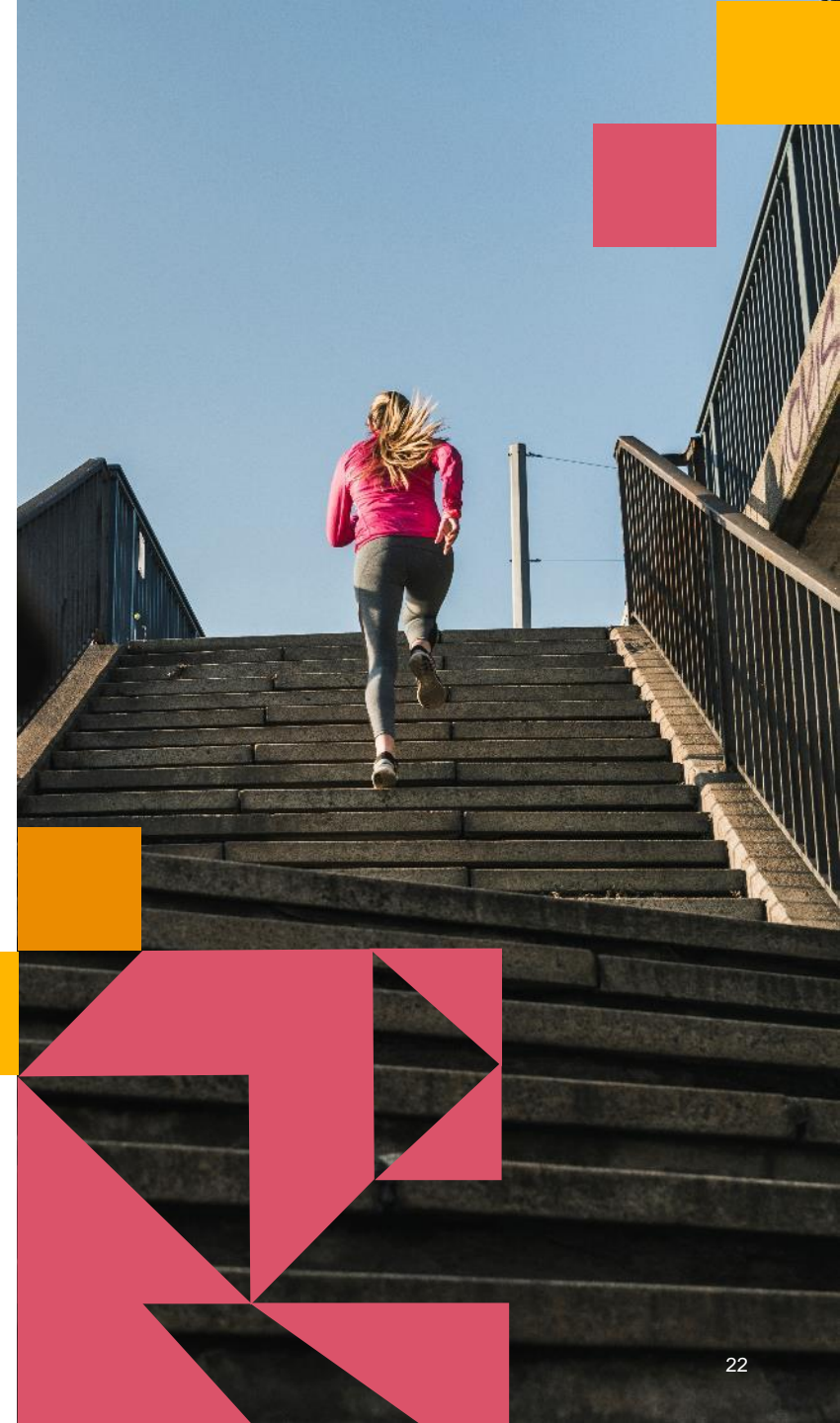


46 % ispitanika ne smatra da su strategije državnih institucija dobro promišljenje ili sveobuhvatne, a za njih 35 % bi se moglo zaključiti kako nemaju jasniji stav o pitanju.

Izvor: PwC-ova analiza

Istraživanje o sektoru sporta za 2024.

PwC Hrvatska



Promicanje zdravlja smatra se ključnim prioritetom u sportskim inicijativama državnih tijela...

Ispitanici smatraju da je promicanje zdravlja stanovništva glavni prioritet državnih sportskih inicijativa, dok su skeptični u pogledu njihovog pozitivnog ekonomskog učinka.

Također, smatraju da je jedan od glavnih zadataka države poticanje nacionalnog ponosa i jačanje identiteta putem sporta.

Najvažniji ciljevi državnih tijela u pogledu sportskih (i povezanih) inicijativa

Postotak ispitanika



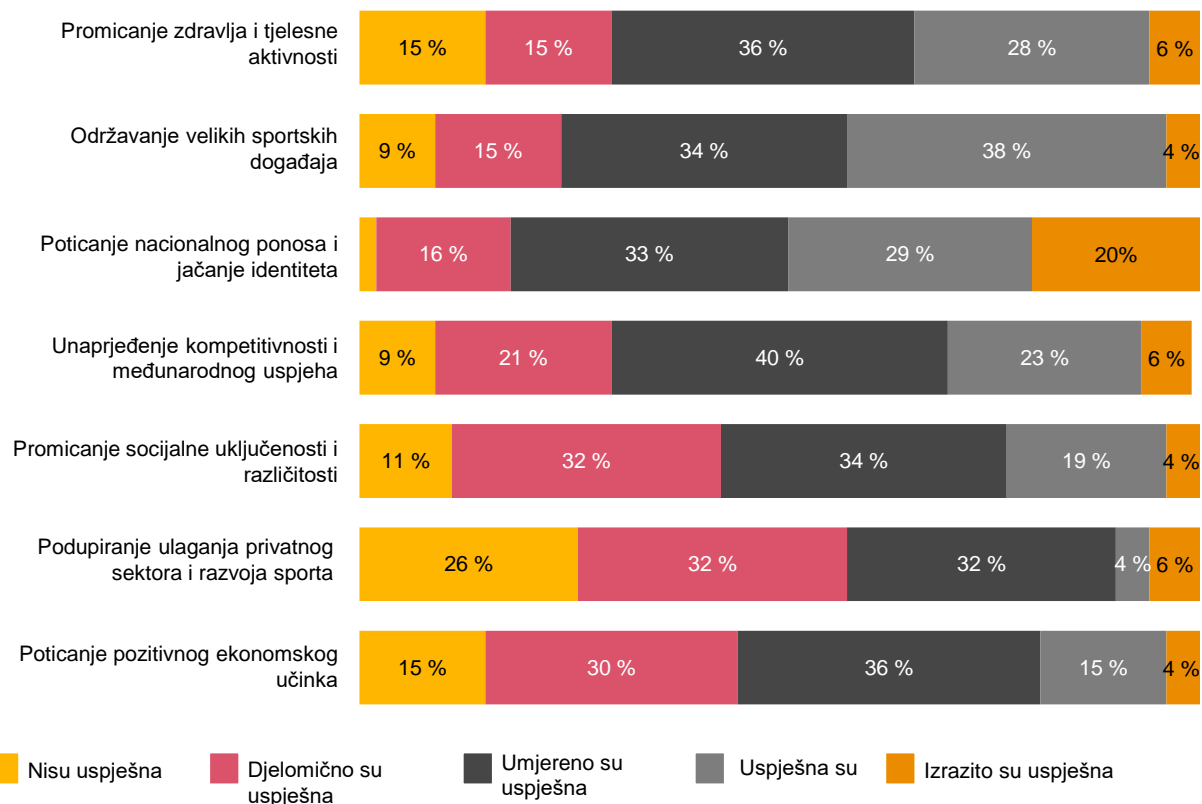
Izvor: PwC-ova analiza



...no većina ispitanika nije sigurna koliko su državna tijela uspješna u ostvarivanju ciljeva na području sporta

Uspjeh državnih tijela u ostvarivanju ciljeva na području sporta

Postotak ispitanika



Većina sudionika istraživanja smatra da država uspješno promovira utjecaj sporta na zdravlje, jača nacionalni identitet i doprinosi unaprjeđenju međunarodnog uspjeha, dok je manje uspješna u promicanju socijalne uključenosti, poticanju pozitivnih ekonomskih učinaka, a najmanje je uspješna u podupiranju privatnih ulaganja u razvoj sporta.

Izvor: PwC-ova analiza

Istraživanje o sektoru sporta za 2024.

PwC Hrvatska



Podaci o istraživanju

Ovo istraživanje provela je PwC-ova Globalna sportska mreža u razdoblju od siječnja do svibnja 2024. godine u obliku *online* upitnika koji je poslan liderima u sektoru sporta diljem svijeta. Ukupno smo zaprimili 411 odgovora iz 46 zemalja, a 48 odgovora prikupljeno je u Hrvatskoj.

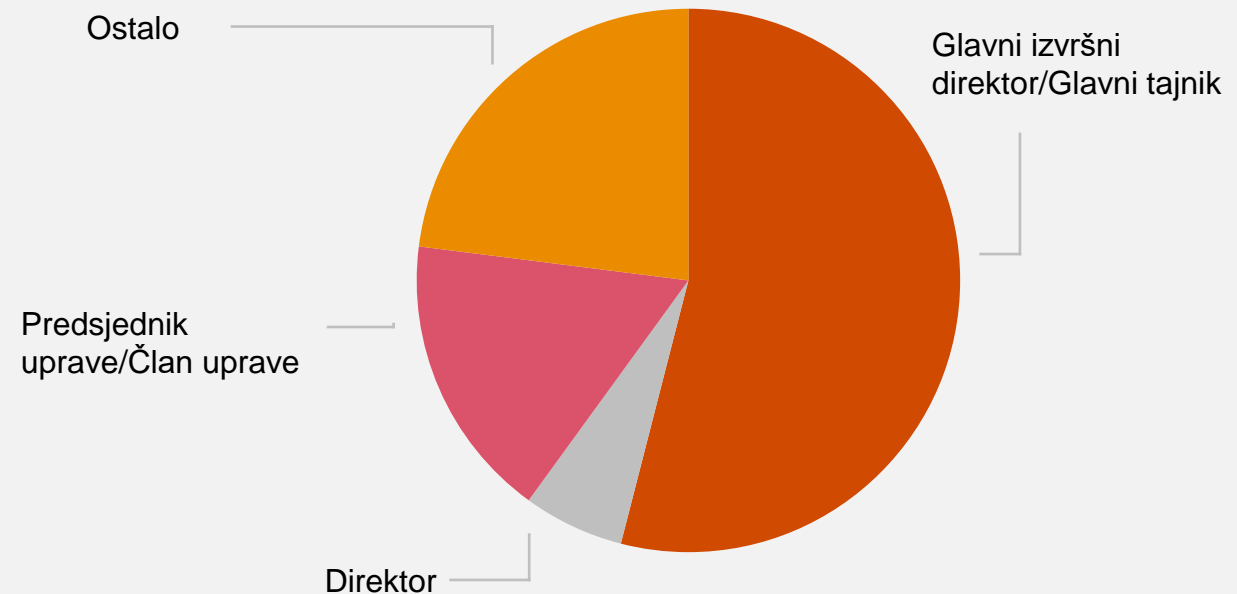
U trenutku istraživanja, svaki ispitanik bio je visoko pozicioniran unutar svoje organizacije.

Podaci o profilu sudionika za Hrvatsku:

- Glavni izvršni direktor/Glavni tajnik – 54 %
- Predsjednik uprave/Član uprave – 17 %
- Direktor 6 %
- ostalo – 23 %

Analiza u ovom izvještaju temelji se na zajedničkim stajalištima ispitanika, intervjuima sa stručnjacima iz sektora i zaključcima PwC-ovog tima te na našem iskustvu u vođenju i provedbi projekata.

Profil sudionika prema funkciji



Kontakti



John Gašparac

partner u Odjelu revizije
i računovodstvenog
savjetovanja

PwC Hrvatska



Mislav Slade-Šilović

direktor u Odjelu
poslovnog savjetovanja

PwC Hrvatska



Vladimir Topolnjak

viši menadžer u Odjelu
revizije i računovodstvenog
savjetovanja

PwC Hrvatska

© 2025 PwC Hrvatska Sva prava pridržana. Nije za daljnju distribuciju bez dopuštenja PwC-a.

PwC se odnosi na hrvatsko društvo člana mreže, a može se ponekad odnositi na mrežu PwC-a. Svako društvo član mreže zasebna je pravna osoba.

Ova publikacija daje samo opće smjernice o temama koje obrađuje i ne predstavlja stručni savjet. Ne biste trebali postupati shodno informacijama koje se nalaze u ovoj publikaciji bez dobivanja konkretnog stručnog savjeta. Ne daje se nikakva izjava ili jamstvo (izravno ili posredno) o točnosti ili potpunosti informacija sadržanih u ovoj publikaciji, te PricewaterhouseCoopers d.o.o. i PricewaterhouseCoopers Savjetovanje d.o.o. ne prihvaćaju i ne preuzimaju bilo kakvu obvezu, odgovornost ili dužnu pažnju za bilo kakve posljedice za slučaj da Vi ili bilo tko drugi postupa ili ne postupa, oslanjajući se na informacije sadržane u ovoj publikaciji ili za bilo koju odluku koja se temelji na njoj.