



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet



STUDIJA:

SOCIO-EKONOMSKI UTJECAJI WRC RALLY CROATIA 2022 NA PROSTOR SREDIŠNJE HRVATSKE

Zagreb, studeni 2022.

Naslov studije:

**SOCIO-EKONOMSKI UTJECAJI WRC RALLY CROATIA 2022 NA PROSTOR
SREDIŠNJE HRVATSKE**

Naručitelj studije:

AUTO KLUB CRO DAKAR TEAM,
Mlinarska 57, HR-10 000 Zagreb, OIB: 8551842289
Marin Frčko, dipl. oec., direktor

Izvršitelj studije:

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU EKONOMSKI FAKULTET
Trg J. F. Kennedyja 6, HR-10 000 Zagreb, OIB: 27208467122
Prof. dr. sc. Jurica Pavičić, dekan

Autorski tim:

Prof. dr. sc. Oliver Kesar
Izv. prof. dr. sc. Danijela Ferjanić Hodak
Ema Roginić, mag. oec.

Izvor fotografija:

Službene Internetske stranice WRC-a
Organizacijski tim WRC Rally Croatia
Autorski tim

Slika na naslovnici: Natjecateljska posada Toyota Gazoo Racing WRT tima Kalle
Rovanperä i Jonne Halttunen u Novigradu na Dobri, 2022. (Izvor: Organizacijski tim
WRC Rally Croatia, 2022)

© Copyright

Sva autorska prava zadržana. Nijedan dio ove publikacije ne smije se reproducirati, prevoditi, dijeliti ili koristiti u bilo kojem obliku ili na bilo koji način, elektronički ili mehanički, uključujući snimanje, fotokopiranje i mikrofilm, bez prethodne pisane dozvole Autorskog tima.

Predložak za citiranje: Kesar, O., Ferjanić Hodak, D., Roginić, E. (2022), *Socio-ekonomski utjecaji WRC Rally Croatia 2022 na prostor Središnje Hrvatske*, Sveučilište u Zagrebu Ekonomski fakultet, Zagreb

IZVRŠNI SAŽETAK

ODREDNICE	OPIS
Predmet istraživanja:	WRC Croatia Rally 2022
Područje istraživanja:	Socio-ekonomski utjecaji
Vrsta dokumenta:	Stručna studija sa znanstvenom podlogom
Vrsta istraživanja:	Kvalitativno i kvantitativno
Izvori podataka:	Primarni i sekundarni
Razdoblje prikupljanja sekundarnih podataka:	Ožujak - Kolovoz 2022.
Razdoblje prikupljanja primarnih podataka:	Travanj - Lipanj 2022.
Prostorni obuhvat prikupljanja podataka:	Varaždinska županija, Krapinsko-zagorska županija, Zagrebačka županija, Karlovačka županija, Primorsko-goranska županija, Grad Zagreb
Mjerni instrument:	Strukturirani anketni upitnik prilagođen pojedinim ciljnim skupinama
Ciljne skupine (veličina uzoraka):	Gledatelji (592), Lokalno stanovništvo (1.465), Poslovni partneri (29)
Glavni nalazi istraživanja:	
- profil gledatelja:	2/3 domaćih, 1/3 inozemnih, Mlađe dobne skupine, Pretežno muškarci koji dolaze s pratnjom, Inozemni gledatelji uglavnom iz Europe
- ekonomski učinci:	1.100+ članova stručnih stožera i natjecatelja, 2.000+ članova organizacijskog tima, 400 predstavnika medija, 310.000+ gledatelja, 150.000 - 170.000 noćenja, 263 EUR prosječna potrošnja gledatelja, 105+ milijuna EUR ukupni ekonomski učinci, 12+ milijuna EUR ukupnog proračunskog prihoda, Poslovni partneri zadovoljni suradnjom
- socio-kulturni učinci:	Manifestacija pozitivno percipirana od strane lokalnog stanovništva, Izvrсна za promociju i izgradnju pozitivnog imidža, Ne stvara značajnije negativne socio-kulturne učinke, Odabran dobar termin održavanja, Hrvatska bi i dalje trebala biti domaćin WRC natjecanju

Predgovor

Održavanje velikih sportskih manifestacija oduvijek je privlačilo pozornost javnosti zbog svojih brojnih društvenih, ekonomskih, kulturnih, političkih i drugih utjecaja. Kako su se neke manifestacije kroz vrijeme toliko razvile da su poprimile globalan značaj i popularnost, interes javnosti za održavanjem tih manifestacija s vremenom je postajao sve intenzivniji, a rasprave o opravdanosti njihova održavanja sve ozbiljnije.

Kao zemlja izuzetno uspješnih sportaša i razvijenog turizma, Hrvatska svoj društveni identitet gradi, između ostalog, i na ugošćavanju različitih sportskih manifestacija, na čijem popisu se od 2021. godine nalazi i WRC Croatia Rally natjecanje. Premda su u prve dvije godine ostvareni sjajni rezultati održavanja WRC natjecanja na tlu Lijepe naše, do sada se nisu provodila detaljnija istraživanja o utjecaju te manifestacije na društvenu zajednicu i gospodarstvo. S obzirom na rastući trend u korištenju javnih i privatnih te različitih financijskih i nefinancijskih resursa, daljnji razvoj WRC natjecanja u Hrvatskoj bez čvrste i konzistentne analitičke podloge može postati dugoročno neodrživ projekt te u konačnici štetno utjecati na sportski i turistički imidž zemlje.

Kako bi se rasvijetlile posebnosti ove manifestacije, uspostavio unificirani metodološki okvir za praćenje trendova i uspješnosti ovog projekta te izradio relevantan komunikacijski dokument prema svim dionicima, organizator WRC Croatia Rally odlučio je inicirati izradu studije procjene socio-ekonomskih utjecaja ove manifestacije kao čvrste osnove za donošenje budućih planskih, organizacijskih i provedbenih dokumenata.

Za izradu studije odabran je Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu zbog statusa vodeće institucije visokog obrazovanja ekonomista u Hrvatskoj s preko 100 godina tradicije i iskustva u obrazovnom, znanstvenom i stručnom radu. U isto vrijeme, riječ je o fakultetu koji ponosno ističe 60 godina kontinuiranog visokog obrazovanja stručnjaka u području turizma, što ga svrstava među najdugovječnije obrazovne institucije takvog profila u Europi.

Imajući u vidu da je ovdje riječ o prvoj studiji ovakve vrste u Hrvatskoj u kojoj se autori bave procjenama utjecaja manifestacije na temelju oskudnih podataka i ograničenih izvora literature, nadamo se da će ju korisnici prepoznati kao korisno djelo za svoja promišljanja i daljnje analize u funkciji unaprjeđenja razvoja sporta i turizma u Hrvatskoj.

Autorski tim

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. FIA World Rally Championship	4
1.2. WRC Croatia Rally 2022.....	5
1.3. PEST analiza okruženja	6
1.4. SWOT analiza WRC Croatia Rally	7
 2. METODOLOŠKI PRISTUP ISTRAŽIVANJU.....	 13
2.1. Dosadašnja istraživanja o WRC-u	13
2.2. Pristup istraživanju WRC Croatia Rally 2022	15
2.3. Svrha istraživanja i izrade studije	15
2.4. Ciljevi studije.....	16
2.5. Uzorkovanje i sekundarni izvori podataka	16
2.6. Prostorni obuhvat i vremenska dinamika provedbe istraživanja	16
2.7. Opis varijabli.....	17
2.8. Korištene metode za obradu i analizu podataka	19
 3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	 21
3.1. Profili ispitanika.....	21
3.1.1. Gledatelji	21
3.1.2. Lokalno stanovništvo	25
3.1.3. Poslovni partneri WRC-a	29
3.2. Prethodno iskustvo praćenja WRC natjecanja.....	29
3.3. Obilježja posjete destinacije.....	31
3.3.1. Praćenje manifestacije	31
3.3.2. Boravak u destinaciji	34
3.4. Ekonomski učinci	36
3.4.1. Broj gledatelja	37
3.4.2. Turistička kretanja	39
3.4.3. Potrošnja gledatelja	42
3.4.4. Poslovna aktivnost partnera WRC-a	43
3.4.5. Bilanca organizatora.....	44
3.4.6. Proračun ukupnih ekonomskih učinaka	46

3.4.7. Ostali ekonomski učinci	48
3.5. Socio-kulturni učinci	49
3.5.1. Pozitivni socio-kulturni učinci	50
3.5.2. Negativni socio-kulturni učinci	58
4. ZAKLJUČCI ISTRAŽIVANJA I PREPORUKE	67
REFERENCE	71
PRILOZI.....	75

Slika I.1: Vozač Hyundai Shell Mobis World Rally Team-a
Oliver Solberg pozdravlja ljubitelje WRC-a, Zagreb, 2022.



Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)

1. UVOD

Od prvih automobila u koje su bili ugrađeni motori s unutrašnjim sagorijevanjem fosilnih goriva pa sve do danas kada su sve više u uporabi hibridni i električni automobili, auto-moto industrija prošla je kroz nekoliko razvojnih faza. Te su faze uglavnom bile uvjetovane tehnološkim napretkom i potrebama čovječanstva za mobilnošću čiji je razvoj bio usmjeren na primarno četiri pravca – svakodnevna, komercijalna, vojna i sportska. Promatrajući evoluciju svakog od tih pravaca, vjerojatno najzanimljiviji i najburniji razvojni put imala je mobilnost usmjerena prema auto-moto sportu. Usporedno s tehnološkim napretkom auto-moto industrije, usavršavale su se i auto-moto utrke koje već više od 120 godina privlače veliku pozornost brojnih zaljubljenika u ovaj po mnogo čemu poseban sport.

Danas se u svijetu godišnje održi na desetke tisuća različitih auto-moto događanja u kojima zaljubljenici u brzine, adrenalin i tehnologiju istinski uživaju u zavidnim vještinama vozača, uvježbanosti njihovih stručnih ekipa i vrhunskim tehnološkim dostignućima auto-moto industrije. Radi se o izrazito popularnom sportu uz kojeg se veže visoko propulzivno tržište i iza kojeg stoji moćan biznis čiji vrtoglavi prihodi omogućavaju kontinuirano ulaganje u daljnji razvoj ovog sporta i napredak tehnologije. S druge strane, auto-moto sport generira iznimno visoku potrošnju različitih sudionika, osigurava brojna radna mjesta i brojne druge socio-ekonomske učinke, osobito kada su u fokusu promatranja destinacije-domaćini velikim i mega auto-moto događanjima.

Premda auto-moto događanja mogu biti različitog karaktera, ovisno o sadržaju (utrke, susreti, izložbe, sajmovi i dr.), korištenom sredstvu (automobili, formule, motori, kamioni itd.), vremenu trajanja (jednodnevni ili višednevni) i mjestu odvijanja (u jednom ili više njih), zajedničko svima njima je redovito privlačenje velikog broja vjernih poklonika ovog sporta okupljenih u različita auto-moto društva, klubove i saveze. Upravo je ta izrazito lojalna društvena zajednica ključna snaga koja pokreće svijet auto-moto sporta čija bi vrhunska događanja vrlo rado ugostile mnoge destinacije diljem svijeta.

U bogatoj riznici suvremenih auto-moto događanja, posebnu kategoriju čine vrhunske auto-moto utrke. Većina poklonika ovog sporta usuglasit će se oko 10 najdugovječnijih i istovremeno najprestižnijih auto-moto utrka u svijetu:

Tablica 1.1: Najprestižnije auto-moto utrke svijeta

Naziv utrke	Početak održavanja	Vrsta utrke
1) 24 Hours of Le Mans	1923.	Kružna, auto
2) Indianapolis 500	1911.	Kružna, INDYCAR auto
3) Monaco Grand Prix	1929.	Kružna, F1
4) Daytona 500	1959.	Kružna, NASCAR auto
5) Bathurst 1000	1960.	Kružna, auto
6) Dakar Rally	1979.	Offroad, auto
7) Pikes Peak Hill Climb	1916.	Brdska, auto
8) 24 Hours of Nurburgring	1970.	Kružna, auto
9) Isle of Man Tourist Trophy	1907.	Moto
10) Monte Carlo Rally	1911.	Etapna, auto

Izvor: DeGroot (2014)

Upravo posljednje navedena utrka Monte Carlo Rally smatra se pretečom današnjeg World Rally Championship (WRC), koji se održava od daleke 1973. godine. WRC pripada skupini vrhunskih auto-moto utrka s bogatom tradicijom i visokim očekivanjima kako od strane nositelja licence i organizatora, tako i od strane medija i publike koji ih vjerno prate.

Kako bi ih bolje razumjeli, ljubitelje sporta moguće je klasificirati u pet odvojenih skupina: povremene, lokalne, posvećene, fanatične i disfunkcionalne (Hunt, Bristol i Bashaw, 1999). Za auto-moto sport se može reći da njegovu prevladavajuću, a time i ključnu publiku čine posvećeni i fanatični ljubitelji. Posvećeni ljubitelji ovog sporta često posjećuju točno određena auto-moto događanja, iznimno su im posvećeni i smatraju se izuzetno dobrim potrošačima. Kada nisu u mogućnosti putovati, posvećeni ljubitelji događanja redovito prate putem medija i dobro su upoznati sa svim aktualnostima. Fanatični zaljubljenici auto-moto sporta su na još višoj razini motivacije od prethodnih. Oni su emocionalno vezani za odabrana auto-moto događanja i koriste svaku priliku za putovanja u destinacije u kojima se odvijaju utrke i okuplja vjerna publika. Fanatični zaljubljenici često na auto-moto događanjima nose jasno istaknuta obilježja pojedinih natjecatelja i njihovih timova te se također smatraju izrazito dobrim potrošačima. Povremeni i lokalni ljubitelji su nisko motivirani za praćenje samog događanja, a posjećuju ih zbog prigode, znatiželje i socijalizacije. Oni disfunkcionalni ljubitelji, skloni ekscesima, u auto-moto sportu su zapravo vrlo rijetki zbog visoko reguliranih pravila praćenja samih utrka i ograničenosti pristupa.

Slika 1.1: Norveški ljubitelji WRC-a u Hrvatskoj,
Pećurkovo Brdo, Karlovačka županija, 2022.



Izvor: Autorski tim (2022)

U svrhu analize socio-ekonomskih utjecaja velikih auto-moto događanja na destinacije u kojima se ona održavaju, u obzir se uzima upravo ona publika koja je visoko motivirana, umrežena, lojalna, mobilna i koja se s lakoćom može identificirati s pravilima i običajima auto-moto sporta. U kontekstu WRC natjecanja, riječ je o velikoj međunarodnoj zajednici koja okuplja milijune posvećenih i fanatičnih poklonika u ovaj sport i koji nerijetko u godini dana posjete i nekoliko zemalja u kojima se ove utrke održavaju.

Fokus ove studije usmjeren je na dubinsku analizu društvenih i ekonomskih učinaka WRC Croatia Rally, koji je 2022. godine održan po drugi put u Hrvatskoj. S obzirom na dva uspješno organizirana WRC natjecanja i da su u pripremi još najmanje dva – 2023. i 2024. godine, smatralo se svrsishodnim utvrditi u kojoj mjeri ovaj, prije svega, sportski spektakl, a onda i iznimno vrijedna turistička manifestacija, utječe na gospodarstvo i društvenu zajednicu Središnje Hrvatske.

Kako bi procjena tih utjecaja u konačnici bila što bliža stvarnosti, za izradu ove studije korišteni su podaci iz više primarnih i sekundarnih izvora, a koji pokrivaju sve ključne dionike održanog spektakla i to: publiku, organizatore, lokalno stanovništvo, javni sektor i gospodarske subjekte uključene u projekt. Iako se rezultati analize u ovoj studiji temelje na uzorcima ispitanika i na procjenama određenih vrijednosti, prikazani izračuni ne mogu se smatrati egzaktnima, ali su svakako relevantni za daljnje planiranje i unaprjeđenje projekta.

1.1. FIA World Rally Championship

Rijetka su auto-moto natjecanja koja privlače globalnu pozornost kao što je WRC – Svjetsko prvenstvo u reliju kojeg već gotovo 50 godina uspješno organizira FIA – Međunarodna automobilska federacija sa sjedištem u Parizu, Francuska. Od svojih začetaka 1973. godine kada je održan prvi Monte Carlo Rally pa sve do danas, WRC se razvio u respektabilno i iznimno zahtjevno automobilističko natjecanje koje se vozi na regularnim prometnicama s različitim vrstama podloga, tijekom cijele godine, u različitim klimatskim pojasevima i različitim vremenskim uvjetima. U takvim okolnostima, vozači, suvozači i prateće tehničko osoblje iz godine u godinu pomiču granice mogućeg pretvarajući sportsko natjecanje u mega spektakl kojeg milijuni poklonika ovog sporta u jednom dahu prate od prve do posljednje minute.

Tijekom proteklih 50 godina brojni su proizvođači trkaćih automobila i vrhunski vozači ispisali bogatu povijest WRC-a, ostavivši u naslijeđe izazove za generacije koje tek dolaze. U 2022. godini WRC prvenstvo se održava u 13 kronološki poredanih zemalja-domaćina: Monaku, Švedskoj, Portugalu, Hrvatskoj, Italiji, Keniji, Estoniji, Finskoj, Belgiji, Grčkoj, Novom Zelandu, Španjolskoj i Japanu (WRC, 2022).

U svakoj od spomenutih zemalja WRC spektakl traje u pravilu šest dana. Tijekom prva tri dana natjecateljske posade i tehničko osoblje prolaze sve dionice uključene u natjecanje i pripremaju automobile prema specifičnim zahtjevima prometnica, klime i aktualnim vremenskim uvjetima. Nakon toga, tijekom sljedeća tri dana svaka prijavljena dvočlana posada natječe se kroz 15 do 25 brzinskih ispita (dionica), dok je pobjednička ona koja sve brzinske ispite, kumulativno gledano, prođe u najkraćem vremenu. Prema ostvarenom plasmanu, deset prvorangiranih posada stječu bodove koji se zbrajaju tijekom godine i na kraju sezone proglašavaju se pobjednici.

U 2022. godinu WRC prvenstvo je ušlo u novu tehnološku eru tijekom koje su se po prvi puta u WRC Rally1 kategoriji koristili automobili na hibridni pogon, čime FIA u suradnji s vodećim proizvođačima trkaćih automobila nastoji doprinijeti očuvanju okoliša te istodobno učiniti WRC natjecanje još izazovnijim za natjecateljske timove i još spektakularnijim za gledatelje. Osim u WRC (Rally1) kategoriji s hibridnim automobilima, WRC natjecanje ima još dvije kategorije – WRC (Rally2) i WRC3 (Rally3), u kojima se posade natječu prema ponešto drugačijim pravilima od onih u WRC (Rally1) kategoriji, i u automobilima serijske proizvodnje. Unutar tih kategorija vozači, suvozači i proizvođači natječu se za posebne naslove kao što su najbolji tim, najbolji mladi vozač ili mladi suvozač itd.

Osim samog sportskog natjecanja, vrijedi istaknuti kako FIA kroz WRC projekt nastoji promovirati unaprjeđenje sigurnosti i zdravlja ljudi, poboljšanje mobilnosti

i zaštite okoliša, isticanje ravnopravnosti među ljudima i važnosti društvene uključenosti te razvoj i osnaživanje lokalnih društvenih zajednica.

1.2. WRC Croatia Rally 2022

Povijest reli natjecanja u Hrvatskoj seže u davnu 1902. godinu (Nica – Opatija), a od 1974. godine počeo se održavati INA Delta TLX Rally, koji se iz regionalnog vrlo brzo prometnuo u natjecanje državnog karaktera. Godine 1986. INA Delta Rally dobio je međunarodno priznanje kada ga je FIA po prvi put uvrstila u svoj kalendar međunarodnih reli natjecanja, a te iste godine po prvi puta su sudjelovale i natjecateljske posade iz inozemstva. Nakon osamostaljenja Hrvatske, organizatori INA Delta Rally-ja su uspješno nastavili razvijati projekt uslijed čega je FIA tada novoimenovani Croatia Delta Rally 2007. godine uvrstila u ERC (European Rally Championship) kalendar natjecanja na europskoj razini. Od 2009. godine natjecanje nosi naziv Croatia Rally, da bi u 2021. godini dobio globalni predznak WRC-a i postao WRC Croatia Rally.

U listopadu 2020. godine FIA je objavila konačnu odluku da će 2021. godine Hrvatska po prvi puta ući na prestižni popis od 34 zemlje koje su bile ili još uvijek jesu domaćini WRC natjecanju. Prvenstvo se održalo u razdoblju od 22. do 25. travnja 2021. godine na području Krapinsko-zagorske, Zagrebačke i Karlovačke županije te na području Grada Zagreba. Natjecanje je obuhvatilo 20 dionica (brzinskih ispita), ukupne dužine 292 kilometara, a 68 registriranih posada natjecalo se u WRC (Rally1), WRC2 (Rally2), WRC3 (Rally3) i Junior (Rally4) kategorijama.

Nakon debitne godine, Hrvatska u travnju 2022. godine uspješno održava svoj drugi WRC Croatia Rally. U razdoblju od 21. do 24. travnja 2022. godine WRC Croatia Rally 2022 se odvijao na području čak pet hrvatski županija – Varaždinske, Krapinsko-zagorske, Zagrebačke, Karlovačke i Primorsko-goranske te na području Grada Zagreba u kojem se nalazio glavni logistički centar i Servisni park te gdje su održane glavne svečanosti. Natjecanje je obuhvatilo 20 dionica (brzinskih ispita), ukupne dužine oko 292 kilometara. Jedna od predviđenih dionica (Platak 2) nije se vozila zbog izrazito loših vremenskih uvjeta. Tijekom četiri dana ove manifestacije, ukupno je nastupilo 66 posada, od kojih se njih 11 natjecalo u WRC (Rally1) kategoriji, 29 u WRC2 (Rally2) kategoriji, 11 u WRC3 (Rally3) i 15 u Junior (Rally4) kategoriji. Vrijedno je istaknuti i to da je među registriranim natjecateljskim posadama bilo čak njih osam iz Hrvatske od kojih je jedna posada nastupila u WRC2 (Rally2) kategoriji, jedna u WRC3 (Rally3) kategoriji i šest posada u Junior (Rally4) kategoriji.

1.3. PEST analiza okruženja

PEST analiza obuhvaća političko, ekonomsko, društveno i tehnološko okruženje u kojem se razvija i odvija WRC Croatia Rally. Premda je u fokusu ove studije hrvatski nacionalni okvir kada se promatra PEST okruženje, takva analiza nužno zahvaća i međunarodno okruženje imajući u vidu da je WRC sportska manifestacija s globalnim medijskim, političkim i društvenim utjecajem. Prethodna istraživanja (Hassan i O'Connor, 2009) potvrdila su da sportska događanja, kao što je WRC, „imaju različit simbolički značaj ovisno o nacionalnim političkim i kulturnim sredinama u kojima se održavaju“. Upravo je iz tog razloga bilo važno proanalizirati i istaknuti aktualne posebnosti okruženja u kojem se odvija WRC Croatia Rally.

Političko okruženje – Na vanjskopolitičkom planu Hrvatska već dugi niz godina uspješno gradi identitet turističke, sportske i nadasve prijateljske zemlje u kojoj sloboda, ravnopravnost među ljudima, multikulturalnost i poštivanje vladavine prava imaju ključnu ulogu u definiranju demokratskih načela po kojem hrvatsko društvo funkcionira. Punopravno članstvo Hrvatske u euro-atlantskim integracijama, kao i skoro pristupanje eurozoni i Schengenskom prostoru, potvrđuje nastojanja hrvatskog društva za stvaranjem kohezivnih društveno-političkih odnosa ponajprije sa zemljama članicama Europske unije, ali i ostalim zemljama svijeta. U izgradnji bilateralnih i multilateralnih političkih odnosa s drugim zemljama Hrvatska dobro kotira gradeći korektne odnose temeljene na zajedničkim proeuropskim vrijednostima i normama. Iz te perspektive, Hrvatska je sasvim opravdano prepoznata kao poželjan poslovni partner što dokazuje i odluka FIA-e da Hrvatsku uključi u popis respektabilnih zemalja sposobnih realizirati WRC natjecanje na svjetskoj razini. S druge strane, Hrvatska je zemlja koju strani turisti rado posjećuju i iz nje odlaze s lijepim uspomenama pa je za očekivati daljnji rast broja posjetitelja. Na unutarnjem političkom planu, Hrvatska je ocijenjena kao zemlja stabilne demokracije u kojoj opća politika ima umjeren utjecaj na razvojne prioritete, određujući ih sukladno raspoloživim resursima i konkurentskim prednostima. To je razvidno i u slučaju projekta WRC Croatia Rally u kojem je iskazana snažna potpora javnog sektora na svim razinama, od Vlade Republike Hrvatske i nositelja vlasti na županijskim, gradskim i općinskim razinama do turističkih zajednica te brojnih policijskih, vatrogasnih i medicinskih i komunalnih službi, koji su u financijskom, materijalnom i uslužnom smislu podržali ovaj projekt u njegovoj realizaciji.

Ekonomsko okruženje – Uspješna realizacija WRC Croatia Rally prvenstva kroz dvije uzastopne godine potvrđuje da je ekonomsko okruženje za ovaj projekt povoljno, poticajno i ohrabrujuće. To se, prije svega, odnosi na dostatnost svih resursa koji zajednički osiguravaju kvalitetnu osnovu da se ovaj projekt može realizirati, ali i ekonomsku snagu sredine u kojoj se cjelokupna manifestacija održava. Ta se sredina može promatrati iz perspektive javnog i privatnog sektora u smislu podrške i logistike, ali i sektora kućanstava odnosno

stanovništva koji svojim prisustvom i potrošnjom doprinose održivosti ovog projekta u budućnosti. Kada je riječ o gledateljima, posebnu pozornost privlače oni iz inozemstva zbog izraženih multiplikativnih učinaka njihove potrošnje na regionalno gospodarstvo.

Društveno okruženje – Općenito gledajući, hrvatsko društvo blagonaklono je prema velikim manifestacijama pa čak i kada je u pitanju mega sportska manifestacija poput WRC Croatia Rally, iako uzrokuje povremene disrupcije u svakodnevnom aktivnostima lokalnog stanovništva. Dobrom organizacijom aktivnosti u prostoru te pravovremenim informiranjem javnosti o dinamici i intenzitetu odvijanja pojedinih aktivnosti samog natjecanja, izbjegnuta su negodovanja lokalnog stanovništva što je dobra osnova za daljnji razvoj ovog projekta. Premda se na relativnom malom prostoru okuplja iznimno velik broj ljudi u različitim ulogama (gledatelji, timovi, mediji, pružatelji usluga, organizatori, volonteri itd.), kao i o činjenici da se radi o automobilističkim utrkama (emisije ispušnih plinova, buka, vibracije itd.) koje u svojoj osnovi nisu esencijalne za život ljudi, na WRC Croatia Rally se gleda blagonaklono i afirmativno jer doprinosi boljitku lokalnog stanovništva i razvoju društva, a ne izaziva kontroverze.

Tehnološko okruženje – Dugogodišnje bogato iskustvo organizatora, najprije domaćeg INA Delta Rally, a potom i WRC Croatia Rally, optimalno je dizajniralo tehnološko okruženje koje je u konačnici osiguralo uspješno izvođenje projekta. To se ponajprije odnosi na uvjete za odvijanje samog natjecanja, ali i na kompletnu logističku podršku koja je uspješno amortizirala potrebe i zahtjeve svih sudionika ove mega manifestacije. Natjecateljska, prometna, smještajna i telekomunikacijska infrastruktura izdržala je i najveća opterećenja tijekom sva četiri dana natjecanja, što je zasigurno dobar signal FIA-i da nastavi podržavati hrvatsko domaćinstvo ovom sportskom spektaklu. U novoj eri hibridno pokretanih trkaćih automobila Hrvatska se sjajno snašla, pokazujući da je tehnološki spremna za prihvrat inovacija i njihovu implementaciju u natjecanje ovakve vrste. U medijskom kontekstu, najava WRC Croatia Rally i distribucija uputa za gledatelje uspješno su distribuirane putem službenih profila na online društvenim mrežama i pomoću posebno dizajnirane besplatne aplikacije za mobilne uređaje, dok je medijsko praćenje i izvještavanje s ovog prvenstva teklo bez prekida odnosno pritužbi.

1.4. SWOT analiza WRC Croatia Rally

Nedvojbeno je da WRC natjecanja imaju globalan utjecaj, konstantno privlače veliku pozornost javnosti i pozitivno utječu na destinacije u kojima se ona održavaju. Međutim, nedvojbeno je i činjenica da utjecaji održavanja WRC natjecanja nisu jednaki u svim destinacijama jer se, prije svega, sam popis zemalja domaćina i pripadajućih dionica (brzijskih ispita) mijenja svake

godine, čemu se mogu pridodati i konstantne promjene u posadama koje se natječu i sponzorima koji u brojnim segmentima prate ovu mega manifestaciju.

Te promjene s jedne strane povećavaju atraktivnost WRC prvenstva, dok se s druge strane konstantno mijenja okruženje u kojem se neka zemlja pojavljuje kao domaćin ovom natjecanju. Upravo zbog različitosti okruženja u kojem se pojedina etapa WRC-a odvija, važno je napraviti SWOT analizu za pojedinu zemlju u odabranoj godini.

Uzimajući u obzir stanje iz 2022. godine, napravljena je statička SWOT analiza u kojoj su analizirane unutrašnje snage i slabosti te vanjske prilike i prijetnje koje utječu na potencijale i utjecaje WRC Croatia Rally na Središnju Hrvatsku. Snage i slabosti odnose se na obilježja Hrvatske te raspoloživost resursa i infrastrukture za odvijanje WRC prvenstva, dok se prilike i prijetnje odnose na međunarodno okruženje u kojem se Hrvatska pojavljuje kao turistička i sportska zemlja, ali i kao zemlja konkurentskih prednosti u usporedbi s drugim zemljama koje bi također željele postati domaćin WRC prvenstvu.

Tablica 1.2: SWOT analiza WRC Croatia Rally

SNAGE	SLABOSTI
• 50-godišnja tradicija i iskustvo u održavanju reli utrka u Hrvatskoj • Entuzijizam organizatora • Iskustvo sudjelovanja Hrvatske u WRC prvenstvu 2021. i 2022. godine • Atraktivnost odabranih dionica za održavanje brzinskih ispita i pripadajuće okruženje • Dobar geostrateški položaj i prometna povezanost Hrvatske • Prepoznatljivost i dobar imidž Hrvatske na međunarodnoj razini • Održavanje WRC natjecanja izvan ljetne turističke sezone i u klimatski povoljnom dijelu godine • Raspoloživost infrastrukture za održavanje reli natjecanja • Pozitivan utjecaj WRC-a na regionalno gospodarstvo • Razvijenost turističke infrastrukture i raznolikost turističkih atrakcija • Raznolikost krajobraza i širok izbor novih dionica za brzinske ispite	• Izostanak jakog komercijalnog strateškog partnera kao pokrovitelja cjelokupne manifestacije • Visoki troškovi organizacije i ovisnost organizacije o poslovnim partnerima • Hrvatska još uvijek nema tradiciju održavanja WRC prvenstva • Nedovoljno prepoznate važnosti i pozitivni utjecaji WRC natjecanja od strane poslovnih partnera i javnosti • Relativno slab publicitet i slaba zainteresiranost hrvatskih medija u širenju informacija o ovoj manifestaciji • Nedostatak sredstava koji uvjetuje ograničen broj stalno zaposlenih u organizaciji manifestacije

PRILIKE	PRIJETNJE
• Promocija Hrvatske u svijetu, osobito kontinentalnih županija • Promocija i ulaganje u domaći auto-moto sport te podrška domaćim mladim vozačima • Ulaganje u turističku, sportsku i javnu infrastrukturu • Zapošljavanje lokalnog stanovništva • Suradnja s lokalnim dobavljačima proizvoda i usluga • Intenziviranje broja posjetitelja turističkih atrakcija u okruženju • Generiranje dodatnih ekonomskih učinaka tijekom održavanja natjecanja • Osnježivanje nacionalnog ponosa kroz sposobnost organizacije sportske mega manifestacije • Ulazak Hrvatske u Schengenski prostor i uvođenje eura početkom 2023. godine • Uspostava prisnije suradnje s relevantnim institucijama u cilju podizanja prometne i sportske kulture te povećanja sigurnosti u prometu	• Ograničavajući međunarodni geopolitički, ekonomski i zdravstveni uvjeti • Ubrzan rast troškova organizacije i inflacija • Osiguravanje dugoročne financijske održivosti projekta WRC natjecanja u Hrvatskoj • Pojava konkurentskih zemalja koje bi preuzele ulogu domaćina WRC natjecanja od Hrvatske • Ograničavanje funkcioniranja svakodnevnog života lokalnog stanovništva • Potencijalni incidenti tijekom natjecanja zbog velikih brzina • Nepridržavanje sigurnosnih uputa organizatora od strane gledatelja • Visoki oportunitetni troškovi uslijed odustajanja Hrvatske od domaćinstva WRC prvenstva

Izvor: Autorski tim

Sudjelovanje Hrvatske u globalnom WRC projektu temelji se, prije svega, na gotovo 50 godina dugoj tradiciji održavanja domaćeg INA Delta Rally natjecanja. To bogato iskustvo i entuzijizam ljudi u organizaciji jedna je od ključnih snaga WRC Croatia Rally. Osim toga, Hrvatska se u 2021. i 2022. godini dokazala kao pouzdan partner i izvrstan domaćin, sposoban uspješno realizirati sportski spektakl za globalnu publiku. Nadalje, kao snage ovog natjecanja u Hrvatskoj treba istaknuti atraktivnost odabranih dionica na kojima su se održavali brzinski ispiti te dobar geostrateški položaj i dobra prometna povezanost Hrvatske. Na to se mogu nadovezati raznolikost krajobrazu i širok izbor eventualno novih dionica za održavanje brzinskih ispita. Također, jaka snaga Hrvatske je u njenom dobrom imidžu i prepoznatljivosti na međunarodnom turističkom tržištu, ali i u međunarodnim sportskim krugovima u kojima Hrvatska, premda mala zemlja, visoko kotira po uspješnosti svojih sportaša, ali i stručnih ljudi (menadžera, trenera, sudaca i dr.). Uzme li se u obzir činjenica da je u Hrvatskoj turistički promet najintenzivniji u razdoblju od lipnja do rujna, veliki plus je što se WRC Croatia Rally održava izvan tog razdoblja jer

bi u protivnom bilo izazovno osigurati dovoljne smještajne kapacitete za nerezidente. S druge strane, odabran je kraj mjeseca travnja koji je za Središnju Hrvatsku, prema prosječnim klimatskim prilikama, idealan za odvijanje i praćenje ovakvog sportskog događanja. Jaka snaga WRC Croatia Rally je također i raspoloživost infrastrukture u sportskom i turističkom smislu, ali i raspoloživost različitih turističkih atrakcija i ugostiteljske ponude u neposrednom okruženju. Među snagama ovog projekta je svakako i činjenica da su sve zemlje u kojima se održava WRC prvenstvo, a koje su provele iole detaljniju analizu koristi i troškova, utvrdile pozitivan utjecaj na gospodarstvo regije u kojoj se ova manifestacija održala.

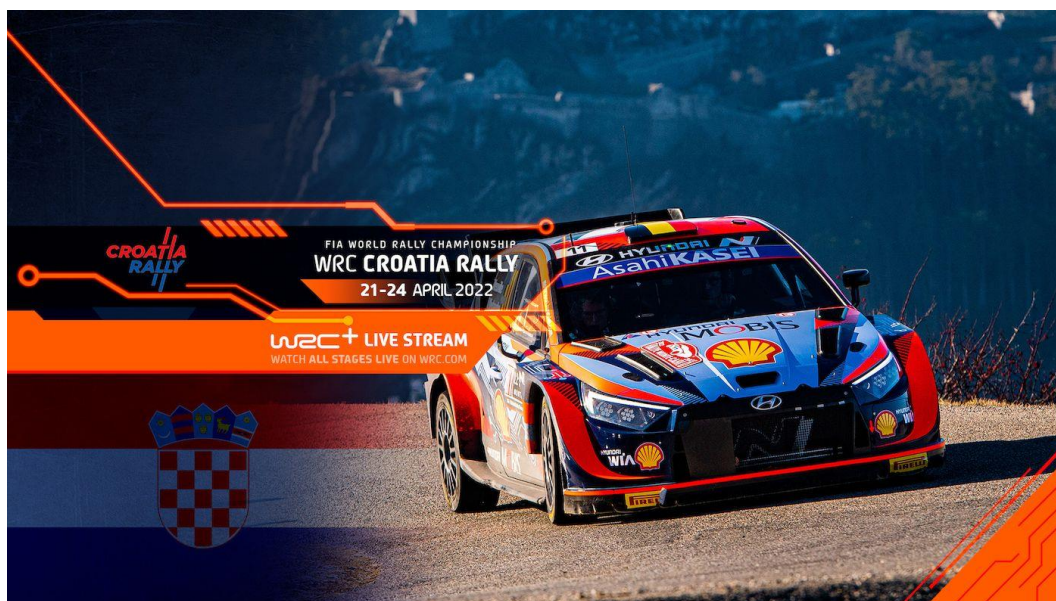
S druge strane, slabost WRC Croatia Rally je prvenstveno u nepostojanju jakog komercijalnog strateškog partnera kao pokrovitelja cjelokupnog događanja, kao što je slučaj u drugim zemljama u kojima se održava WRC prvenstvo (npr. Vodafone u Portugalu, Eko u Grčkoj ili Secto Automotive u Finskoj). Sljedeća slabost je u visokim troškovima organizacije, a samim time i u ovisnosti o poslovnim partnerima, osobito sponzorima prilikom realizacije cjelokupnog projekta, čiji je značaj još uvijek nedovoljno prepoznat u široj hrvatskoj javnosti. To se može pripisati nedovoljno dugoj tradiciji održavanja WRC natjecanja u Hrvatskoj, uslijed čega je prisutan relativno slab publicitet i niska zainteresiranost hrvatskih medija u širenju vijesti i informacija o ovoj manifestaciji. Imajući u vidu sve prethodno navedeno, ali i dostupna izvješća, nedostatna sredstva uvjetuju ograničen broj stalno zaposlenih u organizaciji ove manifestacije zbog čega se u narednom razdoblju može očekivati dugoročna zasićenost i nezadovoljstvo trenutno zaposlenih na ovom projektu, što bi moglo ugroziti rastući trend ekonomskih pokazatelja.

Kada je riječ o prilikama u okruženju, održavanje WRC prvenstva u Hrvatskoj pruža brojne prilike. Prije svega, WRC kroz globalnu medijsku prisutnost omogućava promociju Hrvatske u svijetu te ima pozitivan utjecaj na izgradnju turističkog imidža kontinentalnog dijela Hrvatske, osobito grada Zagreba. Isto tako, organizacija takvog natjecanja potiče ulaganja u turističku, sportsku i javnu infrastrukturu na područjima na kojima se nalaze dionice brzinskih ispita. Nadalje, povećava se potreba za lokalnom radnom snagom, proizvodima i uslugama, što može doprinijeti zapošljavanju lokalnog stanovništva i unaprjeđenju suradnje organizatora s lokalnim dobavljačima proizvoda i usluga. Među prilikama su također promocija i poticanje ulaganja u auto-moto sport, osobito među mladima u Hrvatskoj jer imaju jedinstvenu priliku na domaćem terenu pratiti izvedbu vrhunskih natjecateljskih posada i njihovih stručnih timova. Isto tako, WRC natjecanja potiču gledatelje na posjet ostalim turističkim atrakcijama u blizini održavanja pojedinih brzinskih ispita, čime izravno doprinose fizičkim i financijskim učincima održavanja ovog natjecanja. Osim ekonomskih učinaka, važni su i društveni učinci koje generira WRC natjecanje među kojima se, osim spomenutog zapošljavanja, može istaknuti i osnaživanje nacionalnog ponosa jer se Hrvatska kroz dvije godine uspješne

organizacije WRC-a dokazala sposobnim domaćinom kako u sportskom, tako i u turističkom smislu. S obzirom da su u najavi još najmanje dva WRC prvenstva u Hrvatskoj, 2023. i 2024. godine, ulazak u Schengenski prostor i uvođenje eura početkom 2023. godine također se prepoznaju kao prilike za intenzivniju turističku promociju i još bolju posjećenost od strane inozemnih gledatelja, što će zasigurno dovesti do većih multiplikativnih učinaka turističke potrošnje.

Nasuprot prilikama potrebno je navesti i prijetnje ovom projektu koje dolaze iz međunarodnog okruženja. Među velikim prijetnjama su ponajprije međunarodni geopolitički (terorizam i ratna zbivanja), ekonomski (rast troškova, inflacija i recesija) i zdravstveni uvjeti (širenje zaraznih bolesti) koji bi mogli ograničiti ili u potpunosti onemogućiti odvijanje WRC prvenstva. Sljedeća prijetnja odnosi se na moguće negodovanje lokalnog stanovništva zbog ograničavanja funkcioniranja svakodnevnog života u smislu zatvaranja cesta, degradacije prostora zbog formiranja fan zona, velike buke, zagađenja okoliša itd. Dakako, automobilističke utrke su vrlo atraktivne zbog izražene dinamičnosti, velikih brzina i zahtjevnosti pojedinih dionica u kojima su natjecateljske posade prisiljene pomicati granice mogućeg. Iz tog kuta promatranja, riječ je o sigurnosno vrlo zahtjevnom sportu koji za sobom povlači mogućnost pojave incidenata (izlijetanje, stradavanje ljudi, požari itd.). Nadalje, kao jednu od prijetnji moguće je istaknuti i poteškoće u osiguravanju dugoročne financijske održivosti projekta WRC natjecanja u Hrvatskoj te prisutnost drugih zemalja koje konkuriraju za preuzimanje uloge domaćina WRC natjecanja od Hrvatske ukoliko se ne osigura odgovarajuća potpora i spomenuta održivost projekta. Moguće odustajanje od sudjelovanja u WRC prvenstvu Hrvatskoj bi donijelo visoke oportunitetne troškove, gubitak radnih mjesta i izostanak gospodarske aktivnosti te plaćanje penala WRC Promotoru zbog potpisanog ugovora i obveze održavanja natjecanja u 2023. i 2024. godini.

Slika 1.2: Najava WRC Croatia Rally 2022
na službenim web stranicama WRC-a



Izvor: WRC (2022)

2. METODOLOŠKI PRISTUP ISTRAŽIVANJU

2.1. Dosadašnja istraživanja o WRC-u

Trendovi i utjecaji WRC natjecanja se nažalost ne istražuju niti sustavno (za sve zemlje po jedinstvenoj metodologiji) i niti longitudinalno (kroz više godina), već sporadično pri čemu istraživači u svojim analizama koriste različite pristupe, polazišne osnove, kontekste i izvore podataka. U pravilu riječ je ili o studijama za koje su organizatori WRC- au nekoj zemlji pokazali interes ili o znanstvenim i stručnim istraživanjima u kojima je WRC korišten kao analiza slučaja. Prema dostupnim izvorima, istraživanja vezana uz WRC se generalno mogu podijeliti u tri skupine: 1) ona koja se bave analizom gledatelja WRC natjecanja, 2) ona koja obrađuju ili društvene ili ekonomske utjecaje WRC natjecanja na pojedine zemlje, i 3) ona koja objedinjeno promatraju socio-ekonomske učinke WRC natjecanja na pojedine zemlje.

U prvoj skupini istraživanja su uglavnom usmjerena na profiliranje on-site gledatelja WRC natjecanja te analizu njihovog zadovoljstva i potrošačkog ponašanja. Tako je primjerice Lassila (2012) analizirao profil i zadovoljstvo gledatelja te njihovu spremnost na preporuku WRC Neste Oil Rally u Finskoj budućim gledateljima. Slično istraživanje je proveo i Laitinen (2013) godinu dana kasnije na istom slučaju. Te iste 2013. godine na slučaju WRC Rally Italia Sardegna, autorski tim Del Chiappa, Tinaz i Turco (2013) analizirali su razlike u ponašanju gledatelja kojima je to bio prvi posjet manifestaciji i onih koji su već ranije uživo gledali WRC natjecanje. Ovoj skupini istraživanja pripada i ono Vauhkonena (2013) o stvorenom imidžu i vrijednosnim atributima koje su pojedine skupine gledatelja dodjeljivali WRC Neste Oil Rally u Finskoj, sa svrhom davanja preporuka organizatoru za osnaživanje brenda WRC Neste Oil Rally. Istraživanje među lokalnim stanovništvom na Sardiniji 2016. godine proveli su Del Chiappa, Presenza i Yücelen (2016), a odnosilo se na njihovu percepciju i stavove prema WRC natjecanju uvažavajući pritom njihove socio-demografska obilježja. WRC Neste Oil Rally u Finskoj poslužio je Rasku i Turcou (2018) u sistematizaciji niza podataka prikupljenih u razdoblju između 2011. i 2016. godine kako bi istaknuli prednosti primjene poslovne inteligencije u upravljanju odnosima s gledateljima u cilju unaprjeđenja manifestacije. Novo izdanje istraživanja o potrošačkom ponašanju i zadovoljstvu gledatelja WRC Rally Italia Sardegna 2019. godine su proveli Pischedda, Marino i Del Chiappa (2020) koji su potvrdili da postoje statistički značajne razlike između gledatelja koji prvi put sudjeluju na WRC natjecanju i onih koji su to već ranije imali priliku doživjeti, ističući višu potrošnju i veće zadovoljstvo onih koji već imaju iskustva u gledanju WRC utrka uživo.

U drugoj skupini nalaze se istraživanja čiji je fokus bio na utvrđivanje društvenih utjecaja WRC natjecanja pa je tako Mackellar (2013) istraživao i utvrdio

nekoliko istaknutih pozitivnih i negativnih utjecaja WRC natjecanja na primjeru male društvene zajednice u ruralnom dijelu Australije na čijem području su se odvijali pojedini brzinski ispiti 2009. godine. Koristeći australsko izdanje WRC natjecanja iz 2009. i 2011. godine, Mackellar i Reis (2014) su ispitivali percepciju lokalnih poduzetnika o turističkoj i promocijskoj vrijednosti WRC natjecanja u kontekstu prilika koje im se tijekom održavanja te manifestacije otvaraju. Vrijedi istaknuti i opsežno djelo Naessa (2014) u kojem se WRC natjecanje promatra kroz sociološku prizmu stavljajući u prvi plan komercijalizaciju, kreiranje imidža i identiteta, izazivanje osjećaja pripadnosti mjestu kod gledatelja, obilježja kulture gledatelja i naslijeđe WRC-a koje se prenosi s generacije na generaciju. S druge strane, ovoj skupini pripadaju i istraživanja usmjerena na mjerenje ekonomskih utjecaja WRC natjecanja na pojedine zemlje pa su analizirani slučajevi Škotske (EKOS, 2011) i Finske (Tiusanen, 2014).

U trećoj skupini nalaze se opsežnija istraživanja koja uključuju kombinaciju socio-ekonomskih utjecaja WRC natjecanja na pojedine zemlje. U tom kontekstu zanimljiv je doprinos Hassana i McCullocha (2007) u definiranju ključnih varijabli za mjerenje socio-ekonomskih utjecaja WRC-a u pojedinim zemljama. Koristeći komparativnu analizu izvješća o održanim WRC natjecanjima iz više zemalja (Francuskoj 2005. te na Novom Zelandu, Španjolskoj, Portugalu, Irskoj i Njemačkoj 2007. godine) autori su napravili svojevrsan presjek metodoloških pristupa za procjenu socio-ekonomskih utjecaja WRC-a. Na temelju anketnih upitnika i korištenih metodoloških pristupa po pojedinim zemljama, napravljeno je skupno izvješće u kojem su iznesene preporuke za daljnja istraživanja, a koje su se u većoj mjeri koristile i u ovoj studiji. Temeljem zaključaka iz tog Izvješća dvije godine kasnije objavljen je i znanstveni rad Hassana i O'Connora (2009) u kojem autori ističu značaj WRC natjecanja u širem društvenom kontekstu. Vrijedna studija je i ona napravljena na slučaju WRC Vodafone Rally of Portugal iz 2019. godine u kojoj Perna i Custodio (2019) istražuju utjecaj tog WRC natjecanja na destinacijski imidž, ekonomske učinke u turizmu i okoliš. Među najnovijim analizama socio-ekonomskih koristi koje proizlaze iz održavanja WRC natjecanja u pojedinim zemljama nalazi se istraživanje Wanyonyi, Njoroge i Juma (2022) u kojem analiziraju pozitivne učinke održavanja WRC Safari Rally Kenya u uvjetima pandemije korona virusa.

Pored prethodno navedenih istraživanja, u dostupnom znanstvenom i stručnom opusu postoji i niz drugih istraživanja vezanih uz WRC, a čije se tematike ipak nalaze izvan opsega ove hrvatske studije. Tako primjerice, O'Connor (2004) u svom magistarskom radu ispituje obilježja marketinške strategije WRC-a, a Dregde i suradnici (2010) analiziraju ključne manjkavosti i tipične zamke upravljanja WRC projektom. Tickell, Naess i Evens (2021) istražili su uzroke i posljedice promjene vlasništva nad komercijalnim pravima WRC-a 2013. godine, kao i promjene koje su uslijedile u strategiji medijskog nastupa itd.

Temeljem provedene analize javno dostupnih društvenih istraživanja vezanih uz WRC natjecanje, može se zaključiti da je u znanstvenom i stručnom diskursu

evidentan kroničan nedostatak empirijskih istraživanja kojima bi se utvrdila važnost ove manifestacije na okruženje u kojem se ona odvija. To se također odnosi i na Hrvatsku čiji debitantski nastup na svjetskoj sceni WRC natjecanja 2021. godine nije dobio svoju analitičku podlogu u cilju prikupljanja vrijednih podataka za unaprjeđenje projekta.

2.2. Pristup istraživanju WRC Croatia Rally 2022

U svim svojim pojavnim oblicima društvena događanja uzrokuju socio-ekonomske promjene na prostorima na kojima se ona pripremaju i odvijaju. Hrvatske regije i naselja sve su popularnija za organizaciju različitih društvenih događanja, bilo da se radi o domaćim ili stranim organizatorima. WRC Rally Croatia je zasigurno jedno od takvih događanja, koje je izazvalo veliko zanimanje gledatelja, poduzetnika, novinara i turističkih zajednica.

S obzirom na relativno velik zahvat u prostoru, višednevno trajanje ove manifestacije, međunarodne komponente u organizaciji i medijskom izvještavanju, brojnost uključenih dionika i snažnu potporu javnog sektora, smatra se vrijednim istražiti i procijeniti socio-ekonomske utjecaje ovog natjecanja na prostor Središnje Hrvatske.

Kako se WRC Rally Croatia natjecanje iz 2021. godine nije detaljnije istraživalo niti analiziralo, ne postoje konkretni podaci koji bi mogli poslužiti u procjeni socio-ekonomskih utjecaja pa je bila nužna provedba opsežnijeg istraživanja koje podrazumijeva korištenje primarnih i sekundarnih podataka. Iskazivanjem potrebe za provedbom ovakvog istraživanja od strane organizatora WRC Rally Croatia te spremnost Ekonomskog fakulteta – Zagreb da takvo istraživanje provede, ovom studijom se nastoji promovirati društvena odgovornost i načela održivosti ovako važnih i utjecajnih sportskih događanja.

Imajući u vidu najavljena WRC natjecanja u Hrvatskoj 2023. i 2024. godine, provedba dubinske analize utjecaja i izrada ove studije dolazi u pravom trenutku. Autorski tim studije u velikoj je mjeri uvažio korištene pristupe i metodologiju dosad objavljenih sličnih istraživanja u svijetu kako bi se donekle omogućila usporedivost podataka. Analiza je obuhvatila vremensko razdoblje prije, za vrijeme i nakon održane manifestacije, sve regije Hrvatske u kojima su se odvijali brzinski ispiti te svi podaci do kojih je bilo moguće doći.

2.3. Svrha istraživanja i izrade studije

Svrha provedbe ovog istraživanja i izrade pripadajuće studije je procijeniti socio-ekonomske utjecaje koji su nastali kao rezultat održavanja WRC Rally

Croatia 2022. godine, a u svrhu informiranja organizatora i javnosti o ključnim promjenama koje su zbog toga nastale. Na podlozi ove studije, intencija je nastaviti razvijati učinkovit sustav praćenja indikatora socio-ekonomskih promjena u dugom roku.

2.4. Ciljevi studije

Provedba istraživanja i izrada ove studije imala je nekoliko glavnih ciljeva:

- intervjuirati organizatore natjecanja o izazovima i planovima za budućnost,
- istražiti i izraditi profil gledatelja,
- ispitati stavove i percepciju gledatelja, lokalnog stanovništva, natjecatelja i njihovih timova, kao i pružatelje usluga o organizaciji i izvedbi natjecanja,
- analizirati dostupne podatke i procijeniti učinke ovog natjecanja na regionalno gospodarstvo,
- analizirati dostupne podatke i procijeniti učinke ovog natjecanja na stanovništvo regije,
- dati preporuke za unaprjeđenje sustava praćenja socio-ekonomskih utjecaja ovog natjecanja, a u cilju unaprjeđenja koristi koje iz njega proizlaze te ublažavanja negativnih posljedica.

2.5. Uzorkovanje i sekundarni izvori podataka

Uzorci na kojima se temeljilo anketno istraživanje za potrebe izrade ove studije uključilo je sljedeće ciljne skupine formirane temeljem slučajnog odabira:

- gledatelje (rezidenti i nerezidenti);
- poslovne partnere kao dobavljače proizvoda i usluga (logistika); i
- lokalno stanovništvo Središnje Hrvatske i Primorsko-goranske županije.

Sekundarni izvori podataka uključuju organizatora WRC Rally Croatia, Hrvatsku turističku zajednicu, službene internetske stranice WRC-a, elektroničke baze objavljenih znanstvenih i stručnih radova te druge relevantne izvore.

2.6. Prostorni obuhvat i vremenska dinamika provedbe istraživanja

Ova studija podrazumijeva procjenu utjecaja WRC Rally Croatia 2022 na gospodarstvo i društvenu zajednicu Središnje Hrvatske što u teritorijalno-administrativnom smislu uključuje Varaždinsku, Krapinsko-zagorsku,

Zagrebačku, Karlovačku i Primorsko-goransku županiju te Grad Zagreb. Za prikupljanje primarnih podataka korišteni su različiti pristupi koji su ispitanike vodili prema odgovarajućem online anketnom upitniku. Privlačenje pozornosti gledatelja na anketno istraživanje provedeno je uz pomoć posebno dizajnirane aplikacije s izravnim pristupom online anketnom upitniku, istaknutim QR kodom na recepcijama smještajnih objekata uključenih u ponudu službene turističke agencije WRC-a te dijeljenjem letaka u fizičkom obliku od strane Autorskog tima na području Kumrovca i Servisnog parka u Gradu Zagrebu na kojem je bio otisnut QR kod za online pristup anketnom upitniku. Primarno istraživanje lokalnog stanovništva provedeno je pozivom na anketiranje putem online društvenih medija WRC Croatia Rally te osobnim kontaktima autorskog tima. Primarno istraživanje poslovnih partnera uključenih u projekt provedeno je pozivom na anketiranje kojeg je distribuirao organizator manifestacije

Istraživanje za potrebe izrade ove studije provedeno je u razdoblju od ožujka do lipnja, a završne analize i izrada studije od lipnja do kolovoza 2022. godine u tri etape:

- Prva etapa (ožujak-travanj) – provedba situacijske analize temeljene na dostupnim sekundarnim statističkim podacima;
- Druga etapa (travanj-lipanj) – provedba primarnog istraživanja na prigodnom uzorku prema unaprijed definiranim ciljnim skupinama; terensko izviđanje i istraživanje na dionicama natjecanja te u Servisnom parku;
- Treća etapa (srpanj-listopad) – provedba analize primarnih i sekundarnih podataka, interpretacije ostvarenih rezultata i izrada završnog izvješća.

2.7. Opis varijabli

Za potrebe izrade ove studije korišteno je nekoliko skupina varijabli. Odabiru varijabli prethodilo je tzv. desk istraživanje. Nakon proučavanja relevantne znanstvene i stručne literature uslijedilo je prilagođavanje varijabli potrebama primarnog istraživanja. Svakoj skupini ispitanika pridružene su odgovarajuće varijable na temelju kojih je kreiran anketni upitnik. Odabrane varijable prikazane su u sljedećoj tablici.

Tablica 2.1: Varijable korištene u izradi studije

Skupina ispitanika	Naziv varijable/ skupine varijabli	Opis varijable	Izvor podataka
Gledatelji	Socio-demografska obilježja ispitanika	Spol, dob, razina obrazovanja, profesionalni status, bračni status, zemlja stalnog boravka, pratnja na putovanju	Primarno istraživanje, anketni upitnik za gledatelje
	Prethodna iskustva s WRC natjecanjima	Praćenje WRC-a uživo i putem medija	
	Obilježja posjete	Lokacija gledanja, pozicija gledanja, razlog posjete destinaciji, broj prethodnih posjeta, korišteni smještajni objekt, duljina boravka, potrošnja, posjet atrakcijama u destinaciji	
Lokalno stanovništvo	Socio-demografska obilježja ispitanika	Spol, dob, razina obrazovanja, profesionalni status, bračni status, županija	Primarno istraživanje, anketni upitnik za lokalno stanovništvo
	Upoznatost i zadovoljstvo WRC-om	Upoznatost, gledanje, socio-kulturni učinci	
Poslovni partneri	Vrsta partnerstva	Gospodarska djelatnost	Primarno istraživanje, anketni upitnik za poslovne partnere
	Prošlogodišnje iskustvo	Obim posla, radna snaga, očekivanja	
	Ovogodišnje iskustvo	Obim posla, radna snaga	
Organizator	Ekonomski učinci	Broj gledatelja, prihodi, rashodi, noćenja,	Podaci dobiveni od Organizatora, izračuni autora
Vanjski izvor	Ekonomski učinci	Noćenja turista	Podaci dobiveni od Hrvatske turističke zajednice, izračuni autora

Izvor: Autorski tim

Anketni upitnik namijenjen **gledateljima** sastojao se od tri skupine varijabli. Prva skupina imala je za cilj pružiti uvid u socio-demografska obilježja gledatelja, a uključuje sedam varijabli (spol, dob, razina obrazovanja, profesionalni status, bračni status, zemlja stalnog boravka, pratnja na putovanju). Druga skupina varijabli uključuje informacije o načinu praćenja WRC natjecanja. Treća skupina obuhvaća najveći broj varijabli, a uključuje lokaciju gledanja (županiju), poziciju gledanja (u fan zonama ili izvan njih), primarni razlog posjete destinaciji, broj prethodnih posjeta, smještajni objekt u kojem su odsjeli posjetitelji, broj ostvarenih noćenja, potrošnju (ukupna, potrošnja na prijevoz, smještaj, hranu i ostalo), posjet ostalim atrakcijama u destinaciji. Treća skupina varijabli temelj je za procjenu dijela ekonomskih učinaka WRC Croatia Rally, zajedno s podacima dobivenim od Organizatora o broju gledatelja i Hrvatske turističke zajednice (iz sustava eVisitor) o broju ostvarenih noćenja u komercijalnim ugostiteljskim objektima za smještaj.

Lokalno stanovništvo ispunjavalo je upitnik s dvije skupine varijabli. Prva skupina obuhvatila je socio-demografska obilježja lokalnog stanovništva, a obuhvaća pet varijabli (spol, dob, razina obrazovanja, profesionalni status, bračni status, županija). Druga skupina varijabli temelj je za izračun socio-kulturnih učinaka, a sastoji se od pozitivnih i negativnih učinaka proizašlih iz najčešće korištenih modela vezanih uz socio-kulture učinke manifestacija (Woosam, Van Winkle, An, 2013; Yolal et al., 2016; Bagiran & Kurgun, 2016; Andereck et al., 2005) prilagođenih potrebama ove studije.

Anketni upitnik distribuiran **poslovnim partnerima** imao je za cilj pružiti informaciju o vrsti partnerstva, o tome je li pojedini partner i 2021. godine imao suradnju s Organizatorom WRC Croatia Rally i čime je ona rezultirala te je li suradnja 2022. godine dovela do povećanog obima posla i potrebe za novim zaposlenicima za vrijeme održavanja manifestacije.

2.8. Korištene metode za obradu i analizu podataka

Metodologija za potrebe provedbe ovog istraživanja uključila je nekoliko znanstveno-istraživačkih metoda razgraničenih po etapama:

U prvoj etapi provedbe istraživanja koristila se desk metoda u cilju formiranja statističko-dokumentacijske osnove kao analitičkog okvira za pristup daljnjim etapama provedbe istraživanja. U ovoj etapi prikupljeni su dostupni statistički podaci od strane organizatora te analizirani dostupni znanstveni i stručni radovi, kao i izvješća o održanim WRC natjecanjima u svijetu;

U drugoj etapi provedbe istraživanja provedeno je terensko (anketno) istraživanje u cilju prikupljanja primarnih podataka u interakciji s prethodno navedenim ciljnim skupinama. Temeljem prikupljenih sekundarnih podataka i saznanja s terena, napravljene su PEST i SWOT analize unutrašnjeg i vanjskog

okruženja u kojem se održalo WRC Rally Croatia natjecanje te su utvrđene poveznice između nalaza temeljenih na primarnim i sekundarnim podacima;

U trećoj etapi provedbe istraživanja formiran je dokument u kojem su interpretirani rezultati istraživanja, izneseni zaključci i preporuke za upravljanje socio-ekonomskim utjecajima održavanja ovog natjecanja u budućnosti.

Slika 2.1: Natjecateljska posada Toyota Gazoo Racing WRT
na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022



Izvor: WRC (2022)

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

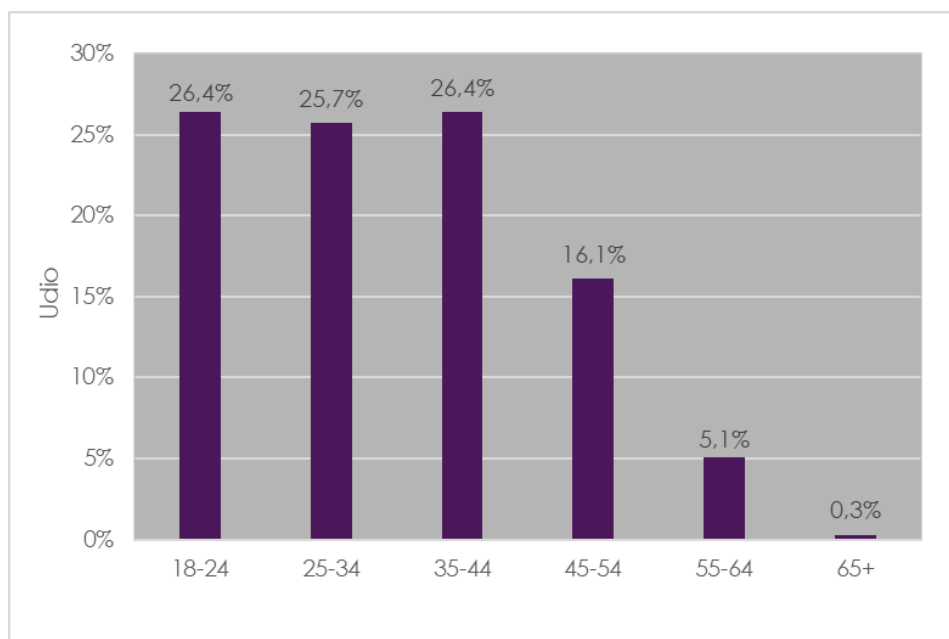
3.1. Profili ispitanika

3.1.1. Gledatelji

Istraživanje provedeno među gledateljima WRC Croatia Rally održanog 2022. godine provedeno je s ciljem unaprjeđenja postojećih znanja o gledateljima WRC natjecanja, njihovoj percepciji o hrvatskom izdanju natjecanja te obilježjima boravka i njihovoj potrošnji u destinaciji koju su odabrali za svoj posjet WRC-u. Populaciju su činili gledatelji koji su uživo pratili WRC Croatia Rally, a uzorak se sastojao od ukupno 592 ispitanika.

Od ukupnog broja sudionika u anketnom istraživanju, oko dvije trećine, tj. 66,9% činili su lokalni stanovnici mjesta u kojemu se održavao neki od brzinskih ispita, dok je ostatak ispitanika pripadao kategoriji privremenih posjetitelja (nerezidenata), tj. turista i izletnika. Veći dio ispitanika, 86,3% bili su muškarci. Analizirajući **dob gledatelja**, vidljivo je da je čak 78,5% ispitanika bilo mlađe od 45 godina. Naime, u svakoj od sljedeće tri kategorije dobnih skupina, od 18 do 24 godine, od 25 do 34 godine i od 35 do 44 godine nalazila se približno jedna četvrtina ispitanika. Nadalje, udio od 16,1% činili su ispitanici između 45 i 54 godine, dok su starije dobne skupine bile slabije zastupljene. Ispitanici između 55 i 64 godine činili su 5,1%, a stariji od 65 godina tek 0,3%.

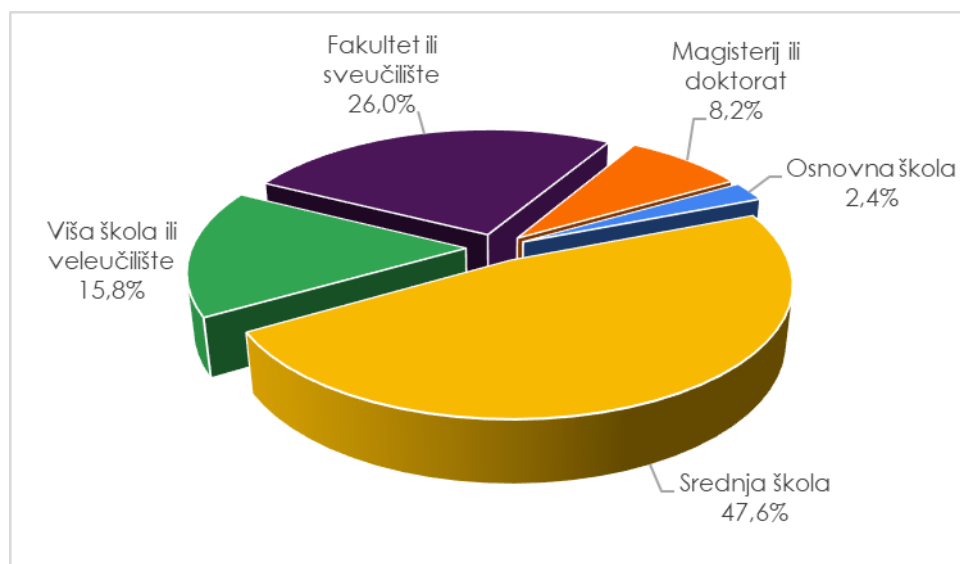
Grafikon 3.1: Dobna struktura gledatelja WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Iako su u istraživanju sudjelovali ispitanici različitih **razina obrazovanja**, moguće je primijetiti kako gotovo polovica ispitanika (47,6%) kao najvišu razinu obrazovanja ima završenu srednju školu. Višu školu ili veleučilište završilo je 15,8% ispitanika, dok je njih 26,0% svoju diplomu steklo na fakultetu odnosno sveučilištu. Tek manji postotak gledatelja koji su sudjelovali u istraživanju ima završenu samo osnovnu školu (2,4%), no iz odgovora tih ispitanika je vidljivo da se uglavnom radi o mladim osobama koje pripadaju dobnoj skupini između 18 i 24 godine te se pretpostavlja da su u trenutku popunjavanja upitnika tek stekli punoljetnost i da su još uvijek pohađali srednju školu. Nasuprot tome, magisterij ili doktorat imalo je 8,2% ispitanika.

Grafikon 3.2: Struktura gledatelja WRC Croatia Rally 2022 prema dostignutoj razini obrazovanja



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Kada je riječ o **profesionalnom statusu gledatelja**, više od polovice ispitanika, njih 66,2%, u trenutku anketiranja je bilo zaposleno kod poslodavca, a njih 18,1% imalo je status učenika odnosno studenta. Nadalje, 12,3% ispitanika je bilo samozaposleno, 2,7% nezaposleno te tek 0,7% je imalo status umirovljenika.

Tablica 3.1: Profesionalni status gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Profesionalni status gledatelja	Udio
Učenik - student	18,1%
Samozaposlen - poduzetnik	12,3%
Zaposlen od poslodavca	66,2%
Nezaposlen	2,7%
Umirovljenik	0,7%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Promatrajući **bračni status gledatelja**, vidljivo je da je nešto više od trećine ispitanika u braku (36,7%), a malo manji postotak (31,5%) ispitanika u vezi. Ipak, više od četvrtine sudionika istraživanja, tj. 28,7% je neudanih odnosno neoženjenih, a 3,1% je razvedenih.

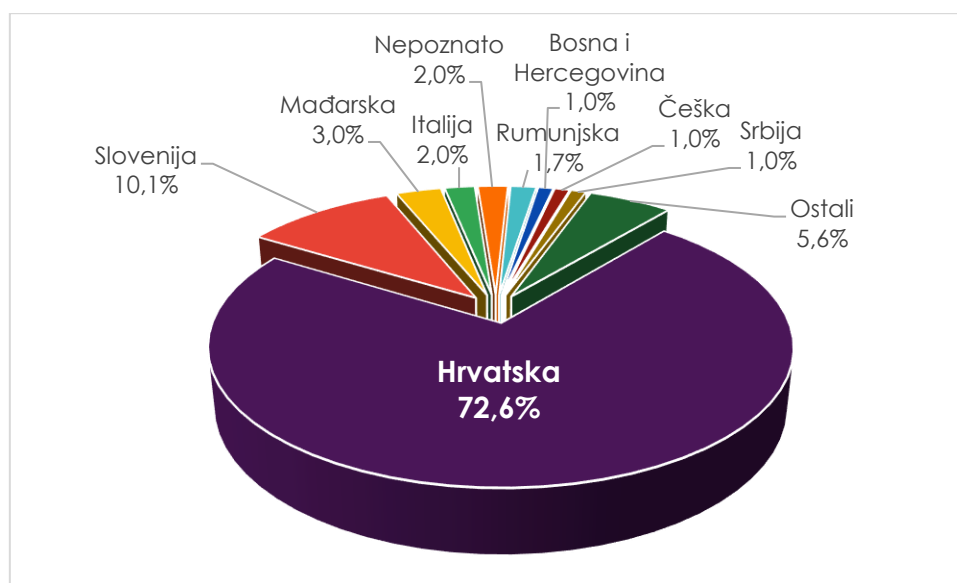
Tablica 3.2: Bračni status gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Bračni status gledatelja	Udio
Neoženjen - neudana	28,7%
U vezi	31,5%
Oženjen - udana	36,7%
Razveden - razvedena	3,1%
Udovac - udovica	0%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Analizirajući odgovore ispitanika o njihovoj **zemlji stalnog boravka**, među sudionicima istraživanja prevladavale (72,6%) su osobe sa stalnim boravkom u Republici Hrvatskoj, dok je druga najveća populacija, koja je činila udio od 10,1% svih ispitanika, bilo iz Slovenije.

Grafikon 3.3: Zemlja stalnog boravka gledatelja WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Preostali udio od 17,3% anketiranih ispitanika čine gledatelji koji nemaju svoje stalno prebivalište u Hrvatskoj ili Sloveniji, već izvan tih dviju država. No, vrijedno je pritom istaknuti kako su u istraživanju sudjelovali ispitanici iz čak 18 europskih zemalja (Austrija, Bugarska, Cipar, Estonija, Finska, Nizozemska, Njemačka, Poljska, Slovačka, Španjolska...). U uzorku ispitanika nije bilo gledatelja koji dolaze s drugih kontinenata.

Analizirajući **pratnju gledatelja na putovanju**, moguće je primijetiti kako je gotovo pola ispitanika (49,1%) WRC Rally Croatia 2022 posjetilo u pratnji prijatelja, a 40,0% ispitanika to je učinilo s članovima obitelji. Oko 2,1% sudionika istraživanja na događanja u sklopu WRC Rally Croatia 2022 uputilo se s kolegama s posla, a 0,7% s poslovnim partnerima. Ipak, 6,3% od uzorka ispitanih gledatelja manifestaciju je 2022. godine pratilo odnosno posjetilo bez pratnje, a 1,8% kao pratnju navode druge osobe.

Tablica 3.3: Pratnja na putovanju gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Pratnja gledatelja na putovanju	Udio
Sam/a	6,3%
S prijateljima	49,1%
S članovima obitelji	40,0%
S kolegama s posla	2,1%
S poslovnim partnerima	0,7%
Drugo	1,8%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

3.1.2. Lokalno stanovništvo

U istraživanju provedenom među lokalnim stanovništvom u cilju ispitivanja njihovog mišljenja i percepcije o održanom WRC Croatia Rally 2022, sudjelovali su stanovnici županija u kojima su se održavali brzinski ispiti te popratni sadržaji vezani uz događanje. Uzorak se sastojao od 1.465 ispitanika u kojem se od ispitanika tražilo da označe **županiju stalnog boravka**. Jedna trećina ispitanika, tj. 33,6% dolazi iz Karlovačke županije, 17,5% iz Krapinsko-zagorske županije, a 16,9% iz Zagrebačke županije. Nešto manji postotak, oko 12,6% živi u Gradu Zagrebu, 10,8% u Varaždinskoj županiji i 7,0% u Primorsko-goranskoj županiji, dok 1,5% dolazi iz neke druge županije.

Tablica 3.4: Županije stalnog boravka anketiranog lokalnog stanovništva

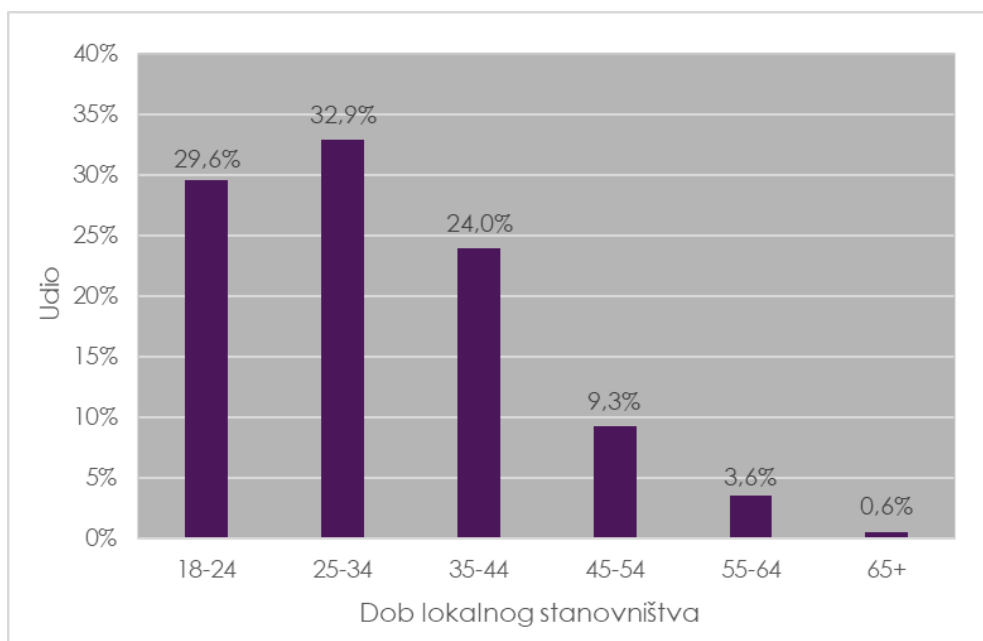
Županija stalnog boravka	Udio
Grad Zagreb	12,6%
Karlovačka županija	33,6%
Krapinsko-zagorska županija	17,5%
Primorsko-goranska županija	7,0%
Varaždinska županija	10,8%
Zagrebačka županija	16,9%
Drugo	1,5%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Prema **spolnoj strukturi lokalnog stanovništva**, među ispitanicima koji su sudjelovali u anketnom istraživanju prevladavali su muškarci, tj. njih 65,5%, dok su preostali udio ispitanika od 34,5% činile žene.

U pogledu **dobne strukture lokalnog stanovništva**, trećina ispitanika (32,9%) pripada skupini od 25 do 34 godine, a 29,6% svrstalo se u dobnu skupinu od 18 do 24 godine. Nešto manji postotak, njih 24% činilo je dobnu skupinu od 35 do 44 godine, a 9,3% ispitanika pripadalo je skupini između 45 i 54 godine. Starije dobne skupine bile su slabo zastupljene, što dokazuje podatak da je svega 3,6% ispitanika pripadalo skupini između 55 i 64 godine, a tek 0,6% skupini osoba sa 65 godina i više. Razlog slabe zastupljenosti starijih dobnih skupina može biti u provođenju istraživanja među lokalnim stanovništvom isključivo putem Interneta, što jednim dijelom otežava dolazak do starijeg stanovništva koje se ne koristi aktivno istim.

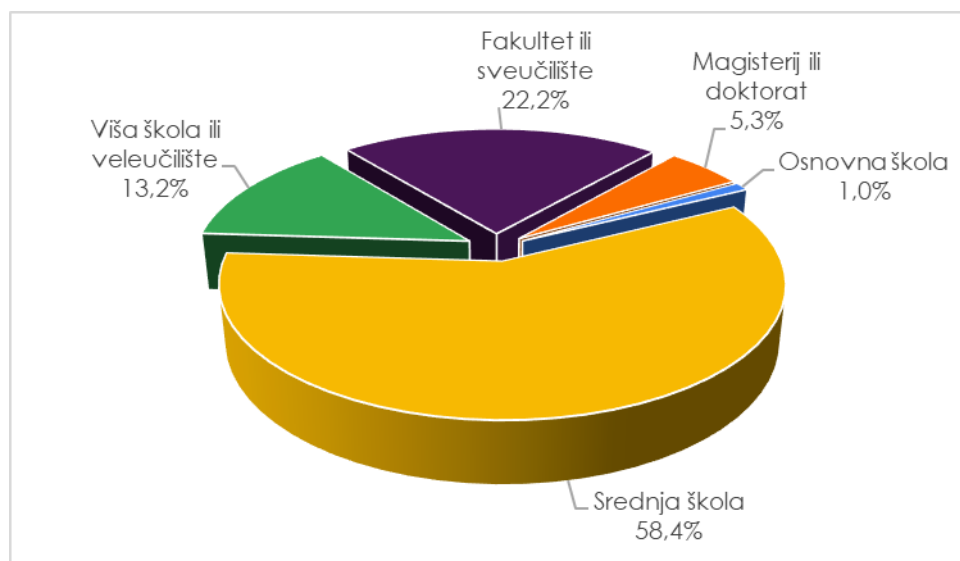
Grafikon 3.4: Dob lokalnog stanovništva



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Kada je riječ o najvišoj postignutoj **razini obrazovanja lokalnog stanovništva** koje je sudjelovalo u istraživanju, čak 58,4% ispitanika u trenutku anketiranja imalo je završenu srednju školu, 22,2% imalo je završen fakultet odnosno sveučilište, a 13,2% višu školu ili veleučilište. Relativno mali postotak ispitanika 5,3% imalo je završen magisterij ili doktorat, a s druge strane tek 1% ispitanika kao najvišu razinu obrazovanja navelo je završenu osnovnu školu, što su vjerojatno mladi koji u trenutku istraživanja još nisu završili srednju školu.

Grafikon 3.5: Razina obrazovanja lokalnog stanovništva



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Prilikom analize **profesionalnog statusa ispitanika**, moguće je primijetiti da su prevladavale osobe zaposlene kod poslodavca, njih 65,1%. Nadalje, 19,5% ispitanika imalo je status učenika ili studenta, 11,7% ispitanika svrstalo se u skupinu samozaposlenih odnosno poduzetnika, a 1,6% imalo je status umirovljenika. Oko 2,1% ispitanika se izjasnilo kao nezaposleno.

Tablica 3.5: Profesionalni status lokalnog stanovništva

Profesionalni status lokalnog stanovništva	Udio
Učenik - student	19,5%
Samozaposlen - poduzetnik	11,7%
Zaposlen od poslodavca	65,1%
Nezaposlen	2,1%
Umirovljenik	1,6%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Uzimajući u obzir **bračni status ispitanika**, u trenutku provedbe anketiranja njih 39,2% je bilo u braku, a 25,1% u vezi. Kao neoženjen odnosno neudana izjasnila se gotovo trećina ispitanika (32,2%), dok ih je 2,9% bilo razvedeno, a 0,6% kao udovac odnosno udovica.

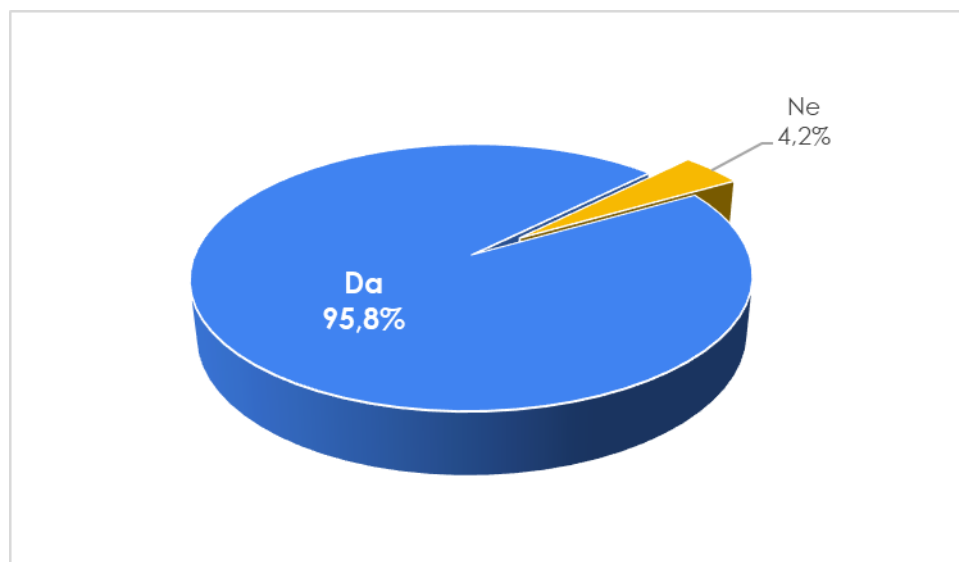
Tablica 3.6: Bračni status lokalnog stanovništva

Bračni status lokalnog stanovništva	Udio
Neoženjen - neudana	32,2%
U vezi	25,1%
Oženjen - udana	39,2%
Razveden - razvedena	2,9%
Udovac - udovica	0,6%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

U daljnjem tijeku anketiranja ispitivala se **upoznatost lokalnog stanovništva s održavanjem WRC Croatia Rally** natjecanja (prije ispunjavanja same ankete), pri čemu je čak 95,8% izjavilo kako je bilo upoznato s održavanjem navedenog natjecanja, a tek 4,2% nije do ispunjavanja ankete imalo informaciju o održavanju natjecanja u njihovoj županiji.

Grafikon 3.6: Upoznatost lokalnog stanovništva s održavanjem WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Drugim riječima, može se zaključiti kako su informacije o održavanju manifestacije bile dostupne putem medija odnosno osobnim kontaktima pretežitom dijelu populacije lokalnog stanovništva.

3.1.3. Poslovni partneri WRC-a

U istraživanju provedenom među poslovnim partnerima koji su sa svojim proizvodima i/ili uslugama sudjelovali u pripremi i realizaciji projekta WRC Croatia Rally 2022. godine, a u cilju ispitivanja njihovog zadovoljstva projektom te mogućnostima unaprjeđenja istoga u sljedećim godinama, sudjelovalo je 29 predstavnika poslovnih partnera različitog statusa. Prema **statusu poslovnog partnera** na WRC Croatia Rally projektu, vidljiva je raznolikost gospodarskih područja u kojima posluju, pri čemu je 34,5% pripadalo skupini dobavljača proizvoda ili usluga, zatim 20,7% skupini sponzora, odnosno pokrovitelja, a čak 37,9% činila su državna tijela, jedinice lokalne samouprave, turističke zajednice i dr. Uz navedeno, 3,4% činili su predstavnici medija, a isti postotak i oglašivači.

Tablica 3.7: Status poslovnog partnera na projektu WRC Croatia Rally 2022

Status partnera	Udio
Dobavljač proizvoda ili usluga	34,5%
Sponzor/ pokrovitelj	20,7%
Oglašivač	3,4%
Predstavnik medija	3,4%
Drugo (uglavnom državna tijela, općine, jedinice lokalne samouprave te drugi partneri)	37,9%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

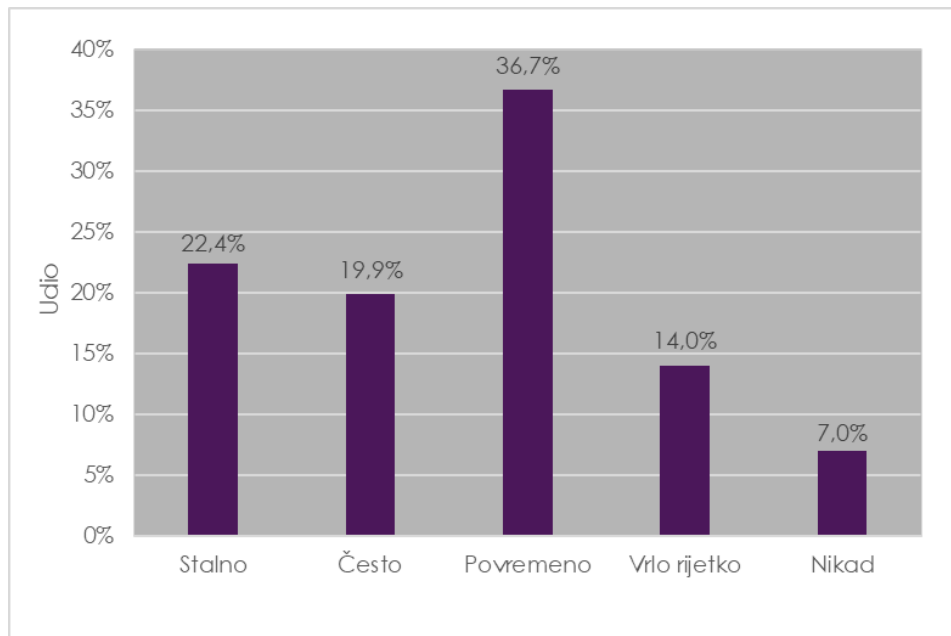
Također, važno je naglasiti da je 55,2% partnera na projektu WRC Croatia Rally 2022. godine već bilo u ulozi poslovnog partnera prethodne 2021. godine, iz čega se može zaključiti da su bili zadovoljni s poslovnim rezultatima koje su tada postigli surađujući s organizatorima WRC natjecanja.

3.2. Prethodno iskustvo praćenja WRC natjecanja

Prema rezultatima istraživanja o **učestalosti praćenja WRC natjecanja** moguće je zaključiti kako gledatelji aktivno prate službene profile online društvenih mreža organizatora WRC natjecanja, s obzirom da je isto potvrdilo čak 82,8% ispitanika. Što se pak tiče praćenja prijenosa WRC natjecanja, 22,4% redovito, tj. stalno prati prijenos, 19,9% često, a najveći postotak ispitanika, tj. 36,7%

prijenos natjecanja prati povremeno. Isto tako, neki od ispitanika prijenos prate vrlo rijetko (14%) ili čak nikad (7%).

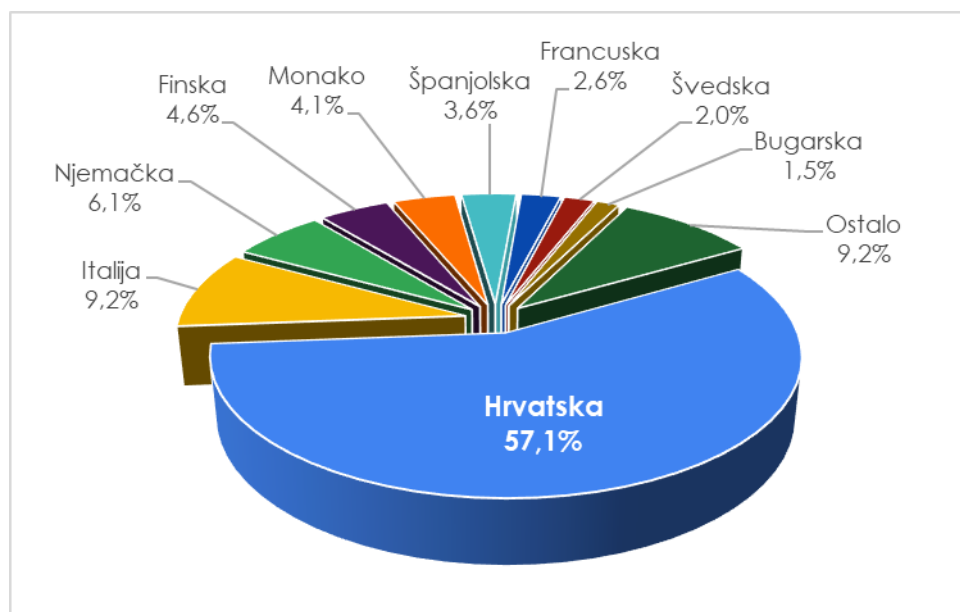
Grafikon 3.7: Učestalost praćenja prijenosa WRC natjecanja putem medija



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

No, bez obzira jesu li i u kojoj mjeri do samog anketiranja pratili prijenose WRC natjecanja, 67,3% ispitanika natjecanje je do sada pratilo i uživo, na lokacijama gdje su se održavali brzinski ispiti, kako u Hrvatskoj, tako i drugdje u svijetu. Konkretno, **zemlje u kojima su gledatelji ranije uživo pratili WRC natjecanja** navedene su: Belgija, Bugarska, Cipar, Estonija, Finska, Francuska, Grčka, Hrvatska, Italija, Monako, Novi Zeland, Njemačka, Poljska, Portugal, Španjolska, Švedska i Turska.

Grafikon 3.8: Zemlja u kojoj su ispitanici pratili WRC natjecanja do 2022. godine



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Također, vrijedno je istaknuti da je čak 68,7% ispitanika iz 2022. godine uživo pratilo i WRC Croatia Rally 2021. godine, iz čega se može zaključiti da su organizacijom i izvedbom bili u manjoj ili većoj mjeri zadovoljni.

3.3. Obilježja posjete destinacije

3.3.1. Praćenje manifestacije

Natjecanje i popratni sadržaji WRC Croatia Rally 2022. godine održali su se na ukupno 20 lokacija raspoređenih u četiri županije Središnje Hrvatske, gorsko-planinskom dijelu Primorsko-goranske županije (19 brzinskih ispita) te u Gradu Zagrebu (Servisni park).

Slika 3.1: Natjecateljska posada M-Sport Ford World Rally Teama Gus Greensmith i Jonas Andersson na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)

Prema rezultatima anketnog istraživanja o **županiji u kojima su gledatelji pratili WRC Croatia Rally 2022**, najviše ispitanika, njih 36,1%, brzinske je ispite pratilo u Karlovačkoj županiji, 21,9% ispitanika natjecanje je gledalo u Zagrebačkoj županiji, 18,4% ispitanika u Krapinsko-zagorskoj županiji, 12,5% u Gradu Zagrebu, 5,9% u Primorsko-goranskoj županiji te 5,2% u Varaždinskoj županiji. Ipak, kada je riječ o mjestu gledanja samog natjecanja, tek 29,4% ispitanika natjecanje je pratilo u fan zonama, za čiji je ulazak bilo potrebno kupiti ulaznicu, dok je ostatak ispitanika natjecanje pratilo uz cestu, tj. dionice na kojima su se vozili brzinski ispiti, što je posjetiteljima bilo omogućeno bez prethodne kupnje ulaznica.

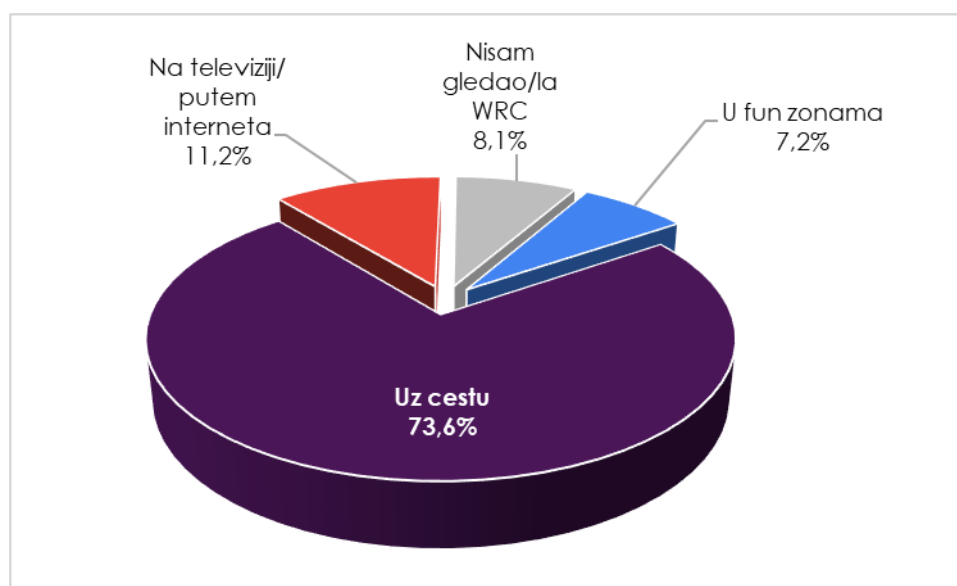
Tablica 3.8: Županija gledanja WRC Croatia Rally 2022
od strane lokalnog stanovništva

Županija gledanja WRC Croatia Rally 2022	Udio
Grad Zagreb	12,5%
Zagrebačka županija	21,9%
Karlovačka županija	36,1%
Primorsko-goranska županija	5,9%
Krapinsko-zagorska županija	18,4%
Varaždinska županija	5,2%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Vrlo je slična situacija i kod lokalnog stanovništva koje je uživo pratilo WRC Croatia Rally 2022, što je moguće vidjeti na sljedećem grafikonu. Naime, čak 73,6% ispitanika natjecanje je pratilo uz cestu, a 7,2% u fan zonama za koje je bilo obavezno kupiti ulaznicu. Ipak, dio lokalnog stanovništva koje je sudjelovalo u anketnom istraživanju, njih 11,2%, natjecanje je pratilo putem Interneta, odnosno TV prijenosa, dok 8,1% ispitanika uopće nije gledalo natjecanje.

Grafikon 3.9: Glavno mjesto gledanja WRC Croatia Rally 2022
od strane lokalnog stanovništva



Izvor: podaci primarnog istraživanja

3.3.2. Boravak u destinaciji

Ključan razlog posjete destinaciji bilo je uživo praćenje WRC Croatia Rally 2022, što je potvrdilo 85,7% ispitanih gledatelja, dok je 4,2% ispitanika kao glavni razlog posjete navelo neku drugu svrhu. Ostatak ispitanika (10,1%) izjasnilo se kao lokalno stanovništvo u čijoj se blizini stanovanja održavalo natjecanje.

Tablica 3.9: Glavni razlog posjete gledatelja destinaciji

Glavni razlog posjete destinaciji	Udio
WRC natjecanje	85,7%
Druga svrha	4,2%
Lokalni stanovnik	10,1%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Moguće je primijetiti da broj prethodnih posjeta destinaciji u kojoj su gledatelji pratili WRC Croatia Rally 2022 varira među ispitanicima. Oko 20,7% sudionika istraživanja prvi je puta posjetilo destinaciju u kojoj je pratilo natjecanje, 18,6% destinaciju je prethodno posjetilo jednom, a 18,9% dva puta. Udio od 4,6% ispitanika destinaciju u koju je putovalo radi praćenja WRC Croatia Rally 2022 prethodno je posjetilo tri puta, 2,5% četiri puta, dok čak 23,9% ispitanika destinaciju već dobro poznaje, odnosno posjetili su je prethodno 5 ili više puta.

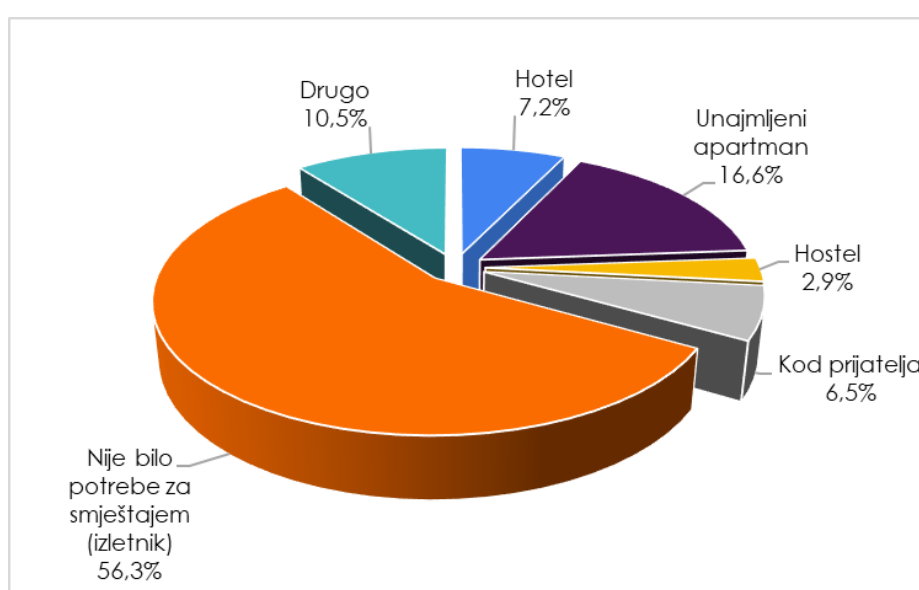
Tablica 3.10: Broj prethodnih posjeta destinaciji praćenja WRC Croatia Rally 2022

Broj prethodnih posjeta destinaciji	Udio
Lokalni stanovnik	10,9%
0 posjeta	20,7%
1 posjet	18,6%
2 posjeta	18,9%
3 posjeta	4,6%
4 posjeta	2,5%
5 i više posjeta	23,9%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Od ukupnog broja ispitanika koji su sudjelovali u anketnom istraživanju, nešto manje od pola je u destinaciji boravilo duže od 24 sata pa su stoga korištene usluge smještaja na komercijalnoj i nekomercijalnoj osnovi. Udio od 16,6% ispitanika tijekom posjeta destinaciji boravilo je u unajmljenom apartmanu, 7,2% u hotelu, 2,9% u hostelu, a 6,5% bilo je smješteno kod prijatelja. Iako je skoro trećina ispitanika boravila u nekom od smještajnih objekata u destinaciji, preko polovice ispitanika, njih 56,9%, ipak nije imalo potrebe za smještajem s obzirom da se radilo o jednodnevnim posjetiteljima, tj. izletnicima.

Grafikon 3.10: Korišteni smještajni objekti od strane gledatelja WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

U skladu s time, kada se promatra duljina boravka (u danima) u mjestu gledanja WRC Croatia Rally, moguće je primijetiti kako je 48,8% ispitanika u destinaciji boravilo jedan dan. Udio od 14,6% ispitanika u destinaciji je boravilo dva dana, 16,6% tri dana, 11,0% četiri dana te 5,5% pet dana, dok je 7 i više dana u destinaciji provelo 7,5% ispitanika.

Tablica 3.11: Duljina boravka (u danima) gledatelja u mjestu praćenja natjecanja WRC Croatia Rally 2022

Duljina boravka	Udio
1 dan	48,8%
2 dana	14,6%
3 dana	16,6%
4 dana	11,0%
5 dana	5,5%
6 dana	0%
7 dana	0%
7 i više dana	7,5%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Pored gledanja WRC Croatia Rally 2022 uživo, anketnim istraživanjem se željelo otkriti što su još od turističkih atrakcija zaljubljenici u WRC posjetili tijekom svog boravka u destinaciji. U svojim odgovorima istaknuli su sljedeće: dvorac Trakošćan, etno-selo Kumrovec, Aquatiku – slatkovodni akvarij u Karlovcu, Muzej Domovinskog rata Karlovac, dvorac Frankopan, zatim, centar grada Zagreba, Karlovca, Krapine te Samobora, Plešivicu, Medvedgrad, rijeke Koranu i Dobru te druge atrakcije. Ispitanici su također posjetili brojne ugostiteljske objekte i shopping centre u okolici mjesta gdje su pratili natjecanje.

3.4. Ekonomski učinci

Analiza ekonomskih učinaka održavanja bilo koje velike manifestacije može se promatrati na različite načine. Najčešća dva načina su podjela na: 1) fizičke (npr. broj gledatelja, izvođača, pružatelja usluga, volontera, itd.) i financijske (npr. potrošnja, prihodi, troškovi i dr.) te na 2) pozitivne (npr. novo zapošljavanje, rast prihoda, rast poslovne aktivnosti itd.) i negativne (npr. rast cijena, rast troškova itd.). U ovoj studiji analizirani su pozitivni fizički i financijski učinci.

3.4.1. Broj gledatelja

Polazište za izračun ukupne vrijednosti ekonomskih učinaka održavanja velike sportske manifestacije na lokalno ili regionalno gospodarstvo je u utvrđivanju točnog ili barem procjene ukupnog broja gledatelja, neovisno o njihovom porijeklu, stupnju motivacije i zadovoljstva te potrošačkim navikama. Utvrđivanjem te varijable procjenjuje se atraktivnost promatranog reli natjecanja odnosno koliko brojnu publiku je takva manifestacija uspjela privući.

Prema Hassan i McCulloch (2007), u mjerenju ekonomskih utjecaja WRC natjecanja na lokalno ili regionalno gospodarstvo „presudna varijabla je ukupan broj gledatelja, a njegovo utvrđivanje ovisi o stručnoj procjeni organizatora relija, koju analitičari ne mogu provesti“. Drugim riječima, sve dosad provedene analize oslanjale su se na podatke koje su dostavljali sami organizatori, što je slučaj i s ovom studijom.

Slika 3.2: Posada Yacco ACCR Teama na brzinskom ispitu WRC Croatia Rally 2022 u Kumrovcu, Krapinsko-zagorska županija, 2022.



Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)

Prema podacima dobivenima od organizatora WRC Croatia Rally, procijenjeno je da je 2022. godine manifestaciju uživo pratilo oko 310.000 gledatelja, što je bilo u skladu s preliminarnim procjenama kojima se baratalo za organizacijske potrebe cjelokupne manifestacije.

Tablica 3.12: Procjena broja gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Datum	Lokacija	Županija	Gledatelja
21.4.	Shakedown - Okić	Zagrebačka	30.000
21.4.	Ceremonijalni start - Zagreb	Grad Zagreb	15.000
22.4.	BI 1 i BI 5 Mali Lipovec – Grdanjci	Zagrebačka	15.000
22.4.	BI 2 i BI 6 Stojdraga - Gornja Vas	Zagrebačka	10.000
22.4.	BI 3 i BI 7 Krašić - Vrškovec	Zagrebačka/ Karlovačka	20.000
22.4.	BI 4 i BI 8 Pećurkovo Brdo - Mrežnički Novaki	Karlovačka	30.000
23.4.	BI 9 i BI 13 Kostanjevac - Petruš Vrh	Zagrebačka/ Karlovačka	15.000
23.4.	BI 10 i BI 14 Jaškovo - Mali Modruš Potok	Karlovačka	25.000
23.4.	BI 11 i BI 15 Platak	Primorsko-goranska	15.000
23.4.	BI 12 i BI 16 Vinski Vrh - Duga Resa	Karlovačka	35.000
24.4.	BI 17 i BI 19 Trakošćan - Vrbno	Varaždinska	15.000
24.4.	BI 18 i BI 20 Zagorska Sela - Kumrovec	Krapinsko-zagorska	75.000
20.4. - 24.4.	Servisni park i Podium - Zagreb	Grad Zagreb	10.000
SVEUKUPNO:			310.000

Napomena: BI = brzinski ispit

Izvor: Organizacijski tim

Iz prethodne tablice je vidljivo da su gledatelji bili relativno ravnomjerno raspoređeni u prostoru na kojem su se odvijali brzinski ispiti, s jednim većim odstupanjem zadnjeg dana natjecanja na području Krapinsko-zagorske županije, što je bilo očekivano zbog neradnog dana i mjesta održavanja uz samu granicu s Republikom Slovenijom.

Broju gledatelja, naravno, treba pribrojiti i ostale sudionike koji su bili dio ove mega manifestacije, a riječ je o:

- 66 natjecateljskih posada (132 vozača/suvozača) i oko 1.400 članova njihovih stručnih timova (od čega 242 članova koji su vršili službena testiranja automobila i u organizaciji ljudskih potencijala);
- oko 2.000 članova u organizaciji (organizacijski tim, suci, volonteri i dr.);
- 394 akreditiranih predstavnika medija (od čega 292 strana i 102 domaća; novinari i predstavnici televizijskih kuća);

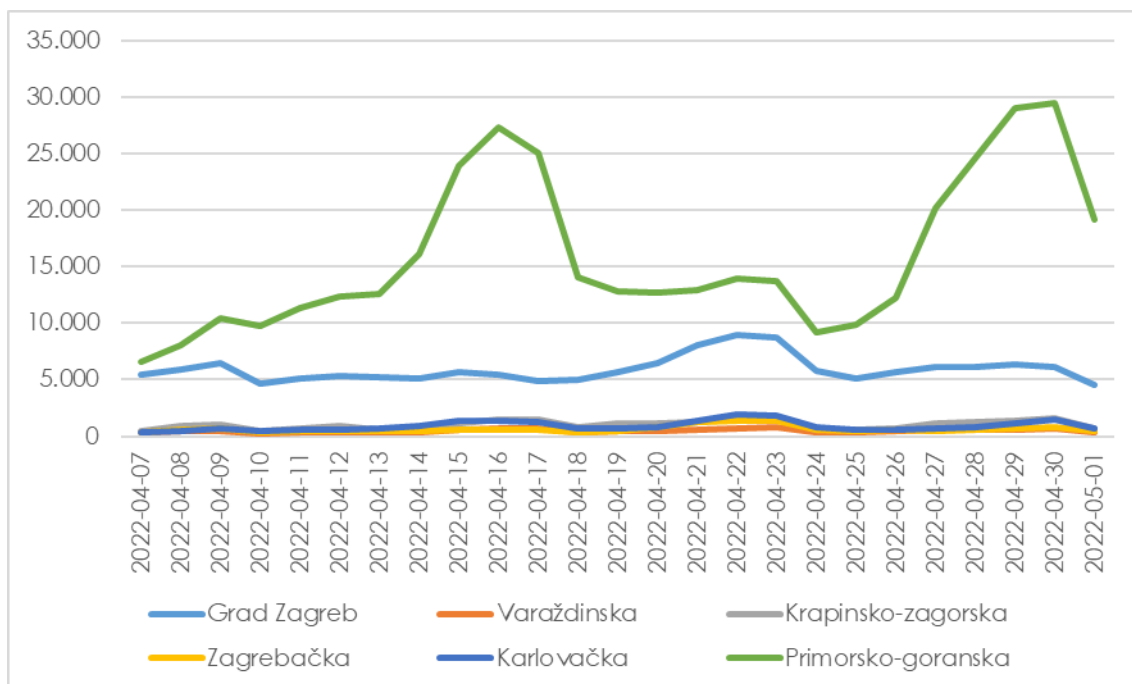
- brojnim predstavnicima poslovnih partnera (logistika-dobavljači) - pokretne metalne ograde, šatori, PVC ograde i trake, drvene i metalne oznake, bale trave omotane u plastičnu foliju, boje za označavanje pojedinih mjesta/pozicija na kolniku, FIA oznake i dr. obavezne oznake (putokazi, oznake parkirališta i dr.), mjerna oprema i obrada rezultata (SAS), službena vozila, laka i teška gospodarska vozila, rent-a-car (kombi vozila i kamioni), prehrana/catering sudaca, volontera i službi, službena odjeća sudaca i volontera, pokretni kemijski WC-i, posude za različite vrste otpada, branding, promociju, marketing, uređenje staza brzinskih ispita itd.;
- dežurnim djelatnicima stručnih službi – policija, hitna medicinska pomoć, vatrogasci, komunalne službe, vučne službe, Gorska služba spašavanja i dr.;
- i drugima.

3.4.2. Turistička kretanja

Imajući u vidu da anketna istraživanja, općenito gledajući, imaju određene slabosti po pitanju nemogućnosti utvrđivanja veličine populacije koju se promatra, koriste se dodatni izvori podataka, ako su naravno dostupni. Za potrebe utvrđivanja veličine nerezidenata koji su doputovali uživo gledati WRC Croatia Rally 2022. godine, zatraženi su podaci iz sustava e-Visitor kojim upravlja Hrvatska turistička zajednica.

Kako bi se stekao uvid u oscilacije turističkog prometa u šest regionalnih cjelina (pet županija i Grad Zagreb) u tjednu u kojem se održavao WRC Croatia Rally 2022 zatraženi su podaci od 7. travnja do 1. svibnja, tj. dva tjedna prije početka natjecanja pa sve do tjedan dana nakon njegovog završetka. Prilikom razmatranja prikazanih rezultata u obzir treba uzeti i činjenicu da je Hrvatski zavod za javno zdravstvo tek 7. travnja 2022. godine donio Odluku o nužnim epidemiološkim mjerama kojima se ograničavaju okupljanja i uvode druge nužne epidemiološke mjere i preporuke radi sprječavanja prijenosa bolesti COVID-19 putem okupljanja. Iz toga proizlazi zaključak da bi rezultati posjećenosti ove manifestacije vjerojatno bili i veći da na snazi nisu bile spomenute mjere.

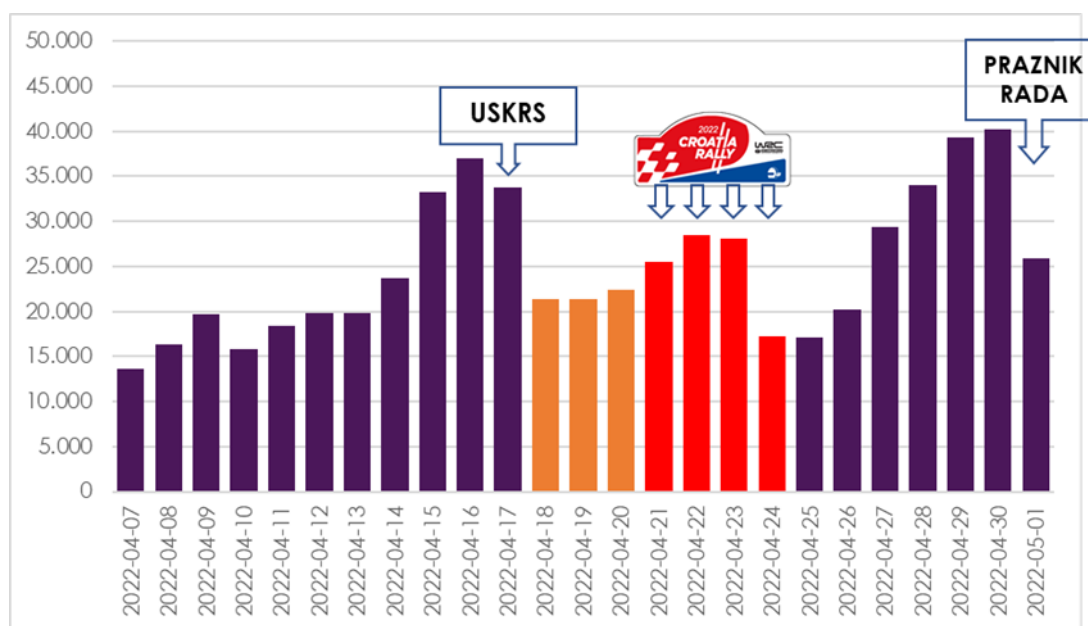
Grafikon 3.11: Noćenja turista u komercijalnim ugostiteljskim objektima po odabranim županijama, 7.4.-1.5.2022.



Izvor: Prema podacima Hrvatske turističke zajednice

Kada se kreira slika ukupnih noćenja u komercijalnim objektima u regiji, vidljiv je zapažen utjecaj WRC Croatia Rally manifestacije na kretanje ukupnog broja noćenja u regiji Središnje Hrvatske kako u pripremnom dijelu (narančasto), tako i u natjecateljskom dijelu (crveno) tjedna u kojem se natjecanje održalo.

Grafikon 3.12: Noćenja turista na području Središnje Hrvatske, 7.4.-1.-5.2022.



Izvor: Prema podacima Hrvatske turističke zajednice

Uzme li se u obzir sveukupan broj noćenja ostvaren kroz promatranih sedam dana na području pet županija i Grada Zagreba, dolazi se do vrijednosti od gotovo 164.300 noćenja turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima. Međutim, sva ta noćenja nisu utjecaj odvijanja WRC Croatia Rally natjecanja, isto kao što u taj zbroj nisu uključena noćenja koja su gledatelji-nerezidenti ostvarili u nekomercijalnim objektima smještaja (npr. u svojim stanovima ili kućama odnosno kod rodbine ili prijatelja) niti su uključena neregistrirana noćenja u komercijalnim objektima i autodomovima (sivo tržište) ili noćenja ostvarena u mjestima izvan prostornog obuhvata ovog istraživanja (u Hrvatskoj ili susjednoj Sloveniji).

Za procjenu broja ostvarenih noćenja u obradu su uglavnom u obzir uzeta noćenja turista u tjednu kad se održavalo WRC natjecanje, dok se prema ostalim danima u vremenskom obuhvatu pristupilo restriktivno.

S obzirom da blagdan Uskrsa (17.4.2022.) u Hrvatskoj tradicionalno označava početak tzv. turističke sezone kada se otvara većina sezonskih smještajnih objekata, kapaciteta za smještaj je bilo dovoljno i za nadolazeći WRC spektakl. Noćenja ostvarena u tjednu prije Uskrsa pripisana su blagdanskim razlozima posjete i boravka pa je pretpostavka da nisu vezana uz WRC natjecanje. Stoga, noćenja u tom tjednu su skoro u potpunosti izostavljena iz analize, osim za Grad Zagreb. Naime, pripreme za nastup na prvenstvu iziskuje od svih posada i njihovih stručnih timova detaljan pregled i mapiranje svih staza brzinskih ispita te pripremu automobila, uključujući naravno i postavljanje paviljona/box-ova u Servisnom parku i svu potrebnu administraciju.

Iz tih razloga je za Grad Zagreb u kalkulaciju uzeto 50% registriranih noćenja u komercijalnim objektima dva tjedna prije početka samog natjecanja, dok je za ostale županije korišten koeficijent 0,10.

Tjedan u kojem se održavalo WRC natjecanje, podijeljen je na dva dijela: tri dana posljednjih priprema i četiri dana natjecanja. U pripremnoj fazi korišten je koeficijent 0,50 za Grad Zagreb, 0,25 za kontinentalne županije dok je za Primorsko-goransku županiju korišten koeficijent 0,10 zbog specifičnosti mikrolokacije (gorsko-planinski dio županije) i karakteristika samog brzinskog ispita. Razlog povećanja koeficijenta u kontinentalnim županijama opravdan je iz razloga što su u tim danima počeli pristizati brojni zaljubljenici u ovaj automoto sport (oni posvećeni i fanatični), ali i strani novinari, izjavitelji, službeno osoblje WRC-a itd.

Tijekom natjecateljskih dana korišteni je koeficijent 0,75 za kontinentalne županije i Grad Zagreb, a za Primorsko-goransku županiju 0,10, što se smatra opravdanim s obzirom na rastući pritisak potražnje za smještajem. Noćenja ostvarena po završetku tjedna u kojem se odvijalo natjecanje nisu uzeta u obzir iako je jedan dio stručnog osoblja, kao i gledatelja koji su željeli поближе upoznati destinaciju ostalo u gradu Zagrebu i/ili u Primorsko-goranskoj županiji.

Konačna procjena broja ostvarenih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima po konzervativnom pristupu je 105.500. Ako se toj vrijednosti pridoda još najmanje 25% neregistriranih noćenja u komercijalnom smještaju i još toliko nekomercijalnih noćenja, ukupan broj ostvarenih noćenja koje je generiralo WRC natjecanje na prostoru Središnje Hrvatske može se procijeniti na 150.000 do 170.000.

3.4.3. Potrošnja gledatelja

Upitani da iskažu svoju ukupnu potrošnju (na put, smještaj, praćenje natjecanja i ostale aktivnosti) u jedinstvenoj valuti (EUR), 80% ispitanika je unijelo vrijednost između od 10 do 3.500 EUR. Oni ispitanici koji su unijeli 0 ili nisu ništa unijeli, nisu uzeti u obzir za daljnju analizu. Na bazi tog broja, prosječna potrošnja gledatelja iznosila je 262,82 EUR, od čega su nerezidenti trošili u prosjeku 370,85 EUR, dok su lokalni stanovnici trošili u prosjeku 102,17 EUR.

Kako su rezultati anketnog istraživanja pokazali da je u ukupnom gledateljstvu WRC Croatia Rally odnos lokalnog stanovništva i privremenih posjetitelja 2:1, dolazi se do veličine potražnje oko 200.000 iz regije Središnja Hrvatska (uključujući i Primorsko-goransku županiju) i oko 100.000 koji su došli iz inozemstva. Iz toga proizlazi da je ukupna potrošnja domaćih gledatelja oko 20,5 milijuna EUR i inozemnih 26,3 milijuna EUR.

U analizu troškova prijevoza uključeni su samo nerezidenti odnosno privremeni posjetitelji (turisti i izletnici) jer se pretpostavlja da su lokalni stanovnici koristili prijevoz na malim udaljenostima ili su koristili javni prijevoz. Na prijevoz od mjesta stalnog boravka do destinacije u Hrvatskoj nerezidenti su potrošili u prosjeku 113,53 EUR po osobi.

U analizu troškova smještaja uključeni su samo nerezidenti odnosno turisti. Na korištenje usluga u objektima za komercijalni smještaj nerezidenti su u prosjeku potrošili 58,42 EUR po noćenju. Pomnože li se prethodno procijenjen broj noćenja s prosječnom cijenom smještaja, dolazi se do ukupne vrijednosti potrošnje na ove usluge oko 7,4 milijuna EUR.

U analizu tzv. ostale potrošnje, uključeni su svi ispitanici koji su unijeli vrijednost te potrošnje u anketni upitnik. Na ostale sadržaje i aktivnosti u destinaciji ispitanici su potrošili u prosjeku 35,48 EUR po osobi.

3.4.4. Poslovna aktivnost partnera WRC-a

U anketnom upitniku za poslovne partnere željelo se doći do osnovnih spoznaja o njihovim poslovnim aktivnostima koje su rezultat njihovog angažmana na projektima WRC Croatia Rally 2021. i 2022. godine.

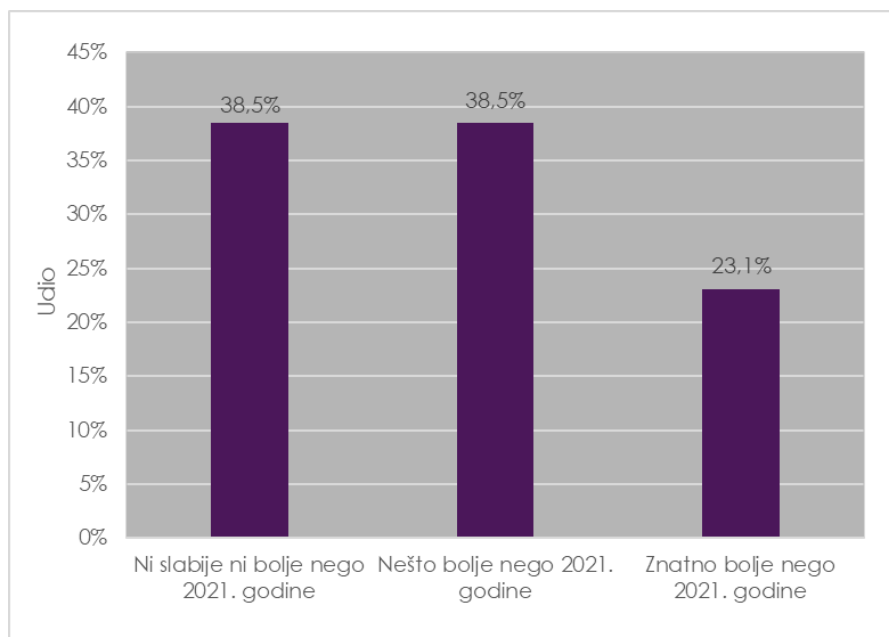
Kako je već ranije u studiji navedeno, većina (55,2%) poslovnih partnera iz 2022. godine surađivalo je s organizatorima WRC Croatia Rally i prethodne 2021. godine, što znači da su bili zadovoljni s ranije ostvarenim poslovnim rezultatima.

Ispitanike se dalje pitalo o rastu njihove poslovne aktivnosti na razini poslovne godine zbog angažmana na projektu WRC Croatia Rally. Za 2021. godinu predstavnici poslovnih partnera izjavili su da im se poslovna aktivnost povećala za 22%, dok se za 2022. godinu vrijednost aktivnosti povećala za 32%.

Na pitanje jesu li 2021. godine dodatno zapošljavali djelatnike zbog poslovne suradnje na projektu WRC Croatia Rally, svaki peti (20%) poslovni partner je odgovorilo pozitivno, dok je njih 80% odgovorilo negativno odnosno da nisu trebali dodatnu radnu snagu. Na isto pitanje za 2022. godinu, 38% odgovorilo je pozitivno, a 62% da nisu dodatno zapošljavali radnu snagu.

Sljedeće što se htjelo otkriti tiče se usporedbe poslovnih rezultata 2022. godine s onima iz 2021. Odgovori su prikazani na sljedećem grafikonu.

Grafikon 3.13: Usporedba poslovnih rezultata po osnovi angažmana na WRC Croatia Rally 2021. i 2022. godine



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Iz odgovora je razvidno da su svi anketirani poslovni partneri zadovoljni angažmanom na projektu WRC Croatia Rally jer niti jedan od ispitanika nije odgovorio da su rezultati bili slabiji 2022. godine u odnosu na godinu ranije. Njih čak 62% je odgovorilo da su im rezultati bili nešto ili znatno bolji zbog uključivanja na projekt, što je pokazatelj dobre poslovne klime odnosno tržišnih mogućnosti koje poslovnim partnerima otvara ovaj projekt, ali i pokazatelj dobre suradnje s organizatorima WRC-a.

3.4.5. Bilanca organizatora

Iz dostupnih računovodstvenih podataka organizatora WRC Croatia Rally, Auto kluba „CroDakar Team“ iz Zagreba, za razdoblje od siječnja do kolovoza 2022. godine analiziran je ostvaren promet po osnovi imovine i obveza te prihoda i rashoda. Upravo ove zadnje dvije stavke ključne su za analizu ekonomskih učinaka projekta koji, mora se spomenuti, od njegove inicijalne (pripremne) do završne (administrativno-računovodstvene realizacije) faze traje godinu dana, što znači da analizirani podaci nisu cjeloviti, ali su svakako dostatni za ovu analizu.

Ukupno knjiženi prihodi organizatora u promatranom razdoblju iznosili su nešto više od 2.543.000 EUR, od čega najveći pojedinačni prihod čini donacija u visini od 1.000.000 EUR (39%) koju je ovom projektu dala Vlada Republike Hrvatske

kao svoju izravnu potporu. Među ostalim prihodima (61%) tu su prihodi od startnina, kotizacija, prodaje roba itd.

Ukupno knjiženi rashodi organizatora u promatranom razdoblju iznosili su nešto više od 2.905.000 EUR, od čega su glavninu činili rashodi za usluge u iznosu od gotovo 2.618.000 EUR (90%), dok se preostali iznos od 287.000 EUR (10%) odnosi na rashode za reprezentaciju (5%) i ostale materijalne rashode (5%). U ukupnim rashodima za usluge, troškovi tehničke izvedbe manifestacije činili su 54%, usluge promocije i informiranja 30%, usluge zakupnine i najamnine 10% i ostale usluge 6%.

U stavci obveza organizatori su u promatranom su razdoblju uknjižili 3.692.000 EUR, od čega su obveze prema dobavljačima iznosile 2.869.000 EUR (78%), a preostali iznos od 823.000 EUR (22%) na ostale obveze (kao što su obveze za poreze 546.000 EUR, obveze za kredite i zajmove 277.000 EUR i dr.). Od iznosa obveza prema dobavljačima, kao najvećoj pojedinačnoj stavci, iznos od 1.792.000 EUR odnosi se na obveze prema dobavljačima u Hrvatskoj, dok se preostali iznos vrijednosti 1.076.000 EUR odnosi na obveze prema dobavljačima u inozemstvu (od čega se čak 97% odnosi na troškove promocije i medijska prava prema WRC Promoter GmbH iz Njemačke, kao globalnom nositelju tih prava). Ostale obveze odnose se na troškove domaće promocije i informiranja, telefona, prijevoza, uređenja i opremanja staza za brzinske ispite, cestarine, komunalnih usluga, najma opreme i prostora, Covid-testiranja, pravnih usluga, računalnih usluga, računovodstvenih usluga, usluga tehničke izvedbe manifestacije, usluga turističkih agencija, osiguranja, reprezentacije, financijskih usluga i ostalih nespomenutih troškova.

Negativna razlika prihoda nad rashodima (-362.000 EUR) pokrivena je imovinom organizatora (veći dio iz kredita). Treba uzeti u obzir da se cjelokupan projekt WRC Croatia Rally ne odnosi samo na spomenuto razdoblje tako da su podaci o prihodima i rashodima izvan njega ostali nedostupni za ovu analizu, što nije presudno za daljnju provedbu analize.

Vodeći se načelom cjelovitog pristupa analizi ekonomskih učinaka ovog projekta treba uzeti u obzir da je u njega uložena materijalna i nematerijalna vrijednost proizvoda i usluga od strane različitih potpornih institucija, stručnih službi na terenu i dobavljača koji nisu iskazani u financijskom obliku na prihodovnoj strani organizatora, ali se mogu tretirati kao „in-kind“ donacije. Procjenjuje se da su županije, gradovi, općine i sponzori kroz ustupanje svojih usluga i proizvoda donirali ovom projektu oko 500.000 EUR.

Timovi koji su vršili službena testiranja automobila oko mjesec dana uoči natjecanja, ali u organizaciji WRC Croatia Rallyja te klubova, službi i dobavljača, ukupno su potrošili nešto više od 125.000 EUR (ne uključuje njihove putne troškove do Hrvatske).

Tu su još predstavnici medija koji su pratili cijelu manifestaciju od inicijalnih priprema do samog natjecanja pa se procjenjuje da je oko 300 stranih novinara u Hrvatsko boravilo u prosjeku oko šest dana, što je oko 1.800 ostvarenih noćenja u komercijalnom smještaju samo po toj osnovi.

U analizu bi se mogla uvrstiti i vrijednost neplaćenog rada prvenstveno volontera, ali i drugih uključenih ljudi za što je trebalo izdvojiti u prosjeku pet do šest dana za pripremu i četiri dana samog natjecanja.

3.4.6. Proračun ukupnih ekonomskih učinaka

Na temelju prethodno iznesenih podataka i analiza te korištenjem konzervativnog (umjerenog) pristupa, može se procijeniti da je ukupna potrošnja gledatelja od trenutka dolaska u destinaciju gledanja WRC Croatia Rally 2022, iznosila najmanje 46,8 milijuna EUR.

Tome treba pridružiti i potrošnju organizatora manifestacije koja iznosi najmanje 2,9 milijuna EUR. Zatim, ukupna potrošnja natjecateljskih posada i preko tisuću članova njihovih stručnih timova koji su u Hrvatskoj boravili najmanje dva tjedna procjenjuje se na najmanje 3,1 milijun EUR.

Isto tako, procjenjuje se da su tijekom svog boravka akreditirani predstavnici medija na usluge potrošili najmanje 300.000 EUR.

Potrošnja javnog sektora u obliku izravne novčane potpore iznosila je 1,0 milijun EUR te dodatno, u naravi (proizvodi i usluge jedinica regionalne i lokalne samouprave) procijenjenih još najmanje 500.000 EUR.

Zbog nepostojanja podataka, u ovu analizu nisu uvrštene vrijednosti potrošnje ostalih dionika (sudaca, volontera, poduzetnika, stručnih službi itd.), kao ni vrijednosti neregistrirane potrošnje (na sivom tržištu).

U konačnici, prema svim raspoloživim podacima agregatna vrijednost ukupne potrošnje, koja čini ukupan izravni ekonomski učinak manifestacije, iznosi najmanje 54,5 milijuna EUR.

Slika 3.3: Predsjednik Vlade Republike Hrvatske Andrej Plenković i Daniel Šaškin, član Organizacijskog tima pozdravljaju natjecateljsku posadu M-Sport Ford World Rally Teaama Craig Breena i Paul Naglea na ceremonijalnom startu ispred Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, 2022.

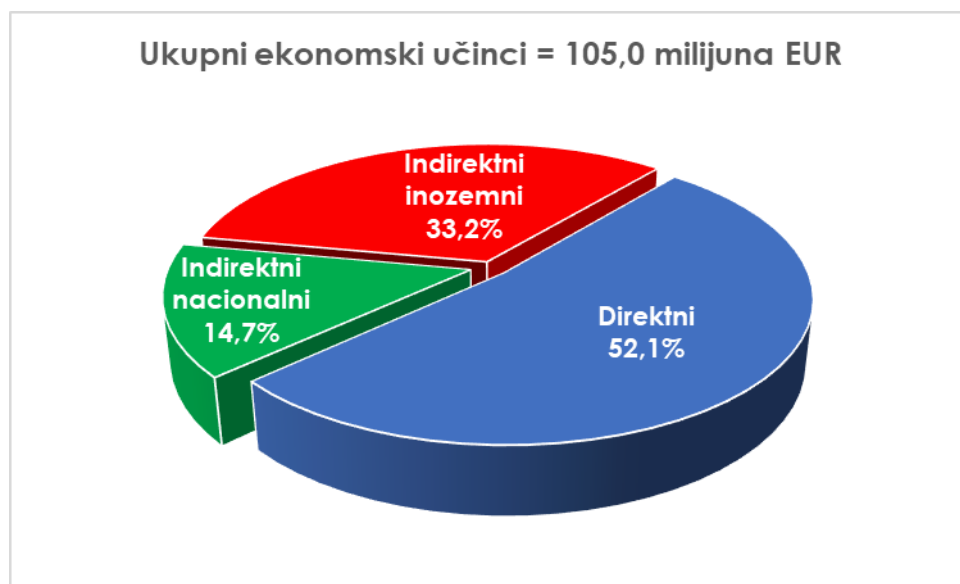


Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)

Na prethodno procijenjene izravne ekonomske učinke treba dodati i neizravne ekonomske učinke koji nastaju na temelju multiplikacije prethodno ostvarene potrošnje dionika. Primjenom multiplikatora prigodnim za ovakvu vrstu manifestacija (Perna i Custodio, 2019), procjenjuje se da je WRC Croatia Rally 2022 generirao dodatnih 50,5 milijuna EUR, od čega se 15,5 milijuna EUR (14,7%) odnosi na učinke unutar nacionalnog okvira te dodatnih 35,0 milijuna EUR (33,2%) na učinke izvan granica Hrvatske.

U zbroju, ukupni ekonomski učinci WRC Croatia Rally manifestacije procjenjuju se na najmanje 105,0 milijuna EUR.

Grafikon 3.14: Struktura ukupnih ekonomskih učinaka WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Proračun autorskog tima

3.4.7. Ostali ekonomski učinci

Temeljem prethodno iznesenih podataka, moguće je procijeniti i proračunski prihod vodeći pritom računa o primjeni različitih poreznih stopa. Kalkulacijom se dolazi do ukupne vrijednosti od 12,0 milijuna EUR, od čega se 83% odnosi na državni proračun, a preostali udio od 17% na javne prihode županijskih i lokalnih proračuna.

Među ekonomske učinke WRC Croatia Rally može se pridodati i organizatorova procjena medijskog učinka projekta u visini 53,3 milijuna EUR, a do koje se došlo mjerenjem ukupnih aktivnosti odnosa s javnošću.

Pored prethodno iznesenih kvantitativnih procjena, važno je istaknuti i kako WRC Croatia Rally generira i čitav niz drugih pozitivnih učinaka koji se ne mogu čak ni procijeniti, ali će sasvim sigurno imati utjecaja na ostvarenje ekonomskih i neekonomskih učinaka u budućnosti. Tu se u prvom redu mogu spomenuti:

- povećanje turističke atraktivnosti i unaprjeđenje imidža kontinentalnog dijela Hrvatske,
- integracija slabije posjećenih turističkih regija s turističkom ponudom grada Zagreba,
- poticanje rasta turističkog prometa izvan ljetne turističke sezone,
- povećanje iskorištenosti smještajnih i drugih kapaciteta regije te posredno, utjecaj na smanjenje sezonalnosti turizma,
- izloženost Hrvatske u globalnom medijskom prostoru,
- rast ukupne ekonomske aktivnosti i zapošljavanja na lokalnoj razini,

- poboljšanje javne infrastrukture i zaštite okoliša,
- rast poduzetništva i ulaganja u sportsku i turističku infrastrukturu, itd.

3.5. Socio-kulturni učinci

Sukladno objašnjenju odabira varijabli u okviru korištene metodologije za izradu ove studije, socio-kulturni učinci istraženi su pomoću 16 varijabli. Varijablama se ispitala percepcija lokalnog stanovništva o socio-kulturnim učincima koji su proizašli iz održavanja WRC Croatia Rally 2022 natjecanja, njihovu percepciju o odabranom terminu održavanja WRC natjecanja u Hrvatskoj, kao i o nastavku održavanja tog natjecanja u Hrvatskoj. Ispitana je percepcija o ostvarivanju pozitivnih i negativnih učinaka, a isti su ocjenjivani ocjenama od 1 do 5, odnosno razinom slaganja s navedenim tvrdnjama. Učinci obuhvaćeni istraživanjem prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 3.13: Socio-kulturni učinci obuhvaćeni istraživanjem

Pozitivni socio-kulturni učinci	Negativni socio-kulturni učinci
1. Promocija destinacije 2. Zastupljenost u medijima 3. Utjecaj na imidž destinacije 4. Utjecaj na regionalno gospodarstvo 5. Prilike za volontiranje 6. Prilike za zapošljavanje 7. Poticanje mladih na bavljenje sportom 8. Poticanje nacionalnog ponosa	1. Prometne gužve i zastoji 2. Ometanje svakodnevnog života lokalnog stanovništva 3. Pritisak na infrastrukturu i pretjerano korištenje lokalnih usluga 4. Porast cijena proizvoda i usluga 5. Povećan rizik od nesreća i nezgoda 6. Buka

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Kao što je prethodno prikazano, ispitana je percepcija o osam pozitivnih i šest negativnih socio-kulturnih učinaka. Prosječna ocjena pozitivnih učinaka iznosila je 4,3, pri čemu je najbolje ocijenjena promocija turističke destinacije (4,9) i utjecaj na imidž destinacije (4,8), dok je najniže ocijenjeno pružanje prilika za zapošljavanje (3,7). Negativni učinci ocijenjeni su prosječnom ocjenom 2,1. Iz navedenog je vidljivo da lokalno stanovništvo ima pretežno pozitivnu percepciju o održavanju WRC Croatia Rally 2022 natjecanja.

Slika 3.4: Vozač Toyota Gazoo Racing WRT NG tima Takamoto Katsuta s ljubiteljima WRC-a u Servisnom parku u Zagrebu, 2022.

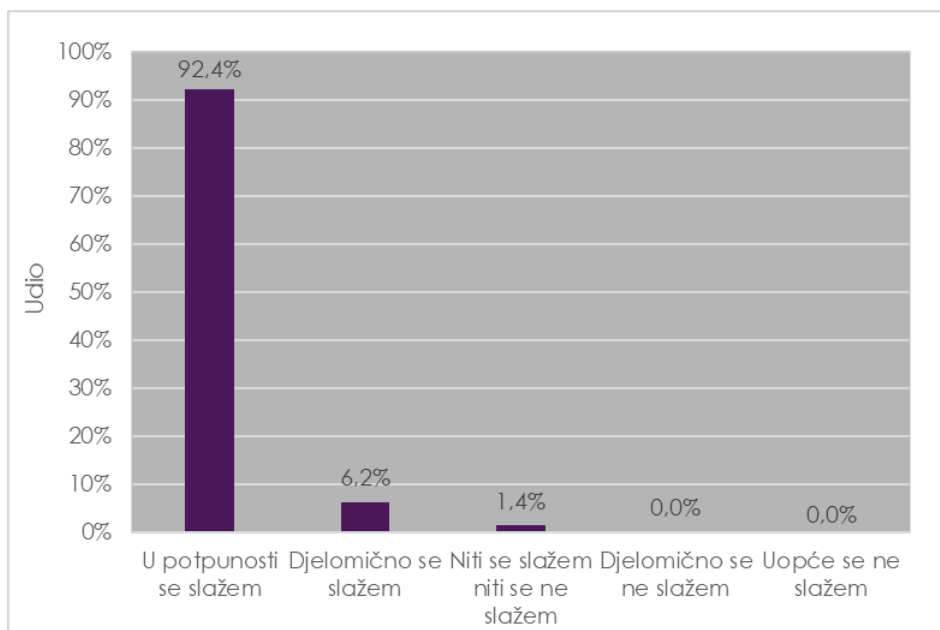


Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)

3.5.1. Pozitivni socio-kulturni učinci

Promocija destinacije jedan je od učinaka koji se ostvaruju održavanjem gotovo svake manifestacije. Ovaj učinak od iznimne je važnosti jer utječe na povećanje broja dolazaka turista u destinaciju i nakon održavanja manifestacije. Ispitanici smatraju da je održavanje WRC Croatia Rally 2022 natjecanja izvrstan način promocije Hrvatske. Održavanje brzinskih ispita na više atraktivnih lokacija uvelike pridonosi promociji Hrvatske, osobito njezinog kontinentalnog dijela. Ispitanici su ovaj učinak ocijenili prosječnom ocjenom 4,9. Više od 98% ispitanika smatra da je WRC Croatia Rally 2022 izvrstan način promocije Hrvatske (92,4% u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 6,2% ispitanika djelomično slaže s navedenom tvrdnjom). Svega 1,4% ispitanika je indiferentno, dok se nitko od ispitanika nije izjasnio da se s navedenom tvrdnjom ne slaže, što je vidljivo na sljedećem grafikonu.

Grafikon 3.15: Percepcija lokalnog stanovništva da je WRC Croatia Rally 2022 izvrstan način promocije Hrvatske



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Zastupljenost u medijima učinak je koji pretežitij mjeri ovisi o aktivnosti organizatora manifestacije, ali i o popularnosti same manifestacije. Prepoznatost manifestacije i interes na međunarodnoj razini uvelike olakšavaju medijsku prisutnost. U suprotnom, organizator mora ulagati više napora i financijskih sredstava da bi manifestacija bila medijski popraćena. U slučaju WRC-a postoji međunarodna prepoznatljivost i velik interes medija. Uz navedeno, uloženi su iznimni naponi kako bi prije i za vrijeme, ali i nakon održavanja manifestacije, ista imala optimalnu prisutnost u medijskom prostoru, što je vidljivo iz provedenog istraživanja (više od 95% ispitanika bilo je upoznato s održavanjem WRC Croatia Rally 2022). Percepcija ispitanika o zastupljenosti WRC Croatia Rally u medijima prije i za vrijeme održavanja događanja ocijenjena je prosječnom ocjenom 3,8, a postotni udjeli prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 3.14: Percepcija lokalnog stanovništva o zastupljenosti WRC Croatia Rally 2022 u medijima prije i za vrijeme održavanja događanja

Stupanj slaganja	Udio
U potpunosti se slažem	35,1%
Djelomično se slažem	36,1%
Niti se slažem niti se ne slažem	11,2%
Djelomično se ne slažem	10,5%
Uopće se ne slažem	7,1%

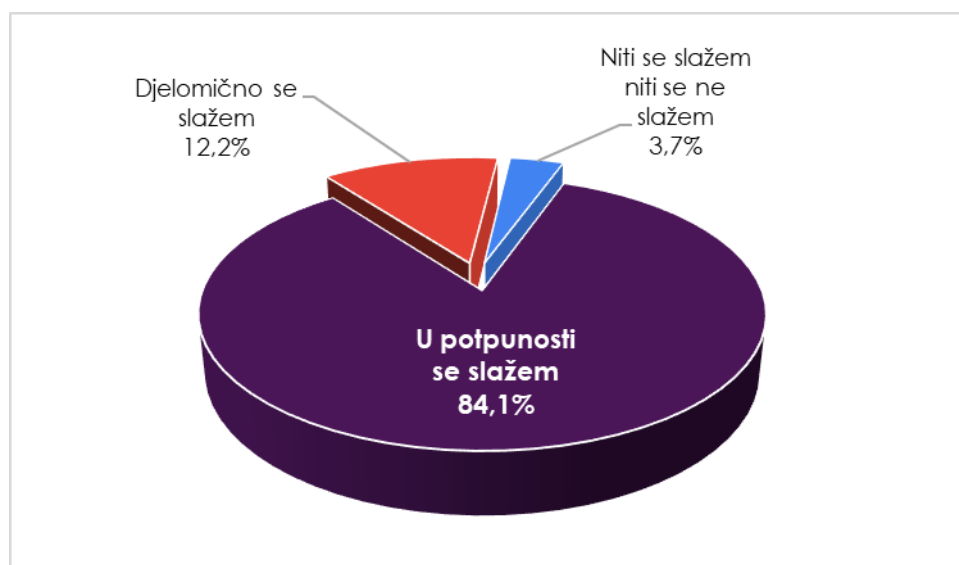
Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Istraživanjem se došlo do podatka da se 71,2% ispitanika slaže s tvrdnjom da je WRC Croatia Rally 2022 bio dovoljno zastupljen u medijima prije i za vrijeme održavanja (35,1% ispitanika u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 36,1% ispitanika s navedenom tvrdnjom slaže djelomično). Indiferentno je 11,2% ispitanika, dok gotovo 17,6% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally 2022 nije bio dovoljno zastupljen u medijima. Medijska zastupljenost važna je ne samo zbog promocije događanja i privlačenja posjetitelja, već i zbog informiranja lokalnog stanovništva. Iz prikazanog je moguće zaključiti da lokalno stanovništvo ima pozitivnu percepciju o medijskoj zastupljenosti, iako dio ispitanika smatra da bi se ovaj učinak mogao i trebao unaprijediti.

Imidž turističke destinacije uključuje sva objektivna znanja, dojmove, predrasude i očekivanja koje pojedinac ili grupa mogu imati o određenom mjestu (Lawson i Baud Bovy, 1977). Kreiranje imidža je dugotrajan proces u kojem sudjeluju svi dionici u destinaciji, kao i turisti koji su destinaciju posjetili. Među ostalim, ulogu u kreiranju imidža imaju i manifestacije održane u turističkoj destinaciji. One mogu imati pozitivan ili negativan utjecaj na imidž.

Među ispitanicima čak 96,3% smatra da WRC Croatia Rally 2022 pozitivno utječe na imidž destinacije, od čega se 84,1% ispitanika u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 12,2% ispitanika s navedenom tvrdnjom slaže djelomično. Manje od 4% ispitanika indiferentno je prema navedenoj tvrdnji, dok nitko od ispitanika ne smatra da WRC Croatia Rally 2022 negativno utječe na imidž destinacije. Iz prikazanog je vidljivo da je lokalno stanovništvo svjesno da WRC Croatia Rally 2022 ima značajan utjecaj na imidž destinacije, što su ocijenili prosječnom ocjenom 4,8. Percepcija ispitanika vezana uz ovu tvrdnju u skladu je s percepcijom o prethodne dvije tvrdnje (promocija i zastupljenost u medijima), što je očekivano s obzirom na njihovu međusobnu povezanost.

Grafikon 3.16: Percepcija lokalnog stanovništva o pozitivnom utjecaju WRC Croatia Rally 2022 na imidž destinacije



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Idući učinak uključen u istraživanje bila je percepcija lokalnog stanovništva o **učinku WRC Croatia Rally natjecanja na regionalno gospodarstvo**. Iako je procjena ekonomskih učinaka prikazana ranije u studiji, ovom tvrdnjom ispituje se percepcija lokalnog stanovništva o tome utječe li WRC Croatia Rally 2022 značajno na regionalno gospodarstvo. Ova tvrdnja ocijenjena je prosječnom ocjenom 4,3, iz čega se zaključuje da većina ispitanika smatra da WRC Croatia Rally 2022 značajno utječe na regionalno gospodarstvo. Udjeli odgovora ispitanika prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 3.15: Percepcija lokalnog stanovništva o značajnosti utjecaja WRC Croatia Rally 2022 na regionalno gospodarstvo

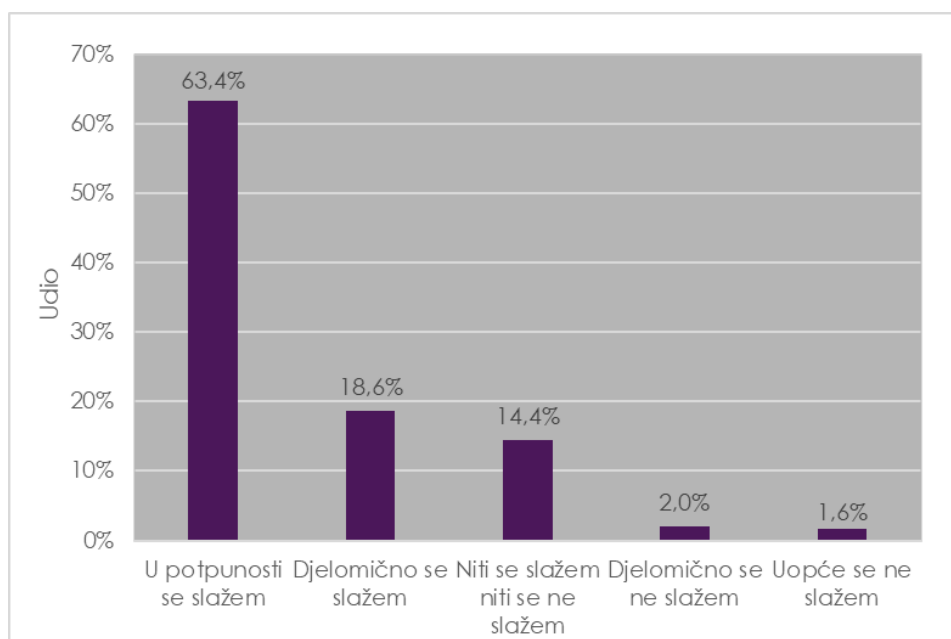
Stupanj slaganja	Udio
U potpunosti se slažem	56,4%
Djelomično se slažem	25,6%
Niti se slažem niti se ne slažem	13,2%
Djelomično se ne slažem	2,5%
Uopće se ne slažem	2,3%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Većina ispitanika (82%) smatra da WRC Croatia Rally 2022 ima značajan utjecaj na regionalno gospodarstvo. Njih 56,4% u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 25,6% ispitanika s tvrdnjom djelomično slaže. Manje od 5% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally 2022 nema značajan utjecaj na regionalno gospodarstvo, dok je 13,2% ispitanika bilo neodlučno u vezi navedene tvrdnje.

Da WRC Croatia Rally 2022 nudi **prilike za volontiranje** smatra 82% ispitanika (s tvrdnjom se u potpunosti slaže 63,4% ispitanika, a 18,6% ispitanika s tvrdnjom se slaže djelomično), dok je gotovo 15% ispitanika indiferentno. Da WRC Croatia Rally 2022 ne nudi prilike za volontiranje smatra 3,6% ispitanika. Ova tvrdnja od strane ispitanika ocijenjena je prosječnom ocjenom 4,4.

Grafikon 3.17: Percepcija lokalnog stanovništva o prilikama za volontiranje na WRC Croatia Rally 2022

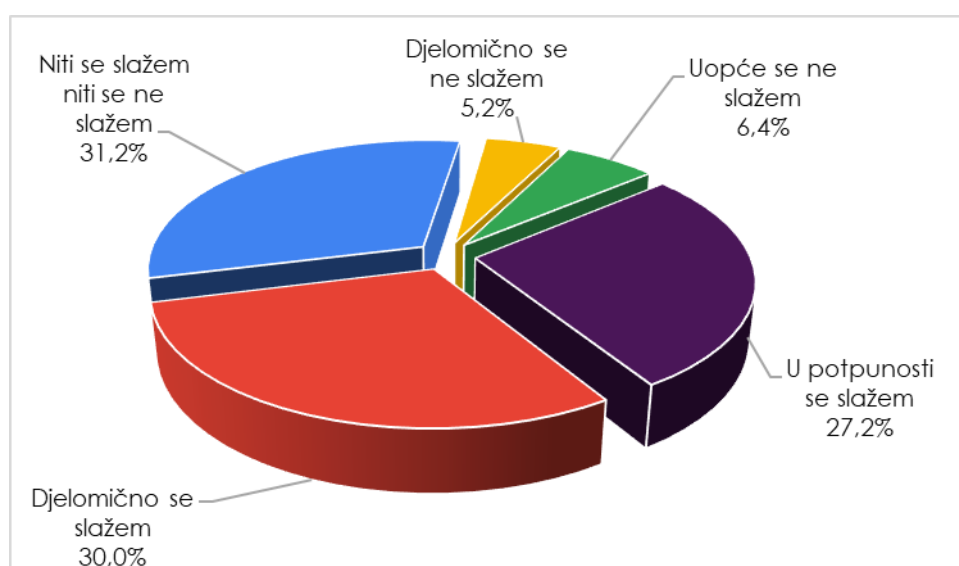


Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Iz prikazanog je moguće zaključiti da je većina ispitanika svjesna prilika za volontiranje koje se nude prije i za vrijeme održavanja WRC Croatia Rally natjecanja, što je u skladu s velikim interesom za volontiranje koji je 2022. godine rezultirao velikim brojem prijava za razna volonterska mjesta (suci, redari, pomoćno osoblje i dr.). Ostvarivanje ovog učinka od velike je važnosti kako za lokalno stanovništvo, tako i za samu manifestaciju. Volonteri uvelike doprinose kvalitetnom odvijanju manifestacije, što ima izravan utjecaj na ostvarivanje ne samo organizacijsko-izvedbenih, već i brojnih ekonomskih i neekonomskih učinaka.

Uz prethodno analiziranu percepciju o prilikama za volontiranje ispitana je i percepcija lokalnog stanovništva o njihovim **prilikama za zapošljavanje**. Ova tvrdnja najniže je ocijenjena od strane ispitanika (3,7), što je očekivano kako za ovu, tako i za bilo koju drugu manifestaciju, s obzirom na njezino trajanje. Zapošljavanje koje se odvija izvan termina održavanja odnosi se na manji broj ljudi koji radi u organizaciji, a sva ostala zaposlenja (koja su najčešće na volonterskoj bazi) završavaju sa završetkom manifestacije. Ipak, uz izravno zapošljavanje, na umu treba imati i neizravno zapošljavanje u okviru gospodarskih djelatnosti koje su podrška održavanju ove manifestacije, a ne sudjeluju izravno u njezinoj provedbi. Percepcija ispitanika prikazana je na sljedećem grafikonu.

Grafikon 3.18: Percepcija lokalnog stanovništva o prilikama za zapošljavanje na WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Više od polovice ispitanika (57,2%) smatra da WRC Croatia Rally 2022 pruža prilike za zaposlenje, dok je 31,2% ispitanika indiferentno. Ostatak ispitanika (11,6%) smatra da WRC Croatia Rally 2022 ne pruža prilike za zaposlenje. Moguće je zaključiti da je, unatoč tome što ima najnižu ocjenu, i ova tvrdnja pozitivno ocijenjena, odnosno većina ispitanika smatra da je WRC Croatia Rally 2022 prilika za zapošljavanje.

Jedan od pozitivnih učinaka koji proizlaze iz WRC Croatia Rally 2022 natjecanja je i **poticanje mladih na bavljenje sportom**. Danas, kad se mladi sve manje kreću i sve su manje sportski aktivni, a sve više vezani uz elektroničke uređaje i virtualni svijet, svaki poticaj na bavljenje sportom je višestruko koristan, kako za lokalno stanovništvo, tako i za posjetitelje i pratitelje manifestacije. Gledatelji

utrka propješačili su velike udaljenosti kako bi došli do zone natjecanja, ovisno o lokacijama na kojima su bila osigurana parkirališta. U sljedećoj tablici prikazana je percepcija ispitanika o ostvarivanju ovog učinka.

Slika 3.5: Natjecateljska posada Yacco ACCR Teama na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022



Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)

Tablica 3.16: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally 2022 potiče mlade da se bave sportom

Stupanj slaganja	Udio
U potpunosti se slažem	38,7%
Djelomično se slažem	31,3%
Niti se slažem niti se ne slažem	20,2%
Djelomično se ne slažem	4,8%
Uopće se ne slažem	5,0%

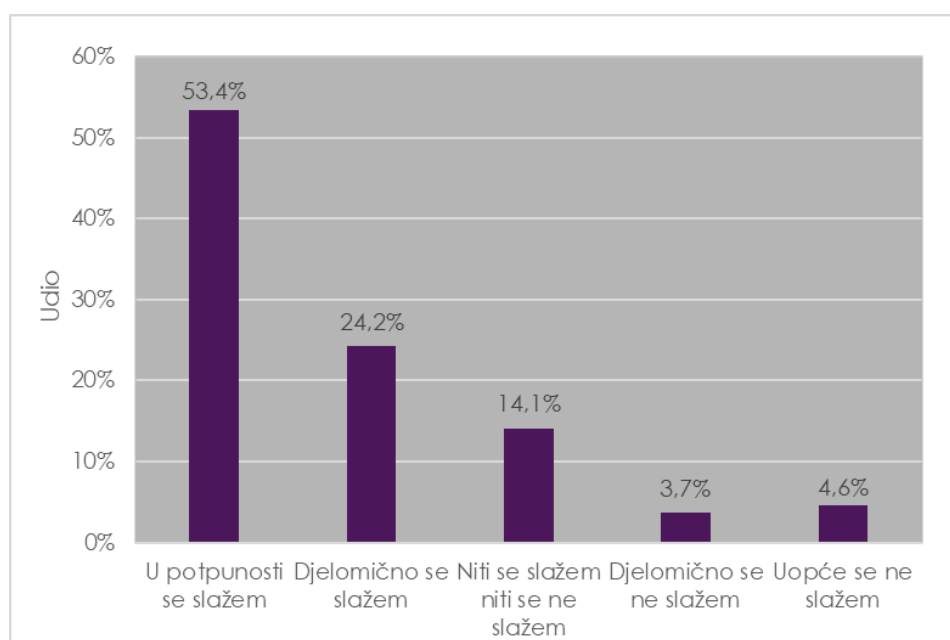
Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Čak 70,0% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally potiče mlade na bavljenje sportom, od čega 38,7% ispitanika se u potpunosti slaže s navedenom

tvrdnjom, dok se 31,3% ispitanika s navedeno tvrdnjom djelomično slaže. Indiferentno je 20,2% ispitanika, dok nešto manje od 10% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally ne potiče mlade na bavljenje sportom.

Jedan od pozitivnih neekonomskih učinaka koji se ostvaruje održavanjem ovako velike svjetski poznate manifestacije je buđenje **osjećaja nacionalnog ponosa**, osobito u slučaju kad se radi o sportskim manifestacijama u kojima sudjeluju sportaši iz zemlje u kojoj se manifestacija održava, kao što je slučaj s WRC Croatia Rally 2022 u kojem su nastupile i hrvatske natjecateljske posade. Ispitanici su ovu tvrdnju ocijenili ocjenom 4,2, a analiza odgovora prikazana je na sljedećem grafikonu.

Grafikon 3.19: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally budi osjećaj nacionalnog ponosa



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Čak 77,6% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally budi osjećaj nacionalnog ponosa kod lokalnog stanovništva, od čega se 53,4% u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 24,2% ispitanika s navedenom tvrdnjom djelomično slaže. Indiferentno je 14,1% ispitanika, dok svega 8,3% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally 2022 ne budi osjećaj nacionalnog ponosa kod lokalnog stanovništva.

Analiza rezultata percepcije lokalnog stanovništva o ostvarivanju pozitivnih socio-kulturnih učinaka pokazala je da većina ispitanika smatra da se svi ispitani učinci ostvaruju održavanjem WRC Croatia Rally 2022 natjecanja, što ukazuje na svjesnost lokalnog stanovništva o pozitivnom utjecaju ove

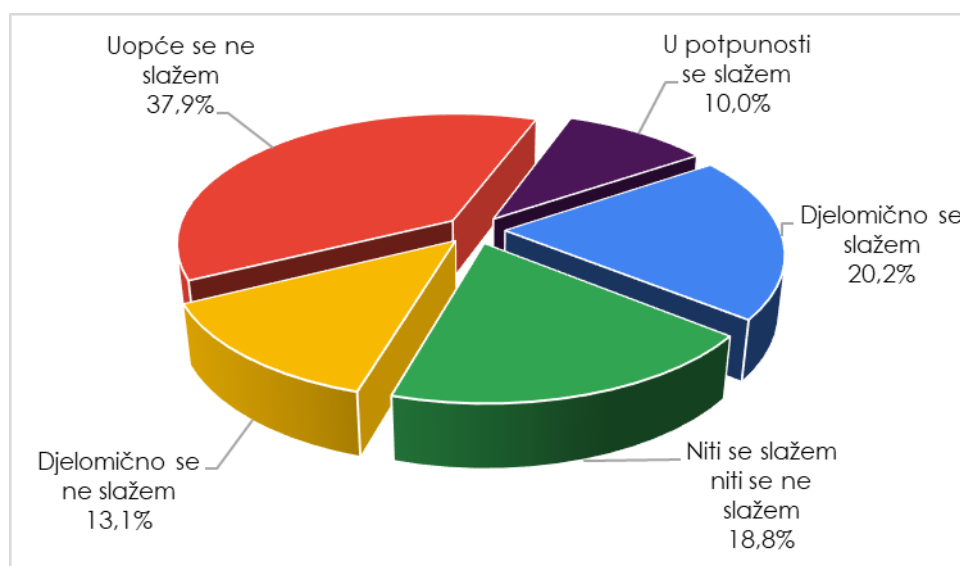
manifestacije. Prosječan udio slaganja s navedenim tvrdnjama iznosio je gotovo 80% (najniži udio iznosio je 57,2%, a najviši 98,6%), dok je udio neslaganja s navedenim tvrdnjama u prosjeku iznosio 7% (najniži udio iznosio je 0%, a najviši 17,6%).

3.5.2. Negativni socio-kulturni učinci

Namjera ove studije je bila analizirati i pozitivne i negativne strane odvijanja WRC natjecanja pa su stoga u nastavku izneseni rezultati anketnog istraživanja lokalnog stanovništva o negativnim aspektima održavanja WRC Croatia Rally u njihovoj sredini. U anketnom ispitivanju korišteno je šest glavnih varijabli te dvije dodatne.

Prometne gužve i zastoji vrlo su čest negativan učinak kod manifestacija koje privlače velik broj posjetitelja, a jedan od ciljeva organizatora je svesti gužve i zastoje na najmanju moguću mjeru. Iako je tijekom održavanja WRC Croatia Rally 2022 na snazi bila posebna regulacija prometa prije i tijekom odvijanja brzinskih ispita, dobra organizacija i informiranje lokalnog stanovništva rezultiralo je smanjenjem ovog negativnog učinka na najmanju moguću razinu, što je vidljivo iz percepcije ispitanika o tome uzrokuje li WRC Croatia Rally 2022 probleme u lokalnom prometu.

Grafikon 3.20: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally uzrokuje prometne gužve i zastoje



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Da WRC Croatia Rally 2022 nije uzrokovao prometne gužve i zastoje smatra 51,0% ispitanika od čega se 37,9% s tvrdnjom uopće ne slaže, a 13,1% se djelomično ne slaže. Prema postavljenoj tvrdnji indiferentno je 18,8% ispitanika, dok njih 30,2% smatra da WRC Croatia Rally 2022 uzrokuje prometne gužve i zastoje. Prosječna ocjena kojom je ocijenjen ovaj učinak bila je 2,5.

Manifestacije koje privlače velik broj posjetitelja u određenu destinaciju dijelom **ometaju svakodnevni život lokalnog stanovništva**, što može stvoriti negativnu percepciju, a time negativno utjecati na provedbu same manifestacije. Većina ispitanika smatra da odvijanje WRC Croatia Rally ne ometa svakodnevni život lokalnog stanovništva, što je vidljivo iz prosječne ocjene koja iznosi 2,2. Analiza stupnja slaganja ispitanika s navedenom tvrdnjom prikazana je u sljedećoj tablici.

Tablica 3.17: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally ometa njihov svakodnevni život

Stupanj slaganja	Udio
U potpunosti se slažem	5,9%
Djelomično se slažem	14,3%
Niti se slažem niti se ne slažem	17,9%
Djelomično se ne slažem	16,0%
Uopće se ne slažem	45,9%

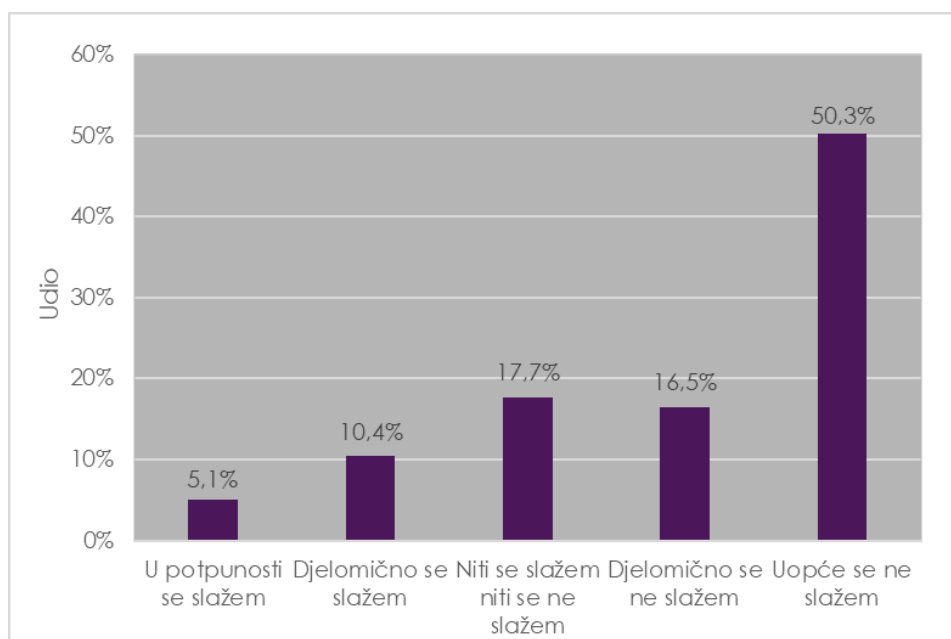
Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Kao što je prikazano, čak 61,9% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally 2022 nije ometao svakodnevni život lokalnog stanovništva, od čega se 45,9% ispitanika uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 16,0% ispitanika s navedenom tvrdnjom tek djelomično ne slaže. Indiferentno je 17,9% ispitanika, a 20,2% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally ometa svakodnevni život lokalnog stanovništva.

Idući negativni učinak uključen u istraživanje bio je vezan uz **pritisak na infrastrukturu i pretjerano korištenje lokalnih usluga** za vrijeme održavanja manifestacije, što često zna biti rezultat velikog broja posjetitelja, a za posljedicu ima nezadovoljstvo lokalnog stanovništva, ali i posjetitelja koji nisu u mogućnosti dobiti pojedine usluge ili na njih dugo čekaju. Kako bi se minimizirao ovaj negativan učinak potrebno je dobro planiranje u okviru kojeg se rade projekcije broja posjetitelja i u skladu s tim broj pružatelja pojedinih usluga. Ispitanici su tvrdnju da WRC Croatia Rally dovodi do pritiska na

infrastrukturu i pretjeranog korištenja lokalnih usluga ocijenili ocjenom 2, a detaljna analiza udjela pojedinog odgovora prikazana je na sljedećem grafikonu.

Grafikon 3.21: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally dovodi do pritiska na infrastrukturu i pretjeranog korištenja lokalnih usluga

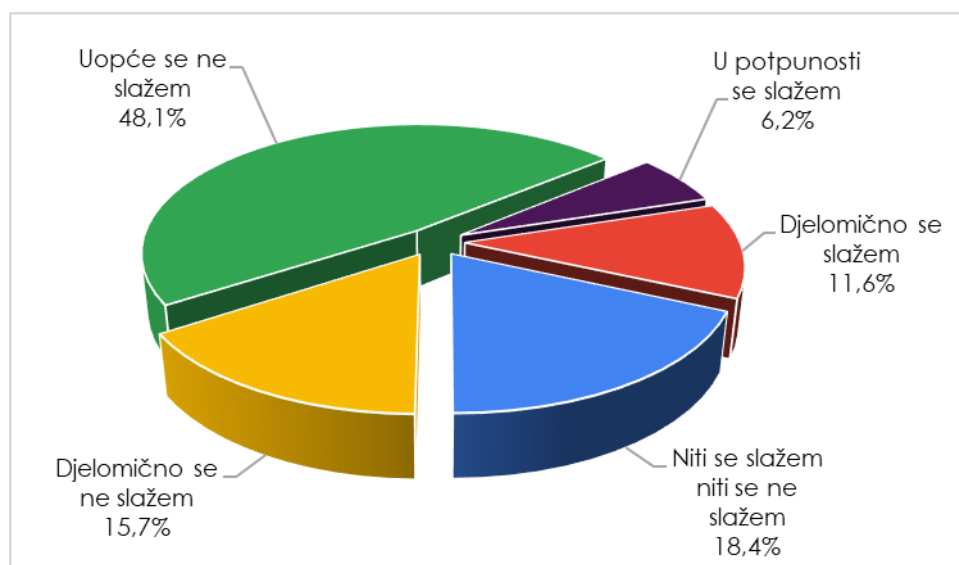


Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Na prethodnom grafikonu je vidljivo da 66,8% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally ne dovodi do pritiska na infrastrukturu i pretjeranog korištenja lokalnih usluga. Među njima, 50,3% ispitanika uopće se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 16,5% ispitanika s navedenom tvrdnjom ne slaže djelomično. Indiferentno je 17,7% ispitanika, a 15,5% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally 2022 dovodi do pritiska na infrastrukturu i pretjeranog korištenja lokalnih usluga.

Da WRC Croatia Rally 2022 uzrokuje **porast cijena proizvoda i usluga za vrijeme održavanja** smatra 17,8% ispitanika, dok je njih 18,4% indiferentno prema navedenoj tvrdnji. Više od 60% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally 2022 nije uzrokovao porast cijena proizvoda i usluga za vrijeme održavanja, a ovu tvrdnju ispitanici su ocijenili prosječnom ocjenom 2,1.

Grafikon 3.22: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally uzrokuje porast cijena proizvoda i usluga za vrijeme održavanja



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

S obzirom na **specifične rizike od nezgoda i nesreća** koji su mogući za vrijeme održavanja WRC Croatia Rally natjecanja, ovaj negativan učinak također je uključen u istraživanje. Ocijenjen je prosječnom ocjenom 2,2, a odgovori su prikazani u sljedećoj tablici.

Tablica 3.18: Percepcija lokalnog stanovništva da je za vrijeme održavanja WRC Croatia Rally 2022 povećan rizik od nesreća i nezgoda

Stupanj slaganja	Udio
U potpunosti se slažem	6,6%
Djelomično se slažem	16,6%
Niti se slažem niti se ne slažem	18,8%
Djelomično se ne slažem	15,0%
Uopće se ne slažem	43,0%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Da je za vrijeme WRC Croatia Rally natjecanja povećan rizik od nesreća i nezgoda smatra 23,2% ispitanika, dok je njih 18,8% indiferentno prema navedenoj tvrdnji. S druge strane, 58% ispitanika smatra da za vrijeme WRC Croatia Rally 2022 natjecanja nije povećan rizik od nesreća i nezgoda, od

čega se 43,0% ispitanika uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se njih 15,0% s navedenom tvrdnjom djelomično ne slaže.

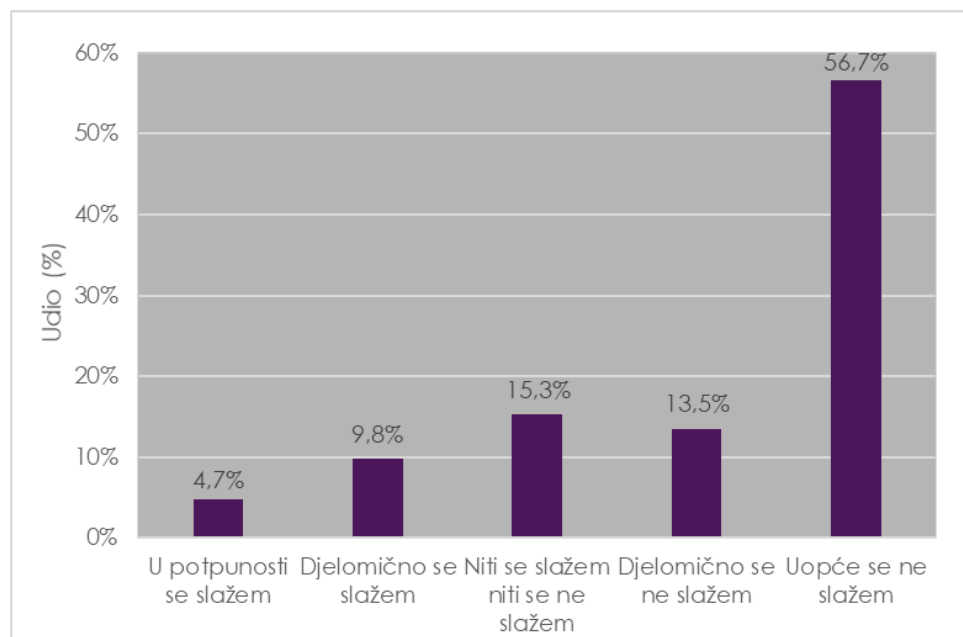
Slika 3.6: Natjecateljska posada M-Sport Ford World Rally Teaama Craig Breen i Paul Nagle na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022, Zagrebačka županija, 2022.



Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)

Učinak koji je od strane ispitanika ocijenjen najnižom ocjenom (1,8) je **stvaranje pretjerane buke**, što je očekivano s obzirom na specifičnosti održavanja WRC Croatia Rally natjecanja. Udjeli odgovora ispitanika prikazani su na sljedećem grafikonu.

Grafikon 3.23: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally 2022 dovodi do stvaranja pretjerane buke



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

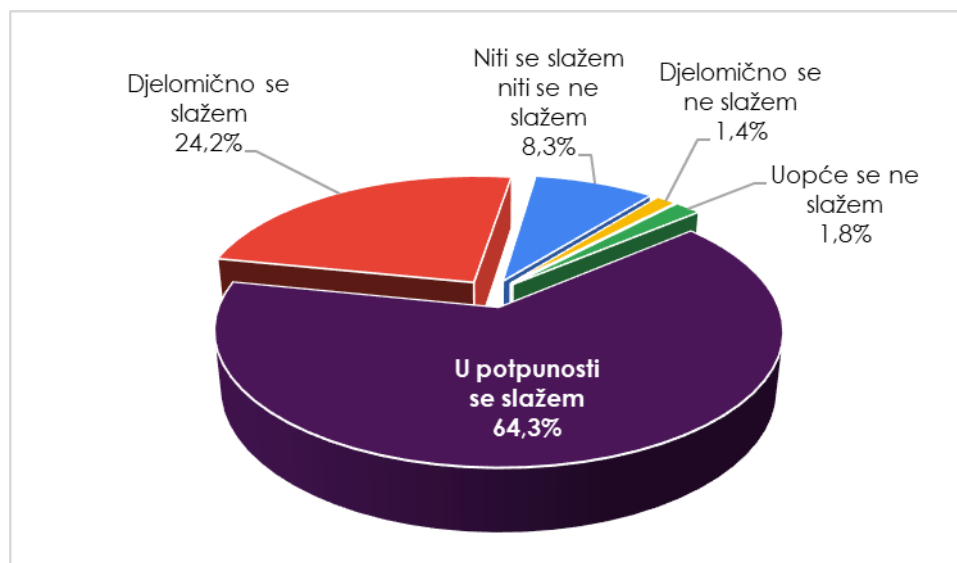
Na pitanje o tome stvara li WRC Croatia Rally kao velika sportska manifestacija pretjeranu buku, tek 14,5% ispitanika smatra da da, dok je njih 15,3% indiferentno prema navedenoj tvrdnji. S druge strane, 70,2% ispitanika smatra da WRC Croatia Rally ne dovodi do stvaranja pretjerane buke. Među njima, 56,7% ispitanika uopće se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se njih 13,5% s navedenom tvrdnjom djelomično ne slaže.

Analiza rezultata percepcije lokalnog stanovništva o ostvarivanju negativnih socio-kulturnih učinaka pokazala je da većina ispitanika smatra da održavanje WRC Croatia Rally 2022 natjecanja ne stvara negativne socio-kulturne učinke. Prosječan udio slaganja s navedenim tvrdnjama iznosio je 20% (najniži udio iznosio je 14,5%, a najviši 30,2%), dok je udio neslaganja s navedenim tvrdnjama u prosjeku iznosio 61% (najniži udio iznosio je 51%, a najviši 70,2%).

Prikazani rezultati navode na zaključak da je lokalno stanovništvo svjesno prednosti održavanja WRC Croatia Rally natjecanja, što je izuzetno važno za samu manifestaciju jer lokalno stanovništvo može utjecati na doživljaj manifestacije i doživljaj same destinacije u kojoj se ona održava.

Uz pozitivne i negativne socio-kulturne učinke, u okviru anketnog upitnika ispitanici su izrazili stupanj slaganja s terminom održavanja i budućim WRC Croatia Rally natjecanjima, odnosno njihovim održavanjem u Hrvatskoj, a rezultati su prikazani u nastavku.

Grafikon 3.24: Termin održavanja WRC Croatia Rally 2022 natjecanja je dobro pogode



Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Da je **termin održavanja WRC Croatia Rally** natjecanja dobro pogode smatra 88,5% ispitanika. Od tog broja, čak 64,3% ispitanika se u potpunosti se s navedenom tvrdnjom, dok se 24,2% ispitanika s navedenom tvrdnjom slaže djelomično.

Pretpostavka pri kreiranju istraživanja bila je da lokalno stanovništvo podržava održavanje WRC Croatia Rally natjecanja u Hrvatskoj i u budućnosti, a odgovori ispitanika prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 3.19: Hrvatska bi i u budućnosti trebala biti domaćin WRC natjecanja

Stupanj slaganja	Udio
U potpunosti se slažem	90,8%
Djelomično se slažem	5,0%
Nisi se slažem niti se ne slažem	2,9%
Djelomično se ne slažem	0%
Uopće se ne slažem	1,3%

Izvor: Podaci primarnog istraživanja

Postavljena pretpostavka potvrđena je odgovorima ispitanika. Čak 95,8% ispitanika smatra da bi **Hrvatska i dalje trebala biti domaćin WRC natjecanja**. Manje od 3% ispitanika indiferentno je prema održavanju WRC-a, dok svega 1,3% ispitanika smatra da Hrvatskoj nije potrebno domaćinstvo WRC natjecanja.

Slika 3.7: Natjecateljska posada Hyundai Shell Mobis World Rally Team na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022



Izvor: WRC (2022)

4. ZAKLJUČCI ISTRAŽIVANJA I PREPORUKE

WRC Croatia Rally pripada skupini mega sportskih manifestacija zbog iznimno velikog broja uključenih dionika, globalne medijske izloženosti i snažnih učinaka koje generira. U planskom, organizacijskom i izvedbenom smislu, riječ je o izrazito zahtjevnom projektu čiji konačan uspjeh i utjecaj ovisi o postignutom sinergijskom učinku svih uključenih dionika.

Imajući u vidu vrlo dugu i rezultatima bogatu sportsku i turističku povijest Hrvatske, osobito kada se promatraju reli natjecanja, projekt WRC Croatia Rally ima dobru podlogu za daljnji uspješan i održiv razvoj. Temeljem nalaza istraživanja i provedenih analiza u ovoj studiji, pozitivni učinci projekta su dominantni, izdašni i uočljivi, dok se o onim negativnima vodi računa u cilju njihovog minimiziranja ili otklanjanja. Studijom su utvrđene brojne snage i prednosti koje predstavljaju skup poticaja koje idu u prilog daljnjem organiziranju ove manifestacije u Hrvatskoj, ali su isto tako istaknute i njene slabosti i prijetnje koje dugoročno mogu dovesti do njenog gašenja. Rezultati analize domaćeg i međunarodnog okruženja u kojem se ova manifestacija održava idu u prilog njenom daljnjem održavanju.

Profiliranjem gledatelja WRC Croatia Rally 2022 došlo se do spoznaja da među njima dominiraju lokalni stanovnici, mlađih dobnih skupina i to uglavnom muškarci, ali i da manifestaciju posjećuju brojni inozemni gledatelji, uglavnom iz Europe. Riječ je o potražnji koja odvijanje samog natjecanja najčešće prati uz cestu na kojoj se odvija brzinski ispit, dolazi u pratnji prijatelja ili članova obitelji i aktivno prati službene profile organizatora na online društvenim mrežama. Glavni razlog posjete destinacije kod većeg dijela posjetitelja bilo je upravo praćenje WRC natjecanja, no dio posjetitelja je također posjetio i neke od turističkih atrakcija u blizini.

Analizom ekonomskih učinaka došlo se do spoznaje da WRC Croatia Rally uživo prati izuzetno velik broj gledatelja koji generiraju brojne ekonomske učinke čije je vrijednosti zbog brojnih ograničenja moguće tek procijeniti, a neke samo načelno spomenuti. Među fizičkim pokazateljima, utvrđeno je da je WRC Croatia Rally 2022. godine okupio oko 1.400 članova stručnih stožera s natjecateljskim posadama, preko 2.000 članova organizacijskog tima, oko 400 predstavnika medija, brojne pružatelje usluga i djelatnike stručnih službi na terenu te da je brzinske ispise pratilo preko 310.000 gledatelja. Procijenjeno je da je u konačnici ostvareno između 150.000 i 170.000 noćenja. Među financijskim učincima, utvrđeno je da je prosječna potrošnja gledatelja iznosila 263 EUR, od čega su nerezidenti trošili u prosjeku 371 EUR, dok su lokalni stanovnici trošili u prosjeku 102 EUR. Ukupni ekonomski učinci WRC Croatia Rally 2022 manifestacije procjenjuju se na najmanje 105,8 milijuna EUR, od čega je na prostoru Hrvatske realizirana vrijednost od 70,7 milijuna EUR. Temeljem toga, procijenjen je proračunski prihod ukupne vrijednosti 11,9 milijuna EUR. Pored tih

učinaka, WRC natjecanja generiraju i dodatne ekonomske učinke koje nije moguće vrijednosno izraziti, ali će sasvim sigurno imati utjecaja na ostvarenje ekonomskih i neekonomskih učinaka u budućnosti kao što su porast turističke atraktivnosti, razvoj poduzetništva, rast ulaganja itd. Kada je riječ o poslovnim partnerima na WRC projektu, velika većina ih je zadovoljna ili vrlo zadovoljna suradnjom s organizatorima, a među njima ima dosta onih koji su u projektu sudjelovali dvije godine za redom.

Analizom socio-kulturnih učinaka došlo se do spoznaja da je lokalno stanovništvo vrlo dobro upoznato s održavanjem WRC natjecanja na prostoru Središnje Hrvatske te da ima pozitivnu percepciju o vrijednosti održavanja tog natjecanja u svom okruženju. U 80% slučajeva lokalno stanovništvo prepoznaje i podržava WRC natjecanje zbog njegovih pozitivnih socio-kulturnih učinaka među kojima su najistaknutiji prilika za promociju Hrvatske na globalnoj razini i utjecaj na izgradnju imidža destinacije. Većina ispitanika smatra da održavanje WRC Croatia Rally natjecanja ne stvara negativne socio-kulturne učinke. Lokalno stanovništvo smatra da je termin održavanja WRC Croatia Rally dobro odabran i da bi Hrvatska trebala ostati domaćin WRC natjecanja.

Temeljem iznesenih zaključaka i neposrednih izvida s terena, izvode se preporuke organizatorima u cilju poboljšanja sveukupne izvedbe WRC Croatia Rally u godinama koje dolaze. Preporuke Autorskog tima su da se:

- projekt nastavi izvoditi i unaprjeđivati zbog svojih snažnih učinaka,
- aktiviraju svi dostupni mehanizmi financijske i nefinancijske potpore,
- uspostavi trajna suradnja s velikim poslovnim subjektom u Hrvatskoj koji bi preuzeo ulogu generalnog pokrovitelja manifestacije,
- privuku dodatni sponzori i oglašivači,
- uzme u obzir profil gledatelja prilikom oblikovanja promocije,
- intenzivira prisutnost u medijima tijekom cijele godine, a ne samo uoči i za vrijeme održavanja natjecanja,
- intenzivira online i offline promocija natjecanja izvan Hrvatske,
- unaprijedi promocija namijenjena lokalnom stanovništvu (u suradnji sa županijskim turističkim zajednicama),
- uspostavi suradnja s turističkim zajednicama oko promocije ostalih turističkih atrakcija u cilju produženja boravka posjetitelja, ali i stvaranja interesa za ponovnim dolaskom,
- aktiviraju neiskorišteni potencijali za generiranje dodatne potrošnje gledatelja, osobito u Gradu Zagrebu,
- poboljša ponuda sadržaja u fan zonama (s ciljem stvaranja većeg interesa za kupnju ulaznica) i tematske ponude izvan njih (više lokalnih proizvođača i pružatelja usluga),
- potakne veći interes lokalnog stanovništva za uključivanje u volontiranje,
- nastavi dobra poslovna suradnja, osobito s dvogodišnjim partnerima te proširi mreža partnera radi lakše organizacije, i

- na temelju ove studije uspostavi sustav kontinuiranog praćenja trendova i uspješnosti ovog projekta u cilju stvaranja kvalitetne osnove za donošenje odluka.

U konačnici, treba istaknuti kako je ova studija ostvarila postavljene ciljeve jer se istraživanjem došlo do vrijednih spoznaja koje predstavljaju kvalitetnu osnovu za donošenje daljnjih poslovnih i razvojnih odluka o unaprjeđenju projekta WRC Croatia Rally. Osim što organizatorima natjecanja služi za promišljanje o unaprjeđenju projekta u svim njegovim fazama, ova studija može poslužiti javnom sektoru za budžetiranje i podršku ovom projektu, obrazovnim institucijama i znanstvenicima za proširenje istraživanja na područja koja nisu obuhvaćena ovom studijom te poslovnim partnerima i potencijalnim ulagačima koji vide svoj interes i tržišnu priliku u ovom vrijednom projektu.

Slika 4.1: Natjecateljska posada M-Sport Ford World Rally Team na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022



Izvor: WRC (2022)

REFERENCE

1. Ahonen, A, Kamilla, K. (2014), *The Economic Impact of WRC Neste Oil Rally Finland*, JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finska.
2. Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C., Vogt, C.A. (2005), *Residents' perceptions of community tourism impacts*, *Annals of Tourism Research*, 32(4), str. 1056-1076.
3. Bagiran, D., Kurgun, H. (2016), *A research on social impacts of the Foça Rock Festival: the validity of the Festival Social Impact Attitude Scale*, *Current Issues in Tourism*, 19(9), str. 930-948.
4. Baud-Bovy, M., Lawson, F.R. (1977), *Tourism and recreation development*, The Architectural Press, London.
5. DeGroot, N. (2014), *Top 10 most prestigious races in the world*, <https://us.motorsport.com/general/news/top-10-most-prestigious-races-in-the-world/2785289/>
6. Del Chiappa, G., Presenza, A., Yücelen, M. (2016), *Profiling residents based on their perceptions and attitude toward sport event: Insights from the FIA World Rally Championship*, *Tourismos*, 11(5), str. 26-51.
7. Del Chiappa, G., Tinaz, C., Turco, D.M. (2013), *FIA World Rally Championship-Sardegna: Driving Repeat Tourists*, u zborniku radova s 5. konferencije *Advances in Tourism Marketing Conference*, Marketing places and Spaces: Shifting Tourist Flows, Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, Portugal.
8. Dredge, D., Lamont, M.J., Ford, E., Phi, G., Whitford, M., Wynn-Moylan P. (2010), *Event governance: The rhetoric and reality of the World Rally Championship*, *Northern Rivers, NSW*, Proceedings of CAUTHE 2010: Challenge the Limits, Hobart, Tasmania, 8-11 February, University of Tasmania, Hobart, Tasmania.
9. EKOS (2011), *Rally of Scotland 2011 Economic Impact Assessment*, Report for EventScotland, Glasgow, UK.
10. FIA (2019), *A Report on the Global Contribution of Motor Sport to Economy and Community Development*, EY Partenon.
11. FIA and International Olympic Committee (2019), *IF Sustainability project FIA World Rally Championship*, <https://stillmed.olympics.com/media/Document%20Library/OlympicOrg/IOC/What-We-Do/celebrate-olympic-games/Sustainability/Case-Studies/2019/RALLY-IN-PORTUGAL.pdf>
12. Hassan, D., McCulloch, D. (2007), *A Report Examining the Socio-Economic Impact of the World Rally Championship 2007*, University of Ulster, UK.
13. Hassan, D., O'Connor, S. (2009), *The socio-economic impact of the FIA World Rally Championship 2007*, *Sport in Society*, 12(6), str. 709-724.
14. Hunt, K.A., Bristol, T., Bashaw, R.E. (1999), *A conceptual approach to classifying sports fans*, *Journal of Services Marketing*, 13(6), str. 439-452.

15. Laitinen, A. (2013), *Customer Satisfaction and Willingness to Recommend an Event, Case: Neste Oil Rally 2012*, Bachelor's Thesis, JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finska.
16. Lassila, A. (2012), *Neste Oil Rally Spectator in Lahti 2012: Profile, Customer Satisfaction and Willingness to Recommend the Event*, Bachelor's Thesis, JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finska.
17. Mackellar, J. (2013), *World Rally Championship 2009: assessing the community impacts on a rural town in Australia*, *Sport in Society*, 16(9), str. 1149-1163.
18. Mackellar, J., Reis, A.C. (2014), *World Rally Championships 2009 and 2011: Assessing the Tourism Value in Australia*, *Journal of Vacation Marketing*, 20(1), str. 17-28.
19. McCartney, G. (2005), *The Impact of the 50th Macao Grand Prix on Macao's Destination Image*, *International Journal of Event Management Research*, 1(1), str. 46-65.
20. Naess, H.E. (2014), *A Sociology of the World Rally Championship: History, Identity, Memories and Place*, Palgrave Macmillan, Houndmills.
21. O'Connor, S. (2004), *An examination for the marketing strategy of the World Rally Championship*. Master Thesis, Technological University Dublin, Ireland.
22. Perna, F., Custodio, M.J. (2019), *Study of WRC Vodafone Rally of Portugal Impact in Destination Image, Tourism Economics and Environmental Performance: Portugal - 2019 Edition*, University of Algarve, Portugal.
23. Pischedda, G., Marinò, L., Del Chiappa, G. (2020), *Expenditure Behaviour and Satisfaction in Motor Sport Events: Insights from the FIA World Rally Championship in Sardinia*. U *Principles and Practices of Small-Scale Sport Event Management*, str. 233-248. IGI Global, Hershey.
24. Rasku, R., Turco, D.M. (2018), *Sport business intelligence and the WRC Event*. In: Dodds, M., Heisey, K., Ahonen, A., *Routledge Handbook of International Sport Business*, Routledge, London, str. 15-25.
25. Tickell, S., Naess, H.E., Evens, T. (2021), *Powerful Owners and Powerful Legacies. What Drives Change in the World Rally Championship?* *Journal of Global Sport Management*, str. 1-22.
26. Tiusanen, J. (2014), *A Sports Event's Economic Impact on the Host Region, Case: Neste Oil Rally Finland 2013*, Bachelor's Thesis, JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finska.
27. Vaukonen, J. (2013), *Neste Oil Rally Image and Fan Value Profile*, Bachelor's Thesis, JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finska.
28. Wanyonyi, L., Njoroge, J., Juma, R. (2022), *Beating Odds in Post Pandemic Times: Lessons from World Rally Championship 2021*, *Events and Tourism Review*, 5(1), str. 29-39.
29. Woosam, K.M., Van Winkle, C.M., An, S. (2013), *Confirming the festival social impact attitude scale in the context of a rural Texas cultural festival*, *Event Management*, 17(3), str. 257-270.

30. Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H., Karacaoğlu, S. (2016), *Impacts of Festivals and Events on Residents Well-Being*, *Annals of Tourism Research*, 61, str. 1-18.

Korištene internetske stranice:

- WRC – World Rally Championship - <https://www.wrc.com/en/more/about-wrc/what-is-wrc/>
- FIA – Federation Internationale de l'Automobile - <https://www.fia.com/>
- MOTORSPORT - <https://us.motorsport.com/general/news/top-10-most-prestigious-races-in-the-world/2785289/>
- IOO – International Olympic Committee - <https://stillmed.olympics.com/media/Document%20Library/OlympicOrg/IOC/What-We-Do/celebrate-olympic-games/Sustainability/Case-Studies/2019/RALLY-IN-PORTUGAL.pdf>
- Početna stranica Hrvatske – <https://www.hr/hrvatska/sport/autosport>

Slika 5.1: Objava pobjednika WRC Croatia Rally 2022
na službenim web stranicama WRC-a



Izvor: WRC (2022)

PRILOZI

Popis tablica

Tablica 1.1: Najprestižnije auto-moto utrke svijeta

Tablica 1.2: SWOT analiza WRC Croatia Rally

Tablica 2.1: Varijable korištene u izradi studije

Tablica 3.1: Profesionalni status gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Tablica 3.2: Bračni status gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Tablica 3.3: Pratnja na putovanju gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Tablica 3.4: Županije stalnog boravka anketiranog lokalnog stanovništva

Tablica 3.5: Profesionalni status lokalnog stanovništva

Tablica 3.6: Bračni status lokalnog stanovništva

Tablica 3.7: Status poslovnog partnera na projektu WRC Croatia Rally 2022

Tablica 3.8: Županija gledanja WRC Croatia Rally 2022 od strane lokalnog stanovništva

Tablica 3.9: Glavni razlog posjete gledatelja destinaciji

Tablica 3.10: Broj prethodnih posjeta destinaciji praćenja WRC Croatia Rally 2022

Tablica 3.11: Duljina boravka (u danima) gledatelja u mjestu praćenja natjecanja WRC Croatia Rally 2022

Tablica 3.12: Procjena broja gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Tablica 3.13: Socio-kulturni učinci obuhvaćeni istraživanjem

Tablica 3.14: Percepcija lokalnog stanovništva o zastupljenosti WRC Croatia Rally 2022 u medijima prije i za vrijeme održavanja događanja

Tablica 3.15: Percepcija lokalnog stanovništva o značajnosti utjecaja WRC Croatia Rally 2022 na regionalno gospodarstvo

Tablica 3.16: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally 2022 potiče mlade da se bave sportom

Tablica 3.17: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally ometa njihov svakodnevni život

Tablica 3.18: Percepcija lokalnog stanovništva da je za vrijeme održavanja WRC Croatia Rally 2022 povećan rizik od nesreća i nezgoda

Tablica 3.19: Hrvatska bi i u budućnosti trebala biti domaćin WRC natjecanja

Popis grafikona

Grafikon 3.1: Dobna struktura gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Grafikon 3.2: Struktura gledatelja WRC Croatia Rally 2022 prema dostignutoj razini obrazovanja

Grafikon 3.3: Zemlja stalnog boravka gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Grafikon 3.4: Dob lokalnog stanovništva

Grafikon 3.5: Razina obrazovanja lokalnog stanovništva

Grafikon 3.6: Upoznatost lokalnog stanovništva s održavanjem WRC Croatia Rally 2022

Grafikon 3.7: Učestalost praćenja prijenosa WRC natjecanja putem medija

Grafikon 3.8: Zemlja u kojoj su ispitanici pratili WRC natjecanja do 2022. godine

Grafikon 3.9: Glavno mjesto gledanja WRC Croatia Rally 2022 od strane lokalnog stanovništva

Grafikon 3.10: Korišteni smještajni objekti od strane gledatelja WRC Croatia Rally 2022

Grafikon 3.11: Noćenja turista u komercijalnim ugostiteljskim objektima po odabranim županijama, 7.4.-1.-5.2022.

Grafikon 3.12: Noćenja turista na području Središnje Hrvatske, 7.4.-1.-5.2022.

Grafikon 3.13: Usporedba poslovnih rezultata po osnovi angažmana na WRC Croatia Rally 2021. i 2022. godine

Grafikon 3.14: Struktura ukupnih ekonomskih učinaka WRC Croatia Rally 2022

Grafikon 3.15: Percepcija lokalnog stanovništva da je WRC Croatia Rally 2022 izvrstan način promocije Hrvatske

Grafikon 3.16: Percepcija lokalnog stanovništva o pozitivnom utjecaju WRC Croatia Rally 2022 na imidž destinacije

Grafikon 3.17: Percepcija lokalnog stanovništva o prilikama za volontiranje na WRC Croatia Rally 2022

Grafikon 3.18: Percepcija lokalnog stanovništva o prilikama za zapošljavanje na WRC Croatia Rally 2022

Grafikon 3.19: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally budi osjećaj nacionalnog ponosa

Grafikon 3.20: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally uzrokuje prometne gužve i zastoje

Grafikon 3.21: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally dovodi do pritiska na infrastrukturu i pretjeranog korištenja lokalnih usluga

Grafikon 3.22: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally uzrokuje porast cijena proizvoda i usluga za vrijeme održavanja

Grafikon 3.23: Percepcija lokalnog stanovništva da WRC Croatia Rally 2022 dovodi do stvaranja pretjerane buke

Grafikon 3.24: Termin održavanja WRC Croatia Rally 2022 natjecanja je dobro pogođen

Popis slika

Slika na naslovnici: Natjecateljska posada Toyota Gazoo Racing WRT tima Kalle Rovannerä i Jonne Halttunen u Novigradu na Dobri, 2022. (Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia, 2022)

Slika 1.1: Vozač Hyundai Shell Mobis World Rally Teama Oliver Solberg pozdravlja ljubitelje WRC-a, Zagreb, 2022.

Slika 1.1: Norveški ljubitelji WRC-a u Hrvatskoj, Pećurkovo Brdo, Karlovačka županija, 2022.

Slika 1.2: Najava WRC Croatia Rally 2022 na službenim web stranicama WRC-a

Slika 2.1: Natjecateljska posada Toyota Gazoo Racing WRT tima na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022

Slika 3.1: Natjecateljska posada M-Sport Ford World Rally Teama Gus Greensmith i Jonas Andersson na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022

Slika 3.2: Posada Yacco ACCR Teama na brzinskom ispitu WRC Croatia Rally 2022 u Kumrovcu, Krapinsko-zagorska županija, 2022.

Slika 3.3: Predsjednik Vlade Republike Hrvatske Andrej Plenković i Daniel Šaškin, član Organizacijskog tima pozdravljaju natjecateljsku posadu M-Sport Ford World Rally Teama Craig Breena i Paul Naglea na ceremonijalnom startu ispred Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, 2022.

Slika 3.4: Vozač Toyota Gazoo Racing WRT NG tima Takamoto Katsuta s ljubiteljima WRC-a u Servisnom parku u Zagrebu, 2022.

Slika 3.5: Natjecateljska posada Yacco ACCR Teama na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022

Slika 3.6: Natjecateljska posada M-Sport Ford World Rally Teama Craig Breen i Paul Nagle na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022, Zagrebačka županija, 2022.

Slika 3.7: Natjecateljska posada Hyundai Shell Mobis World Rally Team na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022

Slika 4.1: Natjecateljska posada M-Sport Ford World Rally Team na jednom od brzinskih ispita WRC Croatia Rally 2022

Slika 5.1: Objava pobjednika etape WRC Croatia Rally 2022 na službenim web stranicama WRC-a

Slika 5.2: Slavlje pobjednika WRC Croatia Rally 2022: natjecateljska posada Toyota Gazoo Racing WRT tima Kalle Rovannerä i Jonne Halttunen na Podiumu u Zagrebu, 2022.



Izvor: Organizacijski tim WRC Rally Croatia (2022)



CROATIA RALLY 2022

21 - 24 April

ENTRY LIST

Count	No.	Competitor	Driver/Co-Driver	Nat	Car	Class Group	Priority Eligibility
1	69	TOYOTA GAZOO RACING WRT	Kalle ROVANPERÄ Jonne HALTTUNEN	FIN FIN	TOYOTA GR Yaris Rally1	RC1 Rally1	P1 M
2	11	HYUNDAI SHELL MOBIS WORLD RALLY TEAM	Thierry NEUVILLE Martijn WYDAEGHE	BEL BEL	HYUNDAI i20 N Rally 1	RC1 Rally1	P1 M
3	44	M-SPORT FORD WORLD RALLY TEAM	Gus GREENSMITH Jonas ANDERSSON	GBR SWE	FORD Puma Rally1	RC1 Rally1	P1 M
4	18	TOYOTA GAZOO RACING WRT NG	Takamoto KATSUTA Aaron JOHNSTON	JPN IRL	TOYOTA GR Yaris Rally1	RC1 Rally1	P1 M/T
5	42	M-SPORT FORD WORLD RALLY TEAM	Craig BREEN Paul NAGLE	IRL IRL	FORD Puma Rally1	RC1 Rally1	P1 M
6	4	TOYOTA GAZOO RACING WRT	Esapekka LAPPI Janne FERM	FIN FIN	TOYOTA GR Yaris Rally1	RC1 Rally1	P1 M
7	2	HYUNDAI SHELL MOBIS WORLD RALLY TEAM	Oliver SOLBERG Elliott EDMONDSON	SWE GBR	HYUNDAI i20 N Rally 1	RC1 Rally1	P1 M
8	8	HYUNDAI SHELL MOBIS WORLD RALLY TEAM	Ott TÄNAK Martin JÄRVEOJA	EST EST	HYUNDAI i20 N Rally 1	RC1 Rally1	P1 M
9	33	TOYOTA GAZOO RACING WRT	Elfyn EVANS Scott MARTIN	GBR GBR	TOYOTA GR Yaris Rally1	RC1 Rally1	P1 M
10	16	M-SPORT FORD WORLD RALLY TEAM	Adrien FOURMAUX Alexandre CORIA	FRA FRA	FORD Puma Rally1	RC1 Rally1	P1 M
11	7	M-SPORT FORD WORLD RALLY TEAM	Pierre-Louis LOUBET Vincent LANDAIS	FRA FRA	FORD Puma Rally1	RC1 Rally1	P1
12	20	STEPHANE LEFEBVRE	Stephane LEFEBVRE Andy MALFOY	FRA FRA	CITROEN C3	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
13	21	PH SPORT	Yohan ROSSEL Valentin SARREAUD	FRA FRA	CITROEN C3	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
14	22	SAINTELOC JUNIOR TEAM	Eric CAMILLI Thibault DE LA HAYE	FRA FRA	CITROEN C3	RC2 Rally2	P2 WRC2 (T/D/C)
15	23	TOKSPORT WRT 2	Nikolay GRYAZIN Konstantin ALEKSANDROV	ANA ANA	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (T/DJ/C)
16	24	KAJETAN KAJETANOWICZ	Kajetan KAJETANOWICZ Maciej SZCZEPANIAK	POL POL	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
17	25	YACCO ACCR TEAM	Erik CAIS Petr TĚŠÍNSKÝ	CZE CZE	FORD Fiesta Mk II	RC2 Rally2	P2 WRC2 (T/DJ/C)

18	26	TOKSPORT WRT 2	Emil LINDHOLM Reeta HÄMÄLÄINEN	FIN FIN	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (T/DJ/C)
19	27	M-SPORT FORD WORLD RALLY TEAM	Jari HUTTUNEN Mikko LUKKA	FIN FIN	FORD Fiesta Mk II	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
20	28	GREGOIRE MUNSTER	Gregoire MUNSTER Louis LOUKA	LUX BEL	HYUNDAI i20 N	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DJ/CJ)
21	29	CHISTOPHER INGRAM	Christopher INGRAM Craig DREW	GBR GBR	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DJ/C)
22	30	ALM MOTORSPORT	Georg LINNAMÄE James MORGAN	EST GBR	VOLKSWAGEN Polo GTI	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DJ/C)
23	31	MIKKO HEIKKILÄ	Mikko HEIKKILÄ Samu VAALERI	FIN FIN	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DJ/CJ)
24	32	SAINTELOC JUNIOR TEAM	Sean JOHNSTON Alexander KIHURANI	USA USA	CITROEN C3	RC2 Rally2	P2 WRC2 (T/D/C)
25	34	BENITO GUERRA	Benito GUERRA Daniel CUE	MEX ESP	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
26	35	ARMIN KREMER	Armin KREMER Timo GOTTSCHALK	DEU DEU	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/C)
27	36	NEIL SIMPSON	Neil SIMPSON Michael GIBSON	GBR GBR	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
28	37	MAURO MIELE	Mauro MIELE Luca BELTRAME	ITA ITA	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/C)
29	38	YACCO ACCR TEAM	Pierre RAGUES Julien PESENTI	FRA FRA	VOLKSWAGEN Polo GTI	RC2 Rally2	P2 WRC2 (T/D/C)
30	39	OLIVIER BURRI	Olivier BURRI Anderson LEVRATTI	SUI FRA	VOLKSWAGEN Polo GTI	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/C)
31	40	NIKO PULIĆ	Niko PULIĆ Aleksandra KOVAČIĆ	HRV HRV	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/C)
32	41	JOHANNES KEFERBÖCK	Johannes KEFERBÖCK Ilka MINOR	AUT AUT	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
33	43	MIKOŁAJ MARCZYK	Mikołaj MARCZYK Szymon GOSPODARCZYK	POL POL	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DJ/C)
34	45	FABRIZIO ARENGI	Fabrizio ARENGI Massimiliano BOSI	ITA ITA	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/C)
35	46	HENK VOSSEN	Henk VOSSEN Hans VAN GOOR	NLD NLD	FORD Fiesta	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/CM)
36	47	ALJOŠA NOVAK	Aljoša NOVAK Uroš OCVIRK	SVN SVN	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DJ/C)
37	48	PAULO NOBRE	Paulo NOBRE Gabriel MORALES	BRA BRA	SKODA Fabia	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/C)
38	49	OSAMU FUKUNAGA	Osamu FUKUNAGA Misako SAIDA	JPN JPN	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/C)
39	50	CARLO COVI	Carlo COVI Michele LORIGIOLA	ITA ITA	SKODA Fabia	RC2 Rally2	P2 WRC2 (DM/CM)
40	51	FILIPPO MARCHINO	Filippo MARCHINO Roberto BRIANI	ITA ITA	SKODA Fabia	RC2 Rally2	P2 WRC2 (D/C)
41	52	JON ARMSTRONG	Jon ARMSTRONG Brian HOY	GBR IRL	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P4 WRC3 (J)
42	53	LAURI JOONA	Lauri JOONA Mikael KORHONEN	FIN FIN	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P4 WRC3 (J)
43	54	SAMI PAJARI	Sami PAJARI Enni MÄLKÖNEN	FIN FIN	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P4 WRC3 (J/O)

44	55	JAN ČERNÝ	Jan ČERNÝ Petr JINDRA	CZE CZE	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P3 WRC3 (O)
45	56	MOTORSPORT IRELAND RALLY ACADEMY	William CREIGHTON Liam REGAN	IRL IRL	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P4 WRC3 (J/O)
46	57	STARTER ENERGY RACING	Robert VIRVES Aleks LESK	EST EST	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P4 WRC3 (J)
47	58	JEAN-BAPTISTE FRANCESCHI	Jean-Baptiste FRANCESCHI Anthony GORGUILLO	FRA FRA	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P4 WRC3 (J)
48	59	ENRICO BRAZZOLI	Enrico BRAZZOLI Manuel FENOLI	ITA ITA	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P3 WRC3 (O)
49	60	ZOLTÁN LÁSZLÓ	Zoltán LÁSZLÓ Tamás KÜRTI	HUN HUN	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P3 WRC3 (O)
50	61	IVICA SILADIC	Ivica SILADIC Jasna DURAK	HRV HRV	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P3 WRC3 (O)
51	62	MCRAE KIMATHI	McRae KIMATHI Mwangi KIONI	KEN KEN	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	P4 WRC3 (J/O)
52	63	DIRKALNO DRUŠTVO R	Darko PELJHAN Matej ČAR	SVN SVN	SKODA Fabia	RC2 Rally2	
53	64	VILIAM PRODAN	Viliam PRODAN Zoran RASTEGORAC	HRV HRV	RENAULT Clio Rally4	RC4 Rally4	
54	65	ALFRED KRAMER	Alfred KRAMER Jeannette KVICK	AUT DNK	PEUGEOT 208 Rally4	RC4 Rally4	
55	66	RICARDO TRIVIÑO	Ricardo TRIVIÑO Marc MARTÍ	MEX ESP	SKODA Fabia Evo	RC2 Rally2	
56	67	VLASTIMIL MAJERČÁK	Vlastimil MAJERČÁK Jakub SLOVÁK	SVK SVK	FORD Fiesta Rally3	RC3 Rally3	
57	68	AKK SVETA NEDELJA	Martin RAVENŠČAK Marko STIPERSKI	HRV HRV	FORD Fiesta Rally4	RC4 Rally4	
58	70	MARCO OLDANI	Marco OLDANI Pietro D'AGOSTINO	ITA ITA	PEUGEOT 208 Rally4	RC4 Rally4	
59	71	DYNAMIC RALLY TEAM SE	Robert BUTOR Robert TAGAI	HUN HUN	PEUGEOT 208 Rally4	RC4 Rally4	
60	72	MARTIN NAROVEC	Martin NAROVEC Lucia LAURINCOVÁ	CZE SVK	FORD Fiesta Rally4	RC4 Rally4	
61	73	AKK SVETA NEDELJA	Krešimir RAVENŠČAK Dora RAVENŠČAK	HRV HRV	FORD Fiesta Rally4	RC4 Rally4	
62	74	VJEKOSLAV ČIČKO	Vjekoslav ČIČKO Eugen KOKOLIĆ	HRV HRV	FORD Fiesta	RC4 Rally4	
63	75	JAN POKOS	Jan POKOS Toni KLINC	HRV HRV	FORD Fiesta	RC4 Rally4	
64	76	ŽELJKO MAGLIČIĆ	Željko MAGLIČIĆ Ivan POLJAK	HRV HRV	FORD Fiesta	RC4 Rally4	
65	77	CRISTIANA OPREA	Cristiana OPREA Andrei MITRASCA	ROU ROU	PEUGEOT 208	RC4 Rally4/R2	
66	78	LM RACING	Lazar MILOVANOVIĆ Goran RABASOVIĆ	SRB SRB	FORD Fiesta Rally4	RC4 Rally4	

Izvor: FIA, 28.3.2022

ITINERER



CROATIA RALLY 2022

ITINERER / ITINERARY

Četvrtak / Thursday, 21 April 2022

BI/SS	LOCATION	km	start
	Shakedown Okič FAN ZONA Okič	3,65	9:01
	Ceremonial Start - Zagrebačke fontane / Zagreb Fountains		18:30

Petak / Friday 22 April 2022

BI/SS 1	Mali Lipovec - Grdanjci 1	19,20	8:33
BI/SS 2	Stojdraga - Gornja Vas 1	20,77	9:26
BI/SS 3	Krašić - Vrškovec 1	11,11	10:19
BI/SS 4	Pečurkovo Brdo - Mrežnički Novaki 1 FAN + VIP ZONA Leskovac Barilovički	9,11	11:32
BI/SS 5	Mali Lipovec - Grdanjci 2	19,20	15:05
BI/SS 6	Stojdraga - Gornja Vas 2	20,77	15:58
BI/SS 7	Krašić - Vrškovec 2	11,11	16:51
BI/SS 8	Pečurkovo Brdo - Mrežnički Novaki 2 FAN + VIP ZONA Leskovac Barilovički	9,11	18:04

Subota / Saturday, 23 April 2022

BI/SS 9	Kostanjevac - Petruš Vrh 1	23,76	7:43
BI/SS 10	Jaškovo - Mali Modruš Potok 1	10,10	8:41
BI/SS 11	Platak 1 FAN + VIP ZONA Platak	15,85	10:09
BI/SS 12	Vinski Vrh - Duga Resa 1 (Live TV) FAN + VIP ZONA Novigrad na Dobri	8,78	11:38
BI/SS 13	Kostanjevac - Petruš Vrh 2	23,76	15:16
BI/SS 14	Jaškovo - Mali Modruš Potok 2	10,10	16:14
BI/SS 15	Platak 2 FAN + VIP ZONA Platak	15,85	17:42
BI/SS 16	Vinski Vrh - Duga Resa 2 (Live TV) FAN + VIP ZONA Novigrad na Dobri	8,78	19:08

Nedjelja / Sunday, 24 April 2022

BI/SS 17	Trakošćan - Vrbno 1	13,15	7:18
BI/SS 18	Zagorska Sela - Kumrovec 1 (Live TV) FAN + VIP ZONA Kumrovec	14,09	8:38
BI/SS 19	Trakošćan - Vrbno 2	13,15	10:26
BI/SS 20	Zagorska Sela - Kumrovec 2 (Wolf Power Stage) FAN + VIP ZONA Kumrovec	14,09	13:18
	Podium - Servisni park / Service Park		15:30



DIONICE BRZINSKIH ISPITA (BI) ZATVARAJU SE ZA PROMET 3 SATA PRIJE STARTA.
SPECIAL STAGES (SS) ROADS WILL BE CLOSED FOR TRAFFIC 3 HOURS BEFORE THE START.



Studija: **Socio-ekonomski utjecaji WRC Rally Croatia 2022 na prostor Središnje Hrvatske**

Naručitelj: AUTO KLUB CRO DAKAR TEAM, Mlinarska 57, Zagreb

Izvršitelj: SVEUČILIŠTE U ZAGREBU EKONOMSKI FAKULTET Trg J. F. Kennedyja 6, Zagreb

Zagreb, studeni 2022.