

---

# UPUTE ZA FINANCIRANJE PARASPORTA S VIDEOZAPISIMA DOBRE PRAKSE

---

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

1.	<b>Uvod</b> .....	5
1.1.	Zašto je korisno i potrebno da tvrtke financiraju sport za osobe s invaliditetom? .....	7
2.	<b>Vrste podrške parasportu</b> .....	10
2.1.	Teorijska i konceptualna pozadina financiranja sporta.....	10
2.1.1.	Državna/vladina podrška .....	11
2.1.2.	Sponzorstva .....	11
2.1.2.1.	Vrste sponzorstva .....	12
2.1.2.2.	Prednosti za sponzorirane .....	12
2.1.2.3.	Nedostaci sponzoriranih.....	12
2.1.2.4.	Prednosti za sponzore .....	13
2.1.2.5.	Nedostaci za sponzore.....	13
2.1.3.	Donacije .....	13
2.1.3.1.	Opći koncept donacije.....	14
2.1.3.2.	O donaciji općenito .....	14
2.1.3.3.	Svrha donacije .....	14
2.1.3.4.	Vrste donacija.....	15
2.1.3.4.1.	Jednokratne donacije.....	15
2.1.3.4.2.	Ponavljajuće donacije .....	15
2.1.3.4.3.	Nasljedne donacije.....	15
2.1.3.4.4.	Počasne ili spomen-donacije .....	16
2.1.3.4.5.	Donacije dionica .....	16
2.1.3.4.6.	Kripto donacije .....	16
2.1.3.4.7.	Doniranje fizičke robe.....	16
2.1.3.4.8.	Donacije u naturi.....	17
2.1.3.5.	Završne misli .....	17
2.1.3.6.	Donacije u sportu.....	17
2.1.4.	Lutrija.....	17
3.	<b>Koristi i motivacija za tvrtke za financiranje parasporta</b> .....	18
3.1.	Koristi za tvrtke za financiranje parasporta.....	19
3.1.1.	Koristi za tvrtke kroz financiranje pojedinaca u parasportu.....	19
3.1.2.	Koristi za tvrtke kroz financiranje parasportskih organizacija .....	21
3.2.	Kako motivirati tvrtke na financiranje parasporta .....	23
3.3.	Kako navesti tvrtke da ulažu u parasport.....	25

3.4.	Kako održati suradnju s tvrtkama koje ulažu u parasport .....	27
3.5.	Zaključak .....	29
4.	<b>DOP kao alat za potporu parasportu .....</b>	<b>31</b>
4.1.	Društveno odgovorno poslovanje u sportu .....	31
4.2.	Istraživanje pet dimenzija DOP-a.....	32
4.2.1.	Promicanje integriteta i vrijednosti .....	33
4.2.2.	Promicanje dobrog upravljanja.....	33
4.2.3.	Poboljšanje integriteta.....	33
4.2.4.	Njegovanje vrijednosti .....	34
4.2.5.	Poticanje društvenog utjecaja .....	34
4.3.	Promicanje inkluzivnosti i raznolikosti u parasportu kroz društveno odgovorno poslovanje	35
4.3.1.	Prihvatanje partnerstava .....	35
4.3.2.	Proširenje mogućnosti.....	35
4.3.3.	Promicanje inkluzivnog stanja uma .....	36
4.3.4.	Inspiriranje svijesti i sudjelovanja .....	36
4.4.	DOP kao alat za podršku sportu osobama s invaliditetom.....	37
4.5.	Ujedinjenje Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki za dugotrajni učinak .....	37
4.5.1.	Snaga partnerstva.....	37
4.5.2.	Dugotrajne koristi .....	38
4.5.3.	Inkluzivnost i osnaživanje.....	38
4.5.4.	Proširivanje dosega DOP-a .....	38
4.6.	Uloga DOP-a u Olimpijskim i Paraolimpijskim igrama .....	39
4.6.1.	Sponzoriranje Paraolimpijade: Posvećenost EY-a društveno odgovornom poslovanju i inkluzivnosti u sportu .....	39
5.	<b>Dobra praksa financiranja parasporta s videozapisima .....</b>	<b>42</b>
5.1.	Naredne stranice duboko razmatraju ove prakse.....	42
5.2.	Uključivi modeli financiranja.....	43
5.3.	Surađujte sa specijaliziranim organizacijama .....	45
5.4.	Crowdfunding kampanje.....	46
5.5.	Kampanje za podizanje svijesti i obrazovanja .....	47
5.5.1.	Dodijelite resurse za obuku i opremu.....	48
5.5.2.	Videozapisi dobre prakse .....	49
5.6.	Grassroots financiranje .....	50
5.7.	Transparentno izvještavanje.....	51

5.8.	Uključiti parasportaše u financiranje .....	52
5.9.	Zaključak: Snaga uključivog financiranja u parasportu.....	53
6.	<b>Zaključak: Motiviranje tvrtki za ulaganje u parasport</b> .....	55
6.1.	Razumijevanje prednosti ulaganja u parasport.....	55
6.1.1.	Pojačano društveno odgovorno poslovanje poduzeća (DOP).....	55
6.1.2.	Širenje tržišta i diverzifikacija .....	55
6.1.3.	Privlačenje i zadržavanje talenata .....	56
6.1.4.	Financijske koristi.....	56
6.2.	Strategije za motiviranje tvrtki .....	56
6.2.1.	Obrazovne inicijative .....	56
6.2.2.	Porezne olakšice .....	56
6.2.3.	Javno-privatna partnerstva .....	57
6.2.4.	Prikazati priče o uspjehu .....	57
6.2.5.	Inkluzivni programi na radnom mjestu .....	57
6.2.6.	Priznanja i nagrade.....	57
6.3.	Plan za motiviranje tvrtki da ulažu u parasport.....	58
6.3.1.	Financijski poticaji.....	58
6.3.2.	Poboljšanje brenda .....	59
6.3.3.	Marketinške mogućnosti .....	59
6.3.4.	Angažiranje zaposlenika .....	59
6.3.5.	Dugoročna održivost.....	60
6.4.	Izazovi i preporuke za budućnost .....	60
6.5.	Poziv na akciju .....	61

## 1. Uvod

Sport za osobe s invaliditetom postaje sve popularniji i privlači sve više pozornosti široke publike. Međutim, financiranje ovog segmenta sporta složeno je i izazovno, što korporativno sponzorstvo i podršku čini presudnim. Postavlja se pitanje: zašto je tvrtkama korisno i potrebno financirati parasport?

Jedan od ključnih razloga zašto je financiranje parasporta korisno za tvrtke je izuzetna sposobnost parasportaša da inspiriraju ljude. Parasportaši predstavljaju snagu volje, hrabrost i izdržljivost, koji služe kao izvor inspiracije mnogim ljudima širom svijeta. Podrška ovom segmentu sporta omogućuje tvrtkama da se povežu s vrijednostima kao što su inkluzija, jednakost i pozitivne promjene, što pozitivno utječe na percepciju brenda.

Financiranje sporta za osobe s invaliditetom pruža mogućnost tvrtkama da pokažu svoje društveno odgovorno poslovanje. Sponzoriranje parasporta pokazuje da tvrtka prepoznaje značaj inkluzije i brine o zajednici. To njeguje pozitivnu sliku tvrtke, što potencijalno dovodi do lojalnosti kupaca i poboljšanih odnosa s potrošačima. Uz to, tvrtke mogu iskoristiti ovu priliku za promociju svojih proizvoda i usluga, povećavajući vidljivost i stječući konkurentsku prednost.

Parasport također pruža tvrtkama mogućnosti uspostavljanja partnerstva i razvoja umrežavanja. Sponzoriranje događaja i timova parasporta moglo bi stvoriti šanse tvrtkama da uspostave veze s drugim partnerima, sponzorima i dionicima u industriji. Takvi odnosi mogu otvoriti vrata novim poslovnim mogućnostima, uključujući stjecanje novih klijenata, partnerstva za razvoj proizvoda ili pristup novim tržištima.

Financiranje sporta za osobe s invaliditetom pomaže u stvaranju održivih i uključivih sportskih zajednica. Sponzorstva podržavaju razvoj infrastrukture, treninga i natjecanja za sportaše s invaliditetom. To istovremeno stvara mogućnosti mladim osobama s invaliditetom da se bave sportom i razvijaju svoje talente. Također poboljšava kvalitetu života sportaša s invaliditetom pružajući podršku i resurse koji su im potrebni za postizanje vrhunskih performansi.

Ukratko, financiranje parasporta nudi mnogo koristi za tvrtke. Omogućuje tvrtkama da se usklade s vrijednostima nadahnuća, inkluzije i jednakosti, ističući svoju društvenu odgovornost

poduzeća. Također pruža mogućnosti za partnerstva, umrežavanje i doprinos stvaranju održivih i uključivih sportskih zajednica. Financiranje sporta za osobe s invaliditetom stoga je važno i potrebno za tvrtke koje žele pozitivno utjecati i izgraditi snažne odnose s potrošačima.

**Sport za osobe s invaliditetom ima brojne prednosti, fizičke i psihološke. Evo nekoliko ključnih prednosti koje sport može stvoriti za njih:**

**Fizička sprema:** Parasport omogućuje razvoj i održavanje tjelesne kondicije. Ovisno o vrsti invaliditeta, sport može poboljšati snagu, fleksibilnost, izdržljivost i koordinaciju.

**Motoričke vještine:** Sudjelovanje u sportu pomaže osobama s invaliditetom da razviju motoričke vještine i poboljšaju mobilnost. Redovna tjelesna aktivnost može poboljšati kontrolu tijela i razviti specifične motoričke vještine povezane s određenim sportom.

**Socijalna integracija:** Sport pruža priliku za socijalnu interakciju i integraciju s drugima. Angažiranje u timskim sportovima ili individualnim natjecanjima omogućuje osobama s invaliditetom da se povežu s osobama koje dijele slične interese i izazove, njegujući prijateljstva, samopouzdanje i osjećaj pripadnosti.

**Samopouzdanje i samokontroliranje:** Sport može imati značajan utjecaj na samopouzdanje i samopoštovanje osoba s invaliditetom. Postizanje sportskih ciljeva i prekoračenje osobnih ograničenja mogu izgraditi povjerenje u njihove sposobnosti i poboljšati samopoštovanje. Sport nudi mogućnosti za uspjeh i postizanje osobnih ciljeva.

**Poboljšano mentalno zdravlje:** Sudjelovanje u sportu može imati pozitivan učinak na mentalno zdravlje osoba s invaliditetom. Redovita tjelesna aktivnost oslobađa endorfine, poznate i kao “hormoni sreće”, koji mogu poboljšati raspoloženje, smanjiti stres i anksioznost i poboljšati opće blagostanje.

**Izgradnja timskog duha:** Timski sportovi mogu pomoći u razvoju timskog rada, suradnje i komunikacijskih vještina. Kroz timski rad pojedinci s invaliditetom uče važnost međusobne podrške i razumijevanja i kako postići zajedničke ciljeve.

**Promicanje uključivanja i svijesti:** Sudjelovanje u sportu za osobe s invaliditetom može pomoći promicanju uključivog društva i podizanju svijesti o sposobnostima i potrebama osoba

s invaliditetom. Sportski događaji poput Paraolimpijskih igara privlače pažnju javnosti i pružaju platformu za promicanje ravnopravnosti i prihvaćanja.

Ove prednosti sporta za osobe s invaliditetom ključne su za poboljšanje njihove kvalitete života, razvijanje socijalnih vještina i postizanje osobnih ciljeva. Uz pravilno prilagođene sportske aktivnosti, osobe s invaliditetom mogu uživati u mnogim prednostima koje sport donosi.

Za osobe s invaliditetom sport igra važnu ulogu i može značajno poboljšati njihovu kvalitetu života. Međutim, često se podcjenjuje. Prema studijama, 60% osoba s invaliditetom koji se bave sportom pronadu životnog partnera, a preko 70% nađe posao. Tako su se sportom iz društvenih slučajeva pretvorili u aktivne članove društva.

## 1.1. Zašto je korisno i potrebno da tvrtke financiraju sport za osobe s invaliditetom?

Osobe s invaliditetom čine najveću manjinu na svijetu, a prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (WHO), očekuje se da će njihov udio u populaciji porasti na 18% u narednim godinama.

Znanstveno, ogroman pozitivan utjecaj sportskih aktivnosti na fizičko zdravlje, emocionalno blagostanje i društveni razvoj mladih s invaliditetom, posebno u smislu njihove uključenosti u društvo, je dokazano. Sudjelovanje u timskim sportovima daje im osjećaj pripadnosti, gradi samopouzdanje i njeguje neovisnost. Sport je također presudan za oblikovanje njihovog identiteta jer im omogućuje da budu viđeni prije svega kao sportaši, a ne samo pojedinci s invaliditetom te ima značajan utjecaj na njihov psihološki i socijalni razvoj. Javna percepcija o njima se mijenja, promičući socijalizaciju, što je vitalna komponenta njihovog razvoja identiteta. Sportom postižu veću jednakost u društvu jer ih ljudi počinju drugačije vidjeti — s manje straha i više divljenja — jer shvaćaju da mogu postići puno više nego što se ranije vjerovalo.

U današnjem svijetu društvene odgovornosti i socijalne osjetljivosti, sve veći broj tvrtki prepoznaje važnost podrške sportu osobama s invaliditetom. Financiranje ovog segmenta sporta ne koristi samo sportašima s invaliditetom, već i tvrtkama koje odluče uložiti u ovu vrijednu

inicijativu. U ovom članku istražujemo deset razloga zbog kojih je korisno i potrebno da tvrtke financiraju sport za osobe s invaliditetom.

Povećana vidljivost i brendiranje ključni su aspekti uspjeha tvrtke. Financiranje sporta za osobe s invaliditetom omogućava tvrtkama da povežu svoj brend s vrijednostima kao što su jednakost, inkluzija i hrabrost. Takva veza može dovesti do poboljšane percepcije brenda među potrošačima i stvoriti pozitivnu sliku tvrtke koja brine o zajednici.

Sponzorski sportovi za osobe s invaliditetom omogućuju tvrtkama da promoviraju svoje proizvode ili usluge na globalnoj razini. Sportski događaji i natjecanja privlače široku publiku i medijsko izvještavanje, pružajući tvrtkama platformu za oglašavanje i promociju. Ova marketinška strategija može rezultirati povećanom prodajom i širenjem tržišta.

Jedan od ključnih razloga zašto bi tvrtke trebale financirati sport za osobe s invaliditetom je razvoj društvene odgovornosti poduzeća. Sponzorstvo ovog segmenta sporta pokazuje da tvrtka prepoznaje važnost inkluzije i aktivno doprinosi društvu. Ovaj angažman može poboljšati ugled tvrtke i stvoriti lojalnost među potrošačima koji cijene društveno odgovorne marke.

Financiranje sporta za osobe s invaliditetom omogućuje tvrtkama da budu dio pozitivnih promjena u društvu. Podržavajući ovaj sport, tvrtke pomažu u razbijanju predrasuda i stereotipa povezanih s osobama s invaliditetom. To dovodi do povećane svijesti o važnosti jednakih prava i mogućnosti za sve građane, potičući promjene na široj društvenoj razini.

Tvrtke koje financiraju sport za osobe s invaliditetom mogu ojačati svoje odnose s lokalnom zajednicom. Ovaj sportski segment često organizira događaje i aktivnosti koje privlače pažnju stanovnika. Sponzorirajući takve inicijative, tvrtke pokazuju svoju podršku zajednici u kojoj posluju, što može rezultirati većom podrškom i odanošću lokalnih potrošača.

Financiranje sporta za osobe s invaliditetom pruža tvrtkama mogućnosti za partnerstvo i umrežavanje. Kroz sponzoriranje sportskih događaja i timova, tvrtke mogu uspostaviti veze s drugim partnerima, sponzorima i relevantnim dionicima u industriji. Ti odnosi mogu otvoriti nova vrata za poslovne mogućnosti, poput stjecanja novih klijenata, partnerstva za razvoj proizvoda ili pristupa novim tržištima.



Sport za osobe s invaliditetom nudi tvrtkama priliku da se povežu s ciljanom publikom koja se identificira s vrijednostima koje predstavljaju sportaši s invaliditetom. Ti su sportaši izvor inspiracije za mnoge ljude širom svijeta zbog njihove izuzetne hrabrosti, odlučnosti i izdržljivosti. Financiranje sporta za osobe s invaliditetom omogućava tvrtkama da se povežu s ovom publikom i izgrade snažnu emocionalnu povezanost s potrošačima.

Sport za osobe s invaliditetom također nudi tvrtkama priliku za inovacije. Podržavajući ovaj sportski segment, tvrtke se mogu povezati s tehnološkim napretkom i istraživanjima u području rehabilitacije, prilagodljivih pomagala i sportske opreme. To može dovesti do stvaranja novih proizvoda i usluga koji imaju koristi ne samo sportaši s invaliditetom, već i šira populacija s posebnim potrebama.

Konačno, financiranje sporta za osobe s invaliditetom ima dalekosežne socijalne posljedice. Ova podrška pomaže stvaranju inkluzivnog društva koje cijeni raznolikost i potiče sudjelovanje svih građana. Ulaganjem u ovaj sportski segment tvrtke pružaju podršku sportašima s invaliditetom kako bi ostvarili svoje snove i istakli se u svojim performansama, istovremeno mijenjajući percepciju društva o osobama s invaliditetom.

**Zaključak: Financiranje sporta za osobe s invaliditetom donosi brojne koristi tvrtkama, osobama s invaliditetom i cijeloj zajednici.**

## 2. Vrste podrške parasportu

*Generalno, o podršci i financiranju sporta*

*Modeli financiranja u Europskoj uniji*

Politička razmjena ideja o europskom sportu često pridaje veliku važnost takozvanom "europskom sportskom modelu". Međutim, s obzirom na raznolikost i složenost europskih sportskih struktura, nije realno jednoliko definirati europsku sportsku strukturu, upravljanje sportom i model financiranja sporta.

Među dokumentima EU-a koji se odnose na sport, Bijela knjiga stvorena 2007. najcjelovitija je u pogledu teme financiranja sporta. Prema sadržaju Bijele knjige, način financiranja sporta prilično je različit u odnosu na države članice prema raspoloživim resursima. Novac potrošen na sport obično se sastoji od državnih i lokalnih vlasti, prihoda od kockanja i sponzorstva, kao i značajnog doprinosa pojedinaca. (*Izvor:* Walter, 2003; Bijela knjiga o sportu, 2007.)

### 2.1. Teorijska i konceptualna pozadina financiranja sporta

Praksa financiranja sporta razvijenih zemalja analizira se u tri dimenzije u literaturi o sportskoj ekonomiji - slično ekonomski motiviranim analizama:

1. Financiranje pojedinačnih sportskih i tjelesnih aktivnosti;
2. Financiranje organizacijskog sustava sporta;
3. Financiranje institucionalnog sustava sporta.

Na temelju prihoda za proizvodnju sportskih aktivnosti, financiranje sportskih aktivnosti možemo grupirati na sljedeći način:

1. Neformalni sport
2. Formalni, privatno financirani sport
  - 2.1. Sudjelujuće financiranje

- 2.2. Izvana sredstva
  - 2.2.1. Publika
  - 2.2.2. Korporativni, marketinški sport
  - 2.2.3. Mediji
  - 2.2.4. Mješovito vanjsko financiranje
- 2.3. Mješovito privatno financiranje
- 3. Sport koji financira zajednica
  - 3.1. Država
  - 3.2. Općinski

### **2.1.1. Državna/vladina podrška**

U državama članicama EU podrška sportu obično znači podršku sportskim programima, podršku sportskim objektima i rad osobnog sustava podrške. Državna pomoć raspodjeljuje se s jedne strane kroz sportske saveze na temelju "poslovnog" ili sportskog plana, a s druge strane, na temelju "javnih" ili "usmjerenih natječaja". Sportske udruge obično podržavaju sportske programe i upravljaju osobnim sustavom podrške, dok se razvoj lučkih objekata može povezati s natjecajima u gotovo svim zemljama. Distribuciju državnih resursa provodi izravno ministarstvo koje nadzire sport, njegova regionalna tijela ili neovisna organizacija koju je osnovala vlada, u čije svakodnevne operacije država ne intervenira izravno.

Iako je za financiranje država članica malo, zajedničko polazište je da se s potpunom sigurnošću može reći da je vrijednost zajedničkog (države, lokalne uprave, lutrija) financiranja presudno u financiranju sporta, ali taj postotak varira od zemlje do zemlje.

### **2.1.2. Sponzorstva**

Sponzorstvo je financijska potpora sportu (bilo da se radi o događaju, organizaciji ili izvođaču) od strane vanjskog tijela u zajedničku korist obje strane.

Sponzorstvo se događa na svim razinama sporta. Školskim timovima možda su sponzorirani dresovi, dok elitnim sportašima mogu biti plaćene velike svote novca za nošenje određene

sportske odjeće ili korištenje markirane opreme. Sponzorstvo može biti financijsko ili nefinancijsko plaćanje. Sponzorstvo znači da obje strane dobivaju pogodnosti iz sporazuma.

Organizacija i tvrtka moraju se u okviru ugovora dogovoriti o tome kako komunicirati o sponzoru u zamjenu za sponzorstvo (npr. njegov logo mora biti prikazan na letcima, plakatima itd.). Mora se znati da će to biti poslovni prihod sportske organizacije, za razliku od donacije.

### **2.1.2.1. Vrste sponzorstva**

- Pojedinci – s logotipom, noseći određenu marku, podržavaju proizvode, plaćaju obuku, konkurenciju i putne troškove.
- Timovi i klubovi – nose komplet i transparente, imaju naziv tvrtke za tim ili teren ili štand, plaćaju konkurenciju i putne troškove.
- Sportovi – imena natjecanja, kupova i liga, poboljšavaju svoje razvojne programe i poboljšavaju sadržaje.
- Događaji - omogućuju upotrebu njihovog logotipa na proizvodima sponzora, pružaju besplatne proizvode za prisustvovanje i financiraju vođenje događaja.

### **2.1.2.2. Prednosti za sponzorirane**

- Pojedinci – pokrivaju troškove kao što su oprema, putovanja, smještaj, naknade za natjecanje i vrijeme obuke.
- Timovi i klubovi – podržavaju održavanje zaliha, opreme, terena ili klupskih prostora.
- Sportovi – plaća za obuku i razvoj trenera, programe početnika i upravljanje talentima.
- Događaji - pokrivaju najam mjesta, ugostiteljstvo, gostoprimstvo, oglašavanje, programe, troškove službenika.

### **2.1.2.3. Nedostaci sponzoriranih**

- Sponzorstvo se može ograničiti ili lako povući - nema garancija.
- Izvođač može postati ovisan o određenom sponzoru, koji se tada može povući.

- Neka sponzorstva (npr. alkohol) daju sportu lošu sliku.
- Veliko sponzorstvo dostupno je samo nekolicini elitnih.
- Izvođači, timovi i događaji mogu se manipulirati ili iskorištavati kako bi odgovarali sponzoru.
- Sportovi manjina ili oni s malo medijskog izvještavanja teško privlače sponzore.

#### **2.1.2.4. Prednosti za sponzore**

- Povećava svijest o svojoj tvrtki ili marki
- Promiče proizvode i usluge
- Promiče pozitivan i zdrav imidž njihove tvrtke
- Poboljšava ugled tvrtke
- Omogućava nagrade ili poticaje osoblju i kupcima.
- Povećava prodaju ili prihode povećanom izloženošću medijima
- Porez se smanjuje olakšicama

#### **2.1.2.5. Nedostaci za sponzore**

- Nesigurna investicija – sportski uspjeh nije zajamčen
- Ako je događaj poremećen, gubi se izloženost medija i potencijal oglašavanja
- Ako sport ili izvođači generiraju loš publicitet, to ima loš učinak na sponzora.

### **2.1.3. Donacije**

U slučaju donacija (novac, u naturi, usluge itd.), podupiratelj pruža svoju donaciju bez naknade. Ako tvrtka donira slijedeći zakonske uvjete, ima pravo na popust od poreza na dobit.

Na početku je važno naglasiti da su donacija i podrška, koji se često koriste sinonimno, dva različita koncepta. Jednostavno rečeno, podrška je šira kategorija, a donacija je dio toga: podrška koja se kvalificira kao donacija.

### 2.1.3.1. Opći koncept donacije

Donacija je dar koji netko daje uzroku u koji vjeruje. Ako ste ikad stavili dolar u kolekcionarski tanjur ili šešir, donirali ste.

### 2.1.3.2. O donaciji općenito

Važno osnovno načelo donacije je da donator ne samo da ne može očekivati nikakvu naknadu, već i ne može steći financijsku prednost. U slučaju privatnih osoba opseg pogodjenih je jasan, ali u slučaju poduzeća vrlo je širok: članovi, viši rukovoditelji, članovi nadzornog odbora, članovi odbora i revizori tvrtke koja donira ne mogu ostvariti prednost - čak ni bliske rodbine tih pojedinaca.

Organizacija obično odlučuje o korištenju donacije - izuzetak je ako donator utvrdi svrhu donacije. Korisnik je dužan izvijestiti o korištenju donacije u svom godišnjem izvješću. Uobičajeno je da primatelj obavijesti davatelja o svrsi u koju je korišten novac ili druga donacija.

### 2.1.3.3. Svrha donacije

Svrha donacije je uvijek pomoć. To može biti specifično: kada donator daje novac za određeni uređaj, pomaže u opskrbi ureda, podržava kupnju sportske opreme itd., ili to može biti novčana donacija koju korisnik može slobodno potrošiti u pravnom okviru.

Donator ne može tražiti nikakvu naknadu od podržane organizacije za donaciju. Međutim, država može potaknuti socijalna poduzeća na doniranje: poduzeća mogu primiti porezne olakšice. Doniranje nije isto što i društvena odgovornost, tj. društveno odgovorno poslovanje koncept koji se ovih dana naziva DOP. DOP je više od podrške određenoj organizaciji s određenim iznosom: davanju prioriteta društveno važnim problemima, poduzimanju svijesti o okolišu i uključivanju u poslovanje tvrtke. Ukratko: nije svaki DOP donacija, ali donacija je uvijek DOP.

#### 2.1.3.4. Vrste donacija

Najjednostavniji oblik donacije je novac. Organizacija troši ovo na ono što želi (ili joj je dodijeljeno), može se koristiti na više načina i može se slobodno grupirati. Donacija može biti usluga ili materijalna imovina: sportska oprema, namještaj, računalo, ventilator, vozilo, besplatno oglašavanje, besplatan prijevoz, rad uživo - popis je beskrajn. U slučaju materijalne donacije, to ne smije biti nevažan ili beskoristan predmet koji tvrtka ili pojedinac daje kao poklon samo zato što više ne znaju što bi s tim. Moguće je da ono što je nepotrebno za dobro vođenu tvrtku može biti korisno za siromašniju nevladinu organizaciju, ali to nije najelegantniji način darivanja.

##### 2.1.3.4.1. Jednokratne donacije

Ovo je najčešći oblik donacije, gdje donator daje određeni iznos neprofitnoj organizaciji. Ti se darovi mogu pojaviti u različitim formatima, uključujući čekove i donacije kreditnih kartica podnesene putem internetskih obrazaca za donaciju. Prihvaćanje jednokratnih donacija izvrstan je način za dobivanje novih donatora ili ponovno povezivanje s postojećim donatorom.

##### 2.1.3.4.2. Ponavljajuće donacije

Ponavljajuće donacije pružaju podršku u redovitim intervalima, poput mjesečnih. Tijekom godine, ove donacije učinkovito dodaju veliku godišnju potporu. Ponavljajuće potpore pogodne su za donatora jer im omogućuju redovito davanje bez potrebe za pamćenjem ili oduzimanjem vremena za ponovni ulazak podataka o kreditnoj kartici. To je i učinkovit način neprofitnih organizacija za izgradnju bliskih odnosa s donatorima tijekom vremena.

##### 2.1.3.4.3. Nasljedne donacije

Donacije legalnosti, poznati i kao planirani darovi, važan su izvor podrške neprofitnim organizacijama jer mogu osigurati dugoročno i održivo financiranje. To je zato što mnoge od tih donacija pružaju podršku dobrotvornim organizacijama tijekom dužeg razdoblja, koje mogu trajati godinama ili čak desetljećima. Mogu biti u više oblika, poput anuiteta, različitih trustova i testamentarnih zavjeta.

#### **2.1.3.4.4. Počasne ili spomen-donacije**

Počasna donacija može se dati u čast ili sjećanje na voljenu osobu, prijatelja ili kolegu. Ove donacije pomažu donatorima da izraze zahvalnost ili suosjećanje podržavajući razlog do kojeg im je stalo. Memorijalne donacije nisu samo financijska potpora, već mogu skrenuti pozornost na misiju ili utjecaj dobrotvorne organizacije.

#### **2.1.3.4.5. Donacije dionica**

Doniranje dionica može biti ključni izvor prihoda za dobrotvorne organizacije. S druge strane, donatori koji dobrotvornim društvima daju vrijednu bezgotovinsku imovinu, poput zaliha, mogu dobiti značajne porezne olakšice. Doniranjem dionica, donatori mogu izbjeći plaćanje poreza na kapitalnu dobit nakon aprecijacije i obično primaju porezni odbitak koji odgovara fer tržišnoj vrijednosti dionice u trenutku donacije.

#### **2.1.3.4.6. Kripto donacije**

Poput donacija dionica, kripto donacije su još jedan oblik donacije bezgotovinske imovine. Međutim, zajednica kripto korisnika vrlo je jedinstvena demografski, poznata po mladosti, tehnološkoj pismenosti, relativnom bogatstvu i velikodušnosti u podržavanju uzroka u koje vjeruju.

Iako je kripto filantropija još uvijek u trendu porasta prikupljanja sredstava, pomogla je već tisućama neprofitnih organizacija da naprave promjenu u svijetu doniranjem stotina milijuna dolara u posljednjih nekoliko godina.

#### **2.1.3.4.7. Doniranje fizičke robe**

Neprofitne organizacije mogu prihvatiti materijalnu imovinu kao što su automobili, brodovi, pa čak i nekretnine kao dobrotvorne donacije. U nekim slučajevima dobrotvorna organizacija može zatražiti i određene vrste nekretnina koje će im omogućiti da bolje ispune svoju misiju. U mnogim slučajevima, međutim, donator jednostavno daje stavku i zauzvrat prima poreznu olakšicu, dok neprofitna organizacija može odlučiti zadržati je ili prodati za gotovinu.



#### **2.1.3.4.8. Donacije u naturi**

Doniranja u naturi su bezgotovinski darovi koji mogu uključivati vrijeme, usluge i fizičku robu. Dobrotvorni pokloni mogu pomoći neprofitnim organizacijama da pristupe određenim resursima povezanim s njihovom misijom ili čak poklonima za prikupljanje sredstava za prikupljanje novca i tombola. Neki se oblici volontiranja mogu smatrati i donacijama u naturi ako nude određene vještine.

#### **2.1.3.5. Završne misli**

Pametno je prikupljanje sredstava kojim svojim pristalicama dopustite da doniraju kako (i što) žele. Ponuda višestrukih mogućnosti donacije ima dvostruku korist od maksimiziranja utjecaja jednokratne donacije, istovremeno pomažući izgradnji prepoznatljivosti donatora, što može dovesti do više donacija u budućnosti.

#### **2.1.3.6. Donacije u sportu**

Za provođenje inicijativa za društveno odgovorno poslovanje (DOP), sportske organizacije često se udružuju s organizacijama iz različitih sektora, uključujući javne, privatne i neprofitne organizacije. Ta partnerstva pružaju timovima i ligama resurse koji su im potrebni za učinkovito provođenje društvenih inicijativa.

### **2.1.4. Lutrija**

Tržište lutrije, kao arena za višak resursa, mjesto je u mnogim središnjim sustavima financiranja sporta, s prirezima i porezima koji se naplaćuju na usluge kockanja i lutrije koje su sankcionirane od strane države.

### 3. Koristi i motivacija za tvrtke za financiranje parasporta

Financiranje sporta za osobe s invaliditetom može pružiti nekoliko teorijskih koristi i motivacija za tvrtke. To se može razumjeti kroz različite teorijske okvire koji se obično koriste u proučavanju društveno odgovornog poslovanja (DOP-a) i poslovne etike.

**Teorija dionika:** Prema ovoj teoriji, tvrtke bi trebale uzeti u obzir interese svih dionika, a ne samo dioničara. Financiranje sporta za osobe s invaliditetom pokazuje predanost raznovrsnom krugu dionika, uključujući zaposlenike, potrošače, sportaše i širu zajednicu. To može dovesti do povećane podrške i odanosti dionika.

**Teorija legitimacije** sugerira da organizacije nastoje zadržati svoj legitimitet u očima društva. Podrška sportovima s invaliditetom može poboljšati legitimitet tvrtke pokazujući predanost inkluzivnosti i društvenoj odgovornosti, usklađujući se s društvenim očekivanjima.

**Pregled temeljen na resursima** tvrtke sugerira da bi tvrtke trebale iskoristiti svoje jedinstvene resurse i mogućnosti kako bi stekle konkurentsku prednost. Ulaganje u parasportove može se promatrati kao način da se iskoriste financijska sredstva, marka i stručnost tvrtke kako bi stvorila pozitivan društveni utjecaj, a istovremeno se izdvojila iz konkurencije.

**Triple bottom line (TBL):** Okvir TBL uzima u obzir tri dimenzije poslovnog učinka: ekonomsku, socijalnu i ekološku. Financiranje sporta s invaliditetom usklađuje se s socijalnom dimenzijom TBL-a, promičući socijalnu uključenost, raznolikost i dobrobit, što može poboljšati ugled tvrtke i dugoročnu održivost.

**Teorija etičkog vodstva** naglašava ulogu lidera u promicanju etičkog ponašanja unutar organizacija. Tvrtke koje financiraju sportove s invaliditetom mogu se smatrati etičkim liderima, pružajući primjer drugim poduzećima i nadahnjujući kulturu društvene odgovornosti.

**Korporativno građanstvo:** Koncept korporativnog građanstva tvrtke smatra članovima šire društvene zajednice. Podržavajući sport za osobe s invaliditetom, tvrtke ispunjavaju svoju ulogu odgovornih korporativnih građana, doprinoseći dobrobiti društva izvan profita.

**Institucionalna teorija** smatra da organizacije udovoljavaju institucionalnim normama i očekivanjima. Ulaganje u parasport može se smatrati sukladnim društvenim normama vezanim za raznolikost, uključivanje i jednake mogućnosti, smanjujući rizik od institucionalnog pritiska ili sankcija.

**Etička teorija konzumerizma** sugerira da je veća vjerojatnost da će potrošači podržati tvrtke koje se usklađuju s njihovim etičkim vrijednostima. Financiranje parasporta može se svidjeti etičkim potrošačima, što dovodi do povećane prodaje i lojalnosti marki.

**Pozitivne vanjske posljedice:** Iz ekonomske perspektive, financiranje parasporta može stvoriti pozitivne vanjske posljedice za društvo, poput poboljšanih zdravstvenih ishoda, smanjene socijalne nejednakosti i povećane socijalne kohezije. Tvrtke koje doprinose tim pozitivnim vanjskim učincima mogu se smatrati društveno odgovornim i etičkim akterima.

**Korporativni identitet i slika:** Podrška parasportu može pomoći oblikovanju korporativnog identiteta i imidža tvrtke, pozicionirajući ju kao uključivu, brižnu i društveno odgovornu organizaciju. Ova slika može privući kupce koji se poistovjećuju s tim vrijednostima.

Ukratko, teorijska perspektiva DOP-a i poslovne etike pruža okvir za razumijevanje prednosti i motivacije poduzeća za financiranje parasporta. Ove teorijske perspektive naglašavaju važnost usklađivanja poslovne prakse s društvenim vrijednostima, interesima dionika i etičkim pitanjima, što može dovesti do poboljšanog korporativnog ugleda, podrške dionika i dugoročnog poslovnog uspjeha.

## 3.1. Koristi za tvrtke za financiranje parasporta

### 3.1.1. Koristi za tvrtke kroz financiranje pojedinaca u parasportu

Financiranje sporta za osobe s invaliditetom nudi brojne prednosti, ne samo za same sportaše, već i za društvo u cjelini. Evo nekoliko ključnih prednosti podrške i ulaganja u sport za osobe s invaliditetom:

**Inkluzivnost i raznolikost:** Financiranje sporta za osobe s invaliditetom potiče inkluzivnost i raznolikost u sportskom svijetu. Šalje snažnu poruku da svi, bez obzira na svoje tjelesne ili kognitivne sposobnosti, zaslužuju priliku za sudjelovanje u sportskim i rekreacijskim aktivnostima.

**Fizičko i mentalno zdravlje:** Sportske i fizičke aktivnosti imaju dobro dokumentirane koristi za fizičko i psihičko zdravlje. Za osobe s invaliditetom sudjelovanje u sportu može dovesti do poboljšanog kardiovaskularnog zdravlja, povećane snage mišića, povećane fleksibilnosti i smanjene razine stresa.

**Razvoj vještina:** Prilagodljivi sport može pomoći osobama s invaliditetom u razvoju vrijednih vještina kao što su timski rad, komunikacija, postavljanje ciljeva i rješavanje problema. Te se vještine mogu prenijeti na druge aspekte života, uključujući obrazovanje i zapošljavanje.

**Samopoštovanje i samopouzdanje:** Bavljenje sportom može potaknuti samopoštovanje i povjerenje kod osoba s invaliditetom. Uspjeh i postignuća u sportu mogu se pretvoriti u pozitivnu sliku o sebi i veći osjećaj vlastite vrijednosti.

**Socijalna integracija:** Sport pruža mogućnost osobama s invaliditetom da se druže i povežu s drugima koji dijele slične interese. Može se boriti protiv osjećaja izoliranosti i dovesti do razvoja jakih društvenih mreža.

**Uzori:** Financiranje sporta s invaliditetom može proizvesti inspirativne uzore koji mogu nadahnuti druge s invaliditetom da slijede svoje ciljeve i snove, kako u sportu tako i u životu.

**Povećano sudjelovanje:** Financijska potpora može povećati sudjelovanje u adaptivnim sportskim programima, što dovodi do većeg i konkurentnijeg bazena sportaša. To u konačnici može podići razinu konkurencije i stvoriti jaču sportsku zajednicu za osobe s invaliditetom.

**Svjesnost:** Ulaganje u sportove s invaliditetom može podići svijest o izazovima s kojima se suočavaju osobe s invaliditetom. Također može poslužiti kao platforma za zagovaranje, ističući važnost pristupačnosti, inkluzije i jednakih mogućnosti za sve.

**Paraolimpijski pokret:** Financiranje parasportova doprinosi rastu paraolimpijskog pokreta koji pokazuje nevjerojatne sposobnosti sportaša s invaliditetom na globalnoj sceni. Paraolimpijske igre postale su moćan simbol inkluzije i raznolikosti.

**Ekonomske koristi:** Sportska industrija, uključujući parasport, može donijeti ekonomske koristi kroz turizam, ugostiteljstvo i prodaju proizvoda i usluga vezanih uz sport. Ovaj gospodarski utjecaj može imati koristi za lokalne zajednice i šire gospodarstvo.

**Istraživanje i inovacije:** Ulaganje u parasportove može potaknuti inovacije u adaptivnoj opremi, tehnologiji i metodama treninga, koristi ne samo za sportaše s invaliditetom, već i širu populaciju u pogledu zdravstvene zaštite i pomoćnih tehnologija.

**Inspiracija i obrazovanje:** Sportaši s invaliditetom mogu poslužiti kao izvor inspiracije i obrazovanja za ljude svih sposobnosti, izazivajući stereotipe i potičući uključivije društvo.

Ukratko, financiranje sporta za osobe s invaliditetom ima dalekosežne koristi, u rasponu od poboljšanja fizičkog i mentalnog zdravlja do socijalne uključenosti i ekonomskih prednosti. Doprinosi pravednijem i inkluzivnijem društvu u kojem ljudi svih sposobnosti imaju priliku napredovati u sportu i drugim aspektima života.

### 3.1.2. Koristi za tvrtke kroz financiranje parasportskih organizacija

Financiranje parasportskih organizacija koje podržavaju i promiču parasport mogu ponuditi brojne prednosti tvrtkama. Te prednosti obuhvaćaju i koristi od društveno odgovornog poslovanja (DOP) i potencijalne poslovne prednosti. Evo nekoliko ključnih prednosti za tvrtke koje odluče podržati parasportske organizacije:

**Poboljšana reputacija:** Podrška parasportu može poboljšati ugled tvrtke kao društveno odgovorne i uključive organizacije. To može dovesti do povećanog povjerenja i odanosti potrošača.

**Pozitivna slika brenda:** Tvrtke koje financiraju parasport često razvijaju pozitivan imidž marke povezan s inkluzivnošću, raznolikošću i empatijom. To ih može razdvojiti od konkurencije i odjeknuti sa širokim krugom potrošača.

**Angažiranje zajednice:** Financiranje parasporta omogućuje tvrtkama da se aktivno bave lokalnim zajednicama i grade smislene odnose. To može dovesti do jače povezanosti s potrošačima, zaposlenicima i dionicima.

**Angažiranje i ponos zaposlenika:** Zaposlenici se često ponose radom u tvrtki koja podržava značajne uzroke. Inicijative DOP-a, uključujući financiranje parasporta, mogu potaknuti moral zaposlenika, zadovoljstvo i zadržavanje.

**Privlačenje talenata:** Tvrtke koje se snažno zalažu za društvenu odgovornost često su privlačnije tražiteljima posla, posebno među mlađim generacijama koje cijene rad usmjeren prema određenoj namjeri.

**Pristup novim tržištima:** Parasport može otvoriti mogućnosti na nišnim tržištima i segmentima koji su možda prethodno zanemareni. To može dovesti do povećane prodaje i rasta.

**Umrežavanje i partnerstva:** Uključenost u parasportsku zajednicu može olakšati mogućnosti umrežavanja i partnerstva s drugim organizacijama istomišljenika, uključujući neprofitne organizacije i vladine agencije.

**Inovacije i razvoj proizvoda:** Tvrtke koje podržavaju parasport mogu steći uvid u potrebe i sklonosti osoba s invaliditetom. To može potaknuti inovacije u razvoju proizvoda i usluga.

**Porezne olakšice:** Ovisno o nadležnosti, neka poduzeća mogu primiti porezne olakšice ili odbitke za svoj doprinos programima parasporta i povezanim inicijativama.

**Vidljivost marke:** Sponzoriranje parasportskih događaja ili parasportaša može pružiti značajnu vidljivost brenda putem oglašavanja, medijskog izvještavanja i izloženosti društvenim medijima.

**Usklađivanje s regulatornim zahtjevima:** U nekim regijama mogu postojati zakonski zahtjevi ili propisi koji se odnose na društvenu odgovornost i raznolikost poduzeća. Podrška parasportu može pomoći tvrtkama da se pridržavaju ovih propisa.

**Dugoročna održivost:** Predanost parasportu i inkluzivnosti kao dijelu vrijednosti tvrtke može pridonijeti dugoročnoj održivosti i otpornosti, jer se usklađuje s razvijajućim društvenim očekivanjima.

**Odnosi s javnošću:** Tvrtke mogu iskoristiti svoje sudjelovanje u parasportu za stvaranje pozitivnog medijskog izvještavanja i PR mogućnosti, pokazujući svoju predanost društvenim uzrocima.

**Globalni utjecaj:** Izvještaj o financiranju može pridonijeti globalnim naporima za promicanje inkluzije i pristupačnosti, što može biti posebno važno za tvrtke s međunarodnom prisutnošću.

Zaključno, tvrtke koje ulažu u parasport ne samo da doprinose uključivijem društvu, već i imaju koristi u smislu ugleda, angažmana zaposlenika, pristupa tržištu i inovacija. Te koristi mogu stvoriti pozitivnu petlju za povratne informacije, pojačavajući predanost tvrtke društvenoj odgovornosti i dugoročnom uspjehu.

## 3.2. Kako motivirati tvrtke na financiranje parasporta

Motiviranje tvrtki za financiranje parasporta zahtijeva dobro planiran i uvjerljiv pristup koji ističe prednosti takvog financiranja. Evo nekoliko strategija za motiviranje poduzeća da podržavaju parasportske organizacije i parasportaše:

**Dokažite utjecaj:** Navedite konkretne primjere pozitivnog utjecaja financiranja, uključujući osobne priče o uspjehu parasportaša. Podijelite statistiku i podatke o fizičkim, mentalnim i socijalnim prednostima sporta za osobe s invaliditetom.

**Usklađivanje s vrijednostima tvrtke:** Pokažite kako se podupiranje parasporta usklađuje s temeljnim vrijednostima, misijama i ciljevima društveno odgovornog poslovanja (DOP-a). Naglasite važnost inkluzivnosti i raznolikosti u današnjem društvu i kako tvrtka može biti lider u promicanju tih vrijednosti.

**Istaknite PR mogućnosti:** Naglasite prednosti odnosa s javnošću podržavanjem parasporta, uključujući povećanu medijsku pokrivenost, pozitivnu izloženost marki i mogućnosti

smislenog pripovijedanja. Ilustrirajte kako takva podrška može poboljšati ugled tvrtke i razlikovati je od konkurencije.

**Angažirajte zaposlenike:** Pokažite kako se angažman zaposlenika može povećati uključivanjem u parasport, poput volontiranja na događajima ili mentoriranja parasportaša. Istaknite kako podržavanje značajnih uzroka može poboljšati moral zaposlenika, zadovoljstvo poslom i zadržavanje.

**Koncentracija na osjećaje potrošača:** Podijelite uvide o preferencijama potrošača, posebno među mlađim generacijama koje cijene društveno odgovorne tvrtke. Pokažite kako je vjerojatnije da će potrošači podržati poduzeća koja se usklađuju s njihovim vrijednostima.

**Umrežavanje i partnerstva:** Naglasite potencijal za umrežavanje i partnerstva s drugim organizacijama istomišljenika, neprofitnim organizacijama i vladinim agencijama koje se bave sportom s invaliditetom. Ilustrirajte kako suradnja može dovesti do obostrano korisnih rezultata.

**Istražite porezne olakšice:** Obavijestiti tvrtke o potencijalnim poreznim olakšicama ili odbitcima povezanim s doprinosima za parasportske programe i povezane inicijative.

**Ponudite prilagodene pakete sponzorstva:** Paketi sponzora za ispunjavanje specifičnih ciljeva i proračuna svake tvrtke, nudeći različite razine uključenosti i prepoznavanja.

**Podijelite priče o uspjehu:** Podijelite priče o uspjehu drugih tvrtki koje su imale koristi od sudjelovanja u parasportu, uključujući i kako je to pozitivno utjecalo na njihov brend i poslovanje.

**Edukacija o pristupačnosti:** Podići svijest o važnosti pristupačnosti sporta i kako financiranje može pridonijeti stvaranju uključivijeg okruženja.

**Naglasite paraolimpijski pokret:** Istaknite značaj i globalni domet Paraolimpijskih igara kao platforme za promicanje sporta za osobe s invaliditetom i inkluzivnost.

**Prepoznavanje ponude i vidljivost:** Pokažite kako će podrška tvrtke biti prepoznata i objavljena, uključujući postavljanje logotipa na događaje, na promotivne materijale i putem društvenih medija.



**Osigurajte transparentnost:** Osigurati transparentnost u načinu na koji će se sredstva koristiti i kako će doprinos tvrtke izravno utjecati na sportaše i programe.

**Uključite se u personaliziranu razmjenu:** Javite se tvrtkama pojedinačno i prilagodite svoj smjer njihovim specifičnim interesima, vrijednostima i fokusu industrije.

**Iskoristite internetske i društvene medijske platforme:** Koristite internetske platforme i društvene medije za razmjenu uvjerljivih sadržaja, priča i ažuriranja vezanih uz parasport i uključenost tvrtke.

Ukratko, strateški i personalizirani pristup koji naglašava usklađivanje vrijednosti, koristi za tvrtku i pozitivan utjecaj na zajednicu može biti učinkovit u motiviranju poduzeća za financiranje parasporta.

### **3.3. Kako navesti tvrtke da ulažu u parasport**

Natjecanje poduzeća da ulažu u parasport zahtijeva promišljen i uvjerljiv pristup. Evo koraka za privlačenje korporativnih ulaganja u parasport:

**Shvatite ciljeve i vrijednosti tvrtke:** Isražite potencijalne tvrtke tako da razumijete njihove kulture, vrijednosti i prioritete DOP-a. Poravnajte svoj prijedlog s ovim aspektima kako biste pokazali zajedničke interese.

**Izradite uvjerljiv prijedlog:** Stvorite dobro strukturiran prijedlog koji ocrta ciljeve, utjecaj i prednosti podrške parasportu. Istaknite kako će se investicija uskladiti s ciljevima tvrtke i pokažite jasan plan partnerstva.

**Naglasite društveni utjecaj:** Pokažite pozitivan socijalni utjecaj ulaganja u parasport, poput poboljšanog fizičkog i mentalnog zdravlja parasportaša, povećanja inkluzivnosti i osnaživanja pojedinaca s tjelesnim invaliditetom.

**Istaknuta vidljivost brenda:** Objasnite kako će ulaganje tvrtke dovesti do povećane vidljivosti brenda putem sponzorstava, medijskog izvještavanja i promotivnih mogućnosti povezanih sa parasportskim događajima i parasportašima.

**Ilustrirati angažman zaposlenika:** Naglasite mogućnosti za angažman zaposlenika, poput volontiranja na parasportskim događajima ili sudjelovanja u mentorskim programima s parasportašima. Istaknite kako takav angažman može potaknuti moral i zadovoljstvo zaposlenika.

**Koncentracija na osjećaje potrošača:** Navedite podatke i istraživanje o preferencijama potrošača, posebno među mlađim demografijama, koji pokazuju prednost prema tvrtkama koje podržavaju društveno odgovorne uzroke.

**Ponudite prilagođene mogućnosti partnerstva:** Stvorite niz mogućnosti partnerstva koje se odnose na različite razine uključenosti i financijskih obveza. Prilagodite ove mogućnosti kako bi odgovarali specifičnim ciljevima i proračunu tvrtke.

**Priče o uspjehu s prikazom:** Podijelite priče o uspjehu drugih tvrtki koje su uložile u parasport i pozitivne ishode koje su doživjele u smislu povećanja marke i utjecaja zajednice.

**Pokazati dugoročnu predanost:** Ilustrirajte kako će ulaganje tvrtke dovesti do dugoročne održivosti i utjecaja unutar parasportske zajednice. Pokažite jasnu viziju budućnosti partnerstva.

**Omogućite odgovornost i transparentnost:** Osigurajte potencijalnim investitorima da će se njihova sredstva odgovorno koristiti i pružite transparentnost u načinu na koji će novac podržavati sportaše i parasportske programe. Napravite izvještaje i pošaljite ih regulatorima.

**Preokrenite postojeće odnose:** Ako vaša organizacija ima postojeće odnose s tvrtkama ili sponzorima, iskoristite ove veze kako biste ih upoznali s mogućnostima iz parasporta.

**Suradujte s rukovoditeljima poduzeća:** Pokušajte izravno surađivati s rukovoditeljima poduzeća ili donositeljima odluka kako biste predstavili svoj prijedlog. Personalizirana komunikacija može biti uvjerljivija.

**Koristite digitalne i društvene medijske platforme:** Internetske platforme i društveni mediji dijele uvjerljive sadržaje, priče o uspjehu i ažuriranja vezana uz parasport i uključenost tvrtke.

**Istaknite paraolimpijski pokret:** Naglasite značaj i globalni doseg Paraolimpijskih igara kao platforme za promicanje parasporta i inkluzivnosti.

**Omogućite priznanje i nagrade:** Omogućite priznanje za sudjelovanje tvrtke, kao što su postavljanje logotipa, pozivnice za događaje i ekskluzivna iskustva vezana uz parasportske događaje.

**Održavajte i gradite odnose:** Održavajte redovitu komunikaciju s potencijalnim investitorima, pružajući ažuriranja o napretku partnerstva i njegujući pozitivan, dugoročan odnos.

Ukratko, uspješno privlačenje korporativnih ulaganja u parasport uključuje strateški pristup koji pokazuje usklađivanje s ciljevima, vrijednostima i interesima tvrtke, istovremeno naglašavajući pozitivan društveni utjecaj, vidljivost marke, i mogućnosti angažiranja zaposlenika koje dolaze s takvim ulaganjima.

### 3.4. Kako održati suradnju s tvrtkama koje ulažu u parasport

Održavanje suradnje s tvrtkama koje ulažu u parasport je ključno za kontinuirani uspjeh i održivost ovih inicijativa. Evo strategija koje će vam pomoći u poticanju i održavanju suradnje s korporativnim partnerima na polju parasporta:

**Jasna komunikacija:** Uspostavite i održavajte otvorene i transparentne linije komunikacije sa svojim korporativnim partnerima. Redovito ih obavještavajte o napretku, utjecaju i aktivnostima povezanim s parasportom.

**Redovni sastanci i prijave:** Rasporedite redovne sastanke ili provjere s korporativnim partnerima kako biste razgovarali o ciljevima partnerstva, mogućnostima suradnje i svim prilagodbama potrebnim za ispunjavanje njihovih ciljeva.

**Prilagođeni angažman:** Prilagodite svoj angažmanski pristup preferencijama i ciljevima svakog korporativnog partnera. Shvatite njihove specifične interese i uskladite svoje napore u skladu s tim.

**Kontinuirano izvještavanje:** Navedite opsežna i pravovremena izvješća o utjecaju njihovih ulaganja u parasport. Istaknite ključne metrike performansi i podijelite priče o uspjehu kako biste pokazali opipljive rezultate njihove podrške.

**Povratne informacije i unos:** Trajne povratne informacije korporativnih partnera o njihovim iskustvima i učinkovitosti partnerstva. Djelujte po njihovom izvješću za unapređenje suradnje i rješavanje bilo kakvih nedoumica.

**Ekskluzivna iskustva:** Ponudite ekskluzivna iskustva ili zakulisne pristupe parasportskim događajima i parasportašima kao znak zahvalnosti za njihovu stalnu podršku.

**Usklađivanje s korporativnim ciljevima:** Redovito procijenite usklađivanje partnerstva s razvijajućim ciljevima i vrijednostima korporativnog partnera. Osigurajte da i dalje ispunjava njihove ciljeve DOP-a.

**Prepoznati i slaviti doprinose:** Javno prepoznati i slaviti doprinose korporativnih partnera putem medija, događanja, nagrada i društvenih medija. Neka se osjećaju cijenjenim članovima parasportske zajednice.

**Zajedničke inicijative:** Suradujte na zajedničkim inicijativama, projektima ili kampanjama vezanim uz parasport koji se usklađuju s DOP ciljevima tvrtke i ciljevima parasportskih organizacija.

**Dugoročna vizija:** Podijelite svoju dugoročnu viziju parasporta i naglasite kako je njihova stalna suradnja ključna za postizanje ovih ciljeva. Pokazati predanost dugovječnosti partnerstva.

**Diverzificirajte partnerstvo:** Istražite mogućnosti za diverzifikaciju partnerstva zajedničkim razvojem novih programa, proizvoda ili usluga koji imaju koristi za obje strane i unaprijedite misiju parasporta.

**Izgradnja mreže:** Potaknite korporativne partnere da iskoriste svoje mreže za promicanje parasporta i privlačenje potencijalnih ulagača, sponzora ili drugih suradnika.

**Budite informirani i prilagodljivi:** Budite informirani o razvoju u trendovima parasporta i DOP-a. Budite prilagodljivi i spremni prihvatiti nove mogućnosti i izazove.

**Pravni ugovori:** Osigurajte da su svi pravni ugovori ažurirani i jasno ocrtajte prava, odgovornosti i očekivanja obje strane. Odmah se očitujte o bilo kojim pravnim stvarima.

**Izrazite zahvalnost:** Redovito izražavajte zahvalnost na stalnoj suradnji i podršci. Pokažite zahvalnost kroz personalizirane geste zahvalnosti i žetone zahvalnosti.

**Dijelite novosti i prekretnice:** Podijelite novosti o postignućima, prekretnicama i nadolazećim događajima kako bi korporativni partneri bili angažirani i informirani.

**Obrazovne inicijative:** Suradujte na obrazovnim inicijativama vezanim za svijest o invalidnosti, uključivanje i dostupnost. Te inicijative mogu pokazati predanost širem društvenom utjecaju.

**Zajedno slavite uspjeh:** Proslavite zajedničke uspjehe, bilo da su povezani s postignućima parasportaša, povećanim sudjelovanjem ili pozitivnim društvenim učinkom.

Primjenom ovih strategija možete potaknuti snažnu i trajnu suradnju s tvrtkama koje ulažu u parasport, osiguravajući kontinuirani rast i uspjeh inicijativa parasporta.

### 3.5. Zaključak

Zaključno, postoje brojne uvjerljive koristi i motivacije za tvrtke da financiraju parasport. Te se prednosti šire izvan financijskih razmatranja i duboko su ukorijenjene u društveno odgovornom poslovanju poduzeća (DOP), etici i poslovnoj strategiji. U osnovi, financiranje parasporta usklađuje se s etičkim načelima, društvenim normama i odgovornim poslovnim praksama. Ne samo da koristi sportašima s invaliditetom, već i povećava ugled tvrtke, angažira svoje dionike i doprinosi inkluzivnijem i pravednijem društvu. Konačno, odluka o ulaganju u

sportove s invaliditetom odražava opredjeljenje za vrijednosti koje nadilaze financijske prinose, pozicionirajući tvrtke kao odgovorne korporativne građane koji imaju značajan i trajan utjecaj.

## 4. DOP kao alat za potporu parasportu

### 4.1. Društveno odgovorno poslovanje u sportu

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) u sportu je tekući projekt, s tim da su inicijative orijentirane na timove i lige postale brzo popularne (Godfrey, 2009; Babiak & Wolfe, 2006, 2009; Heinze i sur., 2014; Sheth & Babiak, 2010). Sportske organizacije vjeruju da je bavljenje DOP-om ključne zbog njihove cjelovite uloge u lokalnim zajednicama, opsežnog medijskog izvještavanja i njihovog potencijala za učinkovito provođenje inicijativa za DOP (Babiak, 2010; Godfrey, 2009; Smith & Westerbeek, 2007; Zhang & Surujlal, 2015).

Najčešće inicijative DOP-a u sportu su napori u odnosima sa zajednicom, uključujući dobrotvorne inicijative i inicijative za razvoj zajednice, posebno usmjerene na djecu i obrazovne programe, kao i zdravstvene i wellness kampanje (Inoue, Kent, & Lee, 2011; Babiak & Wolfe, 2006; Carey Mason, & Misener, 2011; Walters & Chadwick, 2009). Te su inicijative posebno popularne jer su sportske organizacije duboko povezane sa svojim gradovima domaćinima i vide DOP kao sredstvo za pozitivan doprinos njihovim zajednicama (Babiak & Wolfe, 2009; Heinze i sur., 2014.).

Sportske organizacije također su aktivno uključene u dobrotvorne inicijative kroz partnerstva s neprofitnim organizacijama (Anagnostopoulos i sur., 2014; Plewa & Quester, 2011). Uz to, raste trend sportskih organizacija koje surađuju s drugim poduzećima u rješavanju problema zaštite okoliša, posebno tijekom velikih sportskih događaja (Ratten, 2010).

Istraživanje sugerira da navijači pozitivno gledaju na sudjelovanje DOP-a od strane sportskih organizacija, a očekuju da će se timovi uključiti u inicijative DOP-a, pod uvjetom da su relevantne i strateški provedene (Lacey & Kennett-Hensel, 2016; Walker & Kent, 2009.). Međutim, razina svijesti o DOP aktivnostima među navijačima ostaje relativno niska, ističući potrebu za učinkovitom komunikacijom napora od strane sportskih organizacija (Walker i sur., 2010).

Sportske organizacije suočavaju se s izazovima i mogućnostima u priopćavanju inicijativa za DOP navijačima, pri čemu platforme društvenih medija igraju sve veću ulogu u ovom komunikacijskom procesu (Hull & Kim, 2016). Dok timovi prihvaćaju web stranice društvenih mreža za komunikaciju, potrebno je više istraživanja kako bi se utvrdila učinkovitost ovih kanala u prenošenju podataka o DOP-u navijačima (Aurelien & Emmanuel, 2015; Hull & Kim, 2016).

Zaključno, DOP u sportu dobiva na značaju, a razvoj zajednice, dobrotvorne inicijative i ekološke kampanje najpopularnija su područja fokusa. Sportske organizacije prepoznaju značaj DOP-a u izgradnji snažnih odnosa s navijačima i zajednicama, iako su potrebne učinkovitije komunikacijske strategije za jačanje svijesti obožavatelja i angažman na DOP inicijativama. (Erickson, Daniel, „Društveno odgovorno poslovanje u sportu: Napori i komunikacije“ (2017). Majstorske teze (2009-). 426. [http://epublications.marquette.edu/theses\\_open/426](http://epublications.marquette.edu/theses_open/426) ).

## 4.2. Istraživanje pet dimenzija DOP-a

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) postalo je temeljni aspekt poduzeća, obuhvaćajući različite dimenzije. Te dimenzije uključuju okolišne, ekonomske, socijalne i upravljačke aspekte DOP-a:

1. Okolišna dimenzija uključuje tvrtke koje nadilaze zakonsku usklađenost kako bi dale pozitivan doprinos kvaliteti okoliša, poput rješavanja klimatskih promjena i emisija stakleničkih plinova.
2. Ekonomska dimenzija potiče tvrtke da maksimiziraju što mogu učiniti sa svojim financijskim sredstvima, poput plaćanja zaposlenima iznad minimalne plaće i podrške lokalnim gospodarstvima.
3. Socijalna dimenzija usredotočena je na ublažavanje poremećaja uzrokovanih poslovnim operacijama, podržavanje programa obrazovanja i osposobljavanja te njegovanje pozitivnih odnosa s lokalnim zajednicama.
4. Dimenzija upravljanja naglašava važnost učinkovitog nadzora kako bi se osiguralo pridržavanje načela i politika poduzeća, posebno u područjima poput podmićivanja.



Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda služe kao mjerilo za mjerenje napretka u DOP-u.

5. Uz to, tvrtke mogu u svoje DOP programe uključiti i druge komponente, poput filantropije, volontiranja zaposlenika, upravljanja lancem opskrbe, privatnosti korisnika i još mnogo toga, ovisno o njihovim prioritetima (Izvor: Sarokin, D. (2020). Pet dimenzija društveno odgovornog poslovanja. Mali posao – Chron.com <https://shorturl.at/ciMP8> ).

#### 4.2.1. Promicanje integriteta i vrijednosti

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) pojavilo se kao dinamična sila koja pokreće pozitivne promjene u različitim sektorima. U domeni parasporta, inicijative DOP-a imaju ogroman potencijal za poticanje integriteta, podržavanje vrijednosti i promicanje inkluzivnosti u sportskom sektoru. Ovaj članak govori o dubokom utjecaju inicijativa DOP-a u parasportu, bacajući svjetlo na to kako korporativna predanost društvenoj odgovornosti može pridonijeti dobrom upravljanju, integritetu i temeljnim vrijednostima.

#### 4.2.2. Promicanje dobrog upravljanja

Dobro upravljanje ključno je za uspjeh bilo koje sportske organizacije. Prihvaćajući prakse DOP-a, korporacije mogu podržati i promovirati načela dobrog upravljanja u sektoru parasporta. Transparentnost u odlučivanju, financijska odgovornost i etičko ponašanje temeljni su aspekti DOP-a koji se neprimjetno usklađuju s načelima dobrog upravljanja. Svojom predanošću DOP-u, korporacije mogu pomoći uspostaviti i održati ta načela, njegujući kulturu integriteta i odgovornog upravljanja unutar parasportskih organizacija.

#### 4.2.3. Poboljšanje integriteta

Integritet je od vitalnog značaja za vjerodostojnost i pouzdanost bilo kojeg sportskog poduhvata. Inicijative DOP-a pružaju mogućnost korporacijama za jačanje integriteta unutar zajednice parasporta. Usklađivanjem svojih vrijednosti i djelovanja s načelima fair playa, sportskog upravljanja i etičkog ponašanja, tvrtke mogu nadahnuti i promovirati kulturu integriteta unutar sportskog sektora. Kroz sponzorstva, partnerstva i suradnje, organizacije

vođene od DOP-a mogu aktivno pridonijeti razvoju čistih i transparentnih sportskih praksi, osiguravajući ravnopravne uvjete za sve sportaše.

#### **4.2.4. Njegovanje vrijednosti**

Parasport nadilazi puku fizičku aktivnost; ima snagu nadahnuti, osnažiti i transformirati živote. Inicijative DOP-a koje daju prioritet parasportu doprinose njegovanju temeljnih vrijednosti unutar društva. Podupirući sportaše s invaliditetom i promičući inkluzivnost, organizacije vođene od DOP-a postaju katalizatori promjena, razbijajući prepreke i izazivajući društvene norme. Oni pojačavaju vrijednosti odlučnosti, otpornosti i upornosti, slaveći dostignuća parasportaša i nadahnjujući pojedince svih sposobnosti da prihvate svoj potencijal.

#### **4.2.5. Poticanje društvenog utjecaja**

Inicijative DOP-a u parasportu šire se izvan sportske arene, što pozitivno utječe na širu zajednicu. Obvezujući se na društvenu odgovornost, korporacije doprinose održivosti ekonomskog razvoja, poboljšavaju život zaposlenika i njihovih obitelji te podižu lokalne zajednice. Te inicijative idu ruku pod ruku s misijom parasporta, jer promiču socijalnu uključenost, jednake mogućnosti i dobrobit osoba s invaliditetom. Kroz zajedničke napore, organizacije vođene od DOP-a i parasport mogu se zajednički suočiti s socijalnim izazovima i poticati uključivije i suosjećajnije društvo.

Moć društveno odgovornog poslovanja u parasportu leži u njegovoj sposobnosti da oblikuje i transformira sportski sektor. Prihvaćajući prakse DOP-a, korporacije postaju ključne za promicanje dobrog upravljanja, njegovanje integriteta i podržavanje temeljnih vrijednosti unutar parasportskih organizacija. Pojačavaju utjecaj sportaša s invaliditetom, inkluzivnost prvaka i pokreću pozitivne društvene promjene. Kako tvrtke sve više prepoznaju svoju društvenu odgovornost, partnerstvo između DOP-a i parasporta nastavlja jačati, otvarajući nove putove za rast, osnaživanje i pravedniju budućnost u svijetu sporta. Slavimo duboki utjecaj DOP-a u parasportu i bezgranični potencijal koji on ima za njegovanje integriteta, podržavanje vrijednosti i poticanje inkluzivnosti u sportskom sektoru.

### **4.3. Promicanje inkluzivnosti i raznolikosti u parasportu kroz društveno odgovorno poslovanje**

U svijetu parasporta, inkluzivnost i raznolikost temeljni su stupovi koji pokreću pozitivne promjene i stvaraju mogućnosti za sportaše s invaliditetom. Društveno odgovorno poslovanje (DOP) igra presudnu ulogu u njegovanju tih vrijednosti, jer omogućuje partnerstvima između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki da rade zajedno na inkluzivnijem i raznolikom sportskom krajoliku. U ovom ćemo članku istražiti transformativnu snagu DOP-a u promicanju inkluzije i raznolikosti u parasportu, ističući suradničke napore koji pokreću pozitivne promjene unutar Paraolimpijske zajednice.

#### **4.3.1. Prihvaćanje partnerstava**

Društveno odgovorno poslovanje djeluje kao most između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki, olakšavajući suradnju i zajedničke inicijative. Kroz ta partnerstva oba entiteta mogu iskoristiti svoje resurse, stručnost i mreže kako bi stvorili značajan utjecaj. Tvrtke za DOP donose financijsku potporu, resurse i opredjeljenje za inkluzivnost, dok Paraolimpijski odbori pružaju znanje, stručnost i platformu za prikazivanje sposobnosti i postignuća sportaša s invaliditetom. Zajedno imaju potencijal potaknuti održive promjene i proširiti doseg parasporta.

#### **4.3.2. Proširenje mogućnosti**

DOP inicijative otvaraju vrata za nove mogućnosti sportaša s invaliditetom, omogućujući im pristup resursima i podršci koja poboljšavaju njihov sportski put. Partnerstvom s tvrtkama DOP-a, Paraolimpijski odbori mogu osigurati financiranje programa, opreme i objekata za obuku, osiguravajući da sportaši imaju potrebne resurse da se natječu u najboljem redu. Nadalje, inicijative usmjerene na DOP često uključuju kampanje za podizanje svijesti i obrazovne programe, rušenje prepreka i promicanje društvenog prihvaćanja i razumijevanja. Ovaj holistički pristup doprinosi dugoročnom rastu i razvoju parasporta.

### **4.3.3. Promicanje inkluzivnog stanja uma**

Inkluzivnost leži u srži parasporta, a DOP inicijative igraju ključnu ulogu u njegovanju inkluzivnog okruženja. Tvrtke za DOP prvaci su raznolikosti, njegujući inkluzivne prakse unutar svojih organizacija i nadahnjujući promjene unutar parasportske zajednice. Dajući prednost inkluzivnosti u svoje DOP strategije, tvrtke potiču jednake mogućnosti za sportaše s invaliditetom, izazivaju stereotipe i uklanjaju prepreke za sudjelovanje. Ovaj usklađeni napor prema inkluzivnosti utire put za veću zastupljenost, vidljivost i prihvaćanje sportaša s invaliditetom.

### **4.3.4. Inspiriranje svijesti i sudjelovanja**

Izuzetan aspekt DOP inicijativa je njihova sposobnost podizanja svijesti i uključivanja šire zajednice u podršku parasportu. Tvrtke za DOP koriste svoje platforme, marketinške kanale i mreže kako bi pojačale dostignuća i priče sportaša s invaliditetom. Kroz strateška partnerstva povećavaju glasove paraolimpijske zajednice, nadahnjujući ostale da prihvate vrijednosti inkluzivnosti, raznolikosti i otpornosti. Ova pojačana svijest ne samo da stvara vitalnu podršku, već i potiče više pojedinaca na aktivno sudjelovanje u parasportu, dodatno obogaćujući raznolikost sportskog krajolika.

Društveno odgovorno poslovanje igra transformativnu ulogu u promicanju raznolikosti i uključenosti unutar parasporta. Kroz suradnička partnerstva između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki, paraolimpijska zajednica dobiva pristup neprocjenjivim resursima, financijskoj podršci i većoj vidljivosti. Ovi kolektivni napori ne samo da proširuju mogućnosti za sportaše s invaliditetom, već i potiču kulturu inkluzivnosti i prihvaćanja unutar društva. Kao aktivni članovi paraolimpijske zajednice, proslavimo duboki utjecaj DOP-a u oblikovanju inkluzivnijeg i raznovrsnijeg sportskog krajolika, u kojem svaki parasportaš, bez obzira na svoje sposobnosti, može napredovati, uspjeti i nadahnuti druge svojim izvanrednim postignućima.

## **4.4. DOP kao alat za podršku sportu osobama s invaliditetom**

Društveno odgovorno poslovanje usredotočeno je na obveze poslovnih korporacija da osiguraju da se njihovo poslovanje ne samo suzdrži od nanošenja štete, već i aktivno koristi društvu i okruženju. DOP služi kao samoregulirajući poslovni model koji omogućuje tvrtkama da budu društveno odgovorne i odgovorne sebi, svojim dionicima i široj javnosti. To uključuje integraciju odgovornih praksi i inicijativa u temeljne poslovne strategije poduzeća. Prihvatajući DOP, tvrtke mogu uspostaviti jače veze sa svojim zaposlenicima, dionicima, izvršnim direktorima i kupcima. Ovaj pristup ne samo da koristi okolišu i društvu u cjelini, već dovodi i do povećane profitabilnosti. Poduzimanje društveno odgovornih inicijativa, poput aktivnosti DOP-a, pokazalo se kao win-win situacija za tvrtke, jer doprinose dobrobiti društva istovremeno poboljšavajući svoje financijske izgleda (Izvor: Upen. (2019). Koja je razlika između društvene odgovornosti i društveno odgovornog poslovanja? Pediaa.Com. <https://shorturl.at/tEIS0>).

## **4.5. Ujedinjenje Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki za dugotrajni učinak**

U dinamičnom svijetu parasporta, suradnja između Paraolimpijskih odbora i tvrtki za društvenu odgovornost (DOP) postala je katalizator pozitivnih promjena. Ovaj članak istražuje vrijednost partnerstva između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki, prikazuje uspješne primjere i naglašava trajne koristi koje se mogu postići premošćivanjem jaza između sportskih organizacija i društveno odgovornog poslovanja. Pridružite nam se u razmatranju transformativne sinergije između ovih entiteta, oblikujući inkluzivniji i društveno svjesniji parasportski krajolik.

### **4.5.1. Snaga partnerstva**

Partnerstva između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki nude jedinstvenu priliku za iskorištavanje kolektivnih snaga, resursa i stručnosti. Udruživanjem snaga ove organizacije

mogu pojačati svoj utjecaj i potaknuti značajne promjene u životu sportaša s invaliditetom. Kroz zajedničke vrijednosti i usklađene ciljeve, partnerstva potiču inovacije, inkluzivnost i dublje razumijevanje društvenih pitanja koja oblikuju parasportski svijet.

#### 4.5.2. Dugotrajne koristi

Koristi od partnerstva između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki daleko su više od kratkoročnih inicijativa. Potičući trajnu vezu, ove suradnje stvaraju održive platforme koje promiču dugoročni društveni utjecaj. Tvrtke za DOP donose svoju poslovnu stručnost, financijsku potporu i organizacijske sposobnosti, dok Paraolimpijski odbori nude svoje široko znanje o parasportu, razvoju sportaša i angažmanu zajednice. Zajedno grade mostove koji ujedinjuju svijet sporta i društvenu odgovornost poduzeća, utvarajući put transformativnim promjenama.

#### 4.5.3. Inkluzivnost i osnaživanje

Sinergija između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki vođena je zajedničkom predanošću inkluzivnosti i osnaživanju. Radeći ruku pod ruku, ove organizacije nastoje razbiti prepreke, izazivati stereotipe i stvarati mogućnosti za sportaše s invaliditetom. Kroz ciljane programe i inicijative potiču inkluzivnije sportsko okruženje osiguravajući da sportaši svih sposobnosti mogu napredovati, natjecati se i ostvariti svoj puni potencijal. Zajedno pokreću društvene promjene, promičući raznolikost i osnažujući pojedince da prevladaju prepreke i dosegnu nove visine.

#### 4.5.4. Proširivanje dosega DOP-a

Partnerstva s Paraolimpijskim odborima, tvrtkama za DOP pružaju jedinstven put za širenje dosega i učinka svojih inicijativa za društvenu odgovornost. Usklađujući svoje napore sa sportskim organizacijama, DOP tvrtke dobivaju pristup strastvenoj i angažiranoj publici, pojačavajući svoju poruku i nadahnjujući druge da prihvate društvenu odgovornost. Ta partnerstva također omogućuju tvrtkama iz DOP-a da doprinesu razvoju održivih sportskih programa, stvarajući nasljeđe koje se proteže daleko više od trajanja jednog događaja.

Suradnja između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki predstavlja snažan savez, sposoban za transformaciju sportskog krajolika i pokretanje pozitivnih promjena za sportaše s invaliditetom. Izgradnjom mostova između ovih entiteta otključavamo potencijal za inkluzivne sportske programe, poboljšanu dostupnost i povećani društveni utjecaj. Slavimo nadahnjujuća partnerstva koja su se već pojavila, istovremeno potičući daljnju suradnju između Paraolimpijskih odbora i DOP tvrtki. Zajedno možemo stvoriti budućnost u kojoj sportske organizacije i društveno odgovorno poslovanje rade ruku pod ruku s poticanjem inkluzivnosti, osnaživanjem pojedinaca i izgradnjom suosjećajnijeg i pravednijeg društva.

## 4.6. Uloga DOP-a u Olimpijskim i Paraolimpijskim igrama

U članku je istaknut značaj korporativne filantropije i DOP-a u podržavanju sporta, posebno Olimpijade. Članak se također bavi rodno osviještenom politikom i važnošću uključivanja žena u sportska sponzorstva. Sudionici su prepoznali potrebu stvaranja uzora i promjene društvene percepcije. Istražen je potencijal korporacija koje nadilaze DOP i zapošljavaju sportaše za stvaranje sportske kulture unutar tvrtki. Utvrđeno je da su pronalaženje ispravnog stanja, pružanje životnih vještina i osiguranje dostojanstva ključni čimbenici u takvim inicijativama.

Zaključno, okrugli stol istaknuo je važnost suradnje, strasti i inovacija u iskorištavanju DOP-a za razvoj sporta ((Sattva Consulting). (2021., 8. studenog). Uloga DOP-a u Olimpijadi i Paraolimpijskim igrama - Sažetak. povučen na 3. kolovoza 2023. god, od: <https://www.sattva.co.in/quick-read/the-role-of-csr-in-the-olympics-paralympic-games/>).

### 4.6.1. Sponzoriranje Paraolimpijade: Posvećenost EY-a društveno odgovornom poslovanju i inkluzivnosti u sportu

EY, kao jedna od velike četiri tvrtke za profesionalne usluge, posvećena je "izgradnji boljeg radnog svijeta" i aktivno pokazuje svoju društveno odgovorno poslovanje (DOP) podržavajući mlade, talentirane sportaši s invaliditetom kroz projekt „EY Paraolimpijski Talent”.

Glavni cilj projekta je pružanje dodatne financijske potpore mladim paraolimpijcima, kojima često nedostaje odgovarajuće financiranje sportskih saveza ili odbora u usporedbi s njihovim iskusnijim kolegama. Uviđajući važnost njegovanja mladog potencijala, EY stavlja veliki naglasak na podršku talentu u nastajanju, koji se dobro usklađuje s njegovim temeljnim vrijednostima zdravlja, načina života i jednakosti. Financirajući projekt od 2008. godine, EY nastoji naglasiti svoju predanost ravnopravnosti i raznolikosti, tretirajući sve s istim poštovanjem, bez obzira na spol, boju ili invaliditet.

Podrška EY-a svake se godine proteže na četiri mlada sportaša, pomažući im da prebrode financijske prepreke i nastave sportsku karijeru. Prošli korisnici programa uključuju Jefa Vanderpea, tenisača u invalidskim kolicima, koji je ustrajao da postane elitni sportaš i prvi paraolimpijac u invalidskim kolicima koji je pohađao vrhunsku sportsku školu sa sposobnim sportašima. Ove godine projekt podržava 16-godišnju paraplivačicu Tatyana Lebrun i 17-godišnjeg paraplivača Sama De Vissera, pružajući im mogućnosti sudjelovanja u međunarodnim kampovima za obuku, nabavljajući osnovnu opremu kao što su ručni bicikli i omogućujući im da pohađaju velike sportske događaje u Belgiji i inozemstvu.

EY-ovo sponzorstvo nadilazi pružanje financijske pomoći mladim sportašima. Omogućuje im da postanu ambasadori za uključivanje, pomažući razbijanju prepreka između sposobnih sportaša i osoba s invaliditetom. Ovaj pristup je posebno privlačan milenijalcima i generaciji Z. Kroz poticanje mreže podrške i privlačenje novih sponzora, sudjelovanje EY-a nudi stabilnost i izgled za rast sportske karijere parasportaša.

Pandemija COVID-19 predstavljala je velike prepreke parasportašima. 2020. godine otkazani su brojni sportski događaji, a mogućnosti za paraolimpijske sportske događaje bile su ograničene. EY je namjeravao poslati parasportaše i trenere na Paraolimpijske igre u Tokiju putem Inspiracijskog programa, koji bi im omogućio da sudjeluju na Igrama kao navijači i budu nadahnuti sportskim podvizima. Nažalost, pandemija je poremetila ovu shemu. Međutim, EY ostaje optimističan da će ovi parasportaši to iskustvo moći imati u narednoj godini.

Ukratko, EY-ovo sponzorstvo Paraolimpijade kroz projekt „EY Paraolimpijski Talent” pokazuje svoju predanost društveno odgovornom poslovanju, jednakosti i razvoju mladih talenata. Unatoč izazovima koje je dovela pandemija, EY ostaje nepokolebljiv u svojim



naporima na promicanju inkluzivne i raznolike sportske zajednice, što ima pozitivan utjecaj i na parasportaše i na društvo u cjelini (EY. (2021). Sponzoriranje Paraolimpijskih organizacija ili kako je EY svoju društvenu odgovornost pokrenuo u djelo. Preuzeto na 3. kolovoza 2023. iz <https://www.linkedin.com/pulse/sponsoring-paralympics-how-ey-put-its-corporate-social-everaerts> ).

## **5. Dobra praksa financiranja parasporta s videozapisima**

Promicanje inkluzivnosti u sportu za osobe s invaliditetom zahtijeva razumijevanje, planiranje, suradnju i resurse. Financiranje, kao kritični aspekt toga, ono je što održava programe i čini parasportove dostupnima većem broju ljudi. Evo nekoliko najboljih praksi kada je riječ o financiranju sporta za osobe s invaliditetom.

Sport, univerzalni jezik strasti, otpornosti i postignuća, ima ogromnu transformativnu snagu. Ona nadilazi kulturne, geografske i fizičke granice, razvijajući se kao platforma koja zagovara jednakost, prijateljstvo i ljudski duh. Ipak, jedan od njegovih najinspirativnijih narativa je uključivanje i osnaživanje sportaša s invaliditetom. Međutim, koliko je nadahnjujuća ova pripovijest, zakulisni izazovi vezani uz financiranje često ostaju skriveni. Osiguravanje da sport za osobe s invaliditetom dobije odgovarajuću financijsku potporu nije samo logistička briga; to je opredjeljenje za inkluzivnost, jednakost i društveno osnaživanje.

Na putu zagovaranja parasportova financiranje stoji kao kritični stup. Od nabave specijalizirane opreme do pružanja prilagođene obuke, od osiguravanja dostupnih objekata do smještaja inkluzivnih događaja — svaki aspekt zahtijeva pažljivo financijsko planiranje i raspodjelu. No, izvan kvantitativnih aspekata financiranja, nalazi se kvalitativna suština načina na koji se ta sredstva prikupljaju, dodjeljuju i izvještavaju. To nas uvodi u područje najboljih praksi, gdje integritet, transparentnost, inkluzivnost i suradnja postaju vodeća načela.

### **5.1. Naredne stranice duboko razmatraju ove prakse**

Uključivi modeli financiranja: Prilagođavanje modela financiranja koji poštuju i daju prednost jedinstvenim potrebama sportaša s invaliditetom, osiguravajući da svaki pojedinac, bez obzira na njihov invaliditet, može zasjati u svom sportskom nastojanju.

Suradujte sa specijaliziranim organizacijama: Partnerstvo s entitetima koji razumiju nijanse i zahtjeve parasporta, pojačavajući utjecaj kolektivnom stručnošću.

Kampanje za financiranje: Korištenje moći zajednice i digitalnih platformi za prikupljanje sredstava, čineći svijet dionicima u uspjehu parasportova.

Kampanje za svijest i obrazovanje: Prekoračenje sredstava za njegovanje razumijevanja, empatije i podrške, razbijanje stereotipa i stvaranje informiranijeg društva.

Dodijelite resurse za obuku i opremu: Strateško usmjeravanje sredstava za osiguranje vrhunske obuke i vrhunske opreme, postavljanje temelja za izvrsnost.

Grassroots financiranje: Rooting inicijativa za financiranje u lokalnim zajednicama, pretvaranje svakog člana u dionika, osiguravanje emocionalnih i financijskih ulaganja.

Transparentno izvještavanje: Proslaviti načela iskrenosti i odgovornosti, čineći svakog donatora, navijača i sportaša dijelom putovanja.

Uključivanje sportaša u financiranje: Stvaranje sportaša licem i glasom kampanja, tkanje moćnih pripovijesti koji rezoniraju, nadahnjuju i motiviraju.

Dok prolazimo kroz ove prakse, opća tema ostaje jasna: Financiranje sporta za osobe s invaliditetom više je od financijskog poduhvata; to je društvena obveza za uključivanje, prepoznavanje i osnaživanje. Radi se o tome da svaki sportaš koji se nada, bez obzira na fizičke izazove, pošteno puca na postolje, uzbuđenje natjecanja i radost postignuća. Dobrodošli u svijet dobre prakse u financiranju — putovanja snova, izazova, strategija i trijumfa.

## 5.2. Uključivi modeli financiranja

U području sporta i rekreacije financiranje često postaje okosnica oko koje se mogućnosti okreću. Povijesno gledano, glavni sportovi privukli su većinu pažnje i financijske potpore, povremeno zanemarujući parasportove. Kako se društvo kreće prema inkluzivnijem pristupu, naglasak na „modelima uključivog financiranja“ dobio je privlačnost osiguravajući da ljudi iz svih slojeva života, uključujući one s invaliditetom, imaju jednake mogućnosti u sportu.

Uključivi model financiranja obuhvaća nekoliko načela:

**Ravnopravnost iznad ekvivalencije:** Iako bi tradicionalna misao mogla biti jednako raspoređivanje sredstava među svim sportovima, inkluzivni model prepoznaje da bi parasport mogao trebati više resursa zbog specijalizirane opreme ili zahtjeva za obukom. Ovaj model daje prednost jednakim mogućnostima nad jednakom distribucijom.

**Angažman za dionike:** Angažiranje sa sportašima, trenerima i organizacijama specifičnim za sport s invaliditetom osigurava usmjeravanje sredstava tamo gdje su im najpotrebnija. Ovaj aktivni dijalog pomaže u razumijevanju jedinstvenih potreba i izazova.

**Fleksibilni kriteriji:** Tradicionalni kriteriji financiranja ne mogu se uvijek primjenjivati na parasportove. Inkluzivni model razvija svoje kriterije kako bi bio sveobuhvatniji osiguravajući da više programa ispunjava uvjete za sredstva.

**Vidljivost i reprezentacija:** Financiranje se ne odnosi samo na novac. Radi se i o pružanju platformi za vidljivost. Inkluzivni modeli osiguravaju zastupljenost sportaša s invaliditetom u promotivnim materijalima, događajima i tijelima koja donose odluke.

**Izgradnja kapaciteta:** Više od neposrednih potreba, inkluzivni model bavi se izgradnjom dugoročnih kapaciteta. To bi moglo značiti ulaganje u obuku trenera za parasport, istraživanje bolje opreme ili stvaranje kampanja za podizanje svijesti kako bi se postiglo više prihvaćanja i razumijevanja.

**Transparentnost:** Kao i kod svakog modela financiranja, transparentnost je ključna. Dionici bi trebali biti u mogućnosti vidjeti gdje se dodjeljuju sredstva, zašto se donose određene odluke i utjecaj tih sredstava. To ne samo da gradi povjerenje, već i potiče više donatora da daju svoj doprinos.

**Mehanizmi povratne informacije:** Inkluzivni model uvijek ima prostora za napredak. Redovne povratne informacije korisnika, sportaša i organizacija pomažu u usavršavanju modela tijekom vremena.

### **5.3. Suradujte sa specijaliziranim organizacijama**

U višestrukoj domeni sporta specijalizirane organizacije igraju ključnu ulogu u premošćivanju praznina, pružanju stručnosti i stvaranju održivih putova za uključivanje svih sudionika. Kada je cilj razviti ili poboljšati programe za sportaše s invaliditetom, suradnja s tim entitetima postaje najvažnija. Evo zašto i kako je ta suradnja integralna:

**Utjecaj ekspertize:** Specijalizirane organizacije, bilo da se radi o Specijalnim olimpijskim igrama, Paraolimpijskim odborima ili lokalnim nevladinim organizacijama, donose bogatstvo znanja za stol. Njihovo iskustvo u rješavanju jedinstvenih izazova, razumijevanju specifičnih potreba i provedbi adaptivnih programa može voditi nove inicijative osiguravajući da su učinkovite i održive.

**Dijeljenje resursa:** Mnoge specijalizirane organizacije imaju infrastrukturu, opremu i programe za obuku prilagođene za parasportove. Suradnja može otvoriti vrata tim resursima, smanjujući višak i osiguravajući optimalno korištenje sredstava.

**Obuka i razvoj:** Razvijanje trenera, izbornika, pa čak i administrativnog osoblja koji razumiju nijanse parasportova je neophodno. Specijalizirane organizacije često provode radionice, programe obuke i tečajeve za certificiranje koji mogu biti od koristi suradnicima.

**Zagovaranje i svijest:** Partnerstvo s priznatim entitetom daje vjerodostojnost i vidljivost. Zajedničke kampanje mogu pojačati doseg, educirati mase i izazivati stereotipe povezane s invaliditetom i sportom. Ovaj kolektivni glas također može utjecati na promjene politike na višim razinama.

**Organizacija događaja i sudjelovanje:** Specijalizirane organizacije često ugošćuju turnire, kampove za obuku i događaje. Suradnja osigurava da više sportaša dobije mogućnosti sudjelovanja, učenja i natjecanja.

**Povratne informacije i kontinuirano poboljšavanje:** Suradnja je dvosmjerna ulica. Iako imaju koristi od stručnosti specijaliziranih organizacija, suradnici također mogu pružiti povratne informacije osiguravajući da se programi razvijaju i prilagođavaju promjenjivim potrebama.

**Umrežavanje:** Angažiranje sa specijaliziranim organizacijama omogućuje pristup mreži dionika, uključujući sponzore, donatore, stručnjake i druge organizacije. Ovo može otvoriti putove za daljnju suradnju, sponzorstva i podršku.

## 5.4. Crowdfunding kampanje

U digitalnom dobu snovi o financiranju, projekti i inicijative poprimili su demokratizirani zaokret. Crowdfunding, praksa u kojoj pojedinci udružuju male količine novca kako bi podržali stvar, osobu ili projekt, revolucionirala je način na koji razmišljamo o financijskoj potpori. Ovaj model koristi snagu kolektivne dobre volje, omogućujući kreativcima, poduzetnicima, sportašima i još mnogima da svoje vizije dovedu do izražaja. Evo istraživanja svijeta crowdfunding kampanja:

**Demokratizacija podrške:** Za razliku od tradicionalnih modela financiranja, koji često ovise o nekoliko glavnih pokretača ili institucija, crowdfunding otvara vrata masovnoj podršci. Omogućuje bilo kome, bez obzira na njihov financijski položaj, doprinos uzroku ili projektu u koji vjeruje.

**Priče o prodaji:** U osnovi, uspješna kampanja za crowdfunding govori o pripovijedanju. Nudi priliku za dijeljenje osobnih putovanja, izazova i težnji. Ove priče odjekuju s potencijalnim podupiračima, njegujući osjećaj povezanosti i potičući ih da podrže.

**Raznolikost platforme:** Web stranice poput Kickstartera, Indiegoga i GoFundMe zadovoljavaju različite potrebe. Iako je Kickstarter možda fokusiran na projekte, GoFundMe često podržava osobne uzroke, a Indiegogo služi u obje svrhe. Odabir prave platforme ključan je za usklađivanje kampanje i ciljanje publike.

**Povratne informacije i angažman:** Crowdfunding se ne odnosi samo na prikupljanje novca. To je dinamičan proces u kojem pristalice mogu ponuditi povratne informacije, postavljati pitanja i čak postati ambasadori kampanje. Ova interaktivna priroda stvara zajednicu oko kampanje, pojačavajući domet i angažman.

**Opipljive nagrade:** Mnoge platforme za crowdfunding djeluju na sustavu koji se temelji na nagradama. Podupirači primaju nagrade na temelju njihove razine doprinosa, koja se može

kretati od jednostavnih zahvalnica do fizičkih proizvoda ili iskustava. To ne samo da potiče doprinose, već stvara i opipljivu vezu između podupirača i kampanje.

**Izazovi i transparentnost:** Iako crowdfunding nudi brojne mogućnosti, to nije bez izazova. Kampanje možda ne postižu uvijek svoje ciljeve financiranja, a nepredviđene prepreke mogu utjecati na realizaciju projekata. Transparentnost je presudna. Redovita ažuriranja, iskrena komunikacija o zastoju i jasnoća o dodjeli sredstava mogu izgraditi povjerenje i održavati podršku.

**Globalni domet:** Za razliku od tradicionalnih lokaliziranih metoda prikupljanja sredstava, platforme za crowdfunding imaju globalni domet. To znači da kampanje mogu dobiti podršku međunarodnih pristalica, proširiti horizonte i povećati potencijal financiranja.

## 5.5. Kampanje za podizanje svijesti i obrazovanja

U svijetu preplavljenom informacijama ne može se umanjiti značaj utjecaja svijesti i obrazovnih kampanja. Ove kampanje služe kao svjetionici, prosvjetljuju mase o kritičnim pitanjima, pokreću promjene ponašanja i potiču informiranije i proaktivnije društvo. Njihova suština leži u stvaranju pukotina razumijevanja koje mogu preoblikovati perspektive i potaknuti djelovanje.

**Važnost narativa:** U središtu svake uvjerljive kampanje je snažna pripovijest. Priče humaniziraju apstraktne koncepte, čineći ih relativnim i nezaboravnim. Bilo da je to putovanje pojedinca koji prevladava nevolju ili priča o zajedničkom okupljanju, pripovijesti podupiru kampanju, privlačeći publiku.

**Različiti mediji:** Kampanje za podizanje svijesti razvile su se od pamfleta i plakata do utjecaja digitalnih platformi. Društveni mediji, blogovi, podcasti, webinar i interaktivne platforme omogućuju veći domet i angažman. Videozapisi, infografija i animacije mogu složene teme pretvoriti u probavljive formate, osiguravajući šire razumijevanje.

**Interaktivni angažmani:** Moderne kampanje više od pasivne potrošnje traže aktivan angažman. Radionice, Q&A sesije, internetski kvizovi i događaji u zajednici pozivaju na sudjelovanje, njegujući dublju povezanost s temom.

**Suradnja i partnerstva:** Udruživanje snaga s utjecajnim, slavnim osobama ili organizacijama može pojačati doseg i utjecaj kampanje. Ti suradnici donose vjerodostojnost, veću bazu publike i često svježiju perspektivu.

**Mehanizmi povratne informacije:** Najučinkovitije kampanje su one koje se razvijaju. Uključivanje mehanizama za povratne informacije, poput anketa ili otvorenih foruma, omogućava organizatorima kampanja da procijene utjecaj, prikupe uvide i poboljšaju svoj pristup.

**Kulturna osjetljivost:** U našem globaliziranom svijetu od vitalnog je značaja prilagoditi kampanje kako bi odjeknule s raznolikom publikom. Razumijevanje kulturnih nijansi, uvjerenja i vrijednosti osigurava da poruka bude i poštovana i učinkovita.

**Poziv na akciju:** Iako je podizanje svijesti presudno, kampanje bi trebale idealno potaknuti pojedince na akciju. Jasni, djelotvorni koraci – bilo da se potpisuje peticija, prisustvuje nekom događaju ili mijenja životni stil – daju smjernice novoosnovanoj svijesti.

### 5.5.1. Dodijelite resurse za obuku i opremu

Okosnica svakog uspješnog sportskog ili rekreacijskog programa nalazi se u učinkovitoj raspodjeli resursa, posebno prema treningu i opremi. Osiguravanje da sportaši i sudionici imaju pristup vrhunskim metodologijama treninga i potrebnoj opremi može značajno utjecati na performanse, sigurnost i ukupni uspjeh programa. Evo uvida u važnost i pristup raspodjeli resursa na ovim područjima:

**Temeljna važnost:** Pravilna obuka ključna je za sportaše da usavršavaju svoje vještine, razumiju nijanse i poboljšaju performanse. Zajedno s pravom opremom osigurava sigurnost, pridržavanje standarda i optimizirane rezultate. U osnovi, ove komponente postavljaju temelj svakoj sportskoj inicijativi.

**Strateška dodjela:** Umjesto proizvoljne distribucije, raspodjela resursa trebala bi biti strateška. To uključuje procjenu specifičnih potreba sporta, trenutnu razinu vještina sportaša, potencijalne rizike i buduće izgleda za rast. Na primjer, za košarkaški program bila bi potrebna drugačija oprema i režimi treninga od programa plivanja.



**Uključivost:** Osobito u parasportu, oprema će možda trebati prilagodbu. Dodjela resursa kako bi se osiguralo da svi sudionici, uključujući one s invaliditetom, imaju pristup prilagođenoj opremi, najvažnija je. Slično tome, programi obuke trebaju biti prilagodljivi različitim potrebama.

**Količina kvalitete:** Ne radi se samo o nabavi opreme, već o osiguravanju njene kvalitete. Kvalitetna oprema traje duže, nudi bolje performanse i osigurava sigurnost korisnika. Slično tome, ulaganje uiskusne trenere i sveobuhvatne module za obuku može donijeti bolje rezultate od brojnih, ali površnih treninga.

**Kontinuirano nadograđivanje:** Razvijaju se sportske i metodologije obuke. Ono što bi danas mogla biti vrhunska tehnika treninga, sutra bi moglo zastarjeti. Redovito raspoređivanje resursa za nadogradnju opreme i poboljšanja obuke održava program suvremenim i konkurentnim.

**Povratne informacije:** Poticanje povratnih informacija od sportaša i trenera može pružiti uvid u to gdje su resursi najpotrebniji. Možda je određeni dio opreme suvišan ili je možda potreban novi modul za obuku. Dodjela usmjerena na povratne informacije osigurava optimalno korištenje resursa.

**Proračunski saldo:** Iako je ključno izdvojiti dovoljno resursa za obuku i opremu, uravnoteženi proračun osigurava da se drugi aspekti programa, poput administracije, marketinga ili događaja, ne zanemaruju. Periodični pregledi proračuna mogu pomoći u održavanju ove ravnoteže.

## **5.5.2. Videozapisi dobre prakse**

Videozapisi s dobrom praksom pokazuju opće uključivanje osoba s invaliditetom u sport, ali i uključivanje u privatni sektor (DOP tvrtke koje u svojim DOP politikama podržavaju i promiču zapošljavanje osoba s invaliditetom).

[Video dobre prakse - Hrvatska](#)

[Video dobre prakse - Mađarska](#)

[Video dobre prakse - Slovačka](#)

[Video dobre prakse - Slovenija](#)

## 5.6. Grassroots financiranje

U panorami prikupljanja sredstava, grassroots financiranje ima jedinstven i bitan položaj. Duboko ukorenjena u angažman zajednice i karakterizirana kolektivnom mobilizacijom lokalnih resursa, ova metoda financiranja djeluje na mikro razini, ali može dovesti do makro utjecaja. Pretvara obične građane u dionike, tkajući gustu tkaninu lokalne potpore inicijativama. Evo istraživanja grassroots financiranja:

**Angažiranje zajednice:** Srce grassroots financiranja leži u aktivnom sudjelovanju lokalne zajednice. Za razliku od tradicionalnih modela financiranja odozgo prema dolje, ove metode daju prednost glasovima, zabrinutostima i težnjama zajednice, osiguravajući da projekti duboko odjekuju s lokalnim potrebama.

**Mali doprinosi, veliki utjecaj:** Grassroots financiranje obično se oslanja na male novčane doprinose velikog broja ljudi. Iako se pojedinačne donacije mogu činiti skromnim, kumulativni utjecaj može biti značajan, pružajući značajnu potporu projektima u zajednici.

**Transparentnost i povjerenje:** Uz aktivno uloženu zajednicu, transparentnost postaje najvažnija. Jasna komunikacija o dodjeli sredstava, napretku projekta i ishodima potiče povjerenje, osiguravajući stalnu podršku i njegujući osjećaj kolektivnog vlasništva.

**Osnaživanje i djelovanje:** Grassroots financiranje toliko je koliko i za prikupljanje novca. Uključivanje lokalnih pojedinaca u proces financiranja potiče osjećaj djelovanja, omogućavajući zajednici da izravno utječe i oblikuje projekte.

**Lokalne mreže i partnerstva:** Mobiliziranje lokalnih resursa često dovodi do stvaranja vrijednih mreža i partnerstava. Lokalna poduzeća, škole i druge institucije mogu igrati ključnu ulogu, nudeći financijsku potporu, resurse ili platforme za razvoj svijesti.

**Prilagodljivost:** Duboko ukoreni u lokalnu dinamiku, modeli grassroots financiranja inherentno su prilagodljivi. Oni mogu brzo odgovoriti na promjenjive potrebe, prioritete ili izazove zajednice osiguravajući da projekti ostanu relevantni i učinkoviti.

**Održivost:** S obzirom na prirodu usmjerenu na zajednicu, grassroots financiranje često osigurava održivost projekata. Čak i nakon što se ispune početni ciljevi financiranja, ulaganje zajednice, i emocionalno i financijski, može pružiti stalnu podršku, osiguravajući dugoročnu održivost.

## 5.7. Transparentno izvještavanje

U doba u kojem informacije brzo teku, a dionici su prosvjetljeniji nego ikad prije, važnost transparentnog izvještavanja katapultirala se u prvi plan organizacijskih operacija. Ona svjedoči o integritetu, odgovornosti i predanosti organizacije svojoj misiji. Evo pomnijeg pogleda na transparentno izvještavanje i njegov značaj:

**Izgradnja povjerenja:** U osnovi, transparentno izvještavanje je vježba izgradnje povjerenja. Zainteresirane strane, bilo da su donatori, investitori, zaposlenici ili korisnici, vjerojatnije će podržati i surađivati s organizacijom koja nudi jasan, iskren uvid u svoje poslovanje, financije i utjecaj.

**Informirane odluke:** Za donositelje odluka transparentnost u izvještavanju pruža potrebne podatke za ocjenu uspješnosti, razumijevanje izazova i planiranje unaprijed. Omogućuje vođama uvid koji je potreban za donošenje informiranih, učinkovitih izbora.

**Angažman dionika:** Kad su dionici upućeni jasnim informacijama, osjećaju se povezanim i uključenim. Oni mogu vidjeti gdje se raspoređuju resursi, razumjeti izazove s kojima se suočavaju i slaviti postignuća. Ova inkluzivnost može poboljšati njihov osjećaj vlasništva i predanosti.

**Regulatorna usklađenost:** Mnogi sektori, posebno neprofitni i financijski, imaju regulatorne zahtjeve za izvještavanje. Transparentno izvještavanje osigurava da organizacije poštuju ove standarde, izbjegavajući pravne zamke i potencijalnu štetu reputacije.

**Pojačana vjerodostojnost:** Organizacija koja dosljedno pokazuje transparentno izvještavanje smatra se vjerodostojnom i uglednom. Ova vjerodostojnost može dovesti do povećane podrške, partnerstva i suradnje, proširujući učinak organizacije.

**Povratne informacije i poboljšanje:** Transparentno dijeljenje uspjeha, kao i neuspjesi, otvaraju vrata za povratne informacije. Konstruktivna povratna informacija može biti neprocjenjiva, ističući područja poboljšanja i nudeći nove perspektive ili rješenja.

**Promicanje kulture integriteta:** Transparentnost u izvještavanju ne utječe samo na vanjske dionike; ona također utječe na unutarnju organizacijsku kulturu. Kad je transparentnost prioritetna, ona potiče kulturu integriteta i odgovornosti osoblja i vodstva.

## 5.8. Uključiti parasportaše u financiranje

U ogromnom svijetu prikupljanja sredstava za sport ne može se zanemariti snaga sportaša. Sportaši, sa svojim pričama, trijumfima, izazovima i karizmom, postaju ljudsko lice kampanje, premošćujući jaz između donatora i šire misije. Njihov angažman u pogonima financiranja ima više aspekata signalizacije i strategije:

**Humanizirajući uzrok:** Sportaša, samu suštinu sporta ili razlog zbog kojeg se prikupljaju sredstva. Njihove pripovijesti, stručnjaci i putovanja donose opipljivost u misiju, čineći je relativnom i evokativnom za potencijalne donatore.

**Veleposlanici:** Povjerenje je ključni faktor u poticanju donacija. Kad sportaši, koji su izravne koristi ili sudjelovanja, podrže poziv za financiranjem, to potiče povjerenje potencijalnih suradnika u autentičnost i utjecaj kampanje.

**Koristiti popularnost:** Poznati sportaši često imaju značajne obožavatelja. Njihovo prihvaćanje može dovesti do dovođenja financiranja u središte pozornosti, doprijeti do šire publike i povećati šanse za uspješno prikupljanje sredstava.

**Osobna svjedočenja:** Sportaši mogu ponuditi osobna svjedočenja o utjecaju prethodnih fondova ili potencijalnim koristima predloženog projekta. Takvi uvidi iz prve ruke, dijeljeni sa strašću i složnošću, mogu biti snažni motivatori za donatore.

**Uključivanje u događaje:** Sportaši se mogu integrirati u događaje za prikupljanje sredstava, od autograma do prijateljskih utakmica. Njihova prisutnost može potaknuti entuzijazam, potencijalno povećavajući donacije.

**Interaktivne inicijative:** Moderno prikupljanje sredstava ne odnosi se samo na izravne molbe; radi se o stvaranju eksperimenata. Sportaši se mogu družiti s donatorima kroz interaktivne sesije, Q&A događaje ili čak virtualne sastanke i skupove, izvodeći jedinstvene eksperimente u zamjenu za doprinose.

**Uključivost i reprezentacija:** U sportskim sektorima koji se bave određenim skupinama, poput parasportaša ili ženskog sporta, ključno je sudjelovanje sportaša. Oni potiskuju težnje i izazove svojih vršnjaka, osiguravajući da poticaj za prikupljanje sredstava govori o specifičnim potrebama i nijansama njihove domene.

## 5.9. Zaključak: Snaga uključivog financiranja u parasportu

U svijetu sporta, gdje svaki skok, sprint i zamah reprezentira epitet ljudskog potencijala i upornosti, pripovijesti o parasportovima i sportašima s invaliditetom imaju snažnu ulogu, utjelovljujući otpornost u svom pravom obliku. Iako su njihove trijumfne priče slavljene, temelji koji potiču ove uspjehe — posvećene prakse financiranja — igraju još uvijek kritičnu ulogu. Kroz naše istraživanje mnogobrojnih aspekata financiranja sporta za osobe s invaliditetom, određene teme koje su obrađene redefinišu pojmove sporta i socijalne uključenosti.

Prvo, naglasak na modelima uključivog financiranja naglašava da sport u svojoj biti treba biti univerzalno dostupan. Svaki pojedinac, bez obzira na fizička ili mentalna ograničenja, pruža pravednu platformu za prikazivanje svog talenta i strasti. Financiranje nije samo raspodjela resursa; radi se o uklanjanju prepreka i probijanju patosa mogućnosti.

Suradnja nastaje kao još jedno ključno stajalište. Angažiranjem sa specijaliziranim organizacijama područje parasportova može iskoristiti kolektivnu stručnost, znanje i resurse. Napokon, putovanje inkluzivnosti nije putovanje samo od sebe; uspijeva na partnerstvima, zajedničkim vizijama i uzajamnim ciljevima.

U digitalnom dobu, crowdfunding kampanje udružuju tehnologiju i ljudske emocije. Oni nisu samo financirali podršku, već i kulturu i zajednicu koja stoji u solidarnosti s različitim onesposobljenjima, pretvarajući pasivne gledatelje u aktivne odvjetnike.

Naglasak na raspodjeli resursa za obuku i opremu i grassroots financiranje nudi dvostruku perspektivu — globalnih standarda i lokalnih korijena. Dok obuka i oprema osiguravaju da sportaši budu u usporedbi sa svojim globalnim kolegama, grassroots inicijative osiguravaju da se lokalna zajednica ispreplete u njihovom putovanju, navijajući za svaku prekretnicu.

Transparentno izvještavanje i angažman parasportaša u financijskim programima dodatno učvršćuju vezu između sportske zajednice i njenih dionika. Oni osiguravaju da svaki uloženi cent i emocija vide svoj odraz u opipljivim ishodima i iskrenim narativima, potičući povjerenje i produbljujući predanost.

Ukratko, tapiserija financiranja sporta za osobe s invaliditetom nije tkana samo nitima financijskih doprinosa. To isprepliće težnje, predanost, suradnju, transparentnost i, prije svega, duboko vjerovanje u ljudski potencijal. Dok zagovaramo uzrok parasporta, sjetimo se da izvan medalja, zapisa i priznanja leži pravi trijumf: stvaranje inkluzivnog svijeta u kojem snovi nisu vezani fizičkim ograničenjima, i gdje svaki pojedinac, bez obzira na svoje izazove, dobije svoj trenutak pod suncem. Dok prolazi poslovična palica, možemo li trčati s nepokolebljivom predanošću prema budućnosti u kojoj parasport doista pripada svima.

## 6. Zaključak: Motiviranje tvrtki za ulaganje u parasport

U današnjem društvu inkluzivnost i raznolikost slave se kao temelj napretka. Kako težimo inkluzivnijem svijetu, postaje sve važnije osigurati da svi, bez obzira na svoje tjelesne sposobnosti, imaju pristup sportu i rekreaciji. Parasport, pojam koji obuhvaća širok spektar sporta dizajniranih za osobe s invaliditetom, nudi snažnu platformu za promicanje inkluzivnosti. Međutim, kako bi parasport mogao napredovati, potrebna su znatna ulaganja kako iz javnog tako i iz privatnog sektora. U ovom zaključku istražiti ćemo različite strategije za motiviranje poduzeća da ulažu u parasport, prepoznajući opipljive koristi koje takve investicije mogu donijeti i tvrtkama i društvu.

### 6.1. Razumijevanje prednosti ulaganja u parasport

U području sporta, pojam "parasport" razvio se iz nišnog koncepta u globalni pokret, pokazujući nevjerojatne sposobnosti i odlučnost sportaša s invaliditetom. Rast i razvoj parasporta posljednjih je godina značajan, ali i dalje postoji stalna potreba za ulaganjima iz korporativnog sektora kako bi se osigurala njegova daljnja ekspanzija i održivost. Prije nego što se pozabavimo strategijama, ključno je razumjeti zašto tvrtke trebaju razmotriti ulaganje u parasport. Takva ulaganja mogu imati dubok utjecaj na ugled tvrtke i širu zajednicu.

#### 6.1.1. Pojačano društveno odgovorno poslovanje poduzeća (DOP)

Tvrtke koje ulažu u parasport pokazuju svoju predanost DOP-u. Podrška inkluzivnosti i raznolikosti usklađuje se s društvenim vrijednostima i pokazuje istinsku zabrinutost za dobrobit svih građana. To može poboljšati ugled tvrtke i učiniti je privlačnijom za društveno svjesne potrošače.

#### 6.1.2. Širenje tržišta i diverzifikacija

Zajednica parasporta predstavlja značajan tržišni segment koji se često zanemaruje. Ulaganjem u parasportove, tvrtke mogu iskoristiti ovo tržište i diverzificirati svoju potrošačku bazu.

Nadalje, oni mogu steći uvid u specifične potrebe i sklonosti ove demografske prirode, što potencijalno dovodi do inovacija koje imaju koristi od šireg kruga potrošača.

### **6.1.3. Privlačenje i zadržavanje talenata**

Tvrtke koje podržavaju parasport često se vide kao inkluzivne i napredne. Ova reputacija može privući vrhunski talent i pomoći u zadržavanju postojećih zaposlenika koji cijene raznolikost i uključivanje na svoje radno mjesto. Raznolika radna snaga može dovesti do povećane kreativnosti i rješavanja problema, što u konačnici koristi konkurentnosti tvrtke.

### **6.1.4. Financijske koristi**

Parasportski događaji i parasportaši mogu pružiti jedinstvene marketinške mogućnosti. Tvrtke koje sponzoriraju parasportske događaje ili parasportaši mogu imati koristi od povećane vidljivosti i izloženosti marki. Ta partnerstva mogu dovesti do veće prodaje i prihoda, nadoknađujući početno ulaganje.

## **6.2. Strategije za motiviranje tvrtki**

### **6.2.1. Obrazovne inicijative**

Tvrtkama često nedostaje svijest o mogućnostima vezanim za ulaganje u parasport. Da bi se to prevladalo, organizacije poput parasportskih saveza, grupa za zastupanje invaliditeta i vladinih agencija mogu surađivati u stvaranju informativnih kampanja koje bi trebale istaknuti pozitivne ishode takvih ulaganja, kako za tvrtke, tako i za društvo u cjelini. Seminari, webinar i radionice mogu se organizirati za suradnju s tvrtkama.

### **6.2.2. Porezne olakšice**

Vlade mogu igrati ključnu ulogu u motiviranju poduzeća da ulažu u parasport kroz porezne olakšice. Ponuda poreznih olakšica ili odbitka tvrtkama koje sponzoriraju parasportske događaje ili parasportaše mogu takve investicije učiniti privlačnijima. Ti poticaji mogu smanjiti



financijsko opterećenje poduzeća i potaknuti ih da raspoređuju resurse za parasportske inicijative.

### 6.2.3. Javno-privatna partnerstva

Suradnja između javnog i privatnog sektora može biti moćan motivator. Vlade mogu surađivati s tvrtkama radi sufinanciranja parasportskih programa i događaja. Takva partnerstva mogu dovesti do zajedničkih troškova i veće vidljivosti za obje strane. Radeći zajedno, vlade i tvrtke mogu iskoristiti svoje resurse i stručnost kako bi potaknuli rast parasporta.

### 6.2.4. Prikazati priče o uspjehu

Dijeljenje priča o uspjehu tvrtki koje su uložile u parasport može nadahnuti druge da slijede njihov primjer. Studije slučaja i svjedočenja poduzeća koja su iskoristila koristi svojih ulaganja mogu biti snažni motivatori. Te se priče mogu širiti kroz različite medijske kanale, uključujući društvene medije, industrijske publikacije i konferencije.

### 6.2.5. Inkluzivni programi na radnom mjestu

Tvrtke se mogu potaknuti da ulažu u parasport stvaranjem inkluzivnih programa na radnom mjestu. Ovi programi mogu uključivati organiziranje parasportskih događaja za zaposlenike, pružanje dostupnih pogodnosti ili pružanje podrške zaposlenicima s invaliditetom koji žele sudjelovati u parasportu.

### 6.2.6. Priznanja i nagrade

Uspostavljanje nagrada ili programa priznavanja za tvrtke koje se ističu u podršci parasportu može biti učinkovit motivator. Javno priznavanje i slavljenje poduzeća koja ulažu u parasport mogu stvoriti zdravu konkurenciju i potaknuti druge da slijede njihov primjer. Te nagrade mogu dodijeliti vladina tijela, parasportske organizacije ili industrijske udruge.

Svijet sporta, kao što znamo, doživio je duboku transformaciju. Više nije ograničen na nekolicinu odabranih sportaša ili gledatelja; radije je postao platforma za inkluzivnost i raznolikost. Parasport, ključni aspekt ove transformacije, utjelovljuje duh otpornosti,

prilagodljivosti i odlučnosti. Sportaši s invaliditetom nadahnjuju nas sve, prevazilazeći fizička ograničenja i redefiniirajući granice ljudskog potencijala.

Međutim, uspjeh i rast parasporta inherentno su povezani s financijskom potporom, i tu uloga poduzeća postaje presudna. Od financijskih poticaja i marketinških koristi do moralnog imperativa inkluzivnosti, postoje uvjerljivi razlozi da se poduzeća bave parasportom. Kako tvrtke ulažu u parasport, one ne samo da doprinose dobrobiti i razvoju sportaša s invaliditetom, već i ostvaruju brojne prednosti za svoje marke. Pozitivna slika povezana s podrškom parasportu može poboljšati ugled tvrtke, potaknuti lojalnost kupaca i čak dovesti do povećane prodaje.

Nadalje, vladine politike i propisi mogu igrati značajnu ulogu u pružanju poreznih poticaja i drugih financijskih koristi tvrtkama koje podržavaju parasportske inicijative. Uz to, partnerstva između sportskih organizacija, neprofitnih organizacija i korporacija pokazala su se učinkovitim u mobilizaciji resursa i podizanju svijesti.

## 6.3. Plan za motiviranje tvrtki da ulažu u parasport

U ovom zaključnom odjeljku pružit ćemo mapu puta za motiviranje tvrtki da ulažu u parasport i bave se izazovima i potencijalnim budućim kretanjima na ovom polju.

### 6.3.1. Financijski poticaji

Jedna od najvažnijih motivacija poduzeća da ulažu u parasport je mogućnost financijske dobiti. Poduzeća mogu imati koristi od poreznih poticaja, stipendija i subvencija koje pružaju vlade za promicanje sporta s invaliditetom. Ti financijski poticaji ne samo da smanjuju financijski teret korporativnih ulaganja, već služe i kao opipljiv povrat ulaganja.

Međutim, važno je napomenuti da učinkovitost financijskih poticaja može varirati ovisno o regiji i postojećim politikama. Stoga bi vlade i nadležna tijela trebali kontinuirano ocjenjivati i ažurirati ove poticaje kako bi osigurali da ostanu privlačni za poduzeća.

### **6.3.2. Poboljšanje brenda**

Korporativno sudjelovanje u parasportovima može značajno poboljšati brend tvrtke. Potrošači su pri donošenju odluka o kupnji sve svjesniji društvenih i etičkih aspekata. Podupirući parasport, poduzeća se usklađuju s vrijednostima inkluzivnosti, raznolikosti i društvene odgovornosti.

Studije su pokazale da je veća vjerojatnost da će potrošači podržati i vjerovati robnim markama koje su povezane sa socijalnim uzrocima. Tvrtke koje ulažu u parasport mogu očekivati pozitivnu percepciju javnosti, povećanu lojalnost kupaca i poboljšanu reputaciju brenda. To ne samo da dovodi do boljeg krvotoka poduzeća, već pomaže i u poticanju uključivijeg društva.

### **6.3.3. Marketinške mogućnosti**

Ulaganje u parasport nudi jedinstvene marketinške mogućnosti za tvrtke. Priče sportaša iz parasporta koji prevladavaju nesreću i postižu izvanredne podvige uvjerljivi su narativi koji se mogu iskoristiti za marketinške kampanje. Te priče odjekuju s publikom i mogu stvoriti značajnu medijsku pokrivenost i angažman na društvenim medijima.

Sponzoriranje parasportskih događaja, parasportaša ili timova može pružiti izloženost raznovrsnoj i angažiranoj navijačkoj bazi. Tvrtke mogu iskoristiti ove mogućnosti za smisleno povezivanje sa ciljanom publikom, što može dovesti do povećane vidljivosti i prodaje.

### **6.3.4. Angažiranje zaposlenika**

Korporativno sudjelovanje u parasportovima također može potaknuti moral zaposlenika i angažman. Zaposlenici se često ponose radom u tvrtki koja podržava socijalne uzroke. Inicijative društveno odgovornog poslovanja (DOP), uključujući podršku parasportovima, mogu poboljšati kulturu na radnom mjestu i privući vrhunske talente.

Uz to, tvrtke mogu pružiti mogućnost zaposlenicima da volontiraju ili sudjeluju u parasportskim aktivnostima, njegujući osjećaj zajedništva i timskog rada unutar organizacije. To ne samo da koristi tvrtki, već i doprinosi ukupnoj dobrobiti društva.

### **6.3.5. Dugoročna održivost**

Da bi parasportovi napredovali, ključno je osigurati dugoročno financiranje i podršku. Istaknuta je važnost izgradnje održivih modela za korporativno sudjelovanje. Tvrtke ne bi trebale promatrati svoj angažman u parasportu kao jednokratni događaj, već kao dugoročnu obvezu.

Jedan od pristupa održivosti je uspostavljanje partnerstva i suradnje između sportskih organizacija, neprofitnih organizacija i korporacija. Ta partnerstva mogu objediniti resurse, dijeliti stručnost i stvarati trajan učinak. Nadalje, tvrtke bi trebale razmotriti integriranje parasporta u svoje temeljne vrijednosti i poslovne strategije, osiguravajući da se podrška nastavi čak i u izazovnim ekonomskim vremenima.

## **6.4. Izazovi i preporuke za budućnost**

Iako postoje uvjerljivi razlozi da kompanije ulažu u parasport, postoje i izazovi koji se moraju riješiti. Jedan od glavnih izazova je nedostatak svijesti i razumijevanja parasporta među širokom javnošću i korporativnim donositeljima odluka. Da bi se to prevladalo, potrebno je uložiti napore kako bi se poduzeća educirala o prednostima podrške parasportovima i različitim putovima kroz koje se mogu uključiti.

Drugi je izazov natjecanje za korporativno sponzorstvo u sportskoj industriji. Parasport se natječe s redovnim sportovima za ograničene korporativne resurse. Da bi se to riješilo, sportske organizacije i zagovornici parasporta moraju zajedno raditi na stvaranju atraktivnih sponzorskih paketa i demonstrirati jedinstven prijedlog vrijednosti ulaganja u parasport.

U budućnosti je ključno nastaviti istraživanje utjecaja korporativnih ulaganja u parasport. To može uključivati studije o povratu ulaganja za poduzeća, socijalnim i psihološkim koristima za sportaše s invaliditetom i dugoročnim učincima na društvenu percepciju invalidnosti. Prikupljanje empirijskih podataka i studija slučaja može dodatno ojačati argument za korporativno sudjelovanje.

Uz to, tehnologija i inovacije mogu igrati značajnu ulogu u unapređivanju parasporta. Tvrtke koje su specijalizirane za pomoćne tehnologije i opremu treba poticati na ulaganje u istraživanje i razvoj kako bi se poboljšale performanse i sigurnost parasportaša.

Konačno, treba poticati i proširiti suradnju između vlada, neprofitnih organizacija, sportskih organizacija i korporacija. Moć kolektivnog djelovanja ne može se precijeniti, a koordinirani naponi ključni su za pokretanje značajnih promjena u svijetu parasporta.

## 6.5. Poziv na akciju

Svijet parasporta pruža ogromne mogućnosti tvrtkama da pozitivno utječu na društvo, a pritom ostvare vlastite koristi. Kako krećemo naprijed, ključno je da svi dionici rade zajedno na stvaranju inkluzivnijeg i podupirućeg okruženja za parasport. Tvrtke bi trebale prepoznati socijalne i ekonomske koristi od ulaganja u parasport i integrirati te inicijative u svoje temeljne vrijednosti i poslovne strategije.

Transformacija parasporta iz nišnog koncepta u globalni pokret svjedoči o ljudskom potencijalu i snazi inkluzivnosti. Ulaganjem u parasport, tvrtke ne samo da doprinose dobrobiti i razvoju sportaša s invaliditetom, već se pridružuju i zajednici organizacija koje su posvećene tome da svijet učine pravednijim i pristupačnijim mjestom za sve.

Po riječima Nelsona Mandele: "Sport ima moć mijenjati svijet. Ima snagu nadahnuti. Ima moć ujedinjavanja ljudi na način na koji to čini malošto drugo." Iskoristite snagu parasporta kako bismo nadahnuti, ujedinili i stvorili inkluzivniji i raznolikiji svijet za generacije koje dolaze.

### *Konačni zaključak*

Motiviranje tvrtki da ulažu u parasport višestruko je nastojanje koje zahtijeva zajedničke napore raznih dionika. Podizanjem svijesti o prednostima, nudeći poticaje i potičući suradnju, možemo stvoriti okruženje u kojem tvrtke ne samo da žele nego žude podržati parasport. Konačno, ove investicije mogu dovesti do uključivijeg društva, poboljšanog korporacijskog ugleda i financijske nagrade za poduzeća, što ih čini dobrom ponudom za sve koji su uključeni. Dok nastavljamo zagovarati inkluzivnost i raznolikost, parasport predstavlja testament moći sporta da nas ujedini i nadahne sve.