

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**POSLOVNA ANALIZA ŠPORTNEGA DOGODKA: PRIMER RALLY
TEKMOVANJE**

Ljubljana, 28. maj 2018

TINA LAZAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisna Tina Lazar, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Poslovna analiza športnega dogodka: primer rally tekmovanje, pripravljene v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Markom Hočevarjem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 28.5.2018

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 ORGANIZACIJA ŠPORTNEGA DOGODKA	3
1.1 Opredelitev športnega managementa in managementa športnih prireditev ...	3
1.2 Opredelitev športnega dogodka	4
1.3 Manager, prireditelj, organizator, sponzor, donator	4
1.3.1 Manager.....	4
1.3.2 Prireditelj.....	5
1.3.3 Organizator.....	5
1.3.4 Sponzor.....	5
1.3.5 Donator.....	6
1.4 Elementi organizacije športnega dogodka	6
1.4.1 Namen organizacije športnega dogodka	6
1.4.2 Cilji organizacije športnega dogodka	6
1.4.3 Načela organizacije športnega dogodka	6
1.5 Zakonodaja s področja športa in organizacije športnih dogodkov	7
1.6 Proces organizacije športnega dogodka	9
1.6.1 Začetek	9
1.6.2 Načrtovanje	9
1.6.3 Uveljavljanje	10
1.6.4 Kontrola.....	10
1.6.5 Zaključek.....	11
1.7 Učinki športnih dogodkov.....	11
1.7.1 Ekonomski učinki športnih dogodkov.....	12
1.7.2 Neekonomski učinki športnih dogodkov.....	12
1.8 Financiranje športnih dogodkov	13
1.8.1 Opredelitev trga.....	13
1.8.2 Značilnosti financiranja športnih dogodkov.....	14
1.8.3 Sponzorstvo in donacije	15
1.8.4 Stroški športnega dogodka	17
2 PREDSTAVITEV RALLYJA.....	17
2.1 Opredelitev rallyja	17
2.2 Zgodovina rally tekmovanj.....	18

2.2.1	Zgodovina rally tekmovanj v Sloveniji	19
2.3	Razvoj rallyja.....	20
2.3.1	Razvoj rallyja v Sloveniji	21
2.4	Zveza za avto šport Slovenije AŠ 2005	22
2.5	HAKS – Hrvaško združenje avtomobilov in kartingov	26
2.6	FIA – Federation Internationale de l’automobile	26
3	POSLOVNA ANALIZA ORGANIZACIJE RALLY TEKMOVANJA	27
3.1	Ekonomika organizacije rally tekmovanja v Sloveniji in na Hrvaškem.....	27
3.1.1	Prihodki	28
3.1.2	Stroški.....	29
3.1.3	Točka preloma.....	36
3.2	Financiranje rally tekmovanja.....	36
3.2.1	Pridobivanje virov financiranja.....	37
3.2.2	Sponsoriranje v avtomobilskem športu.....	37
3.3	Primerjava višine stroškov in prihodkov ter možnosti za izboljšanje financiranja tovrstnih tekmovanj	38
4	POSLOVNA ANALIZA UDELEŽBE RALLY TEKMOVANJA	41
4.1	Prihodki.....	41
4.2	Stroški.....	41
5	KVALITATIVNA RAZISKAVA ORGANIZACIJE IN UDELEŽBE RALLY TEKMOVANJ	45
5.1	Značilnosti kvalitativne raziskave	45
5.2	Delno strukturiran intervju.....	45
5.3	Potek in izvedba raziskave.....	46
5.4	Določitev vzorca.....	46
5.5	Opomnik za izvedbo intervjuja.....	47
5.6	Analiza podatkov.....	47
5.7	Rezultati raziskave	47
5.7.1	Na kakšen način bi lahko rally prireditve postale bolj zanimive za sponzorje?	47
5.7.2	Zakaj je oglaševanje rally prireditev še vedno oslABLJENO v primerjavi z ostalim športom?	48
5.7.3	Na kakšen način bi tekmovalci pridobili večjo naklonjenost sponzorjev?	48
5.7.4	Kako lahko sponzorji, poleg finančne pomoči še pomagajo udeležencem? ..	48

5.7.5	Pred približno 20 leti, je bila situacija v slovenskem avto športu z vidika sponzoriranja povsem drugačna. Zakaj so sponzorji prenehali vlagati v ta šport?	49
5.7.6	Kot vemo imate kar nekaj velikih sponzorjev. Kako vam je uspelo pridobiti te sponzorje?.....	49
5.7.7	Katere stroške vam krijejo?	50
5.7.8	Že kar nekaj časa se financirate iz lastnih virov. Kako se s tem spopadate? .	50
5.7.9	Na kakšen način poskušate zmanjšati stroške? Ali bi se bilo mogoče katerim od stroškov izogniti?	50
5.7.10	Ali ste poskusili pridobiti sponzorje in kako?	51
5.7.11	Kateri stroški vas pri sami udeležbi najbolj bremenijo?	51
5.7.12	Kaj je po vašem mnenju največja ovira, da je udeležba na rally tekmovanjih v Sloveniji s strani domačih tekmovalcev zelo slaba?	52
5.7.13	Kaj menite, je udeležba rally tekmovanj cenejša v Sloveniji ali na Hrvaškem in zakaj? Pa sama organizacija tekmovanja? Na primer Rally Nova Gorica in Rally Croatia.	52
5.7.14	Kje bi se rallyja raje udeležili in zakaj?	53
5.7.15	V kateri državi je mogoče opaziti več sponzorske pomoči (tako pri organizaciji kot udeležbi) in zakaj?.....	53
5.7.16	Kakšno je vaše mnenje glede trenutne situacije rallyja tako v Sloveniji kot na Hrvaškem?.....	54
5.8	Analiza pridobljenih odgovorov.....	54
5.9	Odgovori na raziskovalna vprašanja.....	56
5.10	Priporočila in predlogi izboljšav	58
SKLEP	60
LITERATURA IN VIRI	61
PRILOGE	65

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prihodki zveze za avto šport AŠ 2005	25
Tabela 2: Stroški zveze za avto šport AŠ 2005	25
Tabela 3: Prihodki Rally Nova Gorica 2017	28
Tabela 4: Prihodki Rally Croatia 2017	28
Tabela 5: Stroški Rally Nova Gorica 2017.....	30
Tabela 6: Stroški Rally Croatia 2017	34

Tabela 7: Direktni stroški tekmovanja z lastnim avtomobilom Peugeot 208 R5 T16 na Rally Nova Gorica 2017	43
Tabela 8: Direktni stroški tekmovanja z lastnim avtomobilom Peugeot 208 R2 na Rally Nova Gorica 2017	43
Tabela 9: Stroški tekmovanja z najetim avtomobilom Peugeot 208 R2 na Rally Nova Gorica 2017	44
Tabela 10: Stroški tekmovanja z najetim avtomobilom Peugeot 208 R5 T16 na Rally Nova Gorica 2017	44
Tabela 11: Določitev vzorca v kvalitativni raziskavi	46

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Višina prijavnin za slovensko in hrvaško državno prvenstvo.....	1
Priloga 2: Razpored dobljenih nagrad po različnih pokalih za Rally Nova Gorica 2017	2
Priloga 3: Razpored dobljenih nagrad po različnih pokalih za Rally Croatia 2017	3
Priloga 4: Pristojbine za licence	4
Priloga 5: Osnovne definicije	5
Priloga 6: Subjekti organizacije rally tekmovanj	8
Priloga 7: Seznam prijavljenih na Rally Nova Gorica 2017	11
Priloga 8: Seznam prijavljenih na Rally Croatia 2017	16
Priloga 9: Opomnik za izvedbo intervjujev	18

SEZNAM KRATIC

ang. - angleško

hrv. - hrvaško

WRC – (ang. World Rally Championship); Svetovno prvenstvo rallyja

ERT – (ang. European Rally Trophy); Evropski rally pokal

FIA – (ang. International Federation of Automobiles); Mednarodna avtomobilska zveza

HAKS – (hrv. Hrvatski auto i karting savez); Hrvaški avto in karting klub

AŠ 2005 – Zveza za avto šport Slovenije

HP – hitrostna preizkušnja

SAZAS – Združenje skladateljev, avtorjev in založnikov za zaščito avtorskih pravic Slovenije

BDP – Bruto domači proizvod

IMV – Industrija motornih vozil

OAS – Odbor za avto šport

OKS – Odbor za karting šport

UVOD

Organizacija športnega dogodka zahteva svoj čas, finančna sredstva in seveda ogromno znanja ter izkušenj. Prav tako pri športu ne gre več brez procesa športnega managementa, ki zagotavlja samo urejenost, sistematizacijo, vodenje in organiziranost. Organizacija športnega dogodka si sledi v določenih korakih, pri čemer se pojavljajo tako ekonomski kot tudi neekonomski učinki. Ker je predvsem na finančni strani organizacija dogodka zelo velik zalogaj, si poskušajo organizatorji čim bolj pomagati z različnimi sponzorji in donatorji.

Področje magistrskega dela je analiza stroškov in dobljenih finančnih sredstev pri organizaciji in udeležbi rally tekmovanj. Dandanes se mnogi organizatorji prireditelji soočajo s problemom visokih stroškov organizacije dogodkov ter nizkih virov financiranja. S tem problemom se srečujejo tudi organizatorji rally tekmovanj, tako v Sloveniji kot tudi na Hrvaškem, kjer se stalno borijo, da ob koncu dosežejo vsaj pozitivno ničlo. Organizacija takega dogodka zahteva ogromno stroškov, ki se jim skoraj ni mogoče izogniti. Dobljenih virov financiranja, kot so sponzorstva in donacije, pa je vse manj. Vsekakor je ključni problem oslABLJENA medijska pokritost rally dogodkov, kar negativno vpliva tako na organizatorje kot tudi na tekmovalce.

Magistrska naloga je namenjena predvsem organizatorjem rally dogodkov, saj se bodo na podlagi prebranega lažje odločali na kakšen način bi bilo tekmovanje mogoče še bolj uspešno organizirati in izpeljati. Pridobili bodo teoretično znanje o samem procesu in elementih organizacije športnih dogodkov, ekonomskih in neekonomskih učinkih športnih dogodkov ter podatke o ključnih virih financiranja. Organizatorji bodo na podlagi analize podatkov organizacije dveh podobnih rally tekmovanj seznanjeni z višino stroškov ter načinom, kako bi se lahko katerim od stroškov izognili oziroma kako bi bilo mogoče stroške zmanjšati ter na ta način posledično ustvariti večji rezultat. Organizatorji se bodo prav tako lahko seznanili z zakonodajo glede organizacije športnih dogodkov in načinom pridobivanja še več sponzorjev. Magistrsko delo je namenjeno tudi samim udeležencem rally dogodkov oziroma tekmovalcem. Na podlagi intervjuja z dvema tekmovalcema se bodo seznanili z možnostjo in načinom pridobivanja večjih in manjših sponzorjev. Ker se tekmovalci pred, med in po udeležbi tekmovanj spopadajo z visokimi stroški, bodo lahko iz intervjuja pridobili informacije, katerim stroškom bi se bilo mogoče izogniti in na kakšen način bi bilo to sploh izvedljivo. Prav tako bo predstavljeno, kako je potrebno ohranjati medsebojno sodelovanje sponzorja in tekmovalca.

Postavila sem si raziskovalna vprašanja, na katera bom poskušala skozi magistrsko nalogo odgovoriti:

- Ali organizatorji pri organizaciji rally dogodkov pridobijo dovolj virov financiranja, da lahko pokrijejo visoke stroške, ki pri tem nastanejo?

- Ali bi večje oglaševanje rally dogodkov pripomoglo k večji naklonjenosti sponzorjev, tako do organizatorjev kot tudi tekmovalcev?
- Kje so ključne razlike v stroških pri organizaciji rally tekmovanj v Sloveniji in na Hrvaškem?
- Kaj tekmovalcem predstavlja največjo oviro pri udeležbi rally tekmovanj?
- Na kakšen način in v kolikšni meri sponzorji pomagajo tekmovalcem?

Ključni cilj magistrskega dela je analizirati stroške in dobljene vire financiranja pri organizaciji rally tekmovanj v Sloveniji in na Hrvaškem ter ugotoviti možnosti za izboljšanje razmer, z empirično raziskavo pa ugotoviti vpliv stroškov na udeležbo rally tekmovanj v Sloveniji in na Hrvaškem, analizirati rezultate raziskave in pojasniti, kako višina stroškov vpliva na udeležbo in organizacijo rally tekmovanj in kako bi se trenutna situacija v rallyju lahko izboljšala.

V prvem delu, ki bo podlaga za empirični del, bom povzela mnenja in stališča drugih avtorjev. Uporabila bom deduktivni pristop, saj bom na podlagi literature iz prvega dela opredelila raziskovalna vprašanja, v drugem delu pa opravila raziskavo, na podlagi katere bom odgovorila na zastavljena vprašanja. Prvi del torej zajema zbiranje sekundarnih podatkov iz obstoječe literature, katero bom črpala iz različnih internetnih virov, knjižnih del ter člankov domačih in tujih avtorjev. V drugem delu magistrske naloge pa bodo glavni vir informacij podatki, dobljeni s strani dveh organizatorjev rally tekmovanj in intervjujev. Za kvalitativno zbiranje podatkov si bom izbrala individualni globinski delno strukturiran intervju z dvema različnima tekmovalcema, s katerim bom poskušala pridobiti čim bolj kakovostne informacije.

Magistrsko delo je sestavljeno iz petih glavnih poglavij, tematika pa je dodatno razdeljena na podpoglavja. V prvem poglavju bom predstavila temeljne značilnosti in proces organizacije športnega dogodka, zakonodajo s področja organizacije športnih dogodkov, učinke športnih dogodkov ter načine financiranja. V drugem poglavju bom opredelila pojem »rally«, opisala zgodovino in razvoj rallyja, predstavila Zvezo za avto šport v Sloveniji in na Hrvaškem ter Mednarodno zvezo za avto šport (v nadaljevanju FIA). V tretjem poglavju bom na podlagi dobljenih podatkov predstavila stroške in vire financiranja pri organizaciji rally tekmovanj v Sloveniji in na Hrvaškem ter navedla možnosti za izboljšanje trenutne situacije. V četrtem poglavju se bom osredotočila na udeležence rally tekmovanj in opredelila stroške, s katerimi se spopadajo. V zadnjem, petem poglavju, pa bom analizirala rezultate intervjujev glede dobljenih virov financiranja in stroškov, s katerimi se tekmovalci spopadajo pri udeležbi rally dogodkov. Magistrsko delo bom zaključila s priporočili in predlogi za izboljšavo ter sklepnimi ugotovitvami.

1 ORGANIZACIJA ŠPORTNEGA DOGODKA

1.1 Opredelitev športnega managementa in managementa športnih prireditev

Management v človekovo dejavnost posega že na vseh področjih njegovega bivanja in prav s pomočjo managementa si človek v določeni meri pomaga organizirati in koordinirati svoj čas in aktivnosti. Ko je proces managementa povezan s športno dejavnostjo, govorimo o pojmu »športni management«, kjer gre za koordinacijo športnih virov. Šport je prerasel v močno »industrijo«, ki brez procesa športnega managementa ne bi več obstajala (Šugman in drugi, 2006, str. 19).

Že zgodovina športa razkriva, da se je šport širil in razvijal, zaradi česar se je pojavila potreba po njegovi urejenosti, sistematizaciji, informatizaciji, vodenju in organiziranosti, torej po managementu športne dejavnosti (Šugman in drugi, 2006, str. 19). Pri športni dejavnosti gre lahko torej zgolj za rekreativni šport, ki predstavlja razvedrilo ali pa za vrhunski šport, ki pripelje do dosežkov in celo zaslužka. Na tem področju so najbolj dejavne športne organizacije, ki so temeljni izvajalci športne dejavnosti in so usmerjene v zadovoljevanje primarnih pa tudi sekundarnih človekovih potreb s pomočjo športnega managementa (Šugman in drugi, 2006, str. 20). Bednarik (1999) meni, da gre pri športnem managementu za koordinacijo oziroma management športnega dogodka, management športnih objektov, upravljanje človeških virov, finance v športu, komuniciranje z javnostjo in še mnogo drugega. Eden glavnih učinkov športne dejavnosti je športni dosežek oziroma rezultat, ki v procesu športnega managementa predstavlja produkt. Produkti so zanimivi za širšo javnost in sponzorje, ki se odzivajo pozitivno ali negativno, kar športni management uporabi za sporočanje (Šugman in drugi, 2006, str. 20-21).

Management prireditev lahko označimo za proces, znotraj katerega se odvijajo določene dejavnosti oziroma funkcije za doseg zastavljenega cilja. Teorija splošnega managementa za dejavnosti navaja načrtovanje, organiziranje, vodenje in kontroliranje (Sikošek, 2010, str. 10). Goldblatt (1997) izpostavi pet dejavnosti, ki opredeljujejo management prireditev in sicer, raziskovanje, oblikovanje, načrtovanje, usklajevanje in vrednotenje. Getz (1997) te dejavnosti razčleni na načrtovanje, vodenje, organiziranje, usklajevanje, kadrovanje, financiranje, trženje, oblikovanje programa in kontroliranje.

Vsaka sprememba v zunanjem okolju vpliva na notranje okolje prireditve, prav tako pa lahko prireditve vpliva na zunanje okolje prireditve. Notranje okolje predstavlja upravljanje prireditve, ožje zunanje okolje predstavljajo meje lokalne skupnosti, kjer se prireditve odvija, velikost širšega zunanjega okolja pa je odvisna od prepoznavnosti prireditve. (Sikošek, 2010, str. 11).

1.2 Opredelitev športnega dogodka

Pod pojem športni dogodki lahko vključimo vse od »mega« dogodkov, kot so olimpijske igre ali svetovna prvenstva, do tekmovanj za veliko nagrado ali svetovnih pokalov, ki imajo, ne glede na svojo velikost, močan vpliv na okolje, v katerem potekajo (Kolar & Zaletel, 2013, str. 16). Kolar in Verovnik (2010, str. 285) športne dogodke oziroma športna tekmovanja opredelita kot osrednji dogodek organizacijske kulture športa. Pri tem imajo velik pomen za razvoj in negovanje športne kulture, prav tako pa pospešujejo tudi motivacijo za šport in športno dejavnost in zagotavljajo promocijski učinek, tako za šport kot tudi samo gospodarstvo in turizem (Kolar & Zaletel, 2013, str. 16).

Raziskave so pokazale, da športni dogodki povečujejo prepoznavnost in promocijo mesta, v katerem se dogodek odvija, prav tako pripomorejo k povečanju turizma (Jiménez-Naranjo, Coca-Pérez, Gutiérrez-Fernández & Sánchez-Escobedo, 2016). Športni dogodek prav tako pomeni javno združevanje ljudi zaradi športnih vsebin, tekmovalnega ali netekmovalnega značaja (Kolar & Zaletel, 2013, str. 17). Gre za družbeni dogodek, ki v določenih okoliščinah in v skladu z določenimi pravili tekmovanja, k sodelovanju pritegne različne udeležence z različnimi vlogami (Jošt, Pustovrh, Leskošek & Čuk, 1999, str. 10).

Športna prireditve je lahko po eni strani časovno enovit, načrtovano organiziran in izpeljan dogodek, kjer tekmujejo posamezni športniki ali ekipe, z namenom doseganja čim boljših rezultatov. Po drugi strani pa gre za dogodek, ki ima gospodarske rezultate in izraža javni interes (Bergant Rakočević in drugi 2008, str. 232-233).

Organizacija športnih tekmovanj ima velik pomen za športne organizacije, ki dogodek organizirajo, pa tudi za države gostiteljice, v katerih športni dogodek poteka. Prav tako se lahko organizacija športnih dogodkov uporablja tudi za ustvarjanje in krepitev odnosov s ciljnim trgi in družbo (Kolar & Zaletel, 2013, str. 16).

1.3 Manager, prireditelj, organizator, sponzor, donator

V športu se vse pogosteje srečujemo s pojmi managerja, prireditelja, organizatorja, sponzorja in donatorja, ki so dandanes del vsake športne prireditve.

1.3.1 Manager

Managerja lahko s slovenskimi besedami imenujemo tudi vodjo prireditve. Goldblatt (1997) opisuje vodjo prireditve kot osebo, odgovorno za raziskovanje, oblikovanje, načrtovanje, koordinacijo in izvedbo prireditve.

Pomembno je, da ima vodja prireditve veliko znanj in izkušenj, tako s področja zakonodaje, trženja in ekonomike kot tudi s področja etike, morale in medčloveških odnosov (Sikošek, 2010, str. 11).

1.3.2 Prireditelj

Prireditelj oziroma lastnik neke prireditve je tista športna organizacija, ki ima pooblastila, da neka prireditev bo. Le-to prireditelj uvrsti v svoj koledar prireditev, pripravi razpis in dodeli organizatorju v izvajanje, ki prireditev izvede v skladu s predpisi in navodili prireditelja (Šugman in drugi, 2006, str. 285). S civilnopravnega vidika je prireditelj odgovoren za škodo na prireditvi, ki je bila povzročena obiskovalcu zaradi slabe varnosti. Prav tako je prireditelj tisti, ki obiskovalcu proda vstopnico (Bergant Rakočević in drugi, 2008, str. 236).

V nekaterih primerih lahko prireditelji zagotovijo določena finančna sredstva organizatorjem za izvedbo športne prireditve, v večini primerov pa morajo organizatorji od prireditelja odkupiti marketinške pravice za prodajanje tržne znamke, kot sta ime pokrovitelja in naziv tekmovanja (Kolar & Zaletel, 2013, str. 17).

1.3.3 Organizator

Organizator prireditve je tista organizacija, ki ji je prireditelj zaupal izvedbo določene prireditve, v kolikor prireditve ne izvede sam. Organizatorji so največkrat društva (Šugman in drugi, 2006, str. 286).

1.3.4 Sponzor

Sponzor je tisti subjekt, ki delno ali v celoti prevzame financiranje določene prireditve. Sponzor in sponzoriranec na podlagi sponzorske pogodbe določita medsebojne odnose, in sicer tako, da imata pri tem oba korist – predvsem ekonomsko. Sponzor zagotovi društvu oziroma organizatorju denarna ali materialna sredstva, sponzoriranec pa sponzorju zagotovi promocijo njegovih izdelkov, storitev ali celotnega podjetja (Šugman in drugi, 2006, str. 288). Gre torej za povsem komercialno razmerje.

Sponzorji so različna podjetja, ki imajo poslovni interes s storitvami, finančnimi ali materialnimi sredstvi podpreti prireditev, v zameno za objavo imena podjetja ali njegove blagovne znamke. V tem primeru imata tako sponzor kot tudi sponzoriranec koristi in obveznosti. Sponzor je pogosto najpomembnejši partner prireditve, in prav zato so nekatere prireditve poimenovane po glavnem sponzorju (Sikošek, 2010). Sponzorstvo je eden izmed najpogostejših virov sredstev za delovanje športnih organizacij in njihovih programov (Šugman in drugi, 2006, str. 223).

1.3.5 Donator

Donator nameni društvu oziroma organizatorju določena darila, vendar pa v zameno niti ne zahteva niti ne pričakuje propagiranja svojih izdelkov. V tem primeru je že v samem začetku izključen komercialni namen. Prav tako lahko donatorstvo javno objavimo le s pisnim dovoljenjem donatorja samega (Šugman in drugi, 2006, str. 289).

1.4 Elementi organizacije športnega dogodka

Proces organizacije športnega dogodka je sestavljen iz mnogo elementov, ki omogočajo nemoteno izvedbo tega dogodka. V svojem primeru sem elemente razdelila na namen, cilj in načela pri organizaciji športnih dogodkov.

1.4.1 Namen organizacije športnega dogodka

Kolar, Bednarik, Kovač, Levak in Čas (2004) med glavne namene organizacije športnih dogodkov v Sloveniji uvrščajo promocijo in večanje ugleda posamezne športne panoge v lokalnem in mednarodnem okolju, možnost uveljavitve domačih športnikov, predvsem pa ustvarjanje dobička, ki omogoča izboljšanje finančnih in materialnih možnosti za napredek posamezne športne panoge.

Organizacija športnih dogodkov ima pozitiven vpliv na šport in športno aktivnost. Prav tako ima promocijski učinek za šport, gospodarstvo in turizem, vzpodbuja interes pasivnih udeležencev, omogoča povečanje zanimanja za posamezne športne panoge ter pospešuje potrošnjo različnih proizvodov in storitev, povezanih s športom. Športni dogodki imajo tako socialni kot tudi ekonomski vpliv na razvoj regij, kjer potekajo (Kolar & Zaletel, 2013, str. 18).

1.4.2 Cilji organizacije športnega dogodka

Cilj organizacije športnih dogodkov je uspešna in učinkovita izvedba dogodka, z najnižjimi stroški, zahtevano kakovostjo in časovno natančnostjo (Kolar & Zaletel, 2013, str. 20).

1.4.3 Načela organizacije športnega dogodka

Šugman (1995) trdi, da pri organizaciji dogodkov, še posebej športnih, veljajo določena načela, ki jih mora upoštevati vsak organizator in od katerih je odvisna uspešna organizacija dogodka.

Šugman (1995) med načela prišteva:

- načelo pomembnosti in namembnosti ciljev (opredelitev namena in cilja dogodka),

- načelo smotrnosti (notranja organiziranost, ki omogoča dosego ciljev in namena),
- prostorsko načelo (obstoječi in potrebni novi objekti),
- načelo varčnosti (ustrezno razmerje med obsegom, kakovostjo in stroški),
- načelo zavarovanja prireditve (ravljanje s tveganji),
- načelo javnosti (obveščanje o prireditvi),
- kadrovsko načelo (kadrovanje, ravnanje z ljudmi),
- načelo profesionalnega odnosa (poznavanje postopkov načrtovanja, uveljavljanja in kontrole),
- načelo časa (ustrezen terminski načrt),
- marketinško načelo (ustrezno trženje dogodka),
- načelo uvoza (uvoz proizvodov in storitev, ki so potrebni pri organizaciji dogodka),
- načelo celostne likovne podobe,
- načelo jasnosti in doslednosti (sledenje načrtu),
- načelo odgovornosti (spoštovanje in upoštevanje predpisov).

1.5 Zakonodaja s področja športa in organizacije športnih dogodkov

Zakon o športu (ZŠpo-1), Ur. l. RS, št. 29/17, določa izhodišča Nacionalnega programa športa in njegove izvajalce, uvaja strokovni svet vlade in določa njegove pristojnosti, opredeljuje športne objekte, javne zavode, strokovne delavce v športu, določa športnike in vrhunske športnike, določa zdravstveno zavarovanje športnikov in zavarovanje športnega dogodka. Prav tako določa javni interes na področju športa, mehanizme za njegovo uresničevanje, organe, ki so zanj pristojni, pravice športnikov, javne športne objekte in površine za šport v naravi, športne prireditve ter nadzor na področju športa.

Zakon o društvih (ZDru-1), Ur. l. RS, št. 61/06, ureja namen delovanja in način ustanavljanja društev. Društva so neprofitne organizacije, njihov način upravljanja, organe, naloge in financiranje pa določajo člani društva v svojih pravilih. Po tem zakonu se društva, še posebej športna, združujejo v zveze (Šugman in drugi, 2006, str. 102-106).

1.člen Zakona o javnih zbiranjih – uradno prečiščeno besedilo (ZJZ-UPB2), Ur. l. RS, št. 113/05, ureja način uresničevanja ustavne pravice do mirnega zbiranja in javnih zborovanj na javnih shodih in javnih prireditvah. Ta pravica sodi med človekove temeljne pravice in svoboščine. Na podlagi tega zakona imajo državljani in organizacije pravico prirejati zborovanja, mitinge, demonstracije in druge javne shode ter se jih udeleževati (Šugman in drugi, 2006, str. 102-106). Javni shod se organizira z namenom izražanja mnenj in stališč o vprašanih javnega pomena ali skupnega pomena. Javno prireditev se organizira z namenom izvajanja kulturne, športne, zabavne, izobraževalne, verske ali druge aktivnosti (Sikošek, 2010, str. 26).

ZJZ-UPB2 za nemoteno delovanje zahteva, da se prireditve najprej prijavi. Za prireditve, na katerih se uporabljajo predmeti, ki lahko ogrožajo zdravje, življenje ali premoženje ljudi, je potrebno ob priglasitvi zaprositi še za pisno dovoljenje. Vodja prireditve je dolžan poskrbeti za varnost udeležencev prireditve, kar pomeni, da mora poskrbeti za ustrezno urejenost prireditvenega prostora, da ne bo ogroženo zdravje in življenje udeležencev. Treba je poskrbeti za ustrezno varnostno službo, ki bo vzdrževala mir na prireditvi. V izogib neprijetnim dogodkom, je prireditve potrebno zavarovati pri zavarovalnici (Sikošek, 2010, str. 26-27).

Če je za shod oziroma prireditve po ZJZ-UPB2 potrebno dovoljenje, mora organizator podati prošnjo pri upravni enoti, na območju katere se organizira shod oziroma prireditve najmanj 7 dni pred dnevom shoda oziroma 10 dni pred dnevom prireditve, če poseben zakon ne določa drugače. Za izdajo dovoljenja za tekmovalne športne prireditve v kolesarstvu ter avto-moto športu na cesti in prireditve na cesti, ki potekajo na območju dveh ali več upravnih enot mora organizator prošnjo podati najmanj 30 dni pred dnevom prireditve pri pristojni upravni enoti. Če prireditve poteka na cesti na območju dveh ali več upravnih enot, mora organizator vlogo podati pri upravni enoti, na območju katere se bo prireditve pričela.

Dovoljenje za prireditve na javni cesti, ki poteka na območju dveh ali več upravnih enot, izda upravna enota, na območju katere se bo prireditve pričela. Tekmovalne športne prireditve na javni cesti predstavljajo izredno uporabo javne ceste. Vlogi za izdajo dovoljenja za tekmovalne športne prireditve v kolesarstvu ter avto-moto športu na javni cesti je treba priložiti tudi dovoljenje za zaporo ceste pristojnega upravnega organa za promet in elaborat zapore ceste ali tipsko shemo začasne prometne ureditve, ki je podlaga za izdajo dovoljenja za zaporo ceste. Organizator prireditve na javni cesti mora takoj po končani prireditvi na javni cesti vzpostaviti prejšnje stanje tako, da odstrani s ceste naprave in predmete, ki so bili postavljeni za izvedbo prireditve ali v zvezi s prireditvijo, prav tako mora očistiti cesto (21. člen Zakona o javnih zbiranjih – uradno prečiščeno besedilo (ZJZ-UPB5), Ur. l. RS št. 64/11).

Pri organizaciji športnih prireditvev je potrebno biti pozoren na Zakon o javnih zbiranjih, Zakon o omejevanju porabe alkohola in Uredbo o splošnih ukrepih v športnih objektih na športnih prireditvah (Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, brez datuma). Organizacijo športnih prireditvev opredeljujejo Zakon o javnih zbiranjih, Zakon o zasebnem varovanju, Zakon o športu, Pravilnik za izvajanje zakona o javnih zbiranjih, Uredba o splošnih ukrepih v športnih objektih na športnih prireditvah, Zakon o varstvu pred požarom, Zakon o gasilstvu in druga veljavna zakonodaja. Organizator mora prireditve organizirati tako, da bo poskrbljeno za red, da ne bosta ogrožena življenje in zdravje udeležencev ali drugih oseb oziroma premoženje, da ne bo ogrožen javni promet in da ne bo nedopustno obremenjeno okolje (Germ, brez datuma, str. 52-53).

1.6 Proces organizacije športnega dogodka

Za vse organizacijske procese je značilno, da jih moramo načrtovati, časovno programirati, uskladiti z dejavnostjo drugih in upoštevati stalne rokovne in stroškovne omejitve ter hkrati dosegati kar se da visoko kakovost. Take organizacijske procese imenujemo projekti. Življenjski cikel projekta lahko delimo na fazo začenjanja, fazo načrtovanja, fazo uveljavljanja, kontrolo in fazo zaključevanja projekta (Kolar & Zaletel, 2013, str. 76-77).

1.6.1 Začetek

V začetni fazi mora lastnik projekta najprej izbrati nekoga, ki bo projekt vodil, ta pa potem oblikuje ožji projektni tim, ki bo sodeloval pri pripravi kandidature za pristojni državni organ in pripravi kandidature za mednarodno športno organizacijo. Poleg soglasja ustreznega državnega organa, je potrebno pred kandidaturo pridobiti tudi druga soglasja, in sicer soglasje nacionalne televizije, soglasje Nacionalnega olimpijskega komiteja, soglasje lokalne skupnosti in soglasje glavnih sponzorjev. Za pridobitev soglasja državnega organa, mora kandidat le-temu predložiti elaborat, ki vključuje ustrezne podatke o tekmovanju in načrt financiranja. Prav tako mora v elaboratu opredeliti tudi finančno in materialno sodelovanje državnih in lokalnih inštitucij (Kolar & Zaletel, 2013, str. 77-79).

V fazi kandidature je za kandidata najpomembnejša priprava pisne kandidature in njena predstavitev pred glavnim in odločajočim organom mednarodne športne organizacije. Poudariti je treba, da lahko stroški kandidature, ne glede na uspeh, prinašajo pozitivne učinke. Poleg medijskih koristi lahko sem vključimo še prijavljen razvojni načrt, ki ga zahteva že sama kandidatura in se lahko uveljavi tudi v primeru, da kandidatura ni bila uspešna (Kolar & Zaletel, 2013, str. 82-83).

1.6.2 Načrtovanje

S pripravo načrta stremimo k uveljavljanju zastavljenih ciljev in uresničevanju koristi projekta športnega dogodka. Osnovni vidiki projekta oziroma projektne omejitve so v tem primeru obseg, čas in stroški. Pri uveljavljanju športnega dogodka se usmerimo v optimizacijo teh treh (Kolar & Zaletel, 2013, 86-98).

Rozman in Stare (2008, str. 71) sta mnenja, da je prav neustrezno načrtovanje največkrat razlog za neuspeh projekta. Rozman in Stare (2008, str. 72) tudi trdita, da je glavni namen načrtovanja projekta usklajevanje aktivnosti na tak način, da bi bil čas trajanja projekta čim krajši, število zaposlenih in potreben obseg sredstev ter stroškov pa čim manjši. Prav tako načrtovanje projekta zmanjšuje morebitna tveganja in omogoča boljše razumevanje ciljev ter večjo učinkovitost izvajanja (Rozman & Stare, 2008, str. 72).

1.6.3 Uveljavljanje

Procesu načrtovanja sledi proces uveljavljanja oziroma izvedbe, v katerem se s kadrovanjem ustvarja organizacija, z vodenjem pa poslovanje (Kolar & Zaletel, 2013, str. 98). Vodja projekta svoje sodelavce kadruje, z njimi komunicira, jih motivira in vodi (Lužnar, 2007, str. 19).

V fazi uveljavljanja izvedemo vse tisto, kar smo si v procesu načrtovanja zamislili. Načrtovane naloge in aktivnosti je potrebno dodeliti ljudem, zato jih je treba stalno razvijati in usposabljeni. Najbolj ustrezen način za sprožitev delovanja sodelavcev v projektu je vodenje, kar pomeni vplivanje na sodelavce s komuniciranjem, motiviranjem in svojo osebnostjo (Rozman & Stare, 2008, str. 183).

Po mnenju Rozmana in Stareta (2008, str. 189-191) je najbolj smotrni način vodenja projektnih timov participativni oziroma demokratični način, medtem ko avtokratičen oziroma hierarhičen način vodenja štejeta za eno izmed največjih napak pri vodenju projektov. Prav tako sta Rozman in Stare (2008, str. 197-199) mnenja, da naj bi bilo komuniciranje v projektnem timu vodoravno, dvosmerno, neformalno in večinoma ustno. V procesu motiviranja je vodja projekta zadolžen za razdeljevanje nagrad tistim, ki določeno nalogo korektno pravijo. Nagrada predstavlja cilj, ki bo zadovoljiv potrebo in motivira delovanje izvajalcev (Kolar & Zaletel, 2013, str. 101).

1.6.4 Kontrola

Vzporedno s procesom načrtovanja in uveljavljanja organizacije športnega dogodka poteka tudi proces kontrole načrta, organizacije in uresničevanja predvidenih tveganj. Na podlagi kontrole ugotavljamo odstopanja med načrtovanim in dejansko izvedenim. Znotraj procesa kontrole nadzorujemo doseganje zastavljenih ciljev, čas, stroške, obseg in načrtovano kakovost izvajanja aktivnosti in delovnih nalog (Kolar & Zaletel, 2013, str. 101). Proces kontrole se začne z ugotovitvijo izvedbe, nadaljuje s primerjavo izvedbe glede na plan in zaključi s prikazom odstopanj. Na podlagi odstopanj se poiščejo vzroki, ki so odstopanja povzročili in predlagajo ukrepi za izboljšanje izvedbe (Švab, 2010, str. 8).

Najpogostejši vzroki za odstopanje stroškov so (Rozman & Stare, 2008, str. 223):

- neustrezna ocena stroškov že v začetni fazi načrtovanja,
- napake, problemi in zamude,
- neučinkovita kontrola,
- podražitev surovin,
- izstavljanje računov pogodbenih strank za še ne izvedeno delo,
- vnaprej izvedena naročila, ki so bila predvidena za kasnejši termin,
- napačen zapis porabljenih ur.

Ključni namen kontroliranja je ugotoviti napredek projekta z vidika časa in stroškov ter tehnične ustreznosti. Kontrola poslovanja vključuje aktivnosti, katerih cilj je ugotavljanje pravilnosti poslovanja, skladno z zakonskimi predpisi, navodili nadrejenih in notranjimi navodili (Šubelj, 2017).

1.6.5 Zaključek

Zaključek projekta organizacije športnega dogodka lahko opredelimo s prenosom rezultatov projekta na uporabnike. S prenosom učinkov projekta se začnejo uveljavljati srednjeročni in dolgoročni strateški cilji organizacije športnega dogodka. Z namenom izboljšanja nadaljnjih projektov se na koncu procesa zaključevanja oblikuje končno poročilo (Kolar & Zaletel, 2013, str. 102-103).

Po Rozmanu in Staretu (2008, str. 252-253) končno poročilo vključuje:

- strateške napake,
- analizo izvedbe z vidika časa,
- analizo porabe sredstev,
- analizo kakovosti izvedbe in rezultatov,
- obvladovanje tveganj,
- poročilo o mnenju in zadovoljstvu naročnikov ter drugih udeležencev.

1.7 Učinki športnih dogodkov

Učinki športnih dogodkov so neposreden ali posreden rezultat organizacije športnega dogodka. Poznamo negativne učinke, kot so povečanje davkov za potrebe financiranja športnega dogodka in povečanje kriminala ter pozitivne učinke, kamor lahko vključimo povečanje bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP) in povečanje ugleda same države oziroma mesta (Kolar & Zaletel, 2013, str. 25).

Gospodarske prednosti organizacije športnih dogodkov (Pettinger, 2017):

- spodbuja naložbe v promet in infrastrukturo,
- vpliv tujih obiskovalcev,
- ustvarjanje delovnih mest in višja gospodarska rast.

Gospodarske slabosti organizacije velikih športnih dogodkov (Pettinger, 2017):

- visoki stroški,
- dvomljiva uporaba infrastrukture v prihodnosti,
- slaba podpora s strani davkoplačevalcev,
- lokalna podjetja izrinjena s strani multinacionalk.

Koristi organizacije športnih dogodkov lahko delimo na ekonomske in neekonomske učinke oziroma koristi (Kolar & Zaletel, 2013, str. 25).

1.7.1 Ekonomski učinki športnih dogodkov

Ekonomski učinki so lahko koristi v obliki dodatnih finančnih tokov, povezanih z investicijskimi projekti in financiranjem projekta, kot so javna sredstva lokalnih skupnosti in držav, sredstva iz skladov Evropske Unije, sredstva iz gospodarstva, kot so sponzorji in donatorji, sredstva aktivnih in pasivnih udeležencev, zasebna vlaganja in druga sredstva, ki nastajajo zaradi organizacije športnega dogodka. Ekonomski učinki so praviloma merljivi in jih lahko izrazimo z neko vrednostjo (Kolar & Zaletel, 2013, str. 25). Ekonomski učinki predstavljajo vpliv dodatne potrošnje v gospodarstvu zaradi organizacije športnih dogodkov. Ekonomske koristi se izračunavajo na povečanje proizvodnje, zaposlenosti, dodane vrednosti oziroma BDP-ja, sredstev za zaposlene in davkov (Mihalič, Knežević Cvelbar, Pahor & Kuščer, 2009, str. 12).

Mules in Faulkner (1996) poudarjata, da gostovanje večjih športnih dogodkov ne prinaša vedno gospodarskih koristi za mesta, ki jih gostijo. Trdita, da mesta, ki gostijo velike športne dogodke največkrat delajo denarne izgube, čeprav organizacija športnega dogodka mestu koristi v smislu dodatne porabe v teh mestih. Kljub temu, da je največkrat povzročena izguba, organizacija športnega dogodka po drugi strani tudi koristi lokalnemu gospodarstvu. Športni dogodki zahtevajo naložbe v nove športne objekte, največkrat pa le-te delno plača vlada ali celo mednarodne športne organizacije. Ti športni objekti se tudi po končanem dogodku uporabljajo za prihodnje dejavnosti in na ta način ustvarjajo dodatne koristi (Mules & Faulkner, 1996).

Eden izmed ciljev športnih dogodkov je tudi dvig ugleda in profila mesta, zato uspeha ni mogoče oceniti zgolj na podlagi dobička ali izgube. Vse pogosteje je privlačnost dogodkov povezana s strategijo urbane prenoje in razvoja turizma. Če so dogodki uspešni, omogočajo grajenje nove podobe in identitete za mesto, ki dogodek gosti. Mesta, ki gostijo pomembne in velike športne dogodke imajo edinstveno priložnost, da se na ta način uspešno tržijo tudi v mednarodnem okolju (Gratton, Shibli & Coleman, 2006).

1.7.2 Neekonomske učinki športnih dogodkov

Neekonomskih učinkov naj bi bilo več, kakor ekonomskih, vendar pa jih je težje izmeriti. Mihalič, Knežević Cvelbar, Pahor in Kuščer (2009, str. 35-45) menijo, da se lahko učinki, kot so povečanje ugleda države in izboljšanje kakovosti življenja lokalnih prebivalcev, zaradi pridobitve na področju splošne, prometne ali športne infrastrukture, vrednotijo le posredno.

Med neekonomske učinke oziroma koristi organizacije športnih tekmovanj prištevamo družbeno-socialne, promocijske, športne, kulturne in infrastrukturne koristi (Kolar & Zaletel, 2013, str. 26). Mihalič, Kneževič Cvelbar, Pahor in Kuščer (2009, str. 35-38) k neekonomskih učinkom dodajajo tudi okoljske koristi, ki omogočajo povečanje okoljske zavesti ter boljše okoljske politike in prakse.

Poleg gospodarskih učinkov, ki jih prinaša organizacija športnega dogodka, lahko dodatne koristi nastanejo tudi v obliki medijske vrednosti tako doma kot tudi na mednarodni ravni, prav tako to omogoča tržno korist za mesta, ki dogodek gostijo, kar posledično vodi v povečanje števila obiskovalcev oziroma turistov. Organizacija športnega dogodka vodi v razvoj in promocijo samega športa in športne dejavnosti ter posledično k športu spodbuja še več ljudi (Gratton, Shibli & Coleman, 2006).

Športni dogodki so v 20. stoletju za novinarje postali zanimivi z oddajanjem na radiu. Globalizacijo športnega dogodka pa sta sprožila dva ključna trenda, in sicer oddajanje športnih dogodkov na TV kanalih ter pojav novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij, preko katerih je ogled športnih dogodkov možen kadarkoli in kjerkoli (Andreff, 2008).

1.8 Financiranje športnih dogodkov

Vse pogosteje je ravno denar tisti, od katerega je odvisno ali nek dogodek sploh lahko izvedemo ali ne. Ker je namen organizatorjev ustvarjati dobiček, je potrebno vedno že predhodno pripraviti izračune, ugotoviti koliko denarja je že na razpolago, koliko ga še potrebujemo, ali bo potrebno pridobiti sponzorja in se na ta način izogniti finančni izgubi.

Finančna funkcija je pri športu ena izmed ključnih poslovnih funkcij. Le-ta zagotavlja delovanje tako kadrovske, nabavne, tehnične, proizvodne kot tudi prodajne funkcije. Na podlagi finančne funkcije je torej zagotovljeno zaposlovanje in usposabljanje športnih delavcev in samih športnikov, nabava športne opreme in storitev, vzdrževanje športnih objektov in opreme ter oglaševalske in trženjske aktivnosti (Šugman in drugi, 2006, str. 86).

1.8.1 Opredelitev trga

Pomembno je opraviti raziskavo trga in s pomočjo tega opredeliti ciljne skupine potencialnih obiskovalcev dogodka ter ugotoviti njihove potrebe, želje, pričakovanja in položaj, ki ga želimo doseči na trgu. Na podlagi tega oblikujemo splet marketinških aktivnosti (Sikošek, 2010, str. 32).

Getz (1997) navaja osem elementov, ki naj bi sestavljali marketinški splet:

- Produkt; produkt dogodka je storitev, na primer zabava obiskovalcev.

- Prostor; opredeljujejo ga geografski položaj, prostor in vzdušje na dogodku.
- Program; vključuje stilsko postavitvev in kakovost dogodka.
- Ljudje; sem spadajo vsi udeleženci dogodka in zaposleni.
- Partnerstva; v procesu organizacije sodelujemo z različnimi partnerji, ki so del prireditve.
- Promocija; gre za oglaševanje, odnose z javnostjo, pospeševanje prodaje in sponzorstvo.
- Paketiranje in distribucija; gre za spoj prireditvenih storitev z drugimi storitvami v celovit proizvod.
- Cena; določanje cene glede na ciljno skupino udeležencev.

Eden izmed načinov privabljanja na športne dogodke je tržno komuniciranje oziroma oglaševanje. Glavni cilj je, da se ponudba čim bolj približa željam, potrebam in pričakovanjem uporabnika. Prav tako je pomembno pravočasno prepoznavanje želja in potreb ter prilagajanje (Rošić Ključanin, 2013, str. 13).

1.8.2 Značilnosti financiranja športnih dogodkov

Športne organizacije lahko svojo dejavnost oziroma športne dogodke, kot so tekmovanja, financirajo na različne načine. Vire financiranja delimo na zasebne in javne. Šugman in drugi (2006) med javne vire financiranja štejejo proračune lokalnih skupnosti, državni proračun, sredstva iz iger na srečo (Fundacija za šport) in evropski proračun. Pri zasebnih virih pa Šugman in drugi (2006) poudarjajo financiranje s prodajo različnih storitev oziroma blaga, kot so vstopnice, vadbine, športna oprema, financiranje iz članarin in donatorstva, dolžniško financiranje in lastniško financiranje.

K financiranju športnih dogodkov in pridobivanju dodatnega vira dohodkov seveda pripomore tudi prodaja izdelkov, ki se navezujejo na dogodek, kot so majice, kape, navijaški pripomočki in drugo. Večina dogodkov za udeležbo zaračunava vstopnino. Prav vstopnina je ena izmed najpogostejših oblik prihodka, ki naj bi zagotavljala, da bi bili pokriti vsaj osnovni stroški. Allen, McDonnell, Harris in O'Toole (2008) so mnenja, da se večina dogodkov financira iz prodanih vstopnic, sponzorjev in donatorjev ter prodanih izdelkov, ki so v povezavi z organiziranim dogodkom.

Pri pridobivanju sponzorjev imajo organizatorji vse več težav. Le-ti morajo biti izjemno profesionalni pri svojem pristopu k sponzorstvu in biti sposobni sponzorjem nuditi uspešno in učinkovito promocijo njihovih storitev, blaga oziroma celotnega podjetja.

Za pridobitev finančne podpore države pri organizaciji športnega dogodka, mora organizator dokazati, da je dogodek strateškega regionalnega pomena, na primer, da bo dogodek pripomogel k porasti turistov v regijo (Leoisaac, brez datuma).

V kakšnem obsegu bo nek športni dogodek financiran je odvisno predvsem od vrste dogodka oziroma tekmovanja, priljubljenosti panoge, interesa javnosti in medijev ter kakovost domačih tekmovalcev. Neposredna proračunska sredstva imajo pri financiranju športnih dogodkov manjši pomen, razen če gre za bolj javno odmeven, velik in pomemben dogodek (Švab, 2010, str. 14). Mulej (2003) je mnenja, da sta oblika in višina financiranja nekega dogodka odvisni predvsem od možnosti TV prenosa, gledanosti samega športnega dogodka oziroma tekmovanja in števila obiskovalcev športnega dogodka.

Pomemben del organizacije športnega dogodka je tudi proračun prireditve oziroma tekmovanja. Na podlagi proračuna določimo in seštejmo vse fiksne in variabilne stroške, ki bodo nastali pri izvedbi dogodka. Prav tako je od proračuna odvisno, ali je namen prireditve ustvarjati dobiček (Kljakovič, 2013, str. 18). Allen, McDonnell, Harris in O'Toole (2008) trdijo, da je finančni proračun načrt pričakovanih stroškov in prihodkov dogodka ter razporeditve finančnih virov. Namen oblikovanja proračuna je torej v obvladanju stroškov in prihodkov, s ciljem zagotavljanja ekonomske uspešnosti dogodka. Proračun dogodka je vedno treba oblikovati tako, da dogodka ni potrebno odpovedati, v primeru, če sponzorstvo ali državno financiranje ni predvideno oziroma omogočeno (Sikošek, 2010, str. 41).

Na ekonomsko uspešnost dogodka vpliva razmerje med stroški in prihodki, posledično pa tudi razmerje med fiksnimi in variabilnimi stroški. Stalne stroške lažje predvidimo in zato nanje tudi lažje vplivamo, medtem ko variabilne stroške težje predvidimo in posledično nanje težje vplivamo (Sikošek, 2010, str. 41).

Pod možne finančne vire za investicije in organizacijo ter izvedbo dogodkov štejemo javne vire (državni proračun, lokalni proračun, skladi EU, Fundacija za financiranje športnih organizacij v RS in javni zavodi), zasebne vire (društva, zveze društev, Olimpijski komite Slovenije, mednarodne športne zveze, Mednarodni Olimpijski Komite, investitorji in partnerji) in lastne vire (sponzorstvo, donatorstvo, prodaja blaga in storitev, prodaja vstopnic, televizijske pravice) (Kolar & Zaletel, 2013, str. 94).

1.8.3 Sponzorstvo in donacije

Večina velikih športnih organizacij in uspešnih športnikov je danes odvisnih od podpore sponzorjev. Podjetja, ki sponzorirajo, so vedno raje povezana z uspešnimi športnimi klubi in športniki. Povezava s športom jim pomaga graditi ugled, ustvarja dobro ime in se lahko šteje za stroškovno učinkovito alternativo tradicionalnemu oglaševanju (Kolar & Zaletel, 2013, str., 111).

Sponzorstvo in prav tako tudi donatorstvo je torej postalo bistven del financiranja za široko paleto športnih, umetniških in družabnih dogodkov. Vse več športnih prireditev je odvisnih od sponzorstva (Speed & Thompson, 2000, str. 226).

Sponsorstvo lahko označimo kot partnerski odnos, kjer se podjetje in sponzoriranec pogodbeno dogovorita za obojestransko koristno sodelovanje. Sponzor prejemniku zagotovi denarna ali nedenarna sredstva, prejemnik pa se zaveže k promociji izdelkov, storitev oziroma celotnega podjetja sponzorja. Pomembno je, da se prejemnik in sponzor natančno dogovorita kakšna bo promocija in se na ta način izogneta morebitnemu kasnejšemu nezadovoljstvu sponzorja (Artservis, 2012). Sponsorstvo mora vedno temeljiti na sponzorski pogodbi. Le-ta je veljavna tudi v primeru, če je sklenjena v ustni obliki (Vrenčur, Repas & Zajc, 2005).

Pokroviteljstvo oziroma sponzorstvo je opredeljeno kot zagotavljanje pomoči, bodisi finančne, bodisi v naravi do dejavnosti organizacije z namenom doseganja komercialnih ciljev (Speed & Thompson, 2000, str. 226). Pomemben je način, kako so sponzorji na posameznem športnem prizorišču predstavljeni. Organizator prav tako pridobi sredstva od sponzorjev, ki plačajo za oglase (panoje, table) na prizorišču, saj računajo, da bodo ta oglasna sporočila vidna med prenosom prireditve po TV kanalih (Bergant Rakočević in drugi, 2008, str. 190-192).

Pri sponzorstvu gre za višje sredstvo reklamnega promoviranja. Prav tako je oglaševanje preko sponzorstva učinkovitejše, saj je povezano s športnimi in kulturnimi dogodki, ki jih spremlja veliko ljudi, ne reklamira se zgolj posamezen izdelek, pač pa celotno podjetje (Bergant Rakočević in drugi, 2008, str. 194-196).

Sponzorska sporočila so lahko vezana na naslednje nosilce (Vrenčur, Repas & Zajc, 2005, str. 255):

- osebe (vrhunski športniki, glasbeniki),
- organizacije,
- prireditve (festivali, koncerti, športni dogodki),
- izdelke,
- storitve.

Športno sponzorstvo vključuje dodeljevanje omejenih virov z namenom doseganja določenih organizacijskih ciljev in prav zato je v tržni literaturi pogosto opisano kot strateška dejavnost. Športno sponzorstvo se je izkazalo kot učinkovito orodje za izboljšanje ugleda in podobe podjetja. Prav zaradi tega lahko verjamemo, da bi bilo treba športno sponzorstvo obravnavati kot pomemben vir, ki bi lahko pomagal podjetju zagotoviti konkurenčne prednosti (Amis, Slack & Berrett, 1999).

Poleg sponzoriranja športnih dogodkov poznamo tudi sponzoriranje športnih ekip in posameznih športnikov. Športno trženje lahko opredelimo kot športno strategijo, v kateri podjetja, ki so povezana s športnimi izdelki ali storitvami, promovirajo svojo blagovno znamko skozi dizajn, proizvodnjo ali druge vire. V tem primeru oblačilna podjetja, kot sta

na primer Nike in Adidas, ki sta v celoti povezana s športom, oblikujeta oblačila določenih športnih ekip in posledično svoji blagovni znamki promovirata vsakič, ko je igra. Drug primer trženja s športom je strategija, ki jo Gillete uporablja za promocijo svojih izdelkov za osebno higieno, kjer poskuša z nastopom svetovno znanih športnikov v oglasih povečati prodajo svojih izdelkov. Podjetje v tem primeru sploh ni povezano s športom, pač pa zgolj s pomembnimi osebnostnimi vsakega športa in ima prav tako možnost, da doseže ciljno publiko.

Cilj vsakega organizatorja dogodka je pridobiti večjega in stalnega sponzorja, kar pomeni organizacijo kakovostnega in medijsko odmevnega dogodka, hkrati pa tudi negovanje posebnih odnosov s sponzorji (Kolar, Bednarik, Kovač, Levak & Čas, 2004, str. 14-20).

Donatorstvo oziroma dobrodelnost je nekomercialna dejavnost, za katero podjetje ne pričakuje povračila. Prav tako je lahko donatorstvo anonimno. Pomembno je poudariti, da donator prejemniku sredstev ne da za izvedbo neke določene storitve, ki bi bila donatorju v korist ali pa bi neposredno koristila le prejemniku. Namen donacije je narediti nekaj splošno dobrega oziroma doseči splošno koristen cilj (Artservis, 2012).

Donacije so izplačila za humanitarne, znanstvene, vzgojno izobraževalne, športne in ekološke namene. Stranki donatorske pogodbe sta donator in prejemnik donacije, ki sta lahko fizična ali pravna oseba. Pri donatorski pogodbi se aktivnosti prejemnika ne predvideva kot njegova obveznost (Zavod PIP, 2015).

1.8.4 Stroški športnega dogodka

Temeljni cilj projekta je ob zahtevani kakovosti dosegati čim nižje stroške. Pri managementu športnih tekmovanj lahko opredelimo 4 skupine stroškov (Kolar & Zaletel, 2013, str. 92):

- Stroški kandidature, ki so potopljene stroški.
- Stroški organizacije in izvedbe dogodka, kamor spadajo stroški plačila organizacijskih pravic ter stroški managementa, prevoza, objektov, namestitve, prehrane in promocije.
- Stroški investicijskega dela, kot so stroški za izgradnjo infrastrukture in nakup opreme.
- Stroški eksploatacije rezultatov projekta (management, vzdrževanje, obratovanje).

2 PREDSTAVITEV RALLYJA

2.1 Opredelitev rallyja

Rally je športno, večetačno tekmovanje avtomobilov, ki so posebej pripravljena in opremljena za dirkanje. Posadka sestoji iz dveh tekmovalcev, in sicer voznik ter sovoznik. Rally je cestna športna prireditev s predpisano povprečno hitrostjo, ki deloma oziroma v

celoti poteka po navadnih cestah, odprtih za normalen promet. Rally se deli na dni, odseke in etape. Posamezne etape običajno sestojijo iz hitrostnih preizkušenj (v nadaljevanju HP), ki potekajo po cestah, zaprtih za normalen promet in veznih delov, ki potekajo po cestah, skupaj z normalnim prometom. Rally se začne z administrativnim in tehničnim pregledom, konča pa z objavo uradnih končnih rezultatov (Šuster, Zrinski & Tavčar, 2016, str. 112).

Rally je torej avto šport, kjer voznik in sovoznik s predelanimi avtomobili tekmujeta po zaprtih odsekih ceste in poskušata doseči kar se da dober rezultat. Na cesti je naenkrat en dirkalni avtomobil, avtomobili pa štartajo v povprečju na eno minuto razlike. Sovoznik je zadolžen, da voznika z vnaprej napisanimi zapiski uspešno usmerja po ovinkih in s tem omogoča dosego še boljšega časa. Prav tako je omejen tudi čas prehoda iz ene dirkalne etape na drugo oziroma čas prihoda z dirkalne etape v servisno cono, kar se beleži in preverja na časovnem kartonu, za katerega je zadolžen sovoznik. Prehod med etapami poteka po normalni cesti skupaj z ostalim prometom, kar pomeni, da morajo tekmovalci upoštevati omejitve, saj so v nasprotnem primeru lahko kaznovani ali pa celo diskvalificirani. Glede na moč avtomobilov se oblikujejo skupine, znotraj katerih tekmovalci tekmujejo in konkurirajo med seboj.

Kot sem že zgoraj omenila, gre pri rallyju za predelane avtomobile. Vsi avtomobili morajo imeti varnostno kletko, ustrezne sedeže in pasove ter gasilni aparat. Potrebna je tudi homologacija avtomobila in celotne varnostne opreme. Prav tako morajo biti vozniki in sovozniki oblečeni v negorljivo podobleko, podkapo, čevlje, kombinezon, rokavice in nositi čelado. Vsem avtomobilom je dovoljena sprememba podvozja, uporaba dirkalnih pnevmatik in dirkalnega goriva.

Rally je športna dejavnost, kjer rezultat ni odvisen samo od uspešnosti avtomobila, pač pa tudi od sposobnosti voznika, da le-ta oceni stalno se spreminjajoče okolje dirke in sprejema odločitve na podlagi na podlagi velikega števila informacij, ki jih prejme s strani sovoznika. Vozniki in prav tako tudi sovozniki, morajo biti zaradi velike izpostavljenosti stresu, dobro fizično in mentalno pripravljene (Del Rosso, Abreu, Webb, Zouhal & Boullosa, 2016).

2.2 Zgodovina rally tekmovanj

Glavni motiv za organizacijo avtomobilističnih dirk po svetu je bil premagovanje strahu pred avtomobili in krepitev zaupanja v novosti. Industrijski proizvajalci, uporabniki in športniki so se začeli združevati v klube in leta 1885 v Parizu ustanovili francoski avtomobilistični klub, kasneje, leta 1904, pa so z namenom mednarodnega sodelovanja ustanovili mednarodno združenje avtomobilističnih klubov. To združenje se je po drugi svetovni vojni preimenovalo v danes poznano Mednarodno avtomobilistično zvezo, FIA (Pavšič, 2012, str. 23-24).

Avtomobilsko dirkanje je mogoče zaslediti že leta 1894 na tekmovanju Paris–Rouen, ki ga je organiziral časopis Le Petit Journal in je potekal od Pariza do Rouena. Ta dogodek je neposredno pripeljal do obdobja cestnih dirk med mesti v Franciji in po drugih evropskih državah. Le-te so uvedle določene značilnosti tekmovanj, katere veljajo še dandanes, kot so posamičen začetek vsakega tekmovalca (na minuto), časovne kontrole vstopa in izstopa, potne knjige in zapiske tekmovalcev z opombami ter vožnja po nevarnih odsekih ceste. Cilj tega dogodka je bil spodbuditi zanimanje za avtomobilsko industrijo in razviti francosko proizvodnjo motorjev.

Leta 1911 se je prvič odvijal še danes zelo odmeven Monte Carlo rally. Rally Monte Carlo se je, zaradi prve svetovne vojne, nadaljeval šele od leta 1924 in bil od takrat redni letni dogodek in vse do danes ostaja del svetovnega prvenstva v rallyju. Zaradi svojega sijaja je dobival vse večjo medijsko pokritost in tudi največje vložke. Po drugi svetovni vojni so se v Evropi rallyju Monte Carlo, ter dirkam French and Austrian Alpines in Liege pridružili številni novi dogodki, ki so se hitro uveljavili kot klasika: Lisbon rally (Portugalska, 1947), Tulip rally (Nizozemska, 1949), Rally do Midnight Sun (Švedska, 1951, sedaj Švedski rally), Rally of the 1000 Lakes (Finska, 1951, sedaj Rally Finska) in Acropolis Rally (Grčija, 1956). FIA je leta 1953 ustanovila evropsko prvenstvo v rallyju, imenovano Touring Championship, ki ga je sestavljajo enajst tekmovanj. To je bilo največje mednarodno prvenstvo do leta 1973, ko je FIA oblikovala in organizirala svetovno prvenstvo v rallyju (v nadaljevanju WRC).

Rally se je do leta 1960 začel tudi v Španiji in na Portugalskem. Poleg evropskih držav, so rally gostile tudi Južna Amerika, Mehika, Afrika, Kanada in Avstralija. Dandanes je najvišja stopnja mednarodnega rally tekmovanja svetovno prvenstvo v rallyju oziroma tako imenovani WRC. Gre za izjemno naporno tekmovanje, ki vključuje redne nesreče, okvare in tudi vedno večja tveganja za udeležence.

2.2.1 Zgodovina rally tekmovanj v Sloveniji

V Sloveniji je avtomobilizem postal prava obsesija. Pred več kot sto leti je športni avtomobilizem ustvarjal in krepil zaupanje v avtomobile, zdaj pa je resna športna panoga in globalni posel (Pavšič, 2012, str. 23). Prve avtomobilistične dirke so bile namenjene premagovanju prevladujočih tehnoloških tabujev. Utrjevale so zaupanje ljudi v avtomobile, navajale na ropotajoča vozila, kmalu pa tudi že pospeševale prodajo. Najpomembnejše poslanstvo prvih organizatorjev dirk in avtomobilističnih klubov je bilo povezano z ozaveščanjem prebivalstva, saj je bil v začetku 20. stoletja avtomobil še skoraj tabu. Le-to jim je dokaj hitro uspelo, kar je posledično vodilo v hiter razvoj avtomobilizma in z njim povezane športne dejavnosti.

V Sloveniji se je začetek avtomobilov pričel z grofom Antonom Codellijem, ko se je leta 1898 z Benzovim avtomobilom pripeljal v Ljubljano. Z namenom podpore avtomobilskega

prometa ter združevanja in poučevanja lastnikov avtomobilov, se je ustanovil prvi avtomobilistični klub na Slovenskem, Kranjski avtomobilski klub. Leta 1911 so v Sloveniji gostili prvo tujo avtomobilistično dirko, ki je bila dolga kar 1500 kilometrov. Dirke se je udeležilo 51 voznikov, med katerimi pa ni bilo Slovencev. Prav tako je treba poudariti, da na dirki niso tekmovali vozniki, pač pa avtomobilske znamke. Trasa dirke je potekala od Dunaja v Beljak, čez Predil v Trst, mimo Opatije in preko Učke proti Postojni in Ljubljani, Kranju in Trziču, čez Ljubelj v Celovec in nato skozi Maribor in Gradec nazaj na Dunaj. Ena izmed zanimivosti dirke je bila ta, da se vozniki med potjo niso smeli ustavljati, saj so v nasprotnem primeru dobili kazenski pribitek, prav tako pa je namesto sovoznika, kot je to običajno v modernih časih, takrat zraven voznika sedel sodnik in nadziral vožnjo. Leta 1920 so člani nekdanjega Kranjskega avtomobilskega kluba skupaj z ostalimi navdušenci ustanovili Avtomobilski klub za Slovenijo, ki pa se je zaradi političnih sprememb najprej preimenoval v Jugoslovanski avtomobilski klub, nato pa v Avtomobilski klub Kraljevine SHS. Leta 1924 je Avtomobilski klub Kraljevine SHS priredil prvo lastno gorsko dirko, ki je potekala na Vrhniki, natančneje na vrhniškem klanecu. Najhitrejši med avtomobilisti je bil Postojnčan Josip Jurca z dirkalnim fordov, kar je posledično vplivalo na večje zanimanje nad Fordovimi avtomobili. Dve leti kasneje, leta 1926, pa se je začela mednarodno odmevna dirka na prelaz Ljubelj, ki je postala tudi vodilna avtomobilska dika v Sloveniji in širši regiji. Zaradi izjemno strmega klanca, ki je vodil na prelaz, je bila dirka kot nalašč namenjena promoviranju zmogljivosti in vzdržljivosti avtomobilov. Veliko zanimanje za dirko je bilo zaznati tako s strani domačih kot tudi tujih medijev. Že pred drugo svetovno vojno, je po slovenskih cestah potekal tudi znameniti rally Monte Carlo (Pavšič, 2012, str. 19-35).

Med najbolj znane rallyje v Sloveniji še vedno štejemo Rally Saturnus. Slednji je bil drugi slovenski rally (po rallyju Loka 1977), ki je štel za jugoslovansko državno prvenstvo. Svojo pot je začel leta 1978, prvo izvedbo rallyja pa je organiziralo društvo AMD Slovenija. Rally je takrat podprla tovarna Saturnus, ki je želela preizkusiti svoje žaromete v mraku in prav s tem namenom so bile hitrostne preizkušnje izpeljane ponoči. Prvi rally Saturnus je dobil Brane Kuzmič z BMW-jem 1600. Rally je postavil izjemno visoke organizacijske standarde in s tem nakazal, da organizatorje zanima preboj v Evropo (Pavšič, 2011). »Rally se je od konca osemdesetih let v marsičem spremenil. Do neke mere je postal žrtev časa, sprememb v družbi in športu, zato je dolgo iskal novo identiteto« (Pavšič, 2011). Državno prvenstvo Slovenije v rallyju je avtomobilistično tekmovanje, ustanovljeno leta 1992. Od takrat je bilo odpeljanih več sto rallyjev.

2.3 Razvoj rallyja

Če so bile za zgodovino rallyja predvsem značilne dolge hitrostne preizkušnje, tekmovanja od mest do mest, tudi po par tisoč kilometrov, pa je danes situacija povsem drugačna. Narava dogodkov samih se je od takrat razvijala zelo počasi. Naraščajoči stroški organizacije in tekmovanja ter skrbi za varnost so v zadnjih letih prinesli progresivno krajše rallyje, krajše hitrostne preizkušnje in odpravo nočnega poteka tekmovanja. Prav tako je za novodobne

rallyje značilno, da hitrostna preizkušnja ne poteka od mesta do mesta, pač pa gre za krajše odseke, ki so zaprti za javni promet.

Glavna sprememba je bila v razvoju avtomobilov ter v profesionalizaciji in komercializaciji športa. Čeprav so obstajale izjeme, kot je bil neobičajni Ford V8, ki so ga razvili Romuni za Rally Monte Carlo, pa so bili za rallyje pred drugo svetovno vojno značilni predvsem standardni avtomobili. Po drugi svetovni vojni so se pri razvoju avtomobilov za tekmovanja kazali zgolj manjši napredki in spremembe, ki so pripomogli k izboljšanju zmogljivosti in vzmetenja avtomobilov ter zaviranja. Prav to je v tem športu zagotavljalo nizke stroške in omogočalo ljudem, da so se dirk udeleževali kar z navadnimi družinskimi avtomobili.

Zaradi rasti javnega interesa so avtomobilska podjetja začela razvijati posebne modele avtomobilov za rallyje. Leta 1974 je v ospredje prišel avtomobil Lancia Stratos, zasnovan z namenom, da bi dosegal zmage in tako postal tudi prevladujoči rally avtomobil svojega časa. Leta 1980 je nemški proizvajalec avtomobilov Audi, ki se takrat ni posebno zanimal za rally, predstavil precej veliko in težko coupe verzijo družinske limuzine s turbopuhalom in štirikolesno gnanim motorjem. Tako se je rodil Audi Quattro. Mednarodni predpisi so prepovedali pogon na štiri kolesa, vendar pa je FIA takrat spremenila pravila. Audi Quattro je kmalu postal avtomobil, ki je zmagoval v vseh pogojih, tako na snegu, ledu ali makadamu, in celo postal svetovni prvak. Ker večina avtomobilov ni imela štirikolesnega pogona, je FIA oblikovala skupino B, namenjeno zgolj takšnim avtomobilom. To skupino, so poleg Audi-ja Quattro sestavljali še Renault 5 Turbo, Peugeot 205 T16, Lancia Delta S4 in drugi. Šlo je za izjemno lahka vozila s štirikolesno gnanim motorjem, kar je posledično pomenilo veliko nevarnost. Prav zaradi hudih smrtnih nesreč, je bila kasneje skupina B prepovedana. FIA je ponovno spremenila pravila in po letu 1987 dovolila zgolj tekmovanja v skupini A, kjer je šlo za avtomobile, ki so bolj podobni proizvodnemu modelu. Eden posebej uspešnih avtomobilov v tem obdobju je bila Lancia Delta Integrale.

V preteklosti v rallyju ni prihajalo do tolikšnih sprememb in nadgradenj, kar je posledično vodilo v večjo nevarnost. Prav zaradi tega je bila skupina B ukinjena, saj je bilo zaradi pomankanja varnosti samega dirkalnega avtomobila, povzročenih veliko smrtnih žrtev tekmovalcev in gledalcev. Razvoj dirkalnih avtomobilov je do danes izjemno napredoval. Najboljši avtomobili, ki se vozijo na svetovnem prvenstvu WRC, so lažji, močnejši, vendar pa tudi varnejši, tako od avtomobilov, ki so se vozili v preteklosti, kot tudi od avtomobilov, ki jih lahko kupimo v prodajnem salonu. Stroga pravila omejujejo moč avtomobilov, prav tako pa zahtevajo tudi uporabo varnostnih kletk in pasov, ki morajo biti ustrezno homologirani (Wiseman, 2018).

2.3.1 Razvoj rallyja v Sloveniji

Pred več kot stotimi leti avtomobilski šport še ni bil v ospredju, saj so bili avtomobili komaj v začetni fazi razvoja. Zaradi izjemno hitrega razvoja avtomobilizma in hkrati tudi

avtomobilske športne dejavnosti, pa so dirke na štirih kolesih postale ena izmed najbolj prepoznavnih globalnih športnih panog (Pavšič, 2012, str. 20). Nova politična ureditev, nastanek domače avtomobilske industrije in vse večje zaupanje v avtomobile je bil povod k razvoju športne avtomobilistične panoge. Leta 1954 so ustanovili podjetje Moto Montaža, ki se je kasneje preimenovalo v Industrijo motornih vozil (v nadaljevanju IMV). Najprej so začeli z izdelavo nemške znamke vozil DKW, kasneje pa so se lotili izdelovati tudi avtomobile znamke Austin in Renault. Renault se je kasneje izkazal kot eden boljših dirkalnih avtomobilov, s katerim sta se pri nas najbolj uveljavila Aleš Pušnik in Brane Kuzmič. Družba IMV se je v devetdesetih letih preimenovala v Revoz in podprla tekmovanje Renault Clio 1.4.. Prav tako ima velik pomen pri razvoju avtomobilizma tudi podjetje Cimos, ki je sklenilo pogodbo s Citroenom in pričelo z izdelavo »spačkov« (Pavšič, 2012, str. 46-47).

Zametki avto športa so se v Sloveniji začeli z gorsko hitrostnimi preizkušnjami. Gorske dirke so bile temelj za poznejši razvoj avtomobilizma. Okoli leta 1950 so začeli tudi s prireditvami organizirane vzdržljivostne vožnje in krožno hitrostnih dirk, med katerimi je bila prva dirka po ulicah Ljubljane. Čeprav je leta 1936 skozi Ljubljano potekal znamenit rally Monte Carlo, je rally v Sloveniji in prav tako tudi na mednarodni ravni za uveljavitev in razvoj potreboval daljšo pot. Prelomno leto rallyja je bilo leto 1952, ko je AMZ Slovenije prvič organizirala dve avtomobilski dirki, in sicer Jadranski rally ter Alpsko vožnjo, katerih štart je bil na Bledu. Takrat so se uveljavili rallyji, ki so veljali za slovensko republiško prvenstvo. Eden izmed teh je bil Rally Loka, prav tako Rally Primorska, dirke pa so prirejali tudi v Velenju in Mariboru. Eden pomembnih rallyjev je bil YU rally, ki se je kasneje uveljavil tudi za evropsko prvenstvo in bil do uveljavitve rally Saturnusa najbolj prestižna avtomobilska dirka v Jugoslaviji (Pavšič, 2012, str. 41-55).

Avto moto zveza Slovenije je bila leta 1992 sprejeta v Mednarodno avtomobilistično zvezo, imenovano FIA in je zato lahko razpisala prvo slovensko državno prvenstvo. Po osamosvojitvi se je število dirk povečalo, v koledarju je bilo takrat kar 27 prireditev, vse od gorsko hitrostnih preizkušenj, avtokrosa, krožno hitrostnih dirk in rallyjev. Prvo tekmovanje za državno prvenstvo Sloveniji v rallyju je bil rally Mazda YCC Lizzy (Pavšič, 2012, str. 194-195). Zadnja leta so se v Sloveniji uveljavili predvsem krajši rallyji, kar je posledica finančne in gospodarske krize.

2.4 Zveza za avto šport Slovenije AŠ 2005

Vsaka organizacija za svoje delovanje potrebuje sredstva, ki so lahko finančna, materialna ali nematerialna. Kot eden izmed pomembnejših virov prihodkov za financiranje nacionalnih športnih zvez je državni proračun (Kolar & Jurak, 2014, str. 46). Financiranje nepridobitnih športnih organizacij z vidika izvora prihodkov za njihovo delovanje vključuje (Kolar & Jurak, 2014, str. 42-43):

- članarine,
- prihodke od lastne dejavnosti,
- javne vire,
- donacije,
- dolžniške vire.

Zveza za avto šport Slovenije (v nadaljevanju AŠ 2005) je zveza društev in njihovih asociacij, ki so jo ustanovila društva, s področja avto športa. Njena ključna naloga je skupno oblikovanje, usklajevanje in uresničevanje programov za nadaljnji razvoj avto športa, prav tako pa tudi uspešnejše delovanje in uresničevanje interesov članov ter izvajanje programov dejavnosti za pospeševanje razvoja avto športa v Sloveniji. Gre za samostojno nacionalno panožno zvezo za avto šport v Sloveniji. Ustanovljena je bila 31.5.2000, ko je bil sprejet njen temeljni akt – Statut zveze za avto šport Slovenije AŠ 2005. Športna pravila ureja Športni pravilnik zveze, ki temelji a Mednarodnem športnem pravilniku FIA. Na podlagi Športnega pravilnika je bil sprejet tudi Pravilnik o licencah (Šuster, Zrinski & Tavčar, 2016, str. 7).

Sredstva AŠ 2005 so (Šuster, Zrinski & Tavčar, 2016, str. 12):

- javna sredstva,
- sredstva iz naslova materialnih pravic in dejavnosti,
- prispevki donatorjev in sponzorjev,
- sredstva pridobljena z lastno dejavnostjo,
- darila in volila,
- druga sredstva.

AŠ 2005 je bil leta 2009 sprejet v FIO, kar pomeni dolgoročno stabilnost (Šuster & Ješe, 2017, str. 6). V AŠ je trenutno včlanjenih 76 društev, od tega pa jih je tretjina neaktivnih (Šuster & Ješe, 2017, str. 4). AŠ 2005 skrbi za razvoj in širjenje dejavnosti na področju avto športa v Sloveniji, širi prometno in tehnično kulturo, organizira in izvaja prireditve s področja avto športa ter skrbi za izboljšanje pogojev (Šuster, Zrinski & Tavčar, 2016, str.7).

Tekmovalna komisija, ki je del AŠ 2005, poskrbi za izvedbo tekmovalnih aktivnosti, pripravi predloge Nacionalnega koledarja dogodkov, izvaja izobraževanja tekmovalcev in športnih funkcionarjev ter pripravlja predloge za nadaljnji razvoj avto športa v Sloveniji (AŠ 2005, brez datuma a). Svet voznikov pa je tisti organ, katerega namen je usklajevanje in povezovanje interesov voznikov pri uresničevanju interesov vseh članov. Ključne naloge Sveta voznikov so oblikovanje predlogov za vsa vprašanja avto športa v Sloveniji, še posebej tista, ki se tičejo samih voznikov. Gre za oblikovanje predlogov glede Nacionalnega koledarja, razpisa prvenstev, zdravniških pregledov, licenciranja prog, sodelovanja z organizatorji dirk, varnosti na dirkah in prijavnin ter nagrad (AŠ 2005, brez datuma b).

Po pregledu poročila o delu AŠ 2005 za obdobje februar 2016–marec 2017 ugotovimo, da je bilo v Sloveniji leta 2016 organiziranih 10 prireditev, od tega 5 rallyjev za državno prvenstvo, medtem ko sta bila 2 rallyja, ki sta prav tako veljala za slovensko državno prvenstvo, organizirana v tujini. Prav takšne prireditve, ki motivirajo tako voznike, kot tudi ostale akterje avto športa, so temelj dolgoročnega razvoja avto športa v Sloveniji.

AŠ 2005 se, razen pri zaključni prireditvi, tudi sicer finančno angažira v pomoč organizatorjem (brezplačen vpis v Nacionalni koledar, sofinanciranje športnikov mednarodnega razreda) in voznikom (že omenjena zavarovanja in brezplačni zdravniški pregledi za kategorizirane športnike). Od leta 2009 naprej pa je AŠ 2005 priskočil na pomoč nekaterim organizatorjem, posebej v rallyju. Na področju medijev so bili doseženi premiki. Posebej nekateri mediji, kot so Delo, Radio SLO, AM in drugi, kakovostno spremljajo avto šport. Nekaj TV reportaž in prenos Rallyja Saturnus je bilo, vendar ne dovolj (Šuster & Ješe, 2017).

Prav tako se splača analizirati tudi število voznikov, kjer je bila leta 2008 dosežena rekordna številka, in sicer 394, kasneje pa je zaradi finančne in gospodarske krize to število nekoliko upadlo. V zadnjih treh letih je število voznikov bolj ali manj konstantno. Leta 2016 smo tako zabeležili 272 voznikov, kar nakazuje na ponovno rast. Gre za vključevanje razmeroma mladih voznikov, kar posledično pomlajuje vozniški fond (Šuster & Ješe, 2017).

Ne glede na to, da avto šport v Sloveniji zadnja leta angažira veliko sredstev, s stanjem niso zadovoljni. Še vedno prihaja do razhajanj z večino proizvajalcev, uvoznikov in drugimi potencialnimi vlagatelji. Prav tako pa AŠ 2005 po njihovem mnenju ni ustrezno obravnavan s strani države, občin in Fundacije. Še posebej so se zaostriili odnosi z MIZŠ in Fundacijo za šport, kar se kaže tudi v nižjih zneskih, ki so jih pridobili. Zveza za avto šport Slovenije se še naprej bori s problemom financiranja, za katerega se domneva, da bo še kar nekaj časa ostal največji problem (Šuster & Ješe, 2017).

Prihodke AŠ 2005 delimo na tri glavne skupine, in sicer sredstva države in Fundacije, lastne prihodke (članarine, pristojbine, obresti) in sredstva donatorjev ter sponzorjev, medtem ko odhodke delimo na materialne stroške, licence, seminarje, Zeleno knjigo, stroške, ob uresničevanju Nacionalnega koledarja dirk, stroške zaključne prireditve in stroške finančnega ter administrativnega poslovanja (Šuster, 2017, str. 2).

V letu 2016 je imel AŠ 2005 819.124,78 EUR prilivov in 823.737,30 EUR odlivov. Pomemben del prilivov in odlivov pa je bil transfernega značaja, kar med drugim zajema prihodke in stroške zavarovanja voznikov, športnih funkcionarjev in prireditev, prijavnine FIA ter prijavnine za prireditve (Šuster, 2017, str. 3).

V tabeli 1 in tabeli 2 so predstavljeni prihodki in stroški, ki jih je imela zveza ta avto šport Slovenije v letu 2016.

Tabela 1: Prihodki zveze za avto šport AŠ 2005

VRSTA PRIHODKA	VIŠINA PRIHODKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Članarine	4.400,00	3,13
Prostovoljni prispevki	520,00	0,37
Prihodki od licenc	53.500,00	38,07
Prihodki prijavnine Racestar	1.680,00	1,20
Prihodki od Ministrstva za šolstvo in šport	36.865,00	26,23
Prihodki od Fundacije za šport	31.628,44	22,51
Prihodki od sponzorjev	4.708,00	3,35
Prihodki za zaključno prireditev	6.031,41	4,29
Prihodki od obresti	14,96	0,01
Prihodki od homologacij	345,75	0,25
Drugi prihodki	828,05	0,59
SKUPAJ	140.521,61	100,00

Vir: Šuster (2017, str. 3).

Tabela 2: Stroški zveze za avto šport AŠ 2005

VRSTA STROŠKA	VIŠINA STROŠKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Pisarniški in drug material	421,46	0,30
Materialni stroški	234,52	0,17
Tiskovine, knjige, kopiranje	5.751,60	4,09
Potni stroški	29.183,55	20,77
Plače	20.934,06	14,90
Računovodstvo in svetovanje	7.954,40	5,66
Odvetniške storitve	3.721,00	2,65
Zaključna prireditev	5.850,00	4,16
Stroški FIA – vpisnine, članarine	5.258,00	3,74
Bančne storitve	721,02	0,51
Telefon, pošta, internet	1.864,68	1,33
Stroški prireditev	34.320,00	24,42
Obrat. stroški – čiščenje	1.426,03	1,01
Usposabljanja, seminarji	6.276,28	4,47
Reprezentanca	1.031,80	0,73
Stroški pomoči voznikom	2.440,00	1,74
Drugi stroški	5.751,88	4,09
Plačila DDV in drugih dajatev	7.398,00	5,26
SKUPAJ	140.538,28	100,00

Vir: Šuster (2017, str. 3).

Iz tabel 1 in 2 lahko razberemo, da je bilo v letu 2016 v AŠ 2005 140.521,61 EUR prihodkov in 140.538,28 EUR odhodkov, kar pomeni da je podjetje poslovalo z izgubo v višini 16,67 EUR. Največji delež prihodkov predstavljajo licence voznikov, in sicer 38,07 %, medtem ko največji delež stroškov predstavljajo stroški, ki so bili namenjeni za pomoč pri organizaciji prireditev.

2.5 HAKS – Hrvaško združenje avtomobilov in kartingov

Hrvaško združenje avtomobilov in kartingov (v nadaljevanju HAKS) je organizacija, ki zajema kar 75 avto klubov po celotni Hrvaški. Poleg avtomobilističnih tekmovanja, kot so rally, gorsko hitrostne preizkušnje, piste, avto cross in avto slalom organizira tudi karting tekmovanja. Poleg vseh tekmovanj, HAKS organizira tudi športno izobraževalne programe. HAKS preko FIA inštituta zagotavlja finančna sredstva za izvajanje izobraževanj športnih sodnikov v sodelovanju s strokovnimi komisijami HAKS-a. Na ta način HAKS ne skrbi le za razvoj športno – sodniškega kadra, pač pa preko razvojnih programov izobražuje veliko število športnih strokovnjakov (Gregurek, 2017).

Najvišji organ HAKS-a je skupščina. Upravni odbor izvoli skupščina in je izvršilni organ le-te. Upravni odbor sestavljajo predsednik skupščine, ki je tudi predsednik HAKS-a, predsednik Odbora za avto šport (v nadaljevanju OAS), predsednik Odbora za karting šport (v nadaljevanju OKS), dva pomočnika (1 v OAS in 1 v OKS) ter 12 članov upravnega odbora (Gregurek, 2017).

2.6 FIA – Federation Internationale de l'automobile

Prvotni cilj združenja FIA je bil ustanovljen leta 1904, z namenom zagotoviti usklajeno upravljanje in varnost avtomobilskega športa ter posledično zmanjšati število nesreč in smrtnih žrtev v avtomobilskem športu. FIA je od takrat dalje postala globalna organizacija, ki poleg samega avtomobilskega športa, spodbuja tudi varno, trajnostno in dostopno mobilnost za vse udeležence v cestnem prometu po vsem svetu. Kot vodilno telo avtomobilskega športa FIA širom sveta zagotavlja poštene, urejene in predvsem varne dogodke. Leta 1950 se je z organizacijo svetovnega prvenstva v Formuli 1 začel razvoj Mednarodne zveze FIA v globalno avtomobilistično športno silo. Predanost zveze do avtomobilskega športa se kaže v neomejenem zagotavljanju poštenosti in varnosti za vse tekmovalcev, tako pri Formuli 1 kot tudi pri svetovnem prvenstvu v rallyju in v drugih tekmovanjih. Ob zagotavljanju regulatornega znanja in nepristranskega športnega pravosodnega sistema, je FIA svetovni »sodnik« za avtomobilski šport. Najvišji organ odločanja Mednarodne zveze je generalna skupščina, predseduje pa ji predsednik Joan Todt (FIA, brez datuma). Komisija za varnost pri Mednarodni zvezi FIA nadaljuje z najvišjimi standardi varnosti v vseh kategorijah avtomobilskega športa. Komisija je prav tako sodelovala pri razvoju vratne pene za rally avtomobile in pri razvoju zaščitnih oblačil mehanikov (FIA, 2017, str. 46).

FIA je v letu 2015 imela 103.430.830 EUR odhodkov in 114.881.410 EUR prihodkov, kar pomeni, da je poslovala z dobičkom v višini 11.450.580 EUR. Največji delež prihodkov predstavljajo registracije in vstopnine na različne dogodke ter prihodki od pogodb, sklenjenih med avtomobilskimi proizvajalci, tekmovalci in Mednarodno zvezo FIA.

3 POSLOVNA ANALIZA ORGANIZACIJE RALLY TEKMOVANJA

3.1 Ekonomika organizacije rally tekmovanja v Sloveniji in na Hrvaškem

Če primerjamo urejenost športa pri nas in na Hrvaškem, lahko ugotovimo, da gre za veliko podobnost. Tako Slovenija kot tudi Hrvaška imata resorni upravni organ za šport pri Ministrstvu za šolstvo in šport. Centralni nevladni organ je v Sloveniji Olimpijski komite Slovenije, na Hrvaškem pa Hrvaški olimpijski komite. Prav tako je v teh dveh državah šport urejen z določenimi zakoni o športu, medtem ko posvetovalnega organa med vladnimi športnimi organi in nevladnimi športnimi organizacijami nimata (Šugman, 1998, str. 142).

Tako v Sloveniji kot tudi na Hrvaškem se organizatorji rally dirk spopadajo s problemom visokih stroškov organizacije rally dogodkov in nizkih virov financiranja. Stalno se borijo, da ob koncu dosežejo vsaj pozitivno ničlo. Organizacija takega dogodka zahteva ogromno stroškov, ki se jim skoraj ni mogoče izogniti. Dobljenih virov financiranja, kot so sponzorstva in donacije, pa je vse manj.

V nadaljevanju bom analizirala vrsto in višino stroškov ter dobljenih prihodkov enega rallyja v Sloveniji in enega na Hrvaškem. Gre za Rally Nova Gorica in Rally Croatia, ki sta se odvijala leta 2017 in sta si bila po kilometrih skoraj identična. Rally Nova Gorica se je odvijal v okolici Nove Gorice, medtem ko se je Rally Croatia odvijal v okolici Poreča. Organizator Rally Nova Gorica 2017 je bil Avto moto društvo Gorica – AMD Gorica. Skupna dolžina rallyja je bila 430,21 km, od tega 150,67 km hitrostnih preizkušenj. Bilo je vseh skupaj 13 hitrostnih preizkušenj, od tega 7 različnih, 6 odsekov in 2 dela. Število prijavljenih posadk je bilo 109, od tega 47 domačih in 62 tujih posadk. Rally je točkoval za FIA evropski pokal v rallyju (v nadaljevanju ERT), FIA ERT za voznike in sovoznike, FIA ERT za mladince voznike, Državno prvenstvo Republike Slovenije, Državno prvenstvo Republike Hrvaške, Pokalno prvenstvo AŠ 2005 za starodobnike, FIA CEZ prvenstvo starodobnih vozil in Mitropa Rally Pokal. Organizator Rally Croatia 2017 je bil Auto klub D.T., soorganizator pa Auto klub Cro Dakar Team. Skupna dolžina rallyja je znašala 435,25 km, od tega 155,75 km hitrostnih preizkušenj. Vseh hitrostnih preizkušenj je bilo 10, od tega 5 različnih, 4 odseki in 2 dela. Število prijavljenih posadk je bilo 71, od tega 25 domačih in 46 tujih posadk. Rally je točkoval za FIA ERT, FIA ERT za voznike in sovoznike, FIA ERT za mladince voznike, FIA CEZ prvenstvo, Državno prvenstvo Republike Hrvaške in Državno prvenstvo Republike Slovenije.

3.1.1 Prihodki

V primeru organizacije Rally Nova Gorica so prihodke predstavljale dobljene prijavnine in ekološke takse s strani tekmovalcev, generalni sponzor, ostala sponzorstva in donacije ter sredstva, dobljena preko občinskih razpisov in AŠ 2005. Ekološko takso, v višini 10,00 EUR, mora plačati vsaka posadka, zbrana sredstva pa se namenijo za čiščenje servisnega prostora po koncu tekmovanja. Višina prihodkov je skupno znašala 126.790,00 EUR. Največji delež prihodkov sta predstavljala generalni sponzor Petrol in prijavnine tekmovalcev, kar je razvidno iz tabele 3.

Tabela 3: Prihodki Rally Nova Gorica 2017

VRSTA PRIHODKA	VIŠINA PRIHODKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Prijavnina	31.900,00	25,16
Ekološka taksa	1.090,00	0,86
Generalni sponzor	45.000,00	35,49
Ostali sponzorji	24.000,00	18,93
Donacije	5.800,00	4,57
Občinski razpisi	9.000,00	7,10
AŠ 2005	10.000,00	7,89
SKUPAJ	126.790,00	100,00

Vir: lastno delo.

V primeru organizacije Rally Croatia so bile vir prihodkov dobljene prijavnine, sponzorstva in donacije, občinska sredstva ter sredstva s strani HAKS-a. Iz tabele 4 lahko razberemo, da je skupna višina dobljenih virov financiranja znašala 75.450,00 EUR, največji delež prihodkov so predstavljala sponzorstva.

Tabela 4: Prihodki Rally Croatia 2017

VRSTA PRIHODKA	VIŠINA PRIHODKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Prijavnina	19.250,00	25,51
Sponzorstvo	30.000,00	39,76
Donacije	3.200,00	4,24
Občinska sredstva	15.000,00	19,88
HAKS	8.000,00	10,60
SKUPAJ	75.450,00	100,00

Vir: lastno delo.

Prijavnina je donacija organizatorju kot pomoč za izvedbo prireditve. Prijavnina se v celoti povrne posadki, katere prijavnica ne bo sprejeta in vsem posadkam, v primeru, da rally zaradi krivde organizatorja ne bo izveden. Organizator lahko prav tako delno povrne prijavnine posadki, katera iz razloga višje sile (ob potrditvi matične zveze pisno odpovedala udeležbo,

do pričetka administrativnega pregleda), ne bo nastopila na rallyu. Prijavnina vključuje štartne številke za dirkalni avtomobil, reklamne nalepke za dirkalni avtomobil, akreditacije za celotno ekipo, »SERVICE« in potno knjigo.

Pri izračunu prijavnine za Rally Nova Gorica 2017 in Rally Croatia 2017 sem predpostavljala, da ni bilo prijavljenih z neobveznimi reklamami organizatorja, da so se prireditve udeležili vsi prijavljeni in da so se le-ti prijavi do roka za prijave.

Izračun zneska prijavnine za Rally Nova Gorica 2017:

	15 tekmovalcev x 600,00 EUR (pokal ERT)
+	3 tekmovalci x 300,00 EUR (pokal ERT, avtomobili do 1400 ccm)
+	28 tekmovalcev x 200,00 EUR (MITROPA pokal)
+	18 tekmovalcev x 400,00 EUR (SLO DP)
+	27 tekmovalec x 250,00 EUR (SLO DP, divizija 1)
+	10 tekmovalec x 150,00 EUR (HRV DP, Pokal S2 in S3)
+	5 tekmovalec x 100,00 EUR (HRV DP, Razred 4, Pokal S1 in starodobniki)
+	<u>3 tekmovalci x 150,00 EUR (starodobna vozila)</u>
=	31.900,00 EUR

Izračun zneska prijavnine za Rally Croatia 2017:

	17 tekmovalcev x 400,00 EUR (pokal ERT)
+	23 tekmovalcev x 150,00 EUR (HRV DP, Pokal S2 in S3)
+	5 tekmovalcev x 100,00 EUR (HRV DP, Razred 4, Pokal S1 in starodobniki)
+	11 tekmovalec x 150,00 EUR (SLO DP, divizija 1)
+	14 tekmovalec x 400,00 EUR (SLO DP, vsi ostali)
+	<u>1 tekmovalec x 150,00 EUR (SLO DP, starodobniki)</u>
=	19.250,00 EUR

3.1.2 Stroški

Stroški organizacije rally dogodka so ogromni in v grobem zajemajo stroške intervencijskih služb, elaborat zapore cest in postavitve zapor, stroške čiščenja, stroške redarjev in varnostne službe, športnih funkcionarjev, tehnične komisije in opazovalcev, stroške časomerilcev, stroške nastale škode po rallyju, stroške pogostitve, prenočišč, materiala, tiska, stroške najema prostorov in šotorov ter ostale stroške.

Pri organizaciji dogodka oziroma prireditve lahko stroške delimo na tri skupine, in sicer stroške materiala, storitev in dela. Stroške materiala lahko opredelimo kot stroške osnovnega in pomožnega materiala ter kupljenih polproizvodov, delov in goriva, medtem ko med

posebne stroške materiala vključujemo stroške porabljene energije. Čeprav so stroški materiala definirani kot cenovno izraženi potroški materiala, pa njihov izračun vseeno ni tako preprost, saj se cene materiala v času lahko spreminjajo. S stroški storitev razumemo stroške prevoznih storitev, zunanjega izvajanja dejavnosti, komunalnih in telekomunikacijskih storitev, najemnin, zavarovanj in podobne stroške. Prav tako sem spadajo tudi stroški dajatev, ki niso povezane s plačami. Ker pri storitvah ni zalog, spremembe cen storitev ne vplivajo na izračun njihovih stroškov. Med stroške dela pa spadajo plače v bruto zneskih, nadomestila plač, darila in nagrade, odpravnine ter dajatve za davke in prispevke. Pri izračunu stroškov dela si lahko pomagamo s približki, kot sta plačilo po urah ali plačilo po storilnosti (Hočevar, Čadež & Novak, 2012, str. 19-30).

Stroški organizacije Rally Nova Gorica 2017 so skupno znašali 108.942,07 EUR. V tabeli 5 je prikazana razporeditev glede na vrsto in višino vseh stroškov, ki so bili za organizacijo potrebni. Največji delež stroškov predstavljajo stroški storitev, v višini 67,06 %. Sledijo stroški dela, 23,03 % in stroški materiala, 9,91 %.

Tabela 5: Stroški Rally Nova Gorica 2017

STROŠKI MATERIALA	VIŠINA STROŠKOV (v EUR)	DELEŽ (v %)
Sredstva za čiščenje nevarnih snovi, v primeru nesreče ali okvare	416,00	0,38
Nalepke sponzorjev za udeležena vozila in startno-ciljno rampo	2.596,00	2,38
Gorivo za službena vozila in vozila organizatorjev	680,00	0,62
Pisarniški material (Mladinska knjiga, DZZ)	113,00	0,10
Piščalke za reditelje	43,00	0,04
Plastični pribor za pogostitev	273,00	0,25
Pokali	1.600,00	1,47
Reklamni material (zapestnice, kape, majice, ovratni trakovi)	4.110,00	3,77
Zastave	250,00	0,23
Ostali drobni material (trakovi, količki, zaščitna mreža, vezice)	720,00	0,66
SKUPAJ	10.801,00	9,91
STROŠKI STORITEV	VIŠINA STROŠKOV (v EUR)	DELEŽ (v %)
DJ – ozvočenje	400,00	0,37
Najem kemičnih WC-jev	652,00	0,60
Storitev komunale (čiščenje in pometanje)	150,00	0,14
Uporaba parkirišča Mercator	195,51	0,18
Uporaba parkirišča Merkur	223,56	0,21
Oglaševanje na radiu	1.360,00	1,25
Storitev pošte	180,00	0,17
Prehrana za organizatorje in udeležence	9.273,00	8,51
Prenočišča	3.518,00	3,23

se nadaljuje

Tabela 5: Stroški Rally Nova Gorica 2017 (nad.)

PR (piar) – odnosi z javnostmi, fotografiranje in snemanje	3.200,00	2,94
Press center	300,00	0,28
Storitev prevoza (dostava materiala po HP)	780,00	0,72
Plakatiranje	250,00	0,23
Priprava elektro omaric in dežurstvo v servisnem parku	1.250,00	1,15
Najem štartno-ciljne rampe	100,00	0,09
Zaščita avtorskih pravic Slovenije (v nadaljevanju SAZAS)	200,00	0,18
Storitev reševalne službe	4.865,00	4,47
Storitev časomerilcev	6.770,00	6,21
Storitev redarstva	5.100,00	4,68
Najem šotorov	2.500,00	2,29
Tisk (potna knjiga, vodnik za gledalce, plakati, letaki, zgibanke)	6.500,00	5,97
Najem UKW postaj	1.550,00	1,42
Storitev varovanja in varnostniki	2.900,00	2,66
Vpis v koledar MITROPA, CEZ in ERT	3.750,00	3,44
Elaborat cest in zapore	5.800,00	5,32
Zavarovanje prireditve	5.474,00	5,02
Glasbena skupina ob zaključku prireditve	1.314,00	1,21
Storitev vlečne službe	1.200,00	1,10
Intervencije avto dvigala	800,00	0,73
Pogostitev VIP gostov	2.500,00	2,29
SKUPAJ	73.055,07	67,06
STROŠKI DELA	VIŠINA STROŠKOV (v EUR)	DELEŽ (v %)
Športni funkcionarji, delegati, opazovalci	22.085,00	20,27
Tehnična komisija	501,00	0,46
Žirija in vodstvo	2.500,00	2,29
SKUPAJ	25.086,00	23,03
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA, STORITEV IN DELA	108.942,07	100,00

Vir: lastno delo.

Stroški materiala za organizacijo Rally Nova Gorica 2017 so skupaj znašali 10.801,00 EUR. Organizator je moral tekmovalcem zagotoviti nalepke sponzorjev, ki jih je potrebno nalepiti na dirkalni avtomobil. Ker je rally potekal tudi v večernih urah, so morali zagotoviti »fluo« nalepke, ki so bistveno dražje od navadnih nalepk. Za redarje so morali priskrbeti piščalke, zastave in UKW postaje. Z zastavami redarji ostalim tekmovalcem na hitrostnih preizkušnjah naznanjajo morebitno nevarnost, ki je nastala, z UKW postajami pa ostalim redarjem in intervencijskih službam sporočajo, ali je dirkalni avtomobil uspešno pripeljal mimo njih ali pa je prišlo do nesreče. Na hitrostne preizkušnje je bilo potrebno dostaviti

material, kot so trakovi, količki in zaščitna mreža, s čimer so označili prostor, kjer se gledalci ob gledanju tekmovanja lahko gibljejo in prostor, kjer je gibanje prepovedano. Za prodajo v dobrodelne namene so nabavili tudi reklamni material, kot so majice, kape, zapestnice in ovratni trakovi, za kar so odšteli 4.110,00 EUR. Prav tako pri organizaciji kakršnekoli prireditve ne gre brez stroškov pisarniškega materiala.

V primeru Rally Nova Gorica 2017 so strošek nagrad predstavljali zgolj dobljeni pokali voznikov in sovoznikov, v višini 1.600,00 EUR. Drugih denarnih in praktičnih nagrad organizator ni zagotovil.

Višina stroškov storitev za organizacijo Rally Nova Gorica 2017 je skupno znašala 73.055,07 EUR. Pri organizaciji rally tekmovanja morajo sodelovati vse intervencijske službe. Tako na začetku kot tudi na koncu hitrostne preizkušnje morata biti prisotni gasilna in reševalna služba, prav tako tudi policija. Ker gre v našem primeru za mednarodno prireditev, so stroški policije kriti iz državnega proračuna, stroški reševalne službe pa so znašali 4.865,00 EUR. Stroškov z gasilno službo niso imeli, saj jim je le-te krila občina. Po besedah organizatorja je višina takšnih stroškov v primeru organizacije Rally Nova Gorica znašala 9.800,00 EUR. Višina stroškov intervencijske službe je odvisna tudi od števila in težavnosti intervencij, ki so jih morali tekom tekmovanja reševati.

Za varnost ob progi morajo ves čas skrbeti redarji, za katere je organizator odšteli 5.100,00 EUR, za varnost v servisnem prostoru in zaprtem parkirišču pa skrbijo varnostniki, katerih strošek je znašal 2.900,00 EUR. Za merjenje časov in njihovo objavo so zadolženi časomerilci, ki so prisotni na začetku in koncu vsake hitrostne preizkušnje, prav tako pa tudi na vstopu in izstopu v servisni prostor, regrouping in zaprto parkirišče. Za njihovo delo je organizator odšteli 6.770,00 EUR. Zaradi okvar in nesreč sta morala posredovati tudi vlečna služba in avto dvigalo, za kar je organizator odšteli skupno 2.000,00 EUR. Tako kot strošek intervencijskih služb, je tudi strošek vlečne službe in avto dvigala odvisen od števila in težavnosti intervencij. Za čiščenje servisnega prostora po koncu tekmovanja, s strani komunalnega podjetja, je organizator odšteli še 150,00 EUR, medtem ko je bilo čiščenje cest, na katerih so potekale hitrostne preizkušnje, sponzorirano s strani cestnega podjetja.

Kot sem že omenila, mora biti na rally prireditvah obvezno prisotna tudi policija. V zgornji tabeli stroškov policije ni, saj Rally Nova Gorica spada med večje mednarodne prireditve, kar pomeni, da so stroški policije kriti iz državnega proračuna. Ker društvo AMD Nova Gorica deluje v javnem interesu, pri organizaciji tekmovanj niso obremenjeni za stroške upravnih taks. S strani organizatorja sem izvedela, da takšni stroški drugače znašajo okoli 550,00 EUR, točna številka zavisi od števila občin, v katerih se rally odvija. V primeru rally prireditve se upravna taksa zaračuna zaradi izdaje soglasij in dovoljenj za delno oziroma popolno zaporo občinskih ali državnih cest zaradi prireditve.

Organizator Rally Nova Gorica 2017 je poskrbel za prenočišča dveh bolj znanih tujih posadk in njihovih ekip. Na ta način je posadki sponzoriral, jih privabil na prireditve, povečal konkurenco in zagotovil, da je bila prireditve zaradi tega še bolj zanimiva in tudi obiskana. Strošek prenočišč je znašal 3.518,00 EUR. Prav tako je bilo poskrbljeno za pogostitev VIP gostov, pogostitev organizatorjev in tudi vseh tekmovalcev. Za pogostitev je organizator skupno odštél 12.046,00 EUR.

Organizator je moral za prostor servisne cone in zaprtega parkirišča najeti parkirišče Mercatorja in Merkurja. Prav tako je moral v servisni coni vsem udeležencem in obiskovalcem zagotoviti kemične WC-je in poskrbeti za električno. Za otvoritev in zaključek prireditve so potrebovali štartno-ciljno rampo, čez katero avtomobili zapeljejo tik pred začetkom prireditve in se predstavijo ter po končani prireditvi, kjer prejmejo nagrade.

Natisniti so morali potne knjige za vse tekmovalce, vodnike za gledalce, plakate, letake in zgibanke za oglaševanje, za kar so odšteli 6.500,00 EUR. Prireditve je bila odmevna tudi na radiu, prav tako pa so za dokumentiranje prireditve najeli profesionalne fotografe in snemalce. Ker je rally točkoval tudi za CEZ, MITROPA in ERT pokal, so morali plačati tudi stroške za vpis v te tri koledarje, v višini 3.750,00 EUR.

Ker je potrebno natančno določiti zapore cest in možne obvoze v času tekmovanja, so morali plačati tudi strošek elaborata in zapor cest, ki je znašal 5.800,00 EUR. Ob koncu prvega dneva rallyja je vse tekmovalce, obiskovalce in tudi organizatorje zabavala glasbena skupina. Prav tako so imeli stroške tudi s storitvijo pošte. Vsem domačinom, katerih bivališča se nahajajo ob hitrostnih preizkušnjah, so preko obvestil po pošti naznanili, kdaj bo tekmovanje potekalo, koliko časa bo trajalo, kako bodo zaprte ceste in kje so možni obvozi.

Zagotovili so ozvočenje pri prehodu čez štartno-ciljno rampo za predstavitev posadk in prav tako na eni izmed hitrostnih preizkušenj za napoved rezultatov v živo. Ob tem so vrteli tudi glasbo, za kar so potrebovali dovoljenje SAZAS-a. Najeti so morali tudi šotore, ki so jih potrebovali za opravljanje tehničnih pregledov ter za zabavo in pogostitev ob koncu prireditve. Prireditve so zaradi večjih tveganj zavarovali, in sicer v višini 5.474,00 EUR. Zavarovalnica krije škodo le v primeru nesreče, ko je nenamerno poškodovana tuja lastnina.

Organizator slovenskega rallyja je za stroške dela skupno odštél 25.086,00 EUR. Za pravilno in s predpisanimi zakoni skladno delovanje prereditve so poskrbeli športni funkcionarji, delegati in opazovalci, tehnična komisija in vodstvo rallyja ter žirija. Kar največji delež stroškov, in sicer 22.085,00 EUR, predstavljajo športni funkcionarji, delegati in opazovalci, saj je bilo le-teh največ (približno 70), prav tako pa so bili prisotni tudi opazovalci in delegati iz tujine. Športnim funkcionarjem, delegatom in opazovalcem so plačane dnevnice, kilometrini na delo in tudi prenočišča. Višina stroškov tehnične komisije je znašala 501,00 EUR, žirije in vodstva pa 2.500,00 EUR.

V tabeli 6 je prikazana višina stroškov materiala, storitev in dela, za katere je bil bremenjen organizator Rally Croatia 2017. Največji delež ponovno predstavljajo stroški storitev, in sicer 68,78 %, sledijo stroški dela, v višini 25,90 % in stroški materiala, v višini 5,32 %.

Tabela 6: Stroški Rally Croatia 2017

STROŠKI MATERIALA	VIŠINA STROŠKOV (v EUR)	DELEŽ (v %)
Pisarniški material	100,00	0,15
Piščalke za reditelje	39,00	0,06
Pokali	1.250,00	1,82
Penina	135,00	0,20
Reklamni material (majice, ovratni trakovi)	1.200,00	1,75
Zastave	270,00	0,39
Ostali drobn material (trakovi, količki)	650,00	0,95
SKUPAJ	3.644,00	5,32
STROŠKI STORITEV	VIŠINA STROŠKOV (v EUR)	DELEŽ (v %)
Ozvočenje	200,00	0,29
Najem kemičnih WC-jev	700,00	1,02
Storitev cestnega podjetja	1.050,00	1,53
Elektrika in voda v servisnem prostoru	200,00	0,29
Oglaševanje na radiu	815,00	1,19
PR (piar) – odnosi z javnostmi, fotografiranje in snemanje	2.400,00	3,50
Prehrana za organizatorje	2.320,00	3,38
Press center	290,00	0,42
Najem štartno-ciljne rampe	100,00	0,15
Plakatiranje	180,00	0,26
Najem zaščitnih ograj	180,00	0,26
Storitev reševalne službe	2.650,00	3,87
Zaščita avtorskih glasbenih pravic (HDS ZAMP)	230,00	0,34
Storitev časomerilcev	4.850,00	7,08
Storitev gasilne službe	4.350,00	6,35
Storitev redarstva	2.190,00	3,20
Tisk (potna knjiga, vodnik za gledalce, plakati, letaki)	3.700,00	5,40
Storitev varovanja in varnostniki	2.500,00	3,65
Vpis v koledar CEZ in ERT	2.750,00	4,01
Elaborat cest in zapore	3.900,00	5,69
Zavarovanje prireditve	6.150,00	8,97
Storitev vlečne službe	800,00	1,17
Intervencije avto dvigala	680,00	0,99
Pogostitev VIP gostov	2.000,00	2,92

se nadaljuje

Tabela 6: Stroški Rally Croatia 2017 (nad.)

Najem prostora za podelitev nagrad in zabavo	500,00	0,73
Najem športne dvorane Žatika (administrativni in tehnični pregled)	600,00	0,88
Odškodnine za nastalo škodo	855,00	1,25
SKUPAJ	47.140,00	68,78
STROŠKI DELA	VIŠINA STROŠKOV (v EUR)	DELEŽ (v %)
Športni funkcionarji, delegati in opazovalci	14.800,00	21,59
Tehnična komisija	415,00	0,61
Žirija in vodstvo	2.540,00	3,71
SKUPAJ	17.755,00	25,90
SKUPAJ STROŠKI MATERIALA, STORITEV IN DELA	68.539,00	100,00

Vir: lastno delo.

Stroški materiala za organizacijo Rally Croatia 2017 so skupno znašali 3.644,00 EUR in so bili skoraj identični kot pri Rally Nova Gorica. Organizator je moral zagotoviti piščalke in zastave za redarje ter trakove in količke za označbo prostora, kjer je gibanje gledalcev dovoljeno. Prav tako so za prodajo reklamnega materiala zagotovili majice z logotipom Rally Croatia 2017, vsem udeležencem pa tudi ovratne trakove. Seveda ponovno ni šlo niti brez stroškov pisarniškega materiala. Stroškov z nalepkami za polepitev avtomobilov in štartno-ciljne rampe niso imeli, saj jim je le-te sponzorsko zagotovil eden izmed sponzorjev, GRAFING offset & digitalprint.

V primeru Rally Croatia 2017 so strošek nagrad, tako kot pri Rally Nova Gorica 2017, predstavljali dobljeni pokali voznikov in sovoznikov. Poleg pokalov, so strošek nagrad predstavljale tudi dobljene penine posadk. Skupni strošek je znašal 1.385,00 EUR.

Višina Stroškov storitev je bila pri organizaciji Rally Croatia 2017 skupno 47.140,00 EUR. Tudi na Rally Croatia so morale biti prisotne intervencijske službe, redarji in varnostniki, časomerilci, vlečna služba in avto dvigalo. Na Rally Croatia je končno čiščenje cest opravilo cestno podjetje, in sicer v višini 1.050,00 EUR, medtem ko je bilo pri Rally Nova Gorica čiščenje s strani cestnega podjetja sponzorirano. Tako kot pri organizaciji slovenskega rallyja, so se tudi pri organizaciji hrvaškega rallyja izognili stroškom policije, ki je bila krita iz državnega proračuna in stroškom upravnih taks, saj organizator Auto klub D.T. deluje v javnem interesu.

Stroški pogostitve za organizatorje in VIP goste so na Rally Croatia znašali skupno 4.320,00 EUR. Višina stroškov je nekoliko manjša, kot na Rally Nova Gorica, saj organizator hrvaškega rallyja ni pogostil tudi vseh tekmovalcev rallyja, kot je to storil organizator Rally Nova Gorica. Prav tako niso imeli stroškov z nastanitvami za nekatere tuje posadke, saj jim je to sponzorsko omogočil Hotel Valamar v Poreču.

Rally Croatia je točkoval le za CEZ in ERT pokal. Stroški za vpis v ta dva koledarja so znašali 2.750,00 EUR. Za izvedbo administrativnih in tehničnih pregledov so najeli prostor v športni dvorani Žatika, za kar so odšteli 600,00 EUR. Prav tako so imeli strošek z najemom prostora za končno podelitev nagrad in zabavo, ki je znašal 500,00 EUR. Za razliko od Rally Nova Gorica so morali plačati tudi odškodnino za nastalo škodo, ki je bila povzročena oškodovancem, in sicer v višini 855,00 EUR. Odškodnine so namenjene poškodovanju njiv, travnikov in nasadov, ki jih gledalci ali tekmovalci namerno poškodujejo med ogledom tekmovanja.

Višina stroškov dela je pri organizaciji hrvaškega rallyja znašala skupno 17.755,00 EUR. Tako kot na Rally Nova Gorica 2017, tudi na Rallyju Croatia 2017 strošek dela predstavljajo športni funkcionarji, delegati in opazovalci, tehnična komisija, žirija in vodstvo. Kar največji strošek ponovno predstavljajo športni funkcionarji, delegati in opazovalci, in sicer 14.800,00 EUR. Tudi na Rally Croatia je bilo le-teh največ, prisotni so bili iz celotne Hrvaške, nekateri opazovalci in delegati pa tudi iz tujine. V strošek so vključene dnevnice, kilometrina in delno prenočišča. Preostali del nočitev je sponzoriral Hotel Valamar v Poreču.

3.1.3 Točka preloma

O točki preloma govorimo takrat, ko se prihodki izenačijo s stroški oziroma, ko z danimi prihodki pokrijemo vse stroške. V tej točki posluje podjetje brez dobička ali izgube, kar imenujemo pozitivna ničla (Spletnik, 2009). V kolikor je obseg dejavnosti manjši od točke preloma, pričakujemo izgubo, medtem ko pri večjem obsegu dejavnosti, pričakujemo dobiček (Hočevar, Čadež & Novak, 2012, str. 53).

Celotni stroški organizacije Rally Nova Gorica 2017 so znašali 108.942,08 EUR. Višina sredstev s strani sponzorjev, donatorjev, občinskih razpisov in zveze za avto šport je bila 93.800,00 EUR. Če bi povprečna prijavnina, skupaj z ekološko takso, znašala 303,00 EUR, bi se, za pokritje celotnih stroškov, moralo na tekmovanje prijaviti vsaj 50 tekmovalcev.

Z vidika Rally Croatia 2017 so celotni stroški znašali 68.539,00 EUR. Višina sponzorskih, donatorskih in občinskih sredstev ter HAKS-a je bila 56.200,00 EUR. V kolikor bi povprečna prijavnina znašala 271,00 EUR, bi se moralo na tekmovanje prijaviti vsaj 46 tekmovalcev. Če bi se na tekmovanje prijavilo več udeležencev, ali pa bi pridobili več sponzorskih, donatorskih in občinskih sredstev, bi v primeru nespremenjenih stroškov, lahko s projektom tudi nekaj zaslužili.

3.2 Financiranje rally tekmovanja

Kot je bilo predstavljeno že v zgornjih dveh tabelah glede dobljenih prihodkov pri organizaciji rally tekmovanj, je temeljni način financiranja le-teh s pridobljenimi sredstvi s

strani sponzorjev in donatorjev, s prijavninami tekmovalcev, s sredstvi AŠ 2005 v Sloveniji in HAKS-a na Hrvaškem ter občinskimi razpisi oziroma sredstvi občin, v katerih se prireditve odvija.

3.2.1 Pridobivanje virov financiranja

Skozi pogovor z organizatorjema Rally Nova Gorica in Rally Croatia sem izvedela, da je pridobivanje virov financiranja na začetku zelo oteženo, saj je prireditev neprepoznavna in zato predvsem sponzorji nimajo niti interesa vlagati v takšne prireditve niti zaupanja, saj ne vejo, ali bo prireditev uspešna in bodo lahko od nje imeli koristi. Če se prireditev odvija več let zaporedoma, potencialni sponzorji sami prepoznajo zanimivost prireditve in sami začnejo ponujati svoja sredstva.

Generalni pokrovitelj Rally Nova Gorica 2017 je bil PETROL, ostali večji sponzorji pa so bili še gen-i, Mahle, Just in KonemColor, Občina Nova Gorica in CPG. Organizator Rally Nova Gorica je sponzorje pridobil tudi preko organizacije Eco rallyja, sponzoriranega s strani generalnega sponzorja Mahle, kjer so bili v ospredju električni in bolj sodobni avtomobili.

Večji sponzorji Rallyja Croatia 2017 so bili Občina Poreč, MOTUL, VALAMAR Hotels & Resorts, ŠKODA, INA, EMA95, mireofleet in GRAFING offset & digitalprint. Prireditev Rally Croatia je imela v letu 2017 veliko podporo s strani Občine Poreč in turističnega združenja, katerih namen je privabljati turiste tudi v »mrtvi« sezoni ter promovirati njihove destinacije in hotele za poletno sezono. Prav tako je organizator Rally Croatia s strani sponzorjev, poleg denarnih sredstev, uspel pridobiti tudi kar nekaj materialnih dobrin.

3.2.2 Sponzoriranje v avtomobilskem športu

Veliko težavo predstavlja slaba medijska pokritost rallyja, saj ga v medijih opazimo le redkeje. Tako prispevkov na televizijskih zaslonih, kot tudi člankov v časopisih, revijah in na internetu, ni veliko. Prav to vodi do tega, da potencialnemu sponzorju ne moremo nuditi velike in zadostne prepoznavnosti njegovega izdelka, dejavnosti oziroma celotnega podjetja. Slovenija kljub svoji majhnosti, gosti kar nekaj avtomobilističnih dogodkov na evropskem nivoju, ki bi bili za sponzorje lahko zelo zanimivi (Hribar Mrak, 2016).

Manjše prireditve lahko označimo za prireditve lokalnega značaja, saj privabijo predvsem lokalno prebivalstvo in le malo nedomačinov, zato nimajo velikega vpliva na medije in posledično sponzorje, medtem ko večje prireditve privabijo tudi večje število obiskovalcev in so v medijih bolj odmevne (Sikošek, 2010, str. 17).

3.3 Primerjava višine stroškov in prihodkov ter možnosti za izboljšanje financiranja tovrstnih tekmovanj

Če primerjamo višino stroškov in prihodkov pri organizaciji Rally Nova Gorica 2017 in Rally Croatia 2017 opazimo, da so razlike kar precejšnje. Skupna višina stroškov za organizacijo Rally Nova Gorica je znašala 108.942,07,00 EUR, višina dobljenih prihodkov pa 126.790,00 EUR, medtem ko so bili stroški za organizacijo Rally Croatia 68.539,00 EUR, prihodki pa 75.450,00 EUR.

Oba organizatorja rally tekmovanj sta poslovala z dobičkom, ki pa je bil v primeru organizacije Rally Croatia veliko manjši. Organizacija slovenskega rallyja ima za kar 40.403,07 EUR višje stroške kot organizacija hrvaškega rallyja. Največje razlike so nastale pri stroških intervencijske službe. S strani organizatorja slovenskega rallyja sem izvedela, da so oni, za razliko od ostalih, najeli zasebno reševalno službo. Ta reševalna služba jim je zagotovila, da je bila v reševalnih vozilih vsa oprema podvojena, saj rally posadko sestavljata voznik in sovoznik. Najeli so tudi profesionalca, ki je pred izvedbo prireditve preveril vsa reševalna vozila in potrdil njihovo ustreznost. Strošek reševalne službe za organizacijo Rally Croatia je za skoraj polovico manjši kot pri organizaciji Rally Nova Gorica, saj gre v tem primeru za javno reševalno službo, prav tako je bilo prisotnih tudi nekaj prostovoljcev. Pri organizaciji hrvaškega rallyja je sodelovala gasilna služba s starejšimi vozili in opremo, na delu pa je bilo prisotnih kar nekaj prostovoljnih gasilcev, medtem ko je stroške gasilne službe pri slovenskem rallyju krila občina. S strani organizatorja sem izvedela, da so bila pri organizaciji slovenskega rallyja prisotna sodobna in zmogljivejša vozila z vso potrebno opremo, zaradi česar je bila na slovenskem rallyju zagotovljena tudi večja varnost. Prav tako so gasilci in reševalci pri slovenskem rallyju sodelovali pri dveh večjih intervencijah, na hrvaškem pa zgolj na eni, zaradi česar so tudi vidne večje razlike v stroških.

Razlike v stroških so vidne tudi pri opravljanju storitev časomerilcev in varnostne službe, kar pa ne pomeni, da je bilo zato delo, pri organizaciji hrvaškega rallyja, opravljeno slabše, pač pa lahko sklepamo, da so te storitve pri naših sosedih nekoliko cenejše. Iz lastnih videnj in izkušenj lahko še omenim, da je bilo za varnost ob progi vsekakor bolje poskrbljeno pri slovenskem rallyju, saj je bilo prisotno večje število redarjev, kot pa na hrvaškem rallyju. Za razliko od slovenskega rallyja, so imeli pri organizaciji hrvaškega rallyja strošek s cestnih podjetjem, ki jim je zagotovilo čiščenje cest po končanem rallyju. Pri organizaciji slovenskega rallyja so se temu stroški izognili, saj jim je cestno podjetje njihovo storitev sponzoriralo. Na hrvaškem je mogoče opaziti tudi nekoliko nižje cene športnih funkcionarjev, delegatov in opazovalcev, tehnične komisije, vodstva rallyja in žirije. Večja odstopanja so vidna predvsem pri stroških športnih funkcionarjev, delegatov in opazovalcev. Višina teh stroškov je sestavljena iz dnevnic, kilometrine na delo ter prenočišč. Ker je Hotel Valamar delno sponzoriral prenočišča teh delavcev, je zato strošek še nekoliko nižji.

Nižji stroški so vidni tudi pri tisku potnih knjig, vodnikov za gledalce, letakov in plakatov. Na hrvaškem rallyju je bilo prisotnih le 71 posadk, medtem ko je bilo na slovenski rally prijavljenih kar 109 posadk in je bilo zato potrebno natisniti toliko več potnih knjig. Hrvaški rally je točkoval le za CEZ in ERT pokal, slovenski rally pa poleg teh dveh še za MITROPA pokal, zato je tudi strošek te postavke višji. Na hrvaškem rallyju je bilo zagotovljeno manj reklamnega materiala, medtem ko so na Rally Nova Gorica prodajali majice, kape in zapestnice z logotipom rallyja ter denar namenili v dobrodelne namene, vsem udeležencem in njihovim ekipam pa so priskrbeli tudi ovratne trakove. Organizator hrvaškega rallyja se je s pridobitvijo sponzorja izognil stroškom nalepk za polepitev dirkalnih avtomobilov in štartno-ciljne rampe, medtem ko je organizator slovenskega rallyja za to odštél 2.596,00 EUR. Prav tako so vidne razlike v stroških pogostitve, saj so na hrvaškem rallyju pogostili le VIP goste in organizatorje, na slovenskem rallyju pa tudi vse tekmovalce.

Organizator slovenskega rallyja je imel strošek tudi z najemom parkirišča Mercator in Merkur, kjer sta bili servisna cona in zaprto parkirišče, medtem ko je organizatorju hrvaškega rallyja parkirišče za namene servisne cone in zaprtega parkirišča sponzorirala Občina Poreč. Prav tako se je hrvaški organizator izognil stroškom goriva za vozila organizatorjev, ki ga je sponzorirala INA in stroškom prevoza materiala na hitrostne preizkušnje, kar je sponzorirala Škoda. Najem UKW postaj jim je sponzoriralo radioamatersko društvo HAM RADIO, nastanitev nekaterih tujih posadk pa Hotel Valamar v Poreču.

Organizator hrvaškega rallyja je moral plačati tudi strošek najema športne dvorane Žatika, kjer so potekali administrativni in tehnični pregledi, medtem ko so pri slovenskem rallyju to opravili kar na prostem na parkirišču Mercator. Prav tako je imel organizator hrvaškega rallyja strošek z najemom prostora za podelitev nagrad in zabavo, medtem ko so pri slovenskem rallyju nagrade podelili ob prehodu ciljne rampe. So pa imeli pri organizaciji slovenskega rallyja strošek z najemom šotorov, ki so jih potrebovali za opravljanje tehničnih pregledov in za končno pogostitev ter glasbeno skupino. Za razliko od slovenskega rallyja je moral organizator Rally Croatia plačati tudi strošek odškodnine zaradi nastale škode. Največkrat to odškodnino zahtevajo bivajoči na hitrostnih preizkušnjah, v kolikor je bila poškodovana kakšna njihova lastnina.

Večje razlike je mogoče opaziti tudi pri prihodkih oziroma dobljenih virih financiranja za organizacijo Rally Nova Gorica in Rally Croatia. Veliko večje prihodke od prijavnin je dobil organizator slovenskega rallyja, saj je bilo prijavljenih kar 109 posadk, medtem ko je bilo na hrvaškem rallyju prijavljenih zgolj 71 posadk. Prav tako med državama obstajajo razlike v cenah prijavnin za določena prvenstva. Na slovenskem rallyju vsaka posadka plača po 10,00 EUR za ekološko takso, ki se nameni za čiščenje servisnega prostora po koncu prireditve, medtem ko na hrvaškem rallyju tekmovalci ekološke takse ne plačajo.

Generalni sponzor Rally Nova Gorica 2017 je bil Petrol, ki predstavlja največji delež dobljenih prihodkov. Prav tako je organizator uspel pridobiti sredstva ostalih večjih in manjših sponzorjev ter nekaj donacij. Organizacija Rally Croatia je bila deležna denarnih sredstev zgolj nekaterih večjih in manjših sponzorjev ter donatorjev, generalnega sponzorja pa niso imeli. Prav tako lahko opazimo, da so sponzorji organizatorju hrvaškega rallyja, poleg denarja, omogočili tudi veliko materialnih dobrin, kot so gorivo, avtomobili, hotelske sobe, parkirišče, UKW postaje in nalepke za polepitev avtomobilov ter štartno-cilje rampe. Organizator Rally Nova Gorica je uspel nekaj sredstev pridobiti preko občinskih razpisov, prav tako je sredstva za organizacijo Rally Croatia zagotovila tudi Občina Poreč. Na pomoč sta z denarnimi sredstvi, tako slovenskemu kot tudi hrvaškemu rallyju, priskočili tudi AŠ 2005 in HAKS.

Iz zgoraj predstavljenih podatkov lahko razberemo, da je pri obeh organizacijah rallyja prišlo do presežka prihodkov nad stroški, kar pomeni da sta oba organizatorja poslovala z dobičkom. Dobiček pri organizaciji Rally Nova Gorica 2017 je znašal 17.847,93 EUR, medtem ko je bil dobiček pri organizaciji Rally Croatia 2017 nekoliko nižji in je znašal 6.911,00 EUR. Dobiček, ki je nastal pri organizaciji Rally Nova Gorica 2017 je organizator namenil za vlaganje v mlade upe, predvsem tekmovalce, ki si zaradi visokih stroškov, dirkanje težje privoščijo. Na ta način omogoča, da se mladi tekmovalci dokažejo, da jih drugi opazijo in da posledično lažje pridobijo morebitne sponzorje. Prav tako jim olajša sam začetek dirkanja, ki je v nasprotnem primeru zelo otežen. Dobiček, nastal pri organizaciji Rally Croatia 2017 pa bo organizator porabil pri organizaciji rallyja v letu 2018.

Pri organizaciji rally tekmovanj nastajajo stroški, ki se jim je zelo težko izogniti. Oba organizatorja sta mnenja, da vsak skuša rally izpeljati z najnižjimi možnimi stroški, zato je še dodatno znižanje katerihkoli stroškov zelo oteženo oziroma skoraj nemogoče. Največji strošek predstavljajo športni funkcionarji, delegati in opazovalci, žirija in vodstvo rallyja, pa tudi intervencijske službe, redarji, varnostniki in časomerilci, brez katerih rallyja ni mogoče izpeljati. Pri organizaciji Rally Nova Gorica bi sicer lahko zmanjšali strošek reševalne službe, saj bi lahko zasebno reševalno službo nadomestili s cenejšo javno reševalno službo. Ker pa je organizator želel zagotoviti večjo varnost v primeru nesreč, se je odločil za dražjo možnost.

Določenim stroškom bi se organizatorji rally dogodkov lahko izognili, če bi država ali občine plačale stroške javnih služb, kot sta reševalna in gasilna služba. Seveda je višina stroškov odvisna tudi od velikosti samega rallyja, njegove dolžine in števila udeležencev, pa tudi od tega, ali tekmovanje poteka samo čez dan, ali tudi v večernih urah. V kolikor bi bil rally po številu kilometrov ali po številu dni krajši oziroma bi bilo prijavljenih manj tekmovalcev, bi nastali tudi manjši stroški.

Menim, da bi samo situacijo rallyja tako v Sloveniji kot tudi na Hrvaškem lahko izboljšali z večjim oglaševanjem rallyja in rally prireditev ter večjo agresivnostjo zveze in

organizatorjev k promociji teh prireditev. Prav tako bi se moral rally pogosteje pojavljati v medijih, kot so televizija, internet, revije in časopisi. Na ta način bi rally postal bolj zanimiv za potencialne sponzorje, kar bi pripomoglo k pridobivanju več denarnih in nedenarnih sponzorskih sredstev in posledično tudi k boljši in lažji organizaciji rally dogodkov. Poleg tega bi morale biti več reportaž in intervjujev po končnih rally tekmovanjih, kar bi spodbujalo k večji gledanosti tega športa.

Organizatorja sta tudi mnenja, da bi morala zveza za avto šport, tako v Sloveniji kot tudi na Hrvaškem bistveno več vlagati v promocijo avto športa prek agencij, s čimer bi posledično pridobila več sponzorskih sredstev. Ustanoviti bi bilo potrebno »nacionalni team«, ki bi zastopal državo na večjih mednarodnih tekmovanjih. Razpisati bi bilo potrebno različna pokalna rally tekmovanja, podprta z nagradami, ki bi zajemala predvsem mlajšo starostno skupino, do cca. 27 let. Prav tako bi morala zveza za avto šport podmladek iskati že v srednjih šolah z različnimi šolskimi programi, pri čemer bi lahko sredstva pridobila že iz raznih razpisov.

4 POSLOVNA ANALIZA UDELEŽBE RALLY TEKMOVANJA

4.1 Prihodki

Interes tekmovalcev je pridobiti čim več sponzorstev in donatorstev, kar pa v današnjih časih ni ravno enostavno. Le malo je takih, kjer jim večji sponzorji financirajo dirkalni avtomobil, lahko pa tudi celotno sezono dirkanja. Večina je prepuščenih samim sebi, brez kakršnihkoli oziroma le z manjšimi sponzorji. Ker jim je to v veselje, največkrat koristijo lastna sredstva.

4.2 Stroški

Z vidika stroškov se v zelo težki situaciji, poleg organizatorjev rally tekmovanj, velikokrat znajdejo tudi sami udeleženci rally tekmovanj. Stroški udeležbe so visoki in zajemajo strošek prijavnine, pnevmatik, goriva in druge stroške. Prav tako morajo vozniki in sovozniki pred začetkom sezone obnoviti tekmovalno licenco in zdravniški pregled. Znesek, ki ga tekmovalec vloži za namene tekmovanja je odvisen od tega, ali je avto v lasti tekmovalca samega ali pa ga najame, od vrste avtomobila, vrste dogodka in števila dirkalnih kilometrov.

Prav tako se stroški pojavijo tudi po koncu dirke, saj je potrebno opravljati redne revizije avtomobilov. V kolikor na dirki pride do okvare ali nesreče, je lahko strošek še toliko večji. Poleg vseh stroškov imajo tekmovalci tudi stroške nočitev in prehrane, saj taki dogodki v povprečju trajajo od dva do tri dni. Ker je za vzdrževanje avtomobila med dirko potrebna tudi usposobljena ekipa mehanikov, morajo tekmovalci poskrbeti tudi za to in jim omogočiti prenočišče, prevoz, prehrano oziroma jim delo plačati.

Poleg osnovnega znanja, morajo biti mehaniki v rally ekipi dobro koordinirani in sposobni delovati pod pritiskom (Andreu & Sieber, 2001, str. 92). Profesionalne rally ekipe vključujejo poleg najboljših mehanikov tudi inženirje, ki poskrbijo za napake v avtomobilski elektroniki. Takšne ekipe so prisotne zgolj na svetovnem prvenstvu rallyja, medtem ko v slovenskih ekipah za okvare skrbijo le mehaniki, ne pa tudi inženirji.

V naslednjih tabelah bom prikazala približno višino stroškov, ki jih je oziroma jih bi tekmovalec imel z udeležbo Rallyja Nova Gorica 2017. Analizirala bom stroške udeležbe z dirkalnim avtomobilom Peugeot 208 R5 T16 in Peugeot 208 R2.

V tabelah 7 in 8 predpostavljam, da je udeleženelec tekmoval z lastnim avtomobilom. Upoštevala sem direktne stroške, kot so prijavnina na prireditelju, ekološka taksa, strošek goriva in pnevmatik ter strošek ekipe mehanikov. Pri udeležbi rally tekmovalca pride še do stroškov nočitve ter prehrane, kar pa v moji analizi, zaradi napačnih predvidevanj, nisem upoštevala. Predpostavljam, da je tekmovalec za Rally Nova Gorica 2017 kupil 8 pnevmatik, prav tako mu ni bilo potrebno kupiti dodatnih pnevmatik. Poleg vseh stroškov ima tekmovalec z lastnim avtomobilom tudi stroške letnih revizij, prav tako je visoka začetna investicija nakupa avtomobila.

V tabeli 7 bom analizirala direktne stroške udeležbe z dirkalnim avtomobilom Peugeot 208 R5 T16, ki spada v razred RC2 R5. Po pravilniku za slovensko državno prvenstvo prijavnina znaša 400,00 EUR. Cena pnevmatike brez DDV-ja je za izbrani avtomobil 346,00 EUR. Upoštevala sem ceno brez DDV-ja, saj večina tekmovalcev pnevmatike kupi preko svojega kluba, s čimer se izognejo plačilu davka. S strani tekmovalca sem izvedela, da izbrani avtomobil Peugeot 208 R5 po hitrostnih preizkušnjah porabi približno 100 litrov na 100 dirkalnih kilometrov. Ker je bilo na Rallyju Nova Gorica 150,67 dirkalnih kilometrov, predpostavljam, da je za vožnjo po hitrostnih preizkušnjah avtomobil porabil 150,67 litrov, še dodatnih 50 litrov pa za vožnjo po etapah. Tekmovalci lahko uporabljajo dirkalni bencin, katerega cena je okoli 6,00 EUR/liter, največkrat pa se odločijo za cenejši, 100 oktanski, bencin. V mojem primeru je tekmovalec uporabljal 100 oktanski bencin po ceni 1,380 EUR/liter. Poleg posadke, sta bila v ekipi tudi dva mehanika, katerih strošek je bil 80,00 EUR po osebi. Ker je tekmovalje trajalo dva dneva, je bil skupni strošek mehanikov 320,00 EUR.

Začetna investicija nakupa dirkalnega avtomobila Peugeot 208 R5 T16 znaša 200.000,00 EUR, njegova življenjska doba pa je približno 10 let. V tem primeru znaša letna amortizacija avtomobila, ki predstavlja potopljeni strošek, 20.000,00 EUR. Če predvidevam, da se je tekmovalec udeležil le ene dirke v sezoni, je skupen strošek avtomobila za udeležbo Rally Nova Gorica 23.766,00 EUR. V kolikor bi se tekmovalec udeležil vseh 6 dirk za slovensko državno prvenstvo, bi se strošek amortizacije razdelil in bi znašal 3.333,00 EUR na dirko. V tem primeru bi bil strošek za udeležbo Rally Nova Gorica 7.099,00 EUR.

Tabela 7: Direktni stroški tekmovanja z lastnim avtomobilom Peugeot 208 R5 T16 na Rally Nova Gorica 2017

VRSTA STROŠKA	VIŠINA STROŠKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Prijavnina	400,00	10,62
Ekološka taksa	10,00	0,27
Gorivo	268,00	7,12
Pnevmatike	2.768,00	73,50
Ekipa mehanikov	320,00	8,50
SKUPAJ	3.766,00	100,00

Vir: lastno delo.

Tabela 8 prikazuje vrsto in višino direktnih stroškov tekmovanja z lastnim avtomobilom Peugeot 208 R2. Strošek prijavnine in ekološke takse za Peugeot 208 R2 skupno znaša 410,00 EUR. Cena pnevmatike za izbrani avtomobil je 252,00 EUR brez DDV-ja. Ponovno sem upoštevala ceno brez DDV-ja, saj večina tekmovalcev pnevmatike kupi preko svojega kluba. Izvedela sem, da Peugeot 208 R2 porabi približno 25 litrov na 100 kilometrov. Predpostavljam, da je pri vožnji po hitrostnih preizkušnjah avtomobil porabil 37,7 litrov, za vožnjo po etapah pa še dodatnih 15 litrov. Z uporabo 100 oktanskega goriva je bil strošek skupno 73,00 EUR. Skupni strošek dveh mehanikov za dva dneva rallyja pa je znašal 320,00 EUR.

Začetna investicija nakupa izbranega avtomobila znaša 60.000,00 EUR. Življenjska doba tega avtomobila je približno 10 let, kar pomeni, da znaša letna amortizacija 6.000,00 EUR. Če k direktnim stroškom prištejem še strošek letne amortizacije, misleč, da se je tekmovalec udeležil le ene dirke v sezoni, je skupen strošek tega avtomobila za udeležbo Rally Nova Gorica 8.819,00 EUR. V kolikor bi se tekmovalec udeležil vseh 6 tekmovanj za slovensko državno prvenstvo, bi se strošek amortizacije razdelil in bi znašal 1.000,00 EUR na dirko. Skupen strošek udeležbe Rally Nova Gorica bi bil v tem primeru 3.819,00 EUR.

Tabela 8: Direktni stroški tekmovanja z lastnim avtomobilom Peugeot 208 R2 na Rally Nova Gorica 2017

VRSTA STROŠKA	VIŠINA STROŠKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Prijavnina	400,00	14,19
Ekološka taksa	10,00	0,35
Gorivo	73,00	2,59
Pnevmatike	2.016,00	71,51
Ekipa mehanikov	320,00	11,35
SKUPAJ	2.819,00	100,00

Vir: lastno delo.

V tabelah 9 in 10 predpostavljam, da je udeleženec tekmovalni avtomobil najel. V tem primeru sem upoštevala stroške prijavnine na rally tekmovanje in ekološko takso, najem avtomobila, strošek pnevmatik ter zavarovanje. V strošek najema avtomobila je že vključen strošek goriva in strošek ekipe mehanikov. Zaradi napačnih predvidevanj ponovno nisem upoštevala stroška nočitev in prehrane. Tekmovalec mora najemodajalcu zaradi večjega tveganja plačati tudi kavcijo. V primeru nesreče se od dane kavcije odbije sorazmeren delež, potreben za popravilo škode. Ponovno predpostavljam, da je tekmovalec za Rally Nova Gorica 2017 kupil 8 pnevmatik, prav tako mu ni bilo potrebno kupiti dežnih pnevmatik.

V tabeli 9 prikazujem stroške najema dirkalnega avtomobila Peugeot 208 R2, ki spada v razred RC4 R2. Po pravilniku za slovensko državno prvenstvo znaša prijavnina za ta avtomobil 400,00 EUR. Upoštevala sem strošek najema avtomobila 35,00 EUR na dirkalni kilometer. Rally Nova Gorica 2017 je štel 150,67 dirkalnih kilometrov, kar pomeni da je strošek najema znašal 5.273,45 EUR. Cena pnevmatike za izbrani avtomobil je 252,00 EUR brez DDV-ja. Poleg najema avtomobila je moral tekmovalec plačati tudi zavarovanje v višini 1.300,00 EUR.

Tabela 9: Stroški tekmovanja z najetim avtomobilom Peugeot 208 R2 na Rally Nova Gorica 2017

VRSTA STROŠKA	VIŠINA STROŠKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Prijavnina	400,00	4,44
Ekološka taksa	10,00	0,11
Najem avtomobila	5.273,45	58,60
Pnevmatike	2.016,00	22,40
Zavarovanje	1.300,00	14,45
SKUPAJ	8.999,45	100,00

Vir: lastno delo.

Tabela 10 prikazuje stroške najema avtomobila Peugeot 208 R5 T16. V tem primeru je cena najema 90,00 EUR na dirkalni kilometer. Z dolžino 150,67 kilometrov je najem takega avtomobila na Rally Nova Gorica znašal 13.560,30 EUR. Strošek pnevmatik je bil 2.768,00 EUR. Prav tako je bil tekmovalec bremenjen tudi za zavarovanje, v višini 1.300,00 EUR.

Tabela 10: Stroški tekmovanja z najetim avtomobilom Peugeot 208 R5 T16 na Rally Nova Gorica 2017

VRSTA STROŠKA	VIŠINA STROŠKA (v EUR)	DELEŽ (v %)
Prijavnina	400,00	2,22
Ekološka taksa	10,00	0,06
Najem avtomobila	13.560,30	75,18
Pnevmatike	2.768,00	15,35

se nadaljuje

Tabela 10: Stroški tekmovanja z najetim avtomobilom Peugeot 208 R5 T16 na Rally Nova Gorica 2017 (nad.)

Zavarovanje	1.300,00	7,21
SKUPAJ	18.038,30	100,00

Vir: lastno delo.

Stroški tekmovalca, ki je na Rally Croatia 2017 tekmoval za slovensko državno prvenstvo, so skoraj identični kot stroški udeležbe Rally Nova Gorica 2017, saj tekmovalec plača višino prijavnine za slovensko državno prvenstvo, ni pa mu tokrat treba plačati stroškov ekološke takse.

5 KVALITATIVNA RAZISKAVA ORGANIZACIJE IN UDELEŽBE RALLY TEKMOVANJ

5.1 Značilnosti kvalitativne raziskave

Cilj kvalitativnega raziskovanja je z različnimi metodami zbrati vsebinsko bogate opise ljudi, dogodkov in položajev, spoznati poglede ljudi, njihova mnenja in stališča ter pridobljene podatke besedno obdelati (Vogrinc, 2008, str. 199). Kvalitativno raziskovanje išče intenziven in dolgotrajen kontakt z vsakodnevnimi situacijami, prav tako proučuje, kako ljudje v določenih situacijah določene dogodke razumejo in kako nanje reagirajo (Kordeš & Smrdu, 2015, str. 15).

Glavne metode kvalitativnega zbiranja podatkov, s katerimi poskušamo pridobiti kar se da kakovostne informacije, so individualni globinski intervjuji, ki so lahko strukturirani, delno strukturiran ali nestrukturirani, fokusne skupine ter projektivne tehnike. Pri nestrukturiranem intervjuju se prosto odgovarja na izbrano temo, pri strukturiranem intervjuju gre za vnaprej določena vprašanja, medtem ko izpraševalec delno strukturiran intervju usmerja z vrstnim redom (Kordeš & Smrdu, 2015).

V svojem magistrskem delu sem se osredotočila na kvalitativno zbiranje podatkov v obliki individualnega globinskega delno strukturiranega intervjuja.

5.2 Delno strukturiran intervju

Intervju je pogovor z določenim namenom. Intervjuje prištevamo med zahtevnejše metode zbiranja primarnih podatkov, vendar pa so tako zbrani podatki eden izmed najbogatejših virov informacij in temelj resničnega razumevanja proučevane problematike (Bregar, Ograjenšek & Bavdaž, 2005).

Če obstaja vnaprej pripravljen spisek tem in vprašanj, vendar pa je njihova konkretna izvedba prilagojena situaciji in toku pogovora, govorimo o delno strukturiranem intervjuju. Podatki, zbrani z globinskimi in delno strukturiranimi intervjuji, so primernejši za kvalitativno analizo. Značilnost delno strukturiranega intervjuja je, da so vprašanja vnaprej določena, kljub temu pa je pri vsakem vprašanju omogočen prostor za podrobnejši odgovor. Prav tako si pri delno strukturiranem intervjuju pomagamo z opomnikom, v katerem so vključena določena vprašanja, ki morajo biti postavljena skozi intervju. Pri delno strukturiranem intervjuju so vprašanja odprtega tipa, lahko sledijo določenemu predhodnemu razporedu ali pa so prosta. Tak intervju nam omogoča, da lahko dobro preiščemo področje raziskovanja, prav tako je tak intervju bolj fleksibilen, saj so odgovori bolj spontani, konkretni in osebni (Kordeš & Smrdu, 2015, str. 40-41).

5.3 Potek in izvedba raziskave

Raziskavo sem opravila na podlagi teoretičnega dela naloge in raziskovalnih vprašanj, ki sem si jih postavila z namenom doseganja ciljev. Ključni namen je bil ugotoviti, na kakšen način se tekmovalca financirata, kako se spopadata s stroški, ki ju bremenijo, kako stroški vplivajo na udeležbo tekmovanj in kaj jima predstavlja največji strošek, na kakšen način pridobivata sponzorstva, kje se raje udeležujta tekmovanj (Slovenija ali Hrvaška) in kakšno je njuno mnenje glede situacije v rallyju. Prav tako me je zanimalo, kako bi rally tekmovanja lahko postala bolj zanimiva za sponzorje, v kateri državi je organizacija cenejša in kje prihaja do ključnih razlik z vidika stroškov. Določila sem vzorec respondentov in oblikovala opomnik za delno strukturirane intervjuje. Po končanem intervjuju sem odgovore respondentov prepisala. Izvedla sem analizo rezultatov, odgovorila na raziskovalna vprašanja in navedla priporočila ter predloge izboljšav.

5.4 Določitev vzorca

Za izvedbo individualnega globinskega delno strukturiranega intervjuja sem si zbrala dva respondenta oziroma tekmovalca. Vzorec ni bil oblikovan naključno. Izbrala sem tekmovalca, ki se pri udeležbi tekmovanj financira iz lastnih sredstev, drugi pa je v večji meri financiran s strani sponzorjev. Glede na način financiranja sem za vsakega respondente prilagodila tudi določena vprašanja v intervjuju.

Tabela 11: Določitev vzorca v kvalitativni raziskavi

Respondent	Vloga v avto športu	Tip financiranja	Izkušenj v avto športu	Datum intervjuja	Čas trajanja intervjuja
Respondent A	Voznik	Lastna sredstva	25 let	25.3.2018	30 min
Respondent B	Voznik	Sponzorji	17 let	25.3.2018	45 min

Vir: lastno delo.

5.5 Opomnik za izvedbo intervjuja

Za izvedbo raziskave sem pripravila opomnik, s katerim sem si pomagala pri vodenju intervjuja. Opomnik je vseboval 8 vprašanj za vsakega respondenta, ki so bila usmerjena v reševanje zastavljenih raziskovalnih vprašanj in posledično v doseganje ciljev. Začela sem z vprašanji glede pridobivanja sponzorjev in nadaljevala s sklopom vprašanj, vezanih na stroške udeležbe rally tekmovanj. Vprašalnika sta se v določenih vprašanjih razlikovala. Respondentu, ki je deležen sponzorskih sredstev, sem zastavila vprašanje, kako mu je sponzorja uspelo pridobiti, na kakšen način mu vrača usluge in katere stroške mu sponzor uspe pokriti. Pri drugem respondentu, ki sredstev ne pridobiva s strani sponzorjev, me je zanimalo, kako poskuša znižati nastale stroške oziroma se stroškom izogniti in na kakšen način poskuša pridobiti morebitne sponzorje. Zanimalo me je, kaj je glavni vzrok za slabo udeležbo rally tekmovanj in v kateri državi je dirkanje cenejše. Intervju sem zaključila z vprašanjem o situaciji rally tekmovanj v Sloveniji in na Hrvaškem ter predlogih za izboljšanje razmer.

5.6 Analiza podatkov

Vsak intervju sem posnela s pomočjo zvočnega zapisa in ju po koncu, za potrebe analize, prepisala, določene odgovore pa tudi povzela z lastnimi besedami.

5.7 Rezultati raziskave

5.7.1 Na kakšen način bi lahko rally prireditve postale bolj zanimive za sponzorje?

Za sponzorje je seveda pomembno, da je prireditev obiskana v čim večjem številu. Respondent A je mnenja, da je osnovna težava v socialni ureditvi družbe: »V socializmu so ljudje več hodili ven in dogodke redno spremljali, dandanes pa gre vse preko družbenih omrežij, prav tako si lahko razne prireditve ogledamo v živo preko Facebooka. V kolikor želiš dogodek bolj približati javnosti in posledično omogočiti večjo gledanost, moraš poskrbeti, da se prireditev pred začetkom in prav tako po koncu pojavlja na televizijskih zaslonih, v časopisih in na internetu, za kar pa ponovno rabiš ogromno sredstev. Vsekakor drži, da bi organizatorji ali pa zveza za avto šport morala več vlagati v oglaševanje, v kolikor bi želeli rally prireditve in tudi sam rally približati javnosti ter sponzorjem. Prav tako je eden izmed večjih problemov ta, da sami uvozniki avtomobilov in avto centri, ki avtomobile prodajajo, sredstva raje namenjajo drugim dejavnostim, kot pa avto športu«.

Respondent B poudarja, da je oglaševanje za sponzorje ključno: »Sponzorje zanima marketinški prostor, najbolj cenjen marketinški prostor pa je trenutno televizija. Prav tako je dobrodošlo tudi objavljanje na internetu, Facebooku, Twitterju in v časopisih, za kar pa

menim, da gre zgolj za neko dopolnilo k oglaševanju, prva baza pa je še vedno televizija in seveda prepoznavnost.«

5.7.2 Zakaj je oglaševanje rally prireditve še vedno oslABLJENO v primerjavi z ostalim športom?

Respondent A je mnenja, da organizator rallyja že zelo težko nabere sredstva za izpeljavo prireditve, in posledično sredstev ne namenja toliko oglaševanju. Slabo oglaševanje torej vpliva na manjše število sponzorjev.

Respondent B meni, da je ključen problem v zvezi za avto šport: »Zveza ni marketinško usmerjena, prav tako bi v tem primeru potrebovali tudi večji marketinški pristop samih vodilnih. Pri drugem športu, na primer nogometu, managerji nogometne zveze zakupijo marketinški prostor, oglašujejo na prireditvah, prav tako pa jih podpira tudi kar nekaj večjih branž. Nekateri nogometaši se promovirajo celo sami. V rallyju nas je nekaj izjem, ki poskrbimo za lastno promocijo, vendar menim, da bi korak naprej morala narediti zveza, pa seveda tudi organizatorji.«

5.7.3 Na kakšen način bi tekmovalci pridobili večjo naklonjenost sponzorjev?

Respondent A je mnenja, da v kolikor posadka tekmuje z dirkalnim avtomobilom, ki je za sponzorje in družbo bolj zanimiv, se sponzorji celo sami ponudijo in predlagajo sodelovanje. Najbolj idealno bi bilo, da bi, tako kot v tujini, imeli agencijo oziroma managerja, ki bi pomagal pri pridobivanju potencialnih sponzorjev. Od celotnih sredstev sponzorjev, ki bi jih manager nabral, bi določen delež pripadal njemu, kar bi omogočalo zadovoljstvo obeh, tako managerja kot tudi tekmovalca.

Respondent B pravi, da je pridobivanje sponzorjev pri tekmovalcih odvisno od tega, kaj le-ti lahko ponudijo: »Tekmovalci smo nekakšni oglaševalci za podjetja, ki se odločijo ponuditi sredstva. Pravzaprav tekmovalci ponujamo oglaševalski prostor in gre v tem primeru za oglaševalsko storitev. Če bi tekmovalci, za razliko od klasičnega pisanja prošenj sponzorjem, k potencialnemu podjetju pristopili s ponudbo za oglaševalski prostor, mu pojasnili kje na avtomobilu bo nalepka vidna in kje bodo slike ter posnetki avtomobila objavljeni, bi bil odziv verjetno večji.«

5.7.4 Kako lahko sponzorji, poleg finančne pomoči še pomagajo udeležencem?

Sponzorji poleg finančne pomoči tekmovalcem namenijo tudi pomoč v obliki materialnih dobrin, prav tako obstajajo tudi nekateri, ki tekmovalce vključijo v svoje delovanje, kot je na primer oglaševanje. Respondent A poudarja, da je zgolj finančna pomoč sponzorja ena izmed slabših možnosti, tako za sponzorja kot tudi za tekmovalca: »Večina populacije je

mnenja, da je v avto športu dovolj zgolj to, da ti eden od sponzorjev nameni finančna sredstva, tekmovalac pa bo v zameno, njegov logotip, tekom tekmovanja, nalepil na svoj dirkalni avtomobil. Sam sem mnenja, da bi morali sponzorji tekmovalce, tudi po koncu tekmovanja, vključevati v svoje oglaševalske kampanje. Na ta način bi poskrbeli, da bi tekmovalac ostal nepozabljen in bi posledično lahko pridobil še kakšnega sponzorja več, sami pa bi lahko s tem dosegli večji vpliv na ciljno publiko in posledično večjo prodajo svojih storitev ali proizvodov«.

Respondent B je mnenja, da sponzorji, sploh manjši, tekmovalcem veliko raje namenijo materialna sredstva: »Največkrat gre za materialna sredstva, ki jih tekmovalac lahko koristi tekom dirke, kot so pnevmatike, trening avtomobil, gorivo, hrana in pijača.«

5.7.5 Pred približno 20 leti, je bila situacija v slovenskem avto športu z vidika sponzoriranja povsem drugačna. Zakaj so sponzorji prenehali vlagati v ta šport?

Glede na trenutno situacijo avto športa v Sloveniji, bi bil marsikdo mnenja, da je število sponzorjev, ki podpirajo tako organizacijo dogodka kot tudi tekmovalce, v zadnjih dvajsetih letih močno upadlo. Respondent A se s to trditvijo ne strinja: »Nisem mnenja, da sponzorji ne vlagajo v ta šport, vprašanje je le, na kakšen način in kam. Organizator rally prireditve veliko lažje pridobi sponzorje, kot pa sam tekmovalac. Res je, da gre zgolj za enkratni dogodek, vendar pa si le-tega ogleda večje število ljudi. Prav tako je treba poudariti, da to velja za rally prireditve na primorskem, medtem ko so rally prireditve drugje po Sloveniji slabše obiskane«.

»Tudi pridobivanje sponzorjev s strani tekmovalcev ni nemogoče, v kolikor se ta zna dobro organizirati, predstaviti oziroma prodati. Žal pa še vedno velja, da je brez dobrih vez, ki bi te pripeljale do pravih ljudi, iskanje in pridobivanje sponzorjev oteženo«.

Respondent B prav tako meni, da temu ni ravno tako: »Mislim, da sponzorji še vedno vlagajo v rally, vendar pa so se, iz naslova večjih fiksnih stroškov, njihovi zneski znižali. Prav tako ni dovolj, da pogledamo zgolj 20 let nazaj. Pred približno 30 leti so bili časi drugačni in tudi do denarja se je dalo drugače priti. Rally je takrat imel večjo veljavo, živeli so v Jugoslaviji, kjer je bit tudi trg bistveno večji. Takrat se je več denarja obrnilo skozi sam šport, saj televizija in oglaševanje še nista bila tako razvita in so zato raje vlagali v športne dogodke, kjer jih je javnost posledično lažje opazila. Razvoj televizije in oglaševanja danes je privedel do tega, da sponzorji raje oglašujejo šport, ki se več pojavlja v medijih.«

5.7.6 Kot vemo imate kar nekaj velikih sponzorjev. Kako vam je uspelo pridobiti te sponzorje?

Respondentu B dirkanje v večji meri omogočajo večji sponzorji, kot sta Peugeot in Total: »Veliko je prodajanja samega sebe, prav tako je odvisno, kaj lahko sponzorju ponudiš. Že

od samega začetka rally kariere sodelujemo s podjetjem Peugeot, zraven pa avtomatsko spadajo tudi Peugeot Slovenija, Peugeot Sport in Total. Očitno delamo dobro, saj mi še vedno stojijo ob strani. Ključno je, da ponudiš neko storitev oglaševanja, prav tako se moraš do neke mere prodati, lahko pa postaneš celo ambasador kakšnega podjetja, kot smo bili mi ambasador ALTE. V Sloveniji avtomobilski šport sploh ne kotira tako nizko, le mi ga premalo cenimo. Sami sebi prevečkrat rečemo, da se ne da in da smo premajhni. Je pa res, da ni dovolj samo to, da v enem popoldnevu napišemo prošnjo in jo pošljemo potencialnemu sponzorju. Iskanje sponzorjev zahteva ogromno časa, kar je potrebno vzeti v zakup.«

5.7.7 Katere stroške vam krijejo?

Respondent B meni, da v Sloveniji skoraj ni srečneža, ki bi imel celotno sezono pokrito s sponzorji: »Odvisno je, kakšen program si zastaviš. Poznamo primere, predvsem iz Italije, kjer imajo določeni zelo dobre kanale do dobrih sponzorjev in lahko tudi dobro živijo od tega. Če nabereš dovolj denarja in če si toliko pameten, da pri porabi malo popaziš, se da z rallyjem tudi služiti. Prav tako je priporočljivo, da si pogodbo planiraš tako, da ti na koncu ostane še nekaj denarja za rezultat. Pri nas je tako, da s strani sponzorjev pokrivamo štart projekta, v primeru, da kaj zmanjka, pa dodamo sami. 30 let nazaj so se seveda obračali drugačni zneski, prav tako so bili tudi stroški dirkalnikov dosti nižji. Tehnologija danes je izjemno draga in posledično je fiksni strošek dirkalnika višji.«

5.7.8 Že kar nekaj časa se financirate iz lastnih virov. Kako se s tem spopadate?

Za respondenta A je značilno, da se v večji meri financira iz lastnih sredstev. Na vprašanje, kako mu to uspeva in kako se s tem spopada, je odgovoril: »V lasti imam nekaj dirkalnih avtomobilov, ki jih dajem v najem, iz dobljenega denarja pa pokrivam sebe. V kolikor pri udeležbah na rally tekmovanja vsaj malo popaziš na stroške, se stvar da brez problema izpeljati. Večje težava je najti ljudi, ki bodo dirkalne avtomobile najemal.«

5.7.9 Na kakšen način poskušate zmanjšati stroške? Ali bi se bilo mogoče katerim od stroškov izogniti?

Respondent A meni, da obstaja ogromno stvari, na katerih se da privarčevati: »V kolikor gre za tekmovanje slovenskega tekmovalca v tujini, se da z organizatorjem dogovoriti glede delnega ali celotnega financiranja prijavnine in prenočišča, sploh če gre za posadke z boljšimi rezultati in atraktivnimi avtomobili. Kot vemo, sta pri rallyju ena izmed večjih stroškov gorivo in pnevmatike. Odvisno je, ali želiš privarčevati ali pa želiš biti nekoliko hitrejši. Sam se odločam za cenejše, 100 oktansko gorivo, prav tako pa uporabljam pnevmatike, ki so nižjega ranga in posledično cenejše. Omenim lahko, da ne kupujem za vsako rally tekmovanje novih pnevmatik, pač pa uporabljam tudi rabljene.«

»Na vsaki dirki so prisotni mehaniki, ki poskrbijo za tehnično pripravljenost avtomobila, v primeru okvare pa le-to poskušajo odpraviti. Ker se tudi sam zelo dobro spoznam na avtomobile in sem večina svojih dirkalnih avtomobilov sestavil sam, moje spremstvo vedno sestavlja zgolj en sam mehanik. Pri večini drugih posadk je število mehanikov večje, prav tako so ponekod prisotni tudi inženirji, kar pa posledično pomeni tudi večji strošek. Sam strošek je lahko odvisen tudi od izbire avtomobila za trening pred dirko. Seveda je razlika, ali se odločiš za avtomobil z dizelskim motorjem ali z bencinskim motorjem. Sam pri avtomobilu za trening poskušam privarčevati tako, da se z avto hišami dogovorim za testen avtomobil, kar predstavlja tudi manjše sponzorstvo«.

5.7.10 Ali ste poskusili pridobiti sponzorje in kako?

Pridobivanje sponzorjev dandanes ni tako enostavno. Kot pravi respondent A, je potrebno kar nekaj vloženega truda: »Najprej kontaktiram potencialne sponzorje, za katere menim, da bi bili pripravljeni vlagati sredstva. V kolikor se v sponzorju čuti vsaj malo interesa, mu pošljem brošuro, v kateri je celotna predstavitev posadke, dirkalnega avtomobila, s katerim se bo tekmovalo, kje se bo tekmovalo in na kakšen način se bo sponzorju vračalo usluge. Če se sponzor odloči za vlaganje sredstev oziroma želi izvedeti več informacij, se sestanemo na sestanku, kjer mu je vse bolj natančno utemeljeno«. Respondent A tudi navaja, da je, še pred časom, ko ga je podpiralo več sponzorjev, preko agencije naredil točen izračun časa, ko naj bi se tekmovalec pojavljal na televizijskih zaslonih, v časopisih in na internetu. Ugotovil je, da znaša razmerje med dobljenimi sredstvi s strani sponzorjev in stroški, ki bi jih sponzor imel z lastnim oglaševanjem na televizijskih zaslonih, v časopisu in na internetu 1:6. Po koncu sezone je primerjal realne podatke z izračunanimi in ugotovil, da je to razmerje še naraslo, in sicer na 1:15.

5.7.11 Kateri stroški vas pri sami udeležbi najbolj bremenijo?

Tekmovalce rally tekmovanj, katerih sponzorji ne podpirajo v tolikšni meri, bremenijo kar visoki stroški. Respondent A meni: »Eden izmed stroškov, ki ni zanemarljiv so prijavnine. Za avtomobil, s katerim tekmujem, znaša le-ta 400,00 EUR. Seveda ne gre tudi brez pnevmatik in goriva. Močnejši avtomobil porabi več goriva, prav tako potrebuje pnevmatike večjih dimenzij, ki so dražje. Kot za zanimivost lahko povem, da je dejanski strošek dirkalnega avtomobila Mitsubishi Lancer Evo XI 38,00 EUR/km. Kot strošek, ki se mu skoraj ni mogoče izogniti lahko omenim tudi prenočišče in hrano, višina teh stroškov pa je seveda odvisna od lokacije in trajanja tekmovanja«.

5.7.12 Kaj je po vašem mnenju največja ovira, da je udeležba na rally tekmovanjih v Sloveniji s strani domačih tekmovalcev zelo slaba?

Če primerjamo štartne liste tekmovalcev v preteklosti in danes, lahko ugotovimo, da udeležba, sploh domačih tekmovalcev, hitro upada. S tem se strinja tudi Respondent A: »Problem je, da imamo zmeraj manj mladih tekmovalcev, ki bi nadomestili nas starejše. Prav tako si v dobri formi le do določenega leta, kar je posledica tega, da starejši tekmovalci odhajajo, mladi pa niti ne prihajajo. Drugi problem je tudi v avtomobilih, ki so velik finančni zalogaj, sploh za podmladek. Letos so se stvari nekoliko spremenile, saj je zveza sprejela nov pravilnik, v katerem, kot novost, navaja novo R skupino. Tekmovalec lahko kupi serijski avtomobil, v katerega vgradi varnostno opremo (varnostna kletka, varnostni pasovi in dirkalni sedeži, gasilni aparat), vse ostalo, kot so zavore, motor, menjalnik pa ostaja serijsko. Prav tako za tak avtomobil ne potrebuješ homologacije. Vse to pripomore k nižjim stroškom in zato upamo, da se bodo razmere nekoliko izboljšale.«

Respondent B kot glavno oviro poudarja sam interes mladih: »Kar se tiče kakovosti avtomobilov, se mi ne zdi, da bi bile razmere slabše, medtem ko številčnost avtomobilov upada. Včasih so bili avtomobili bolj dostopni in tudi zanimanja je bilo dosti več. Dandanes je samo zanimanje in interes mladih za tehniko in posledično rally manjše. Eden izmed faktorjev za manjšo udeležbo so vsekakor tudi finance, se pa ne strinjam, da je to glavni faktor. Prav tako so se, zaradi večjega poudarka na varnosti, zaprla vrata manjšim in šibkejšim avtomobilom, ki bi jih tekmovalci lahko sami naredili doma. Še enkrat pa poudarjam, da je konkurenčnost avtomobilov, sploh močnejših, danes veliko večja v primerjavi s preteklostjo, ko je bilo močnejših avtomobilov zelo malo.«

5.7.13 Kaj menite, je udeležba rally tekmovanj cenejša v Sloveniji ali na Hrvaškem in zakaj? Pa sama organizacija tekmovanja? Na primer Rally Nova Gorica in Rally Croatia.

Respondent A je mnenja, da sta tako udeležba kot tudi organizacija rally tekmovanj cenejši na Hrvaškem: »Če gledamo z vidika hrvaškega tekmovalca, ki tekmuje za hrvaško državno prvenstvo, je udeležba vsekakor cenejša pri naših sosedih, kjer so velike razlike že v znesku prijavnine. Prav tako menim, da se Hrvaška spopada tudi z nižjimi stroški organizacije rally tekmovanj. Veliko več je prostovoljnega dela, kar posledično niža stroške, hkrati pa mislim, da je zaradi tega tudi slabše poskrbljeno za varnost, tako udeležencev kot tudi gledalcev. Več prostovoljstva je verjetno tudi zato, ker hrvaški organizatorji rally dirk, v primerjavi s slovenskimi, pridobijo manj sponzorskih sredstev, oziroma so ta v bolj materialnih oblikah.«

Respondent B je mnenja, da so razlike v stroških udeležbe tekmovanj zanemarljive: »Razlike v stroških udeležbe rally tekmovanja v Sloveniji ali na Hrvaškem so s strani voznika praktično zanemarljive. V Sloveniji je prijavnina dražja za 100,00 EUR oziroma 250,00 EUR, vendar sem mnenja, da če to vpliva na manjšo številčnost, naj bodo tekmovalci raje

doma. Če primerjamo naše prijavnine z italijanskimi, bi lahko rekel, da so v Sloveniji še prepoceni. Je res, da so na Hrvaškem prijavnine cenejše, vendar pa nižja cena posledično vpliva na slabšo kakovost in varnost izvedbe (slabša reševalna in gasilska služba).«

Respondent B poudarja, da gre pri sami organizaciji rally tekmovanj predvsem za iznajdljivost: »Kolikor vem, so na Hrvaškem stroški reševalne in gasilne službe cenejši, kar kaže na večjo iznajdljivost organizatorjev. Več je prostovoljstva, vendar pa to posledično vpliva na manjšo varnost in slabšo organizacijo. Mislim, da bi se morala zveza za avto šport povezati z Ministrstvom za obrambo. Od njih bi dobili radio veze, prav tako imajo dobro reševalno in gasilno službo, vojake pa bi lahko porabili za delo redarjev in varnostnikov. Če bi bil interes, menim, da to sploh ne bi bilo tako težko omogočiti, prav tako bi bilo večje tudi zadovoljstvo s strani organizatorjev, saj bi privarčevali na določenih stroških. Gre predvsem za interes in iznajdljivost, tako zveze kot tudi organizatorjev.«

5.7.14 Kje bi se rallyja raje udeležili in zakaj?

Respondent A in Respondent B se rada udeležujeta tako domačih tekmovanj kot tudi tekmovanj pri naših sosedih. Respondent A: »Glede udeležbe rally tekmovanj bi rekel, da sta oba rallyja zanimiva. Rally Nova Gorica je domače dirka, veliko je navijačev in podpore, prav tako je prisotna večja evforija, medtem ko ima Rally Croatia zelo lepe hitrostne preizkušnje, vendar pa veliko manj gledalcev. V letu 2017 je bilo tudi z vidika konkurence veliko bolj zanimivo na Rally Nova Gorica«. Respondent B: »Vseeno mi je, kje se udeležujem dirk, saj dirkam zase in mi je to v veliko veselje. Sem eden prvih, ki sem vozil MITROPO pokal, prav tako bi lahko rekel, da imam skoraj več odpeljanih dirk v tujini kot doma. Več kot dirkam, bolj širim znanje in izkušnje ter pridobivam na konkurenčnosti. Tako Rally Nova Gorica kot tudi Rally Croatia sta lepi dirki.«

5.7.15 V kateri državi je mogoče opaziti več sponzorske pomoči (tako pri organizaciji kot udeležbi) in zakaj?

Oba respondenta sta bila soglasna, da je sponzorstvo problem tako na Hrvaškem kot tudi v Sloveniji. Nekateri se financirajo sami, nekateri naberejo nekaj sredstev preko poznanstev, le malo nas je takih, ki smo deležni pomoči večjih sponzorjev. Dandanes je pokrovitelja težko dobiti, prav tako je težko prodati marketinški prostor, saj se nimaš kje pokazati. Pozdravljam tudi idejo glede reportaž slovenskega dirkanja, vendar pa ne smemo pričakovati, da bo kar čez noč prišlo do izboljšanja situacije. V kolikor bi zveza imela več posluha in več razumevanja, bi bilo marsikaj lažje.«

5.7.16 Kakšno je vaše mnenje glede trenutne situacije rallyja tako v Sloveniji kot na Hrvaškem?

S tem, da trenutna situacija rallyja tako v Sloveniji kot tudi na Hrvaškem ni ravno rožnata, se strinja tudi Respondent A: »Res je, da se trenutne razmere v rallyju ne morejo primerjati z razmerami pred 20 leti, vendar vseeno menim, da so si posamezniki opomogli in se stvari počasi izboljšujejo. Vedno bolj v pozabo gredo avtomobili 1. divizije, medtem ko so za tekmovalce vse bolj zanimivi močnejši avtomobili 2. in 3. divizije.«

Respondent A je že prej navedel, da je zveza, z letošnjo uvedbo nove klase R, na pravi poti k izboljšanju razmer: »Pravilnik je sprejet, sedaj pa je potrebno to novico posredovat med ljudi in potencialne udeležence rally tekmovanj. Posledično bi bilo lahko na štartu več prijavljenih, večji bi bil skupen znesek prijavnin, prav tako bi lahko naraslo tudi zanimanje sponzorjev, kar bi pozitivno vplivalo na organizatorje in tekmovalce.«

»Za izboljšanje razmer v rallyju je v večji meri zadolžena zveza za avto šport. Problem je, da so ustanovitelji zveze ob njenem nastajanju prazno obljubljali, da bodo tekmovalne licence za udeležence brezplačne. Prav tako so tudi visoke prijavnine tiste, ki tekmovalce ustavljajo, vendar pa o njihovem znižanju nihče drug, razen tekmovalcev, noče slišati, saj so le-te povezane z organizacijo rally tekmovanj, kar pomeni da so sami tekmovalci v določeni meri tudi sponzorji organizacije rally tekmovanj.«

Respondent B je glede situacije slovenskega rallyja bolj optimističen, medtem ko za dogajanje v hrvaškem rallyju počasi izgublja upanje: »Mislim, da z vidika državnega prvenstva na Hrvaškem kakšnega večjega napredka ne bo več. Vse skupaj strmo pada in gre le še na slabše. V kolikor Hrvati ne bi imeli »uvoženih Hrvatov« iz Madžarske, ki bi tekmovali za hrvaško DP, bi bila stvar še toliko bolj žalostna. Primanjkuje entuziastov, kar je povod za takšno situacijo. Kar se pa tiče slovenskega rallyja, menim, da se je trend padanja ustavil in se je krivulja celo začela obračat navzgor, saj se razmere počasi izboljšujejo. Imamo 2 atraktivna R5 avtomobila, prav tako je vedno več R2 avtomobilov. Glede na to, da nas je vseh skupaj približno 2.000.000 in je udeležba na dirko za slovensko državno prvenstvo v povprečju 60 tekmovalcev, je to dokaj dober rezultat. Marsikdo trdi, da bi nižje prijavnine pripomogle k izboljšanju situacije. Sam se s tem ne morem strinjati, saj mislim, da prijavnine ne vplivajo na udeležbo. Prav tako je z višjimi prijavninami zagotovljena večja varnost, tako tekmovalcev kot tudi organizatorjev.«

5.8 Analiza pridobljenih odgovorov

Odgovori obeh respondentov potrjujejo, da je pridobivanje sponzorjev tako s strani organizatorjev kot tudi samih tekmovalcev zelo oteženo. Ključni problem, katerega oba navajata je ta, da se rally dogodki le v manjši meri pojavljajo v medijih in zato za sponzorje niso najbolj privlačni. Ker je že sama organizacija rally tekmovanj zelo velik strošek,

organizatorji niso v tolikšni meri naklonjeni oglaševanju in promociji teh dogodkov. Prav tako bi morala biti tudi zveza za avto šport bolj marketinško usmerjena.

Nekateri tekmovalci so pri iskanju sponzorjev bolj uspešni, večina pa je takih, ki se v večji meri financirajo iz lastnih virov. Seveda je vse odvisno od tega, kaj tekmovalec sponzorju lahko ponudi, s kakšnim avtomobilom nastopa, kakšne rezultate ima za sabo in v kolikšni meri bi bil zanimiv za javnost. Lahko bi se posluževali načina, kot ga poznajo v tujini, ko za iskanje sponzorjev tekmovalci najamejo agencijo. Prav tako je eden izmed načinov tudi ta, da tekmovalci opustijo klasično pisanje prošenj sponzorjem ampak potencialnemu podjetju – sponzorju ponudijo oglaševalski prostor na dirkalnem avtomobilu. Iskanje sponzorjev zahteva ogromno časa in dela, kar pa je potrebno vzeti v zakup. Sponzorji bi morali tekmovalce vključevati v svoje oglaševalske kampanje, kar bi vsekakor pripomoglo k večji prepoznavnosti tekmovalca in posledično k večjemu vplivu na ciljno publiko s strani podjetja – sponzorja.

Po mnenju Respondenta B je ključno, da sponzorju ponudiš neko storitev oglaševanja, prav tako pa se moraš do neke mere prodati. Seveda lahko postaneš tudi ambasador kakšnega podjetja. Čeprav se da drugje po svetu z rallyjem celo dobro zaslužiti, v Sloveniji ni srečneža, ki bi imel celotno sezono dirkanja pokrito s strani sponzorjev. Respondentu B, ki ga sponzorira kar nekaj večjih sponzorjev, kot so Peugeot Slovenija, Peugeot Sport in Total, leti namenijo sredstva, s katerimi uspe pokriti štart projekta, v kolikor so stroški višji, pa razliko pokrije sam.

Respondent A se v večji meri financira iz lastnih sredstev, kar mu uspeva na način, da lastne dirkalne avtomobile oddaja v najem drugim tekmovalcem in iz dobljenih sredstev pokriva lastne projekte. V kolikor se financiraš sam, znaš paziti tudi na stroške. Veliko se da privarčevati pri cenejši izbiri goriva in pnevmatik. Odvisno je tudi, s katerim avtomobilom boš treniral in popisoval progo ter koliko mehanikov bo štelo tvoje spremstvo. V kolikor tekmuješ v tujini, se, z iznajdljivostjo, da z organizatorjem zmeniti tudi za brezplačno prijavnino ali prenočišče.

Oba respondenta sta mnenja, da sponzorji še vedno vlagajo v ta šport, vendar so se njihovi zneski, v primerjavi s preteklostjo, zaradi višjih fiksnih stroškov znižali. Velikega pomena so tudi dobre veze, ki organizatorje ali tekmovalce pripeljejo do pravih ljudi. Pred približno trideset leti so bili časi drugačni, rally je imel večjo veljavo, prav tako je bil tudi jugoslovanski trg dosti večji. Oglaševanje na televiziji še ni bilo razvito v tolikšni meri in prav zato so sponzorji raje vlagali v športne dogodke, ki so bili obsežno obiskani, medtem ko so danes sponzorji naklonjeni predvsem športu, ki se bolj pogosto pojavlja v medijih.

Respondent A je mnenja, da danes število mladih tekmovalcev, ki bi nadomestili starejše, hitro upada. Problem so dirkalni avtomobili, ki za mladino predstavljajo velik finančni zalogaj in najverjetneje ključni problem za manjšo udeležbo. Respondent B pa pravi, da

glede kakovosti avtomobilov razmere danes niso slabše, ne more pa tega trditi glede številčnosti. Ključen problem za manjšo udeležbo je v interesu in zanimanju mladih tekmovalcev. Seveda na manjšo udeležbo vplivajo tudi finance, vendar po mnenju respondenta B, niso ključen faktor.

Respondenta sta enotna, da so stroški organizacije rally tekmovanj na Hrvaškem nižji v primerjavi z rally dogodki v Sloveniji. Pri naših sosedih je s strani gasilne, reševalne in varnostne službe, veliko več prostovoljnega dela, kar pa po mnenju obeh respondentov vpliva na slabšo varnost in organizacijo. Odvisno je, v kolikšni meri so sami organizatorji iznajdljivi.

Respondent A je mnenja, da je za tekmovalca cenejša udeležba hrvaškega rallyja, saj so prijavnine veliko nižje kot pri nas. Respondent B pa navaja, da so razlike v stroških udeležbe rally tekmovanj v Sloveniji ali na Hrvaškem s strani tekmovalca praktično zanemarljive. Poudarja, da v kolikor višina prijavnine vpliva na številčnost udeležbe, naj tekmovalci raje zaključijo z dirkanjem. Kot vemo, organizatorji rally tekmovanj z zneskom prijavnin delno pokrivajo stroške organizacije in zato nižja prijavnina posledično vpliva na slabšo kakovost in varnost izvedbe tekmovanja.

Čeprav današnje situacije rallyja ne moremo primerjati s preteklostjo, se oba respondenta strinjata, da se razmere, vsaj v Sloveniji, počasi izboljšujejo. Z vidika slovenskega rallyja lahko opazimo, da so si posamezniki opomogli, vedno več je konkurence, prav tako pa je k izboljšanju letos pripomogla tudi zveza za avto šport. Le-ta je uvedla nov pravilnik, v katerem navaja, da lahko tekmovalci tekmujejo s serijskim avtomobilom, v katerega morajo vgraditi zgolj varnostno opremo, kot so varnostna kletka, varnostni pasovi, sedeži in gasilni aparat. Motor vozila, zavore in ostali deli avtomobila lahko ostanejo serijski, prav tako ni potrebna homologacija vozila. Tako zveza kot tudi organizatorji z uvedbo tega pravilnika upajo na večjo udeležbo rally tekmovanj.

Kar se tiče rally tekmovanj na Hrvaškem, so razmere po mnenju respondentov nekoliko slabše. Res je, da imajo naši sosedje zelo lepe hitrostne preizkušnje, vendar pa udeležba rally tekmovanj hitro upada, prav tako ni več prisotne prave konkurence. V kolikor ne bi bilo nekaj tujih tekmovalcev iz Madžarske, ki tekmujejo za hrvaško državno prvenstvo, bi bila situacija še slabša. Zaradi slabe in nezanimive udeležbe posledično upada tudi gledanost s strani gledalcev ob progi.

5.9 Odgovori na raziskovalna vprašanja

V magistrski nalogi sem poleg teoretičnih osnov in podatkov organizatorjev rally tekmovanj tudi v empiričnem delu raziskala vprašanja, ki sem si jih na začetku zastavila. Skozi analizo podatkov glede stroškov in dobljenih virov financiranja pri organizaciji rally tekmovanj, sem ugotovila, da organizatorji tekmovanje izpeljejo na način, da dosega pozitiven rezultat.

Analizirala sem tekmovanje za slovensko državno prvenstvo, Nova Gorica 2017 in Rally Croatia 2017, ki je štel za hrvaško državno prvenstvo. Ugotovila sem, da so stroški organizacije višji pri organizaciji slovenskega rallyja, prav tako pa so višji tudi dobljeni viri financiranja oziroma prihodki. Hrvaški organizator se je nekaterim stroškom izognil s prostovoljnim delom, prav tako je bil deležen nekaterih materialnih dobrin. Za organizatorja slovenskega rallyja je bila ključnega pomena varnost, kar tudi kaže na dražjo reševalno in gasilno službo. Iz podatkov je razvidno, da so bili sponzorji bolj finančno naklonjeni slovenskemu organizatorju, prav tako je bil pri organizaciji slovenskega rallyja, zaradi večjega števila udeležencev, večji tudi delež prijavnin. Obema organizatorjema sta na pomoč priskočili zvezi za avto šport, AŠ 2005 in HAKS, pri organizaciji hrvaškega rallyja pa je bilo, z namenom spodbujanja turizma, tudi več občinskih sredstev. Organizatorji se ves čas trudijo, da pridobijo dovolj virov financiranja za pokritje visokih stroškov organizacije. V tem primeru je to obema organizatorjema uspelo, vendar pa je bil končni izkupiček pri organizaciji slovenskega rallyja dosti večji, kot pa pri organizaciji hrvaškega rallyja.

Vsekakor je ključen problem pridobivanja sponzorjev oslABLJENO oglaševanje rally tekmovanj in le redko pojavljanje v medijih. Sponzorji so bolj naklonjeni športu in športnim dogodkom, ki so medijsko bolj odmevni, saj s tem sponzorji pridobivajo na prepoznavnosti. Iskanje sponzorjev zahteva trud in čas, prav tako tudi iznajdljivost. Z vidika tekmovalca je pomembno, kako se potencialnemu sponzorju predstavi in v kolikšni meri se zna prodajat.

Ključne razlike pri organizaciji rally tekmovanj v Sloveniji in na Hrvaškem so pri stroških reševalne, gasilne in varnostne službe. Pri organizaciji hrvaških rally tekmovanj je mogoče opaziti več prostovoljnega dela, prav tako so tam prisotna starejša reševalna in gasilna vozila ter manjše število varnostnikov in redarjev. Posledično to vpliva na manjšo varnost tako tekmovalcev kot tudi gledalcev in slabšo organizacijo. V Sloveniji je varnost na višjem nivoju in so zato tudi stroški nekoliko višji, prav tako je manj prostovoljnega dela, ki bi bilo lahko manj zanesljivo.

Največja ovira za udeležbo rally tekmovanj so vsekakor finance. Tehnologija danes je dražja, kar posledično pomeni, da je tudi fiksen strošek dirkalnika višji. Prav tako so zahteve po večji varnosti onemogočile, da bi tekmovalci sami sestavili dirkalne avtomobile in privarčevali na določenih stroških. Vsekakor je eden izmed razlogov za slabo udeležbo nezanimanje in manjši interes mladih tekmovalcev. K povečanju udeležbe bi z določenimi programi in ugodnostmi lahko pripomogla tudi zveza za avto šport.

Večina tekmovalcev, tako v Sloveniji kot na Hrvaškem, se v večji meri financira iz lastnih sredstev. V kolikor tekmovalcem uspe pridobiti sponzorje, jim le-ti namenijo manjše finančne zneske, največkrat pa kar materialne dobrine. Nekaj je tudi tekmovalcev, ki imajo s strani večjih sponzorjev pokrite skoraj celotne stroške sezone dirkanja. Prav tako se da drugje po svetu, s premišljenim ravnanjem, z rallyjem celo zaslužiti. Tako kot pri sponzoriranju rally tekmovanj, je tudi pri sponzoriranju rally tekmovalcev ključna ovira

slabo oglaševanje tega športa. Seveda je pri iskanju potencialnih sponzorjev potrebno veliko iznajdljivosti, prav tako pa so dobrodošle dobre veze s pravimi ljudmi.

5.10 Priporočila in predlogi izboljšav

Na podlagi teorije sem izvedela, da je organizacija dogodka zapleten proces, ki zahteva visoka finančna sredstva, pa tudi ogromno znanja in izkušenj. Tako k organizaciji kot tudi k udeležbi športnega dogodka, največkrat pripomorejo prav sredstva sponzorjev in donatorjev. Skozi analizo podatkov, ki sem jih pridobila s strani organizatorjev dveh rally tekmovanj, sem izvedela, da sponzorji predstavljajo največji delež financiranja. Za pridobitev sponzorskih sredstev se trudijo tudi sami tekmovalci, kar pa je, zaradi slabe medijske pokritosti tega športa, to zelo oteženo.

Menim, da je pri organizaciji rally tekmovanj varnost ključnega pomena. Ker rally velja za dokaj nevaren šport, je potrebno pri organizaciji takega dogodka poskrbeti tako za varnost udeležencev kot tudi za varnost samih gledalcev. Vsekakor organizator ne bi smel zniževati stroškov z izbiro slabše oziroma manj številčne reševalne, gasilne in varnostne službe.

Rally tekmovanja bi potrebovala tudi večjo podporo s strani države ali občin, v katerih se tekmovanje odvija. Le-te bi organizatorjem lahko delno ali v celoti financirale stroške javnih služb, kot sta reševalna in gasilna služba, ki predstavljata kar visok delež vseh stroškov. Poudariti je potrebno, da sta se stroškom policije izognila oba organizatorja rally tekmovanj, saj je v obeh primerih šlo za večjo mednarodno prireditev in so bili zato stroški policije kriti iz državnega proračuna.

Za lažje pridobivanje finančnih sredstev in posledično lažjo organizacijo rally tekmovanj bi se morali organizatorji usmeriti v večje oglaševanje tovrstnih dogodkov. Prav tako bi pri promociji teh dogodkov morala biti bolj agresivna tudi zveza za avto šport. Le-ta bi morala postati bolj marketinško usmerjena, kar bi posledično vplivalo na pogostejše pojavljanje rallyja v medijih in tudi lažje pridobivanje sponzorjev. Zveza bi prav tako morala razpisati različna pokalna tekmovanja, podprta s finančnimi ali pa materialnimi nagradami, ki bi vključevala zgolj mlajšo starostno skupino in na ta način spodbujala večje zanimanje mladih za ta šport. Podmladek bi morali z različnimi šolskimi programi iskati že v srednjih šolah, pri čemer bi lahko sredstva pridobili že iz različnih razpisov. Zveza za avto šport bi se prav tako lahko povezala z Ministrstvom za obrambo. Z njihove strani bi bila v tem primeru zagotovljena celotna reševalna in gasilna služba ter radio veze, vojaki pa bi lahko opravljali delo varnostnikov in redarjev. Organizatorji bi se na ta način izognili visokim stroškom oziroma stroške nekoliko zmanjšali.

Organizatorji bi morali, v sodelovanju z zvezo za avto šport, razmišljati o prenosu rally tekmovanj v živo. To bi vsekakor povečalo zanimanje za ta šport, prav tako bi bilo, zaradi

pogostejšega pojavljanja v medijih, lažje pridobiti potencialne sponzorje. Uveljaviti bi se morale tudi reportaže po končanih rally tekmovanjih in intervjuji z najboljšimi tekmovalci. Na področju slovenskega avto športa se v letu 2018 že kaže napredek. V sodelovanju z »Videomv« bodo z reportažami pokrili vseh 6 predvidenih rallyjev za slovensko državno prvenstvo in 3 gorsko hitrostne preizkušnje za slovensko državno prvenstvo, vse skupaj pa bo predvajano na kanalih televizije Šport TV. Na ta način bosta, tako slovenski rally kot tudi gorsko hitrostne preizkušnje, postala bolj prepoznavna in zanimiva za javnost ter sponzorje, prav tako pa bosta s tem dobila svoj logotip. Rally bo pridobil neko novo podobo in prav to bi lahko bil uspešen začetek promocije slovenskega avto športa. Poleg reportaž, je zveza v letu 2018 uvedla novo R skupino avtomobilov, kjer bo omogočeno tekmovanje s serijskimi avtomobili, v katerih mora biti vgrajena varnostna oprema, ni pa potrebna homologacija teh avtomobilov. Z uvedbo R skupine, ki bi zagotavljala nižji strošek avtomobilov, obstaja možnost, da bi se povečalo število udeležencev rally tekmovanj.

AŠ 2005 je na začetku svojega delovanja obljubljala, da bodo tekmovalne licence za udeležence zastoj, vendar se obljube ni držala. Na ta način bi najverjetneje pridobili kakšnega tekmovalca več. Prav tako med državama opazimo razlike v višini prijavnin. Prijavnine za udeležbo v hrvaškem državnem prvenstvu so veliko nižje, kot pa prijavnine v slovenskem državnem prvenstvu. Nekateri so mnenja, da bi znižanje prijavnin v Sloveniji povečalo število udeležencev na posameznih rally tekmovanjih, marsikdo pa meni, da bi nižje prijavnine, zaradi znižanja prihodkov, privedle do poslabšanja varnosti rally tekmovanj.

Menim, da ima sama organizacija rally tekmovanj pozitiven vpliv na razvoj mest oziroma občin, v katerih se rally odvija. Občine bi za organizacijo tovrstnih tekmovanj morale nameniti še več finančnih sredstev, saj bi jim organizacija takšnih dogodkov lahko prinesla dolgoročne koristi. Povečala bi se prepoznavnost mest, v katerih se rally odvija, prav tako bi se povečal obisk turistov in dodatna poraba v teh mestih. Iz dobljenih podatkov lahko opazimo, da je Občina Poreč za organizacijo Rally Croatia 2017 namenila kar nekaj sredstev. Njen cilj je bil, da privabi turiste tudi v »mrtvi« sezoni in promovira destinacije ter hotele za poletno sezono.

AMD Gorica, ki je tudi organizator Rally Nova Gorica, je v sodelovanju s podjetjem Mahle d.o.o. v letu 2017 organiziral 1. MAHLE Eco Rally. Kot društvo, ki je namenjeno spodbujanju varnosti na cestah in razvoju tehnične kulture, so organizirali pozivno točnostno tekmovanje z električnimi in hibridnimi avtomobili. Njihov namen je bil predstaviti sodobnejše avtomobile, ki so okolju bolj prijazni in bodo v prihodnosti nadomestili obstoječa vozila. Z organizacijo pozivnega točnostnega tekmovanja je organizator Rallyja Nova Gorica, poleg sponzorja Mahle, pridobil še nekatere druge pomembne sponzorje.

Vsekakor bi morali mladi tekmovalci spremeniti odnos do samih dirk in rallyja. Res je, da rally tekmovanje predstavlja ogromen finančni zalogaj, sploh za mladega tekmovalca, res pa

tudi je, da samo zanimanje in interes za tehniko ter posledično rally, s strani mladih upada. Vsi si želijo le nižjih stroškov, pri iskanju sponzorjev pa niso vztrajni in hitro obupajo. Seveda ni dovolj, da tekmovalac v enem dnevu napiše prošnjo za sponzorstvo in pričakuje totalen preobrat. Potrebno je veliko vloženega truda in časa, pa tudi iznajdljivosti in potrpežljivosti. Tekmovalci bi prav tako morali spremeniti taktiko iskanja potencialnih sponzorjev. Le-tem bi morali ponujati oglaševalski prostor na svojem dirkalnem avtomobilu, v zameno pa bi dobili plačilo.

Pomembno je, da sponzor in tekmovalac medsebojno sodelujeta tudi po končanih tekmovanjih. Sponzorji bi morali tekmovalce vključevati v svoje oglaševalske kampanje, kar bi se izražalo na še večji prepoznavnost tekmovalca. Prav tako bi lahko podjetje, ki sponzorira, z nastopom znanega športnika v svojih oglasih, poskušalo povečati prodajo svojih izdelkov oziroma storitev. Tudi, če je podjetje zgolj povezano z znanimi osebnostmi, ima možnost, da doseže ciljno publiko.

SKLEP

Cilj vsakega organizatorja športnega dogodka je uspešna in učinkovita izvedba dogodka, z najnižjimi stroški, visoko kakovostjo in časovno natančnostjo. Organizacija športnih dogodkov zagotavlja večanje ugleda določene športne panoge tako v domačem kot tudi mednarodnem okolju. Prav tako omogoča promocijo samega športa in športnikov ter ima promocijski učinek tudi za gospodarstvo in turizem.

Organizacija športnih dogodkov spodbuja naložbe v promet in infrastrukturo, zagotavlja pozitiven vpliv tujih obiskovalcev, ustvarja nova delovna mesta, povečuje gospodarsko rast in ugled države oziroma mesta, kjer se dogodek odvija. Poleg vseh gospodarskih prednosti, je organizacija športnega dogodka velik finančni zalogaj, kar se lahko odraža v povečanju davkov in posledično slabi podpori s strani davkoplačevalcev.

Globalizacija športnih dogodkov se je začela z oddajanjem dogodkov na TV kanalih in s pojavom informacijsko-komunikacijskih tehnologij, ki ogled športnih dogodkov omogočajo kjerkoli in kadarkoli. Oblika in višina financiranja športnega dogodka sta odvisni predvsem od možnosti TV prenosa in gledanosti športnega dogodka.

Kot sem že omenila, organizacija športnega dogodka zahteva ogromna finančna sredstva. Prav od denarja je odvisno, ali nek dogodek sploh lahko izvedemo. Ker je namen organizatorjev ustvarjanje dobička, je potrebno že na začetku ugotoviti, na kakšen način bo potekalo financiranje športnega dogodka. Poznamo javne vire financiranja, kot so proračun lokalnih skupnosti, državni proračun, evropski proračun in sredstva Fundacije za šport. Pri zasebnih virih financiranja pa gre za prodajo določenih storitev ali blaga, kot so vstopnice in promocijski material, prav tako med zasebne vire financiranja vključujemo tudi sponzorstva in donacije. Večina organizatorjev športnih dogodkov, pa tudi športnikov, je danes odvisnih

od podpore sponzorjev. Sponzorjem povezava s športom povečuje ugled in ustvarja dobro ime.

Ugotovila sem, da sta pri organizaciji Rallyja Nova Gorica 2017 in Rallyja Croatia 2017, oba organizatorja poslovala z dobičkom. Organizator slovenskega rallyja je presežek porabil za vlaganje v mlade upe slovenskega avto športa, medtem ko bo hrvaški organizator sredstva porabil za organizacijo rally tekmovanja v tekočem letu. Največji delež prihodkov so v obeh primerih predstavljali sponzorji. Prav tako si s sponzorji pomagajo tudi nekateri udeleženci rally tekmovanj. Zaradi slabe medijske pokritosti tega športa, pa je pridobivanje le-teh zelo oteženo. Za večjo naklonjenost sponzorjev, bi bilo potrebno povečati oglaševanje in promocijo rally dogodkov. Prav tako bi na pomoč lahko priskočila zveza za avto šport, ki bi morala postati bolj marketinško usmerjena, pa tudi država ali občine, v katerih se tekmovanje odvija. Sami tekmovalci bi morali spremeniti odnos do tega športa in biti pri iskanju potencialnih sponzorjev bolj vztrajni ter potrpežljivi.

Z uvedbo nove in cenejše skupine R avtomobilov ter reportaž po končanih rally tekmovanjih, se v letu 2018, sploh na področju slovenskega rallyja, že kaže napredek, ki bo vsekakor pripomogel k večji promociji te športa. Prav to bi lahko pripomoglo k povečanju zanimanja za ta šport.

LITERATURA IN VIRI

1. Allen, J., McDonnell, I., Harris, R. & O'Toole, W. (2008). *Festival and special event management* (4 izd.). Milton, Qld : John Wiley & Sons.
2. Amis, J., Slack, T. & Berrett, T. (1999). Sport sponsorship as a distinctive competence. *European Journal of Marketing*, 33(3/4), 250-272.
3. Andreff, W. (2008). Globalization of the sport economy. *Rivista di diritto ed economia dello sport*, 4(3), 13-32.
4. Andreu, R. & Sieber, S. (2001). Rally racing: Knowledge and learning requirements for a winning team. *Knowledge and process management*, 8(2), 91-98.
5. Artservis. (2012). *Donatorstvo in sponzorstvo*. Pridobljeno 31. oktobra 2017 iz <http://www.artservis.org/prirocnik/sponzorstvo.htm>
6. AŠ 2005. (brez datuma a). *Svet voznikov*. Pridobljeno 7. januarja 2018 iz <http://www.as2005.eu/o-zvezi/svet-voznikov/>
7. AŠ 2005. (brez datuma b). *Tekmovalna komisija*. Pridobljeno 7. januarja 2018 iz <http://www.as2005.eu/o-zvezi/tekmovalna-komisija/>
8. AŠ 2005. (2016). Športni funkcionarji. *Jože Kramžar – prvi Slovenec z nagrado FIA za najboljšega »tehnika« leta*. Pridobljeno 7. januarja 2018 iz <http://www.as2005.eu/drustva/sportni-funkcionarji/#joze-kramzar-prvi-slovenec-z-nagrado-fia-za-najboljsega-tehnika-leta>
9. Bednarik, J. (1999). *Nekateri vidiki financiranja in organiziranosti športa v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za šport.

10. Bergant Rakočević, V., Ilešič, M., Grilc, P., Podobnik, K., Vlahek, A., Levovnik, J., Jagodic, T., Možina, D. & Gornik, M. (2008). *Šport & pravo*. Ljubljana: GV Založba.
11. Bregar, L., Ograjenšek, I. & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
12. Del Rosso, S., Abreu, L., Webb, H. E., Zouhal, H., Boullosa, D. A. (2016). Stress markers during a rally car competition. *Journal of Strength & Conditioning Research*, 30(3), 605-614.
13. FIA. (2017). *Activity report 2016*. Pridobljeno 9. januarja 2018 iz <https://www.fia.com/multimedia/publication/2016-fia-activity-report>
14. FIA. (brez datuma). *Organisation*. Pridobljeno 25. oktobra 2017 iz <https://www.fia.com/organisation>
15. Germ, M. (brez datuma). *Varnost na prireditvah: Preprečevanje neželenih dogodkov v izogib kaznim*. Pridobljeno 16. decembra 2017 iz http://www.zvd.si/media/medialibrary/2017/06/Zavod_za_varstvo_pri_delu_RDV_3_2016_Varnost_na_prireditvah.pdf
16. Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. New York: Cognizant Communication Corp.
17. Goldblatt, J. (1997). *Special events*. New York: Wiley.
18. Gratton, C., Shibli, S. & Coleman, R. (2006). The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK. *The editorial board of the sociological review*, 54(2) 41-58.
19. Gregurek, Z. (2017). HAKS. *Osnovni podaci o automobilizmu u Hrvatskoj*. Pridobljeno 26. februar 2018 iz <http://www.haks.hr/Op%C4%87enito/Osnovnipodaci.aspx>
20. Hočevar, M., Čadež, S. & Novak, A. (2012). *Poslovodno računovodstvo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
21. Hribar Mrak, M. (2016). *Sponzorstvo v slovenskem avtošportu* (diplomsko delo). Maribor: Fakulteta za organizacijske vede.
22. Jiménez-Naranjo, H., Coca-Pérez, J.L., Gutiérrez-Fernández, M. & Sánchez-Escobedo, M. (2016). Cost-benefit analysis of sport events: The case of World Paddle Tour. *European Research on Management and Business Economics*, 22(3), 131-138.
23. Jošt, B., Pustovrh, J., Leskošek, B. & Čuk, I. (1999). *Analiza nazivov slovenskih športnikov uvrščenih v sistem kategorizacije Olimpijskega komiteja Slovenije – Združenja športnih zvez*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
24. Kljakovič, L. (2013). *Organizacija športne prireditve* (zaključna projektna naloga). Koper: Fakulteta za management.
25. Kolar, E. (2005). *Model vrednotenja športnih panog v Republiki Sloveniji z vidika vrhunškega športnega rezultata* (doktorska naloga). Ljubljana: Fakulteta za šport.
26. Kolar, E., Bednarik, J., Kovač, M., Levak, I. & Čas, T. (2004). Sponzoriranje športne prireditve. *Šport*, 52(2), 14-20.
27. Kolar, E. & Verovnik Z. (2010). *Analiza nacionalnega programa športa v Republiki Sloveniji 2000–2010*. Ljubljana: Fakulteta za šport.

28. Kolar, E. & Zaletel, Z. (2013). *Management (športnih) prireditev*. Ljubljana: Agencija POTI d.o.o..
29. Kolar, E. & Jurak, G. (2014). *Strateški management športnih organizacij*. Koper: Univerza na Primorskem, Znanstveno – raziskovalno središče, Inštitut za kineziološke raziskave, Univerzitetna založba Annales.
30. Kordeš, U. & Smrdu, M. (2015). *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
31. Leoisaac. (brez datuma). *Financing the event*. Pridobljeno 18.11.2017 na spletni strani <http://www.leoisaac.com/evt/top079.htm>
32. Lužnar, S. (2007). *Projektni management in obvladovanje tveganj s primerom sanacije družbe s postopkom prisilne poravnave* (specialistično delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
33. Mihalič, T., Kneževič Cvelbar, L., Pahor, M. & Kuščer, K. (2009). *Ocena izvedljivosti ZOI Bled 2018*. Ljubljana: Ekonomske fakultete.
34. Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. (brez datuma). *Športne prireditve*. Pridobljeno 16. decembra 2017 iz http://www.iss.gov.si/si/delovna_podrocja_sport/sportne_prireditve/
35. Mulej, U. (2003). *Financiranje športnih prireditev* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
36. Mules, T. & Faulkner, B. (1996). An economic perspective on major events. *Tourism Economics*, 12(2), 107-117.
37. Pavšič, G. (2011). *Vse se je začelo že leta 1978*. Pridobljeno 6. januarja 2018 iz <https://www.zurnal24.si/sport/vse-se-je-zacelo-ze-leta-1978-120594>
38. Pavšič, G. (2012). *100 let avtošporta v Sloveniji*. Ljubljana: Zveza za avtošport Slovenije – AŠ 2005.
39. Pettinger, T. (2017, 8. november). *Costs and benefits of hosting the Olympics* [objava na blogu]. Pridobljeno 18. novembra 2017 iz <https://www.economicshelp.org/blog/29/sport/costs-and-benefits-of-the-olympics/>
40. Rally Croatia. (2017). *Competitors*. Pridobljeno 8. januarja iz <http://rally-croatia.com/competitors/documents/>
41. Rally Nova Gorica. (2017). *Uradna oglasna deska*. Pridobljeno 8. januarja iz <https://www.rally-novagorica.si/uradna-oglasna-deska-2>
42. Rošič Kljunčanin, E. (2013). *Organizacija poslovnega dogodka – 90 let nogometnega kluba Domžale* (diplomsko delo). Kranj: Višja strokovna šola.
43. Rozman, R. & Stare, A. (2008). *Projektni management ali ravnateljjevanje projektov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
44. Sikošek, M. (2010). *Management prireditev*. Koper: Fakulteta za management.
45. Speed, R. & Thompson, P. (2000). Determinants of sports sponsorship response. *Journal of the Academy of marketing science*, 28(2), 226-238.
46. Spletnik. (2009, 6. januar). *Poglavje 5: Ekonomika poslovne zamisli II* [objava na blogu]. Pridobljeno 18. februarja 2018 iz <https://spletnik.si/blog/poglavje-5-ekonomika-poslovne-zamisli-ii/>

47. Šubelj, B. (2017). Metaja. *Kontrola poslovanja-kontroling praktični primeri*. Pridobljeno 28. februarja 2018 iz <https://www.metaja.si/vprasanja-glede-poslovanja-podjetja/312-kontrola-poslovanja-kontroling-prakticni-primeri>
48. Šugman, R. (1995). *Športna prireditve*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
49. Šugman, R. (1998). *Organiziranost športa doma in v svetu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
50. Šugman, R., Bednarik, J., Kolarič, B., Doupona, Topić, M., Rauter M. & Tušak, M. (2006). *Športni menedžment*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
51. Šuster, D. (2017). *Poslovno poročilo za leto 2016 in okvirni finančni načrt za leto 2017*. Pridobljeno 2. decembra 2017 iz <http://www.as2005.eu/wp-content/uploads/2015/04/Poslovno-poro--ilo-2016-in-Okvirni-finan--ni-na--rt-2017.pdf>
52. Šuster, D. & Ješe, K. (2017). *Poročilo o delu AŠ 2005 v obdobju februar 2016 – marec 2017*. Pridobljeno 2. decembra 2017 iz <http://www.as2005.eu/wp-content/uploads/2015/04/Poro--ilo-o-delu-A---2005-za-leto-2016.pdf>
53. Šuster, D., Zrinski, A. & Tavčar, P. (2016). *Zelena knjiga 2016*. Ljubljana: Zveza za avto šport Slovenije AŠ 2005.
54. Švab, M. (2010). *Planiranje športne prireditve: primer ironman triatlona v Sloveniji* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
55. Vogrinc, J. (2008). *Kvalitativno raziskovanje na Pedagoškem področju*. Pedagoška fakulteta: Univerza v Ljubljani.
56. Vrenčur, R., Repas, M. & Zajc, B. (2005). *Pravni priročnik za trženje*. Ljubljana: GV Založba.
57. Wiseman, E. (2018). Telegraph. *The World Rally Championship – what is it, and how does it work?* Pridobljeno 7. januarja 2018 iz <http://www.telegraph.co.uk/cars/features/world-rally-championship-does-work/>
58. Zavod PIP. (2015, 24. julij). *Kakšna je razlika med sponzorstvom in donatorstvom?* Pridobljeno 20. decembra 2017 iz <http://nevladna.zavodpip.si/sl/node/821>

PRILOGE

Priloga 1: Višina prijavnin za slovensko in hrvaško državno prvenstvo

Prijavnina za slovensko državno prvenstvo:

- Prijavnina z neobveznimi reklamami organizatorja: 600,00 EUR
- Prijavnina z neobveznimi reklamami organizatorja do 1400 ccm: 300,00 EUR
- Prijavnina Državno prvenstvo Republike Slovenije: 400,00 EUR (do roka za prijave) in 800,00 EUR (po roku za prijave - na administrativnem pregledu)
- Prijavnina Državno prvenstvo Republike Slovenije – divizija 1: 250,00 EUR (do roka za prijave) in 500,00 EUR (po roku za prijave - na administrativnem pregledu)
- Mitropa Rally pokal: 200,00 EUR
- Starodobna vozila: 150,00 EUR

Prijavnina za hrvaško državno prvenstvo:

- Razred 4, pokal S1(do 1400 ccm) in starodobna vozila: 100,00 EUR (do roka za prijave) in 200,00 EUR (po roku za prijave – na administrativnem pregledu)
- Pokal S2 (preko 1400 ccm in do 2000 ccm) in S3 (preko 2000 ccm): 150,00 EUR (do roka za prijave) in 300,00 EUR (po roku za prijave – na administrativnem pregledu)
- Vsi ostali: 200,00 EUR (do roka za prijave) in 400,00 EUR (po roku za prijave – na administrativnem pregledu)

Prijavnina za ERT prvenstvo na Hrvaškem:

- Pravne osebe: 600,00 EUR (do roka za prijave) in 1.200,00 EUR (po roku za prijave)
- Fizične osebe: 400,00 EUR (do roka za prijave) in 800,00 EUR (po roku za prijave)

Prijavnina za ERT prvenstvo v Sloveniji:

- Avtomobili do 1400 ccm: 300,00 EUR
- Avtomobili nad 1400 ccm: 600,00 EUR

Priloga 2: Razpored dobljenih nagrad po različnih pokalih za Rally Nova Gorica 2017

Skupna uvrstitev: 1., 2. in 3. mesto

Generalna uvrstitev – starodobna vozila: 1., 2. in 3. mesto

FIA EVROPSKI POKAL V Rallyju:

ERT: 1., 2. in 3. mesto

ERT 2; 1., 2. in 3. mesto

ERT 3: 1., 2. in 3. mesto

ERT Junior: 1., 2. in 3. mesto

DRŽAVNO PRVENSTVO REPUBLIKE SLOVENIJE V RALLYJU:

Skupna uvrstitev: 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev po divizijah (I, II, III): 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev voznikov do 21 let: 1., 2. in 3. mesto

POKALNO PRVENSTVO AŠ2005:

Uvrstitev v diviziji (IV): 1., 2. in 3. mesto

DRŽAVNO PRVENSTVO REPUBLIKE HRVAŠKE V RALLYJU:

Skupna uvrstitev: 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev Razredih: 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev v razredu S1, S2 in Starodobna vozila: 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev mladincev (samo vozniki): 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev med ženskimi voznicami: 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev Ekipe: 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev klubi: 1., 2. in 3. mesto

FIA CEZ PRVENSTVO STARODOBNIH VOZIL:

Skupna uvrstitev po kategorijah: 1., 2. in 3. mesto

MITROPA RALLY POKAL:

Skupna uvrstitev za POKAL: 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev za YOUNGTIMER POKAL: 1. mesto

Skupna uvrstitve za HISTORIC POKAL: 1. mesto

YUGO POKAL:

Skupna uvrstitev: 1., 2. in 3. mesto

POKALNO PRVENSTVO AŠ2005 ZA STARODOBNIKE:

Skupna uvrstitev po kategorijah (1-4): 1., 2. in 3. mesto

Priloga 3: Razpored dobljenih nagrad po različnih pokalih za Rally Croatia 2017

Skupna uvrstitev: 1., 2. in 3. mesto

FIA EVROPSKI POKAL V RALLYu:

ERT: 1., 2. in 3. mesto

ERT 2; 1. mesto

ERT 3: 1. mesto

ERT Junior: 1. mesto

FIA CEZ PRVENSTVO:

Skupna uvrstitev po kategorijah: 1., 2. in 3. mesto

DRŽAVNO PRVENSTVO REPUBLIKE SLOVENIJE V RALLYJU:

Skupna uvrstitev: 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev po divizijah (I, II, III): 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev voznikov do 21 let: 1., 2. in 3. mesto

DRŽAVNO PRVENSTVO REPUBLIKE HRVAŠKE V RALLYJU:

Skupna uvrstitev: 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev Razredih: 1., 2. in 3. mesto

Uvrstitev v razredu S1, S2 in Starodobna vozila: 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev mladincev (samo vozniki): 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev med ženskimi voznicami: 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev Ekipe: 1., 2. in 3. mesto

Skupna uvrstitev klubi: 1., 2. in 3. mesto

Priloga 4: Pristojbine za licence

Podaljšanje vozniške licence: 190,00 EUR

- izdaja licence
- Zelena knjiga
- Zdravniški karton
- Tehnična knjižica
- Usposabljanje in testiranje
- Obvezno nezgodno zavarovanje

Izdaja vozniške licence (voznik, ki je v preteklosti že imel licenco): 220,00 EUR

- Izdaja licence
- Zelena knjiga
- Zdravniški karton
- Tehnična knjižica
- Usposabljanje in testiranje
- Obvezno nezgodno zavarovanje

Izdaja vozniške licence po roku za prijave (voznik, ki za licenco prosi prvič): 270,00 EUR

- Izdaja licence
- Zelena knjiga
- Zdravniški karton
- Tehnična knjižica
- Usposabljanje in testiranje z začetniško šolo dirkanja
- Obvezno nezgodno zavarovanje
- Almanah ob 100-letnici avto športa v Sloveniji

Podaljšanje vozniške licence po roku za prijave: 304,00 EUR

Priloga 5: Osnovne definicije

Posadka (ang. crew) – posadko vozila sestavljata voznik in sovoznik, pri čemer lahko med rallyjem vozi kdorkoli izmed njiju, v kolikor ima veljavno vozniško dovoljenje in licenco. Med rallyjem se lahko v vozilu nahajata samo člana posadke. Ob prisotnosti tretje osebe v vozilu, lahko žirija posadko kaznuje tudi z izključitvijo. Priimek voznika in sovoznika, s simbolom nacionalne zastave države, mora biti naveden na obeh zadnjih stranskih steklih ob štartni številki.

Del (ang. leg) – rally je sestavljen iz posameznih dni oziroma delov z določeno največjo dolžino trajanja (18 ur vožnje in 3 ure pregrupacije) in določeno najmanjšo dolžino med deli rallyja (6 ur). Del rallyja običajno sovпада z dnem rallyja.

Odsek (ang. section of the rally) – del rallyja ločen s pregrupacijo

Etapa (ang. road section) – deli odseka rallyja, ki niso HP

Nedovoljen servis (ang. prohibited service) – rally posadka ne sme pridobiti ali uporabiti proizvodov, rezervnih delov, orodij ali opreme, razen tiste, ki je v tekmovalnem avtomobilu. Prav tako k nedovoljenemu servisu spada tudi prisotnost ekipe, izmen območja, ki ga opredeljujejo predpisi.

Hitrostna preizkušnja »HP« (ang. special stages »SS«) – HP je del itineraarja etape, na katerem je izveden hitrostni test in poteka po zaprtih cestah. HP, imenovana Super special, je posebna hitrostna preizkušnja, na kateri lahko štarta več vozil hkrati in je namenjena predvsem gledalcem.

Testna hitrostna preizkušnja (ang. shakedown) – testna hitrostna preizkušnja je namenjena preizkusu in nastavljanju tekmovalnih vozil. Udeležba na testni hitrostni preizkušnji ni obvezna, morajo pa posadke, v primeru udeležbe, uporabljati obvezno varnostno opremo.

Potna knjiga (ang. road book) – v potni knjigi je opisan itineraar rallyja. Posadka mora slediti trasi, opisani v potni knjigi, sicer je lahko tudi izključena.

Časovni karton (ang. time card) – posadka prejme svoj karton na štartu vsakega dela ali odseka rallyja. V časovnem kartonu se nahajajo oznake kontrolnih območij in idealni časi za prevoz posameznih etap. Vanj se vnašajo potrditve in dejanski časi prihoda na posamezna kontrolna območja, izraženi v urah in minutah. V časovni karton lahko potrditve in čase vnašajo samo sodniki na kontrolnih območjih. V primeru manjkajoče potrditve ali vpisa časa v časovni karton, je posadka izključena. Prav tako si mora posadka (največkrat je to sovoznik) izračunati čas od ene hitrostne preizkušnje do druge oziroma čas od hitrostne

preizkušnje do servisne cone. V časovno kontrolo mora priti točno v minuti, ki mu pripada, saj v nasprotnem primeru dobi pribitek časa.

Kontrolna območja (ang. control areas) – kontrolna območja so prehodne in časovne kontrole, štart in cilj hitrostne preizkušnje ter območje pregrupacije in nevtralizacije. Opisana so v potni knjigi, skladno z intinerarjem rallyja. Kontrolna območja se začnejo z rumenim znakom kontrolnega območja in končajo z oznako za konec kontrolnega območja v bež barvi s tremi poševnimi črtami. Območje je zavarovano z zaščitno ogrado in s tem preprečuje dostop v kontrolno območje.

Zaprto parkirišče (ang. parc ferme) – gre za območje, v katerem niso dovoljena nikakršna popravila vozil, ne s strani spremljevalne ekipe kot tudi ne s strani posadke.

Pregrupacija (ang. regroup) – pregrupacija je zaustavitev posadk, ki jo predvidi organizator z namenim, da zmanjša razmak med njimi, ki nastane zaradi zamude posadk v posamezna kontrolna območja ali zaradi odstopov.

Nevtralizacija (ang. neutralisation) – čas, med katerim organizator in kakršnega koli razloga zaustavi posadke.

Dodatni pravilnik (ang. supplementary regulations) – gre za uradni dokument rallyja, ki ga izda organizator in podaja specifična navodila glede sodelovanja in poteka rallyja: program, prijave, potek, intinerar, predpisane pnevmatike in gorivo, itd.

Bilten (ang. bulletin) – bilten je uradna listina rallyja, ki je namenjena spremembi, pojasnilu ali dopolnitvi Dodatnega pravilnika in se smatra kot njegov sestavni del. Bilten mora biti odobren s strani Mednarodne zveze FIA, v primeru mednarodnega FIA rallyja oziroma s strani AŠ 2005, v primeru rallyja za državno prvenstvo.

Administrativni in tehnični pregled (ang. administration and technical) – rally se prične z administrativnim in tehničnim pregledom. Termin in kraj sta določena v Dodatnem pravilniku. Na administrativnem pregledu mora posadka predložiti vozniški licenci, klubsko licenco, veljavni vozniški dovoljenji B kategorije, potrjena zdravstvena kartona, zavarovalni polici za nezgodno zavarovanje posadke in potrdili o polnem zdravstvenem zavarovanju. Na tehničnem pregledu pa mora posadka omogočiti pregled celotnega vozila s pripadajočimi dokumenti, FIA homologacije vozila in njenih dodatkov ter čelad in osebne opreme posadke. Tehnični pregled je namenjen splošnemu pregledu vozila. Če vozilo ni pripravljeno skladno s tehničnimi ali varnostnimi pravili, lahko žirija določi rok, do katerega morajo nepravilnosti odpraviti. V nasprotnem primeru žirija posadki ne dovoli na štart rallyja. Po cilju rallyja se izvede zaključni tehnični pregled določenih vozil, ki jih določi žirija, v primeru protesta pa direktor dirke.

Vozniška licenca (ang. drivers licence) – vozniška licenca je dokument, ki ga morata pridobiti tako voznik kot tudi sovoznik, da lahko sodelujeta na prireditvah. Za pridobitev nacionalne vozniške licence preko kluba, morajo vozniki oziroma sovozniki vložiti vlogo, skladno z razpisom za pridobitev licenc ki ga objavi AŠ 2005.

Priloga 6: Subjekti organizacije rally tekmovanj

Organizator – poskrbi za pridobitev vse potrebne dokumentacije in dovoljenj, da je dirka sploh lahko izpeljana, oblikuje potno knjigo, priskrbi osebje, ki mora biti prisotno na tekmovanju.

Žirija – žirija mora imeti najmanj tri seje, in sicer seja po končani verifikaciji in tehničnem pregledu, seja žirije po končanem uradnem treningu in seja žirije po končani dirki. Žirija pregleda ustreznost dokumentacije, ki jo predloži organizator, obravnava pripombe voznikov na tekmovalno progo in pregleda poročilo verifikacijske in tehnične komisije. Prav tako je zadolžena za urnik dirke in ceremonialnega štarta ter zapisnik tekmovanja.

Vodstvo rallyja – vodstvo rallyja sestavljajo direktor rallyja, pomočnik direktorja za varnost, sekretar rallyja, sekretar žirije, predsednik tehnične komisije, merjenje časov in obdelava rezultatov, vodja verifikacije, vodja zdravstvene službe, vodja servisne cone, vodja tiskovnega središča, stiki z vozniki, vodja zaprtega parkirišča, vodja regrupinga, vodja varnosti na posameznih HP.

Direktor dirke – odgovoren je za vodenje prireditve v skladu z uradnim sporedom. Prav tako je lahko direktor dirke istočasno tajnik prireditve in ima lahko različne pomočnike. Zagotoviti mora red v povezavi z oblastjo, ki je zadolžena za red na tekmovanju in odgovorna za javno varnost, zagotoviti, da so vse uradne osebe na svojih mestih in uradnim osebam zagotoviti vse potrebne informacije, nadzorovati voznike in njihove avtomobile, zagotoviti, da vsak avtomobil vozi pravi voznik in avtomobile razvrstiti po kategorijah in razredih, sprejemati pritožbe in zbrati zapisnike časomerilcev, tehničnih komisarje in ostalih udeležencev.

Tajnik dirke – odgovoren je za organizacijo prireditve in za vse objave v zvezi s tem. Zagotoviti mora, da določene uradne osebe poznajo svoje dolžnosti in da imajo ustrezno potrebno opremo.

Oseba za stike s tekmovalci – osnovna naloga osebe za stike z javnostjo je, da tekmovalcem pojasnjuje ali jih seznanja po vprašanjih tolmačenja pravil in poteka rallyja. Oseba za stike z javnostjo mora biti tekmovalcem enostavno prepoznavna – objava urnika prisotnosti, telefonske številke in fotografije na uradni oglasni deski ter v dodatnem pravilniku. Prav tako ta oseba nosi telovnik bele barve z napisom CRO.

Tehnični komisar – delo tehničnega komisarja se prične že pred dirko, ko je potrebno vozila, na listi prijav, razvrstiti po različnih skupinah. Na sami dirki je naloga tehničnega komisarja pregled samega vozila, prav tako pa preverjajo tudi tehnično izpravnost in varnostno opremo (čelade, rokavice, podobleko, kombinezon, čevlje). Vse mora biti skladno z veljavno številko homologacije. Sodelujejo tako v predštartnem prostoru, kot tudi na dirki,

pri delu pa si pomagajo z Zeleno knjigo, FIA dodatki in ostalimi členi iz pravilnika. Po koncu dirke se opravi tudi končni tehnični pregled za vozila, ki jih določi žirija. Ta pregled zajema kontrolo varnostne opreme ter tehtanje vozila, lahko pa tudi druge meritve na vozilu (AŠ 2005, 2016).

Zdravstvena ekipa – v sklopu administrativnega pregleda, pred udeležbo dirke, mora posadka izbranemu zdravniku, ki ga določi organizator in je prisoten v prostorih, kjer poteka administrativni pregled, predložiti potrjen zdravstveni karton. V kolikor so rezultati na zdravstvenem kartonu ustrezni, zdravnik posadki dovoli nastop na dirki. V nasprotnem primeru, lahko zdravnik, zaradi varnostnih razlogov, posadki prepove nastop na dirki.

Časomerilci – časomerilci izvajajo digitalne meritve časa na dirki. Poskrbeti morajo, da je štartna ura pravilno nastavljena in da so časi pravilno izmerjeni ter vpisani. Prav tako so zadolženi za izpolnjevanje in preverjanje časovnih kartonov na začetku in koncu hitrostne preizkušnje ter pri vstopu in izstopu v servis in regrouping. Poleg tega ugotavljajo morebitne zamude in skrbijo za računalniško obdelavo in objavo rezultatov tekmovanj. Pri nas meritve opravlja športno društvo Omikron plus, ki je prisotno na vseh pomembnejših avto športnih prireditvah v Sloveniji in tudi tujini.

Sodniki v boksih – nadzirati morajo celotno oskrbovanje vozil med tekmovanjem in uveljavljati ustrezne predpise dodatnega pravilnika. Podrejeni so direktorju dirke, kateremu morajo takoj sporočiti vse kršitve voznika. Na koncu vsakega tekmovanja morajo podati svoja poročila direktorju dirke.

Sodniki tekmovalne steze – sodnike vzdolž tekmovalne steze razporedi direktor dirke. Od začetka tekmovanja je sodnik podrejen direktorju dirke, kateremu mora takoj sporočiti vse dogodke ali nezgode, ki se zgodijo na odseku tekmovalne proge, za katerega odgovarja.

Športni funkcionar – športni funkcionarji razsojajo o vseh zadevah, ki se lahko na prireditvi pojavijo in so podvržene pravici do priziva, odločajo o uporabi kazni pri kršitvah pravilnikov, v izjemnih okoliščinah lahko dopolnijo dodatni pravilnik, prav tako imajo popolno oblast pri uveljavljanju dodatnih pravilnikov, lahko izrekajo kazni, izključitve, popravijo uvrstitve, lahko prepovejo nastop vozniku ali avtomobilu, za katerega menijo, da je nevaren, prav tako lahko iz tekmovanja izključijo vsakega voznika, za katerega menijo, da ni primeren, lahko prestavijo tekmovanje v primeru višje sile ali zaradi resnih varnostnih razlogov in odločijo o ustavitvi dirke. Naloga športnega funkcionarja je tudi, da izvede vse postopke in ukrepe, ki jih predpisujejo splošni predpisi FIA za rally prvenstva za zagotavljanje varnosti v servisni coni.

Opazovalec mednarodne avtomobilistične zveze – opazuje, če vse poteka po predvidenem planu in predpisih.

Vodja varnosti hitrostne preizkušnje – nadzoruje in usmerja redarje ob progi. V kolikor gledalci ne upoštevajo pravil, lahko vodja varnosti HP-ja prekine oziroma prestavi hitrostno preizkušnjo za določen čas, dokler ne oceni, da so razmere na cesti in ob cesti varne.

Redarji ob progi – skrbijo za varnost gledalcev ob progi, preprečujejo prečkanje ceste gledalcev med dirko in posledično tudi nezgode.

Priloga 7: Seznam prijavljenih na Rally Nova Gorica 2017



6. PETROL RALLY NOVA GORICA

Štartna lista - 1. del

Start List - Leg 1

Poz. Pos.	St.št. St.no.	Voznik/Sovoznik Driver/Codriver	NTL Competitor	Država Country	Vozilo Vehicle	Sk-Raz/Gr-CI Razvrstitev Classifications	Čas štarta Start Time
1	1	Nikolay GRYAZIN Yaroslav FEDOROV	Sports Racing Technologies	LVA RUS	Škoda Fabia R5	RC2 R5 ERT	12:00:00
2	2	Ondřej BISAHA Ondřej KRAJČA	ACCR Czech Team	CZE CZE	Ford Fiesta R5	RC2 R5 ERT	12:01:00
3	3	Antonin TLUSTAK Ivo VYBIRAL	Tlustak Racing s.r.o.	CZE CZE	Škoda Fabia R5	RC2 R5 ERT	12:02:00
4	4	Chewon LIM Martijn WYDAEGHE	Hyundai Motorsport N	KOR BEL	Hyundai NGi20 R5	RC2 R5 ERT	12:03:00
5	6	Rok TURK Blanka KACIN	OPV Sport	SVN SVN	Peugeot 208 R5 T16	RC2 R5 GEN	12:04:00
6	7	Claudio DE CECCO Jean CAMPEIS	Friulmotor	ITA ITA	Hyundai i20 R5	RC2 R5	12:05:00
7	8	Krisztian HIDEG Istvan KEREK	AK Delta sport	HRV HRV	Ford Fiesta R5	RC2 R5 ERT, MIT, MIT co, HRV	12:06:00
8	9	Federico LAURENCICH Emanuela FLOREAN	Scuderia Gorizia Corse	ITA ITA	Ford Fiesta R5	RC2 R5	12:07:00
9	10	Peter SCHARMACH Domenic KREMKAU	Keane Motorsport	NZL DEU	Ford Fiesta R5	RC2 R5 ERT	12:08:00
10	11	Viliam PRODAN Zoran RAŠTEGORAC	AK Opatija Motorsport	HRV HRV	Peugeot 208 R5 T16	RC2 R5 ERT, HRV	12:09:00
11	12	Hermann GASSNER Karin THANNHÄUSER	Hermann Gassner	DEU DEU	Mitsubishi EVO X R4	2 R4 MIT, MIT co	12:10:00
12	14	Gergely FOGASY David BERENDI	F Sport Media KFT	HUN HUN	Peugeot 208 R5 T16	RC2 R5 ERT	12:11:00
13	115	Janos PUŠKADI Barnabás GODOR	Eurosol Racing Team Hungary	HUN HUN	Škoda Fabia R5	RC2 R5 ERT, ERT3	12:12:00
14	15	Grega PREMRL Vili OŠLAJ	Unikatoy Postojna	SVN SVN	Citroen DS3	RC3 R3T ERT, ERT3, GEN, DIV-D2	12:13:00
15	16	Aleks HUMAR Jaka CEVC	AMD Slovenija avto	SVN SVN	Peugeot 208 R2	RC4 R2 ERT, ERT3, GEN, DIV-D2	12:14:00
16	17	Szabolcs VÁRKONYI Gergely MAKAI	Ritmus Ase	HUN HUN	Mitsubishi EVO IX R4	2 R4 MIT, MIT co	12:15:00
17	18	Aleš ZRINSKI Rok VIDMAR	AK Plamtex sport	SVN SVN	BMW M3	8 A8 GEN, DIV-D3, MIT, MIT G., MIT co, MIT G.	12:16:00
18	19	Cristian TERPIN Stefano IERMAN	Scuderia Gorizia Corse	ITA ITA	Renault Clio R3	RC3 R3 MIT	12:17:00

Full list subject to final report of scruteneering // * Nr 21 subject to rescruteneering

08.09.2017



1 / 5

Poz. Pos.	St.št. St.no.	Voznik/Sovoznik Driver/Codriver	NTL Competitor	Država Country	Vozilo Vehicle	Sk-Raz/Gr-CI Razvrstitevne Classifications	Čas štarta Start Time
19	20	Igor ŽBOGAR Nik STANIČ	AMD Slovenija avto	SVN SVN	Mitsubishi EVO IX	RC2 N4 ERT, ERT2, GEN	12:18:00
20	21 (*)	Heinz LEITGEB Gunther BAUMGARTNER	Heinz Leitgeb	AUT AUT	Renault Clio R3	RC3 R3 ERT, ERT3	12:19:00
21	22	Pál LOVÁSZ Tamás KÜRTI	LP Winner Motorsport	HUN HUN	Hyundai i20 R5	RC2 R5 MIT, MIT co	12:20:00
22	23	Martin KAINZ Otti LENA	Martin Kainz	DEU DEU	Mitsubishi EVO IX	2 N4 MIT	12:21:00
23	24	Jernej FAKIN Gregor FAKIN	Športno Društvo GAS KRAS	SVN SVN	Peugeot 208 R2	RC4 R2 ERT, ERTJ, ERT3, GEN, DIV-D2	12:22:00
24	25	Denis MREVLJE Rok GOMIZELJ	AMD Gorica	SVN SVN	Peugeot 208 R2	RC4 R2 GEN, DIV-D2	12:23:00
25	26	Marko GROSSI David KAVČIČ	AK Ajdovščina Motorsport	SVN SVN	Citroen C2 R2 MAX	RC4 R2 ERT, ERT3, GEN, DIV-D2	12:24:00
26	27	Ákos TÁBORI Nándor BARTHA	LP Winner Motorsport	HUN HUN	Mitsubishi EVO IX	RC2 N4	12:25:00
27	28	Janos SZILAGYI Alexandra VARADI	AK Delta sport	HRV HRV	Mitsubishi EVO IX	RC2 N4 HRV	12:26:00
28	29	Matic HUMAR Nika JEREB	Dirkalno Društvo R	SVN SVN	Renault Clio RS 2.0	7 N3 GEN, DIV-D3, DIV PP-D4	12:27:00
29	30	Vasja MIKLAVČIČ Martin ČERNIGOJ	AMK ABC Sport	SVN SVN	Renault Clio RS 2.0	7 N3 GEN, DIV-D3, DIV PP-D4	12:28:00
30	31	Václav STEJSKAL Stanislav VIKTORA	ACCR Czech Team	CZE CZE	Renault Clio R3T	RC3 R3T ERT, ERT3	12:29:00
31	32	Domen AGNIČ Klemen BABNIK	AK Lamko	SVN SVN	BMW M3	8 A8 GEN, DIV-D3	12:30:00
32	33	Robert SURTMANN Christina TSCHOPP	Robert Surtmann	AUT AUT	Mitsubishi EVO VI	8 A8 MIT, MIT G., MIT co, MIT G.	12:31:00
33	34	Adrian WRONKOWSKI Bartosz HERBAN	Adrian Wronkowski	POL POL	Peugeot 208 R2	RC4 R2 ERT, ERT3	12:32:00
34	35	Uroš PAPEŽ Jure PODPEČAN	AMD Slovenija avto	SVN SVN	Citroen C2 R2 MAX	RC4 R2 GEN, DIV-D2	12:33:00
35	36	Ivica SILADIČ Jasna DURAK	AK Delta sport	HRV HRV	Opel Adam R2	RC4 R2 ERT, ERT3, HRV	12:34:00
36	39	Norman KREUTER Michaela KREUTER	Pro Motorsport Wallenwein E.K.	DEU DEU	Citroen DS3 R3 MAX	RC3 R3T MIT, MIT co	12:35:00
37	40	Wolfgang IRLACHER Elke IRLACHER	MSC Priental e.V. im ADAC	DEU DEU	Honda Civic Type R R3	RC3 R3 MIT, MIT co	12:36:00
38	41	Juhász CZABA Istvan JUHÁSZ	Juhász Média Kft.	HUN HUN	Renault Megane RS	RC2 N4 MIT, MIT co	12:37:00
39	42	Simone BOSCARIOL Tecla CHITTARO	La Superba	ITA ITA	Renault Clio Williams	7 A7 MIT	12:38:00
40	43	Slavko KOMEL Darko VONČINA	GAS Vrtejba	SVN SVN	Opel Astra	7 A7 GEN, DIV-D3, DIV PP-D4	12:39:00
41	44	Klemen POPIT Roman KROŠL	AMD Slovenija avto	SVN SVN	Peugeot 208 R2	RC4 R2 ERT, ERTJ, ERT3, GEN, DIV-D2	12:40:00
42	45	Nikola DOBRILA Tomislav POSPIŠ	AK Delta sport	HRV HRV	Honda Civic Type R	7 A7 ERT, HRV	12:41:00
43	46	Dilg RUDIGER Brandl GUNTER	Dilg Rudiger	DEU DEU	Mitsubishi EVO VII	8 N4 MIT	12:42:00
44	47	Kristjan ŠIROK Tadej SIMČIČ	GAS Vrtejba	SVN SVN	Peugeot 306	7 A7 GEN, DIV-D3, DIV PP-D4	12:43:00
45	48	Herbert WEINGARTNER Manuela KAMPNER	Herbert Weingartner	AUT AUT	Subaru Impreza GT	8 N4	12:44:00

Full list subject to final report of scruteneering // * Nr 21 subject to rescruteneering

08.09.2017  2 / 5

Poz. Pos.	St.št. St.no.	Voznik/Sovoznik Driver/Codriver	NTL Competitor	Država Country	Vozilo Vehicle	Sk-Raz/Gr-CI Razvrstive Classifications	Čas štarta Start Time
46	49	Burghard BRINK Lothar BOKAMP	MSC Gutersloh	SUI DEU	Lancia Delta Integrale 16V	9 hist MIT G.	12:45:00
47	50	Tomas HRVATIN Marko STIPERSKI	AK Opatija Motorsport	HRV HRV	Renault Clio RS 2.0	7 N3 MIT, HRV	12:46:00
48	51	Fabio GRENDENE Silvano GRENDERE	Scuderia Gorizia Corse	ITA ITA	Opel Astra GSi	7 N3	12:47:00
49	52	Matija KORITNIK Robert MARKIČ	Matija Koritnik	SVN SVN	Renault Clio R3 MAX	RC3 R3 ERT, ERT3, GEN, DIV-D2	12:48:00
50	53	Simon RONČEL Klemen RONČEL	Športno Društvo GAS KRAS	SVN SVN	Peugeot 208 R2	RC4 R2 GEN, DIV-D2	12:49:00
51	54	Mateo BUTORAC Luka RAŠTEGORAC	AK Opatija Motorsport	HRV HRV	Citroen C2 R2	RC4 R2 HRV, HR-J	12:50:00
52	55	Alessandro CEPEK Alberto GRASSI	Scuderia Gorizia Corse	ITA ITA	Renault Clio Williams	7 N3 MIT	12:51:00
53	56	Manuel KODELJA Manuel RITOŠA	AK Buzet Autosport	HRV HRV	Citroen C2 R2	RC4 R2 HRV	12:52:00
54	57	Jan MRAK Luka KUŠTRIN	Avto Klub Modri Dirkač	SVN SVN	MG ZR 105	6 A5 GEN, DIV-D1	12:53:00
55	59	Daniele STEKAR Lara PIPAN	ACU FRIULI	ITA ITA	Renault Clio Williams	7 A7 MIT, MIT G.	12:54:00
56	61	Eros FINOTTI Nicola DORIA	Eros Finotti	ITA ITA	Peugeot 106 S16	6 A5	12:55:00
57	62	Hannes HOFSTETTER Natalie MAYRHOFER	Hannes Hofstetter	AUT AUT	VW Golf 4 TDI	7 A7 MIT, MIT G., MIT co, MIT G.	12:56:00
58	63	Gerhard JUST Petra KRAINZ	Team Just	AUT AUT	Mitsubishi EVO IV	8 N4 MIT, MIT G.	12:57:00
59	64	Simon MLINAR Nina VELKAVRH GORENC	OPV Sport	SVN SVN	VW Polo	6 A5 GEN, DIV-D1	12:58:00
60	65	Martin ŠTUCIN Gregor MAVER	AK Ajdovščina Motorsport	SVN SVN	Škoda Felicia Kitcar	6 A5 GEN, DIV-D1	12:59:00
61	66	Flavio MANZELLI Andrian DARIO	Pro Energy Motor Sport	ITA ITA	Opel Manta B 200	9 hist MIT G.	13:00:00
62	67	Alfons NOTHDURFTER Matthias WEBER	MSC Kitzbühel	AUT DEU	Ford Sierra Cosworth 4x4	9 hist MIT G.	13:01:00
63	68	Boštjan LOGAR Nejc ŠTROVS	Autosport Jazon	SVN SVN	MG ZR 105	6 A5 GEN, DIV-D1	13:02:00
64	69	Angelo MARTINIS Nicola RUTIGLIANO	Scuderia Gorizia Corse	ITA ITA	Citroen Saxo	6 N2 MIT, MIT G.	13:03:00
65	70	Karl RUMPLER Maria RUMPLER	AK Delta sport	HRV HRV	Mitsubishi EVO IX	RC2 N4 HRV	13:04:00
66	71	Samo GOLOB Robert ŠINTLER	Autosport Jazon	SVN SVN	Renault Clio Williams	7 A7 GEN, DIV-D3, DIV PP-D4	13:05:00
67	72	Janko ČEBRON Jani DRNOVŠČEK	Športno Društvo GAS KRAS	SVN SVN	MG ZR 105	6 A5 GEN, DIV-D1	13:06:00
68	73	Jure JEREB Boštjan VIDMAR	OPV Sport	SVN SVN	VW Polo	6 A5 GEN, DIV-D1	13:07:00
69	74	Damjan JERAM Robert RUPNIK	OPV Sport	SVN SVN	VW Polo	6 A5 GEN, DIV-D1	13:08:00
70	75	Luka KOS Matic PETERNEL	Avto Klub Modri Dirkač	SVN SVN	VW Polo	6 A5 GEN, DIV-D1	13:09:00
71	76	Rok JERKIČ Kristijan PRELAZ	Autosport Jazon	SVN SVN	MG ZR 105	6 A5 GEN, DIV-D1	13:10:00
72	77	Albert SOSOL Lorenzo LAMANDA	Scuderia Gorizia Corse	ITA ITA	Peugeot 106 Rallye	6 N2 MIT, MIT G.	13:11:00

Full list subject to final report of scruteneering // * Nr 21 subject to rescruteneering

08.09.2017.



3 / 5

Poz. Pos.	St.št. St.no.	Voznik/Sovoznik Driver/Codriver	NTL Competitor	Država Country	Vozilo Vehicle	Sk-Raz/Gr-CI Razvrstivne Classifications	Čas štarta Start Time
73	78	Tin TOMLJANOVIĆ Anđelko KOŠEČ	AK Delta sport	HRV HRV	Citroen Saxo	6 N2 HRV, HR-J	13:12:00
74	79	Martin KRONABETER Angelika LETZ	MSRR Neulengbah	AUT AUT	Renault Clio 16V	7 A7	13:13:00
75	80	Aleš JIRÁTKO Aleš JIRÁTKO JUN.	Jirátko Aleš	CZE CZE	BMW 2002ti	9 hist MIT G.	13:14:00
76	81	Marin VUKOVIĆ Ivo MARINOVIĆ	AKK Zanatljja	HRV HRV	Škoda Fabia 1.4	6 A5 HRV	13:15:00
77	82	Vladimir POREDSKI Marko ŠIVAK	AK Delta sport	HRV HRV	Škoda Fabia 1.4	6 A5 HRV	13:16:00
78	83	Miha MUŠIČ Blaž VRANIČAR	RD Beja sport	SVN SVN	Lancia Delta HF Integrale 16V	9 hist GEN, DIV-D3	13:17:00
79	84	Ruggero RAVAGLIOLI Fabio VILLA	Top Driver Ravaglioli	ITA ITA	Ford Mustang GT	NGT FGT MIT, MIT co	13:18:00
80	85	Andrej ČUK Nastja JURCA	OPV Sport	SVN SVN	Renault Clio 1.4 16v	6 A5 GEN, DIV-D1	13:19:00
81	86	Janos LOCHER Tamas SOMOGYI	AK Delta sport	HRV HRV	Peugeot 106 S16	6 A5 HR-5, HRV	13:20:00
82	87	Miro PERAT Miha PERAT	AMD Gorica	SVN SVN	VW Polo	6 A5 GEN, DIV-D1	13:21:00
83	88	Ajjaž BRATOŽ Marko STOPAR	Avto Klub Modri Dirkač	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:22:00
84	89	Sebastijan BERTOL Damir KRVAR	AK Delta sport	HRV HRV	Alfa Romeo 145 QW 2.0	7 N3 HRV	13:23:00
85	90	Saša SAKSIDA Aleš LIČEN	Avto Klub Modri Dirkač	SVN SVN	Škoda Felicia Kitcar	6 A5 GEN, DIV-D1	13:24:00
86	91	Blaž BENČINA Jordan ČUK	Avto Klub Modri Dirkač	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:25:00
87	92	Pierpaolo MONTINO Andrea VALENTINIS	AK MRC Sport Rijeka	ITA ITA	Suzuki Swift	RC5 N2 MIT, MIT G.	13:26:00
88	93	Mitja BRATINA Viljem ČIBEJ	Avto Klub Modri Dirkač	SVN SVN	Citroen AX GTI	6 A5 GEN, DIV-D1	13:27:00
89	94	Mitja POTRATA Marko NABERGOJ	AK Ajdovščina Motorsport	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:28:00
90	95	Erik BERNIK Mitja ŽNIDARČIČ	Športno Društvo GAS KRAS	SVN SVN	VW Polo	6 A5 GEN, DIV-D1	13:29:00
91	96	Anej LEBAN Davor IVIČ	AK Žaba	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:30:00
92	97	Sebastijan KOBAL Igor COTIČ	AMD Gorica	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:31:00
93	98	Željko MAGLIČIČ Domagoj NEMAK	AK INA DELTA	HRV HRV	VW Polo	6 A5 HRV	13:32:00
94	99	Arpad MERENCICS Anetta HALASZ - SZABO	Solid Racing Team	HUN HUN	Suzuki Swift GTI MK1	9 hist MIT G.	13:33:00
95	100	Luca DE STEFANI Manuel LAZZER	Luca De Stefani	ITA ITA	Citroen Saxo VTS	6 A5	13:34:00
96	101	Hans WIEGER Renate WIEGER	Historic Racing Team Austria	AUT AUT	Ford Escort 1600	9 hist MIT G., CEZ H.-Cat3 D2	13:35:00
97	102	Tomaž ŠULIGOJ Aleks ČERNE	AMD Gorica	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:36:00
98	103	Matej STARC Tadej DESSARDO	ŠD F-MOTOR	SVN SVN	Peugeot 106 Rallye	6 A5 GEN, DIV-D1	13:37:00
99	104	Dejan ANŽELAK Mitja IRMAN	AK V Racing Velenje	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:38:00

Full list subject to final report of scruteneering // * Nr 21 subject to rescruteneering

08.09.2017.  4 / 5

Poz. Pos.	St.št. St.no.	Voznik/Sovoznik Driver/Codriver	NTL Competitor	Država Country	Vozilo Vehicle	Sk-Raz/Gr-CI Razvrstitev Classifications	Čas štarta Start Time
100	105	Bogdan FRANETIČ Marjan KOBAL	AK Ajdovščina Motorsport	SVN SVN	Škoda Fabia 1.4	6 A5 GEN, DIV-D1	13:39:00
101	106	Domen BUH Rebeka KOBAL	AMD Slovenija avto	SVN SVN	Peugeot 205	6 A5 GEN, DIV-D1	13:40:00
102	107	Gunther KRÉMEL Magdalena STEIN	Historic Racing Team Austria	AUT AUT	Ford Escort 1300GT	9 hist MIT G.	13:41:00
103	108	Tine KOREN Tjaša MEDVEŠEK	AK Ajdovščina Motorsport	SVN SVN	Zastava Yugo	6 A5 GEN, DIV-D1, YUGO	13:42:00
104	109	Alen KOJČIČ Aljaž GEC	AK Ajdovščina Motorsport	SVN SVN	Citroen AX GTI	6 A5 GEN, DIV-D1	13:43:00
105	110	Domen SLEJKO Tomaž ŠAPLA	Športno Društvo GAS KRAS	SVN SVN	Škoda Fabia 1.4	6 A5 GEN, DIV-D1	13:44:00
106	111	Florio ERMINIO Paolo CALABRETTA	Florio Erminio	ITA ITA	Peugeot 106 Rallye	6 N1	13:45:00
107	112	Andrej MRAK Aleš PRESETNIK	Avto Klub Modri Dirkač	SVN SVN	Zastava 850	9 hist GEN, DIV-D3, CEZ H.-Cat4 E1	13:46:00
108	113	Laszlo MEKLER Edit MEKLER	Scuderia Coppa Amici	HUN HUN	Alfa Romeo GTV6	9 hist CEZ H.-Cat2 C3	13:47:00
109	116	Elvio VOLPATO Roberto RIVA	Hawk racing club	ITA ITA	Toyota Corolla GT	9 hist MIT G.	13:48:00

Full list subject to final report of scruteneering // * Nr 21 subject to rescruteneering



08.09.2017



5 / 5

Vir: Rally Nova Gorica (2017).

Priloga 8: Seznam prijavljenih na Rally Croatia 2017



ENTRY LIST / LISTA PRIJAVLJENIH

OR. RB.	Srbr.	PRI. PRI.	DRIVER VOZAC	CO-DRIVER SUVOZAC	NAT. NAC.	COMPETITOR NATJECATELJ	CAR VOZILO	ERT	CEZ	PH	SVN	J	Z	DRIVE FOR VOZI ZA
1	1	ASN	Vlastimil Majerčak	Michela Vejačkova	SVK / SVK	L Racing S.R.O.	Ford Fiesta R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
2	2	ASN	Vikam Prodan	Zoran Raštegorec	HRV / HRV	AK Opatija Motorsport	Peugeot 208 T16 R5	ERT	R5, S2000	1				ERT / CEZ / PH
3	3	ASN	Juraj Šebelj	Karlo Golub	HRV / HRV	AKK Sveta Nedelja	Hyundai i20 R5	ERT	R5, S2000	1				ERT / CEZ / PH
4	4	ASN	Krisztián Hídeg	Istvan Kerek	HRV / HRV	AK Delta Sport	Škoda Fabia R5	ERT	R5, S2000	1				ERT / CEZ / PH
5	5		Andras Hadik	Krisztián Kartesz	HUN / HUN	Andras Hadik	Ford Fiesta R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
6	6		Rok Turk	Blanka Kacin	SVN / SVN	OPV Sport	Peugeot 208 T16 R5	ERT	R5, S2000		GEN			ERT / CEZ / SVN
7	7		Claudio De Cecco	Jean Campois	ITA / ITA	De Cecco Claudio	Hyundai i20 R5				GEN			SVN
8	8		Ondřej Bisaha	Marín Behula	CZE / CZE	ÁCR Czech Republic	Ford Fiesta R5	ERT						ERT
9	9		Antal Kovacs	Gergo Istovics	HUN / HUN	Speed Rally Team	Ford Fiesta R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
10	10		David Botka	Mark Meslerhazi	HUN / HUN	Botka Rally Team	Škoda Fabia R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
11	11		Vojtěch Štajf	Markéta Štácelová	CZE / CZE	ACCR Czech Team	Hyundai i20 R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
12	12		Antonín Tlustak	Ivo Vybíral	CZE / CZE	Tlustak Racing S.R.O.	Škoda Fabia R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
13	14		Gergely Fogassy	David Berendi	HUN / HUN	F-Sport Media Kft.	Peugeot 208 T16 R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
14	15		Peter Schamach	Tim Rauber	NZL / DEU	Peter Schamach	Ford Fiesta R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
15	16		Pal Lovasz	Tamas Kurti	HUN / HUN	LP Winner Motorsport Kft	Hyundai i20 R5	ERT	R5, S2000					ERT / CEZ
16	17		Janos Szilagyi	Alexandra Varadi	HRV / HRV	AK Delta Sport	Mitsubishi Lancer Evo IX	ERT2	PC (N4)	1				ERT / CEZ / PH
17	18	ASN	Aleks Humar	Jaka Cevc	SVN / SVN	AMD SA	Peugeot 208 R2	ERT3	2WD		GEN, DIV2			ERT / CEZ / SVN
18	19		Nikola Dobrila	Tomislav Pospíš	HRV / HRV	AK Delta Sport/AKK Sveta Nedelja	Honda Civic TypeR	ERT3	2WD	2				ERT / CEZ / PH
19	20	ASN	Marko Grossi	David Kavčič	SVN / SVN	AK Ajdovščina Motorsport	Citroen C2 R2 Max	ERT3, J	2WD		GEN, DIV3	x		ERT / CEZ / SVN
20	21	ASN	Tomas Hrvatin	Marko Šliperaki	HRV / HRV	AK Opatija Motorsport	Renault Clio R5		2WD	3				CEZ / PH
21	22	ASN	Grega Pramrl	Vili Ošlaj	SVN / SVN	Unikatoy Postojna	Citroen DS3 R3T	ERT3	2WD		GEN, DIV2			ERT / CEZ / SVN
22	23		Akos Tabori	Mate Szegedi	HUN / HUN	LP Winner Motorsport Kft	Mitsubishi Lancer Evo IX	ERT2	PC (N4)					ERT / CEZ
23	24		David W. Yein	Tsungyu Hsieh	TWN / TWN	David W. Yein	Subaru Impreza WRX Sti	ERT2	PC (N4)					ERT / CEZ
24	25		Nica Siladić	Jasna Durak	HRV / HRV	AK Delta Sport	Opel Adam R2	ERT3	2WD	3				ERT / CEZ / PH
25	26		Matteo Butorac	Luka Raštegorec	HRV / HRV	AK Opatija Motorsport	Citroen C2R2	ERT3	2WD	3				ERT / CEZ / PH
26	27		Denis Mrevlje	Rok Gornizej	SVN / SVN	AMD Gorica	Peugeot 208 R2	ERT3	2WD		GEN, DIV2			ERT / CEZ / SVN
27	28		Aleš Zrinski	Rok Vidmar	SVN / SVN	AK Platmex sport	BMW M3				GEN, DIV3			SVN
28	29		Adrian Wronkowski	Barłoz Herban	POL / POL	Adrian Wronkowski	Peugeot 208 R2	ERT3	2WD					ERT / CEZ
29	30		Manuel Kodejla	Manuela Ritoša	HRV / HRV	AK Buzet Autosport	Citroen C2 R2			3				PH
30	31		Vaclav Stejskal	Stanislav Viktora	CZE / CZE	ACCR Czech Team	Renault Clio R3T	ERT3						ERT
31	32		Uroš Papež	Jure Podpečan	SVN / SVN	AMD Slovenija Avto	Citroen C2 R2 Max	ERT3	2WD		GEN, DIV2			ERT / CEZ / SVN
32	33		Matija Koritnik	Robert Markič	SVN / SVN	RD Beja Sport	Renault Clio R3 Max	ERT3	2WD		GEN, DIV2			ERT / CEZ / SVN
33	34		Zsolt Gyuriczky	Levente Borocz	HUN / HUN	MAFC	Citroen C2 R2	ERT3	2WD					ERT / CEZ
34	35		László Jr. Fekete	László Fekete	HUN / HUN	Korda Racing Kft	Citroen C2 R2							GEN
35	36		Miklos Csomos	Atilla Nagy	HUN / HUN	LP Winner Motorsport Kft	Citroen C2 R2 Max	ERT3	2WD					ERT / CEZ
36	37		Igor Mandić	Marko Popović	HRV / HRV	AK HBT Racing	Ford Focus 2.0	ERT3	2WD	2				ERT / CEZ / PH
37	38		Denis Močibob	Duško Banjeglav	HRV / HRV	AK Buzet Autosport/AK Delta Timing	Peugeot 306			5/S2				PH
38	39		Sebastian Bertol	Damir Krvar	HRV / HRV	AK Delta Sport	Alfa Romeo 145			3				PH
39	40		Željko Milutinović	Aleksandar Petričević	SRB / SRB	ASK "RID SPORT"	Renault Clio							GEN
40	41		Mija Božić	Gorazd Božić	SVN / SVN	AK Laniko	BMW ME46 M3							GEN
41	42	ASN	Karl Rumpel	Maria Rumpel	HRV / HRV	AK Delta Sport	Mitsubishi Lacer EVO IX			5/S3				PH
42	43		Sandi Jugovac	Dorjano Milanović	HRV / HRV	IRT Pazin	Peugeot 106 Rally			5/S2				PH
43	44		Toni Malnarich	Nenad Hrvatin	HRV / HRV	AK D.T.	Renault Clio Sport			5/S2				PH
44	45	ASN	Janos Locher	Tamas Somogyi	HRV / HRV	AK Delta Sport	Peugeot 106 S16			5/S2				PH



ENTRY LIST / LISTA PRIJAVLJENIH

OR RB	SNO SB	PRI PRI	DRIVER VOZAČ	CO-DRIVER SUVOZAČ	NAT NAC	COMPETITOR NATJECATELJ	CAR VOZILO	ERT	CEZ	PH	SVN	J	Z	DRIVE FOR VOZI ZA
45	46		Matic Humar	Nika Jereb	SVN / SVN	Dirkaho društvo R	Renault Clio RS				GEN, DIV3,4			SVN
46	47		Luka Latinić	Florian Šalec	HRV / HRV	AK Delta Sport/AK Zagorje	Ford Fiesta ST			5/S2				PH
47	48		Marko Čerjenko	Damir Petrović	HRV / HRV	AK Rugvica	Renault Clio			5/S2				PH
48	49		Samo Golob	Robert Šintler	SVN / SVN	Autosport Jazon	Renault Clio Williams				GEN, DIV3,4			SVN
49	50		Kristijan Šrok	Tadej Simčič	SVN / SVN	ŠKD Gas Vrteba	Peugeot 306				GEN, DIV3,4			SVN
50	51	ASN	Tin Tomljanović	Andrejko Košec	HRV / HRV	AK Delta Sport	Citroen Saxo	ERT3, J	2WD	4		x		ERT / CEZ / PH
51	52		Marin Vuković	Ivo Marinović	HRV / HRV	AKK Zanatlija	Škoda Fabia			4				PH
52	53		Paulo Petrečić	Damir Surina	HRV / HRV	AK Opalija Motorsport	VW Polo 1.4		2WD	4				CEZ / PH
53	54		Martin Štucin	Gregor Maver	SVN / SVN	AK Ajdovščina Motorsport	Škoda Felicia Kit Car		2WD		GEN, DIV1			CEZSVN
54	55		David Pešcar	Karlo Pešcar	HRV / HRV	AK D.T.	Peugeot 106			5/S2				PH
55	56		Rok Bodlaj	Boštjan Sušnik	SVN / SVN	AK Otlipija	Škoda Fabia 1.4 16V				GEN, DIV1	x		SVN
56	57		Miha Mušič	TBA	SVN / TBA	RD Beja Sport	Lancia Delta HF Integrale 8V				GEN, DIV3, H			SVN
57	58		Boštjan Logar	Ana Bobnar	SVN / SVN	Autosport Jazon	MG ZR 105				GEN, DIV1			SVN
58	59		Jan Mrak	Luka Kuštrin	SVN / SVN	AK Modri Dirkač	MG ZR 105				GEN, DIV1			SVN
59	60		Rok Jerič	Kristijan Prijelaz	SVN / SVN	Autosport Jazon	MG ZR 105				GEN, DIV1			SVN
60	61		Miha Pozvek	Nejc Štrovc	SVN / SVN	Autosport Jazon	MG ZR 105				GEN, DIV1			SVN
61	62		Tomislav Siprak	Klaudija Dolski	HRV / HRV	AK Delta Sport	Škoda Felicia			4				PH
62	63		Blaž Benčina	Jordan Čuk	SVN / SVN	AK Modri Dirkač	Zastava Yugo				GEN, DIV1			SVN
63	64		Jure Jereb	Boštjan Vidmar	SVN / SVN	OPV Sport	VW Polo				GEN, DIV1			SVN
64	65		Simon Mlinar	Nina Velkavrh Gorenc	SVN / SVN	OPV Sport	VW Polo				GEN, DIV1			SVN
65	66		Thomas Jung	René Spießbichler	AUT / AUT	Thomas Jung	Opel Kadett GSI							GEN
66	67		Karl Faist	Christian Schwarz	AUT / AUT	Karl Faist	Toyota Celica 2.0 G6							GEN
67	68		Ajaž Bratož	Marko Stopar	SVN / SVN	AK Modri Dirkač	Zastava Yugo				GEN, DIV1			SVN
68	69		Saša Horvat	Damir Boc	HRV / HRV	AK Zagorje/AK INA Delta	Škoda Fabia 1.4		2WD	4				CEZ / PH
69	70		Matija Pocrata	Marko Naberger	SVN / SVN	AK Ajdovščina Motorsport	Zastava Yugo				GEN, DIV1			SVN
70	71		Gorana Hunić	Zoran Krajačić	HRV / HRV	AK INA DELTA	Ford Focus			5/S2		x		PH
71	72		Aureas Gyenes	Levente Horvath	HUN / HUN	Sold Racing Team	Lada 2101							GEN

GEN - General classification / Ukupni redoslijed
 ERT - FIA European Rally Trophy / FIA Europski Rally Trofej
 CEZ - FIA Central European Zone Rally Championship / FIA Prvenstvo Centralno Europejske Zone
 PH - Croatian National Rally Championship / Državno Prvenstvo Republike Hrvatske
 SVN - Slovenian Rally Championship / Državno Prvenstvo Republike Slovenije
 J - Juniors / Juniors
 V - Vozačice / Ladies

Clerk of the Course / Direktor reija
 Goran Vujsić



Vir: Rally Croatia (2017).

Priloga 9: Opomnik za izvedbo intervjujev

Podatki o respondentu:

- a) Vloga v avto športu, čas udeležbe v avto športu, tip financiranja
 - b) Datum intervjuja in trajanje
-
1. Na kakšen način bi lahko po vašem mnenju rally prireditve postale bolj zanimive za sponzorje?
 - a) Zakaj je oglaševanje rally dogodkov še vedno oslABLJENO v primerjavi z ostalim športom?
 2. Na kakšen način bi tekmovalci pridobili večjo naklonjenost sponzorjev?
 3. Kako lahko sponzorji, poleg finančne pomoči še pomagajo udeležencem?
 4. Pred približno 20 leti, je bila situacija v slovenskem avto športu z vidika sponzoriranja povsem drugačna. Zakaj menite, da so sponzorji prenehali vlagati v ta šport?
 5. Kot vemo imate kar nekaj večjih sponzorjev. Kako vam je uspelo pridobiti te sponzorje?
 - a) Katere stroške vam krijejo?
 - b) Kako jim vračate usluge?
 - c) Lahko z rallyjem služite?
 6. Že kar nekaj časa se financirate iz lastnih virov. Kako se s tem spopadate?
 - a) kateri stroški vas pri sami udeležbi najbolj bremenijo?
 - b) Na kakšen način poskušate zmanjšati stroške? Ali bi se bilo mogoče katerim od stroškov izogniti?
 - c) Ali ste poskusili pridobiti sponzorje in kako?
 7. Kaj je po vašem mnenju največja ovira, da je udeležba na rally tekmovanjih v Sloveniji s strani domačih tekmovalcev zelo slaba?
 8. Kaj menite, je udeležba rally tekmovanj cenejša v Sloveniji ali na Hrvaškem in zakaj? Pa sama organizacija tekmovanja? Na primer Rally Nova Gorica in Rally Croatia?
 - a) Zakaj prihaja do razlik v stroških?
 - b) Kje bi se rallyja raje udeležili in zakaj?
 - c) V kateri državi je mogoče opaziti več sponzorske pomoči?
 9. Kakšno je vaše mnenje glede trenutne situacije rallyja tako v Sloveniji kot na Hrvaškem?
 - a) Kako bi se razmere lahko izboljšale?
 - b) Na kakšen način bi lahko povečali udeležbo rally tekmovanj?