

**Dr. Ivo Ban**

Docent na Fakultetu za turizam i vanjsku trgovinu - Dubrovnik

## **ŽELJEZNICA I TURIZAM**

UDK/UDC 656.2:338.48

Pregledni rad

Primljeno/Received: 28. rujna 1996.

### **Sažetak**

*U radu se obrađuje značenje željeznice u turizmu. Razmatra se način prijevoza turista, uloga željeznice u tom prijevozu, novi odnosi u okruženju, neophodne promjene u željezničkom prometu i moguće posljedice. Posebno se ukazuje na izazove koji stoje pred željeznicom te potrebu njihovog savladavanja da bi se potaknula potražnja i izborilo značajnije mjesto na prijevoznom tržištu.*

**Ključne riječi:** željeznica, prijevoz, turizam

### **UVOD**

Danas se općenito, a naročito u napućenoj i turistički razvijenoj zapadnoj Europi, dosta govori o željeznici i njezinoj ulozi u putničkom prometu, a poglavito prijevozu turista.

Dosad se željeznica nije mogla uspješno nositi s cestovnim i zračnim prometom, pa je zato udjel željezničkog prijevoza u turizmu skoro simboličan. Dinamičan razvoj turizma, međutim, pratio je razvoj cestovnog i zračnog prometa, ali je istovremeno razvoj tih prometnih grana omogućio dostignuti obujam nacionalnog i međunarodnog turizma. Željeznica je u tom i takvom tijeku vremena zaostajala.

U uvjetima neprestano rastućeg turizma, već nepodnošljivog zasićenja cestovnog a i zračnog prometa, te narasle svijesti i veće brige o zaštiti prirode i zdravijem životu, rješenja se pokušavaju naći u neiskorištenoj a s ekološkog i prometnog motrišta sasvim prihvatljivoj željeznici.

U prošlom je desetljeću željeznica u Europi doživjela primjetna poboljšanja, ali su obvezatne daljnje promjene kako bi postala opet, sada u posve drugim prometnim i inim prilikama, zanimljiva za putnike i turiste.

Veliki je to izazov za željeznicu. Uspjeh ovisi izravno o njoj - o spremnosti i sposobnosti prilagodbe tržišnim zahtjevima, ali i potpori okruženja.

## 1. PRIJEVOZ TURISTA

Turizam, što znači kretanje ljudi na raznovrsne načine, svih uzrasta, različitih mogućnosti i prohtjeva, donosi radosti i brige svima i svugdje u svijetu.

Razvijene i bogate zemlje, inače glavni sudionici u turizmu, u emitivnom i receptivnom smislu, izložene su masovnim dolascima turista koji uglavnom borave u kraćim razdobljima i to na površini manjem dijelu dotične zemlje - po pravilu najviše ljeti na morskim obalama a zimi u sniježnim planinama.<sup>1</sup>

Iste brige muče i zemlje u razvoju iako ih još nisu "zapljusnuli" najveći turistički valovi, budući je njihova infrastruktura, turistički kapaciteti i oprema nedostatna za prihvaćanje vašeg turističkog prometa.<sup>2</sup>

Bit problema, sa stajališta prometa, je u tome što: 1. većina turista putuje istovremeno, tj. u vrijeme njihovog godišnjeg odmora, 2. putuje istim pravcima, 3. želi uživati, odmarati se - rekreirati u istim odredištima, daleko od mjesta stanovanja, 4. najviše koristi samo jedan način prijevoza (cestovni - osobni automobil), odnosno dva (cestovni i zračni - osobni automobil te charter i redovite zrakoplovne linije).<sup>3 4</sup>

- 1 Opsežna analiza prostorne i vremenske koncentracije turizma u pojedinim zemljama i regijama Europe i svijeta dana je u Pearce, D. (1995.), *Tourism Today: A Geographical Analysis*, 2nd ed., Longman Scientific and Technical, Harlow, 97.-135.; Pearce, D. (1994.), *Tourist Development*, 2nd ed., Longman, Harlow, 123.-24.
- 2 Cf. Bramwell, B. and Lane, B. (1993.), *Sustainable tourism: an evolving global approach*, *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6.-16.
- 3 U zapadnoj se Europi oko 80% putovanja na odmor (u domicilnoj zemlji i inozemstvo) obavlja automobilom, a oko 10% zrakoplovom (cf. Smith, V.L. and Eadington, W.R. (eds.) (1994.), *Tourism Alternatives*, John Wiley and Sons, Chichester (etc.), 183.) Udjel je pojedinih prometala u prijevozu turista do odredišta različit od zemlje do zemlje, kao i na pojedinim turističkim pravcima u istoj zemlji, ali je zastupljenost automobila izrazita. U međunarodnom turizmu udjel je zračnog prijevoza znatno veći uz također velike razlike između pojedinih zemalja i područja; početkom 90-ih na razini svijeta zračni promet sudjeluje u dolascima inozemnih turista s oko 36% (izračunano na temelju podataka iz *Yearbook of Tourism Statistics* (1995.), vol. I, 47 ed., WTO, Madrid, 4.,10.,20.-25.,42.-46.,64.-70.,88.-93.,112.-122.)
- 4 Zanimljiv je također podatak da se u Europi (zapadnoj) gotovo 40% vremena odmora izvan kuće potroši na putovanje, u čemu daleko prednjači automobil (cf. Page, S. (1994.), *Transport for Tourism*, Routledge, London,

To je i razlog što su u prijevozu turista najopterećenije ceste do turističkih odredišta i u turističkim destinacijama, te zrakoplovni koridori i zračne luke.<sup>5</sup>

Opterećenost i zakrčenost infrastrukture te infrastrukturnih objekata i opreme tih dvaju prometnih grana bila bi daleko manja da je kojim slučajem prijevoza, tj. na željeznički, pomorski prijevoz kao i prijevoz po unutarnjim plovnim putovima - rijekama i jezerima.

Naime, udjel je željezničkog, a osobito pomorskog i riječnog, prijevoza turista do turističkih odredišta simboličan,<sup>6</sup> gotovo beznačajan ako se gleda s razine pojedinih većih područja, iako i u tome postoje velike razlike od zemlje do zemlje i različitih relacija.<sup>7</sup>

Možda bi se mali udjel pomorskog i riječnog prijevoza u turizmu mogao pravdati sporošću i nepristupačnošću takvog načina prijevoza. Jer bilo bi zaista neracionalno za prosječnog turistu putovati, primjerice, iz Europe u Ameriku ili sjeverne Europe na Sredozemlje brodom danima da bi se došlo do cilja - turističkog odredišta, kada se to može obaviti zrakoplovom za samo nekoliko sati ili automobilom u tijeku jednog dana.<sup>8</sup>

---

165.)

5 Cf. Shearman, P. (1994.), *Air Transport*, Pitman Publishing, London, 150.-66.; *Tourism Alternatives*, o.c., 183.

6 Udjel je riječnog prijevoza do turističkih odredišta zanemariv, pa se i ne iskazuje u službenim svjetskim statistikama. U vodećim turističkim zemljama Španjolskoj i Italiji udjel broda u dolascima inozemnih turista iznosio je 1993. 4,3% i 3,3%, a željeznice 5,0% i 7,7% (prema *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries 1992-1993, Special Feature "Tourism and Employment (1995.)*, OECD, Paris, 104.)

7 Na odabir načina prijevoza utječe razlog putovanja, udaljenost odredišta, organizacija putovanja, vrsta smještaja te još niz obilježja i okolnosti. Primjerice, u turistički razvijene zemlje Švicarsku i Austriju turisti iz susjednih zemalja u dolasku natprosječno koriste vlak (12%, 13% 15%, 22%, ili čak 31%) na štetu cestovnog prijevoza (cf. TOMAS'87. (1988.), *Institut za turizam Zagreb, Zagreb, 54.*) Slično je i s turističkim prijevozom (polovicom 80-ih) između Londona i većih gradova u Engleskoj; udjel je vlaka veliki: London-Manchester 40%, London-Leeds 43%, London-Norwich 18% (cf. Banister, D. and Button, K. (eds.) (1991.), *Transport in a Free Market Economy*, Macmillan, London, 56.-7)

8 U međunarodnoj statistici (OECD) za 1972. godinu ne iskazuje se više javni pomorski prijevoz preko sjevernog Atlantika (Europa-Sjeverna Amerika), što upućuje na zaključak da je te godine obustavljen javni prijevoz putnika morem. U 1971. evidentirano je na sjeveroatlantskom pomorskom pravcu tek 218 500 putnika (prema *Tourisme International et Politique du Tourisme, Dans les pays de l'OCDE 1972 (1972.)*, OCDE, Paris, 55.; *Tourisme International et Politique du Tourisme, Dans les pays de l'OCDE*, Paris, 55.) Samo na relaciji London-New York 1992. godine prevezeno je zrakoplovom (javni prijevoz) 1,14 mln. putnika, a New York-London 1,13 mln. ili ukupno 2,27 mln. Iste godine između Londona i

Postavlja se, međutim, logično pitanje zaista malog udjela željeznice u prijevoza turista, iako je željeznički prijevoz imao pionirsku ulogu u razvoju turizma u Europi i Sjevernoj Americi.

Naime, dobro je poznato da je upravo željeznica polovicom XIX. stoljeća označila početak masovnog (za tadašnje pojmove) turizma u Engleskoj, te da je zahvaljujući tom tada (druga polovica XIX. st.) najmoćnijem i najatraktivnijem prometalu omogućen istovremeni prijevoz većeg broja, ali ipak odabраниh, turista u Engleskoj, na Kontinentu (Europu), Azurnoj obali, Floridi.<sup>9</sup>

Turizam je tada bio rezerviran uglavnom za obrazovane i imućne,<sup>10</sup> a u drugoj polovici XX. stoljeća, zahvaljujući općem napretku, bilo je omogućeno znatno većem dijelu pučanstva, ali ipak pretežito iz Europe i Sjeverne Amerike, uključivanje u turističke tijekove. To je ujedno značilo i postupno napuštanje već staromodnog načina prijevoza, koji unatoč protijeku vremena, nije doživljavao značajnije promjene niti osobita poboljšanja.<sup>11</sup>

Turisti se sve više orijentirao na dva oblika prijevoza - cestovni i zračni, koji od 50-ih doživljavaju izrazit preporod u tehničkom, tehnološkom, organizacijskom, ekonomskom te pravnom smislu, a istovremeno u sve većoj mjeri zadovoljavaju temeljna prometna načela: sigurnost, pouzdanost, udobnost, brzinu, fleksibilnost, ekonomičnost.<sup>12</sup>

---

Los Angelesa prevezeno je 0,50 mln. putnika, a obratno Los Angelesa-London 0,52 mln. - ukupno 1,12 mln. (prema Civil Aviation Statistics of the World 1993 (September 1994), ICAO Statistical Yearbook, Doc. 9180/19, ICAO, Montreal, 22)

9 Cf. Holloway, C. (1995.), *The Business of Tourism*, 4th ed., Longman Group Limited, Harlow, 20.-2.

10 Prihodi su inače jedan od bitnih čimbenika koji utječa na putovanje - turizam. Analiza potražnje na turističkom tržištu pokazuje da je sklonije turizmu pučanstvo u zemljama s većom razinom BDP-a per capita, odnosno skupine s većim prihodima (cf. Pearce, D. *Tourism Today ...*, o.c., 23.-5.

11 Željeznica je bila u vlasništvu države i nije svoje aktivnosti usmjeravala prema pravilima tržišta. Brzina se u prethodnih stotinu godina nije značajnije povećavala, a kvalitet usluga je stagnirao ili, štoviše, opadao (cf. *Tourism Alternative*, o.c., 187.)

12 Tome je osobito pridonijela mogućnost kupnje vlastitog automobila koji se onda koriste i za turistička putovanja, te sniženje cijena zračnog prijevoza zbog povećanja kapaciteta zrakoplova, razvoja charter aranžmana i brojnih drugih poboljšica koje su u konkurentskoj utakmici na tržištu uvodile zrakoplovne tvrtke (cf. Holloway, C., *The Business ...*, o.c., 113.-14.; Sherman, P., *Air Transport*, o.c., 41.)

## 2. ULOGA ŽELJEZNICE

Željeznica je danas važna institucija u svakoj zemlji. Njezina je javna uloga u prijevozu robe i putnika respektabilan oslonac za svaki prometni sustav, koji ne bi mogao funkcionirati na zadovoljavajući način bez podsustava željezničkog prometa, a on je opet sam za sebe složeni sustav.

Iza željeznice je već 171 godina prometovanja, dugog razdoblja uspona i pada.<sup>13</sup> Željeznica je, doista, kao prometalo usavršavana u tom svom dugom životnom vijeku, ali se ipak nije mogla nositi s načinima prijevoza, koji su se brže razvijali, kao što su automobilski, autobusni i zrakoplovni prijevoz.<sup>14</sup> Te su se prometne grane učinkovitije prilagođavale prometnoj potražnji, istovremeno su je i poticale, a time su potiskivale željeznicu, tako da se njezina nekadašnja dominantna uloga u kopnenom prijevozu danas izrazito smanjena. Generalno gledajući udjel joj je tek nekoliko postotaka, ali postoje velike razlike po pojedinim područjima i zemljama.

Primjerice, u SAD manje od jedan posto međugradskog putničkog prometa obavlja željeznica,<sup>15</sup> u zapadnoj Europi željeznica sudjeluje u prijevozu turista s manje od 5%, a u istočnoj Europi, zbog malih prihoda pučanstva i niskog stupnja motorizacije, željeznica je zastupljeniji način prijevoza putnika.<sup>16</sup>

Moglo bi se, dakle zaključiti kako je Europa, najturističkiji kontinent, ipak bar donekle ostala vjerna željeznici. Njezina je uloga u prijevozu turista danas doista skromna, ali zapaženija nego na drugim kontinentima, što je posljedica: 1. razine razvoja željeznice, 2. razvijenosti turizma, 3. protekcionizma i financijske potpore putničkog željezničkog prometa od strane vlada europskih zemalja, 4. konkurencije nacionalnih željeznica i drugih grana prometa, 5. unaprijeđenja željezničkog prijevoza, 6. visoke razine ekološke svijesti.<sup>17</sup>

U posljednja četiri desetljeća željeznica je gubila turističku klijentelu zato što je u odnosu na cestovni i zračni prijevoz sve manje bila privlačna.

13 Prva javna željeznica, koju je vukla lokomotiva, kompletirana je između Stoctona i Darlingtona u Engleskoj 1825., a svečano otvaranje bilo je 27. rujna iste godine (prema "Railway - Historical Development", Encyclopedia Britannica (1963.), vol. 18, London (etc.), 928)

14 Između 1970. i 1985. u Europi je zabilježen prosječni godišnji rast zračnog putničkog prometa od 6%, cestovnog 3,2%, a željezničkog samo 1,6% (cf. Tourism Alternatives, o.c., 190.)

15 Lundberg, d.c., Krishnamoorthy, M. and Stavenga, M.H. (1995.), Tourism Economics, John Wiley and Sons, Inc., New York (etc.), 128.

16 Smith, V.L. and Eadington, W.R., Tourism Alternatives, o.c., 181.

17 Cf. Page, S. (1994.), Transport for Tourism, o.c., 52-67.; Cooper, C. et al. (1996.), Tourism: Principles and Practice, Longman Group Limited, Harlow, 177.

Općenito gledajući njezina je uloga veća u domaćem nego u međunarodnom turizmu.<sup>18</sup>

Detaljna raščlamba razloga koji su pridonijeli smanjenju udjela željeznice u prijevozu turista pokazuje kako je ta činjenica logična posljedica: 1. intenzivnog razvoja turizma, 2. ogromnog napretka u cestovnom prometu, 3. velikog pomaka u razvoju zračnog prometa, 4. promijenjenih odnosa (na štetu željeznice) organizatora putovanja (turoperatora) prema željeznici, 5. objektivnih mogućnosti željeznice u "držanju koraka" sa svojim konkurentima, 6. nedostatka opće svijesti o granicama razvojnih mogućnosti.<sup>19</sup>

Za razliku od intenzivne izgradnje cestovnih prometnica te objekata i instalacija zračnog prometa, koje su povezale turistička izvorišta s turističkim odredištima, željeznicom se nije moglo, a ne može ni danas, do svih važnijih turističkih mjesta. Izgradnja željezničkih pruga, koje bi bile naglašenije u funkciji turizma, nije bila osobito učestala. Štoviše, bila je izrazito usporena ili čak potpuno obustavljena. Tek se posljednjih desetak godina na tom polju zapažaju promjene; planiraju se i grade nove pruge, a na željeznicu se gleda kao na prometalo koje bi moglo ublažiti kumulirane i multiplicirane prometne i ekološke probleme.<sup>20</sup>

Takvom zahtjevu željeznica nije mogla udovoljiti, jer je brzina vlakova 60-tih i 70-tih bila samo nešto veća nego stotinu godina ranije. Kasnija poboljšanja nisu mogla povratiti "pobjegle" turiste.

Nezainteresiranost turista za željeznicu je i osobni stav prema toj vrsti prijevoza. Naime, prosječni životni vijek automobila je oko 10 godina, zrakoplova po prilici nešto više od 15, broda - trajekta negdje od 25 do 30, vlaka skoro 50 godina. Zato mnogi potencijalni putnici doživljavaju vlak kao prometalo koje nije baš njima primjereno, nije njihova generacija; pripada nekom ranijem vremenu i ljudima.

Turisti su osjetljiviji i zahtjevniji nego u svagdašnjem, običnom životu, pa traže visoku razinu usluga u svim fazama putovanja. To se naročito odnosi na postupak s prtljagom i zahtjev da im se ona prevozi "od vrata do vrata".

Željeznica ni tom zahtjevu ne može odgovoriti, ali izvrsno opremljeni željeznički terminali i dobar sustav javnog gradskog prijevoza mogu bitno, zbog toga razloga, smanjiti otpor prema toj vrsti prometa i posljedice

18 Cf. supra, bilj. 16., pp. 185.-86.

19 Prometna zakrčenost na cestama, i u zraku i u zračnim lukama utječe na to da postoje sam sebi suprotnost, ali su promjene u rješavanju tih problema spore i nedosljedne.

20 Cf. Holloway, C., *The Business of Tourism*, o.c., 104.-10. Brzina je bitan činitelj općenito u putovanjima, a što naročito dolazi do izražaja u prijevozu turista, budući da turisti žele prevaliti veću kilometražu i za putovanje potrošiti što je moguće manje vremena.

učiniti podnošljivijima za putnike. No, sve to ipak ne privlači u većoj mjeri turiste na željeznicu. Razlog je također što brojna, a pogotovo ona novijeg datuma, turistička područja još nisu povezana željeznicom.

Izdaci za prijevoz utječu isto tako na odluku o korištenju pojedine vrste prometa. Cijene su željezničkog prijevoza različite od zemlje do zemlje, ali je u pravilu domaći vlak najjeftiniji način prijevoza, ako se izuzme bicikl i pješačenje. Niska je cijena i razlog što se vlak koristi u domaćem turizmu. Međutim, ako se putuje preko nacionalnih granica, onda je željeznica manje konkurentna, što upućuje na zaključak da je i to razlog manjeg korištenja vlaka u međunarodnom turizmu.<sup>21</sup>

U svijetu je sve više automobila. Znan je broj zemalja, i to baš onih turističkih, u kojima na tisuću stanovnika dolazi skoro 500 ili više automobila, što znači da je stupanj motorizacije oko ili čak veći od 50%.<sup>22</sup> Ako se već posjeduje automobil onda se teško, a nije niti racionalno, odreći njegovih usluga u turističke svrhe.

Putuje li više članova kućanstva cijena je prijevoza izuzetno konkurentna, a da se i ne govori o neovisnosti, fleksibilnosti i komociji takve vrste prijevoza. Zato nije ni čudo što veliki broj turista koristi ono što posjeduje, u što je već uložio novac i do čega je relativno lako došao.<sup>23</sup> Većina motoriziranih turista, zbog tih razloga, vlak i ne drži alternativnim oblikom prijevoza. Oni su za željeznicu izgubljeni "slučaj".

I tako je željeznica u prijevozu putnika i turista ostala po strani.<sup>24</sup> Moglo bi se upotrijebiti uobičajena sintagma "vrijeme je učinilo svoje", ali dodati i ona "vrijeme liječi rane". Postavlja se, dakako, pitanje kakva je budućnost željeznice i njezine uloge u turizmu?

21 Smith, V.L. and Eadington, W.R. (eds.) (1994.), *Tourism alternatives*, o.c., 187.

22 Na tisuću stanovnika dolazi (1993.) automobila: u SAD 574, Njemačkoj 566, Italiji 455, Francuskoj 420, Nizozemskoj 376, V. Britaniji 382, Švedskoj 405 (prema "Living with the car", Survey, *The Economist*, 339 (1971), June 22nd 1996, 13.)

23 Prosječni novi automobil 80-ih u SAD koštao je 18 prosječnih tjednih američkih plaća. U 1995. za prosječni automobil trebalo je izdvojiti 27 tjednih plaća (cf. "Light truck leave cars standing", *Financial Times Survey*, *Financial Times*, March 5 1996, III.) Analitičari su izračunali da se početkom 90-ih u SAD osobni automobil (u kilometrima) za turističke svrhe (uključene i rekreacija) koristi 36,8%, a u V. Britaniji 23,9% (cf. *Travel and Tourism, A New Economic Perspective*, The 1995 WTTC Report - Research Edition (1995.), Pergamon, Oxford, UK, 174.)

24 Odnos (%) željezničkog i cestovnog putničkog prometa (putnički kilometri) u izabranim zemljama početkom 90-ih bio je: Austrija 14,1 ; Belgija 7,3 ; Danska 6,7 ; Finska 5,2 ; Francuska 8,7 ; Njemačka 7,0 ; Grčka 8,2 ; Italija 6,8 ; Nizozemska 9,9 ; Norveška 5,6 ; Portugal 6,2 ; Španjolska 7,1 ; Švicarska 14,5 ; Turska 4,9 ; V. Britanija 4,9 ; SAD 0,4 (izračunano na temelju podataka iz AIT News (1996.), no. 4, Geneva, 15.)

### 3. PROMIJENJENE OKOLNOSTI

Stalni i dinamičan razvoj cestovnog i zračnog prometa nije mogao proći i bez negativnih posljedica. One se odražavaju neizravno i izravno na ljude, život i okoliš. Vizualno narušavanje prostornog sklada,<sup>25</sup> buka, vibracije, onečišćavanje tla, voda, zraka,<sup>26</sup> degradacija krajolika, rušenja, zakrčenje prometnica i prostora u urbanim područjima<sup>27</sup> te pretjerana potrošnja energije<sup>28</sup> dolaze izravno kao posljedica tih dvaju načina prijevoza - izgradnje pripadajućih objekata infrastrukture i prometovanja.

Nove ceste i autoceste uništavaju krajolik i dijelove prirode, a parkirališta često vizualno degradiraju velike površine na estetski i ambijentalno osjetljivim područjima. Prometala napose zagađuju okolicu i turističke gradove ispušnim plinovima, a vibracijama dodatno i graditeljsko povijesno naslijeđe.

Buka uzduž cesta, autocesta, gradskih prometnica, zračnih koridora i oko aerodroma<sup>29</sup> ozbiljno narušava prirodni sklad te ugrožava sva živa bića.<sup>30</sup> Inače mirna i idilična mjesta postaju zarobljenici "proizvoda" ljudske civilizacije - visokog stupnja motorizacije i dinamičnih turističkih tijekova.

- 
- 25 Izgradnja cesta i zračnih luka traži velike površine zemljišta, što utječe na bitne promjene u prostoru. Za "običnu" četverotražnu autocestu treba izgraditi koridor širine najmanje 30 metara, a za aerodrom od nekoliko stotina do više tisuća hektara - ovisno o njegovoj veličini.
  - 26 Oko 50% CO<sub>2</sub> u atmosferi dolazi iz ispušnih cijevi cestovnih prometala. Računa se da bi emisija CO<sub>2</sub> iz automobila prestala rasti ako bi se cestovni promet godišnje povećavao samo 1,5% (cf. "Living with the car", Survey, The Economist, 339 (1971), June 22nd 1996, 6.)
  - 27 Preopterećenje prometnica ekstremno povećava privatne i eksterne troškove sudionika u prometu (cf. O'Sullivan, A. (1993.), Urban Economics, 2nd ed., IRWIN, Boston, 573.-78.)
  - 28 Automobili troše oko četiri puta više energije po putničkom kilometru od vlaka, a zrakoplovi skoro pet puta više (cf. Hoyle, B.S. and Knowles, R.D. (eds.) (1994.), Modern Transport Geography, John Wiley and Sons, Chichester (etc.), 64.)
  - 29 Noviji zrakoplovi proizvode, doista, manju buku u polijetanju i slijetanju. Oko londonskog aerodroma Heathrow (jedne od najvećih zračnih luka na svijetu - promet 1992. 45,= mln. putnika ukupno četvrto mjesto na svijetu i 38,2 mln. putnika u međunarodnom prometu - prvo mjesto na svijetu) 1970. godine 19 je milijuna stanovnika osjećalo buku, a 90-ih samo 0,8 mln; bitno je smanjen prostor izložen buci (cf. Sherman, 1994., 157.-59.; Annual Report of the Council - 1993 (1994:), Doc. 9622, ICAO, Montreal, 168.-69.)
  - 30 Cf. Nelson, P.M. (ed.) (1987.), Transportation Noise Reference Book, Butterworth, London; Boers, H. and Bosch, M. (1994.), The Earth as a Holiday Resort, Institute for Environmental Communication and Netherlands Institute of Tourism and Transport Studies, Utrecht, 29.-32.



U sezoni na cestama prema sredozemnim turističkim područjima (zimi prema Alpama), u turističkim destinacijama, zračnim lukama i zrakoplovnim koridorima stvaraju se nepodnošljive gužve i zakrčenja koje onemogućavaju normalno odvijanje života.

Rast turizma s time i prometa, kao prateće pojave stalno traži i osvaja dodatne prostore. Nove a i postojeće, turističke zone neprestano se izgrađuje. Često su postupci teško shvatljivi, jer su ta područja naprosto zagušena turistima i preopterećena njihovim prometnim potrebama. Time se stvaraju ozbiljni konflikti između privlačnosti samog područja i onoga što ugrožava tu privlačnost (masa turista i gomile automobila).

Paradoksalno je, dakako, ali i istinito da turizam tako šteti sam sebi, jer ozbiljno narušava vrijednosti na kojima se temelji, poglavito zbog načina prijevoza.

Unatoč svim tim "zlima" željeznica, koja je neusporedivo manje štetna za okolinu od svih drugih oblika prijevoza, izuzev prometa po vodenim putovima - moru, rijekama i jezerima, pokriva samo mali postotak turističke prometne potražnje.

Ako se ove dvije činjenice stave u odnos, onda se može logično zaključiti da bi neiskorištena željeznica mogla bar donekle ublažiti probleme prijevoza turista i dobiti u tome značajniju ulogu.

U razvijenim industrijskim zemljama, a naročito u zapadnoj Europi, nagomilani ekološki problemi potakli su savjest i utjecali na bitnu promjenu svijesti o nužnosti stvaranja kvalitetnijih uvjeta života. Brojne druge udruge "zelenih" probudile su odgovornost kod nositelja vlasti, razvojne politike i aktivnosti glede sve očiglednije degradacije i uništavanja okoliša u kojem se živi i radi te duga prema nadolazećem vremenu.<sup>31</sup>

Žestoki i trajni pritisci zagovaratelja dostojnog života nisu mimoišli ni turizam niti promet. Danas se već ozbiljno razmišlja o podnošljivom turizmu, općenito neškodljivom prometu, a naročito manje štetnom načinu prijevoza turista zbog vremenske i prostorne koncentracije takve vrste prometne potražnje.

Sva ta silno narasla ekološka svijest nije samo prolazni hir, već duboko ukorijenjena spoznaja o neophodnosti temeljitih promjena prema činima kojima se "pili grana na kojoj se sjedi".

Javno raspoloženje stvoreno u svijetu, a posebice u Europi, dobiva sve više pristalica i razumijevanja vlada. Želja i opredjeljenje svih za izgradnjom humanijih i zdravijih uvjeta za život, obilježja su današnjeg vremena. To su te u radu nazvane "promijenjene okolnosti", koje pogoduju

---

31 Cf. McKercher, B. (1993.), Some fundamental truths about tourism: understanding tourism's social and environmental impact, *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-14.

razvoju željeznice, obećavaju joj bolje dane i značajniju ulogu u prijevozu putnika i turista.

Spremnost vlada europskih zemalja da moderniziraju postojeću željezničku mrežu i izgrade mrežu željeznica velikih brzina,<sup>32</sup> te SAD da poboljšaju kvalitet usluga u željezničkom prometu,<sup>33</sup> uz uvođenje različitih mjera ograničavanja cestovnog prometa, stvarna je potvrda takvih opredjeljenja.

U razvijenim zemljama, osobito europskim, raste fond slobodnog vremena, duljina plaćenog godišnjeg odmora, višekratni odmori. Uvode se pogodnosti, odnosno poticaji odlaska na godišnji odmor, namjenskim dodacima na plaću. Uz rast osobnih prihoda i sve veća izdvajanja od tih prihoda za putovanja,<sup>34</sup> stalno je prisutna rastuća turistička potražnja, a to znači i veća potražnja za prometnim uslugama.<sup>35</sup>

Daljni razvoj turizma, poticanje razvoja alternativnog turizma, te preferiranje načina prijevoza manje štetnih za prirodnu sredinu, otvara nove i znatno veće mogućnosti uključivanja željeznice na prometno tržište.

Bilo bi naivno vjerovati kako je željeznica prometalo budućnosti, ali je posve realno i utemeljeno očekivati da će moderna, tržišno orijentirana i znatno brža željeznica pridonijeti u rješavanju ekoloških problema proizašlih iz prometa i biti važniji čimbenik u prijevozu putnika i turista.

#### 4. PROMJENE I POSLJEDICE

Povoljno raspoloženje prema željeznici, koje je stvoreno u ozračju nastojanja očuvanja okoline, ponekad izražavano euforično i bez valjanih argumenata, nije dovoljno za njezin prosperitet. Budućnost željeznice može se, općenito govoreći, temeljiti samo na bitnim promjenama: 1. organizacijskog ustroja, 2. tehničkog ustroja i 3. ekonomskog ustroja.

Najvažnije promjene organizacijskog ustroja su privatizacija željeznice,<sup>36</sup> deregulacija i razdvajanje infrastrukture (željezničkih pruga i

32 "Europe's railways", *The Economist*, 333(7887), October 29th 1994,25.-28.

33 "A challenge to the skies", *Financial Times*, August 26 1996, 12.

34 Udjel izdataka za putovanja u osobnoj finalnoj potrošnji raste u zemljama OECD; 1993. iznosio je u europskim zemljama (članicama OECD) 3,0%, sjevernoameričkim 1,2%, azijsko-pacifičkim 1,2% a na razini OECD 1,9% (prema *Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries 1992-1993* (1995.), OECD, Paris, 77.)

35 Sve se više ljudi uključuje u turističke tijekove. Tako je primjerice 1982. 55,0% Njemaca (zapadni) išlo na glavni godišnji odmor, dok je 1991. postotak porastao na 72,1. U V Britaniji porast je bio od 59,0% na 60,0%, a Francuskoj od 57,8% na 59,8% (prema Pearce, 1995., 29.)

opreme) od operativnih poslova (prijevoza).<sup>37</sup> Time bi željeznica postala dinamičnija, izloženija konkurenciji i bila bi rasterećena troškova infrastrukture; izjednačila bi se, na taj način, s ostalim granama prometa. Naime, cestovni, zračni, pomorski, riječni, jezerski promet ne nose teret "svoje" infrastrukture. Željeznici bi ostao samo prijevoz, pa bi se mogla više usredotočiti na unapređenje poslova što se odnose na usluge koje se pružaju putnicima.

Promjene tehničkog ustroja odnose se na izgradnju novih pruga za velike brzine (preko 200 ili čak više od 300 km/s), modernizacijupostojećih pruga zbog prilagodbe velikim brzinama, primjenu suvremenih sigurnosnih sustava, uvođenje novih vagona, odnosno kompozicija koje putnicima mogu ponuditi vrhunsku i potpunu uslugu (higijena, ugostiteljstvo, spavanje, prtljaga, održavanje poslovnih sastanaka, telefon, televizija, telekomunikacijska oprema, komuniciranje u vlaku). Tehničke promjene omogućit će željeznici da zadovolji osnovno konkurentsko pravilo: do odredišta dvostruko brže od automobila i upola jeftinije od zrakoplova.<sup>38</sup>

Bit promjena ekonomskog ustroja odnosi se na marketinšku usmjerenost prema tržištu prometnih usluga iz čega će onda uslijediti poboljšavanja na svim segmentima poslovanja - sustava rezervacija, upravljanju prihodima (yield management -u) slično postupcima u zračnom prometu, kvaliteti usluga u vlaku, na željezničkim postajama, u terminalima, općenito komuniciranju s potencijalnim putnicima i putnicima tijekom prijevoza, cijenama, konkurentskom položaju. U svemu tome ne može se zaobići ni poslovna kooperacija s drugim granama prometa i sudionicima u stvaranju turističkog proizvoda.<sup>39</sup>

Ispravnost takvog pristupa potvrđuje praksa, jer one željeznice koje su na taj način usmjerene postižu povoljnije rezultate u financijskom i tržišnom smislu.<sup>40</sup>

36 Privatizaciji u praksi često prethodi franšiza (franchising) ili je to jedan od oblika vlasničko- organizacijskih promjena (odnosa) (cf. Bamford, c.g. (1995.), *Transport Economics*, Heinemann, Oxford (UK), 55.-7.; "Rail privatisation", *The Economist*, 338(7951), February 3rd 1996,31) U SAD je osobito, ali i u Kanadi, veoma složena i promjenljiva kategorizacijska (klase I.,II.,III.), vlasnička (država, korporacije- privatno) i organizacijska (pojedine tvrtke, korporacije, razni oblici korporacije) struktura željezničkog prometa, odnosno željeznice kao institucije (cf. *The World Book Encyclopedia* (1994.), vol. 16, natuknica "Railroad", World Book, Inc., Chicago (etc.), 113.-14.)

37 Cf. Faulks, R.W. (1990.), *Principles of Transport*, 4th ed., Mcgraw-Hill, London (etc.), 95.; Gibb, R. and Charlton, C. (1994.), *International Surface Passenger Transport: Prospects and Potential*, u Hoyle, B.S. and Knowles, R.D., *Modern Transport Geography*, o.c., 215.-30.

38 Smith, V.L. and Eadington, W.R. (eds.), *Tourism Alternatives*, o.c., 190.

39 Cf. Faulks, 1990., 156.-59.

40 Francuske TGV željeznice ostvaruju dovoljno prihoda i posluju pozitivno. Inače željeznički putnički promet u svim zemljama s većim ili manjim

U zapadnoj Europi, gdje problem zakrčenosti prometa osobito dolazi do izražaja, već su izvršene neke promjene, dio ih je u tijeku, a planovi su ambiciozni i dugoročno orijentirani.

Francuska već ostvaruje TGV (Train a Grande Vitesse) program. Na relaciji Pariz - Dijon - Lyon prometuju vlakovi velikih brzina, a TGV mreža širi se na pariškom području, prema jugu i Atlantiku (TGV-Sud Est, TGV-Atlantique, brzina do 270 i 300 km/s) i povezuje s drugim zemljama.<sup>41</sup>

Njemačka se također pridružuje projektu željeznica velikih brzina u Europi. Već je izgradila brzu prugu (do 250 km/s) između Hannovera i Wurzburga (1991), a u planu je izgradnja pruga za velike brzine (Neubaustrecken) između Mannheima i Stuttgarta, Kölna i Frankfurta te povezivanje s Parizom, Amsterdamom i Zürichom.<sup>42</sup>

Italija je isto tako na relaciji Rim - Florence - Bolonja i Bolonja - Milano uvela vlakove većih brzina (Pendolino), a u Španjolskoj se upravo gradi takva pruga (Alta Velocidad Espanol) između Madrida i Seville.<sup>43</sup>

Kolijevka željeznice, V. Britanija, i pored početnih koraka, zaostaje za francuskim TGV dostignućima ili primjerice japanskom Shinkansen željeznicom velikih brzina nazvanom popularno još i Bullet Train. Međutim izgradnjom Eurotunela (otvoren polovicom 1994., pušten u promet koncem 1994.) britanske se željeznice izravno povezuju s europskim, pa će se tako duh velikih brzina u većoj mjeri prenijeti i na Otok. To bi moglo potaknuti brži nastavak izgradnje pruga velikih brzina koje povezuju engleske gradove i konkuriraju zračnom prijevozu.<sup>44</sup>

I druge zapadnoeuropske zemlje, među kojima se naročito ističe Nizozemska, sve više unapređuju željeznički putnički promet u nastojanju da se ravnopravno uključe u željeznički sustav toga dijela Europe.

Naime, koncem 80-ih Europska unija (tada Europska zajednica) iznijela je veoma ambiciozni plan (zapravo viziju) razvoja željezničke mreže velikih brzina, koji je sadržavao ideje mogućih rješenja i za druge zemlje (slika 1.).

To je jedna od vizija, koje su još aktualne, iako se one često mijenjaju, nadopunjuju, proširuju, već prema, više političkim nego stručnim, a ponajmanje znanstvenim, pritiscima, raspoloženjima i ustupcima.

---

iznosima subvencionira država (cf. Faulks, 1990., 165.-69.)

41 Cf. Hoyle, B.S. and Knowles, R.D. (1994.), 222.-23.

42 Ibid., 223.

43 Ibid., 1.c.

44 Cf. Holloway (1995.), 104.-5.



Slika 1. Planirana europska mreža željezničkih pruga velikih brzina

Izvor: Hoyle, Knowles (eds.) (1994.), 227.

Ideja je "teška" preko 160 mlrd. američkih dolara, a trebala bi se ostvariti do 2015. godine.<sup>45</sup> Temeljem dosadašnjih europskih i svjetskih iskustava veliki su se javni infrastrukturni zahvati uvijek potcjenjivali u cijeni izgradnje i precjenjivali u vremenu završetka izgradnje i to svjesno, kako bi se dobila naklonost onih koji su odlučivali i financirali, jer su pri tome uvijek bili prisutni politički prizvuci.

Zasad europski "plan" željeznica velikih brzina nema financijskog pokrivača. S "raspoloživim" kapitalom moguće je izgraditi tek manji dio zamišljenih pruga. Mreža će se vjerojatno širiti na središnju i istočnu Europu, jer svaka zemlja želi biti na "karti". Uz velike razlike u željezničkim sustavima pojedinih zemalja i nedostatni novac izgradnja će biti znatno sporija i teža nego što se čini političarima i stručnjacima koji su

45 Ibid., 108.

obično u funkciji političara, kada o tome raspravljaju i crtaju mrežu željeznica velikih brzina na zemljovidu Europe.

Ali takva je sudbina prometne infrastrukture. Služi narodu, pa o njoj i odlučuju oni koji su, nazovi tako, u funkciji naroda - političari bez posebne odgovornosti i griznje savjesti, bez financijskog i inih pokrića. Mandati se mijenjaju, s njima najčešće i planovi, ali poslije svega ipak ostaju zasadi; u konkretnom slučaju shvaćanje o potrebi promjena i stalnih unapređenja u željezničkom prometu.

Važna spona u europskoj željezničkoj mreži je Eurotunnel.<sup>46</sup> Izgradnjom toga prometnog objekta V. Britanija se vremenski približila Kontinentu (tab. 1.), a putovanje je željeznicom do nekih europskih gradova s vremenskog stajališta najpovoljnije (slika 2.), konkurentno je čak i zrakoplovu.<sup>47</sup>

Eurotunnel će svakako pridonijeti razvoju turizma u V. Britaniji,<sup>48</sup> ali će više privlačiti i Britance na Kontinent. Izgradnjom željeznica velikih brzina u Europi vremenski će se približiti europski gradovi međusobno (tab. 2.), što će svakako pridonijeti razvoju turizma i afirmaciji željeznice u prijevozu turista.

46 Izgradnja Eurotunela trajala je 18 mjeseci dulje od predviđenog roka, a cijena je bila dvostruko veća (manje od 7,5 mlrd. američkih dolara predviđeno, ostvareno - potrošeno više od 15 mlrd. dolara). Tunel je dug oko 50 km a nalazi se između 25 i 45 m ispod mora. Sastoji se od dva tunela širine 7,6 m kojima prolazi vlak i jednog središnjeg tunela širine 4,8 m koji je svakih 375 m spojen sa željezničkim tunelima i služi za njihovo opsluživanje u redovnim i izvanrednim prigodama. Putnici se prevoze u komfornim vagonima, a automobili u vagonima na kat (prema The Economist, 331(7861), April 30th 1994, 13.; The Economist, 333(7887), October 29th 1994, 25.; World Travel and Tourism Review (1993.), no. 3, 184.-85.)

47 "Le marche britannique", Les Cachers Espaces (1996.), no. 46, Paris, 46.-50.

48 Cf. "The Channal Tunnel and its effects on U.K. tourism", World Travel and Tourism Review (1993.), no. 3, 184.-91.

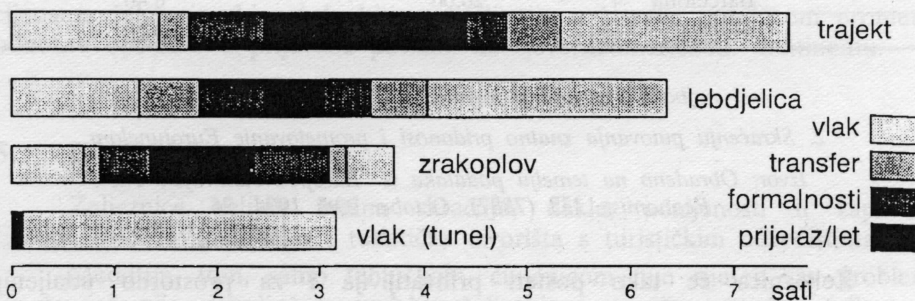
Tabela 1.

## TRAJANJE PUTOVANJA (sati/minuta) VLAKOM I ZRAKOPLOVOM OD LONDONA DO IZABRANIH EUROPSKIH GRADOVA

	Vlak <sup>1</sup>			Zrakoplov		
	1988.	1995.	2000.	let	Prijevoz grad-aerodrom i aerodrom-grad	Ukupno
					1991.	
Pariz	7.20	3.00	2.35	1.05	2.00	3.05
Bruxelles	7.00	3.00	2.15	1.05	1.30	2.35
Amsterdam	11.00	5.55	3.55	1.05	1.30	2.35
Lyon	10.00	5.00	4.35	1.30	2.00	3.30
Köln	9.15	5.20	3.20	1.15	1.30	2.45
Frankfurt	11.30	6.50	4.50	1.30	1.30	3.00
Marseille	12.00	7.00	6.35	1.50	1.45	3.35

1) kraće je trajanje putovanja rezultat tehničkih poboljšanja na željeznici, a poglavito otvaranja Eurotunela koncem 1994.

Izvor: Shearman, 1994., 48.



Slika 2. Vrijeme putovanja između Londona i Pariza trajektom, lebdjelicom, zrakoplovom i vlakom tunelom ispod Engleskog kanala (La Manche)

Izvor: Ibid., sl. 1., 1.c.

Tabela 2.

SKRAĆENJE VOŽNJE ŽELJEZNIČKIM PRUGAMA VELIKIH  
BRZINA OD LONDONA DO EUROPSKIH GRADOVA  
(PREDVIĐANJA DO 2010.)

Relacija od - do	Trajanje vožnje	
	1990-ih <sup>1</sup>	2010. <sup>2</sup>
	sati/minuta	sati/minuta
London - Bruxelles	4.55	2.05
Pariz	5.15	2.10
Köln	7.51	3.55
Amsterdam	7.38	3.45
Strasbourg	11.07	4.00
Luksemburg	8.35	4.05
Frankfurt	11.26	5.00
Berlin	16.35	8.25
Lyon	9.04	4.00
Bordeaux	9.48	4.45
Marseille	11.35	5.10
Nica	14.17	6.10
Torino	16.46	5.15
Milano	18.05	6.05
Venezia	20.45	7.45
Barcelona	20.00	6.40
Madrid	21.32	9.20

*1 najbolja vremena postignuta u 1990. i 1991. godini*

*2. Skraćenju putovanja znatno pridonosi i prometovanje Eurotunelom*

*Izvor: Obradeno na temelju podataka iz "Europe's Railways", The Economist, 333 (7887), October 29th 1994, 26.*

Željeznica će tako postati prihvatljivija i za prostorno udaljenija turistička odredišta. Granice njezinih turističkih privlačnosti pomaknut će se do i preko tisuću kilometara, a bit će sposobnija konkurirati na kraćim udaljenostima, i zrakoplovu (tab. 1.).<sup>49</sup> Prijevoz do polaznog aerodroma, vrijeme potrebno za ukrcaj u zrakoplov i prijevoz s odredišnog aerodroma do grada često traje dulje od samog leta, pa je u tom slučaju željeznica konkurentna, što se vremena tiče (tab. 3.).

49 Shearman (1994.), 56.-7.



Tabela 3.

USPOREDNI PREGLED PUTOVANJA VLAKOM I ZRAKOPLOVOM  
NA RELACIJI NEW YORK CITY - WASHINGTON, DC

Vlak (Amtrak Metroliner) Postupci	Vrijeme (sati/min)
Prijevoz od ureda do željezničke postaje (Penn Station)	0.10
Ukrcaj u vlak	0.15
Prijevoz New York - Washington	2.50
Ukupno	3.15
ZRAKOPLOV (Delta Shuttle) Postupci	
Prijevoz od ureda do aerodroma (La Guardia Airport)	0.45
Kontrola i ukrcaj	0.20
Let LGA - DC (National Airport)	1.30
Prijevoz od aerodroma do DC	0.30
Ukupno	3.05
Razlika u korist zrakoplova	-0.10 (5,1%)

Izvor: *priređeno prema podacima iz Lundberg et al. (1995.), 129.*

Iako Amtrak (intercity željeznica u SAD)<sup>50</sup> nije na razini razvijenih europskih željeznica ili japanske željeznice, ona je ipak prihvatljiva alternativa javnom zračnom prijevozu na frekventnijim relacijama manjih udaljenosti.<sup>51</sup> Porastom brzine, razine usluga u prijevozu i umjerenim cijenama željeznica bi mogla biti zastupljenija u javnom putničkom prometu, odnosno općenito u prijevozu putnika na sjevernoameričkom kontinentu.

## 5. IZAZOVI

Željeznice velikih brzina skraćuju, dakle, udaljenosti u zapadnoj Europi, približavajući tako i turistička izvorišta s turističkim odredištima.

Međutim, tom, samo tehničkom, činjenicom nije riješen sav problem, jer to još nije dovoljno za odabir željeznice u prijevozu ni putnika niti turista. Ako izostanu i druge aktivnosti, a poglavito marketinške, onda će

50 Vlada SAD je 70-ih utemeljila Amtrak radi obavljanja međugradskog željezničkog putničkog prometa (intercity) i na taj način izbacila željezničke tvrtke od milijunskih gubitaka. Država financira - subvencionira Amtrak (cf. The World Book Encyclopedia, vol. 16, 119.)

51 Lundberg et al. (1995.), 129.

"tehnika" ostati negdje na rubu pamćenja i neće značajnije utjecati na obujam putničkog prijevoza.<sup>52</sup>

Željeznica, odnosno željezničke tvrtke, mogu iskoristiti pozitivno javno raspoloženje i mogućnost pružanja prijevoznih usluga na visokoj razini, ali putnici neće spontano ili inercijom u većem broju doći na željeznicu. Zato stručnjaci za marketing moraju razvijati nove strategije i veoma sofisticirane marketinške politike.<sup>53</sup>

Danas se potencijalnim kupcima svih vrsta proizvoda i usluga, pa tako i turističkih i prijevoznih, upućuju tisuće i milijuni reklamnih poruka. U tom moru informacija ljudi često nemaju osjećaj da je poruka upućena njima.<sup>54</sup> Vide primjerice u novinama, na televiziji ili nekoj od mnogobrojnih reklamnih brošura oglas za putovanje. O sadržaju mogu čak i razgovarati, ali poruku ne uzimaju osobno, već kao da je namijenjena nekome drugome. To je, dakako, problem koji zahtijeva novi pristup u marketingu, posebice za tako izazovan ali i osjetljiv "proizvod" kao što je putovanje vlakom.<sup>55</sup>

Potrošači općenito, a naročito kod odmora, razonode i zabave imaju sve složenije zahtjeve, tako da potražnja za prijevozom nije jednoznačna. Štoviše, višeznačna je, jer svaki tržišni segment ima svoje specifičnosti, koje osobito dolaze do izražaja kada se uključi u turističke tijekove. Zbog toga će nositelji željezničkog prijevoza morati segmentiranjem tržišta potražnje sagledati s kojim skupinama i na koji način treba komunicirati, te kako privući putnike različitih prohtjeva, mogućnosti, stila života, psihosocijalnog profila.<sup>56</sup>

Kada željeznica prepozna moguće putnike i njihov tržišni potencijal onda tu i takvu potražnju treba pretočiti u svoj novi proizvod - prijevoz koji odgovara baš tim putnicima. Pri tome se neizbježno javlja problem kako na ipak ograničenom prostoru vlaka zadovoljiti raznoliku strukturu potrošača - putnika turista. Ali tu nema potpunog rješenja. Djelomičan je izlaz u širini i dubini ponude te kategorizacije prijevoznih i pratećih kapaciteta.

52 Cf. "The marketing of attractions, accomodation and Transport", u Witt, S.F., Broke, M.Z. and Buckley, P.J. (1995.), *The Management of International Tourism*, Routledge, London, 100.-7.

53 Koster, M.J. (1994.), *Tourism by Train: Its Role in Alternative Tourism*, u Smith, V.L. and Eadington, W.R. (eds.), *Tourism Alternatives*, o.c., 191.

54 Cf. McCarthy, E.J. and Perreault, W.D.Jr. (1993.), *Basic Marketing*, 11th ed., IRWIN, Burr Ridge, Illinois (etc.), 422.-25.

55 Cf. Trooboff, S.K., Schwartz, R. and MacNeill, D.J. (1995.), *Travel Sales and Customer Service*, IRWIN, MIRROR PRESS, Burr Ridge (IL), 3 ff.

56 Cf. Bovee, C.L. and Thill, J.V. (1992.), *Marketing ("Market Segmentation")*, McGraw-Hill, Inc., New York (etc.), 216.-42.

Prijevoz je, dakako, samo dio turističkog proizvoda, ali na cjelokupni dojam i ocjenu onoga što turista dobiva za svoj novac utječe i kvalitet prijevoza do odredišta i natrag te promet u destinaciji.<sup>57</sup>

U konkretnom slučaju željeznica je dio dugog i složenog turističkog lanca. Uspjeh cjelokupnog turističkog pothvata (proizvoda) mogao bi biti znatno veći ako bi surađivali svi sudionici u tom poslu. Time bi se mogla ujednačiti razina svih usluga i postići kvalitetniji i privlačniji turistički proizvod.

Povezivanje svih, ili bar dijela, segmenata turističke ponude fleksibilnim menadžmentom, i na taj način pokušaj stjecanja veće sklonosti potrošača u prodaji, viša je razina poslovnog partnerstva koji nudi primamljive i ekonomski korisne kombinacije u oblikovanju proizvoda namijenjenog turističkom tržištu.

To je složena marketinška orijentacija izazov za željeznicu, jer je ona dosad bila od javne koristi bez izražajnijeg osjećaja za tržišne zahtjeve i potrebe.

Željeznica može uspješno obavljati prijevoz putnika ako zadovoljavajuće funkcioniraju i drugi oblici prijevoza. Željeznički promet se nadopunjuje s ostalim prometnim granama. Njom se primjerice prevoze putnici do zračnih luka odakle nastavljaju do dalekih odredišta,<sup>58</sup> morskih luka da bi nastavili redovitim brodskim prijevozom ili na pomorskim turističkim krstarenjima.

Nezaobilazna je povezanost i nadopunjavanje s cestovnim prometom, riječnim, jezerskim, poštanskim, telekomunikacijskim. Veći stupanj suradnje pridonosi unapređivanju željezničkog prijevoza. I to je izazov za željeznicu, a od uspješnosti odnosa ovisi također uloga željezničkog prijevoza na tržištu.

Izazov je i prevladavanje starog mentaliteta u privikavanju na tržišne zahtjeve nekoliko stotina tisuća zaposlenih na europskim željeznicama. Prosperitet željeznice izravno je vezan za njihov odnos prema nužnim promjenama, kojih su i oni poticatelji i nositelji.

Veliki je izazov i otklanjanje unutarnjih razlika europske petnaestorice, te daljnje širenje mreže na druge zemlje. Jer, unatoč višegodišnjim pokušajima usklađivanja željezničkih sustava pojedinih zemalja u jedinstveni europski željeznički sustav, još uvijek postoje znatne ili čak velike razlike u razini razvijenosti, pogonu, širini kolosijeka, redovima vožnje, tarifama, socijalnim obvezama.<sup>59</sup>

---

57 O kakvoći turističkog proizvoda, o tome kako je postići i održati detaljnije se govori u Witt, S.F. and Mountiho, L. (eds.) (1994.), *Tourism Marketing and Management Handbook*, 2nd ed., Prentice Hall, New York (etc.), 259.-89.

58 "Catch the train, beat the plane?", *Airport Support* (1992.), 10(/), UK, 22.-3.

Španjolskoj i Portugalu 1668 mm, a u Finskoj 1524 mm, što svakako otežava povezivanje - uklapanje tih zemalja u jedinstveni sustav (preračunano prema podacima iz natuknice "Track and Railway" - Encyclopedia Britanica, vol. 18, 935.)

Brže otklanjanje postojećih razlika pospješit će oporavak željeznice i oživljavanje potražnje.

Mnogo je, dakle, izazova pred željeznicom, a hoće li uspjeti na njih odgovoriti pravom mjerom pokazat će vrijeme. Dosad postignuto obećava bolje dane, ali je još rano davati preciznije prognoze, jer ima dosta dvojbenog na željeznici i oko nje. Jedno je zasad sigurno - budućnost ovisi prvenstveno o željeznici, ali i o okruženju.

## ZAKLJUČAK

Željeznicu je s prijevoznog tržišta potisnuo cestovni i zračni promet. Nije imala veće izgleda u konkurentskoj utakmici zbog izrazite dostupnosti i učinkovitosti tih dvaju načina prijevoza. Pored toga njezina pretežito javna uloga u prometu udaljavala je od tržišta - tržišne usmjerenosti, pa se protijekom vremena našla na samom rubu potražnje, tj. interesa organizatora putovanja i sudionika u turizmu - turista.

Dinamičan ekonomski razvoj, stalni rast turističke potražnje i potrošnje te prometa, bitne sastavnice života i turizma, pridonio je nagomilavanju problema kao što je zasićenje prostora, zakrčenost prometnica, zagađivanje okoliša, narušavanje prirodnih vrijednosti, uvjeta za podnošljiviji i zdravi život.

Takvo je stanje utjecalo na promjenu svijesti, sve zastupljenije stavove o neophodnosti ograničavanja negativnih činitelja, u koje spada cestovni i zračni promet, i zagovaranje neutralnijih oblika prijevoza.

U novonastalom ambijentu ima izgleda i željeznica. To, međutim, neće biti dovoljno za znatno veću potražnju usluga željeznice. Na željeznici je prijeko potreban brži nastavak već započetih promjena tehničkog, organizacijskog i ekonomskog ustroja. Uvjet je za prosperitet željeznice da ona postane konkurentan sudionik na prijevoznom tržištu.

---

59 Problem je i različita širina željezničkog kolosijeka; u većini je zapadnoevropskih zemalja širina kolosijeka 1435 mm (4 feet 8 1/2 inches), ali je u Španjolskoj i Portugalu 1668 mm, a u Finskoj 1524 mm, što svakako otežava povezivanje - uklapanje tih zemalja u jedinstveni sustav (preračunano prema podacima iz natuknice "Track and Railway" - Encyclopedia Britanica, vol. 18, 935.)

## LITERATURA

### I. Knjige

1. Bramford, C.E. (1995.), *Transport Economics*, Heinemann, Oxford, UK
2. Banister, D. and Button, K. (eds.) (1991.), *Transport in a Free Market Economy*, Macmillan, London
3. Boers, H. and Bosch, M. (1994.), *The Eart as a Holiday Resort*, Institute for Environmental Communication and Netherlands Institute of Tourism Studies, Utrecht
4. Bovee, C.L. and Thill, J.V. (1992.), *Marketing*, McGraw-Hill, Inc., New York (etc.)
5. Cooper, C. et al. (1996.), *Tourism: Principles and Practice*, Longman Group Limited, Harlow
6. Faulks, R.W. (1990.), *Principles of Transport*, 4th ed., McGraw-Hill, London, Harlow
7. Holloway, C. (1995.), *The Business of Tourism*, 4th ed., Longman Group Limited, Harlow
8. Hoyle, B.S. and Knowles, R.D. (eds.) (1994.), *Modern Transport Geography*, John Wiley and Sons, Chichester (etc.)
9. Lundberg, D.C., Krishnamoorthy, M. and Stavenga, M.H. (1995.), *Tourism Economics*, John Wiley and Sons, Inc., New York (etc.)
10. McCarty, E.J. and Perreault, W.D.Jr. (1993.), *Basic Marketing*, 11th ed., IRWIN, Burr Ridge, Illionis (etc.)
11. Nelson, P.M. (1987.), *Transportation Noice Reference Book*, Butterworth, London
12. O'Sullivan, A. (1993.), *Urban Economics*, 2nd ed., IRWIN, Boston
13. Page, S. (1994.), *Transport for Tourism*, Routledge, London
14. Pearce, D. (1995.), *Tourism Today: A Geographical Annalysis*, 2nd ed., Longman Scientific and Tehnical, Harlow
15. Pearce, D. (1994.), *Tourist Development*, 2nd ed., Longman, Harlow
16. Shearman, P. (1994.), *Air Transport*, Pitman Publishing, London
17. Smith, V.L. and Eadington, W.R. (eds.) (1994.), *Tourism Alternatives*, John Wiley and Sons, Chichester (etc.)

18. Trooboff, S.K., Schwartz, R. and MacNeill, D.J. (1995.),  
Travel Sales and Customer Service, IRWIN, Mirror Press, Burr  
Ridge (IL)
19. Witt, S.F. and Mountiho, L. (eds.) (1994.), Tourism  
Marketing and Management Handbook, 2nd ed., Prentice Hall,  
New York (etc.)
20. Witt, S.F., Brooke, M.Z. and Bruckley, P.J.(1995.), The  
Management of International Tourism, Routledge, London

## II. Članci, monografije, studije

21. \* \* \* "A challenge to the skies", Financial Times, August 26 1996
22. Bramwell, B. and Lane, B. (1993.), Sustainable tourism: an  
evolving global approach, Journal of Sustainable Tourism, 1(1)
23. \* \* \* "Catch the train, beat the plene ?", Airport Support  
(1992.), 10(7), UK
24. \* \* \* "Europe's railway", The Economist, 333(7887), October  
29th 1994
25. Gibb, R. and Charlton, C. (1994.), International Surface  
Passenger Transport: Prospects and Potential, u Hoyle, B.S. and  
Knowles, R.D., Modern Transport Geography, John Wiley and  
Sons, Chichester (etc.)
26. International Civil Aviation Organization (1994.), Annual  
Report of the Council - 1993, Doc. 9622, ICAO, Montreal
27. Koster, M.J. (1994.), Tourism by Train: Its Role in  
Alternative Tourism, u Smith, V.L. and Eadington, W.R. (eds.),  
John Wiley and Sons, Chichester (etc.)
28. \* \* \* "Light truck leave cars standing", Financial Times  
Survey, Financial Times, March 5 1996
29. \* \* \* "Living with the car", Survey, The Economist,  
339(7971), June 22nd 1996
30. McKercher, B. (1993.), Some Fundamental truths about  
tourism: understanding tourism's social and environmental impact,  
Journal of Sustainable Tourism, 1(1)
31. Organisation de Cooperation et de Developpement  
Economiques (1972.), Tourisme International et Politique du  
Tourisme Dans les pays de l'OCDE 1972, OCDE, Paris

32. Organisation de Coopération et de Développement Economiques (1973.), Tourisme International et Politique du Tourisme, Dans les pays de l'OCDE 1973, OCDE, Paris
33. Organisation for Economic Co-operation and Development (1995.), Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries 1992-1993, Special Feature "Tourism and Employment", OECD, Paris
34. \* \* \* "Rail privatisation", The Economist, 338/7951), February 3rd 1996
35. TOMAS '87 (1988.), Stavovi i potrošnja inozemnih turista, Institut za turizam Zagreb, Zagreb
36. (S.L., J.A.), The Channal Tunel and its effect on U.K. tourism, World Travel and Tourism Review (1993.), no.3
37. World Travel and Tourism Council (1995.), Travel and Tourism, A New Economic Perspective, The 1995 WTTC Report - Research Edition, Pergamon, Oxford, UK

### III. Periodika

38. The Economist, 331(7861), April 30th 1994
39. The Economist, 333(7887), October 29th 1994
40. Les Cahiers Espaces (1996.), no.46, Paris

### IV. Statistika, enciklopedije

41. AIT News (1996.), no.4, Geneva
42. Encyclopedia Britanica (1963.), vol. 18, London (etc.)
43. International Civil Aviation Organization (1994.), Aviation Statistics of the World 1993, ICAO Statistics Yearbook, Doc. 9180/19, ICAO, Montreal
44. World Book Encyclopedia (1994.), vol. 16, World Book, Inc., Chicago (etc.)
45. World Tourism Organization (1995.), Yearbook of Tourism Statistics, vol. I, 47 ed., WTO, Madrid

**Ivo Ban, PhD**

Assistant Professor

Faculty of Tourism and Foreign Trade, Dubrovnik

## THE RAILROAD AND TOURISM

### Summary

*The significance of the railroad in tourism is dealt with in this paper. The manner in which tourists are transported and the role of the railroad in this transportation, new encompassing situations, indispensable changes in railroad traffic and possible side-effects are all scrutinized. The challenges facing the railroad are especially pointed out, as well as the need for surmounting these challenges, in order to stimulate demand and to attain a significant rating in the transportation market.*

**Key words:** *railroad, transport, tourism*