

Mr. ANTE MATEŠIĆ
RO PTT promet Split
Split

Prometna infrastruktura
Pregled
UDK: 654+338.48
Primljeno: 19.09.1989.
Prihvaćeno: 12.12.1989.

MEĐUZAVISNOST RAZVOJA TELEKOMUNIKACIJA I TURIZMA

SAŽETAK

Telekomunikacije zauzimaju značajno mjesto u kreiranju i organiziranju ukupne turističke ponude, bilo kao infrastrukturni činitelj, bilo kao dio ukupne turističke ponude. Svojom ulogom u prijenosu informacija telekomunikacija stvaraju mogućnost za kompetentno i ravno-pravno uključivanje turističke privrede u svjetsko turističko tržište. Tu ulogu telekomunikacija kao i potrebu uvođenja novih telekomunikacijskih usluga ističe razvoj novog "informatičkog društva", te integralni procesi i tehnološki poticaji koji će rezultirati formiranjem jedinstvenog unutarnjeg tržišta Evrope. Kooperativni odnos turizma i telekomunikacija ima i obratne pozitivne utjecaje na razvoj telekomunikacija.

Svaki privredni subjekt djeluje u određenoj makrookolini čije demografske, privredne, fizičke, tehnološke, političko-pravne i društveno-kulturne snage utječu na njegovo poslovanje.

Stoga se pred radnu organizaciju nužno postavlja potreba za sagledavanjem i proučavanjem makrookoline, kako bi u međuzavisnosti snaga okoline i vlastitih ljudskih, financijskih i fizičkih snaga utvrdila mogućnosti i smjerove svog djelovanja, ostvarujući pritom što bolje poslovne rezultate i zadovoljavajući potrebe svojih potrošača.

Jedna od bitnih komponenata koje definiraju snage makrookoline PTT organizacija na jadranskom području jest turizam, kao važni dio privredne djelatnosti jadranskog područja. Zbog njegove složenosti, kao društvene pojave, kao i višestrukosti djelovanja što se ogleda u njegovoj polifunkcionalnosti, lako je zaključiti da postoje brojni činitelji koji uvjetuju razvoj turističke privrede, odnosno da postoji i obrnut proces. Naime, djelovanjem na demografske, privredne, tehnološke i društveno-kulturne snage koje okuplja turizam bitno utječe na funkcioniranje i razvoj svih činitelja koji pripadaju u njegov infrastrukturni faktor ili pak u njegov specifičan segment.

"U najširem određenju pojma, turistička ponuda može obuhvatiti cjelokupni prirodni i proizvodni potencijal jedne zemlje. Razvijene zemlje imaju stoga i bogatiju ponudu roba i usluga koje troše turisti, dok će slabije razvijene zemlje imati bogatije ali neiskorištene prirodne potencijale turističke ponude. Zbog toga su danas privredno najrazvijenije zemlje ujedno i turistički najrazvijenije".¹

Preciznije određenje turističke ponude obuhvaća četiri glavna područja koja se oblikuju

na pogodnoj prirodnoj osnovi. To su: a) komunikacije (transportation), b) smještaj-receptiva (accommodations), c) atraktivnosti (activities), d) trgovina (shopping)".²

Turističku ponudu naime čini, oblikuje i organizira ukupnost ponuda mnogobrojnih ekonomskih subjekata u djelatnosti turizma, ugostiteljstva, trgovine, komunikacija, prometa, poljoprivrede, zabave, kulture, komunalne djelatnosti, djelatnosti očuvanja i zaštite prirodne sredine i dr.

Zajednički cilj svih tih ekonomskih subjekata jest, uz najpovoljniju cijenu, prodati što veću količinu svojih proizvoda i usluga.

U uvjetima tržišne privrede ekonomski subjekti ostvaruju taj cilj konkurencijom ili kooperacijom s drugim subjektima. Koji će model djelovanja ekonomski subjekt izabrati, ovisi o broju konkurenata na tržištu, pa se konkurencija pojavljuje u uvjetima nemogućnosti uspostavljanja monopolističkog položaja na tržištu. Kooperacija između ekonomskih subjekata pojavljuje se u uvjetima zajedničkog uspostavljanja monopola, kao i onda kada sam karakter procesa proizvodnje odnosno pružanja usluga traži zajedničko usklađeno djelovanje ekonomskih subjekata. Izostajanje zajedničkog djelovanja odnosno kooperacije rezultira štetom za sve.

PTT organizacije s obzirom na prostornu rasprostranjenost svog djelovanja, mogućnost uspostavljanja principa masovnog i serijskog pružanja usluga, te s obzirom na zakonska određenja svog djelovanja i organiziranosti, predstavljaju monopolista u segmentu pružanja telekomunikacijskih usluga.

Svoje djelovanje u pružanju ukupne turističke ponude PTT organizacije stoga ostvaruju na principu kooperacije s ostalim segmentima koji sudjeluju u formiranju i u funkcioniranju, te na taj način djelujući u tom jedinstvenom procesu na optimalan način ostvaruje i svoje optimalne efekte.

Naposlijetku, princip kooperacije djelovanja PTT organizacija proistječe iz karaktera i uloge telekomunikacija u ekonomskom razvoju neke zemlje. Taj utjecaj ostvaruje se na:

- ekonomskom području,
- društvenoj organiziranosti i
- području informacija odnosno informatičke djelatnosti.

Između stupnja razvoja telekomunikacija i stupnja ekonomskog razvoja neke zemlje postoji čvrsta pozitivna korelacijska veza. Naime, koliko god telekomunikacije doprinose ekonomskom razvoju društva, i ekonomski razvoj

određuje stupanj razvoja telekomunikacija. Zemlje s većim stupnjem ekonomskog razvoja (iskazanim u veličini narodnog dohotka) imaju veću telefonsku gustoću i brže uvode nove telekomunikacijske usluge.

Predstavljajući dakle informacijski hardware odnosno omogućujući prijenos informacija, telekomunikacije izravno doprinose razvoju nekog društva. Taj doprinos se sve više povećava uvođenjem takozvane ISDN mreže. Ova kratica je dobivena iz međunarodno usvojenog izraza "Integrated Services Digital Network" što u prijevodu znači digitalna mreža s integriranim uslugama. Ta mreža zbog svojih performansi protoka informacija osim poboljšanja postojećih usluga nudi uvođenje, korištenje i integraciju novih usluga prijenosa informacija bilo da se radi o govornim informacijama, tekstu, slici ili podatku.

S aspekta analize (utvrđivanja) međuzavisnosti telekomunikacija i turizma od prvenstvenog je značenja uloga telekomunikacija u društvenoj organiziranosti, te na području informacija odnosno informatičke djelatnosti. Telekomunikacije predstavljaju bitan činilac u funkcioniranju turističke privrede, bilo da ih promatramo kao sastavni dio ukupne turističke privrede ili kao infrastrukturni element neophodan za ostvarivanje poslovnih funkcija turističkih radnih organizacija odnosno za njihovo poslovanje.

Kao dio ukupne turističke ponude telekomunikacije trebaju turistima, osim dostupne i kvalitetne telefonske usluge, omogućiti i korištenje ostalih usluga koje se temelje na telekomunikacijama. Neke od tih usluga temelje se na postojećoj telefonskoj mreži (faksimil, telefaks, mobilna radiotelefonija), dok je za druge, koje se osim na telekomunikacijskoj temelje i na računskoj tehnologiji (teleteks, videoteks i dr.), potrebno izgraditi nove telekomunikacijske kapacitete.

Iz skupa novih usluga posebnu pažnju valja posvetiti onima koje su u funkciji uključivanja turizma odnosno turističkih organizacija u suvremenu i razvijenu telekomunikacijsku mrežu, pritom jednako vrednujući usluge koje predstavljaju infrastrukturni element u funkciji poboljšanja turističke ponude i usluge koje su u funkciji ostvarivanja poslovne politike turističkih radnih organizacija (npr.: prijenos, obrada i čuvanje podataka iz funkcije prodaje, nabave, propagande i dr.). Kao usluge kojima treba posvetiti posebnu pažnju navodimo mogućnosti što ih pružaju moderne (digitalne) pretplatničke centrale, te nove usluge videoteks i mobilna radiotelefonija.

Objekti turističke privrede zbog svoje dislociranosti i veličine smještajnih kapaciteta najčešće se u javnu telekomunikacijsku mrežu uključuju posredstvom pretplatničkih centrala. Nove moderne (digitalne) pretplatničke centrale osim mogućnosti efikasnijeg i kvalitetnijeg odvijanja telefonskog prometa omogućuju proširenje usluge s nizom mogućnosti kao što su: naknadni poziv (call back) na zauzetog sudionika, preusmjerenje poziva (call diversion), po-

ziv koji čeka (call waiting), skraćeno biranje, povratni upit, konferencija utroje, veze bez biranja, prijenos poruka na displej digitalnog telefona i dr. Za turističku privredu naročito je značajno da te centrale omogućuju uvođenje i korištenje novih ISDN funkcija i usluga.

Zbog sezonskoga karaktera turizma kao dominantno pitanje razvoja pojavljuje se pitanje dimenzioniranja kapaciteta. Nedvojbeno je, naime, da turisti povećavaju i teoretsko totalno tržište telekomunikacijskih usluga (potencijalno tržište) i stvarno totalno tržište telekomunikacijskih usluga (tržište efektivne potražnje). Količina ostvarenog prometa u turističkoj sezoni upućuje na tvrdnju da je u ovom tržišnom segmentu tržište efektivne potražnje gotovo identično veličini potencijalnog tržišta.

Sa stajališta PTT organizacija na jadranskom području, u razvoju telekomunikacijskih kapaciteta, osnovno je dakle pitanje koje uvjete odnosno koju razinu potražnje uzeti kao kriterij za dimenzioniranje kapaciteta. Da li kapacitete dimenzionirati za potrebe koje iskazuje stalno stanovništvo tog područja ili prema potrebama iskazanim za vrijeme turističke sezone kada se broj korisnika telekomunikacijskih usluga višestruko povećava.

Dimenzionirati telekomunikacijske kapacitete na potražnju koja se iskazuje u izvanturističkom razdoblju znači, s jedne strane, svjesno stvaranje uvjeta za otežani telekomunikacijski promet u toku turističke sezone, što u funkcioniranju turističke privrede rezultira višestruko negativnim efektima. S druge strane, dimenzionirajući kapacitete prema potražnji koja postoji u turističkoj sezoni, dimenzionira se i investicijska vrijednost objekta, što u uvjetima njegove smanjene iskorištenosti u izvanturističkom razdoblju znači i bitno smanjivanje uspješnosti poslovanja.

Tablica 1. Telekomunikacijski kapaciteti na jadranskom području SRH i na području SFRJ - stanje 1987.

Red. Područje br.	Broj telefona na 100 stanovnika	Broj tg. prijključaka na 10 000 stanovnika	Broj telefon- skih govornica na 1 000 stanovnika
1. RO Dubrovnik	24,46	22,08	0,75
2. RO Pula	18,33	12,70	0,97
3. RO Rijeka	18,86	15,62	0,76
4. RO Split	12,47	8,25	0,78
5. RO Šibenik	13,51	5,21	0,31
6. RO Zadar	13,38	7,94	0,28
7. Ukupno	15,80	11,20	0,67
8. SFRJ	12,89	5,60	0,34

Izvor: Poslovni izvještaj i statistika ZJPTT 1987.

PTT organizacije turističkog područja kao kriterij dimenzioniranja kapaciteta uzimaju potražnju za vrijeme turističke sezone na što ih prisiljavaju i PTT propisi. Na taj način PTT organizacije aktivno, u kooperativnom odnosu s ostalim ekonomskim subjektima, sudjeluju u

Tablica 2. Usporedni prikaz razvijenosti TT mreže SFRJ te sredozemnih zemalja i emitivnih turističkih zemalja - stanje 1987.

Red. br.	Zemlja	Broj telefona na 100 stanovnika	Broj telegraf. priključaka na 10 000 stanovnika	Broj telefonskih govornica s novčanim aparatima	Broj videoteks priključaka	Broj celularnih mobilnih telefona
1.	Italija	31,90	12,1	5,92	3.908	8.832
2.	Francuska	42,60	23,9	3,14	2.224.944	
3.	Grčka	33,02	23,0	0,54		
4.	Portugal	14,69	20,3	0,69		
5.	Španjolska	25,30	10,3		600	1.800
6.	SR Njemačka	43,80	27,4	2,21	58.365	23.800
7.	Austrija	37,28	34,1	2,84	6.228	17.454
8.	Velika Britanija	39,31	19,6		75.350	120.000
9.	Nizozemska	40,60	27,6	0,46	5.000	12.600
10.	Jugoslavija	11,90	5,6	0,34		

Izvor: International Telephone Statistics 1987 i 1988, Siemens.

formiranju, kompletiranju i organiziranju turističke ponude. Postignuti rezultati u razvoju telekomunikacijskih kapaciteta, premda vidljivi, u usporedbi s razvijenošću telekomunikacijskih kapaciteta na teritoriju SFRJ (tab. 1) ipak zaostaju kako u odnosu na iskazane potrebe tako i u odnosu na razvijenost telekomunikacijskih kapaciteta ostalih turističkih zemalja Sredozemlja (tab. 2).

Nedovoljna razvijenost telekomunikacija na jadranskom području te zaostajanje u razvoju u usporedbi s ostalim zemljama Sredozemlja i emitivnim turističkim zemljama postaje jedan od ograničujućih činitelja u razvoju turizma. Osobito se kao ograničujući činitelj nameće zaostajanje u razvoju magistralnih i međunarodnih (upravo turizmu potrebnih) kapaciteta. Nedovoljna izgrađenost tih kapaciteta prijeti realnom opasnošću potpunog zagušenja i prekida prometa u nekim dijelovima telekomunikacijske mreže za vrijeme turističke sezone. Neusklađenost razvoja lokalnih i međumjesnih kapaciteta logična je posljedica politike financiranja razvoja telekomunikacija. U nedostatku vlastitih sredstava, a u situaciji visokog postotka nezadovoljenih potreba za telefonskim priključcima i spremnosti budućih korisnika da vlastitim, čak bespovratnim sredstvima sudjeluju u financiranju gradnje telekomunikacijskih kapaciteta, PTT organizacije se okreću zainteresiranim DPO i stanovništvu koji sudjeluju u financiranju gradnje. Kako buduća korisnici u najvećem broju sudjeluju u financiranju samo lokalnih kapaciteta, to se stvorio nesrazmjer u dimenzioniranosti lokalnih i međumjesnih kapaciteta. Ta situacija, kao i opasnosti koje u turističkoj sezoni prijete funkcioniranju telekomunikacijskog prometa, navodi na potrebu da se dimenzioniranje telekomunikacijskih kapaciteta promatra sa šireg društvenog aspekta, odnosno da se razvoj telekomunikacija rješava većim stupnjem kooperacije između PTT organizacija i organizacija turističke privrede.

Razvojem i pravilnim dimenzioniranjem telekomunikacija stvaraju se mogućnosti za pružanje dostupne i kvalitetne telekomunikacij-

ske usluge te mogućnosti za pružanje ostalih usluga koje se temelje na telekomunikacijama, bilo da se temelje na postojećoj mreži (usluge faksimila, telefaksa, mobilne radiotelefonije) ili na novoj ISDN mreži (teleteks, videoteks i dr.)

Kako se u svijetu pa i u nas mijenja struktura PTT usluga u korist telefonskih usluga, odnosno šire se vrste usluga koje se temelje na telekomunikacijama, i PTT organizacije se ponašaju tako da većinu investicijske aktivnosti usmjeruju u razvoj telekomunikacija. U sadašnjem trenutku JPTT je u fazi uvođenja modernih digitalnih sustava, odnosno razvoja IDN mreže (integrirane digitalne mreže), a kao krajnji cilj postavlja se razvoj ISDN mreže tj. integrirane digitalne mreže usluga. S druge strane, pred turističke radne organizacije, kao bitan preduvjet za uključivanje u suvremene privredne i turističke tokove, postavlja se sposobnost brzog i sigurnog prijema, obrade, čuvanja i razmjene informacija. Razmjena informacija, bilo da se obavlja unutar radne organizacije ili izvan nje, zahtijeva tako izgrađenu telekomunikacijsku mrežu koja će svojom strukturom i svojim mogućnostima omogućiti nesmetan i siguran protok informacija. Tehnološke promjene i istaknuti zahtjevi u odnosu na performanse mreže (nužno poznavanje osim kvantitete i karakteristika informacija koje se trebaju prenijeti), nužno upućuju na potrebu za tješnjom suradnjom između PTT i turističkih radnih organizacija. Ta suradnja potrebna je i u fazi izgradnje lokalnih mreža turističke privrede (povezivanje dislociranih turističkih objekata i u fazi izgradnje informatičkog sustava turističke radne organizacije).

Strategiju razvoja telekomunikacijskih sustava i opreme za informacijske sustave, kako PTT tako i turističkih radnih organizacija, treba postaviti tako da razvoj kapaciteta omogućiti i razvoj novih usluga, kako bi se bez obzira na to u čijem je vlasništvu telekomunikacijska oprema (ili njezin dio) mogli ispunjavati buduća zahtjevi.

Jadransko područje koje je zbog svojih značajki turističko predstavlja onaj tržišni seg-

ment u kojemu bi PTT organizacije najprije uvodile nove telekomunikacijske usluge.

Zašto baš turističko tržište? Osim već spomenutog povećanja razine kvalitete turističke usluge, bez obzira na stupanj potrebe za dodatnim ulaganjima u telekomunikacijsku mrežu, te usluge predstavljaju i s aspekta PTT i s aspekta domaćega korisnika novu do sada nepoznatu uslugu. Srećemo se dakle sa situacijom da je usluga nova i za samog davaoca i za korisnika, što u postupku njenog uvođenja na tržište zahtijeva povećanje promotivne aktivnosti radi upoznavanja potencijalnoga korisnika s novom uslugom. Budući da najveći broj stranih turista dolazi iz zemalja s razvijenom telekomunikacijskom mrežom u kojoj su ove usluge već uvedene, razvijene i poznate, u tom se segmentu smanjuje potreban opseg promotivnih aktivnosti za uvođenje usluge. Taj tržišni segment postao bi vodeći segment za razvoj i uvođenje novih usluga.

Turističke radne organizacije kao privredni subjekti nužno su u svom poslovanju upućene na razmjenu informacija, odnosno komuniciranje koje može biti unutar radne organizacije i komuniciranje s okolinom. Uključenje turističke privrede u svjetske privredne tokove predstavlja *conditio sine qua non*. To uključivanje nužno pretpostavlja razmjenu i obradu informacija i to na način i kvalitetom koje definiraju razvijene telekomunikacijske mreže.

Opisani razvoj telekomunikacija u suradnji s razvijenom kompjutorskom tehnikom (telematika) izazvao je krupne promjene na svjetskom turističkom tržištu. Gotovi svi ekonomski subjekti čije djelovanje oblikuje i organizira turističku ponudu, a to se u prvom redu odnosi na zrakoplovne kompanije, putničke agencije, hotelske lance i dr., u većem ili manjem stupnju transformiraju ili zamjenjuju "ručne operacije" onima koje se temelje na primjeni suvremene kompjutorske tehnologije tj. "ekonomskih operacija" u djelatnosti prikupljanja (primanja), razvijanja (obrade) i čuvanja informacija. To vrijedi jednako i na internim i na eksternim operacijama.

Izgradnja novih telekomunikacijskih kapaciteta omogućuje međusobno povezivanje kompjutorske opreme u jedinstvenu mrežu. Na taj način stvaraju se nove mogućnosti odnosno novi elementi u tržišnom nastupu ekonomskih subjekata turističke privrede i to u svim elementima marketinškog miksa.

Na području distribucije razvoj kompjutorskih sustava rezervacija (computer reservation system - CRS) utjecao je na razvoj novih kanala bukiranja smještajnih kapaciteta tako da danas možemo govoriti o:

- direktnom bukingu (bez posrednika),
- bukiranje od strane regionalnog centra,
- preko centralnog rezervacionog sistema (ako se radi o lancu hotela),
- kroz centralni rezervacijski sistem avio-kompanija.³

Usporedno s razvojem centralnih rezervacijskih sustava, uz razvoj videoteks sustava na nacionalnoj razini, na globalnom međuna-

rodnom planu razvijaju se globalni distribucijski sustavi (GDS) od kojih su na evropskom području najrazvijeniji AMADEUS i GALILEO.

Na nacionalnom planu uz razvoj informacijske tehnologije dešavaju se krupne promjene u njenom približavanju svih subjekata na turističkom tržištu. Videoteks usluga koja je najrazvijenija upravo u zemljama što sa stajališta jugoslavenskog turizma predstavljaju najveće emitivne zemlje Evrope (u SR Njemačkoj sustav Bildschirmtext BTX, u Velikoj Britaniji sustav Prestel i u Francuskoj sustav TELETEL i MINITEL koji s 4 milijuna korisnika predstavljaju najveći javni videoteks sustav)⁴, omogućuje potencijalnom korisniku da sjedeći u svom stanu, uz svoje računalo, pretražujući banke podataka, dobiva sve relevantne podatke o turističkoj ponudi. Ti podaci se mogu odnositi i na geografski šire područje i na parcijalnu ponudu pojedinačnog nosioca, oni se mogu odnositi na sve elemente marketinškog miksa. Istodobno, korisnik može obaviti rezervaciju putovanja i smještaja.

Za turističku privredu je dakle od bitnog značaja mogućnost uključivanja u navedene integrirane sustave, te na taj način stvaranje preduvjeta za ravnopravno uključivanje u turističko tržište svijeta.

Kao što je već rečeno, između telekomunikacija i turizma postoji interaktivan odnos. Zbog utjecaja turizma PTT organizacije na jadranskom području imaju bitno drugačiji karakter poslovanja od onih PTT organizacija koje djeluju na području s manje razvijenim ili nerazvijenim turizmom. Taj utjecaj se očituje u:

1. količini ostvarenih telekomunikacijskih usluga
2. vremenskoj raspodjeli ostvarenih usluga.

Količina ostvarenih telekomunikacijskih usluga po stanovniku na jadranskom području SR Hrvatske značajno je veća od prosječno ostvarene količine PTT usluga po stanovniku u SFRJ. Statistički promatrano u 1987. godini količina ostvarenih telefonskih i telegrafskih usluga veća je za 1,9 puta. Količina ostvarenih telefonskih usluga po jedinici kapaciteta, iskazana brojem ostvarenih impulsa po jednom telefonskom priključku, na ovom području u 1987. godini iznosila je 19 040 impulsa i za 55% je veća od prosječno ostvarene količine u SFRJ, gdje je iznosila 12 275 impulsa (tablica 3).

Sezonski karakter turizma na jadranskom području utječe i na poslovanje radnih PTT organizacija ovog područja tako da s aspekta vremenske raspodjele ostvarenih PTT usluga možemo govoriti o dva izrazito različita razdoblja:

- razdoblju turističke sezone, i
- izvansezonskom razdoblju.

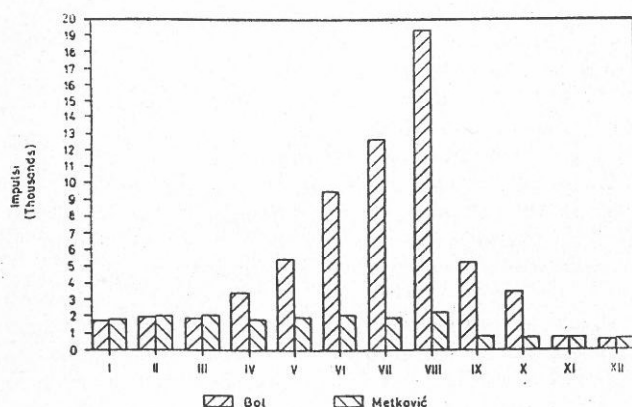
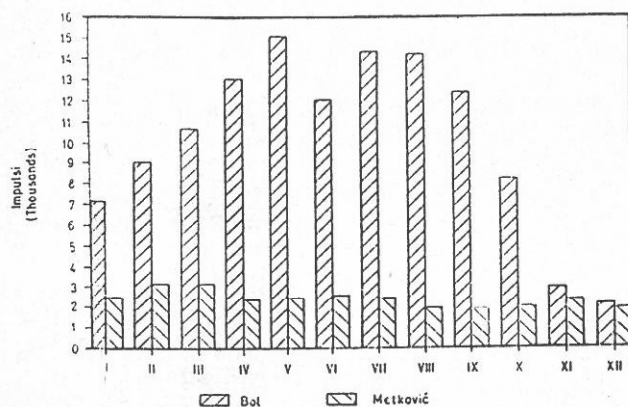
Za potrebe ovog rada izvršena je analiza mjesečne razdiobe u toku 1987. i 1988. godine ostvarenih telekomunikacijskih usluga na području Dalmacije, odnosno na području radnih organizacija Dubrovnik, Split, Šibenik i Zadar. Dobiveni podaci pokazuju da je u četiri turistička mjeseca, dakle u vremenskoj trećini godine, ostvareno ukupno 40,27% telefonskih usluga i 36,87% ukupno ostvarenih telegrafskih usluga.

Tablica 3. Ostvarene PTT usluge u RO s jadranskog područja SRH i u PTT SFRJ u 1987.g.

	Dubrovnik	Pula	Rijeka	Split	Šibenik	Zadar	Ukupno	SFRJ
Ukupno ostvarene pismovne usluge (u 000)	14.852	11.255	48.147	34.835	9.251	7.147	125.487	1,053.448
Pismovne usluge (po stanovniku)	167	89	119	67	60	39	85	45
Ukupno ostvareni telefon. impulsi (u 000)	376.810	482.779	1,549.338	1,249.629	268.192	408.787	4,335.734	37,169.235
Telefonski impulsi (po stanovniku)	4.224	3.832	3.830	2.429	1.747	2.224	2.946	1.582
Ukupno ostvareni teleg. pret. impulsi (u 000)	3.971	3.777	12.040	9.055	1.684	2.117	32.645	318.144
Ostvareni telegrafski impulsi po stanovniku	44.5	30.0	29.8	17.6	11.0	11.5	22.2	13.5
Ukupno primljeni telegrami (u 000)	135.714	121.289	503.853	578.181	100.388	136.248	1,575.673	11.545.459
Primljeni telegrami (po stanovniku)	1.52	0.96	1.25	1.12	0.65	0.74	1.07	0.49

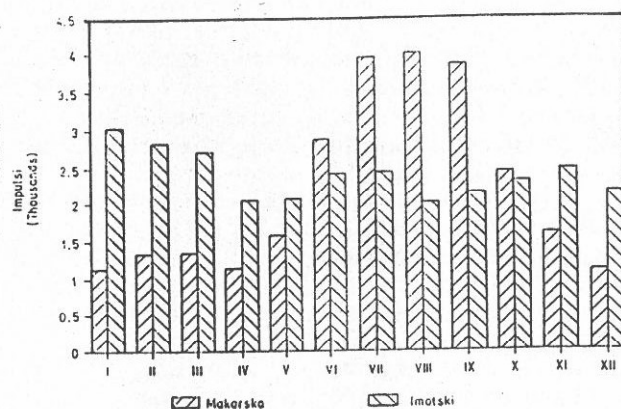
Izvor: Poslovni izvještaj i statistika ZJPTT 1987.g.

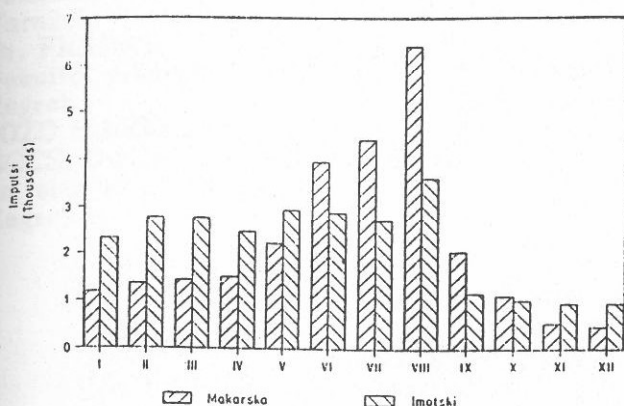
Vidljivo je, dakle, da turizam bitno utječe na količinu ostvarenih telekomunikacijskih usluga i njihovu mjesečnu razdiobu.


Grafikon 1. Ostvareni impulsi po telefonskom priključku u Bolu i Metkoviću u 1987.g.

Grafikon 2. Ostvareni impulsi po telefonskom priključku u Bolu i Metkoviću u 1988.g.

Utjecaj turizma na količinu i vremensku razdiobu telefonskog prometa analiziran je na primjeru telefonskog prometa na makarskom području, kao izrazito turističkom, i imotskom kao neturističkom području, zatim u Bolu na Braču kao turističkom mjestu, te u Metkoviću kao neturističkom mjestu. Analiza je obavljena na temelju telefonskog prometa u 1987. i 1988. godini, pri čemu su kao mjera ostvarenoga telefonskog prometa uzeti ostvareni telefonski impulsi u polaznom prometu.

Dobiveni pokazatelji prikazani u grafikovima 1 i 2. pokazuju da se na turističkom području pa tako i u turističkim mjestima telefonski promet povećava u vrijeme turističke sezone kada je i višestruko veći od prometa na neturističkom području. U neturističkom području količina ostvarenih impulsa po telefonskom priključku ne oscilira u toku godine. (Manji broj ostvarenih impulsa u razdoblju rujna - prosinac 1988. godine rezultat je produžavanja vremena trajanja jednoga telefonskog impulsa.)


Grafikon 3. Ostvareni impulsi po telefonskom priključku na makarskom i imotskom području u 1987.g.



Grafikon 4. Ostvareni impulsi po telefonskom priključku na makarskom i imotskom području u 1988.g.

ZAKLJUČAK

Naposljetku možemo zaključiti da telekomunikacije predstavljaju jednu od bitnih komponenata koja čini, oblikuje i organizira turističku ponudu. Uloga telekomunikacija u razvoju turizma ogleda se i u sve većoj potrebi za povećanim i za sve sofisticiranijim mogućnostima komuniciranja, koje nameće novo "informatičko društvo". Te nove usluge, koje u vrlo kratkom vremenu treba uvesti u telekomunikacijsku mrežu da bi se s kvalitativnog i kvantitativnog aspekta zadovoljile nove potrebe, omogućit će da se jugoslavenska turistička privreda kompetentno i ravnopravno uključi u svjetsko turističko tržište. Neophodnost uvođenja novih usluga još više se potencira u promjenama koje će izazvati integracija dvanaest nacionalnih tržišta, Evropske ekonomske zajednice u jedinstveno tržište u koje će se moći uključiti samo uz uklanjanje svih tehničkih prepreka za nastup na tom tržištu. Za turizam je od naročite važnosti stvaranje tehničkih mogućnosti za uvođenje novih sustava prodaje i distribucije o čemu se u Bijeloj knjizi EZ kaže sljedeće: "Evropski sistem prodaje i distribucije pretrpjet će također duboku tehnološku evoluciju. Videotekst u stanu omogućit će da se proizvodi naručuju neposredno od proizvođača, što će unijeti revoluciju u tradicionalne distribucijske mreže, osiguravajući pritom mnogo veću "transparentnost" tržišta. Ove nove tehnologije, koje će povlačiti za sobom potrebu odgovarajuće zaštite potrošača, mogle bi podstaknuti trgovinsku aktivnost u Zajednici, posebno u sektoru kataloške prodaje".⁵

Turizam s druge strane pozitivno utječe na razvoj telekomunikacija. Taj se utjecaj očituje u većem stupnju izgrađenosti telekomunikacijskih kapaciteta i većoj količini ostvarenih usluga po jedinici kapaciteta. Turističko tržište s obzirom na razvijenost telekomunikacija u emisivnim turističkim zemljama također može predstavljati i tržišni segment u kojemu bi se najprije i najbrže uvodile nove usluge.

Međuzavisnost turizma i telekomunikacija

dakle nužno nameće potrebu za većim stupnjem kooperativnog djelovanja PTT organizacija i organizacija turističke privrede, koja će biti temeljena na utvrđenim zajedničkim ciljevima, usklađenim zajedničkim aktivnostima i sinhroniziranom djelovanju radi postizavanja najboljih rezultata.

SUMMARY

INTERDEPENDENT ASPECT OF TELECOMMUNICATIONS AND TOURIST TRADE DEVELOPMENT

Telecommunications claim a significant position in the process of planning and management of overall supply of tourist services, either as an element of facilities or a segment of overall supply of tourist services. Through their role in the process of data transfer telecommunications services make it possible for tourist trade to join the international market of tourist services in a competent manner and on an equal footing with others. This aspect of telecommunications in conjunction with the requirement for the introduction of new telecommunications services has been promoted by the development of a new "computerized society", integration processes and technological impulses to result in the introduction of a unique common European market. Cooperation-aspected relationship of tourist trade and telecommunications exhibits its reverse beneficial impacts on the advancement of telecommunications.

POZIVNE BILJEŠKE

1. A. DULČIĆ: Suvremeno poimanje i razvojne tendencije u turističkoj ponudi. Privreda Dalmacije, 1989, 3.
2. A. DULČIĆ: Ibid., prema R.W. McIntoch, C.R. Goeldner: Tourism, principles politics, philosophens. New York, 1970.
3. O. BAKIĆ, J. CRNKOVIĆ: Primena savremenih distributivnih sistema u poslovanju na turističkom tržištu. Marketing, 20, 1989, 1.
4. P. JONES: High quality, low choice. Communications International, 16, 1989, 7.
5. Completing the Internal Market White Paper from the Commission to the European Council. Milan, 28-29 June 1985, COM (85) 310 final, Commission of the EC, Brussels, 14 June 1985.

LITERATURA

- [1] O. BAKIĆ, J. CRNKOVIĆ: Primena savremenih distributivnih sistema u poslovanju na turističkom tržištu, Marketing, 20, 1989, 1.
- [2] A. DULČIĆ: Suvremeno poimanje i razvojne tendencije u turističkoj ponudi. Privreda Dalmacije, 1989, 3.
- [3] A. HARDY: The Role of the Telephone in Economic Development. Case Study, No 6. ITU - OECD, Project Telecommunication for Development.
- [4] P. JONES: High quality, low choice. Communications International, 16, 1989, 7.
- [5] P. KOTLER: Upravljanje marketingom. Informator. Zagreb, 1989.
- [6] A. MATEŠIĆ, B. BURMAZ: Telekomunikacije u funk-

ciji razvoja turizma. Referat na SSIJ 89, Zagreb-Poreč, 1989.

- [7] **A. MATEŠIĆ, S. ORLANDINI:** Utjecaj razvoja telekomunikacija na strukturu PTT komuniciranja na tranzitnom području Split. PTT saopćenje, 1988, 4.
- [8] **R. OBRAZ:** Politika proizvoda. Informator, Zagreb, 1975.
- [9] Completing the Internal Market White Paper from the Commission to the European Council. Milan 28-29 June 1985, COM (85) 310 final, Commission of the EC, Bruxelles, 14 June 1985.
- [10] Poslovni izvještaj i statistika ZJPTT, 1987.
- [11] International Telephone Statistics 1987 i 1988. Siemens.