

УВОД

Савремени спорт је последњих деценија добио одлике најизразитијег друштвеног феномена планетарних размера. Не постоји ни једна замља на свету која спорту не поклања посебну пажњу, а спортска борилишта добила су обележја својеврсних полигона на којима државе, посредством својих спортиста, проверавају и потврђују престиж. Спортски резултати, успеси, рекорди, па и спортска дипломатија, рангирају се данас као највише друштвене вредности. Спорт са својим захтевима постао је комплексна делатност у коју су укључени бројни друштвени, економски, научни и политички фактори. Карактер спортске активности, који се огледа у његовој мултидисциплинарности и интердисциплинарности, захтева од свих непосредних актера знатно виши степен научних и стручних информација него што је то био случај у прошлости. Савремени спорт у својој егзистенцијалној сфери тесно је повезан са бројним научним подручјима која су у функцији његовог развоја и усавршавања. Сложеност феномена спорта изискује његово континуирано научно-теоријско праћење и изучавање.

Спорт у својој делатној сфери представља карактеристичан "организам" који има примарни задатак да својој "основној супстанци" - спортистима, омогући реализацију свих потенцијала и остваривање нових вредности. Менаџмент као процес, друштвена пракса и савремена наука, реализовао се готово у целом свету. Данас се без уважавања основних менаџментских принципа и законитости не може замислити савремено организовање, управљање и вођење организација, што се, наравно, односи и на спорт. С тога је његова апликативност и примена у спорту више него могућа и неопходна. У спортској организацији менаџмент обезбеђује интегралност свих процеса и ресурса који су релевантни за управљање активностима и функцијама. Менаџмент у спортској организацији, односно у спорту, је у функцији трансфера идеје до коначног циља.

Непосредна спортска пракса код нас још увек недовољно афирмише законитости и вредности савременог менаџмента, те се велики број спортских организација и даље налази у простору израженог рутинерства и лаицизма својих руководећих структура. То се посебно односи на спортске организације тзв. "аматерског спорта" које су, као форма спортског организовања, још увек најприсутније на овим просторима. С тога је задатак новог профила кадрова који се појављују у спортској делатности - менаџера у спорту, да потенцирају и активно уведу у праксу менаџментски начин пословног комуницирања, што се код нас још увек може сматрати "пионирским" послом. Посебно у делу који се односи на планирање рада у спортским организацијама, те са њим у вези и планирања финансија као неопходног ресурса за реализацију планских активности.

Одговор на питање "колико је новчаних средстава потребно за реализацију планираних активности организације у наредној години?" добија се израдом **финансијског плана** спортске организације. Бизнис план, у суштини, представља комбинацију стратегијског, оперативног, маркетиншког и финансијског плана. Реално сачињен Бизнис план је основа за обезбеђивање финансијера и инвеститора спортске организације, као и покретач нових пословних програма. Такође, добар Бизнис план је у функцији унапређења спортске организације и њених програма. С тога се може слободно рећи да је за рад и егзистенцију сваке спортске организације неопходно обезбеђивање (прибављање) новчаних фондова, као категорије одређеног износа финансијских средстава који су у функцији реализације циљева спортске организације. Прибављена новчана средства представљају предмет финансијског менаџмента, чија се суштина огледа у сврсисходном коришћењу новца неопходног за спровођење планираних активности организације.