

Zbigniew Pawlak

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

e-mail: zpawlak@zpawlak.com.pl

Andrzej Smoleń

Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

e-mail: ansmolen@poczta.onet.pl

Dylematy etyczne rozwoju sportu zawodowego*

1. Wstęp

Współczesny sport zawodowy w krajach rozwiniętych uznawany jest za działalność gospodarczą wpisywaną w reguły gospodarki rynkowej. Sport ten rodzi szereg dylematów, w tym także na płaszczyźnie etycznej. Można je sprowadzić m.in. do poszukiwania odpowiedzi na następujące pytania:

- W jakim zakresie środki publiczne mogą być przeznaczane na działalność spółek kapitałowych w sporcie kwalifikowanym?
- Czy współwłaścicielami sportowych spółek kapitałowych mogą być spółki Skarbu Państwa i samorządy terytorialne?
- Czy wszystkie strategie marketingowe w sporcie zawodowym są do przyjęcia z perspektywy etycznej?
- Czy sponsorowanie klubów sportowych przez firmy bukmacherskie sprzyjać może korupcji w sporcie?
- Czy monopolistyczna pozycja międzynarodowych i krajowych federacji sportowych w poszczególnych dyscyplinach sportu, w tym zwłaszcza w piłce nożnej, jest do pogodzenia z zasadami prawa antymonopolowego?
- Czy obecne systemy transferowe w sporcie są dopuszczalne w świetle nadrzędnych zasad i prawa Unii Europejskiej?
- W jakim zakresie dysponentami praw do transmisji widowisk sportowych powinny być federacje w poszczególnych dyscyplinach sportu, a w jakim kluby sportowe?

W niniejszej pracy przedstawiono szczegółowe problemy powstające w obrębie analizowanej tematyki oraz ukazano sposoby ich rozwiązywania w praktyce. Przy analizie i ocenie etycznej sposobów ich rozwiązywania uwzględniono normy „prawa sportowego” obowiązujące w Unii Europejskiej i Stanach Zjednoczonych. Pracę wzbogacają różne poglądy i stanowiska znawców omawianej tematyki.

* Pracę wykonano w ramach badań własnych Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie (Bw. 27) na temat: *Uwarunkowania rozwoju sportowych spółek kapitałowych finansowanych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego*.

2. Dylematy etyczne korzystania ze środków publicznych przez spółki kapitałowe w sporcie kwalifikowanym

Pierwsze spółki akcyjne w sporcie kwalifikowanym w Polsce rozpoczęły swoją działalność w latach 1989–1991. Należały do nich Warszawski Wojskowy KS „Legia” Warszawa S.A, KS „Polonia” Warszawa S.A oraz Sekcja Piłki Nożnej „Widzew” S.A.¹. Przed wejściem w życie ustawy o kulturze fizycznej z 18.01.1996r. nowopowstające spółki akcyjne w sporcie kwalifikowanym funkcjonowały wyłącznie w oparciu o przepisy Kodeksu handlowego z 1934 r. i traktowane były pod względem prawnym podobnie jak inne spółki akcyjne. Nie korzystały zatem ze zwolnień od podatku dochodowego od osób prawnych. Ponieważ zgodnie z obowiązującą wówczas ustawą o kulturze fizycznej z 3.07.1984 r. uprawianie sportu odbywać się miało w stowarzyszeniach kultury fizycznej i ich związkach (art. 15 pkt. 2), niektórzy prawnicy mieli wątpliwości, czy powstające spółki działają *lege artis*. Liczba tego typu podmiotów do momentu wejścia w życie ustawy o kulturze fizycznej z 18.01.1996r. legalizującej w Polsce sport zawodowy była zresztą niewielka (około 10 spółek).

W ustawie tej, w sposób inny niż w Kodeksie handlowym, uregulowano takie kwestie jak: wielkość kapitału akcyjnego spółki, udział krajowych osób prawnych i fizycznych oraz zagranicznych w tworzeniu kapitału akcyjnego spółki, wydawanie akcji uprzywilejowanych, możliwość posiadania kapitału akcyjnego w kilku spółkach, udzielanie pożyczek i poręczeń przez akcjonariuszy i członków władz spółki, opodatkowanie dochodów spółki, podział dywidendy.

Nie wszystkie wymienione powyżej odmienne uregulowania prawne spółek akcyjnych w sporcie kwalifikowanym miały na celu tworzenie korzystniejszych warunków działalności tych spółek. Korzyści taki stwarzał niewątpliwie zapis art. 32 pkt. 7 zgodnie z którym dochody sportowych spółek akcyjnych w części przeznaczanej na ich działalność sportową były wolne od podatku od osób prawnych.

W latach 1996–2004 zakres szczególnych regulacji prawnych spółek akcyjnych w sporcie kwalifikowanym ulegał systematycznej redukcji. Wzrastać zaczęły ich obciążenia podatkowe wobec Skarbu Państwa, np. znany piłkarski klub sportowy Groclin Dyskobolia SSA w 2004 r. płacił cztery rodzaje podatków: podatek od towarów i usług (VAT), podatek od osób prawnych (CIT), podatek od osób fizycznych (PIT) oraz podatek od nieruchomości. Korzystał jedynie z ulgi w podatku dochodowym od osób prawnych. Ogółem w 2004 r. koszty z tytułu podatków pochłonęły ponad 10% budżetu tego klubu².

W sytuacji kiedy fiskalizm państwa pogarszał już i tak słabą kondycję finansową sportowych spółek akcyjnych, w środowisku praktyków związanych ze spółkami piłkarskimi rodzić się zaczęły pomysły rozwiązań umożliwiających większe zaangażowania środków finansowych państwa i jednostek samorządów terytorialnych w działalność tych spółek³. Ich propozycje nie zostały jednak przyjęte w ustawie o sporcie kwalifikowanym

¹ J. Żyśko, A. Smoleń, *Geneza i rozwój sportowych spółek akcyjnych*, [w:] T. Rychta, J. Chełmecki (red.), *Wkład nauk humanistycznych do wiedzy o kulturze fizycznej*, AWF, Warszawa 2003.

² W. Witkowski, *Warunki ekonomiczne dla marketingu sportowego w systemie podatkowym w Polsce*, [w:] H. Mruk, P. Jardanowski, P. Matecki, K. Kropielnicki (red.), *Sport & Business. III Ogólnopolskie Dni Marketingu Sportowego na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu*, Sport & Business Foundation, Poznań 2005.

³ W. Witkowski, *Koncepcja stworzenia warunków finansowych wspierających rozwój polskiego sportu*, [w:] H. Mruk, P. Jardanowski, P. Matecki, K. Kropielnicki (red.), *Sport & Business...*, op.cit.

z 29.07.2005 r. W ustawie tej, z perspektywy spółek kapitałowych w sporcie kwalifikowanym, znalazł się jednak bardzo ważny zapis, że organy administracji rządowej i jednostki samorządu terytorialnego mogą wspierać, w tym finansowo, rozwój sportu kwalifikowanego (art. 2). Przed wejściem w życie tej ustawy samorządy terytorialne, aby móc wspierać sport kwalifikowany, musiały środki finansowe przeznaczane na ten cel kwalifikować jako środki na promocję⁴. W praktyce jednostki samorządowe w różnym stopniu udzielają wsparcia spółkom kapitałowym w sporcie kwalifikowanym. Z budżetu miasta finansowana jest m.in. spółka komunalna Śląsk Wrocław S.A., GKS Katowice S.A., Jagiellonia Białystok SSA. Urząd Miejski we Wrocławiu, który jest właścicielem Śląska Wrocław przeznaczył w 2008 r. na transfery i bieżącą działalność klubu kwotę ok. 10 mln zł⁵.

Państwo nie finansuje wprost z budżetu państwa profesjonalnych klubów sportowych o statusie spółek akcyjnych, ale będąc głównym akcjonariuszem niektórych spółek (tzw. spółek Skarbu Państwa) może to robić poprzez te spółki. Sytuacja taka ma miejsce m.in. w przypadku taki znanych klubów jak: Zagłębie Lubin SA, GKS „Bełchatów” SSA, PGE Skra Bełchatów SSA, Turów Zgorzelec S.A.

W lutym 2009 r. weszło w życie zarządzenie Ministra Skarbu nakazujące spółkom z udziałem Skarbu Państwa pozbyć się do końca 2009 r. udziałów w klubach sportowych i zaprzestać ich sponsorowania w przypadku, gdy nie wpływa ono na korzyści marketingowe spółek. Jeżeli spółka Skarbu Państwa ponosi w danym roku straty, to w świetle tego zarządzenia, bez względu na korzyści marketingowe sponsorowania klubów, musi zaprzestać ich finansowania. Zarządzenie ministra nie dotyczy spółek komunalnych. Wejście w życie zarządzania Ministra Skarbu może oznaczać poważne problemy finansowe dla niektórych klubów⁶.

3. Dylematy etyczne sportu zawodowego w obszarze działalności marketingowej

Kontrowersyjne, pod względem etycznym, jest podpisywanie przez firmy sportowe umów sponsorskich z firmami bukmacherskimi prowadzącymi działalność także w Internecie. Liczba firm oferujących zakłady przez Internet wykazuje wysoką dynamikę wzrostową. Firmy bukmacherskie, przeznaczając duże sumy na sponsoring, pozyskują nowych klientów i zwiększają swoją reputację. W koszykach znanej firmy bukmacherskiej bwin grają piłkarze Realu Madryt i AC Milan. W Polsce firma ta wspierała m.in. KP Legię Warszawa SSA i Górnika Zabrze. Inna firma bukmacherska Unibet sponsorowała grupę kolarską Unibet startującą w cyklu Pro Tour.

Na początku 2009 jeden z najbardziej rozpoznawalnych klubów piłkarskich w Polsce, Wisła Kraków S.A., po półtorarocznym poszukiwaniu sponsora i nieskutecznych negocjacjach z kilkunastoma różnymi firmami, podpisała dwuletnią umowę na kilka milionów

⁴ Por. W. Cajselski, *Ustawa o sporcie kwalifikowanym. Komentarz*, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa 2006, s. 49.

⁵ D. Leśniewski, *GKS Katowice. Ratusz chce hossa na Bukowej*, „Sport” 2009, nr 37 (13299).

⁶ H. Guz, *Spółki Skarbu Państwa muszą pozbyć się klubów. Ministerialne zarządzenie oznacza kłopoty dla takich klubów jak Zagłębie Lubin, Turów Zgorzelec, czy GKS i Skra Bełchatów*, „Przegląd Sportowy”, 2009, nr 43 (15 298).

złotych z firmą bet-at-home. Bukmacher internetowy został sponsorem strategicznym mistrzów Polski⁷.

Obstawianie wyników meczów w zakładach bukmacherskich, jest zdaniem T. Sahaja, szczególnie korupcjogenne. Praktyki korupcyjne występują nie tylko w piłce nożnej (gdzie istnieje zorganizowany handel wynikami meczów), ale także w: tenisie, piłce siatkowej, żużlu, itp. *Sprzedajny zawodnik, biorący udział w meczu bokserskim lub tenisowym, jest właściwie bezkarny, a zysk czerpany z przegranej jest częstokroć znacznie wyższy niż gratyfikacja za zwycięstwo w całym turnieju*⁸.

Rynkiem internetowych zakładów sportowych, który w 2008 r. wart był ponad 20 mld dolarów, coraz częściej interesują się zorganizowane grupy przestępcze⁹.

Przepisy prawne w Polsce, zakazujące hazardu w Internecie, nie są w pełni zbieżne z przepisami UE, gdzie swoboda przepływu usług podniesiona została do rangi zasady. Nie ma jednak pewności, czy swoboda ta dotyczy wszystkich usług, w tym także bukmacherskich.

Kontrowersyjną, pod względem etycznym strategią marketingową jest tzw. „ambush marketing” nazywany także marketingiem partyzanckim, pasożytniczym lub nawet przestępczym. Strategia ta, stosowana w celu zyskania na popularności i prestiżu, polega na stwarzaniu wrażenia przez quasi-sponsorów, że są sponsorami faktycznymi. Taką strategię według T. Sporka zastosowała firma Nike w czasie Igrzysk Olimpijskich w Barcelonie oraz Mistrzostw Świata w 1998 r. W czasie jednej i drugiej imprezy firma ta prowadziła kampanie reklamowe z uczestnikami tych imprez stwarzając wrażenie, że to ona jest ich oficjalnym sponsorem. W rzeczywistości, w pierwszym przypadku miała podpisane tylko kontrakty indywidualne z niektórymi olimpijczykami, a w drugim przypadku była tylko sponsorem jednego z uczestników Mistrzostw Świata – reprezentacji Brazylii. W rezultacie takich działań, kontrowersyjnych pod względem etycznym, zwiększyła znacznie swoją rozpoznawalność wśród klientów¹⁰.

Inną profesjonalną strategię marketingową, mogącą wzbudzać wątpliwości natury etycznej zastosowano w projekcie sponsorskim Orlen Team przygotowanym we współpracy z agencją Codex Media. Celem realizowanej strategii było wyrobienie u odbiorców przekonania, że Orlen nie sponsoruje konkretnych zawodników (jak to miało miejsce wcześniej), ale grupę sportową noszącą nazwę sponsora. W następstwie realizacji projektu Orlem Team był postrzegany jako odrębna od sponsora marka, choć w istocie podmiotem sponsorowania był sam sponsor¹¹.

W Europie Zachodniej większość profesjonalnych klubów sportowych prowadzi działania marketingowe oparte na segmentacji nabywców produktu sportu dążąc do utrzymania trwałych relacji z dokładnie określonymi kibicami¹². W krajach gdzie poziom komercjali-

⁷ Bukmacherzy z mistrzem Polski. Wisła Kraków. Mają sponsora „Przegląd Sportowy” 2009, nr 43 (15298), s. 6.

⁸ T. Sahaj, sprawozdanie z konferencji „Korupcja w sporcie” zorganizowanej w Poznaniu 19.10.2007 r., „Sport Wyczynowy” 2007, nr 11–12.

⁹ Por. *Tak umiera sport*, „Forum” 2009, nr 10, s. 37 oraz Raport o korupcji w sporcie przygotowany przez Transparency International (www.transparency.org).

¹⁰ T. Sporek, *Sponsoring sportu w warunkach globalizacji. Dylematy i wyzwania*, Difin, Warszawa 2007, s.179–183.

¹¹ A. Kalitowicz, *Rewitalizacja projektu sponsorskiego „Orlem Team”*, [w:] H. Mruk, P. Jardanowski, P. Matecki, K. Kropielnicki (red.), *Marketingowo o sporcie. III Ogólnopolska Konferencja Naukowa Dni Marketingu Sportowego na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu*, Sport & Business Foundation, Poznań 2005.

¹² A. Sznajder, *Marketing sportu*, PWE, Warszawa 2008, s. 23.

zacji sportu jest większy niż w Polsce zwrócono uwagę na możliwość jego przekomercjalizowania. Zauważono, że przekształcaniu klubów w giełdowe spółki akcyjne i spółki medialne może towarzyszyć zjawisko przedmiotowego podejścia do kibiców, czyli traktowania ich wyłącznie jako jednego ze źródeł dochodów klubu. Powstać zatem może problem ochrony interesów kibiców przed bezwzględnymi siłami rynku.

4. Dylematy etyczne związane z działalnością monopolistycznych związków sportowych

Szereg wątpliwości natury etycznej w warunkach postępującej profesjonalizacji, komercjalizacji i medializacji sportu, wzbudzać może szczególnie bo monopolistyczna pozycja ponadnarodowych federacji oraz narodowych (krajowych) związków dyscyplin sportowych, które uzyskały uznanie Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego i wspólnie z nim tworzą międzynarodowy ruch olimpijski. Wśród tych ponadnarodowych federacji dyscyplin sportowych największą uwagę, ze względu na skalę działalności biznesowej, przyciąga działalność Międzynarodowej oraz Europejskiej Federacji Związków Piłki Nożnej (FIFA i UEFA). W literaturze przedmiotu ponadnarodowe federacje dyscyplin sportowych, określa się zwykle jako pozarządowe organizacje międzynarodowe lub transnarodowe¹³.

FIFA, UEFA oraz Narodowe Związki Piłkarskie, jako monopolisci na arenie międzynarodowej i krajowej w dziedzinie piłki nożnej, mają zasadniczy wpływ na dobór uczestników współzawodnictwa sportowego (klubów, zawodników, sędziów i trenerów), zasady transferów w sporcie, zasady sprzedaży praw medialnych do transmisji widowisk sportowych.

Profesjonalne kluby piłkarskie, zawodnicy, sędziowie i trenerzy z uwagi na konieczność uzyskiwania licencji w trybie decyzji administracyjnej¹⁴, są zdani na system w którym jedynym oferentem na arenie międzynarodowej jest FIFA i UEFA, a na szczeblu krajowym Narodowe Związki Piłki Nożnej. O ile sam system przyznawania licencji uznać można jako narzędzie promowania dobrego zarządzania (*good governance*), o tyle przyznawanie tych licencji wyłącznie przez jednego oferenta wzbudzać może poważne wątpliwości choćby w kontekście nasilającej się korupcji w piłce nożnej.

Jak zauważa M. Kędzior, w przypadku wykluczenia klubu z uczestnictwa świadczenia usług sportowych przez narodową federację sportu (np. Polski Związek Piłki Nożnej), dochodzi do naruszenia zasad wolnej konkurencji w sporcie, w efekcie czego dana federacja może być pozwana do Trybunału Sprawiedliwości Wspólnoty Europejskiej¹⁵. Jej zdaniem autonomia międzynarodowych i narodowych związków sportowych (np. UEFA, PZPN), a więc tych organizacji monopolistycznych, które poprzez system licencyjny mają duży wpływ na funkcjonowanie klubów sportowych (w tym piłkarskich spółek akcyjnych), może zostać ograniczona podstawowymi swobodami wspólnego rynku UE i zasadami prawa

¹³ Por. J. Żyśko, *Struktura wybranych międzynarodowych organizacji sportowych*, [w:] L. Jaczynowski (red.), *Organizacja kultury fizycznej. Teoria i praktyka. Tom II. Struktury organizacyjne*, AWF, Warszawa 2001; J. Raciborski, *Nieudany zamach stanu w PZPN* (<http://www.rp.pl/artykul/201162.html>).

¹⁴ A. Wach, *Licencje w polskim sporcie*, „Sport Wyczynowy” 1996, nr 9–10.

¹⁵ M. Kędzior, *Autonomia organizacji sportowych w świetle prawa polskiego i Unii Europejskiej*, „Sport Wyczynowy” 2007, nr 1–3.

antymonopolowego, których zastosowanie w skomercjalizowanym i sprofesjonalizowanym sporcie systematycznie wzrasta.

Zdaniem F. Reida, jedną z fundamentalnych zasad angielskiego prawa precedensowego jest zasada, że jednostka (w tym klub sportowy) ma prawo prowadzić działalność gospodarczą bez ingerencji osób trzecich. Ograniczanie praw sportowców (także zagranicznych) do pracy (występów) przez monopolistyczne związki sportowe można postrzegać także w kategoriach ograniczania działalności gospodarczej¹⁶.

Zdaniem J. Foksa pozycja monopolistyczna w danej dyscyplinie sportu jest bardzo dużym uprawnieniem międzynarodowych federacji i krajowych związków sportowych. Pozycja ta, poprzez prawo przyznawania licencji, pozwala reglamentować uczestników współzawodnictwa sportowego.

Wpływ przepisów stanowiących przez organizacje międzynarodowe (np. FIFA) na określone dyscypliny sportu w klubach sportowych nie wynika z ich podmiotowości prawnej na gruncie międzynarodowego prawa publicznego. Normy prawne stanowiące przez te organizacje (działające zwykle na podstawie prawa o stowarzyszeniach obowiązującego w kraju, w którym znajduje się ich siedziba) mają charakter wewnątrzorganizacyjny. Ich wpływ wynika raczej z „monopolistycznej pozycji jaką posiadają w dyscyplinach sportu, zwłaszcza najbardziej popularnych i zarazem najatrakcyjniejszych ekonomicznie”¹⁷.

Z analizy treści pierwszego kompleksowego dokumentu Komisji Europejskiej, tzw. „Białej Księgi Sportu”, zawierającego strategiczne wytyczne wobec roli sportu w Europie, wynika, że specyfika sportu będzie respektowana ale nie w stopniu, który wyłączyłby tę dziedzinę życia spod jurysdykcji UE. Z zapisów tego dokumentu nie wynika jednak, aby Komisja Europejska już teraz miała zakwestionować zasadę *jedna federacja w jednej dyscyplinie sportu* legalizującą monopol narodowych związków sportowych w poszczególnych dyscyplinach sportu.

5. Etyczne problemy transferów w sporcie zawodowym

W sporcie zawodowym transfer powoduje ustanie dotychczasowego i nawiązanie nowego stosunku pracy w klubie sportowym¹⁸.

Dokonując analizy zasad zmiany przynależności klubowej (transferów) w sporcie, zwłaszcza w piłce nożnej, wyróżnić należy dwa charakterystyczne okresy przedzielane datą 15.12.1995 r., czyli okres przed i po wyroku Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w Luksemburgu w tzw. sprawie Bosmana.

W okresie pierwszym, zgodnie z przepisami Międzynarodowej Federacji Piłkarskiej (FIFA), przestrzeganymi przez 193 narodowe związki piłki nożnej, przejście zawodnika z klubu do klubu, czyli jego transfer, mogło być możliwe tylko wówczas, gdy nowy praco-

¹⁶ F. Reid, *Uwarunkowania działalności sportowca zagranicznego w Wielkiej Brytanii i w Unii Europejskiej*, [w:] A. Kijowski (red.), *Status prawny sportowców*, Polskie Towarzystwo Prawa Sportowego, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2001, s. 211.

¹⁷ J. Foks, *Prawo krajowe a prawo międzynarodowe w sporcie – casus Polska*, „Sport Wyczynowy” 2006, nr 1–2, s. 80.

¹⁸ Por. A. Kijowski, *Transfer w piłce nożnej w świetle polskiego prawa cywilnego i prawa pracy*, [w:] A.J. Szwarc (red.), *Prawne problemy transferu w piłce nożnej w Polsce i Republice Federalnej Niemiec*, Polskie Towarzystwo Prawa Sportowego, Poznań 1991, s. 65.

dawca zawodnika zapłacił ostatniemu pracodawcy określoną sumę pieniędzy, czyli tzw. kwotę transferową. Niekiedy ostatniemu pracodawcy nie przypadała cała kwota transferowa, ale była ona dzielona także pomiędzy kluby, w których zawodnik grał poprzednio¹⁹. Zgodnie z wytycznymi UEFA, kwota transferowa (odszkodowania) zależna była od dochodu brutto, jaki zawodnik uzyskał w poprzednim sezonie za swoją działalność oraz od wieku zawodnika.

Sytuacja taka była powszechnie akceptowana, choć w niektórych krajach powstawały rozprawy naukowe na temat dopuszczalności transferów w świetle prawa pracy i prawa konstytucyjnego²⁰. Do nielicznych przedstawicieli najwyższych władz sportowych organizacji międzynarodowych, którzy krytykowali tę sytuację, należał L. Silance. W referacie wygłoszonym na Naukowym Kongresie Olimpijskim w Maladze w 1992 r. domagał się gruntownych zmian w dotychczasowym systemie transferów, uniemożliwiającym zawodnikom swobodną zmianę przynależności klubowej. *„Niewolnictwo zostało zniesione dawno temu, żaden klub nie może sprzedawać człowieka, nawet wtedy, gdy jest on sportowcem najwyższej klasy”*²¹, pisał L. Silance.

Zdaniem W. Arensa, obowiązujące zasady transferowe w sporcie do 1995 r. były możliwe tylko dlatego, że sport piłkarski był zorganizowany w systemie zamkniętym, w postaci monopolu, w którym jedynymi oferentami były: FIFA, UEFA oraz DFB (Niemiecki Związek Piłki Nożnej). W ramach tego systemu możliwe było tylko jedno uregulowanie prawne²².

Trybunał Europejski w Luksemburgu w dniu 15.12.1995 r., uznał, że dotychczasowe zasady transferów przyjęte przez międzynarodowe i krajowe federacje sportowe, a w szczególności FIFA i UEFA, są sprzeczne z art. 48 Traktatu Europejskiego, zgodnie z którym każdy obywatel Unii po zakończeniu kontraktu może opuścić swojego dotychczasowego pracodawcę i rozpocząć pracę u innego pracodawcy, także w innym kraju Unii. Trybunał Europejski, w swoim orzeczeniu, powołując się na art. 48, uznał, że płacenie ekwiwalentu (odstępnego) przy transferach zawodników z klubu do klubu w Unii Europejskiej po wygaśnięciu kontraktu jest nieuprawnione. Uznał ponadto, że niedopuszczalne w UE jest limitowanie liczby obcokrajowców grających w poszczególnych klubach.

Wyrok Trybunału Europejskiego w sprawie transferów w sporcie nie spowodował jednak radykalnej ich zmiany. FIFA jako organizacja transnarodowa o zasięgu światowym nie musiała i nie podporządkowała się wyrokowi tego Trybunału. Po okresie kilkuletniej „zimnej wojny” pomiędzy Komisją Europejską a władzami FIFA i UEFA, rozpoczęły się w 2000 r. kilkumiesięczne negocjacje w celu wypracowania kompromisu w sprawie transferów w piłce nożnej. Rok później, w następstwie tych negocjacji, podpisano porozumienie dotyczące nowego systemu transferowego w piłce nożnej, które stwarza lepsze warunki rozwoju zawodnikom młodocianym do lat 18 (m.in. nie muszą być płacone rekompensaty za ich wyszkolenie), a przejścia zawodników do nowych klubów nie konieczne poprze-

¹⁹ A. Ciecierski, *Prawne aspekty kontraktów i transferów w piłce nożnej*, praca magisterska, AWF, Warszawa 2007.

²⁰ W Republice Federalnej Niemiec w latach 1970 – 1990 opublikowano na ten temat 10 prac doktorskich. Por. W. Arens, *Transfer w piłce nożnej w świetle niemieckiego prawa pracy i konstytucyjnego*, [w:] A.J. Szwarc (red.), *Prawne problemy transferu w piłce nożnej w Polsce i Republice Federalnej Niemiec*, Polskie Towarzystwo Prawa Sportowego, Poznań 1991.

²¹ L. Silance, *Transfer klubowy a prawo do wolności*, „Sport Wyczynowy” 1992, nr 9–10.

²² W. Arens, *op.cit.*

dzione być muszą zawarciem porozumień pomiędzy ich nowymi i poprzednimi pracodawcami w kwestii odszkodowania za transfery²³.

Nowe prawo transferowe, choć lepiej zabezpiecza prawa zawodników, nie wprowadza, jak niekiedy się twierdzi, radykalnych zmian w dotychczasowych zasadach transferowych. Wypracowany w tej kwestii kompromis uznać można jako daleko idące ustępstwo władz Unii Europejskiej na rzecz FIFA i UEFA.

Nowe prawo transferowe w piłce nożnej nie rozwiewa szeregu wątpliwości z nim związanych. Wątpliwości te pojawiają się także wówczas, gdy słyszy się o nowych horrendalnych sumach transferów płaconych, a niekiedy tylko proponowanych, za wybitnych zawodników przez znane osobistości świata biznesu i polityki zaangażowane w tego typu przedsięwzięcia²⁴. Nie należy się dziwić zatem, że w „Białej Księdze Sportu” został umieszczony zapis, że Komisja Europejska rozważa możliwość wprowadzenia na szczeblu unijnym systemu informacji o transferach w celu zapobieżenia nielegalnym przepływom środków finansowych.

Według specjalistów, odszkodowania transferowe są konieczne dla „zachowania zdolności klubów do współzawodnictwa na płaszczyźnie sportowej i gospodarczej. Uzyskane odszkodowania za wyszkolenie i promocję zawodników pozwalają klubom uzyskać stabilizację i względną niezależność od sponsorów. *Odstępne w ramach transferu zawodnika do profesjonalnego klubu piłki nożnej powinno być ustalone na podstawie obiektywnych kryteriów, uwzględniających wiek, dochody piłkarza w byłym klubie, oferowane przez dotychczasowy i nowy klub warunki umowy, udział zawodnika w meczach reprezentacji i przynależność ligową oraz klubową*²⁵.

Zwiększenie zakresu praw zawodników (zwłaszcza zawodników piłki nożnej) zatrudnionych w spółkach akcyjnych, byłoby możliwe na skutek zmiany ich statusów z pracowników w współwłaścicieli. Taką możliwość dostrzega A. Kijowski²⁶.

W Stanach Zjednoczonych, w odróżnieniu od większości innych krajów, poszczególne federacje (zarówno międzynarodowe i krajowe) nie kontrolują sportu zawodowego. Zawodnicy (gracze) są pracownikami swoich klubów, podpisują standardowe umowy o grę, a związki zawodowe graczy podpisują z pracodawcami zakładowe układy zbiorowe. Na tle sporów pomiędzy pracodawcami a zawodnikami może dochodzić do strajków, korzystania z lokautu, itp. Taka sytuacja ma miejsce w czterech wielkich ligach zawodowych, tzn. w: Major League Baseball (MLB), National Basketball Association (NBA), National Football League (NFL), National Hockey League (NHL) oraz w innych mniej znaczących ligach zawodowych²⁷.

²³ M. Bałaziński, *Nowe prawo transferowe w piłce nożnej*, „Sport Wyczynowy” 2001, nr 9–10.

²⁴ Arabscy szejkwowie, właściciele klubu Manchester City chcieli kupić Brazylijczyka Kakę, zawodnika klubu AC Milan za sumę 130 mln euro. Transfer nie doszedł do skutku, bo właściciel AC Milan S. Berlusconi (premier Włoch) zdołał przekonać zawodnika do pozostania na dotychczasowym miejscu pracy (K. Guzowski, *Spokojnie, to tylko kryzys*, „Wprost” 2009, nr 6).

²⁵ R. Panfil, *Zarządzanie przedsiębiorczością w instytucji sportowej*, [w:] K. Perechuda (red.), *Zarządzanie firmą sportową*, Wydawnictwo „Leopoldium” Fundacji dla Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999, s. 130.

²⁶ A. Kijowski, *Stosunki prawne sportowców z klubami sportowymi*, [w:] J. Kijowski (red.), *Status prawny sportowców*, Polskie Towarzystwo Prawa Sportowego, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2001.

²⁷ A.N. Wise, *Status prawny oraz problemy sportowców zagranicznych w Stanach Zjednoczonych*, [w:] A. Kijowski (red.), *Status prawny sportowców*, Polskie Towarzystwo Prawa Sportowego, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2001.

6. Zasady sprzedaży praw medialnych do transmisji widowisk sportowych z perspektywy etycznej

Na rynku praw do transmisji widowisk sportowych występują trzy kategorie podmiotów o rozbieżnych interesach: odbiorcy transmisji (telewizyjnych, radiowych), nadawcy (dążący do maksymalizacji zysków), zbywcy praw do transmisji – organizatorzy zawodów sportowych (federacje, kluby sportowe), których wpływy ze sprzedaży praw do transmisji stanowią istotne składowe ich budżetów.

Rynek praw do transmisji widowisk sportowych jest zdominowany przez międzynarodowe federacje sportowe.

Dylematy w przedmiocie sprzedaży praw medialnych do transmisji widowisk sportowych rodzą się najczęściej w związku z praktyką zbiorowej sprzedaży tych praw przez międzynarodowe federacje i narodowe związki sportowe. Ten sposób sprzedaży jest kwestionowany, w świetle przepisów prawa antymonopolowego, jako bezprawne ograniczanie rynku, czyli kartel. Zwolennicy decentralizacji są zdania, że *klub sportowy jako organizator lub współorganizator danej imprezy, ponosi ryzyko gospodarcze, dlatego powinien mieć swobodę sprzedaży praw do transmisji wystąpień swoich zawodników*²⁸.

Według R. Piechoty, zasady dysponowania prawami do transmisji widowisk sportowych są skomplikowane i nieprzejrzyste, a podmioty występujące na tym rynku dążą do partycypowania w jak największym stopniu w zyskach z ich sprzedaży²⁹.

W kwestii własności praw do transmisji widowisk sportowych, Komisja Europejska prezentuje stanowisko, że *prawa do transmisji widowisk sportowych przysługują zasadniczo ich organizatorom, kontrolującym dostęp do miejsca, gdzie odbywają się zawody*³⁰.

W praktyce, Komisja dopuszcza zarówno łączną sprzedaż praw medialnych do transmisji z imprez sportowych (dokonywaną np. przez podmioty zarządzające ligami zawodowymi), jak również sprzedaż indywidualną przez poszczególne kluby, przy czym niezależnie od przyjętych rozwiązań, prawo partycypowania w zyskach powinny posiadać wszystkie podmioty uczestniczące w rozgrywkach (w tym kluby w ligach narodowych). Odmienne, bardziej scentralizowane stanowisko w tej kwestii prezentuje FIFA i UEFA³¹.

Zastanawiające jest, że w Stanach Zjednoczonych, w których obowiązuje bardzo restrykcyjne prawo antymonopolowe, przepisów tego prawa nie stosuje się w odniesieniu do sprzedaży zbiorowej prowadzonej przez ligi zawodowe w futbolu amerykańskim, koszykówce, bejsbolu i hokeju na lodzie³².

Przekazanie przez Polski Związek Piłki Nożnej sprzedaży praw telewizyjnych i marketingowych Ekstraklasie S.A, czyli spółce powołanej do zarządzania ligą zawodową, zostało przyjęte przez kluby piłkarskie jako działanie racjonalne i bardziej etyczne. Zdaniem L. Miklasa, członka rady nadzorczej i prezesa zarządu KP Legia S.A, w przeszłości zdarzało się, że *w rozliczeniach z klubami ginęło 6 lub 9 milionów i można było ignorować pytania, gdzie się podziały*³³.

²⁸ Tamże, s. 116.

²⁹ R. Piechota, *Prawa do transmisji widowisk sportowych – zarys problemu*, „Sport Wyczynowy” 2006, nr 5–6, s. 61.

³⁰ Tamże, s. 59.

³¹ J. Foks, „Biała Księga Sportu” Komisji Europejskiej, „Sport Wyczynowy” 2008, nr 1–3.

³² A.N. Wise, *op.cit.*

³³ P. Wilkowicz, *Liga z o.o. W dżungli polskiej piłki*, „Quality Sport” 2008, nr 1, s. 88–89.

7. Podsumowanie i wnioski

1. Ocena etyczna przypadków wspomagania spółek kapitałowych w sporcie kwalifikowanym ze środków publicznych (rządowych i samorządowych) jest złożona i wymaga uwzględnienia uwarunkowań ogólnych i środowiskowych. Wśród tych uwarunkowań szczególne znaczenie posiada sytuacja ekonomiczna kraju oraz priorytety wydatkowania środków finansowych przyjmowane przez władze lokalne.
2. Sponsorowanie klubów piłkarskich przez firmy bukmacherskie, w dłuższej perspektywie czasowej, może mieć charakter korupcyjny.
3. Ochrona interesów kibiców sportowych staje się realnym problemem w sytuacji pogłębiającej się komercjalizacji sportu i stosowania nieetycznych strategii działania.
4. Przekroczenie pewnego progu przychodów finansowych przez monopolistyczne związki sportowe o statusie stowarzyszeń mogłoby skutkować obowiązkiem podziału tych organizacji na dwie lub trzy mniejsze organizacje.
5. Prawa do transmisji widowisk sportowych, zgodnie ze stanowiskiem Komisji Europejskiej, powinni posiadać przede wszystkim bezpośredni organizatorzy imprez sportowych, tzn. kluby sportowe i reprezentujące je ligi zawodowe.

Ethical Dilemmas in the Development of Professional Sports

Summary

This paper discusses in detail the ethical issues in the contemporary professional sports and shows how these issues are addressed in the European Union countries and in the United States.

From the ethical perspective it was decided that it is disputable to finance companies in competitive sports from a public purse (central and local government purse), to sponsor football clubs by bookmaking companies, to pay compensations (financial equivalents) for the change of membership in clubs by the players (the so called transfers).

It was noticed that in the era of deepening sports commercialisation and application of ambush marketing strategies a real problem has become how to protect the interests of sport fans.

It was decided that reaching of a certain scale of business operations (e.g. a certain threshold of revenues or profits) by monopolistic sports organisations should be paralleled by their loss of privileged status and/or change of their organisational and legal status (change from voluntary, non-profit organisations into companies operating under commercial law).

Key words: *sports professionalization and commercialisation, companies active in the competitive sports, sports transfers, monopolistic organisations in sports, market of broadcasting rights to sport events*