

Дејан Дашић
Висока школа академских студија „Доситеј“
Београд

СПОРТ И ИНДУСТРИЈА СПОРТА КАО ЦЕНТРАЛНА КОМПОНЕНТА СОЦИЈАЛНОГ И ЕКОНОМСКОГ РАЗВОЈНОГ ПРОЦЕСА

Сажетак: Спорт је постао друштвени феномен светских димензија, а некада најспореднија ствар на свету је данас постала најпрофитабилнија индустрија на свету. Државе и њихове Владе све више подржавају и промовишу спорт и спортске догађаје, као део своје стратегије развоја јер је корист вишеструка. Спорт и индустрија спорта представља важан извор доходака и значајан фактор економске стабилности, из разлога што доприноси повећању девизног прилива, као и отварања нових радних места. Међутим, улагање у спорт осим економских има и културне, здравствене и друге ефекте по једну нацију. Спорт представља једну од најуспешнијих друштвених области у Републици Србији, а подстицањем деце, омладине и одраслих да спортске активности што више уграђују у свакодневни живот и културу живљења уопште, добија се велика корист у смислу здравије нације, а самим тим и позитивних економских ефеката али и самог развоја професионалног спорта.

Кључне речи: спорт, економија, здравље, имиџ, Србија

Увод

„Спорт је превелики бизнис да би био само игра“

Појам „спорт“ потиче, иначе, од латинске речи „*disportare*“, односно „*deportare*“, што је буквално значило „однети“ или „разносити“, али се користила и у преносном смислу као „опустити се“. Сматра се да је спорт произашао из игре (Poschenrieder, 1977: 21). Међутим, поставља се питање када игра остаје само игра, а када прелази у спорт или у савремени врхунски спорт. Ту је ос-

новни циљ постизање што бољих резултата, који доносе често и извесну материјалну корист.

Спорт има кључну улогу у сваком друштву и кроз доприношење социјалној кохезији, превазилажењу предрасуда, повећање позитивног утицаја на јавно мњење и ширење етичких и општих принципа који се кроз њега преносе. Спорт је корисно средство за остваривање бољег живота и одрживог развоја за људска бића. Он, са универзалног становишта, доноси вишеструке користи: не само да се побољша здравље и физичко стање, већ представља важан фактор одрживог развоја и борбе против сиромаштва, јер повезује људе и доноси најбоље мотивације. Он је и је централна компонента социјалног и економског развојног процеса, стварањем радних места за младе и подстицањем организаторских способности. У комбинацији са образовањем, спорт може послужити као конкретна, позитивна алтернатива дечјег рада и социјалне искључености, као и мобилишући фактор за младе. Спорт је и позитиван начин да се људи боре против насиља, стреса и зависности од дрога. Сразмерно значају спорта, његов развој мора бити подржан и охрабриван на свим нивоима друштва (Ђурђевић, 2016: 2).

У времену у коме живимо, спорт је тренутно једна од најбитнијих и најзначајнијих друштвених делатности, мотивисана пре свега економским разлозима и могућностима брзе зараде, а након тога позитивним утицајем на здравље. Управо зато, због све већег профита у спортској индустрији и популарности спорта на глобалном нивоу, не постоји производна грана која није заинтересована за сарадњу са спортском индустријом.

Утицај спорта на здравље људи

Људском организму је неопходна физичка активност. Сматра се да су људи у време „сакупљачке ере”, били принуђени да у потрази за храном пређу и до 20-30 километара дневно. О овоме сведоче и многобројни проналасци људских скелета из тог доба, где је приметно да су људи у то време имали много јаче кости и развијенију мишићну масу. Модерно доба, технолошки развој, а посебно животне навике, утицале су на смањење физич-

ких активности. Узевши у обзир наведено, човек, а посебно млађа популација, деца, све више су физички неактивнији. Уз неправилну исхрану неизоставно је слабљење функција појединих органских система, односно све више здравствених проблема. „Директна и непосредна комуникација, дружење, бављење физичком активношћу са вршњацима, замењени су индиректном комуникацијом путем интернета. Најчешће под утицајем виртуалног света присиљавају своје тело вишесатним статичким оптерећењима” (Ђокић, 2014: 61-69).

Најновији светски покрети и трендови све више подстичу просечног човека да се у слободно време бави спортом, а светски покрет „Спорт за све“ упозорава на глобални проблем који се тиче животних потреба савременог човека, посебно потребе за одговарајућом спортском активношћу као делу свакодневнице и убрзаном расту популарности спорта на глобалном нивоу. (Богосавац, Јовановић и Драгосављевић, 2012: 9).

Спорт доприноси личном и друштвеном развоју кроз креативне активности и рекреацију, који служе задовољењу човекове потребе за физичким вежбањем ради личног физичког и менталног благостања. Он је посебно вредан за савремени свет који се брзо мења и који се, с једне стране, карактерише повећањем слободног времена, а с друге стране урбанизацијом и сталним технолошким развојем, који теже да одвоје човека од његове природне средине (Ђурђевић, 2007).

Под појмом рекреација подразумева се широки спектар разноврсних активности на подручју телесне културе, културно уметничког стваралаштва, друштвено забавних активности, примењене уметности, заната, техничких и сакупљачких активности, као и активности везаних за различите облике боравка у природи (шетње, туре, излети, походи и логоровања). Врхунски или квалитетни спорт се у најужем смислу везује за такмичарску активност усмерену на остварење што бољег резултата. Врхунски спорт је дефинисан као област спорта која обухвата спортске активности које показују изузетне (врхунске) спортске квалитете и резултате. То практично значи да само они спортисти и спортске гране које постижу врхунске резултате на међународној сце-

ни могу имати атрибут врхунског спорта (Hadžikadunić, Turković, Tabaković, 2013: 37 - 40).

Било да се ради о рекреативном или врхунском бављењу спортом, циљ је исти, постизање или одржавање здравља, али и да се социјализира кроз не нужно свеобухватно бављење спортским активностима. Међутим, оно што је још важније, „спорт омогућује и остварење виших нивоа потреба: задовољава мотиве сигурности, љубави, поштовања, па чак и самоостварења” (Maslow, 1984). Кинезиологија је научна дисциплина која се бави проучавањем утицаја телесног кретања на људски организам. Спортска рекреација има за циљ да бављењем телесним вежбањем човек одржава здравље, „кондицију”. „Спорт (у ужем смислу речи) подразумејева тежњу постизања максималних моторичких достигнућа (врхунских резултата), и проучава све процесе везане уз психофизиологију људског организма стим у свези.” (Sindik, 2009).

Данас, научна достигнућа указују на значај и утицај телесне активности за организам човека, односно његов здравствени статус и могућности побољшања професионалних капацитета. Бављење спортом, редовно вежбање, макар и најмања телесна активност се већ дуги низ година спомињу као средства која су важна за очување људског здравља. „Било који спорт и било која телесна активност активира комплетни локомоторни систем пресудан за трансформацију енергије која је преко потребна за активност свих станица у организму, те се спорт и телесна активност могу третирати као одредница за складан развој свих антропских обележја човека са аспекта кинезиолошке антропологије” (Hadžikadunić i dr., 2013: 10).

Бројне студије указују на велике трошкове лечења проблема насталих услед остеопорозе (Howe, et al, 2011). Присутни су бројни снажни научни докази (Karlsson, Rosengren, 2012) који указују да је физичка активност током детињства повезана са бољим одржавањем коштане масе у каснијим периодима живота. Физичка активност је од суштинског значаја за здравље костију. Она представља есенцијали фактор здравља костију. Доказано је да је тренинг са отпором потенцијални стимуланс за формирање и одржавање коштане масе (Gomez-Cabello, et al, 2012). Такође,

физичка активност доказано игра значајну улогу у повећању коштане масе током детињства и адолесценције, у одржавању коштане масе током пете декаде живота, у успоравању губитка кости са старењем и у смањењу ризика од прелома код старијих особа (Вајић, Попогац, Раџета, Вајић, Ђ., 2010: 13). То је потврдила и студија спроведена у коренхагенској школи код деце узраста од 6 до 8 година. У том истраживању је потврђено да деца са високим нивоом уобичајене свакодневне активности имају и висок ниво живахних физичких активности које позитивно утичу на густину костију (Hasselstrom, et al, 2007). Када је у питању Србија, у једном истраживању (Laštro i dr., 2015), које је обухватило децу узраста од 10 до 16 година, дошло се до следећих закључка: Деца која се активно баве спортом и која су више физички активна имају бољи положај бочне кривине кичме; деца која проводе више времена за компјутером имају лошије држање предњег зида трбуха и лошији положај држања ногу; деца која су редовно изводила вежбе загревања на тренингу имају бољи положај држања ногу. Деца која се активно не баве спортом, а која више времена проводе за компјутером имају лошије држање рамена. Деца која имају верификован деформитет кичменог стуба, а која су више времена проводила у игрању вани с друговима имала су бољи облик грудног коша, боље им је држање лопатица и имају бољу оцену држања тела. Деца која се активно баве спортом физички су најактивнија и имају најбоље држање тела. У другом истраживању (Radić, 2016) на територији Војводине, дошло се до закључка да физичка неактивност у слободно време, као и физичка неактивност у домену транспорта повећавају вероватноћу за појаву гојазности. Гојазне особе (без обзира на ниво физичке активности) су имале око 3,5 пута већу шансу за појаву мултиморбидитета у односу на особе са оптималном телесном масом које су физички активне у слободно време. Гојазне особе су имале четири пута већу шансу за артеријску хипертензију и скоро четири пута већу шансу за дијабетес у односу на нормално ухрањене особе. Испитаници који су били физички неактивни су имали 4,7% веће трошкове за здравствену заштиту у односу на испитанике који су били физички активни бар једном недељно. Одрасло становништво Војводине које је у слободно време

физички неактивно има око 50% већу шансу за гојазност у односу на становништво које је физички активно бар једном недељно. Физичка неактивност је повезана са лошијом самопроценом здравља. Особе које су физички неактивне у слободно време имају за 47% већу шансу да лоше оцене своје здравље у односу на особе које су бар једном недељно физички активне. Учесталост гојазности код одраслих у САД је порасла (на чак 35% 2012), и практично достигла епидемијски ниво. Истраживање спроведено у Америци, које је испитало трошкове за здравствену заштиту код становништва узраста 40 година и више је показало да су физичка неактивност, предгојазност и гојазност повезани са 23% укупних трошкова за ванболничку и болничку здравствену заштиту (Anderson, et al., 2005). Истраживање у Аустралији, показало је да само 1% повећања броја становника који примењују физичке активности, доноси годишњу уштеду од 4 милиона долара (Stephenson, et al., 2000), а истраживање спроведено међу одраслим становницима Јапана узраста 40 до 74 године је показало да гојазност и физичка неактивност заједно повећавају трошкове за здравствену заштиту за 42% на месечном нивоу (Kuriyama, et al., 2004).

Сматра се да људи који одржавају одређени ниво телесне спремности редовним одговарајућим програмима вежбања и регулације телесне масе живе дуже, имају три пута мању смртност у доби змеђу 50 и 70 година, имају смањен ризик за настанак инфаркта миокарда, цереброваскуларних инцидената и болести бубрега. „Редовна телесна вежба помаже регулацију телесне тежине и смањењу епидемије хроничних метаболичких незаразних болести које произлазе из повећане телесне масе; дијабетес тип 2, повишене масноће, хипертензија. Показало се и то да редовна телесна вежба смањује ризик за настанак неких злоћудних тумора; дојке, дебелог црева и простате” (Guyton, Hall, 2012).

Дакле, спорт и сви облици вежбања и рекреације имају потврђено здравствено-превентивни утицај, те је врло битно што раније децу научити, тј. оспособити, да се баве спортом, телесном активношћу, било којом врстом рекреације (шетња, трчање, вожња бицикла и сл.) „како би повећали општу моторичку способност, која има важан задатак у покретању појединих органа, као и

целог тела” (Jandrić, 2012). Иако данас реално постоји веома велики број спортских игралишта, разноразних спортских клубова (државних и приватних), истраживања (Bogdanović-Čurčić, Ivanišević, 2012) у овој области указују, „да се велики број деце школског узраста, у оквиру ваннаставних активности, не баве спортским активностима, па чак ни рекреативно”.

Спорт и индустрија спорта

Глобализација данашњег тржишта је широко присутна у свим сферама друштва и као таква неизоставан је део проблематике тржишта спорта. Спорт је данас један велики бизнис у коме је све више примера где богати шеици са Блиског Истока купују један по један клуб у Премијер лиги (*Premier League*) Енглеске. Кинески милијардери поред куповине водећих америчких индустријских брендова, све више купују и кошаркашке, рагби и клубове америчког фудбала. Наведени, и многи други примери, указују на глобализацију на тржишту спортских производа и услуга, те можемо рећи да се као један од основних трендова маркетинга издваја и глобална оријентација (Ratković, Dašić, 2018: 17) Поједини аутори (Coakley, 2014), сматрају да је до глобализације спорта је дошло из два разлога: први, власници спортских екипа желе се проширити на нова тржишта и повећати своју зараду. Други, произвођачи спортске опреме користе спорт за промоцију своје опреме широм света и на тај начин спорт постаје роба која се извози и увози на глобалном нивоу. Велике спортске организације имају за циљ освојити нова тржишта продајом медијских права и потрошачке робе те тако остварити веће приходе.

Узевши у обзир наведено, примена економских начела у савременом спорту све више постаје „*condicio sine qua non*“ опстанка спортских организација и предузећа која делују на спортском тржишту као неминовна последица савременог третмана спорта и поступног израстања нове привредне гране. Тај нови приступ рађа и нове дисциплине попут економије, маркетинга, предузетништва и менаџмента у спорту. (Sentđerđi, 2009: 261). Организовање спортских догађаја, попут „Олимпијских игара, Светских фудбалских, кошаркашких и других првенстава и

сличних међународних такмичења постаје снажан економски покретач земље домаћина“ (Dašić, 2012: 70). Популарне манифестације одају признање и дају кредибилитет једној дестинацији на више нивоа. Трансформацијом бивше мале колоније Британије у ефикасан пословни и финансијски град, Сингапур ужива имиџ „досадне земље“. Управо зато, након што су ауто трке забрањене 1973, поново је 2008. одржана прва ноћна трка Ф1, која је гламурозна и привлачи велики број славних личности (Дашић, 2013). Утврђено је да је стопа раста БДП у земљама које су организовале Олимпијске игре у периоду од 1952. до 2000. године, четири године пре одржавања игара била виша за 1,5%.“ (Anholt, 2010: 102). Организација Олимпијских игара захтева улагања у нове инфраструктуре, односно путеве, објекте и др. Ипак, постоје и примери дестинација у којима су наведени позитивни ефекти одржавања Олимпијских игара били краткотрајни, јер није постојала одговарајућа и континуирана маркетиншка подршка. Уколико посматрамо само ефекте спортских догађаја, без икаквих пратећих улагања и стратегија брендирања држава, корист ће вероватно бити само тренутна. Дакле, већи бенефит од игара је у ефектима правилног ребрендирања држава организатора спортских догађаја, јер се тиме побољшава имиџ, препознатљивост и атрактивност дестинације или целе земље. Спортске догађаје треба искористити као почетак и разлог промоцији земље, али се треба усмерити континуираним напорима према истицању културе, обичаја, природних ресурса, туристичке понуде, и др (Ratković, Dašić, 2018: 152).

„Спорт је једна од најбрже растућих индустрија данашњице, која привлачи велике износе капитала. Индустрија спорта нарочито је интересантна посматрано из угла бренд менаџмента, јер брендирање спортских производа има велики значај, било да је реч о спортским догађајима, спортистима или спортским клубовима“ (Virijević-Jovanović, 2015: 151). Веза спорта и туризма се материјализује у области спортског туризма са веома значајним економским импликацијама за све субјекте који фигурирају на тржишту спортског туризма. Економске користи које се јављају могу бити директног, али и индиректног карактера. Економске користи генеришу активни облици спортског туризма и пасивни облици спортског

туризма. Позитивна тенденција раста интересовања за спортске активности у туризму пружа реалну економску основу за даљи развој ове области туризма. Позитивне економске импликације спорта у туризму се огледају и индиректно путем смањивања сезоналних карактеристика појединих дестинација, продужења туристичке сезоне, повећања туристичког промета, али и путем дејства мултипликатора на друге привредне делатности попут саобраћаја, трговине, грађавинарства... (Reperger, Škrbić, 2010: 1289).

Дакле, спорт може бити један од најзначајнијих покретача економског развоја држава. Укупан приход глобалног спортског тржишта у 2012. години био је процењен на 130 милијарди долара. Од тога, вредност прихода од спонзорства је износила око 40 милијарди долара, приходи од улазница 40 милијарди долара, приходи од продаје медијских права 32 милијарде долара и приходи од мерчендајзинга 18 милијарди долара. Спорт у европским земљама је економски вредео 46,8 милијарди долара (Шурбатовић, 2014: 120). Индустрија спорта на глобалном нивоу утиче на отварање све већег броја нових радних места. Од 2009. до 2017. године, број запослених само у компанији Најк порастао је са 34.300 на 74.400.¹³ Адидас је 2000. године имао нешто више од 12.000 хиљада запослених, а 2016. године, та бројка је већ преко 60.000 хиљада.¹⁴ Слично је и са другим глобалним спортским брендovima (Ratković, Dašić, 2018: 140).

Енглеска Премијер лига једна је од најјачих лига света, која користећи свој маркетиншки потенцијал привлачи велики број људи да посети Енглеску. Према подацима за националну статистику за 2014. годину, више од 800.000 особа посетило је Енглеску само како би погледало једну од утакмица Премијер лиге, а „фудбалски туристи” донели су зараду држави од 684 милиона фунти.¹⁵

¹³ <https://www.statista.com/statistics/243199/number-of-employees-of-nike-worldwide/> (avgust 2017)

¹⁴ <https://www.statista.com/statistics/268427/number-of-employees-of-the-adidas-group-worldwide-since-2000/> (avgust 2017)

¹⁵ Number of overseas fans at Premier League games rises to 800,000. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/football/2015/sep/10/overseas-fans-premier-league-games-high-800000>(januar 2018)

У последње време, у односу на друге индустрије, у индустрији спорта је присутан запажени ниво иновација. Суштина свих развојних промена огледа се у иновативности и док продуктивност и конкурентност подстичу високи економски раст, иновације су покретачи нове економије. Тако, као пример иновативне компаније можемо навести Најк, која са новом технологијом патика на чијим се ђоновима не лепи блато, уз друге иновативне карактеристике, нуди јединствен производ на данашњем тржишту. Овај производ је резултат улагања произвођача у истраживање и развој, и није усамљен пример, већ један у низу који Најк избацује на тржиште спортских производа (Ratković, Dašić, 2018: 214).

Телевизијски преноси спортских догађаја су најзначајнији када говоримо о спорту и бизнису. Премијер лига је свакако најгледанија фудбалска лига на свету, са директним преносом на 212 територија, у 643 милиона домова и могућом ТВ публиком од 4,7 милијарди људи, са тенденцијом сталног увећања.¹⁶

За представљање разних атлетских производа, пића и одевних предмета често се користе спортисти. Познате спортске личности могу да имају и улогу која је више стратешка за брендове. Дакле, оне не морају само да промовишу производ већ могу да помогну у дизајну, позицији и продаји робе и услуга (Dašić, 2013). Истраживања показују да ова врста ангажмана продукује значајно повољније реакције потрошача, тј. виши ниво пажње за пропагандне поруке, бољи опозив и имена марке, повољнију евалуацију и куповину намерене марке, у односу на ангажовање непознатих личности. Такође, показао се позитиван утицај на профитабилност фирме, па чак и цене акција. Стога, маркетари, вођени веровањем да познате личности представљају ефективне амбасадоре при изградњи позитивног имица марке или компаније и побољшању конкурентске позиције, годишње улажу огромне суме новца на потписивање уговора са истима (Старчевић, 2007: 21).

Студија Sporting News and Wharton Econometric Forecasting Associates Group¹⁷ показала је да је крајем последње деценије

¹⁶ <http://englezi.net/kako-smo-dobili-premijer-ligu-nastanak-najbolje-lige-na-svetu/> (septembar 2017)

¹⁷ <https://www.devex.com/organizations/wharton-econometric-forecasting-associates-wefa-inc-18757>

20-ог века спорт постао светска привредна грана број пет (после нафтне, фармацеутске, војне индустрије и информационих технологија). У 2007. години годишњи обрт средстава у спорту прешао је 900 милијарди долара (од чега је половина ове суме отпадала на САД). Укупна вредност глобалног тржишта спортских кладионица је тешко проценити због недостатка доследности у томе како је регулисано у неким деловима света. Клађење чини око 30 до 40 одсто глобалног тржишта коцкања. Светски принос бруто гаминг/коцкање износи више од 400 милијарди долара годишње. Бруто добитак од коцкања представља износ новца који коцкање ради од улога клијента, вагера, опклада итд. Мање победа која се исплаћује купцу и пре одбитка оперативних трошкова. Са око трећине светске бруто победе на коцкању, Азија је највеће тржиште коцкања и спортских клађења посебно. Вероватно најбрже растући сегмент индустрије је онлине/интерактивна категорија, с обзиром да је глобално тржиште онлине коцкања у последњих неколико година порасло са досадашњом стопом од око 20 милијарди америчких долара у 2009. години на више од 40 милијарди америчких долара до 2016. године. У 2015. години Вилиам Хил је остварио приход од око 2,37 милијарди америчких, готово 50% људи старијих од 18 година у Сједињеним Државама ставило је опкладу на спортски догађај бар једном у свом животу.¹⁸

Водећа регионална компанија у области спортског клађења у буџет Србије уплатила 14 милиона евра. Чак 2.500 зарада у просвети или здравству могло би да се исплати од месечних дажбина. На основу укупних пореских обавеза и броја радних места које обезбеђује, индустрија игара на срећу спада у једну од највећих привредних грана у Србији. У овом тренутку, само компанија Моцарт, која чини четвртину ове привредне гране, директно или посредно преко добављача, обезбеђује и подржава посао за око 16.000 људи, што је готово сваки 175. запослени у Србији. Ако томе додамо и њихове породице, добијамо податак да само од ове компаније данас у Србији живи око 64.000 људи.¹⁹

¹⁸ <https://www.statista.com/topics/1740/sports-betting/>

¹⁹ <http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/ekonomija/aktuelno.239.html:662688-Od-Mozzarta-zivi-64000-ljudi>

Закључна разматрања

Спортска индустрија наставља са растом и глобализацијом, а спортска дешавања су одлична прилика да земље током кратког периода буду у средишту медијске пажње. Посматрано са економског становишта, кроз законитости процеса производње, размене и расподеле и потрошње, професионални спорт представља подручје пласмана капитала и његове брзе оплодње. У развијеним земљама данашњице прихваћен је смисао, вредност и значај професионалног спорта и његових економских димензија, а као најбољи пример је фудбалска лига Велике Британије. Управо у тој држави, подстицање професионалног спорта дало је велике економске али и културне ефекте, а на тај начин биће присутно и подстицање деце, омладине и одраслих да спортке активности што више уграђују у свакодневни живот и културу живљења уопште, чиме ће се добити повратна корист и за развој врхунског спорта. Бављење физичком активношћу и спортом може значајно допринети здрављу и развоју деце и младих.

Спортски туризам значајно придоноси постојећем и потенцијалном туристичком развоју. Многобројним примерима доказано је да спортски туризам има значајне економске учинке, у виду остварења додатних прихода, прихода од улазница, туристичког прихода и сл. Такође, развој спорта и рекреације иде у корак с људским потребама и друштвеним развојем и обезбеђује побољшање квалитета живота целокупне популације. За потребе разних спортских манифестација на одређеном подручју изграђују се бројни спортски објекти који се и касније користе за бројна догађања, такмичења и сл. Спортски догађаји са собом носе побољшање инфраструктуре, односно доносе богате инвестиције које доносе и велике профите. Осим бројних спортских објеката, изграђују су и многи други инфраструктурни објекти који се користе у туристичке сврхе. Спортске манифестације позитивно утичу на задовољство локалног становништва, повећањем запослености, укључивањем у организацију, одржавањем и контролом манифестације. У последње време, спорт представља једну од најуспешнијих друштвених области у Републици Србији, која је последњих година била домаћин бројних међународних спортских приредби.

Литература

Anderson L.H, Martinson B.C, Crain A.L, Pronk N.P, Whitebird R.R, O'Connor PJ, et al. (2005) Health care charges associated with physical inactivity, overweight, and obesity. *Prev Chronic Dis*, Vol 2, No. 4. https://www.cdc.gov/pcd/issues/2005/oct/pdf/04_0118.pdf (jun 2017).

Bogdanović-Ćurić J, Ivanišević D. (2012) Motivacija i zadovoljstvo učenika u rekreativnom bavljenju sportom. *Sportski logos*. Vol 10, br 19: 44–50.

Богосавац, М., Јовановић, С., Драгосављевић, П. (2012), „Однос туриста према спортско-рекреативним садржајима као делу туристичке понуде“, Спортске науке и здравља, Бања Лука, Vol. 2 No. 1: (1-88)

Вajić, Z., Ponorac, N., Rašeta, N., Bajić, Đ., (2010) Uticaj fizičke aktivnosti na kvalitet kosti. *Sport Logia* 6 br 1:7-13

Bogdanović-Ćurić J, Ivanišević D. (2012) Motivacija i zadovoljstvo učenika u rekreativnom bavljenju sportom. *Sportski logos*. Vol 10, br 19: 44–50.

Coakley, J. (2014). *Sport in Society: Issues and Controversies, 11th edition*. New York: McGraw-Hill Education

Đokić Z. (2014) Procena fizičke aktivnosti učenika uzrasta 11 godina. Novi Sad. *TIMS Acta*. br. 8: 61–69.

Ђурђевић, N. (2016), *Sportsko pravo*, skripta, Pravni fakultet Univerziteta u Kragujevcu

Ђурђевић N. (2007) *Javne vlasti i sport*. Pravni fakultet Univerziteta u Kragujevcu: Beoštampa

Dašić D. (2012) Uticaj sporta i sportistana brendiranje država i nacija. U: Životić D. i Šiljak V. (Ur.) *Menadžment u sportu*. Beograd: Fakultet za menadžment u sportu, Alfa univerzitet, 69-76.

Dašić D., (2017) Brendiranje mesta i/ili destinacija, *Kultura*, 152: 377-393

Дашић Д. „Кобрендирање компанија и спортиста–синергија успеха“ у: Зборник радова, „Менаџмент у спорту“, Факултет за Менаџмент у спорту, Алфа универзитет, 2013: 79-88

Дашић Д., (2013) „Брендирање држава и нација“ *Култура*, бр 139: 396-415

Guyton A.C., Hall, J.E., (2012) *Medicinska fiziologija – udžbenik*. 12. izdanje. Zagreb: Medicinska naklada.:1031.-1041.

Gomez-Cabello, A., Ara, I., Gonzalez-Aguero, A., Casajus, J.A., & Vicente-Rodriguez, G. (2012). Effects of training on bone mass in older adults: A systematic review. *Sports Medicine*, 42:301–325

Hadžikadunić, A., Turković, S., Tabaković M., (2013) *Teorija sporta*, 2013, Fakultet za sport i telesni razvoj, Univerzitet u Sarajevu,

Howe, T.E., Dawson, L.J., Downie, F., Murray, A., Ross, C., Harbour, R.T., Caldwell, L.M., & Creed G. (2011). Exercise for preventing and treating osteoporosis in postmenopausal women. *Cochrane Database Systematic Review*, 7, https://www.essa.org.au/wp-content/uploads/2015/06/Osteoporosis_Cochrane-Review.pdf (jun 2017)

Hasselstrom, H. Karlsson, K. M Hansen, S. E. Gronfeldt, V. Froberg, K. Andersen L. B. (2007). Peripheral Bone Mineral Density and Different Intensities of Physical Activity in Children 6-8 Years Old: The Copenhagen School Child Intervention Study. *Calcif Tissue Int.* 80: 31-38.

Jandrić S. (2012) *Skolioze, kifoze i lordoze*, Laktaši: Grafomark.

Kuriyama S, Hozawa A, Ohmori K, Suzuki Y, Nishino Y, Fujita K, et al. (2004) Joint impact of health risks on health care charges: 7-year follow-up of National Health Insurance beneficiaries in Japan (the Ohsaki Study). *Prev Med*, 39(6): 1135-1142.

Karlsson, M.K., & Rosengren, B.E. (2012). Training and bone – From health to injury. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 22: 15–23.

Laštro, D., Ivetić, V., Pilipović Spasojević, O., Jandrić, S., Spasojević, G., (2015) Uticaj fizičke aktivnosti na držanje tela dece školskog uzdrasta, *Journal of the Anthropological Society of Serbia Niš*, vol. 50: 79-87

Maslow A. (1984) *Motivacija i ličnost*. Beograd: Nolit.

Međedović, B., Romanov, R., Đokić, Z., Perić, D., Ahmetović, Z., (2015) Fizička aktivnost i mineralna gustina kostiju. Fakultet za sport i turizam, Novi Sad, *TIMS Acta*, br 9: 63-74

Poschenrieder F. J, (1977) *Sport als Arbeit*, Diss., Muenchen.

Ratković M., Dašić D., (2018) *Marketing u sportu sa elementima industrije sporta*, Visoka škola modernog biznisa, Beograd

Radić, I. (2016) *Gojaznost i fizička neaktivnost kao javno zdravstveni problem odraslog stanovništva Vojvodine*, doktorska disertacija. Novi Sad: Medicinski fakultet Univerziteta Novi Sad.

Reperger, Š., Škrbić, I., (2010) Sportski turizam – ekonomski aspekti, *Menadžment u sportu*, br. 2: 124- 128

Sindik J., (2009) Zdravstveni i psihološki aspekti detetova bavljenja sportom – mogućnosti i opasnosti. *Paediatr Croat*; br 53 (Supl 1):193-199

Sentđerđi, M., (2009), Sportski marketing i industrija sporta, *Tržište*, Vol. XXI, br. 2: 261 - 264

Старчевић, С. (2007), „Ангажовање познатих личности и изграђивање имица“ *Marketing*, 38 (1-2),

Stephenson, J., Bauman, A., Armstrong, T., Smith, B. i Bellew B. (2000) *The costs of illness attributable to physical inactivity in Australia: a preliminary study*. Canberra, Commonwealth Department of Health and Aged Care and Australian Sports Commission.

Шурбатовић, Ј., (2014) *Менаџмент у спорту*, Београд.

Virijević-Jovanović S. (2015) *Brend menadžment*. Београд: Ћигоја штампа.

Интернет извори:

<https://www.statista.com/statistics/243199/number-of-employees-of-nike-worldwide/> (avgust 2017)

<https://www.statista.com/statistics/268427/number-of-employees-of-the-adidas-group-worldwide-since-2000/> (avgust 2017)

Number of overseas fans at Premier League games rises to 800,000. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/football/2015/sep/10/overseas-fans-premier-league-games-high-800000>(januar 2018)

<http://englezi.net/kako-smo-dobili-premijer-ligu-nastanak-najbolje-lige-na-svetu/>(septembar 2017)

<https://www.statista.com/topics/1740/sports-betting/>

<http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/ekonomija/aktuelno.239.html:662688-Od-Mozzarta-zivi-64000-ljudi>.

SUMMARY
Dejan Dasic

High School of Academic Studies „Dositej“ Belgrade

**SPORT AND INDUSTRY OF SPORT AS A
CENTRAL COMPONENT OF SOCIAL AND
ECONOMIC DEVELOPMENT PROCESS**

Summary: Sport has become a social phenomenon of world dimensions, and once as sideshow thing in the world has today become the most profitable thing in the world. States and their governments are increasingly supporting and promoting sports and sporting events as part of their development strategy, as they benefit enormous. Sport and the sport industry is an important source of income and a significant factor of economic stability, because it contributes to the increase of foreign exchange inflows and the creation of new jobs. However, investing in sports besides the economic ones also has cultural, health and other effects on one nation. Sport is one of the most successful social areas in the Republic of Serbia, and by encouraging children, youth and adults to put sporting activities into the everyday life and culture of life in general, a great advantage is gained in terms of a healthier nation, and thus the positive economic effects as well as the development of a professional sport.

Keywords: sport, economy, health, image, Serbia