

Marketing u funkciji sigurnosti u prometu

Sikavica, Ana-Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:669549>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-14**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

MARKETING U FUNKCIJI SIGURNOSTI U PROMETU

Mentorica:

Prof.dr.sc. Maja Fredotović

Studentica:

Ana-Marija Sikavica

Split, rujan 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Ana-Marija Sikavica,
(ime i prezime)

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 12.09.2023 godine

Vlastoručni potpis: A-Sikavica

SADRŽAJ:

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 1.1. Problem istraživanja..... | 1 |
| 1.2. Ciljevi i metode rada..... | 1 |
| 1.3. Struktura rada..... | 1 |
| 2. MOBILNI UREĐAJI U SUVREMENOM DRUŠTVU..... | 2 |
| 2.1. Načini primjenjivanja marketinških strategija..... | 2 |
| 2.2. Funkcije mobitela koje se koriste u vožnji..... | 3 |
| 3. SIGURNOST U PROMETU I KORIŠTENJE MOBILNIH UREĐAJA..... | 5 |
| 3.1. Načini distrakcije (nepažnje) u vožnji..... | 6 |
| 3.2. Negativne posljedice uporabe mobilnih uređaja..... | 6 |
| 3.3. Zakon o sigurnosti cestovnog prometa..... | 7 |
| 4. MARKETINŠKE STRATEGIJE U FUNKCIJI POVEĆANJA SIGURNOSTI U PROMETU..... | 8 |
| 5. ANKETNO ISTRAŽIVANJE; REZULTATI I ANALIZA ANKETE..... | 13 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 26 |
| LITERATURA..... | 27 |
| POPIS SLIKA..... | 28 |
| POPIS GRAFOVA | 28 |
| Prilog-anketa..... | 29 |
| SAŽETAK..... | 31 |
| SUMMARY..... | 32 |

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Prometna sigurnost predstavlja jedan od najvažnijih prioriteta u današnjem društvu. Sa svim većim brojem vozila na cestama i kompleksnim izazovima koje donosi suvremeni promet, postizanje sigurnog okruženja za sve sudionike prometa postaje ključni cilj. U tom kontekstu, marketinške strategije i alati mogu igrati značajnu ulogu u poboljšanju sigurnosti u prometu. Kroz marketinške pristupe i tehnike moguće je utjecati na ponašanje sudionika u prometu, educirati ih o rizicima i potaknuti ih na usvajanje sigurnih praksi.

U modernom društvu skoro svaki pojedinac dnevno koristi mobilne uređaje iz niza razloga, u različitim situacijama. Nažalost, koriste ih i vozači tijekom vožnje, čime se dovodi u pitanje sigurnosti u prometu. Problem istraživanja odnosi se na pitanje kako iskoristiti upravo marketinške tehnike i alate u osvješćivanju sudionika u prometu o (ne) korištenju mobilnih uređaja u cilju povećane sigurnosti u prometu.

1.2. Ciljevi i metode rada

Cilj rada je ispitati potrebe i motivi korištenja mobilnih uređaja općenito, kao i onih specifičnih radi kojih mobilne uređaje pojedinci, posebno mladi, koriste dok sudjeluju u prometu. Nadalje, pokušat će se utvrditi da li postojeće marketing kampanje dopiru do sudionika u prometu i kako ih poboljšati.

U svim fazama rada koristit će se metode indukcije i dedukcije, analize i sinteze, usporedna metoda, a u istraživanju i metoda ankete te statističke metode obrade podataka.

1.3. Struktura rada

Rad se sastoji od pet cjelina. U prvom, uvodnom dijelu rada definira se problem istraživanja, cilj i metode kao i struktura rada. Drugi dio donosi kratak pregled načina korištenja mobitela u vožnji, ako i vezu s marketingom. U trećem dijelu rada govori se o sigurnosti u vožnji s obzirom na korištenje mobilnih uređaja, dok četvrti dio rada donosi pregled nekoliko marketing kampanja u cilju povećanja sigurnosti u prometu smanjenjem korištenja mobilnih uređaja. Peti dio rada donosi rezultate anketnog istraživanja o korištenju mobitela u prometu, dok se u zaključnom dijelu donose zaključci o potrebi daljnjih napora za povećanje sigurnosti u prometu s ovog aspekta.

Na kraju rada nalazi se popis literature, tablica i grafova, a u prilogu sam anketni upitnik. Konačno, rad završava kratkim sažetkom na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. MOBILNI UREĐAJI U SUVREMENOM DRUŠTVU

Marketing je proces koji uključuje identifikaciju potreba i želja potrošača te razvoj i implementaciju strategija koje će zadovoljiti te potrebe i želje. Cilj marketinga je stvaranje vrijednosti za potrošače i postizanje poslovnih ciljeva kroz zadovoljenje njihovih potreba.

Povezanost između marketinga i mobilnih telefona je iznimno snažna u današnjem digitalnom dobu. Mobiteli su postali neizostavan dio naših života i sveprisutni su u gotovo svakom aspektu društva. Kako su se mobilni uređaji razvijali, tako su se mijenjali i marketinški pristupi kako bi se iskoristio njihov ogroman potencijal za komunikaciju s korisnicima. Povezanost marketinga s mobitelom se odnosi na strategije koje se koriste za promociju i prodaju mobilnih uređaja, usluga i aplikacija. Ovaj se oblik marketinga može sastojati od različitih taktika, kao što su oglašavanje putem mobilnih uređaja, promocije na društvenim mrežama, e-pošta, SMS poruke i druge marketinške kampanje usmjerene na mobilne uređaje.

Ključni elementi marketinga mobilnih uređaja uključuju razumijevanje navika i potreba korisnika mobilnih uređaja, razvoj mobilno-friendly web stranica i aplikacija te korištenje različitih taktika oglašavanja kako bi se ciljano došlo do mobilnih korisnika. U svakom slučaju, marketing mobilnih uređaja je važan za proizvođače mobilnih uređaja, razvoj mobilnih aplikacija, pružatelje usluga mobilne telefonije i sve druge koji žele doseći korisnike putem mobilnih uređaja.

Mobilni uređaji, kao što su pametni telefoni, tableti i ostali prijenosni uređaji, postali su neizostavan dio suvremenog društva. Oni su dramatično promijenili način na koji komuniciramo, radimo, zabavljamo se i pristupamo informacijama.

2.1. Načini primjenjivanja marketinških strategija

Povezanost marketinga s mobilnim uređajima u vožnji vrlo je osjetljivo područje zbog sigurnosnih rizika koje takvo ponašanje donosi. Međutim, postoji nekoliko načina na koje se marketinške strategije mogu primijeniti na mobilne uređaje u vožnji, a da se poštuju sigurnosni propisi.

- ❖ Audio oglašavanje – mobilni uređaji imaju zvučnike u automobilu te se marketinške poruke mogu isporučiti u obliku audio oglašavanja, to mogu biti reklame vezane za putovanja, benzinske stanice, odmorišta i restorane
- ❖ Lokacijsko oglašavanje – pomoću GPS-a se mogu isporučiti oglasi na temelju lokacije, kada vozač prolazi kroz određeno mjesto prikazuju se oglasi za lokalne restorane ili turističke

atrakcije u blizini. Također, trgovine mogu slati obavijesti o posebnim ponudama ili popustima te također blizinu trgovina i ostalih ustanova.

- ❖ Mobilne aplikacije – vozačima mogu koristiti kako bi planirali putovanje, pronašli blizinu benzinskih stanica, restorana, znamenitosti toga mjesta te kako bi se poslale poruke o sigurnosti u prometu.

Marketinška poruka koja se isporučuje preko mobitela u prometu se treba pridržavati sigurnosnih propisa, odnosno ne bi smjela biti takva da vozačima u potpunosti skrene pažnju te da ga omete tijekom vožnje.

2.2. Funkcije mobitela koje se koriste u vožnji

Ljudi koriste mobilne uređaje u prometu za različite svrhe i funkcionalnosti. U današnje vrijeme sve je više mogućnosti koje se mogu koristiti preko mobitela tijekom vožnje. Evo nekoliko najčešćih funkcija mobitela koje ljudi koriste u prometu:

- ❖ Pozivi i poruke – koriste se za osnovnu komunikaciju poput telefonskih poziva i slanja SMS poruka. Najčešći je razlog skretanja pozornosti vozačima sa situacijom u prometu te može doći do nesvjesnog krivog načina reagiranja u prometu.
- ❖ Glazba i zabava – mnogi ljudi mobitele koriste za slušanje glazbe putem aplikacija poput Spotifye, Apple Music-a, Google Play Musica, a najčešće to bude YouTube koji ima i video sadržaj koji može omesti vozače.
- ❖ Fotografiranje i video snimanje – korisnici dijele zanimljive trenutke sa svoga putovanja preko društvenih mreža koje omogućuju dijeljenje sadržaja, na primjer to su Snapchat, Instagram, Facebook i TikTok.
- ❖ Lokalni oglasi – odnose se na prikaz oglasa na mobitelu kada se korisnik nalazi u neposrednoj blizini nekog poslovnog objekta ili ustanova.
- ❖ Igre – postoje razne igre dostupne preko mobilnih aplikacija, uključujući arkadne igre, jednostavne, puzzle igre i mnoge druge. Tijekom putovanja igre pružaju mogućnost opuštanja ali samo ako se koriste kada nismo u prometu, odnosno tijekom vožnje. također putem igrica nam se prikazuju i razni drugi oglasi koji nam mogu skreniti pozornost.
- ❖ Društvene mreže – mobiteli su ključni za pristup društvenim mrežama poput Instagrama, Facebooka, TikToka, Twittera i mnogih drugih. Ljudi ih koriste kako bi sa prijateljima

podijelili svoje trenutke tijekom putovanja, pregledavali objave, komunicirali putem poruka i sudjelovali u različitim društvenim aktivnostima.

- ❖ Dopisivanje i video pozivi – ljudi komuniciraju putem različitih aplikacija za dopisivanje kao što su WhatsApp, Viber, Telegram i druge. Ove aplikacije omogućuju slanje tekstualnih poruka, medijskih datoteka, kao i slanje glasovnih poruka i pričanje preko video i audio poziva.
- ❖ Informacije i vijesti – pristup raznim izvorima informacija i vijestima putem aplikacije ili web stranice. Ljudi čitaju vijesti, prate aktualne događaje, pregledavaju razne članke, gledaju videozapise, prate situaciju u prometu. To su aplikacije poput Google News, BBC News, CNN.
- ❖ Navigacija i GPS – tijekom putovanja koriste se aplikacije kao što su Google Maps, Apple Maps koje korisnicima omogućuju pronalaženje najbržih ruta do određenog mjesta, praćenje prometnih informacija, dobivanje upozorenja o gužvama i prilagodbu navigacije.
- ❖ Online kupovina i usluge – putem aplikacija u današnje modernije doba možemo obavljati kupovinu bez odlaska u trgovine. Mnoge trgovine i brendovi imaju svoje aplikacije koje omogućuju pregled, odabir i kupnju proizvoda ili usluga. Ovdje također uključujemo i rezervacije hotela, naručivanje hrane, rezervaciju prijevoza i slično.
- ❖ Mobilno bankarstvo – omogućuje korisnicima provjeru stanja računa, prijenos novca, plaćanje računa i upravljanje ulaganjima odnosno dok smo u pokretu imamo brz pristup svojim financijama.

3. SIGURNOST U PROMETU I KORIŠTENJE MOBILNIH UREĐAJA

Dobro je poznato da upotreba mobilnih uređaja ima negativan utjecaj na koncentraciju i pozornost vozača, smanjuje vrijeme reakcije i ograničava vidno polje. Kada su vozači ometeni, njihova se pažnja privremeno dijeli između „primarnog zadatka“ – vožnje i „sekundarnih zadataka“ – tipkanje po mobitelu, razgovaranje i ostale stvari koje nisu povezane s vožnjom. Na primjer, vozači tijekom razgovaranja preko mobitela imaju smanjenu svijest o situaciji na cesti, teže reagiraju odnosno donose odluke vezane uz vožnju.

Marketing preko mobitela može ugroziti sigurnost u prometu na nekoliko načina:

- Ometanje tijekom vožnje – slanje i primanje poruka te pregledavanje društvenih mreža smanjuje pažnju vozača što povećava rizik od prometnih nesreća
- Oglasne poruke odnose se na marketinške kampanje koje putem SMS-a ili aplikacija prikazuju svoje ponude te odvrćaju koncentraciju vozača, npr. To mogu biti različite trgovine koje promoviraju popuste ili nove proizvode
- Oglasni znakovi i reklame također mogu vozačima skrenuti pozornost, osobito ako su atraktivni
- Marketinške kampanje koje nude različita putovanja mogu utjecati na načina da vozači putuju dulje ili voze brže kako bi stigli iskoristiti popuste za odabrano putovanje

3.1. Načini distrakcije (nepažnje) u vožnji

Poznata su četiri načina distrakcije, odnosno nepažnje u vožnji koje se odnose na:

- ❖ Vizualnu distrakciju koja se događa kada vozač ne obraća pozornost na vožnju nego na ostale stvari kao što su mobitel, radio, vanjska okolina, drugi vozači i ostalo
- ❖ Kognitivna, odnosno nepažnja kada se vozač u potpunosti isključi iz vožnje, na primjer, kada razmišlja o nekoj temi tijekom razgovora mobitelom, kada razmišlja o poslu i slično
- ❖ Distrakcija koja se odnosi na ostale radnje (fizičke) koje dovode do na primjer rotacije upravljača
- ❖ Slušna distrakcija se odnosi kada je vozač opterećen nekim drugim zvukovima oko sebe kao što su pojačan radio, zvuk mobitela

Navedene distrakcije predstavljaju vrlo ozbiljan problem kada je u pitanju sigurnost vozača zato što smanjuju sposobnost fokusiranja na vožnji i reagiranja na promjene u prometu. Zbog toga je svjesno smanjiti korištenje mobilnih uređaja kako bi bili sigurni u prometu.

3.2. Negativne posljedice uporabe mobilnih uređaja

Pored gore navedenih oblika distrakcije u vožnji, uporaba mobilnih uređaja ima još negativnih posljedica. One ne samo da utječu na pozornost vozača, već mogu nastati i puno gori problemi koji ponekad nažalost završe kobno.

Posljedice koje ne samo da utječu na pozornost vozača, nego i donose sljedeće probleme su:

- ❖ Produljeno vrijeme za reakciju na neočekivan događaj
- ❖ Oslabljenja sposobnost održavanja odgovarajuće brzine
- ❖ Smanjenje razmaka između automobila
- ❖ Smanjenje svijesti što se događa oko nas – kada vozači koriste mobitele u vožnji tada je njihova pažnja usmjerena na ekran i na razgovor što može rezultirati propuštanjem važnih prometnih znakova, promjena u prometu ili drugih vozila koja se približavaju.
- ❖ Povećanje stresa i frustracija što utječe na vozačke sposobnosti
- ❖ Ne obraćanje pozornosti na propise
- ❖ Prometne nesreće – tijekom korištenja mobilnih uređaja dolazi do smanjenja koncentracije i reakcijskog vremena vozača te dolazi do sudara. U današnje vrijeme prometne nesreće postaju sve veći problem najprije zbog nepažnje, a onda i mobitela i otežane komunikacije s drugim sudionicima u prometu i drugih uzroka.
- ❖ Otežana komunikacija s drugim sudionicima u prometu – to uključuje teškoće u primanju ili slanju signala upozorenja, nepravilno praćenje prometnih znakova i signala te nedostatke usklađivanja s drugim vozačima i pješacima.
- ❖ Zakonske sankcije – mnoge zemlje imaju zakone i propise koji zabranjuju ili ograničavaju korištenje mobitela tijekom vožnje. Većina koja krši ove zakone mogu biti kažnjeni novčanim kaznama, gubitkom vozačke dozvole i drugim sankcijama. Sankcijama je cilj osigurati sigurnost na cestama i smanjiti rizik od nesreća.

3.3. Zakon o sigurnosti cestovnog prometa

„Prema Zakonu o sigurnosti cestovnog prometa objavljenom na službenoj web stranici Zakon.hr pod stavkom IX. VOZAČI – 1. UVJETI ZA UPRAVLJANJE VOZILIMA, članak 196.(NN 92/14, 70/90, 85/22. 114/22) se navodi sljedeće“:¹

- ❖ Stavka (3) – Vozač vozila za vrijeme vožnje ne smije upotrebljavati mobitel niti druge uređaje na način kako bi umanjio mogućnost reagiranja i sigurnog upravljanja vozilom.
- ❖ Stavka (4) – Mobitel se može koristiti za vrijeme vožnje ako se upotrebljava naprava koja omogućava njegovo korištenje bez upotrebe ruku, a vozač bicikla i osobnog prijevoznog sredstva ne smije upravljati vozilom koristeći slušalice na ili u oba uha čime bi umanjio mogućnost reagiranja i sigurnog upravljanja vozilom.
- ❖ Stavka (7) – Novčanom kaznom u iznosu od 130,00 eura kaznit će se za prekršaj vozača koji postupi suprotno odredbama stavka 3.ovoga članka
- ❖ Stavka (8) – Novčanom kaznom u iznosu od 30,00 eura kaznit će se za prekršaj vozač bicikla i osobnog prijevoznog sredstva koji postupi suprotno odredbama stavka 4.ovoga članka

¹ <https://www.zakon.hr/z/78/Zakon-o-sigurnosti-prometa-na-cestama>

4. MARKETINŠKE STRATEGIJE U FUNKCIJI POVEĆANJA SIGURNOSTI U PROMETU

Koncept marketinške strategije u funkciji povećanja sigurnosti u prometu obuhvaća primjenu marketinških alata i tehnika s ciljem edukacije i motivacije sudionika u prometu. Ovo su neki ključni elementi takve strategije:

- ❖ Istraživanje ciljane skupine: prvi korak je identificirati ciljnu skupinu koja je posebno osjetljiva na sigurnost u prometu. To mogu biti vozači određene dobi, mlađi vozači, vozači kamiona ili bilo koja druga skupina koja ima visok rizik od nesreća.

Projekt Hrvatskog autokluba (HAK-a)- „Pravilo 7“ koji sufinancira Svjetska automobilistička organizacija FIA je usmjeren na osvještavanje opasnosti kod vozača i putnika u vozilu od korištenja mobitela tijekom vožnje. Voditelj projekta Krešimir Viduka iz Hrvatskog autokluba je ponašanje vozača proučio putem internetskih anketa i istraživanjem na terenu te je utvrđeno da većina vozača koristi mobitel i to podjednako žene i muškarci, a najviše mlađa skupina vozača. Krešimir Viduka – „inozemna istraživanja su dokazala kako je efekt isti ako vozač razgovara mobitelom ili ima 0,8 promila alkohola u krvi, a 23 puta se povećava opasnost za prometnu nesreću ako tipkamo po mobitelu tijekom vožnje.“ Također je u projektu istaknuo da tipkanje na mobitelu nisu samo SMS poruke nego i korištenje društvenih mreža te je u istraživanju uočeno da 10 posto vozača koristi mobitel tijekom vožnje a 2 posto tipka na njih. Oko 93 posto vozača koji koriste mobitel u vožnji su sami te voditelj projekta mobitel naziva „virtualnim suputnikom“.

„Mi ne možemo očekivati da će iza svakog stabla stajati naš "anđeo čuvar" ili policajac koji će nas upozoravati na to što trebamo ili ne trebamo napraviti, već jedni drugima moramo biti savjetnici i prijatelji pa i prekoriti kada se neodgovorno ponašamo u prometu, rekao je Krešimir Viduka“.²

² <https://www.hak.hr/sigurnost-u-prometu/projekti/pravilo7/>

- ❖ Edukacija o sigurnosti u prometu: organiziranje edukativnih kampanja i programa koji pružaju informacije o sigurnosti u prometu. Ove edukacije su u današnje vrijeme najviše usredotočene na mlade vozače kako bi ih osvijestile o rizicima korištenja mobitela dok voze.

Nacionalni plan sigurnosti cestovnog prometa¹ je sufinancirao projekt „Dan bez mobitela u prometu“ koji se obilježava 2.travnja, a u Hrvatskoj se prvi put proveo 2017. godine. Prema istraživanju provedenom 2022. u okviru projekta Dan bez mobitela u prometu, ujedno i prvom takvom u Hrvatskoj tijekom vožnje u rukama mobilni telefon koristi 73 posto vozača, na biciklu 21,4 posto biciklista, a na pješačkim prijelazima prometnica 65,5 posto pješaka.

„Mobitel za volanom je poput gledanja dva TV ekrana istodobno ili vožnja u pijanom stanju, smanjene percepcije kakvu čovjek ima s promilom alkohola u krvi.“³

Slika 1. Ne koristi dok voziš (<https://npscp.hr/vijesti/item/1038-obiljezavanje-dana-bez-mobitela-u-prometu-2023-u-pozegi>)



- ❖ Kampanje svjesnosti: naglasiti važnost sigurnosti u prometu i poticati promjenu stavova i ponašanja sudionika u prometu. Ovakve kampanje koriste emotivne apele, priče o stvarnim životnim iskustvima, statističke podatke o nesrećama i njihovim posljedicama kako bi se potaknula odgovornost i pažnja u vožnji.

Udruga profesionalnih vozača „CONVOY“ je na svojoj stranici objavila sigurnosnu listu za fokusiranu vožnju- „Ne Tipkaj Samo Vozi“ u kojoj navodi par smjernica kako bi vožnja bila sigurna i kako se vozačima ne bi odvrćala pozornost upotrebom mobitela ili drugim ometanjima u vožnji.

³ <https://npscp.hr/vijesti/item/1038-obiljezavanje-dana-bez-mobitela-u-prometu-2023-u-pozegi>

Njihova lista se sastoji od 7 smjernica kako bi se izbjegle rizične situacije:⁴

1. Ne tipkaj samo vozi – izbjegavajte korištenje mobitela
2. Unaprijed se pripremi – sva potrebna podešavanja u autu obavite prije kretanja
3. Sastavite popis glazbe koju ćete slušati i koja će vam pomoći da ostanete koncentrirani na vožnju
4. Telefon stavite na stranu i držite ga izvan dohvata – „Mobilni uređaj nije prioritet dok ste za volanom“
5. Podržite vozača – aktivno sudjelujte kao putnik, ne dozvolite da išta omete koncentraciju vozača
6. Odmor je ključan
7. Komunicirajte sa suvozačima

Slika 2. Ne tipkaj samo vozi (<https://www.convoy.hr/netipkajsamovozi/ne-tipkaj-samo-vozi-sigurnosna-kontrolna-lista/>)



⁴ <https://www.convoy.hr/netipkajsamovozi/ne-tipkaj-samo-vozi-sigurnosna-kontrolna-lista/>

Od 1994. godine, u Hrvatskoj se provodi Nacionalni program sigurnosti cestovnog prometa, čija je glavna svrha smanjenje broja prometnih nesreća. Cilj programa bio je u razdoblju od 2011. do 2020. godine smanjiti broj nesreća za 50%, no postignut je krajnji rezultat od otprilike 30%. Unatoč smanjenju broja nesreća, važno je nastaviti podizati svijest među stanovništvom o potrebi poboljšanja sigurnosti u prometu i ukazivati na rizike koji dovode do nesreća. Hrvatski zavod za javno zdravstvo navodi kako su glavni uzroci nesreća upravo korištenje mobilnih uređaja, neprimjerena brzina, utjecaj alkohola i droga te ostalo nepoštivanje prometnih propisa. Nacionalni dan sigurnosti se obilježava 21. listopada, a pripremljen je i Nacionalni program sigurnosti cestovnog prometa za razdoblje 2021-2030.

- ❖ Kreativni i privlačni sadržaji: stvaranje sadržaja koji će privući ciljne skupine, to može uključivati korištenje vizualnih medija (videozapisi) koji će na zanimljiv i pamtljiv način prenijeti ključne poruke i informacije o sigurnosti u prometu.

Na stranicama Hrvatskog autokluba (HAK-a) može se pronaći kratki videospotovi na temu opasnosti korištenja mobitela u vožnji koje su sastavili:

- Osnovne škole:

1. Ne koristi mobitel dok voziš, Jana Burek, Oroslavlje - <https://youtu.be/OyOO-sLZBOY>
2. Sigurnost prije svega, Foto-filmska grupa OŠ Samobor - <https://youtu.be/JH7sougDmFY>
3. Pravilo 7, Hodači po žici, Zagreb - <https://youtu.be/s4i-RDYvt7k>

- Srednje škole:

1. Ne koristi mobitel kad voziš, Lea Šuper, Lički Osik - <https://youtu.be/Xjzeg8bOo2g>
2. Zanimarite poziv, Karlo Vorih, Zagreb - <https://youtu.be/mSg7cNnU-8Q>
3. Pričaj mi priču, Učenički dom Paola di Rosa, Dubrovnik - <https://youtu.be/Jz0NW4GSVG8>

- Studenti i mladi do 24. godine:

1. Pravilo 7, Marta Soljačić, Zadar - <https://youtu.be/FANyb1UkZkY>
2. Halo, Frane Pamić, Zagreb - <https://youtu.be/RVYpMmLHURA>
3. Poruke, Iva Vuković, Zagreb - <https://youtu.be/azHXN0IGUmc>

- ❖ Suradnja s obrazovnim institucijama: partnerstva s obrazovnim institucijama kao što su škole, fakulteti i autoškole može biti vrlo korisno za promicanje sigurnosti u prometu. To uključuje organiziranje predavanja, radionica i edukativnih programa u tim institucijama koje će pružiti temeljna znanja o važnosti odgovornog ponašanja na cestama.
- ❖ Izrade službenih stranica na društvenim mrežama koje će se prikazivati svaki put kad sudionici prometa uključe društvene mreže. Primjer ovakve strategije u funkciji sigurnosti u prometu je službena stranica na Facebooku pod nazivom „NE mobitelu u vožnji“, a administratori su s Fakulteta prometnih znanosti iz Zagreba.

Na osnovu javnog poziva Ministarstva unutarnjih poslova (MUP) za prijavu projekata iz područja sigurnosti cestovnog prometa na području Republike Hrvatske za 2022. godinu, Zavod za informacijsko-komunikacijski promet Fakulteta prometnih znanosti dobio je projekt Preventivno edukativni program „NE mobitelu u vožnji“ (radionice i promidžba).

Financijska potpora osigurana je iz sredstava Nacionalnog plana sigurnosti cestovnog prometa Republike Hrvatske za razdoblje od 2021. do 2030. Na svojoj stranici objavljuju razne sadržaje u cilju preventivnog djelovanja podizanja kolektivne svijesti, informiranja i edukacija vozača o negativnom utjecaju mobilnih uređaja tijekom vožnje.⁵ Svojim projektom žele organizirati tematske radionice i okrugle stolove, educirati buduće vozače i unaprijediti sustav prevencije korištenja mobilnih uređaja tijekom vožnje. Također, na svojoj službenoj Facebook stranici objavljuju sadržaje koje se odnose na početak školske godine i ukazuju koje opasnosti prijetе djeci zbog mobitela u vožnji.

Slika 3. Ne mobitelu u vožnji (<https://pt-br.facebook.com/NEmobiteluUvoznji>)



5. ANKETNO ISTRAŽIVANJE; REZULTATI I ANALIZA ANKETE

Ovo istraživanje ima za cilj istražiti koliko se koriste mobilne aplikacije tijekom vožnje te razloge za korištenje tih aplikacija. Upotreba mobilnih aplikacija tijekom vožnje je povezana s brojnim sigurnosnim rizicima. Ovo istraživanje o navikama i stavovima ljudi će nam pružiti uvid u trenutno stanje te prikupljene informacije mogu biti korisne za donošenje mjera i marketinških kampanja koje imaju za cilj osigurati sigurnost u prometu. Istraživanje će se provesti putem online ankete među građanima, a osobito među mladim vozačima. Anketni upitnik će se sastojati od najosnovnijih pitanja koja se odnose na dob, spol, razloge upotrebe mobitela u vožnji te koje vrste aplikacija koriste i razloge za njihovo korištenje. Također će biti postavljena pitanja koja se odnose na svijest o sigurnosnim rizicima povezanim s korištenjem mobilnih aplikacija u prometu.

Očekivani rezultat istraživanja je utvrditi da li većina sudionika koristi mobilne aplikacije i iz kojih razloga (npr. navigacija, komunikacija ili zabava, itd.). Također, istraživanje bi trebalo pružiti uvid u razinu svjesnosti sudionika o rizicima koji se mogu dogoditi tijekom korištenja. Rezultati ankete mogu biti korisni za razvojne kampanje i politike koje promiču sigurno ponašanje u prometu i podižu svijest o potencijalnim rizicima korištenja mobilnih aplikacija u tom kontekstu.

Istraživanje o upotrebi mobilnih aplikacija među građanima provedeno je na 130 ispitanika, a ciljana skupina su mladi do 35 godina. Istraživanje je provedeno anketom preko interneta u vremenu od svibnja do kolovoza 2023. godine.

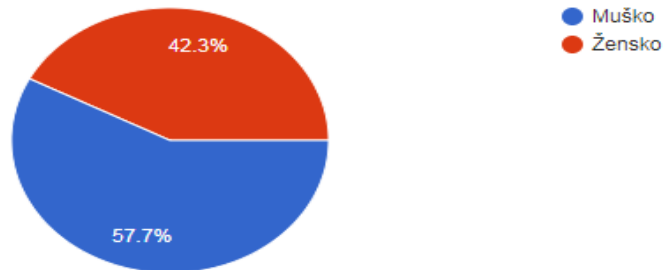
Većinom svi ispitanici (90%) posjeduju vozačku dozvolu, dok mali broj (10%) ne posjeduje vozaču dozvolu.

Od ukupnog broja anketiranih, bilo je 75 (57,7%) muškaraca i 55 (42,3%) žena.

Graf 1. Prikaz spolne strukture ispitanika

1. Odaberite spol

130 responses



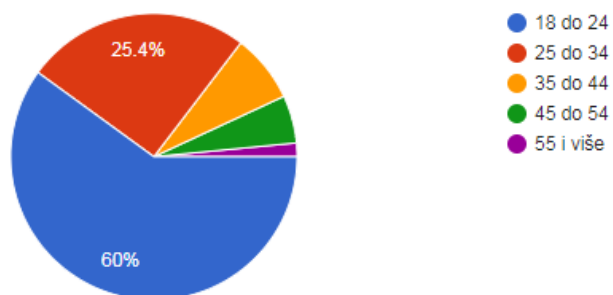
Izvor: izrada autora

Prema rezultatima ankete 78 ispitanika, odnosno 60% njih pripada dobnoj skupini od 18 godina do 24 godine, 33 ispitanika (25,4%) pripada skupini do 34 godine, a ostatak ispitanika je stariji od 34 godine, a najmanji broj ispitanika ulaze u dobnu skupinu iznad 45 godina. Zaključno, možemo vidjeti da je u anketi najzastupljenija upravo ciljna, najrizičnija skupina ispitanika, odnosno mladi vozači.

Graf 2. Prikaz dobne skupine ispitanika

2. Koliko godina imate?

130 responses



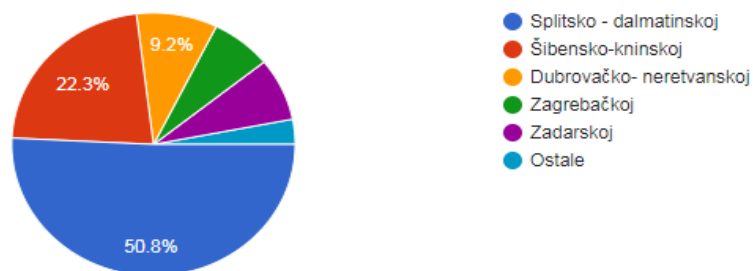
Izvor: izrada autora

U Grafu 3. možemo vidjeti kako je najviše ispitanika (50,8%) iz Splitsko-dalmatinske županije, njih 22,3% iz Šibensko-kninske županije, a ostatak ispitanika (17,7%) se nalazi u Dubrovačkoj, Zagrebačkoj, Zadarskoj i ostalim županijama.

Graf 3. Mjesto stanovanja ispitanika

3. U kojoj županiji živite?

130 responses



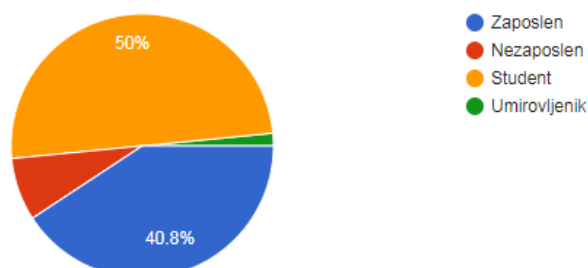
Izvor: izrada autora

Polovica ispitanika (50%) kao što možemo vidjeti u Grafu 4., očekivano je u statusu studenta, dok su ostali ispitanici, njih 53 (40,8%), u statusu zaposlene osobe a ostatak ispitanika je ili nezaposlen ili je umirovljenik.

Graf 4. Trenutačni status ispitanika

4. Koja od sljedećih kategorija opisuje Vaš trenutačni status?

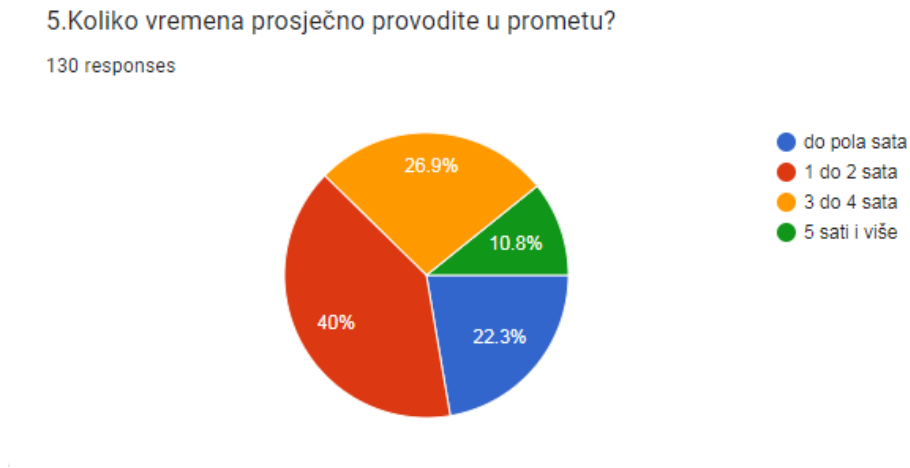
130 responses



Izvor: izrada autora

Prosječno provedeno vrijeme u prometu prikazano je u Grafu 5. Ispitanici najčešće provode 1 do 2 sata u prometu, odnosno 40%, 26,9% njih provode 3 do 4 sata u prometu, a ostatak ispitanika, mala količina njih provodi do pola sata ili 5 sati i više sati u prometu.

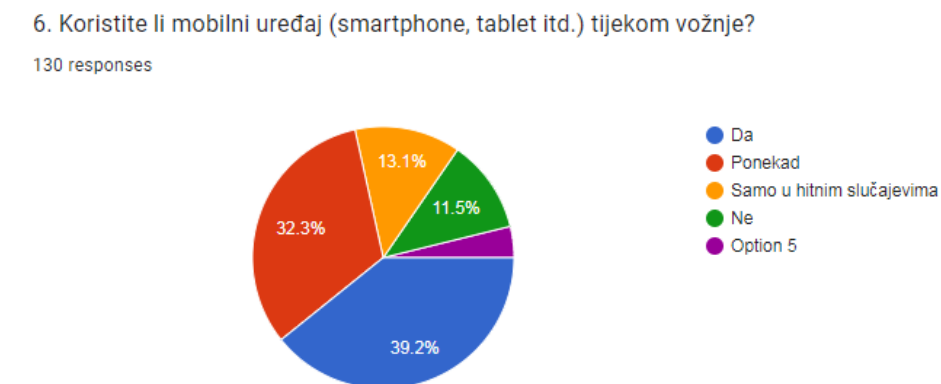
Graf 5. *Prosječno provedeno vrijeme u prometu*



Izvor: izrada autora

Graf 6. nam pokazuje da od 130 ispitanika njih 51 (39,2%) aktivno koristi mobilni uređaj tijekom vožnje, njih 42 (32,3%) ponekad koristi mobitel. U hitnim slučajevima samo 13,1 % njih koristi mobitel te jako mali broj ispitanika (11,5%) je odgovorilo da uopće ne koristi mobilni uređaj tijekom vožnje. Upotreba mobitela u prometu rapidno raste što predstavlja veliku opasnost za sigurnost u prometu.

Graf 6. *Učestalost korištenja mobilnih uređaja*



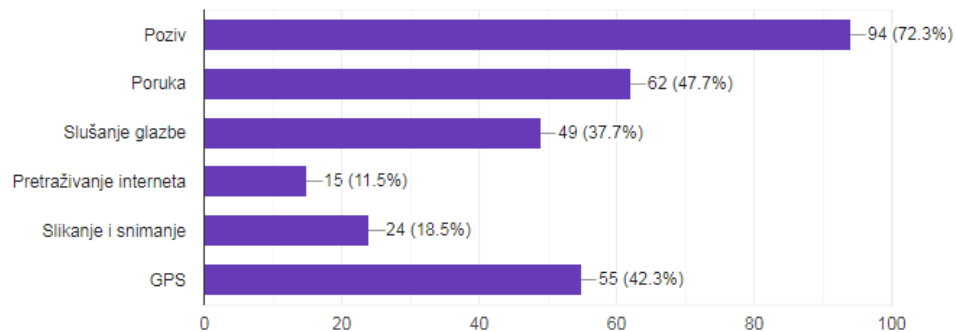
Izvor: izrada autora

U Grafu 7. prikazana je svrha korištenja mobitela tijekom vožnje. Veliki postotak ispitanika, njih 94 (72,3%), što je više nego pola ispitanika, koristi mobitel u svrhu poziva. Ostatak ispitanika velikim dijelom koristi mobitel u svrhu primanja i slanja poruka 47,7% te korištenja GPS-a 42,3%. Ostala svrha korištenja mobitela je za slušanje glazbe 37,7%, slikanje i snimanje 18,5% te pretraživanje interneta 11,5%.

Graf 7. Svrha korištenja mobilnih uređaja

7. Ako koristite, u koju ga svrhu koristite?

130 responses



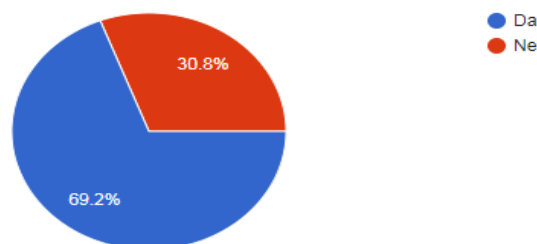
Izvor: izrada autora

Više od polovice ispitanika (69,2%) su odgovorili da koristi mobitel tijekom vožnje zbog neodgovdivih ili hitnih razloga, a ostatak ispitanika (30,8%) mobitel koristi u druge svrhe koje nisu hitne.

Graf 8. Korištenje mobitela zbog neodgovdivih ili hitnih situacija

8. Jesu li postojale situacije u kojima ste koristili mobitel tijekom vožnje zbog hitnih ili neodgovdivih razloga?

130 responses



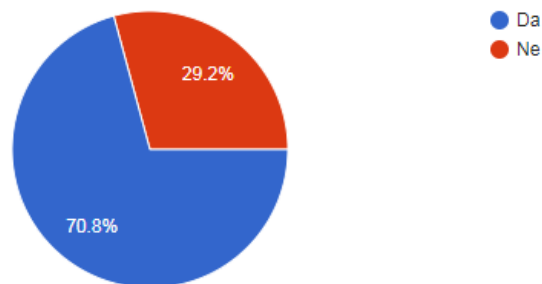
Izvor: izrada autora

Mobilne aplikacije/društvene mreže koje su danas sve popularnije i modernije se tijekom vožnje koriste u velikom broju, čak 70,8%. Mali broj ispitanika, njih 29,2% nam je odgovorio kako tijekom vožnje uopće ne koriste mobilne aplikacije/društvene mreže.

Graf 9. Korištenje mobilnih aplikacija/društvenih mreža

9. Koristite li mobilne aplikacije/društvene mreže tijekom vožnje?

130 responses



Izvor: izrada autora

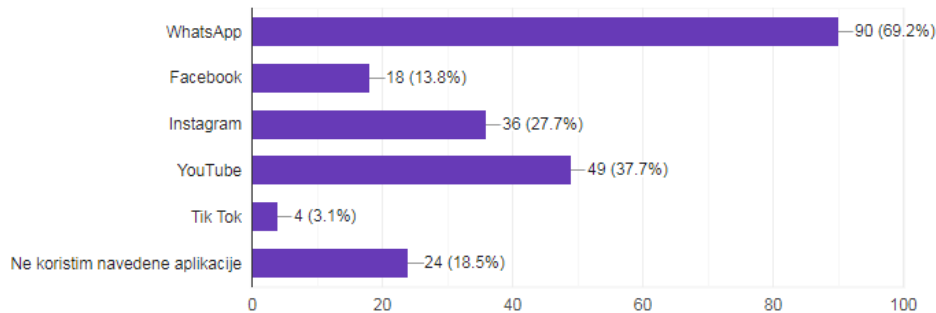
U Grafu 9. smo vidjeli da 70,8% ispitanika koristi mobilne aplikacije/društvene mreže tijekom vožnje, a u Grafu 10 je prikazano koje su to aplikacije/društvene mreže. Od 130 ispitanika njih 90 (69,2%) najviše koristi WhatsApp, a 24 ispitanika (18,5%) je navelo kako uopće ne koristi navedene aplikacije. Druga po redu najviše korištena aplikacija je YouTube 37,7% koja nam tijekom vožnje omogućuje slušanje glazbe po našem izboru. Ostale aplikacije/društvene mreže se koriste manje: Instagram 27,7%, Facebook 13,8% te Tik Tok najmanje 3,1%.

Graf 10. Najviše upotrebljavane mobilne aplikacije/društvene mreže

10. Ako je odgovor na prethodno pitanje da, koja je to vrsta aplikacija/društvenih mreža?

(molimo odaberite sve što se odnosi na vaše navike)

130 responses



Izvor: izrada autora

Graf 11. pokazuje glavne razloge za korištenje mobilnih aplikacija tijekom vožnje. Ispitanici su odgovorili da su glavni razlozi za korištenje mobilnih aplikacija uglavnom olakšavanje navigacije i pronalaženje odredišta – 60% te održavanje kontakta s obitelji, prijateljima i kolegama – 59,2%. Slušanje glazbe ili podcasta je sljedeći glavni razlog za korištenje mobitela – 43,1%. Ostali ispitanici koriste mobitel za zabavu 25,4%, a za praćenje vijesti ili informacija te ništa od navedenog je odgovorilo 7,7 %ispitanika.

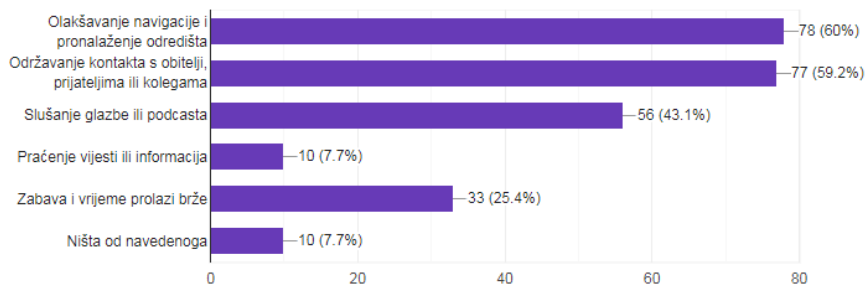
Graf 11. Glavni razlozi korištenja mobilnih aplikacija tijekom vožnje

11. Koji su glavni razlozi za korištenje mobilnih aplikacija tijekom vožnje?

(molimo odaberite sve što se odnosi na vaše navike)



130 responses



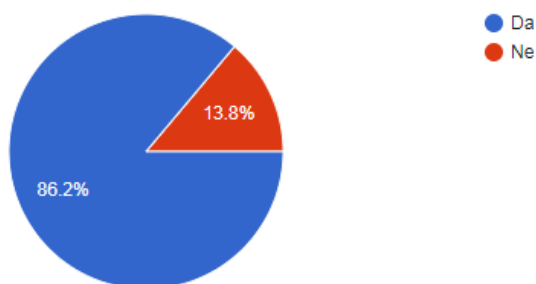
Izvor: izrada autora

Svjesnost korištenja mobitela tijekom vožnje nam je jako važna zato što vrlo lako vozači postanu nesvjesni svojih postupaka u vožnji koje mogu izazvati posljedice. Od 130 ispitanika njih 86,2% je svjesno koje posljedice mogu nastati, a ostatak ispitanika 13,8% nije svjesno posljedica što može uzrokovati velike probleme sigurnosti u prometu

Graf 12. *Svijest o rizicima korištenja mobitela u vožnji*

12. Jeste li svjesni koji rizici, odnosno posljedice mogu nastati tijekom korištenja mobitela u vožnji?

130 responses



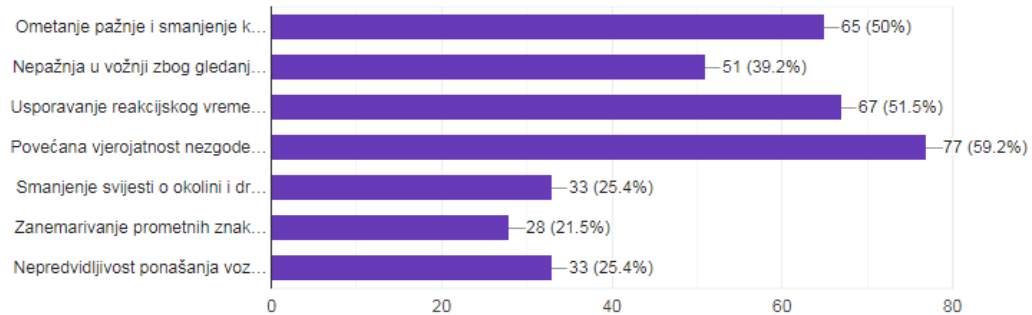
Izvor: izrada autora

Graf 13. pokazuje najčešće rizike koje su ispitanici smatraju da nastaju tijekom korištenja mobitela u vožnji. Povećana vjerojatnost nezgode je najčešći rizik koji se događa tijekom korištenja mobitela u vožnji – 59,2%, što zapravo i je cilj ovoga istraživanja da se dokaže kako je mobitel najveći uzrok prometnih nesreća. Prema rezultatima možemo uvidjeti da su ostali najčešći rizici ometanje pažnje i smanjenje koncentracije na cesti (50%), usporavanje reakcijskog vremena u slučaju hitnih situacija (51,5%), nepažnja u vožnji zbog gledanja ili korištenja mobitela (39,2%) , a ostatak rizika je smanjenje sviesnosti o okolini i drugim sudionicima u prometu (25,4%), zanemarivanje prometnih znakova i signalizacije (21,5%) te nepredvidljivost ponašanja vozača zbog korištenja mobitela (25,4%).

Graf 13. Najčešći sigurnosni rizik tijekom korištenja mobitela u vožnji

13. Koji sigurnosni rizik smatrate najčešćim tijekom korištenja mobitela u vožnji?
(molimo odaberite najrelevantniju opciju ili opcije)

130 responses



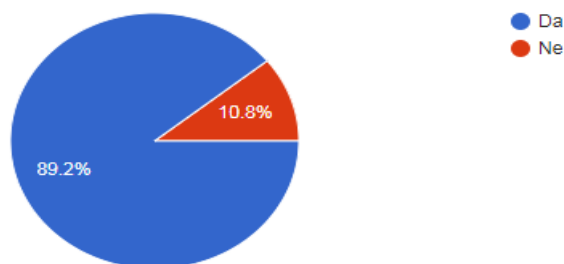
Izvor: izrada autora

Upotreba mobitela u vožnji predstavlja rizik kako za sve sudionike u prometu - 116 (89,2%) ispitanika se složilo s tom tvrdnjom , a 14 ispitanika (10,8%) se nije složilo s tom tvrdnjom.

Graf 14. Da li upotreba mobitela predstavlja rizik u prometu

14. Smatrate li da upotreba mobitela u vožnji predstavlja rizik kako za Vas tako i za druge sudionike u prometu?

130 responses



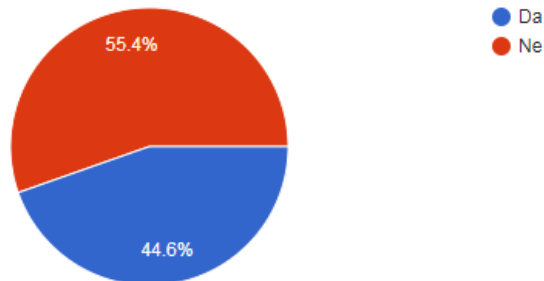
Izvor: izrada autora

Interesantno je da je 55,4% odgovorilo da nije sudjelovalo u prometnim nesrećama koje su nastale upravo zbog mobitela, dok je 44,6% ispitanika odgovorilo da je sudjelovalo u prometnim nesrećama koje su nastale upravo zbog mobitela.

Graf 15. *Sudjelovanja u prometnim nesrećama zbog mobitela*

15. Jeste li ikada bili sudionik ili svjedok prometne nesreće koja je nastala upravo zbog mobitela?

130 responses



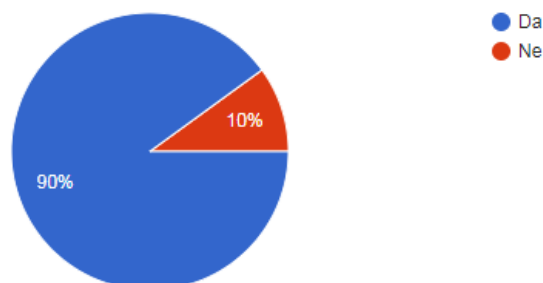
Izvor: izrada autora

Prema odgovorima ispitanika, čak 90% njih se slaže s činjenicom da bi trebalo biti uvedeno zakonsko ograničenje ili zabrana korištenja mobitela tijekom vožnje, što pokazuje više nego pozitivne rezultate ovog istraživanja jer možemo vidjeti da ipak ima sudionika u prometu koji su svjesni posljedica zbog mobitela. Mali broj sudionika, samo 10% njih se ne slaže s ovom činjenicom.

Graf 16. *Uvođenje zakonskog ograničenja ili zabrana korištenja mobitela tijekom vožnje*

16. Smatrate li da li bi trebalo biti uvedeno zakonsko ograničenje ili zabrana korištenja mobitela tijekom vožnje?

130 responses



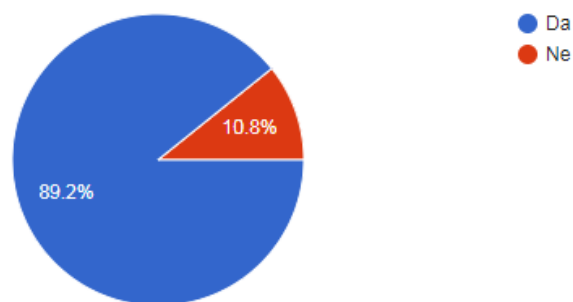
Izvor: izrada autora

Na pitanje smatraju li da bi neke marketinške kampanje/ radionice mogle povećati svjesnost posljedica korištenja mobilnih uređaja, njih 89,2% odgovorilo je pozitivno, a njih 10,8% je odgovorilo kako to ne može pomoći.

Graf 17. Povećanje svjesnosti korištenja mobitela pomoću marketinških kampanja

17. Smatrate li da bi neke marketinške kampanje/radionice mogle povećati svjesnost posljedica korištenja mobilnih uređaja tijekom vožnje?

130 responses



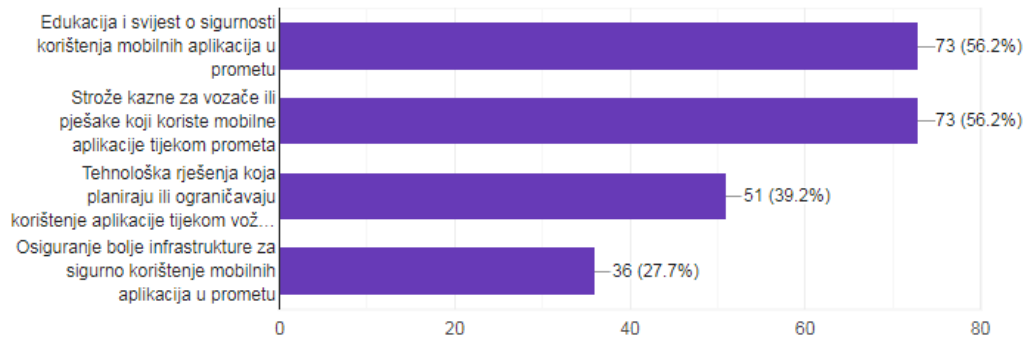
Izvor: izrada autora

Pozitivno dani odgovori na pitanje 16. i 17. pokazuju kako bi se trebale uvesti neke promjene kako bismo postali još svjesniji posljedica koje nastaju tijekom korištenja mobitela u vožnji, a neki od prijedloga tih promjena prikazani su u Grafu 18. Ispitanici su se jednako složili oko mjera edukacije te strožih kazni za vozače koji koriste mobilne uređaje tijekom vožnje kao dvije najvažnije mjere (56,2%). 39,2% ispitanika podržava mjeru tehnoloških rješenja koja planiraju ili ograničavaju korištenje aplikacije tijekom vožnje, a najmanje podržana mjera je osiguranje bolje infrastrukture za sigurno korištenje mobilnih aplikacija u prometu – 27,7%.

Graf 18. Mjere promicanja sigurne upotrebe mobilnih aplikacija u prometu

18. Koje biste mjere podržali za promicanje sigurne upotrebe mobilnih aplikacija u prometu? (Molimo da odaberete sve što se odnosi na vaše mišljenje.)

130 responses



Izvor: izrada autora

Ispitanici su naveli i sljedeće prijedloge:

- ❖ Češće kontrole od strane policije
- ❖ Strože kazne, više nadzornih kamera
- ❖ Postaviti više kamera po cesti radi brze vožnje, bolje osvijetliti i označiti pješačke prijelaze
- ❖ Aplikacija ugrađena u auto koja odgovara na glas i komunicira zvukom sa vozačem (npr. pročita poruku na glas i upisuje odgovor koji vozač diktira)
- ❖ Više marketinških aktivnosti koje ukazuju koje posljedice mogu nastati zbog mobitela te više upozorenja na prometnicama
- ❖ Povećati signalizirana upozorenja, npr. Recite ne mobitelima u vožnji
- ❖ Spajanje mobitela na auto te korištenje ekrana tj. panela u autu jer je user-friendly
- ❖ Osmisliti aplikaciju koja će moći vozača obavijestiti o dolaznim porukama i pozivima
- ❖ Poticanje na postavljanje mobilnih uređaja u posebne držače ili nosače koji su prilagođeni za upotrebu tijekom vožnje
- ❖ Razvoj aplikacija koje automatski onemogućavaju funkcije mobilnih uređaja dok se vozi ili nude nagrade za vozače koji ne koriste mobitel tijekom vožnje

- ❖ Postavite mobilni uređaj izvan dosega ruke tijekom vožnje kako biste smanjili iskušenje za provjeravanje poruka ili poziva
- ❖ Promoviranje odgovorne upotrebe mobilnih uređaja: Marketinške kampanje mogu također promovirati odgovornu upotrebu mobilnih uređaja tijekom vožnje i poticati vozače na zaustavljanje kako bi koristili svoj mobitel
- ❖ Postavljanje kamera u auto mladih vozača
- ❖ Aktiviranje automatskih odgovora/poruka na mobilnom uređajima tijekom vožnje
- ❖ Stvaranje kompanja protiv upotrebe mobitela s emotivnim i edukativnih porukama
- ❖ Dodavanje opcije "Drive Mode" na mobilne uređaje koja automatski onemogućava pristup poukama i pozivima tijekom vožnje
- ❖ Redovito praćenje i objava statistika o nesrećama uzrokovanim korištenjem mobitela kako bi se ocijenila učinkovitost sigurnosnih mjera
- ❖ Organizacija kampanja za podizanje svijesti o opasnostima korištenja mobitela čak i na semaforima ili u gužvama gdje je veća vjerojatnost prometne nesreće
- ❖ Postavljanje sigurnosnih zona za zaustavljanje tijekom vožnje gdje vozači mogu sigurno koristiti svoje mobilne uređaje
- ❖ Nagrađivanja vozača koji sudjeluju u programima za smanjenje upotrebe mobitela tijekom vožnje s popustima na osiguranje

6. ZAKLJUČAK

U današnjem društvu, prometna sigurnost predstavlja jedan od najvažnijih prioriteta s obzirom na sve veći broj vozila na cestama i kompleksne izazove koje donosi suvremeni promet. Ovaj istraživački rad fokusira se na iskorištavanje marketinških pristupa i tehnika kako bi se poboljšala sigurnost u prometu, posebno s obzirom na problem neodgovornog korištenja mobilnih uređaja tijekom vožnje.

Postavljeni cilj ovog rada bio je ispitati uzroke korištenja mobilnih uređaja sudionika u prometu, te da li marketing kampanje doprinose smanjenju ovih rizika. Ovo istraživanje naglašava važnost kontinuirane edukacije i svijesti o sigurnosti u prometu te pruža smjernice za buduće napore usmjerene na poboljšanje prometne sigurnosti i zaštitu života svih sudionika na cestama.

Zaključak istraživanja o upotrebi mobilnih uređaja u prometu među mladim vozačima jasno ukazuje na ozbiljan problem koji zahtijeva hitnu pažnju i intervenciju. Rezultati istraživanja sugeriraju da mladi vozači često koriste mobilne uređaje tijekom vožnje, što značajno povećava rizik od prometnih nesreća i ozljeda. Ovo istraživanje također je identificiralo nekoliko ključnih čimbenika koji utječu na ovakvo ponašanje, uključujući naviku i ovisnost o društvenim medijima. Ključna je poruka, da iako postoji svijest o riziku i potencijalnim posljedicama, sudionici u prometu i dalje koriste mobilne uređaje.

S obzirom na ozbiljnost ovog problema, preporučuje se niz preventivnih mjera kako bi se smanjila upotreba mobilnih uređaja u prometu među mladim vozačima. To uključuje strože zakone i kazne za vozače koji koriste mobilne uređaje tijekom vožnje, edukaciju i podizanje svijesti o opasnostima koje takvo ponašanje nosi, te razvoj tehnoloških rješenja koja bi mogla smanjiti distrakciju vozača, poput sustava za hands-free komunikaciju.

Ključno je naglasiti da su mladi vozači vitalna skupina u prometu te je njihova sigurnost od iznimne važnosti. Istraživanje je istaknulo potrebu za kontinuiranim praćenjem ove problematike te suradnjom između vlada, prometnih organizacija i društvenih medija kako bi se zajednički radilo na rješavanju ovog problema i osigurala sigurnija budućnost u cestovnom prometu za mlade vozače i sve ostale sudionike u prometu.

LITERATURA

Bukljaš Skočibušić, M.; Bukljaš, Z.: Zaštita u prometu, Zagreb, 2015
Bilten o sigurnosti cestovnog prometa, Zagreb, Republika Hrvatska, Ministarstvo unutarnjih poslova, 2010. – 2019.

Cerovac, V. (2001), Tehnika i sigurnost prometa, Zagreb, Fakultet prometnih znanosti

Dragutinovic N., Twisk D. (2005): Use of mobile phones while driving – effects on road safety, Leidschendam

Prelčec, I (2020): Utjecaj korištenja mobilnih uređaja na vozačevu percepciju prometne signalizacije, diplomski rad, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, dostupno na:

file:///C:/Users/Maja/Downloads/diplomski_rad_ivana_prelcec_0135237882-1.pdf

Ščukanec. A.: Autorizirana predavanja iz kolegija Prometna signalizacija, Fakultet prometnih znanosti, Akademska godina 2019. / 2020.

Zakon o sigurnosti prometa na cestama (NN 67/08, 48/10., 74/11, 80/13, 158/13, 92/14,64/15, 108/17, 70/19, 42/20)

Izvori s interneta:

CONVOY – Udruga profesionalnih vozača (pristupljeno 11.09.2023.):

<https://www.convoy.hr/sigurnost/distrakcija-u-voznji/>

European Commission: Cell phone use while driving, 2018. (pristupljeno 20.08.2023)

<https://road-safety.transport.ec.europa.eu/system/files/2021-07/ersosynthesis2018-cellphone.pdf>

Regan Peggs SOLICITORS (pristupljeno 20.08.2023.):

<https://www.reganpeggs.com/using-mobile-phone-driving/>

HAK – Sigurnost u prometu (pristupljeno 08.09.2023.):

<https://www.hak.hr/sigurnost-u-prometu/projekti/pravilo7/>

Fakultet prometnih znanosti – UniZg – NE mobitelu u vožnji (pristupljeno 11.09.2023.):

<https://pt-br.facebook.com/NEmobiteluUvoznji>

Hrvatska udruga menadžera sigurnosti (pristupljeno 26.05.2023.):

<https://npscp.hr/vijesti/item/1038-obilježavanje-dana-bez-mobitela-u-prometu-2023-u-pozegi>

Udruga CONVOY: <https://www.convoy.hr/netipkajsamovozi/ne-tipkaj-samo-vozi-sigurnosna-kontrolna-lista/>

POPIS SLIKA

Slika 1. Ne koristi dok voziš (<https://npscp.hr/vijesti/item/1038-obiljezavanje-dana-bez-mobitela-u-prometu-2023-u-pozegi>)

Slika 2. Ne tipkaj samo vozi (<https://www.convoy.hr/netipkajsamovozi/ne-tipkaj-samo-vozi-sigurnosna-kontrolna-lista/>)

Slika 3. Ne mobitelu u vožnji (<https://pt-br.facebook.com/NEmobiteluUvoznji>)

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Prikaz spolne skupine ispitanika

Graf 2. Prikaz dobne skupine ispitanika

Graf 3. Mjesto stanovanja ispitanika

Graf 4. Trenutačni status ispitanika

Graf 5. Prosječno provedeno vrijeme u prometu

Graf 6. Učestalost korištenja mobilnih uređaja

Graf 7. Svrha korištenja mobilnih uređaja

Graf 8. Neodgodive ili hitne situacije korištenja mobitela

Graf 9. Korištenje mobilnih aplikacija/društvenih mreža

Graf 10. Najviše upotrebljavane mobilne aplikacije/društvene mreže

Graf 11. Glavni razlozi za korištenje mobilnih aplikacija tijekom vožnje

Graf 12. Rezultati svjesnosti korištenje mobitela u vožnji

Graf 13. Najčešći sigurnosni rizik tijekom korištenja mobitela u vožnji

Graf 14. Da li upotreba mobitela predstavlja rizik u prometu

Graf 15. Sudjelovanja u prometnim nesrećama zbog mobitela

Graf 16. Uvođenje zakonskog ograničenja ili zabrana korištenja mobitela tijekom vožnje

Graf 17. Povećanje svjesnosti korištenja mobitela pomoću marketinških kampanja

Graf 18. Mjere promicanja sigurne upotrebe mobilnih aplikacija u prometu

Prilog – Anketa: Upotreba mobilnih aplikacija u prometu među građanima

1. Odaberite spol

- Muško
- Žensko

2. Koliko godina imate?

- 18 do 24
- 25 do 34
- 35 do 44
- 45 do 54
- 55 i više

3. U kojoj županiji živite?

- Splitsko – dalmatinskoj
- Šibensko – kninskoj
- Dubrovačko – neretvanskoj
- Zagrebačkoj
- Zadarskoj
- Ostale

4. Koja od sljedećih kategorija opisuje Vaš trenutni status?

- Zaposlen
- Nezaposlen
- Student
- Umirovljenik

5. Koliko vremena prosječno provodite u prometu?

- do pola sata
- 1 do 2 sata
- 3 do 4 sata
- 5 sati i više

6. Koristite li mobilni uređaj (smartphone, tablet itd.) tijekom vožnje?

- Da
- Ponekad
- Samo u hitnim slučajevima
- Ne

7. Ako koristite, u koju ga svrhu koristite?

- Poziv
- Poruka
- Slušanje glazbe
- Pretraživanje interneta
- Slikanje i snimanje
- GPS

8. Jesu li postojale situacije u kojima ste koristili mobitel tijekom vožnje zbog hitnih ili neodgodivih razloga?

- Da
- Ne

9. Koristite li mobilne aplikacije/društvene mreže tijekom vožnje?

- Da
- Ne

10. Ako je odgovor na prethodno pitanje da, koja je to vrsta mobilnih aplikacija /društvenih mreža?

(molimo odaberite sve što se odnosi na vaše navike)

- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Tik Tok
- Ne koristim navedene aplikacije

11. Koji su glavni razlozi za korištenje mobilnih aplikacija tijekom vožnje?

(molimo odaberite sve što se odnosi na vaše navike)

- Olakšavanje navigacije i pronalaženje odredišta
- Održavanje kontakta s obitelji, prijateljima ili kolegama
- Slušanje glazbe ili podcasta
- Praćenje vijesti ili informacija
- Zabava i vrijeme prolazi brže
- Ništa od navedenoga

12. Jeste li svjesni koji rizici, odnosno posljedice mogu nastati tijekom korištenja mobitela u vožnji?

- Da
- Ne

13. Koji sigurnosni rizik smatrate najčešćim tijekom korištenja mobitela u vožnji? (molimo odaberite najrelevantniju opciju ili opcije)

- Ometanje pažnje i smanjenje koncentracije na cesti
- Nepažnja u vožnji zbog gledanja ili korištenja mobitela
- Usporavanje reakcijskog vremena u slučaju hitnih situacija
- Povećana vjerojatnost nezgode uslijed nepažnje
- Smanjenje svijesti o okolini i drugim sudionicima u prometu
- Zanemarivanje prometnih znakova i signalizacije
- Nepredvidljivost ponašanja vozača zbog korištenja mobitela

14. Smatrate li da upotreba mobitela u vožnji predstavlja rizik kako za Vas tako i za druge sudionike u prometu?

- Da
- Ne

15. Jeste li ikada bili sudionik ili svjedok prometne nesreće koja je nastala upravo zbog mobitela?

- Da
- Ne

16. Smatrate li da bi trebalo biti uvedeno zakonsko ograničenje ili zabrana korištenja mobitela tijekom vožnje?

- Da
- Ne

17. Smatrate li da bi neke marketinške kampanje/radionice mogle povećati svjesnost posljedica korištenja mobilnih uređaja tijekom vožnje?

- Da
- Ne

18. Koje biste mjere podržali za promicanje sigurne upotrebe mobilnih aplikacija u prometu?
(Molimo da odaberete sve što se odnosi na vaše mišljenje.)

- Edukacija i svijest o sigurnosti korištenja mobilnih aplikacija u prometu
- Strože kazne za vozače ili pješake koji koriste mobilne aplikacije tijekom prometa
- Tehnološka rješenja koja planiraju ili ograničavaju korištenje aplikacije tijekom vožnje ili hodanja
- Osiguranje bolje infrastrukture za sigurno korištenje mobilnih aplikacija u prometu

19. Navedite kratko Vaše prijedloge za povećanje sigurnosti u prometu?

- _____

SAŽETAK

Prometna sigurnost predstavlja jedan od najvažnijih prioriteta u današnjem društvu. S porastom broja vozila na cestama i složenim izazovima suvremenog prometa, osiguravanje sigurnog okruženja za sve sudionike u prometu postaje ključni cilj. U tom kontekstu, marketinške strategije i alati mogu igrati značajnu ulogu u unaprjeđenju prometne sigurnosti. Korištenjem marketinških pristupa i tehnika moguće je utjecati na ponašanje sudionika u prometu, educirati ih o rizicima te potaknuti ih na usvajanje sigurnih praksi. Cilj ovog rada jest razviti marketinšku strategiju koja će rezultirati smanjenim i odgovornijim korištenjem mobilnih uređaja među sudionicima u prometu. Istaknuto je da su mladi vozači ključna skupina u prometu, te je njihova sigurnost od iznimnog značaja. Rezultati istraživanja naglašavaju potrebu za neprestanim praćenjem ove problematike i za suradnjom između vlada, prometnih organizacija i društvenih medija kako bi se zajednički radilo na rješavanju ovog problema i osigurala sigurnija budućnost u cestovnom prometu za mlade vozače i sve druge sudionike u prometu.

Ključne riječi: prometna sigurnost, mladi vozači, marketinške tehnike

SUMMARY

Traffic safety represents one of the most important priorities in today's society. With the increasing number of vehicles on the roads and the complex challenges of modern traffic, ensuring a safe environment for all road users becomes a key objective. In this context, marketing strategies and tools can play a significant role in improving traffic safety. By using marketing approaches and techniques, it is possible to influence the behavior of traffic participants, educate them about risks, and encourage them to adopt safe practices. The goal of this paper is to develop a marketing strategy that will result in reduced and more responsible use of mobile devices among traffic participants. It is emphasized that young drivers are a crucial group in traffic, and their safety is of paramount importance. The research results highlight the need for continuous monitoring of this issue and for collaboration between governments, traffic organizations, and social media to collectively work on addressing this problem and ensuring a safer future in road traffic for young drivers and all other traffic participants.

Keywords: traffic safety, young drivers, marketing techniques