

DAVOR – GEORG LISICIN
Republički komitet za pomorstvo,
saobraćaj i veze, Zagreb
MILAN PAJNIĆ
AMSH, Zagreb

Sigurnost prometa
Pregled
UDK:007:338.48+656.1
Primljeno: 18.06.1989.
Prihvaćeno: 12.12.1989.

ZNAČAJ INFORMACIJSKOG SUSTAVA ZA RAZVOJ MOTO-TURIZMA

SAŽETAK

Autori obrazlažu fenomen razvoja suvremenog moto-turizma, a s tim u vezi i neophodnost dobrih prometno-turističkih informacija. Analiziraju postojeći nivo usluga informiranja s aspekta stranih i domaćih motoriziranih turista, autori daju predloge za poboljšanje informacijskog sustava s aspekta kvalitetnije turističke ponude.

1. UVOD

Značajnim porastom motorizacije, kako u zemljama Zapadne Evrope tako i u našoj zemlji, raste i broj motoriziranih turista – individualaca koji prvenstveno osobnim vozilima dolaze u turističke destinacije širom SFRJ.

No unatoč jasno naznačene turističke orijentacije SRH kao i društvene potrebe povećanja turističkog deviznog priliva, svake godine pa tako i ove, gotovo potpuno nespreni u pogledu funkcioniranja osmišljenog i dobro organiziranog "turističkog informacijskog sustava" dočekujemo turističku sezonu.

Takva neorganiziranost u pogledu prezentiranja tj. dostupnosti neophodnih "prometno-turističkih informacija", namijenjenih prvenstveno stranim motoriziranim turistima, ima za posljedicu višegodišnju neadekvatnu posjetu istih u našim turističkim središtima unatoč neospornih i svjetski priznatih komparativnih prednosti naše zemlje u odnosu na susjedne turistički orijentirane zemlje (Italija, Austrija, Grčka itd.) Sve to ima za posljedicu krajnje nepovoljnu podjelu turističkog kolača uvjetovanu dobrim dijelom našim subjektivnim slabostima i objektivnim propustima.

Želja nam je da ovim radom ukažemo na neopravdano lošu organiziranost u segmentu funkcioniranja informacijskog sustava te značaj i potrebu dovođenja istog u funkciju razvoja moto-turizma.

Stoga ćemo nastavno pokušati ukazati na vrste i značaj specifičnih auditivnih i vizuelnih informacija namijenjenih prvenstveno stranim, ali i domaćim motoriziranim turistima. Također ćemo se kritički osvrnuti na postojeće izrazito nepovoljno stanje i dati prijedloge i sugestije u pogledu uspostavljanja jedinstvenog informacijskog sustava namijenjenog specifičnoj, za našu zemlju dominantnoj skupini, motoriziranih turista.

2. VRSTE PROMETNO-TURISTIČKIH INFORMACIJA

Kada govorimo o neophodnosti odgovarajućeg informiranja motoriziranih turista potrebno je definirati vrste i način distribuiranja odnosno percipiranja prometno-turističkih informacija značajnih za ovu specifičnu dominantnu kategoriju turista.

Prema sadržaju, prometno-turističke informacije možemo podijeliti na informacije statičkog i dinamičkog karaktera,

ra, a prema načinu njihove prezentacije na auditivne i vizuelne informacije.

2.1. Informacije statičkog karaktera

Pod informacijama statičkog karaktera podrazumijevamo prometno-turističke informacije o našoj zemlji odnosno turističkim destinacijama koje su motoriziranim turistima dostupne prvenstveno putem odgovarajućih publikacija bilo u njihovim domicilima bilo tokom putovanja do turističkih odredišta u našoj zemlji.

Ovaj vid prvenstveno vizuelnih informacija postaje dostupan motoriziranim turistima putem cijelog spektra specifičnih publikacija kao na primjer:

- Auto karte* koje mogu biti opće i specifične (detaljnije obuhvaćaju pojedina turistička područja).
- Itinereri* koji obuhvaćaju pojedine cestovne pravce ili njihove dionice s obiljem prometno-servisnih odnosno turističkih informacija nepodesnih za prezentiranje putem auto-karata.
- Prometno-turistički vodiči* koji detaljnije obrađuju prometno-turističku ponudu pojedinih užih regija odnosno područja.
- Brošure i leci* koji detaljnije obrađuju pojedine šire turističke destinacije i urbane sredine (ali uže od onih pod c).
- Brošure i leci* koji obrađuju opće informacije o uvjetima putovanja, karakterističnim prometnim i carinskim propisima, uvjetima pružanja pomoći na cestama i drugih oblika pomoći odnosno usluga motoriziranim turistima (zdravstvena zaštita, osiguranje, postupci u slučaju prometne nesreće i sl.), adresama i brojevima telefona službi koje pružaju zaštitu i pomoć motoriziranim turistima (stanice milicije, diplomatsko-konzularna predstavništva, automoto savezi i njihovi informativni centri i sl.).

2.2. Informacije dinamičkog karaktera

U odnosu na način percipiranja to su prvenstveno audio-loške informacije koje su motoriziranim turistima dostupne putem radio difuzije tj. radio i TV prijemnika.

U pogledu sadržaja ovih specifičnih u nas veoma deficitarnih audio-loških informacija razlikujemo slijedeće vrste:

- informacije o trenutnom stanju na cestama što podrazumijeva stanje kolnika, intenzitet prometa, prisutnost eventualnih zastoja u odvijanju prometa, prijedlozi i savjeti u pogledu korištenja eventualnih varijantnih pravaca,
- informacije o stanju i poremećajima trajektnog prometa,
- informacije o vremenima čekanja na ukrcaj u pojedinim trajektnim pristaništima te prijedlozi i savjeti o eventualnim alternativnim mogućnostima nastavka putovanja (korištenje mostova, drugih trajektnih pristaništa i sl.),
- informacije o snabdjevenosti naftnim derivatima na pojedinim benzinskim crpkama,

- e) informacije o vremenskom trajanju čekanja na pojedinim graničnim prijelazima sa eventualnim savjetima o korištenju manje opterećenih prijelaza, i
- f) informacije o snabdjevenosti pogonskim gorivom benzinskih crpki na samim crpkama odgovarajućom vertikalnom prometnom signalizacijom.

Radi se, očito, o cijelom nizu informacija koje interesiraju motorizirane turiste a bitne su za kvalitetu opće turističke ponude naše zemlje.

3. POSTOJEĆI NIVO USLUGE INFORMIRANJA U CESTOVNOM PROMETU S ASPEKTA STRANIH I DOMAĆIH MOTORIZIRANIH TURISTA

Informiranje stranih i domaćih motoriziranih turista obavljaju AMSJ, AMS republika i pokrajina, turistički savezi i turistička društva, pojedine izdavačke radne organizacije, organizacije koje se bave proizvodnjom i distribucijom pogonskog goriva, i drugi subjekti. Postoji, dakle, vrlo širok krug organa i organizacija koji se bave ovom djelatnošću ali je suradnja među njima vrlo slaba, osobito u području vizualnih informacija. Danas smo svjedoci velikog šarenila vizualnih informacija uvjetovanih izostankom jedinstvenog pristupa rješenju ovog problema koji bi ujedno garantirao kako bolju dostupnost tako i veću kvalitetu istih.

Na našem i stranom tržištu pojavljuje se tako mnoštvo različitog materijala (auto-karta, vodiča, letaka, brošura...) različitog kvalitetnog nivoa. Jednom riječju, nedostaje sustavnost i sistematičnost te funkcionalna organiziranost koja bi urodila kvalitetnim i prepoznatljivim izdanjima.

U domeni auditivnog informiranja moraju se odvojeno promatrati domaći i strani turisti. Domaćim turistima, putem informativnog centra AMSJ te informativnih centara AMS republika i pokrajina pruža se kvalitetna informacija o stanju na cestama i dijelu ostalih informacija koje mogu zanimati vozače. I na ovom području, međutim, nisu ni izdaleka iscrpljene sve mogućnosti kvalitetnijeg informiranja. Glavni je tome razlog nepostojanje zasebnog radio kanala za emitiranje informacija o stanju na cestama ali i nedovoljna zastupljenost informacija o stanju na cestama unutar postojećih shema pojedinih radio stanica. Postoji i velika razlika obzirom na pojedine republike pa i uže, obzirom na pojedine lokalne radio stanice.

Međutim, u sferi auditivnog informiranja stranih turista situacija je mnogo lošija.

Jugoslavija, kao receptivna turistička zemlja morala bi posvetiti daleko više pažnje ovom vidu informiranosti stranih motoriziranih turista. Postoje pokušaji da se u okvirima emisija za strane turiste prezentiraju interventne informacije, ali radi se uglavnom o pozivima članova pojedinih inozemnih klubova u slučaju hitne potrebe njihova pronalaženja u našoj zemlji.

Stranim turistima u našoj zemlji nisu dostupne informacije o stanju na cestama koje svakodnevno objavljuju jugoslavenske radio stanice. Na taj način nisu informirani o poremećajima u cestovnom prometu, intenzitetu prometa na pojedinim cestama, stanju u trajektnom prometu i čekanjima na ukrcaj u trajektnim lukama te eventualnim obilaznim pravcima. Jedini pokušaj redovitog pružanja ove vrste informacija stranim turistima bilježimo od strane radio Ljubljane.

4. PRIJEDLOZI ZA POBOLJŠANJE INFORMACIJSKOG SUSTAVA S ASPEKTA KVALITETNIJE TURISTIČKE PONUDE

U cilju podizanja razine kvalitete turističke ponude u globu, odnosno dogradnje postojećeg informacijskog sustava u cestovnom prometu u nastavku predlažemo slijedeća poboljšanja

vizuelnih i auditivnih informacija namijenjenih motoriziranim turistima – individualcima.

4.1. Oblast vizuelnih informacija:

A. Izrada kvalitetnih auto-karata koje obuhvaćaju cijelu SFRJ pojedine njene veće dijelove.

Na našem tržištu postoji velik broj auto-karata koje obuhvaćaju cijelu SFRJ ili pojedine njene veće dijelove. Te se karte kvalitetom i kvantitetom podataka dosta razlikuju ali uglavnom zadovoljavaju potrebe. Logičan nastavak informiranja putem auto-karata su, međutim, itinereri pojedinih, s turističko-prometnog aspekta, važnih saobraćajnica. Stoga je potrebno izraditi auto-karte koje vizuelno upućuju vozača-motoriziranog turista na itinerere koji pružaju daleko širi dijapazon korisnih informacija no što je tehnički moguće izvesti u okviru auto-karata.

B. Izrada itinerera za pojedine značajnije cestovne pravce s obilježjima podataka korisnih za vozače turista.

Itinereri, kao logičan slijed (podsystem) auto-karata, obrađuju pojedine interesantne cestovne pravce ili njihove dijelove. Grafički i s aspekta dizajna riješeni su tako da su pogodni za korištenje čak u vrijeme vožnje (suvozač).

Itinereri su osobito korisni zbog obilja tzv. servisnih informacija koje su nepodesne za prezentaciju putem auto-karata bitne su za sigurnu i ugodnu vožnju. To su informacije o auto-sevisima, vulkanizerima, punionicama plina, benzinskim stanicama na kojima se prodaje bezolovni benzin i slično.

Itinereri su koncipirani tako da korisnik može kupiti itinerer samo pojedine dionice neke ceste, itinerer cijelog cestovnog pravca ili određenog, za njega interesantnog područja. Dakako, moguće je izvesti i varijantu prezentacije svih itinerera (značajnijih) u SFRJ ili određenom širem području u okviru jedne brošure.

C. Izrada turističkih vodiča pojedinih užih geografskih područja sklopu kojih se posebna pažnja posvećuje informacijama korisnim za vozače – turiste.

Na našem i inozemnom tržištu egzistira velik broj različitih turističkih vodiča domaćih izdavača. Svima im je, nažalost, jedna od glavnih karakteristika da pored svoje osnovne namjene, prezentacije pojedinih turističkih područja, pružaju vrlo malo informacija korisnih vlasnicima motornih vozila (koji su i najbrojniji korisnici tih vodiča). Stoga autori predlažu da i u turističkim vodičima na mjesto zauzmu informacije zanimljive vozačima. Velik broj vodiča prezentira pojedina atraktivna područja i kvalitete ali ne pružaju najpovoljniji cestovni pravac do tog područja ili lokaliteta kao što je interesantne sadržaje uz prometnice. Ovdje se, dakako, misli na nova atraktivna područja i lokalitete koji nisu obuhvaćeni itinererima. Za pojedine lokalitete bilo bi interesantno navesti itinerer koji traje vožnja do njih od pojedine važnije prometnice, u kakvom stanju cesta, navesti eventualne opasnosti, veća parkirališta i mogućnost eventualnih kraćih izleta pješačenjem i sl.

Prilikom izrade prethodno navedenih auto-karata, itinerera i vodiča mora se voditi računa da isti čine funkcionalnu vizuelnu cjelinu što znači da moraju imati svoju prepoznatljivost.

D. Uvođenje sistema informiranja vozača cestovnih motornih vozila stacioniranih u pojedinim turističkim destinacijama specifično prometno-turističkim i servisnim informacijama koje mogu interesirati turiste – vlasnike motornih vozila putem letaka.

Informacije su vozačima potrebne i u trenutku kada su stigli na određenu destinaciju (kamp, hotel, motel) gdje žele provesti dio odmora.

Radi se o informacijama o auto-mehaničarskim, auto-električarskim i vulkanizerskim radionicama i servisima na određenom užem lokalitetu (lokacije i radna vremena), lokacijama servisnih stanica i njihovim radnim vremenima, najbližim stacionarima Službe "Pomoć-informacije".

Ovu vrstu informacija moguće je motoriziranim turistima pružiti putem informativnih panoa u pojedinim većim turističkim objektima ili naseljima ili štampanjem prigodnih letaka i brošura.

Sredstva za ovaj vid informiranja također bi se mogla akumulirati u suradnji sa privatnim i društvenim sektorom kroz ekonomsku propagandu.

4.2. Oblast audioloških informacija

A. Uvođenje posebnog radio kanala namijenjenog prvenstveno emitiranju turističko-prometnih informacija za vrijeme trajanja turističke sezone (15.05.–15.09.)

Sasvim je sigurno da je najefikasniji način informiranja vozača o stanju na cestama, uvođenje posebnog radio-kanala. U nekim zapadnoevropskim zemljama kao npr. u SR Njemačkoj, takav je sistem usavršen gotovo do perfekcije (poznati sistem ARI).

Uvođenje takova načina informiranja vozača iziskuje znatna financijska sredstva ali te činjenice ne bi smjele biti preprekom da se počne ozbiljnije razmišljati o uvođenju takova sistema. Kao prvi korak valjalo bi izraditi COST-EFFECTIV analizu iz koje bi se vidjelo kolike su društvene štete (koristi), koje rezultiraju kao posljedica (ne) informiranih vozača u prometu. U tu bi analizu, dakako, valjalo uključiti i efekte koji se odnose na cijelu privredu (a ne samo turističku). Rezultati analize bili bi dobra podloga za daljnje akcije.

B. Uvođenje posebnih termina u programima značajnih radio-stanica za emitiranje prometno-turističkih informacija za motorizirane strane državljane koji borave ili su na proputovanju kroz našu zemlju (najmanje 4 puta dnevno). S ovim terminima i frekvencijama emitiranja moraju biti upoznati strani državljani prije ulaza u našu zemlju.

Kao prelaznu mjeru prije uvođenja posebnog radio kanala za individualne sudionike u prometu (strane državljane) valja se založiti za veću zastupljenost one vrste informacija na radio stanicama (u turističkoj sezoni). Za ovu vrstu informacija bile bi zainteresirane i veće turističke radne organizacije koje bi se mogle pojaviti u ulozi sufinancijera putem emitiranja ekonomsko-propagandnih poruka.

C. Davanje informacija o opskrbljenosti pogonskim gorivom motornih vozila i lokacijama (km udaljenostima) pojedinih benzinskih stanica na značajnim cestovno-turističkim pravcima.

Sistem informiranja o opskrbljenosti pogonskim gorivom neposredno na benzinskim stanicama je u nas neadekvatan. Mali je broj benzinskih crpki ispred kojih je oznakama naznačeno koliko je km udaljena slijedeća benzinska stanica. Situacija je tim gora ako se ima u vidu da je i broj benzinskih stanica na našim magistralnim cestama još uvijek nedovoljan obzirom na po-

tražnju, osobito u ljetnim mjesecima kada je intenzitet prometa znatno povećan.

Stvaranje prometnih gužvi uz benzinske stanice doprinosi i neadekvatno informiranje vozača da li na pojedinoj stanici ima ili nema pojedine vrste goriva. Taj problem mogao bi se vrlo jednostavno riješiti izradom informativnih prenosnih panoa koje bi radnici na stanici postavljali 100–200 m ispred stanice a koji bi vozače upozoravali da pojedine vrste goriva na toj stanici nema.

5. ZAKLJUČAK

Respektirajući činjenicu da u posljednjih 25 godina udio cestovnog prometa, naročito individualnog, bilježi tendenciju izrazitog rasta, neosporno je da adekvatno raste i značaj specifičnih prometno-turističkih informacija namijenjenih motoriziranim turistima.

Polazeći od činjenice da evidentno prisutna nedostatnost odnosno nedostupnost specifičnih prometno-turističkih informacija posljednjih godina postaje značajna prepreka za masovniju orijentaciju motoriziranih stranih turista na jugoslavenske turističke destinacije, ovim radom želi se istaknuti značaj potrebe koncipiranja predloženog kompleksnog informacijskog sustava kao nedjeljivog segmenta turističke ponude.

SUMMARY

SIGNIFICANCE OF INFORMATION SYSTEM FOR DEVELOPMENT OF MOTORIZED TRAVEL

The authors discuss the aspect of development of modern motorized travel and accent the indispensable prerequisite of having good traffic/travel information. The papers reviews the existing level of information services from the aspect of foreign and national motorized travel volumes in conjunction systems from the aspect of advanced tourist services supply.

motoriziranim

ajaju cijelu SFPU

-karata koje ob
elove. Te se kar
kuju ali uglav
miranja putem
ističko-promet
io izraditi auto
turista na itin
rmacija no što je

ne pravce s obilje

tem) auto-kar
ce ili njihove d
o da su pogodn

tzv. servisnih in
item auto-kar
rmacije o auto
zinskim stanicam

k može kupiti it
r cijelog cestov
područja. Dakak
itinerera (značaj
zviru jedne broš

grafskih područj
informacijama k

ira velik broj raz
nažalost, jedna
namjene, preze
lo malo inform
najbrojniji kor
škim vodičima v
ra. Velik broj vo
valitete ali ne
ili lokaliteta ka
se, dakako, misl
obuhvaćeni itin
ntno navesti ko
ietnice, u kakvo
ća parkirališta i
n i sl.

auto-karata, itin
čine funkcional
ju prepoznatljiv

tr. 4-5, 1989, 501 - 503