

Komercijalizacija nogometa-analiza slučaja razvoja Premiership-a

Kovačević, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Kinesiology Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Kineziološki fakultet Osijek**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:265:954329>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Kinesiology Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Kineziološki fakultet Osijek

Preddiplomski sveučilišni studij Kineziologije

Ivan Kovačević

**KOMERCIJALIZACIJA NOGOMETA – ANALIZA SLUČAJA
RAZVOJA PREMIERSHIP-A**

Završni rad

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Kineziološki fakultet Osijek

Preddiplomski sveučilišni studij Kineziologija

Ivan Kovačević

**KOMERCIJALIZACIJA NOGOMETA – ANALIZA SLUČAJA
RAZVOJA PREMIERSHIP-A**

Završni rad

JMBAG: 0111131016

e- mail: ikovacevic@kifos.hr

Mentor: doc. dr. sc. Tvrtko Galić

Sumentor: izv. prof. dr. sc. Ivica Kelam

Osijek, 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Kinesiology Osijek
University undergraduate study of Kinesiology

Ivan Kovačević

**COMMERCIALIZATION OF FOOTBALL – CASE ANALYSIS
OF PREMIERSHIP DEVELOPMENT**

Undergraduate thesis

Osijek, 2022.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad (navesti vrstu rada: završni / diplomski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Kineziološkog fakulteta Osijek, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju „Narodne novine“ broj 123/03., 198/03., 105/04., 174/04., 2/07.-Odluka USRH, 46/07., 63/11., 94/13., 139/13., 101/14.-Odluka USRH, 60/15.-Odluka USRH i 131/17.).
3. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice:

JMBAG: 0111131016

Službeni e-mail: ikovacevic@kifos.hr

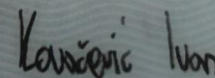
Naziv studija: Preddiplomski sveučilišni studij Kineziologije

Naslov rada: Komercijalizacija nogometa – Analiza slučaja razvoja Premiership-a

Mentor/mentorica završnog / diplomskog rada: doc. dr. sc. Tvrтко Galić

U Osijeku _2022._ godine

Potpis _____



KOMERCIJALIZACIJA NOGOMETA – ANALIZA SLUČAJA RAZVOJA PREMIERSHIP-A

SAŽETAK

Cilj završnog rada je prikazati kako je nogomet u Engleskoj prošao svoju evoluciju od sporta započetog od strane studenata, „preuzimanja“ nogometa od strane siromašnih engleskih obitelji do eksponencijalnog rasta diljem svijeta te eventualne komercijalizacije sporta diljem svijeta po uzoru na američke sportske lige. Način na koji se engleska borila protiv kulture huliganizma, te kako su uspjeli prometnuti svoju nacionalnu nogometnu ligu u vodeću u svijetu po kvaliteti nogometa i po zaradi klubova. Ovaj završni rad će također prikazati kako je ta evolucija u segmentima financija i kvalitete utjecala na navijače i simpatizere klubova.

Ključne riječi

Nogomet, Premiership, komercijalizacija

COMMERCIALIZATION OF FOOTBALL – CASE ANALYSIS OF PREMIERSHIP DEVELOPMENT

ABSTRACT

The goal of this thesis is to show how football in England has evolved from a sport started by students, the "takeover" of football by poor English families to its exponential growth worldwide and the eventual commercialization of the sport worldwide, modeled after American sports leagues. How the English managed to separate themselves from the culture of hooliganism and firms that operated before the nineties, and how they managed to place their national football league as the leading one in terms of the quality of football and the clubs profits. This thesis will also show how this evolution in terms of finances and quality has affected the fans and supporters of the clubs.

Keywords:

Football, Premiership, commercialization

SADRŽAJ

UVOD.....	1
POVIJESNI RAZVOJ NOGOMETA U ENGLJSKOJ	2
ZAČETAK PREMIERSHIPA	3
POČETCI KOMERCIJALIZACIJE	4
SPONZORSTVA I BRENDIRANJE	11
MANCHESTER UNITED KAO PRIMJER MODERNOG PREMIERLIGAŠKOG KLUBA	13
SUPER LIGA.....	15
ZAKLJUČAK.....	17
LITERATURA	18

UVOD

Britanski Sunday Times je 19. Svibnja 1985. godine opisivao nogomet kao „straćarski sport, koji igraju ljudi iz straćara na stadionima koji su straćare.“(David Goldblatt, 2014.). Danas se nogomet opisuje kao lukrativan biznis koji ulazi u istu rečenicu sa investicijama u nekretnine, bankovnim poslovima i ostalim industrijama u kojima se okreće velik novac. Nogometni klubovi više nisu samo klubovi, nego globalni brendovi koji se promoviraju po društvenim mrežama, ogromnim panoima, televiziji i drugim medijima.

Utakmica razigravanja za ulazak u Premiership se naziva multimilijunskom, gdje cifra raste svake godine (David Goldblatt, 2014.). U novinama i na portalima u sportskom odjeljku čitamo o financijama klubova, transferima i dugovima više nego o sportskim dostignućima. U današnje vrijeme nam se čini da je svaki novi transfer rekordni za pojedini klub, najveći za igrača na toj poziciji ili čak najveći u povijesti. Iznosi transfera su obavezan dio razgovora svih nogometnih fanova. Najčešće se spominje transfer Harryja Maguirea za 80 milijuna funti iz Leicester Cityja u Manchester United koji je 2019. godine oborio rekord za najskupljeg defanzivnog igrača u povijesti nogometa, taj transfer je također drugi najskuplji u povijesti Manchester Uniteda odmah iza transfera Paula Pogbe koji je 2016. došao iz Juventusa u Manchester United za 89 milijuna funti. Za svaki transfer se govori kako taj igrač ne vrijedi toliko novaca što se, nažalost, pokazalo istinitim u ova dva slučaja. No, kako je moguća tolika potrošnja? Kuper i Syzmanski (2009.) navode kako nogomet nije ni dobar ni loš biznis, čak bi se moglo reći da nije biznis uopće. Klubovi s vrha si mogu priuštiti toliku potrošnju, no oni na dnu čak moraju strahovati hoće li, ako ispadnu, uspjeti financijski uspjeti. Prosječan prihod klubova u Premiershipu je malo veći od prosječnog supermarketa (David Goldblatt, 2014.).

Goldblatt (2014.) Također navodi kako premierligaški biznis sustav ima 2 problema: Prvi, nogomet je preplavljen dugovima i, što ne iznenađuje, mučen stečajevima; oni posebno utječu na podjele liga ispod Premiershipa, koje snose troškove financijskih turbulencija i poremećaja. Drugi problem jesu, sve veće strukturne nejednakosti u raspodjeli dohotka koje nisu samo poticale klubove na bezobzirno financijsko kockanje, ali su učinile utakmice, pa čak i cijela natjecanja, sve manje kompetitivnima. U ovom završnom radu ću se osvrnuti na povijest nogometa, osnivanje engleske lige, te kako je nogomet izgubio svoj originalan identitet igre za siromašne i postao platforma za prihode velikih klubova i propast malih.

POVIJESNI RAZVOJ NOGOMETA U ENGLJSKOJ

Korijeni modernoga nogometa mogu se vući sve do 19. stoljeća u Velikoj Britaniji, varijacije ove igre se čak spominju prije srednjeg vijeka nazivajući se „narodnim nogometom“. Pravila su bila nedefinirana i većinom se igra izvodila po lokalnim običajima gdje su stara sela igrala međusobno. Početkom industrijalizacije i urbanizacije Velike Britanije radnička klasa je nalazila sve manje slobodnog vremena za uživanje i sportske aktivnosti, te je u kombinaciji sa zakonima provedenima u svrhu smanjenja tog nasilnog „narodnog nogometa“ izgubila dodir sa „svojom“ igrom (Alegi, Giulianotti i sur., 2022.). Stoga su, u svrhu ispunjenja slobodnog vremena tijekom zime, nogomet preuzele bogate škole. Svaka škola je imala svoju varijaciju pravila nogometa. Neke škole su dozvoljavala nošenje lopte u rukama dok druge nisu. Već sredinom 19. stoljeća učenici škole „Cambridge“ pišu pravila nogometne igre koja se nazivaju „Cambridge pravila“ te ih šire diljem Velike Britanije.

Do kulminacije dolazi 1863. godine kada se i službeno na sastanku novoosnovanih klubova ta pravila uvode kao službena i u potpunosti se razdvajaju od drugog tipa nogometa, odnosno ragbija. U svojoj začetnoj fazi FA, odnosno Football Association, je zabranjivao plaćanje igrača kako nogomet zaštititi od utjecaja aristokrata i klase bogatih građana. No, kako su nogomet igrali većinom radnici, građani niže klase Velike Britanije, klubovi su osjećali potrebu za plaćanjem tih igrača u svrhu kompenzacije za propušteni dan rada ili u goreu slučaju ozljeda. Osnivanjem Prve nogometne lige 1888. godine plaćanje igrača postaje standardna praksa, te se sve većim širenjem nogometa i onivanjem nogometnih klubova osniva i Druga nogometna liga koje su osnove ligaških natjecanja diljem svijeta.

Profesionalni klubovi postaju društva s ograničenom odgovornošću kako bi osigurali posjede za gradnju stadiona. Vlasnici klubova u začetku nogometa su bili većinom privatnici koji nisu imali prihode od kluba ali su tim vlasništvom imali značajniji utjecaj u društvu. Nogomet se rastavio razvijati, pod utjecajem engleskih liga, diljem svijeta (u Francuskoj je prva profesionalna liga osnovana tek 1932.-e godine. iako je nogomet igran još od 1870-ih.) kroz cijelo dvadeseto stoljeće. Proporcionalno sa rastom nogometa i njegove popularnosti rastao je i profit te plaće igrača, trenera i ostalog osoblja oko nogometnih klubova.

ZAČETAK PREMIERSHIPA

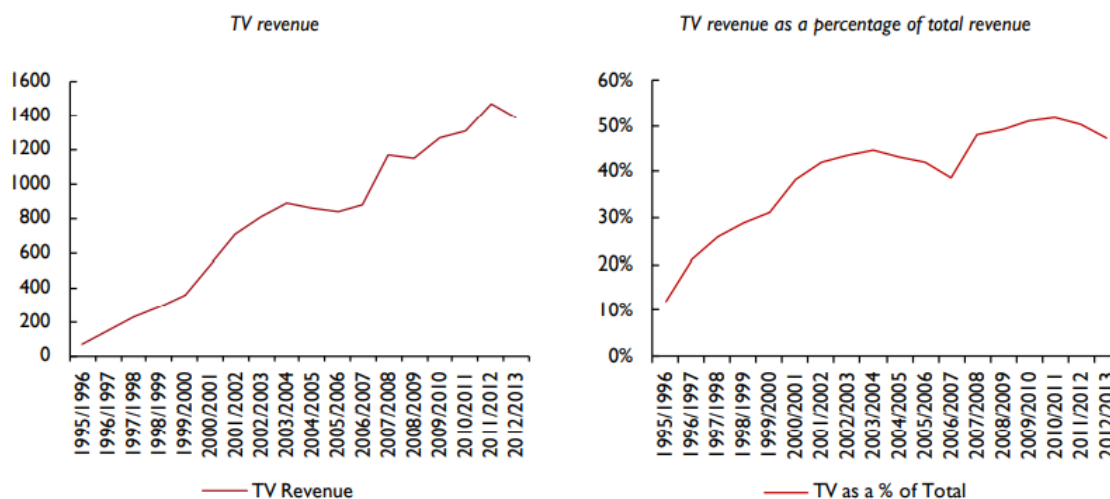
Početak 1990-ih u engleskom nogometu dolazi do blage pobune klubova. Klubovi su smatrali da je vodstvo lige izgubilo dodir sa klubovima, te su smatrali kako je liga sa poduzetničke strane slabo vođena. Klubovi su smatrali da iako su povijesno kroz dvadeseto stoljeće postizali velike uspjehe u europskim natjecanjima, te promovirali Englesku kao izrazito uspješnu nogometnu naciju, nisu bili dovoljno plaćeni i podržani od strane vodstva lige. Kada uz to dodamo probleme poput huliganizma, koji je bio rak rana ne samo vodstva engleske prve lige nego i političkoga vodstva, i katastrofu poput Hillsborougha klubovi su počeli postavljati pitanja poput koliko je vodstvo prve nogometne lige kompetentno.

Velika petorka klubova (Arsenal, Liverpool, Manchester United, Everton i Liverpool) je smatrala kako moraju uzeti stvari u svoje ruke kako bi promovirali formaciju nove lige. Takva promjena među velikom petorkom utrla je put radikalnom preostroju engleskih prvoligaša i imala je dugotrajan učinak na nogomet u cjelini. Zagovornici ovih izmjena su bili potpomognuti marketinškim razvojem kluba. Vodstvo engleskog saveza kao prioritet stavlja ekonomsku ekspanziju. Komercijalno motiviran nogomet smatrali su krajnjim rezultatom održivosti i učinkovitosti. U svibnju 1992. i službeno je počelo formiranje Premiership-a. On se uspio razviti na početku sezone 1992./93. unatoč želji Football League-a da zadrži kontrolu nad Prvom ligom i odluci FA-a da odustane od prijedloga Premiership-a. Znajući da će sporazum sa Sky televizijom ili ITV-om osigurati novac od televizijskih prava toga ljeta, klubovi su bili spremni podržati odvajanje. BBC, najslavnija i najcjenjenija britanska televizijska ustanova, pridružila se ideji osnivanja Premiership-a, koji bi samo zamijenio Prvu ligu.

Engleski klupski nogomet nedvojbeno se pretvorio u kapitalistički biznis. Sky TV je, u tipičnoj američkoj maniri, pomogao u prilagođavanju organizacije oko datuma odigravanja utakmica kako bi zadovoljili fanove tijekom cijelog vikenda (Damms 2021.). Čak je uvedena i verzija američkog Monday Night Footballa u kojoj se analizirala najbitnija utakmica toga kola. Analiza na poluvremenu, sportski talk-showovi prije i poslije utakmica i znatno bolja kvaliteta televizijske produkcije su bili rezultati Sky-eve beskompromisne potrošnje kako bi se gledateljima pružilo što bolje iskustvo gledanja utakmica. Navijačko nasilje doista se smanjilo kao rezultat marketinga engleskog nogometa, koji je uključivao njegov imidž u cijelom svijetu, te povećane kontrole vlade i nogometnog saveza.

POČETCI KOMERCIJALIZACIJE

Klubovi su bili visoko motivirani kako bi izbjegli igranje u Championshipu zbog enormne razlike u godišnjem prihodu koja je postojala između nje i Premier lige. Sa svakim ugovorom koji je Premier liga potpisala, televizijski prihodi su rasli, kako u zemlji tako i u inozemstvu. Ekipe koje su konstantno održavale svoju kvalitetu to su i činile. Nisu nailazile na financijskih poteškoće i došlo je do učvršćivanja vlasti vrhunskih ekipa. To su bile ekipe koje su se mogle oslanjati na potrošnju dovođenja igrača, odnosno, nisu se morale fokusirati na promoviranje mladih igrača iz vlastitih akademija. Razlika u financijama između klubova pogoršana je sve većim nerazmjerom između Premier lige i Championshipa (Burdekin i Franklin, 2015.).



Slika 1

Prihod od TV prava 1995./96.-2012./13. (Prihodi su izraženi u milijunima Eura.).
Burdekin, R. i Franklin, M. (2015). *Transfer Spending in the English Premier League: The Haves and the Have Nots*. *National Institute Economic Review*, 232(1), 4-17.
<https://doi.org/10.1177/002795011523200102>

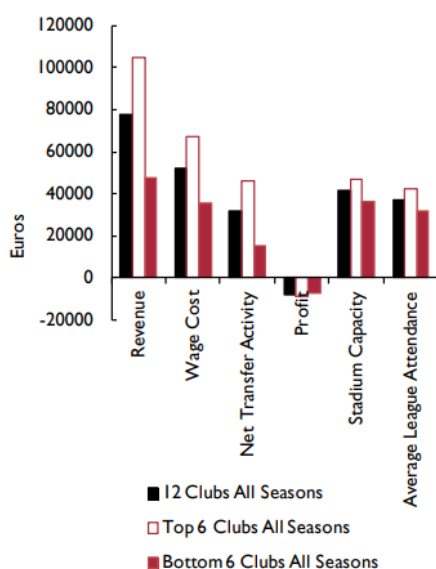
Season	TV revenue €mn	Total revenue €mn	TV revenue as % of total revenue
1995/1996	62	516	12
1996/1997	145	692	21
1997/1998	225	867	26
1998/1999	290	998	29
1999/2000	357	1151	31
2000/2001	537	1397	38
2001/2002	709	1688	42
2002/2003	810	1857	44
2003/2004	884	1976	45
2004/2005	856	1975	43
2005/2006	839	1995	42
2006/2007	880	2273	39
2007/2008	1169	2441	48
2008/2009	1142	2326	49
2009/2010	1270	2479	51
2010/2011	1305	2517	52
2011/2012	1470	2917	50
2012/2013	1390	2946	47

Slika 2

Prihod od TV prava po sezonama.

Burdekin, R. i Franklin, M. (2015). Transfer Spending in the English Premier League: The Haves and the Have Nots. National Institute Economic Review, 232(1), 4-17.

<https://doi.org/10.1177/002795011523200102>



Slika 3

Prihodi, plaće, aktivnost transfera, profit, kapacitet stadiona i prosječna posjećenost prvih 6 i zadnjih 6 ekipa.

Burdekin, R. i Franklin, M. (2015). Transfer Spending in the English Premier League: The Haves and the Have Nots. National Institute Economic Review, 232(1), 4-17.

<https://doi.org/10.1177/002795011523200102>

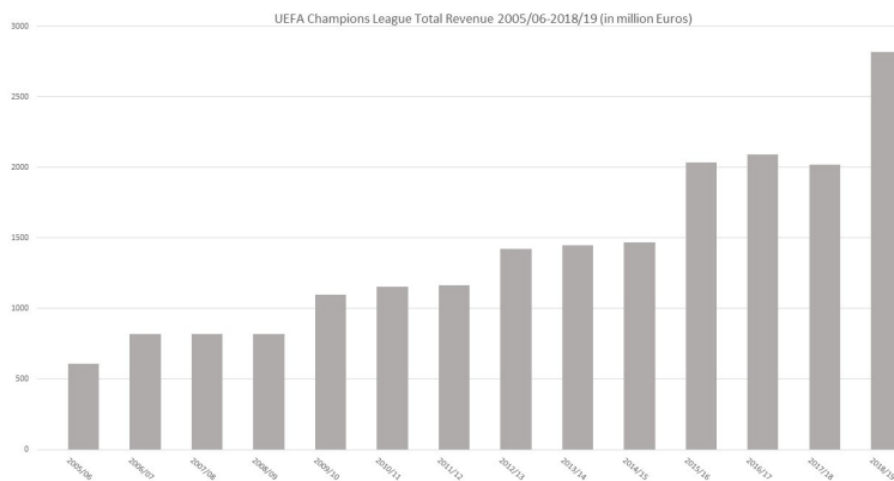
Manchester United je postao dinastija 1990-ih pod Sir Alexom Fergusonom, taj uspjeh se nastavlja i ulaskom u novi milenij, a klub i Premier liga rastu u globalne brendove. Premier liga je pružila platformu svim klubovima koji su mogli uspjeti, pa tako i Manchester Unitedu koji je maksimalno iskoristio šansu kako bi postali nova sila u engleskom nogometu. Osnutak Premier lige je označio i zanimljivo razdoblje za promjene snage u nogometu. Liverpool, koji je prethodno dominirao 1970-ih i 1980-ih, doživio je nagli pad kvalitete u 1990-ima. Padom Liverpoolove kvalitete otvorio se put ostalim klubovima kako bi popunili to prazno mjesto. Aston Villa, Norwich City i Blackburn Rovers bili su neočekivani rivali s Leeds Unitedom i

Arsenalom. Manchester United, čiji je uspjeh bio nepostojan od prvih ligaških uspjeha 1970-ih godina, osvaja prvo izdanje Premiershipa 1993. godine te taj uspjeh ponavlja još četiri puta kroz 90-e.

Klub je tri puta osvojio Premier ligu i FA kup 1993./94., 1995./96. i 1998./99. 1998./99. Također ostvaruju uspjeh koji nijedna engleska ekipa prije njih nije uspjela. Osvajanje svih triju velikih natjecanja, Premier lige, Lige prvaka i FA Kupa. Dominacija Manchester Uniteda u prva dva desetljeća Premier lige bio je kontestiran od strane samo par klubova. Arsenal, koji su bili prvaci u sezonama 1997./98., 2001./02. i 2003./04., kao i Chelsea 2004./05., 2005./06., i 2009./10. Te dvije ekipe su bile jedine koje su se kontinuirano natjecale s Manchester Unitedom. U prošlosti je Arsenal bio ugledna momčad s mnogo financijskih sredstava, jedan od najboljih klubova u Londonu. Chelsea je u međuvremenu predstavljao sasvim drugu opasnost.

Rizik koji predstavlja klub bogataša koji vodi netko sa, moglo bi se reći, beskonačnim novcem. Nije bitna svota koja bi bila potrebna da se okupi tim najvišeg kalibra. Manchester City, je u 2010-ima preuzeo konce premier lige kao nova ekipa sa beskonačnim novcem. Ali u eri Premier lige, Chelsea je bio prvi koji je napravio značajan potres. Velika četvorka, koja uključuje Chelsea, Arsenal, Manchester United i Liverpool su najveće uspjehe postigli 2000-ih, ali temelj za njihovu nadmoć zapravo je postavljen u 1990-ima. Činjenica da su bili uspješni u ligi, a ne samo u FA kupu ili engleskom nogometnom Liga kupu pokazuje koliko su bili konstanti. Samo je pet momčadi osim velike četvorke osvojilo FA kup od 1992., a Manchester City ima dvije od tih pobjeda otkako je Sheikh Mansour preuzeo klub 2008. godine. Uz već spomenuti Manchester City i klub iz sjevernog Londona, Tottenham Hotspursa, velika četvorka brzo je evoluirala u veliku šestorku.

Iako nisu klasificirani kao velikani engleskog nogometa, u eri Premier lige, Manchester City i Tottenham uspješno su se razvijali pod novim vlasništvom i nametnuli su se kao kandidati za naslov gotovo svake sezone. Novac je, naravno, bio jedinstvena i postojana prednost za obje ekipe. Novčana nagrada kluba povećavala se s njihovom pozicijom na konačnoj ljestvici Premier lige, a plasman dovoljno visok da se kvalificira za europska natjecanja—posebno UEFA Ligu prvaka—zajamčio je više natjecanja i novca od prijenosa za sljedeću sezonu (Damms, 2021.).



Slika 4

Prihodi Lige Prvaka 2005./06.-2018./19. (Iznosi u milijunima eura)

Wagner, U., Storm, R. K. i Cortsen, K. (2021). *Commercialization, Governance Problems, and the Future of European Football—Or Why the European Super League Is Not a Solution to the Challenges Facing Football*. *International Journal of Sport Communication*, 14(3), 321-333 <https://doi.org/10.1123/ijsc.2021-0049>

Međutim, najvažniji aspekt klupskih financija ostao je mogu li vlasnici kluba osigurati i pouzdan izvor financiranja za klupske operacije i spremnost na značajna ulaganja u projekt pobjedničkih klubova. U 1990-ima je nekoliko manjih momčadi moglo završiti visoko na ljestvici Premier lige, ali od 2000-ih ta pojava postaje sve rjeđa.

Momčad izvan velike šestorke samo je dva puta osvojila Premier ligu. Leicester City je to postigao u sezoni 2015/16, postigavši ogroman rezultat osvajajući naslov prvaka u Premier ligi unatoč izgledima 5000/1 (Daniel Geey, 2019.). N'golo Kante i Riyad Mahrez, dva najbolja igrača momčadi, kasnije su prodani Chelseaju, odnosno Manchester Cityju, no model je bio tu za manje momčadi da se razvijaju i stvore skupinu igrača koja se može natjecati s najboljima.

Chelsea je primjer utjecaja bogatog vlasništva. Klub je dostizao određene uspjehe 1990-ima, ali Roman Abramovič, ruski milijarder magnat, kupio je momčad 2003. godine, podigavši je do statusa favorita za osvajanje Premier lige. Kao pristaša Vladimira Putina i vlasnik državne informativne mreže NTV, Abramovič je bio poznat po svojoj ambiciji.

Istu razinu ambicija je imao u nogometu, potrošivši pravo bogatstvo da pomogne Chelseaju kako bi došao to uspjeha u domaćim i na međunarodnim natjecanjima. U to vrijeme ni Premier liga ni UEFA nisu imale nikakvu financijsku regulativu.

Posljedično, sve dok je klub mogao održavati svoju financijsku održivost, mogao je potrošiti iznos koji god je smatrao prikladnim na transfere i plaće igrača. Klub je potrošio više na transfere u Abramovičevoj prvoj sezoni na čelu nego u prethodnih šest sezona zajedno. Kao posljedica toga, Chelsea se borio s Manchester Unitedom i Arsenalom za titulu početkom 2000-ih koju i osvajaju 2004./05.

To im je ujedno bila i prva titula nakon 1954./55., a taj uspjeh ponavljaju i iduće sezone 2004./05. Liverpool je izrastao u najprosperitetniji engleski klub, no unatoč dominaciji u ligi, kupu i europskim turnirima 1970-ih i 1980-ih, nisu osvojili titulu sve do sezone 2019./20.

Usprkos tome, nastavili su biti među najvećim momčadima u Engleskoj kroz to vrijeme, stalno se približavajući vrhu svake sezone u Premier ligi, pa su čak osvojili i drugu titulu UEFA Ligu prvaka u svojoj povijesti 2004./05. Premiership je nedvojbeno evoluirao u ligu koja je uglavnom bila usmjerena na zarađivanje novca. Utjecaj novca i korporativne moći na igru također je došao s dodatnim problemima, a posebno su navijači počeli shvaćati mnoga ograničenja koja je korporativna moć nametnula njihovom utjecaju na igru. Ekonomske lekcije koje se iz ovoga mogu izvući uključuju važnost profitnog motiva i rast tržišta Premier lige kao rezultat povećane televizijske pokrivenosti (Damms, 2021.).

Igrači, treneri i navijači nisu uvijek cijenili financijsku moć Premier lige. Igrači i treneri bili su zabrinuti zbog utjecaja koji je profit imao na sigurnost igrača zbog zbijenog rasporeda natjecanja, čak i ako se zarada u sportu povećala zajedno s vrijednošću samog sporta. Zabrinutost je bila usmjerena na to kako na raspored utakmica veći utjecaj mogu imati vanjske strane od klubova. Zbog sudjelovanja u sve većem natjecanja nego manji timovi, veliki klubovi su imali više utakmica tijekom sezone. Klubovi koji su sudjelovali u europskim turnirima često su igrali šest do šesnaest utakmica više svake sezone od klubova koji nisu uspjeli izboriti europska natjecanja, a takvi su klubovi često postizali veći napredak u domaćim kupovima poput FA kupa i EFL kupa. Užurbani rasporedi uzeli su fizički danak igračima, koji su također morali putovati na udaljenija gostovanja. Nekolicina većih klubova mogla je odigrati između pedeset i šezdeset utakmica u sezoni koja je trajala od kolovoza do svibnja sljedeće godine.

Unatoč prigovorima na raspored utakmica upravo ti veliki klubovi su imali najveće prihode od Premier lige.

Veća financijska ovisnost o Premier ligi konačno donosi sve veći disparitet u prihodima, što je bila otegotna okolnost klubovima koji su ispadali u nižu ligu. Football lige i njeni klubovi djelovali su ekonomski neovisno o Premier ligi do ove točke, a zabrinjavajuće stanje nogometnih klubova na rubu bankrota potaknulo je Premier ligu da se uključi u njihovo financiranje. S početkom sezone 2006./07., klubovi koji su ispali iz Premier lige počeli su primati "padobranske isplate" kao sigurnosnu mrežu za financijski opstanak dok se prilagođavaju igranju u nižoj, siromašnijoj ligi.

Uz isplate "solidarnosti" od 1 milijun funti za svaku od ostalih momčadi EFL Championshipa (Damms, 2021.).

Biti djelomično financijski odgovoran za momčadi u nižim ligama bio je novi presedan koji je bio fascinantna za sustav koji je davao prednost konkurentnosti i pokazao rizik s kojim su se suočili klubovi Premier lige koji nisu mogli opstati u njoj. Svaka se momčad suočavala s financijskim rizikom jer je za tri kluba bilo zajamčeno ispadanje svake sezone, iako najbogatiji među bogatijima nikad nisu bili u takvoj opasnosti. Uspjeh u sportu postao je financijski ovisan više nego prije. Iako problem klubova koji nisu mogli održavati korak sa najboljima nije nov, razlika u bogatstvu je praktički otežala timovima da im budu konkurentni. Iako su većinom slabiji klubovi ispadali iz Premier lige, to se znalo dogoditi i velikanima poput Newcastle Uniteda te Leeds Uniteda.

Leeds United je poseban primjer jer su čak bili konkurenti za osvajanje Premier lige 1990-ih. No početkom 2000-ih doživljavaju financijski kolaps zbog neisplaćenih dugova te su bivali primoreni prodati svoje najvažnije igrače. Nakon što je završio na devetnaestoj poziciji tijekom sezone 2003/04, Leeds United je ispao iz Premier lige. Tri godine kasnije ispali su u Ligu 1, treći rang engleske nogometne lige, nakon što su završili na posljednjem mjestu u diviziji Championshipa. U samo šest sezona, nekadašnji konkurent za osvajanje Premier lige se borio za opstanak u trećem rangu engleskog nogometa. Bolton Wanderers, Portsmouth i Blackburn Rovers su dodatni primjeri nekadašnjih velikana koji su doživjeli financijski kolaps zbog prevelike potrošnje na transfere i plaće igrača. Blackburn Roversi su čak osvojili Premier ligu 1994./95., ali su bili primorani prodati svog najboljeg igrača Alana Shearera zbog prevelikih troškova.

Financijski kolaps klubova pokazao je značajnu razliku u prihodima između liga, kao i ogroman utjecaj koji novac Premier lige ima na klubove. Malo je klubova na vrhu uživalo financijski luksuz, dok su drugi klubovi radili kako bi preživjeli (Damms, 2021.) . Iako je bila daleko od idealnog sportskog modela, Premier liga je ispunila svoju svrhu i osnivači su uspješno ostvarili svoj cilj. Učinili su engleski nogomet bogatim i podržali neke od najmoćnijih momčadi na svijetu. Sustav se također proširio i uskoro su primarni problemi igre bili stabilnost novca i prihod. Povećali su financijske i natjecateljske uloge na svim razinama profesionalnog nogometa i suzili fokus sporta na povećanje prihoda.

	Average	Standard deviation	Min	Max
<i>All clubs all seasons</i>				
Revenue	77,635	62,627	6,305	331,441
Wage cost	51,874	41,231	5,484	201,789
Net transfer activity	31,601	41,989	-22,216	226,427
Profit	-7,917	30,295	-197,491	75,834
Stadium capacity	41,592	12,629	4,278	76,212
Average league attendance	37,369	12,721	15,159	75,826
Points	58.97	14.75	31.00	95.00
Position	7.85	5.22	1.00	20.00
<i>Top 6 clubs all seasons</i>				
Revenue	104,840	78,174	7,981	331,441
Wage cost	67,169	49,500	5,637	201,789
Net transfer activity	46,305	52,446	-22,216	226,427
Profit	-8,826	39,508	-197,491	55,968
Stadium capacity	46,736	12,502	18,806	76,212
Average league attendance	42,382	13,276	18,449	75,826
Points	66.19	14.89	34.00	95.00
Position	5.58	4.47	1.00	18.00
<i>Bottom 6 clubs all seasons</i>				
Revenue	47,814	25,538	6,305	100,866
Wage cost	35,464	19,663	5,484	94,795
Net transfer activity	15,496	14,021	-6,403	54,388
Profit	-6,913	14,594	-72,293	32,619
Stadium capacity	36,148	10,316	4,278	61,154
Average league attendance	31,825	9,397	15,159	52,032
Points	51.00	9.61	31.00	78.00
Position	10.36	4.83	2.00	20.00
<i>All clubs first half of seasons</i>				
Revenue	37,468	28,181	6,305	148,070
Wage cost	23,115	14,508	5,484	69,999
Net transfer activity	11,358	15,436	-22,216	68,898
Profit	536	10,501	-40,276	32,347
Stadium capacity	38,379	10,520	15,250	68,936
Average league attendance	33,323	10,125	15,159	67,586
Points	57.77	13.10	34.00	91.00
Position	7.98	5.23	1.00	19.00
<i>All clubs second half of seasons</i>				
Revenue	112,954	68,849	34,885	331,441
Wage cost	72,452	41,868	22,450	201,789
Net transfer activity	49,750	49,410	-8,040	226,427
Profit	-15,425	39,002	-197,491	55,968
Stadium capacity	43,281	13,342	4,278	76,212
Average league attendance	39,884	13,886	15,772	75,826
Points	60.05	16.04	31.00	95.00
Position	7.73	5.23	1.00	20.00

Slika 5

Statistika različitih financijskih faktora svih premierligaških klubova do 2011. Godine Burdekin, R. i Franklin, M. (2015). Transfer Spending in the English Premier League: The Haves and the Have Nots. National Institute Economic Review, 232(1), 4-17. <https://doi.org/10.1177/002795011523200102>

SPONZORSTVA I BRENDIRANJE

Od 2000.-ih godina pa do danas, pitanje sponzora i sponzoriranja postalo je izuzetno bitno. Danas veći i značajniji klubovi imaju više opcija za biranje sponzora te se uglavnom odlučuju za sponzore birati svjetske ugledne brendove. Klubove sponzoriraju aviokompanije, automobilska industrija, banke, čak i države koje svojim sponzorstvom žele razviti turizam (Špehar i Lončar, 2021.). Primjer za to je “sleeve sponsor” Arsenalala koji glasi “Visit Rwanda”.



Slika 6

Sponzor "Visit Rwanda"

Izvor: SportsPro media, <https://www.sportspromedia.com/news/arsenal-visit-rwanda-details/> (12.09.2022.)

Primarna uloga Premiershipa trenutno je organizirati natjecanje između 20 nogometnih klubova s ciljem ostvarivanja financijskih prihoda budući da Premiership prati više stotina tisuća navijača koji putuju diljem države te još nekoliko milijuna navijača koji prate utakmice preko interneta ili televizije. Upravo ovakva zainteresiranost velikog broja navijača za Premiership velikim je dijelom posljedica brendiranja engleskih nogometnih klubova u svijetu, ali ujedno i razlog brendiranja putem kojeg Premiership ostvaruje najveće prihode. Neki nogometni klubovi su brend sami po sebi te su svoj status razvijali kroz brojna europska natjecanja. Takvi klubovi koji pripadaju najbogatijim i najpoznatijim nogometnim klubovima svijeta ujedno su i dodatna reklama za Premiership. Mnogi navijači zbog određenog kluba ili igrača prate Premiership i na taj način šire globalnu sliku o ligi.

Također veliku važnost treba pridodati i tradiciji i dobrom imidžu lige u svijetu koji privlače neke od najboljih svjetskih nogometaša što u konačnici dovodi do veće globalne popularnosti lige.

Logo plavog lava, glavnog simbola Premiershipa danas prepoznaje velik broj ljudi. Lav u logotipu simbolizira engleski nogomet još od 1872. godine. Ovaj simbol implicira pripadnost kraljevskoj krvi jer je lav kraljevska životinja. Iako se logo mijenjao kroz godine, simbol lava i dalje je prisutan te ukazuje na moć ove nogometne organizacije (Špehar i Lončar, 2021.).



Slika 7

Razvoj loga Premiershipa kroz godine.

Izvor: Turbologo, <https://turbologo.com/articles/premier-league-logo/> (12.09.2022.)

Jedan od alata koji povećava popularnost Premiershipa jesu video igrice. Sponzori poput EA Sportsa daju ljudima mogućnost sudjelovanja u Premiershipu putem videoigara. Jedna od igrica kojoj raste popularnost zadnjih godina jest Fantasy Premier League u kojoj navijači sastavljaju svoje ekipe te skupljaju bodove ovisno o rezultatima igrača. Nogometne video igre poput FIFA-e ili PES-a imaju veliku ulogu u svakodnevnom povezivanju milijuna navijača sa sportom i na taj način povećavaju broj mlađih obožavatelja. Još jedan u nizu razloga zbog čega je Premiership toliko popularan, jest njegova dostupnost svim navijačima, jer na stadione klubova Premiershipa dolaze ljudi iz cijelog svijeta. Premiership svojim brojnim kampanjama također podupire rješavanje političkih pitanja vezanih uz prava žena, LGBT zajednicu, rasna prava, kao i prava ostalih manjinskih skupina te u zadnje vrijeme podržava i završavanje rata u Ukrajini. Premiership svojim sudjelovanjem želi ukazati na jednakost svih ljudi i važnost svakog člana njihove navijačke zajednice (Špehar i Lončar, 2021.).

MANCHESTER UNITED KAO PRIMJER MODERNOG PREMIERLIGAŠKOG KLUBA

Transformaciju kluba u svjetskog sportskog giganta omogućili su odlični rezultati sa nogometnog aspekta 90-ih godina, financijska stabilnost kluba i ekonomska održivost. Zbog svog bogatstva, Manchester United je bio u idealnoj poziciji za dominaciju Premiershipom. Međutim, uspjeh kluba privukao je zanimanje izvana, a promjena vlasništva načela je već krhku ravnotežu moći. Nakon prisilnog preuzimanja od strane američkog milijunaša Malcolma Glazera, navijači su bili ogorčeni zbog gubitka relativno skromnog, ali značajnog vlasničkog udjela u momčadi te zbog toga što su ih zamijenili donositelji odluka čiji je naglasak bio na financijama. Preuzimanje je iznjedrilo problem s kojim se engleski navijači često susreću, suočavanje s vlasnicima klubova čija je glavna briga zarađivati novac od momčadi. S time je nastao rastući osjećaj otuđenosti između kluba i njegovih pristaša. Novi vlasnici su se, mogli bismo reći, razdvojili od navijača Manchester Uniteda svojim vođenjem kluba i slabim investicijama u vidu pojačanja.

Nakon Glazerovog preuzimanja, navijači organiziraju prosvjede protiv, kako su oni smatrali, agresivnog, odnosno neprijateljskog preuzimanja kluba (Damms, 2021.). Unatoč nezainteresiranosti Glazerovih za transfere i sklonosti Glazerovih da isisavaju novac iz Manchester Uniteda, infrastruktura kluba izgrađena je tako da bude unosna. Prije nego što je postao potpredsjednik kluba, Ed Woodward se specijalizirao za marketabilnost kluba. Godišnji prihodi Uniteda učetverostručili su se u razdoblju kada je preuzeo dužnost izvršnog direktora kluba. Klub je bio izuzetno profitabilan, mnogo više nego što je ikad bio, ali Glazerovi nisu reinvestirali profite. Unatoč povećanju prihoda, strategija prihoda također je rezultirala naglim rastom cijena ulaznica kao i širenjem klupskih sponzorstava i korporativnih partnerstava. Kao prvo, na Glazere je izravno utjecao profit momčadi bez dodavanja talenta, a kao drugo, više cijene ulaznica i poslovna sponzorstva dodatno su udaljili navijače s Old Trafforda. Budući da su dijelovi stadiona prodani su na aukciji kao korporativna mjesta za partnerske tvrtke koje su dodijelili zaposlenicima i članovima uprave, to je rezultiralo povećanjem cijena ulaznica za navijače (Damms, 2021.).

Iako gubi status jednog od najjačih nogometnih klubova, Manchester United se nastavlja komercijalno širiti. Kao izvršni direktor kluba, Woodward je unaprijedio svoj rad kao direktor komercijale i medija i nastavio s razvojem brenda potpisivanjem novih sponzorskih i partnerskih ugovora diljem svijeta.

Kroz višestruke sponzorske i partnerske ugovore, Manchester United uspješno je iskoristio svoju široku privlačnost i tržišnost kako bi postigao značajan ekonomski uspjeh na nogometnom tržištu. Klub je također transferirao svoju povijest i identitet u multimedijски materijal. Damms (2021.) navodi kako je klub sudjelovao u prodaji bilo čega, od sportskih pića i benzina do skupih satova i viskija. No, iako su prihodi bili enormni, izostajao je uspjeh na terenu. Na mnoge načine, nostalgija se promovirala i prodavala kao sastavnica suvremenih nastojanja kluba.

U siječnju 2022. Godine Ed Woodward daje ostavku na mjestu izvršnog dopredsjednika na opću radost navijača Manchester Uniteda. Povratkom Cristiana Ronalda u klub koji ga je lansirao u nogometnu stratosferu, te dovođenjem pojačanja poput Brune Fernandesa postoji mogućnost da je Manchester United maknuo dio fokusa sa prihoda na postizanje sportskih uspjeha.

SUPER LIGA

Europska Super liga (ESL) najavljena je u priopćenju za javnost 18. travnja 2021., dan prije zakazanog sastanka Izvršnog odbora UEFA-e na kojem će se raspravljati o okviru organizacije Lige prvaka. Za sezonu 2024./25. UEFA je prethodno planirala povećati broj utakmica Lige prvaka s 32 na 36. Međutim, dvanaest elitnih momčadi iz Engleske, Italije i Španjolske prkosilo je konvenciji i potpisalo osnivanje nove lige koja je osigurala kontinuirano sudjelovanje klubova osnivača, izbjegavanje kvalifikacijskih zahtjeva koji su bili zaštitni znak Lige prvaka i Europske lige. Ideja je bila strukturirana poput zatvorenog ligaškog sustava koji je uobičajen u sjevernoameričkim sportovima.

Potpisnici su tvrdili da će ESL privući više globalnih sponzora i masovnih medija, povećavajući prihode klubova sudionika i pružajući utakmice najvišeg standarda. JP Morgan, američka investicijska banka, objavila je da će pružiti financijsku potporu novoj ligi. Događaji koji su uslijedili nakon ove izjave pokazali su koliko je ovaj spor bio ključno važan za sportsku komunikaciju na mnogim razinama. Prvo, europski običaj napredovanja i ispadanja odlučivao je nastupe pojedinačnih timova koji se nisu slagali i značajno odstupali od sjevernoameričkog modela sa zatvorenim modelom struktura lige. Drugo, kontroverza je pokazala rivalstvo koje postoji između nogometnih klubova iz moćnih zemalja poput Španjolske, Engleske i Italije, za razliku od klubova iz manjih nogometnih nacija koji se nisu pridružili skupini koja se odcijepila, kao i klubovi iz drugih vrhunskih nogometnih nacija poput Njemačke i Francuske. Klubovi kao što su Borussia Dortmund, Bayern München i Paris Saint-Germain, kao i Leicester City i prošlogodišnji pobjednik Europske lige Sevilla FC, bili su zamjetni izostanci iz predložene super lige (Wagner i Storm, 2021.).

Te su momčadi navodno odbile priliku da se pridruže odcjepljenoj ligi. Treće, svađa koja je izbila nakon objave otkrila je komunikacijsko rivalstvo među vlasnicima klubova, uključujući bogate američke investitore, kao i među navijačima, igračima i trenerima iza kojih su stajali FIFA, UEFA, nacionalni nogometni savezi, pa čak i političari iz različitih europskih zemalja, poput Borisa Johnsona u Engleskoj. Engleski klubovi odmah su se povukli iz ideje nakon značajne mobilizacije navijača, pritiska vlade i UEFA-inih prijetnji oštrim kaznama. Samo su Juventus, Real Madrid i FC Barcelona, tri momčadi osnivači, ostali privrženi konceptu.

Preliminarna prosudba je da su vlasnici kluba i poslovni dioničari potpuno krivo procijenili moguće negativne učinke otkrivanja svojih planova javnosti putem distribucije priopćenja za javnost (Wagner, Storm 2021.).

Proširujući perspektivu razgovora, to suštinski naglašava dijalog o tome tko bi trebao posjedovati koliko i u kojoj mjeri je dijeljenje novca zamislivo i poželjno.

Novim stranim ulagačima i vlasnicima vrhunskih europskih klubova predstavljao je izazov maksimizirati generiranje prihoda od domaćih ligaških utakmica u kojima elitni timovi s međunarodnim superzvijezdama poput Liverpoola F.C. ili se Manchester City morao natjecati protiv puno slabijih momčadi kao što su West Bromwich Albion ili Sheffield United. Dug nije katastrofalan s ekonomskog stajališta sve dok poslovanje ide dobro i generira se dovoljno prihoda da se pokrije troškovna strana financijskih obveza. Ovaj napredak je potpomognut kasnijim komercijalnim razvojem vezanim uz tehnologiju i digitalizaciju, kao što su platforme društvenih medija, online streaming i gledanje nogometa na mobilnim uređajima.

Igrači i agenti imaju financijsku korist od otvorenijeg nogometnog tržišta. Zatim je udario val Covid-19, koji je narušio ekonomiju prihoda za nogomet i nakratko zaustavio proces montaže. Postavlja se pitanje zašto nije postalo primamljivije otići na mali stadion u baskijskom području igrati protiv SD Eibara kada su se klubovi s visokim razinama duga, poput FC Barcelone, odjednom našli u financijskim poteškoćama (Wagner i Storm 2021.).

ZAKLJUČAK

Nogomet je od svojih skromnih početaka postupno i polako evoluirao sve do kraja 20. stoljeća kada doživljava iznenađan i eksponencijalan rast u svim sferama. Kroz određeni period se u Engleskoj mijenjao zaslugom povećanih prihoda i stranim investicijama. Na primjeru Manchester Uniteda vidimo najveće posljedice komercijalizacije nogometa, gdje je fokus kluba premješten sa sportskih uspjeha na financijskih uspjeh, odnosno povećanje prihoda.

Na primjeru Premiershipa vidimo sve veći njegov utjecaj u svijetu u vidu političkih poruka, utjecaja na mlade te privlačenja što većeg broja gledatelja. Klubovi se sve više i više distanciraju od svojih lokalnih korijena i navijača te šire poglede prema globalizaciji i još povećanju prihoda. To, naravno, razlučuje navijače te oni organiziraju navijačke klubove kako bi zadržali taj "izvorni nogometni štih". Nogomet je već počeo poprimati obilježja stroja za nostalgiju, izazivajući osjećaje i slike povezane s industrijskom kulturom koju je Britanija odavno napustila. Ubrzo nakon što je u društvu shvaćen kao virus, privlačnost nogometa u eri komercijalizma uspjela je iskoristiti i promovirati vezu s tradicijom i poviješću, razvijajući se u "zlatno doba dobroćudnog zajedništva".

Premier liga i Manchester United bili su popularni s razlogom, pružali su vezu koja je nadilazila razinu elitističke sportske zabave. Zbog osjećaja zajednice koji pruža, nogomet je ostao popularan, a njegova globalizacija rezultirala je rastom takvih zajednica.

LITERATURA

Alegi, P. C., Weil, E., Rollin, J., Joy, B. i Giulianotti, R. C. (2022, August 25). football.

Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/sports/football-soccer>

Burdekin, R. i Franklin, M. (2015). Transfer Spending in the English Premier League: The Haves and the Have Nots. *National Institute Economic Review*, 232(1), 4-17.

<https://doi.org/10.1177/002795011523200102>

Damms, C. (2021). Different Class: The Creation of the Premier League and the Commercialization of English Football. Masters Thesis, The University of Southern Mississippi. <https://orcid.org/0000-0001-5052-7124>

Geey, D. (2020.). *Done Deal*. Bloomsbury Publishing PLC.

Goldblatt, D. (2014.). *The Game of Our Lives: The Meaning And Making Of English Football*. The Penguin Group.

Rohde, M. i Breuer, C. (2016). The Financial Impact of (Foreign) Private Investors on Team Investments and Profits in Professional Football: Empirical Evidence from the Premier League. *Applied Economics and Finance*, 3(2), 243-256.

<https://doi.org/10.11114/aef.v3i2.1366>

Špehar, E. i Lončar, J. (2021). Transformacija engleskog nogometa u okviru globalizacije.

Geografski horizont, 64(1), 7-21. <https://hrcak.srce.hr/270700>

Wagner, U., Storm, R. K. i Cortsen, K. (2021). Commercialization, Governance Problems, and the Future of European Football—Or Why the European Super League Is Not a Solution to the Challenges Facing Football. *International Journal of Sport Communication*, 14(3), 321-333 <https://doi.org/10.1123/ijsc.2021-0049>