

UVOD

Finansijski menadžment sportske organizacije je dio njenog procesa menadžmenta koji obuhvata planiranje kontrolu i vrijednovanje njenog rada i poslovanje na osnovu finansijskih informacija.

Sistem finansijskog menadžmenta sadrži sve što je potrebno za kontrolisanje i upravljanje novcem. Dužan je da odgovori na pitanja :

- 1.šta namjeravamo?
- 2.koliko je novca potrebno za to?
- 3.odakle novac?
- 4.da li novac trošimo na pravi način?
- 5.da li ispunjavamo očekivanja nalogodavca (investitora, poreznika)?
- 6.da li su odluke pravilne? Da li se to isplati?

Prilikom planiranja bilo kakve manifestacije moramo voditi računa da umijemo da odgovorimo na svako od ovih pitanja jer samo tako bilans će biti pozitivan.

FINANSIJSKI PLAN SPORTSKOG DOGADJAJA

Organizovanje jednog sportskog događaja, po složenosti se može mjeriti sa organizovanjem jednokratnog plana sportsko-poslovnog projekta.

Organizovanje velikog sportskog događaja predstavlja izradu elaborata o strategiji, izvodljivosti i cjelokupnim sportskim i poslovnim efektima takve velike manifestacije. Jedan od prvih koraka u tom postupku je paralelna izrada operativnog plana i budžetiranje sportskog događaja.

Utvrđivanje kakav tip inicijalnog budžeta će se koristiti je jedan od najvažnijih faktora sa kojim se susreće organizovanje događaja i pripada fazi pripreme budžeta. Inicijalni budžet postavlja parametre i određuje razmere vrste događaja koji želimo da organizujemo.

Izuzetno je važno da lice koje rukovodi ovakvim projektom poseduje znanja o finansijskim pitanjima i knjigovodstva.

IZVORI PRIHODA SPORTSKOG DOGADJAJA

Ovakva vrsta događaja omogućuje ostvarivanje izvora prihoda sa većeg broja strana.

Generisanje fondova za finansiranje sportskih organizacije je jedna od vitalnih funkcija sportskog menadžmenta. U traganju za novcem neophodnim za finansiranje sportskih događaja najčešće slijedi strategija sponzorstava, dok su druge strategije manje zastupljene. Inicijalni fondovi mogu de obezbjediti iz izvora kakvi su pre-registracija, pristupne kotizacije timova, posebne akcije pribavljanja fondova ili lokalni sponzori. Ostvarivanje prihoda je omogućeno i u toku samog održavanja manifestacije (propagandni materijal, oprema, publikacije, ulaznice, hrana, piće...)i to, donekle, olakšava budžetiranje. Važno je da se ne oslanjamo na jedan način ostvarivanja prihoda.

SPONZORI KAO GLAVNI IZVOR PRIHODA

Sponzorstvo je uvijek nada u dobrobit.Kao komercijalni aranžman,ono donosi korist i jednoj i drugoj strani.To je poslovni odnos prema akteru,projektu,priredbi,ustanovi u kojoj se uspostavlja odnos razmjene.Razmjenjuje se novac i reklamne protiv usluge ili se razmjenjuju usluge za usluge.

ZLATNO PRAVILO SPONZORSTVA JE NE MOLITI VEĆ NUDITI!

Kao što smo pomenuli, glavni način budžetiranja sportskog događaja se ostvaruje putem sponzora.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com