

Služba 511 – Informace pro cestující v USA

(Stacy Unholz a Pete Costello, *ITS International*, č. 1 – 2/2006, str. 38 – 39)

V červenci 2000 reagoval Federální výbor pro komunikace (FCC – **Federal Communications Commission**) na požadavek Ministerstva dopravy USA a přidělil dopravním agenturám (jednotlivá ministerstva dopravy, tranzitní agentury, metropolitní plánovací organizace atd.) zkrácené směrové telefonní číslo 511 k použití pro dopravní informace. Od prvního telefonátu na 511, který byl uskutečněn v červnu 2001, bylo provedeno přes 45 milionů hovorů do různých telefonních systémů po celých Spojených státech a cestující také využívají internetové stránky služby 511.

V současnosti je služba 511 k dispozici ve 24 státech pro více než 93 milionů Američanů (32 % celkové populace). V roce 2006, plánuje celonárodní spuštění služby 511 i Kanada a další dopravní agentury v USA rozšiřují tuto službu, takže přístup k tomuto směrovému číslu bude mít 60 % populace v USA.

Co bylo motivací pro nabídnutí služby 511 pro ty dopravní agentury, které nepoužívají směrový kód 211 přidělený sociálním službám (jako např. Cincinnati ve státě Severní Kentucky), pro ty, kteří ztratili přístup k telefonnímu číslu se sedmi čísly při rozšíření směrových čísel (jako např. v oblasti San Franciscos Bay) nebo pro ty, kteří hostili Zimní olympijské hry (jako stát Utah)? Ve většině případů agentury viděly potřebu sloužit potřebám veřejnosti rozšířením dopravních informací pomocí jednoduchého telefonního čísla, aby zvýšily povědomí o možnostech dopravy a zlepšily bezpečnost cestujících. Velké množství uživatelů služby 511 uvádí, že změnilo svoje cestovní plány kvůli informacím, které získali díky této službě – informace zahrnující použití alternativních tras nebo druhů dopravy nebo informace o zpoždění cesty vzhledem ke špatným dopravním podmínkám.



Obrázek 1 – Odměnou pro realizátory služby 511 je zpřístupnění jejich informací většímu počtu zákazníků (třikrát až čtyřikrát větší počet telefonátů než na dosud používaná čísla) a spokojenost uživatelů

Proč by tedy měly dopravní agentury zavádět službu 511? Existuje mnoho dobrých důvodů. Několik států v USA zaznamenalo pokles počtu hovorů cestujících na linku Dálniční policejní hlídky; policisté se tedy mohou zaměřit na svoji roli ochrany veřejné bezpečnosti a pro informace o stavu vozovky a dopravních podmínkách mohou doporučit cestujícím linku 511, jako tomu je například ve státě Severní Karolína. Služba 511 může být katalyzátorem, který podněcuje rozšířenou koordinaci mezi agenturami i uvnitř agentur, protože zaměstnanci agentury jsou více odpovědní za přesnost informace, která je veřejnosti dodána. Výsledkem je mnohem pozitivnější vnímání dopravních agentur uživateli služby 511 – 73 % z účastníků průzkumu uvedlo, že služba 511 změnila jejich názor na činnost Ministerstva dopravy státu Virginie.

Kolik ale služba 511 stojí? Pojistný výbor Komise pro strategii zavádění služby 511 nařídil, aby byly hovory pro uživatele dostupné (to znamená, ne dražší než hovor na místní veřejnou telefonní linku, nebo minuty odvozené z měsíčních nebo roamingových poplatků pro uživatele mobilních telefonů), takže neexistuje předplatné nebo možnosti příjmů z plateb za jednotlivé hovory. Vhodné je pro službu 511 sponzorství nebo reklamní příležitosti, ale existuje pouze několik málo příkladů, kromě firem

s cestovními službami uvedených na seznamu 511, které lze následovat. Obrátí se inzerenti na službu 511, když dochází k její celonárodní dostupnosti a zvyšování objemu hovorů? Možná, ale je nejisté, jestli tyto výnosy pokryjí nebo dokonce překročí financování služby 511 veřejným sektorem.

Podle zkušenosti USA s Pokročilými dopravními informačními systémy (ATIS – **A**dvanced **T**raveller **I**nformation **S**ystems), musí veřejný sektor očekávat pokrytí veškerých nebo většiny nákladů spojených s 511. Komise pro strategii zavádění služby 511 doporučuje, aby realizátoři sledovali své náklady na následující položky:

- práce;
- vybavení;
- aktualizace obsahu služby 511;
- telekomunikace a marketing.

Některé telekomunikační společnosti aktivují směrový kód 511 pro agenturu bez poplatků, některé ne.



Obrázek 2 – Služba 511 podporuje cestující při informovaných rozhodnutích o druhu dopravy a načasování jejich cest

Pro veškeré obchodní modely, včetně těch, které očekávají výnosy, bude nutná určitá úroveň financování od veřejného sektoru. „Odměnou“ pro realizátory služby 511 je zpřístupnění jejich informací většímu počtu zákazníků (třikrát až čtyřikrát větší počet telefonátů než na dosud používaná čísla) a spokojenost uživatelů. I ti uživatelé, kteří shledávají určité aspekty systému ne zcela podle svých představ uvádějí, že by službu 511 použili znovu. Mezi mnoha zjištěnými funkcemi a výhodami, jsou považovány uživateli služby 511 za důležité:

- jednoduché a nenáročné použití;
- přesné, kvalitní informace v reálném čase o dopravních podmínkách a stavu vozovky;
- vyhnutí se dopravním kongescím a stavbě silnic;
- informace o počasí;
- snížení frustrace a uvolnění stresu;
- pomoc uživatelům při rozhodování o dopravních možnostech;
- změna cestovního chování, včetně alternativní trasy a dob odjezdů;

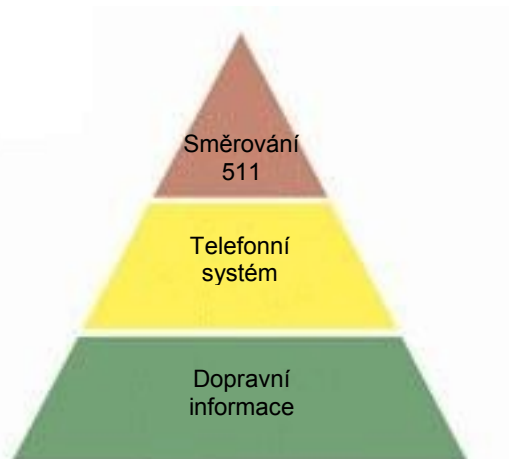
- úspora času a záchrana životů; a
- informace o cestovním ruchu a jiné služby.

Veřejná bezpečnost je podstatným důvodem, proč mnoho států službu 511 zavedlo. Pro oblasti, ve kterých v zimě dochází k četným sněhovým srážkám, jsou informace o stavu vozovky více, než jen výhodou; je to otázka bezpečnosti. Poskytnutí nouzových a evakuačních informací, obzvláště v oblastech častého výskytu hurikánů a tornád, je další službou, kterou může 511 poskytovat.

Jak tedy agentura stanoví, zda má „dostatečné množství“ informací pro zavedení služby 511? K dosažení užitečné a srozumitelné služby 511, se musí realizátoři zabývat získáváním dat:

- zdroje dat;
- kvalita dat;
- aktuálnost dat;
- přesnost a užitečnost;
- integrace do systému – jak služba 511 dodá informace z nepropojených systémů, nebo ze systémů, které provozuje jiná agentura?

Každý z těchto prvků je velmi důležitý při dosahování vrstev v Pyramidě systému dopravní informací na obrázku 3. Pokud neexistují dopravní informace, vytvořené adresováním dat a otázkami integrace, pak není třeba pokračovat pyramidou směrem nahoru k vytvoření telefonního systému nebo směrování služby 511.



Obrázek 3 – Pyramida systému dopravních informací

Realizátoři si musí uvědomit, že 511 je služba a že funguje ve stále se měnícím prostředí obchodu, vytvořeném trhem dopravních informací a vedoucí koordinační nebo provozní agenturou.

Jako první krok při zřizování služby je třeba provést realizační studii, která dodá celkový obraz o tom, co může určitý region v rámci služby 511 nabídnout. Studie může zahrnovat:

- jaké druhy obsahu mohou být dostupné skrze systém;
- jak je obsah seskupen;
- které drátové a bezdrátové nosiče je nutné použít pro přenos směrového čísla na koncové číslo agentury.

Brzká spolupráce s místními poskytovateli telekomunikačních služeb může agentuře pomoci stanovit, jaký rozpočet bude nutný pro přenosy hovorů v případě jednorázových i opakujících se nákladů.

Dalším krokem je plán realizace – volby jsou ovlivněny podle způsobu hostování telefonního systému, zda-li je používána interní síť nebo je-li třeba na pojmutí objemu hovorů pronajmout síť externí. Během této fáze jsou mapovány druhy obsahů a oblast pokrytí a plán realizace také stanoví, jak mohou být aktualizovány, modernizovány nebo měněny existující zdroje a infrastruktura, aby byly pomocí služby 511 dostupné.

Jakmile je služba 511 přístupná cestující veřejnosti, je třeba vyvíjet koordinované marketingové úsilí na obeznámení cestujících se službou. Hlavní oporou těchto snah byly k dnešnímu datu dopravní značky podél dálnic a reklama v rádiu. Někteří realizátoři vytvořili televizní reklamy nebo veřejná oznámení. Důležitý je zpětný ohlas uživatelů jako nástroj pro monitorování požadovaného zlepšování služeb a plán pro zásadní upgrade.

Pro potenciální realizátory existuje velké množství informací na www.deploy511.org. Tato internetová stránka je provozována Komisí pro strategii zavádění služby 511 a nabízí současně statistiky pro telefonní i internetové služby, zprávy, zápisy ze zasedání a marketingové nápady. Pravděpodobně nejdůležitější je studium Zaváděcích a provozních pokynů pro služby 511 verze 3.0 (<http://www.deploy511.org/docs/511%20Guidelines%20Version%203.0.pdf>). Nový realizátor by se měl v Pokynech informovat při každém kroku procesu zavádění a užitečný je také srozumitelný seznam často pokládaných otázek (FAQ).

Další informace o obchodní modelech služby 511 jsou k dispozici ve Zprávě o asistenci při zavádění služby #1: Obchodní modely a obchodní rozvaha (http://www.its.dot.gov/511/511_Costs.htm) a výdaje a náklady týkající se služby 511 jsou uvedeny v dokumentu Hodnota zavádění služby 511 (http://www.deploy511.org/docs/511_Value.pdf).