

e-STARTEGIJA ORDNANCE SURVEYA

Ordnance Survey državna je geodetsko-kartografska organizacija Velike Britanije. Osnovana je pred više od 200 godina i danas zapošljava 1900 stručnjaka. Njezin je glavni cilj uvijek bio geodetska izmjera i izrada karata državnog područja. Geodetska instrumentalna oprema Ordnance Surveya i tehnologija kojom se danas služi toliko je sofisticirana koliko to upotreba geoinformacija na suvremenom tržištu traži. Štoviše, procjenjuje se da digitalni podaci Ordnance Surveya podupiru ekonomske aktivnosti javnog i privatnog sektora u vrijednosti od oko 100 milijardi funti.

Od travnja 1999. Ordnance Survey ima mogućnost i obavezu dio prihoda zaraditi na tržištu. Taj udio ne smije ići na štetu onih geodetsko-kartografskih aktivnosti koje su od nacionalne važnosti, a nisu potpuno komercijalno isplative.

Pretvaranje papirnatih karata u mjerilima 1:1250 (gradovi), 1:2500 (poljoprivredno područje) i 1:10 000 (cijela država) u digitalni oblik započeo je Ordnance Survey još 1973. Do 1995. svih 230 000 listova je digitalizirano. Tako je V. Britanija prva država svijeta koja je sve svoje karte krupnih mjerila pretvorila u digitalni oblik.

Tijekom 2002. Ordnance Survey je učinio veliki korak naprijed u smjeru "e-poslovanja", pokrenut procjenom vlastite organizacije, radne prakse i šire geoinformacijske industrije. Njegova je vizija da zajedno sa svojim partnerima postane opskrbljivač sadržajem položajno vezanih informacija (Location Based Services – LBS) (vidi Geodetski list 2002, 3, 208-209) u novoj informacijskoj ekonomiji. Da bi to postigao, trebalo je uvesti novi poslovni model i e-strategiju.

Njegov novi poslovni model oblikovan je oko ciljeva koji uključuju:

- nastavak izrade i održavanja osnovne digitalne karte V. Britanije (OS Master Map) na osnovi koje drugi imaju koristi
- nastavak stvaranja dobiti državi rastom položajno vezane informacijske industrije
- stvaranje profita za dio koji ne pokrivaju porezni obveznici
- pažljivu procjenu svake aktivnosti – stvara li dobit ili je od državne važnosti
- stvaranje prihoda u svrhu održavanja podataka, omogućavanja efektivne interne infrastrukture i omogućavanja boljeg servisa i poboljšane kvalitete proizvoda
- kao opskrbljivač podataka ne konkurirati na aplikacijskom tržištu.

Kao integralni dio tih ciljeva trebalo je osmisliti i e-strategiju, koja će podržati taj poslovni model. Kao samostalni vladin odjel Ordnance Survey je obavezan ispuniti i njezine nedavno postavljene ciljeve za modernizacijom vlade i elektroničkih usluga koje do 2005. moraju iznositi 100%. U listopadu 2000. imenovan je tim za izradu e-strategije. Strategija se sastoji od pet inicijativa koje uključuju 21 projekt.

Prva je inicijativa posvećena *stavljanju korisnika na prvo mjesto* uvođenjem neposredno dostupnih podataka (on line data service), stvaranjem personaliziranih web-stranica za glavne korisnike i oblikovanjem informacija da bi bile dostupne bilo kada i bilo gdje.

Druga inicijativa uključuje podršku Ordnance Surveya za stvaranje *strateškog saveza*. Ordnance Survey jedna je od organizacija uključenih u široku inicijativu koja treba pomoći unapređenju položajno vezane informacijske industrije.

Treća inicijativa posvećena je stvaranju *novoga Ordnance Surveya*. Cilj je uvesti jednostavne i efektivnije načine rada fokusirajući se na potrebe korisnika. Investiranjem u usavršavanje svojih stručnjaka, poboljšanjem uvjeta rada i zapošljavanjem novih stručnjaka osiguravaju da će e-poslovanje biti uspješno vođeno.

Četvrta inicijativa bavi se razvojem tržišta i treba osigurati da Ordnance Survey uvođi i razvija nove proizvode i usluge zadovoljavajući potrebe tržišta.

Peta inicijativa njihove e-strategije tiče se osposobljavanja infrastrukture, koja treba osigurati Ordnance Surveyu izvršavanje danih obećanja.

Najvažniji proizvod Ordnance Surveya na području e-poslovanja je OS Master Map. To je osnovna digitalna baza podataka nastala digitalizacijom karata u najkрупnijim mjerilima (1:1250, 1:2500 i 1:10 000). Sadrži devet slojeva s 400 milijuna jedinstvenih identifikatora za sve objekte u bazi podataka. Položajna je točnost u granicama od ± 1 m u urbanim područjima do ± 8 m u planinskim i močvarnim područjima, format podataka je GML.

Ordnance Survey na dobrom je putu realizacije svoje vizije da postane opskrbljivač informacija po izboru u novoj informacijskoj ekonomiji. Iako su papirnate karte i dalje vrlo tražene, prodaja digitalnih proizvoda iznosi 75% ukupne prodaje. S revolucionarnim tehnološkim unapređenjima, kao što je OS Master Map, i s povećanom upotrebom geoinformacija, i u javnom i u privatnom sektoru, podaci Ordnance Surveya upotrebljavaju se danas na više načina nego ikada prije.

Danas, kada Ordnance Survey ulazi u pravo e-poslovanje, investicije u digitalne proizvode ne idu na trošak tradicionalnih papirnatih karata, jer oba medija imaju jednaku važnost u širenju informacija. Tehnološki napredak proširio je mogućnosti na koje se papirnate karte mogu distribuirati. Primjer su web-stranice s kojih se karte mogu iscartavati ili posebni kiosci sa sličnim mogućnostima. U Ordnance Surveyu smatraju da je pred njima i pred industrijom geoinformacija uzbudljiva budućnost, za koju su oni potpuno spremni.

Izvornici: V. Lawrence: Mapping Out a Digital Future for Ordnance Survey, *The Cartographic Journal* 2002, 1, 77-80.

Ordnance Survey – www.ordsvy.gov.uk/

Nedjeljko Frančula