

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Průzkum spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích

Tereza Mašková

Bakalářská práce

2020

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera
Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Tereza Mašková**
Osobní číslo: **D16595**
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**
Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**
Téma práce: **Průzkum spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích**
Zadávací katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

Zásady pro vypracování

Úvod

1. Teoretické aspekty průzkumu spokojenosti cestujících
 2. Průzkum spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích
 3. Návrh opatření ke zvýšení úrovně spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích
- Závěr

Rozsah pracovní zprávy: **40-50 stran**
Rozsah grafických prací: **dle doporučení vedoucí/ho**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

dle pokynů vedoucí/ho práce

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Nina Kudláčková, Ph.D.**
Katedra dopravního managementu, marketingu
a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **31. října 2019**
Termín odevzdání bakalářské práce: **29. května 2020**

L.S.

doc. Ing. Libor Švadlenka, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Jaroslava Hyršlová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 15. května 2020

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7 /2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 27. 5. 2020

Tereza Mašková

Ráda bych poděkovala vedoucí práce Ing. Nině Kudláčkové, Ph.D., za vstřícný přístup a cenné rady při zpracování mé bakalářské práce. Dále patří poděkování všem mým blízkým za neustálou podporu a motivaci při studiu.

ANOTACE

Bakalářská práce se zaměřuje na problematiku spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích. V rámci zpracování tématu jde o teoretické vymezení problematiky průzkumu spokojenosti cestujících. V analytické části bakalářské práce je realizováno dotazníkové šetření, jehož respondenti jsou cestující využívající MHD v Českých Budějovicích. Na základě výsledků z analytické části je navrženo opatření ke zvýšení spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích.

KLÍČOVÁ SLOVA

městská hromadná doprava, spokojenost zákazníka, dotazník, marketingový výzkum

TITLE

Survey of passengers contentment with public transport in České Budějovice

ANNOTATION

This bachelor thesis describes a research focused on passengers' level of contentment with the public transport in České Budějovice. The topic consists of theoretical demarcation of the research and a questionnaire. The analytical part of the bachelor thesis describes the results of the questionnaire answered by passengers using the services of the public transport in České Budějovice. Based on the results of the analytical part a solution is proposed to increase the passengers' satisfaction with the public transport in České Budějovice.

KEYWORDS

public transport, customer's satisfaction, questionnaire, marketing research

OBSAH

ÚVOD.....	9
1	TEORETICKÉ ASPEKTY PRŮZKUMU SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH 10
1.1	Kvalita v dopravě 11
1.2	Ukazatele kvality 12
1.2.1	Dosažitelnost 12
1.2.2	Přístupnost 13
1.2.3	Informace 13
1.2.4	Čas..... 13
1.2.5	Péče o zákazníka 14
1.2.6	Pohodlí 14
1.2.7	Bezpečnost 14
1.2.8	Dopad na životní prostředí 15
1.3	Průzkum spokojenosti cestujících..... 15
1.3.1	Druhy marketingového výzkumu 16
1.3.2	Techniky sběru dat 17
1.3.3	Dotazování 18
1.3.4	Dotazník 19
1.3.5	Výběr vzorku respondentů..... 22
1.3.6	Proces marketingového výzkumu 24
1.4	Shrnutí..... 25
2	PRŮZKUM SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH 27
2.1	Historie Dopravního podniku města České Budějovice..... 27
2.2	Základní informace o Dopravním podniku města České Budějovice 28
2.3	Vozový park 29
2.4	Analýza průzkumu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích..... 30
2.4.1	Dosažitelnost 33
2.4.2	Přístupnost 37
2.4.3	Informace 41
2.4.4	Čas..... 44
2.4.5	Péče o zákazníka 46
2.4.6	Pohodlí 50
2.4.7	Bezpečnost 56

2.4.8	Dopad na životní prostředí	58
2.5	Shrnutí.....	61
3	NÁVRH OPATŘENÍ KE ZVÝŠENÍ ÚROVNĚ SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH	63
3.1	Četnost spojů o svátcích a o víkendech	63
3.2	Komfort zastávek MHD	64
3.3	Informace	65
3.4	Dostupnost jízdenek	67
3.5	Dodržování jízdního řádu	68
	ZÁVĚR.....	70
	POUŽITÁ LITERATURA.....	71
	SEZNAM TABULEK.....	74
	SEZNAM OBRÁZKŮ	75
	SEZNAM ZKRATEK.....	78
	SEZNAM PŘÍLOH.....	79

ÚVOD

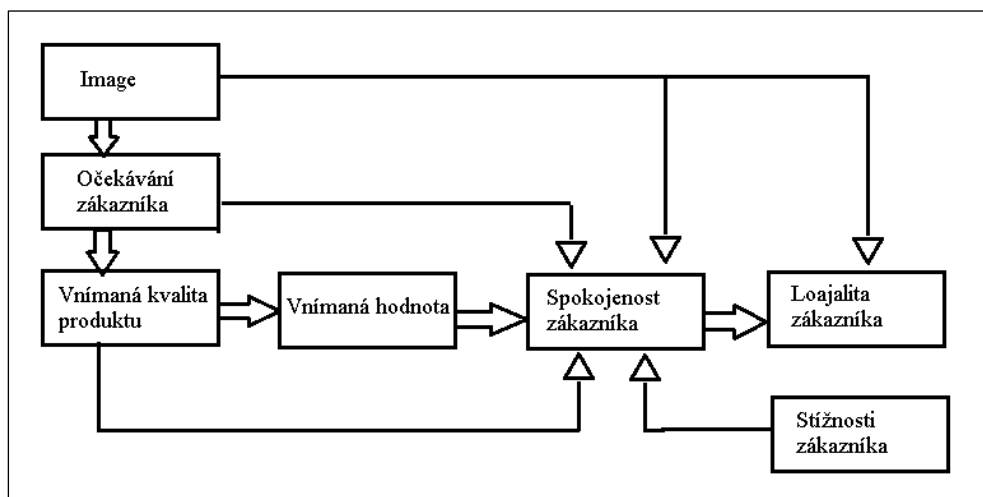
Problematika spokojenosti cestujících s městskou hromadnou dopravou (dále MHD) je v současné době velmi aktuální téma, neboť cestující kladou vyšší nároky na samotný dojem z celkové kvality přepravy. Obecně je známo, že spokojený zákazník se vrací, tudíž by měla být spokojenost cestujících pro dopravní podniky jedním z nejdůležitějších faktorů. Nespokojení zákazníci totiž mohou začít využívat jiný druh dopravy, kterým většinou bývá individuální automobilová doprava (dále IAD). Tím dochází k přehlcování měst dopravními prostředky s čímž je spojená vysoká hustota provozu a také vysoká zátěž životního prostředí, které vysoce ovlivňuje provoz a život v celém městě. Dopravní podniky by se tedy měly neustále snažit, aby byli cestující spokojeni a vraceli se. Spokojenost cestujících se odvíjí především od kvality přepravy a tu vnímá každý cestující jinak. Proto je důležité neustále zjišťovat úroveň spokojenosti cestujících, aby mohlo docházet k neustálému zlepšování přepravní služby.

Cílem bakalářské práce je na základě teoretického vymezení problematiky spokojenosti cestujících provést analýzu stávajícího stavu spokojenosti cestujících prostřednictvím dotazníkového šetření a na základě výsledků analýzy navrhnout opatření ke zvýšení spokojenosti cestujících se službami Dopravního podniku města České Budějovice, a. s. (dále DPMCB).

1 TEORETICKÉ ASPEKTY PRŮZKUMU SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH

Nový a Petzold (2006) uvádí, že spokojenost je pocit štěstí, který vychází z odstranění nedostatku. Zákazník je tedy šťastný tehdy, když je uspokojen jeho kupní motiv. Pojem spokojenost je velmi subjektivní kategorie, která je vysoce individuální. Existují lidé, kteří jsou nenároční a jsou tudíž spokojeni v podstatě vždy. Naopak existují lidé, kteří nejsou spokojeni nikdy, z toho důvodu se hodnocení jednotlivých zákazníků pohybuje výrazně na individuální škále. Dle Kozla et al. (2006) se spokojený zákazník vrací, je loajální a je ochotný tolerovat i vyšší cenu, protože firmě nebo značce věří. S tím je spojený tzv. snowball efekt – to znamená, že zákazník produkt doporučuje a sděluje své kladné zkušenosti dalším potencionálním zákazníkům. Navíc podle Haga (2003) stojí pouhou desetinu ceny si zákazníka uchovat v porovnání s jeho získáním. Proto je dobré si zákazníka držet, když už ho máme.

Dále Kozel et al. (2006) tvrdí, že spokojenost zákazníka vychází z teorie rozporu. Teorie rozporu spočívá ve stanovení očekávání o parametrech produktu, následně jeho užitku a srovnání se zkušeností po nákupu. Pokud je tato zkušenost vyšší než očekávání, zákazník je spokojen. Pokud to tak není, zákazník je nespokojen. Spokojenost je ovlivněna následujícími faktory, jejichž vztahy mezi nimi lze vyjádřit modelem na obrázku 1.



Obrázek 1 Model spokojenosti zákazníka (Foret a Stávková, 2003)

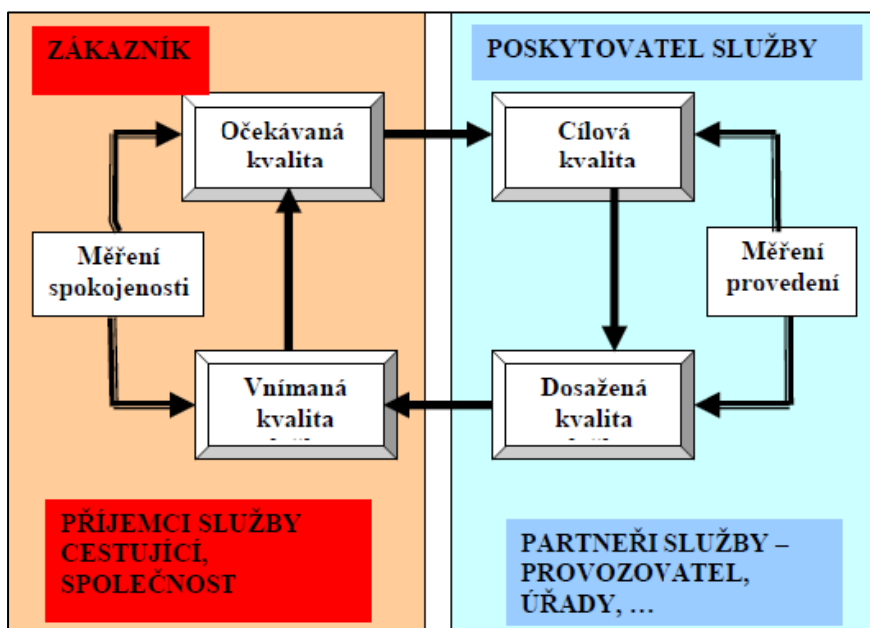
Kozel et al. (2006) tyto faktory popisuje následovně:

- Image, která představuje vztah zákazníka k produktu, značce nebo firmě.
- Očekávání zákazníka, které se vztahuje k individuálním představám zákazníka o produktu.

- Vnímaná kvalita, která se netýká jen samotného produktu, ale také veškerých doprovodných služeb.
- Vnímaná hodnota, která je spojena s cenou produktu a zákazníkem očekávaným užitekem (lze vyjádřit jako poměr ceny a vnímané kvality).
- Stížnosti zákazníka, které jsou důsledkem vyššího očekávání než výkonu.
- Loajalita zákazníka, která se projevuje opakovaným nákupem, tolerancí cen a dobrými referencemi potenciálním zákazníkům.

1.1 Kvalita v dopravě

Dle Molkové (2013) se stupeň spokojenosti zákazníka vždy odvíjí od rozdílu mezi kvalitou očekávanou a vnímanou. Základní prvky cyklu kvality služby vycházejí ze schématu na obrázku 2.



Obrázek 2 Cyklus kvality služby (Molková, 2013)

Očekávaná kvalita je dle Molkové (2013) taková, kterou vyžaduje zákazník. Cílová kvalita služby je úroveň kvality, kterou se snaží poskytnout dopravce nebo provozovatel cestujícím. Dosažená neboli poskytovaná kvalita je naopak skutečně dosahovaná úroveň kvality služby, kterou dopravce nebo provozovatel poskytuje každý den. Vnímaná kvalita služby je, jak popisuje Molková (2013) taková kvalita, která je přijímána a hodnocena cestujícím. Závisí na informacích, které zákazníci o službě mají a na osobních zkušenostech, které zákazníci získají. Lze ji měřit například pomocí průzkumů spokojenosti zákazníka.

Dále Molková (2013) dělí kvalitu na vnitřní a vnější. Vnější neboli externí kvalita je vnímána zákazníkem a projevuje se zejména v místech styku se zákazníkem (například

v místech prodeje jízdenek). Vnitřní neboli interní kvalita je vnímána z pohledu provozovatele, kdy je důraz kladen především na organizaci provozu a zajištění ekonomického, bezpečného a ekologicky vhodného způsobu řízení dopravního procesu.

Široký (2013, str. 236) uvádí: „*Na MHD jsou kladeny obecné požadavky, které by měla splňovat:*

- *poskytování přepravních příležitostí všem osobám na území daného města nebo městské aglomerace,*
- *celoplošná obslužnost území tvořená směrovou orientací sítí a pěší plošnou dostupností zastávek a přestupních uzlů,*
- *časová dostupnost území tvořená pěší časovou dostupností zastávek a uzlů společně s jízdní dobou při přepravě v dopravním prostředku,*
- *periodický (tedy intervalový, resp. taktový) provoz umožňuje použitelnost systému bez detailní znalosti jízdních řádů,*
- *pravidelnost, spolehlivost, komfort a bezpečnost, hygienické a estetické aspekty,*
- *výhodnost použití ve srovnání s IAD, v rychlosti a ekonomické výhodnosti.*“

Drdla (2005, str. 7) definuje MHD takto: „*Městská hromadná doprava je charakterizována jako činnost spjatá s cílevědomým hromadným přemísťováním osob a definovaných hmotných předmětů v předpokládaných objemových a definovaných časových a prostorových souvislostech za použití pro tento typ vhodných dopravních prostředků a technologií.*“

1.2 Ukazatele kvality

Kvalita poskytované dopravy služby je dle Drdly (2018) soustava aspektů, které jsou označovány jako ukazatele kvality. Mezi nejdůležitější ukazatele kvality se dle Molkové (2013) řadí dosažitelnost, přístupnost, informace, čas, péče o zákazníka, pohodlí, bezpečnost a dopad na životní prostředí.

1.2.1 Dosažitelnost

Dosažitelnost dle Molkové (2013) řeší rozsah nabízené služby z hlediska geografického, časového a z hlediska četností spojů. Mojžíš, Graja a Vančura (2008) tvrdí, že do této skupiny patří druh dopravy, provoz, síť a vhodnost. Pod pojem provoz spadá provozní doba, frekvence a zatížení vozidel. Síť se rozumí vzdálenost stanic, přestupovost a planiovost. Drdla (2018) definuje četnost spojů jako počet nabídnutých cestovních příležitostí. Dále Drdla

(2018) uvádí, že četnost spojů může být odlišná. Závisí na počtu cestujících, na úrovni pohodlí a kapacitě dopravních prostředků.

1.2.2 Přístupnost

Podle Molkové (2013) je přístupnost důležitá vazba na ostatní druhy dopravy v rámci integrovaného dopravního systému (dále IDS), mimo něj a na IAD. Drdla (2018) rozděluje dopravu v městských aglomeracích do třech skupin:

- individuální městská (případně příměstská) doprava – pěší doprava, cyklistická a motocyklistická doprava, taxislužba a IAD,
- MHD – jednotlivé subsystémy MHD (autobusový, trolejbusový, tramvajový subsystém a rychlodrážní doprava),
- hromadná příměstská (vnější) doprava – doprava provozovaná na linkách, které významně překračují hranice města různými dopravními prostředky (jedná se například o příměstskou dopravu železniční či silniční autobusovou).

Podle Mojžíše, Graji a Vančury (2008) je velmi důležitá dostupnost jízdenek, jejich prodej v síti i mimo ni a také jejich platnost.

1.2.3 Informace

Podle Drdly (2018) musí být veškeré potřebné informace dostupné nejen pro cestující, ale také pro řidiče, dispečery a další vedoucí pracovníky. Mojžíš, Graja a Vančura (2008) dělí informace na všeobecné, cestovní informace za normálních podmínek a informace za mimořádných podmínek. Mezi všeobecné informace patří dle Mojžíše, Graji a Vančury (2008) přístupnost, dosažitelnost, trvání cesty, zdroje informací, péče o zákazníka, pohodlí, bezpečnost a dopady na životní prostředí. Cestovní informace za normálních podmínek zahrnují směry jízdy vozidel, čas, trasy, směr cesty, jízdné a typy jízdenek, které si lze zakoupit a identifikace stanic. Do informací za mimořádných podmínek patří finanční náhrady, stížnosti a ztráty majetku.

1.2.4 Čas

Drdla (2018) uvádí, že pro cestujícího je nejdůležitější především zkrácení celkové cestovní doby, tedy doby cesty z výchozího místa (např. bydliště) do cílového místa (např. pracoviště). Tato doba je ze strany cestujících pečlivě vnímána a její hodnotu vnímá každý cestující subjektivně podle svých možností. Cílem je snížení jízdních dob i zkrácení pobytů v místě zastavení. Dle výše zmíněného Drdly (2018) lze celkovou cestovní dobu vypočítat podle následujícího vzorce (1):

$$T_c = t_j + t_{ček} + t_{ch} + t_{přest.} \text{ [min]} \quad (1)$$

Kde:	T_c	celková cestovní doba,
	t_j	doba jízdy spoje,
	$t_{ček}$	doba čekání na příjezd spoje/spojů,
	t_{ch}	doba chůze na výchozí zastávku a doba chůze z cílové zastávky,
	$t_{přest.}$	doba potřebná na přestup mezi spoji.

Pro cestující je také důležité dle Mojžíše, Graji a Vančury (2008) dodržování jízdního řádu – aby spoje jezdily pravidelně a přesně.

1.2.5 Péče o zákazníka

Aby byli zákazníci co nejvíce spokojeni a docházelo tak ke zvýšení kvality přepravy, musí všichni zaměstnanci dopravce dodržovat správné chování, jak uvádí Drdla (2018) ve své publikaci. Zaměstnanci musí být ochotní, ohleduplní a korektní, na druhou stranu je však zapotřebí, aby působili rázným dojmem na neukázněné osoby. Mojžíš, Graja a Vančura (2008) dodávají, že je důležité, aby veškerý personál dbal na svůj vzhled a zevnějšek. Dále píšou, že se péče o zákazníky zabývá především vztahy se zákazníky. A to, jak je podnik schopen rychle a pohotově reagovat na dotazy, řešit stížnosti, náhrady a s nimi spojené kompenzace.

1.2.6 Pohodlí

Podle Molkové (2013) se jedná o prvky, které jsou zaváděny za účelem vytvoření příjemných podmínek při cestování. Drdla (2018) zase publikuje, že z hlediska pohodlnosti se často požaduje, aby byla veřejná doprava srovnatelně pohodlná jako doprava individuální. K tomuto požadavku se dále dle Drdly (2018) musí počítat s dalšími požadavky, které ovlivňují pohodlí. Patří sem dostatečná nabídka míst k sezení i stání, komfortní styl jízdy (styl rozjezdů, brždění a samotné jízdy), příjemné osvětlení, účinná klimatizace všech prostorů, minimální hluchnost vozidel, ochrana před počasím na zastávkách, srozumitelnost informačních medií a čistota všech prostorů pro cestující.

Drdla (2018) také publikuje, že se u pohodlného cestování nesmí zapomenout na tzv. bezstarostnost cestujícího, kdy může cestující odpočívat nebo se připravovat na další činnost. Naopak během řízení svého osobního automobilu by musel být neustále v plné pozornosti.

1.2.7 Bezpečnost

Jak uvádí Drdla (2018) ve své publikaci, bezpečnostní otázce dopravy je od začátku jejího rozvoje věnována velká pozornost. Bezpečnost se stala nedílnou součástí dopravy.

Dále Drdla (2018) zmiňuje, že dochází k neustálému zlepšování nejen aktivní a ponehodové bezpečnosti, ale také ke zvyšování pasivní bezpečnosti u vozidel. Bezpečnost cestujících zvyšuje například používání nehořlavých hmot, bezpečnostních skel a speciálních materiálů. Na zastávkách nebo stanicích jde především o budování mimoúrovňových přechodů.

Dle Mojžíše, Graji a Vančury (2008) k bezpečnosti napomáhá prevence, osvětlení, monitorování a označení první pomoci. Při řízení ve stavu nouze je zapotřebí mít plány a nezbytné vybavení. Dle Drdly (2005) lze míru bezpečnosti vyjádřit koeficientem nehodovosti (2):

$$k_n^{MHD} = \frac{N_z}{V} [\text{zraněné osoby} * \text{osoby}^{-1}], \text{ resp. } k_n^{MHD} = \frac{N_z}{P} [\text{zraněné osoby} * \text{km}^{-1}] \quad (2)$$

Kde: N_z počet zraněných (usmrcených) osob [zraněné osoby / čas],
 V celkový přepravní objem za dané časové období [osoby / čas],
 P průměrný kilometrický proběh, připadající na 1 smrtelný úraz nebo 1 těžké (lehké) zranění cestujících [km / čas].

1.2.8 Dopad na životní prostředí

Do skupiny životního prostředí spadají dle Drdly (2005) hodnoty emisí výfukových plynů, hluku či pevných částic. Ty nejsou dle výše zmíněného Drdly (2005) rozhodující pro kvalitu, a tedy ani pro přitažlivost MHD, ale dotvářejí celkové povědomí zákazníků. Přesto jde o důležité parametry, jejichž hodnoty mají vliv na kvalitu života obyvatel v obsluhovaném území.

1.3 Průzkum spokojenosti cestujících

Průzkumy spokojenosti zákazníků hodnotí dle Molkové (2013) úroveň spokojenosti s poskytovanou přepravní službou. Nejprve je však potřeba rozlišit pojmy průzkum a výzkum, které se často zaměňují. Průzkum je dle Kozla et al. (2006) součástí marketingového výzkumu a hlavní rozdíl mezi nimi je časový horizont. Průzkum je totiž kratší a nezachází do takové hloubky jako výzkum. Hálek (2017, str. 174) tvrdí: „*Marketingový výzkum a průzkum trhu vychází z detailní znalosti prostředí, v němž se firma pohybuje.*“

Výzkum je pak dle Hála (2017, str. 175) definován takto: „*Výzkum poskytuje podstatné a objektivní informace o situaci na trhu, chování zákazníků a o možném podnikatelském riziku. Opatření, která bývají na základě výsledků marketingového výzkumu přijata, by měla umožnit dosažení vytčených podnikatelských cílů a měla by odpovídat potřebám marketingové strategie firmy.*“

1.3.1 Druhy marketingového výzkumu

Nejobvyklejší členění informací, které jsou shromažďovány a zkoumány v procesu marketingového výzkumu, je dle Foreta (2012) na:

- primární a sekundární informace,
- kvantitativní a kvalitativní informace.

Dále Foret (2012) uvádí, že informace, které jsou v procesu marketingového výzkumu získávány by měly být:

- podstatné (relevantní) pro řešení daného problému,
- platné (validní), tedy že obsahově měří a vyjadřují to, co mají, co nás zajímá a co potřebujeme zjistit,
- spolehlivé (reliabilní), tedy zda opakováním stejných postupů získáme stejné výsledky,
- efektivní, tedy že budou získávány rychle a s přijatelnými náklady.

Primární informace

Primární informace jsou dle Veselé (2002) získávány všeobecně známými postupy jako je dotazování nebo pozorování lidí. Foret a Megyesiová (2013) uvádí, že se jedná o tzv. sběr informací v terénu. Marketingový primární výzkum prováděný v terénu lze dle Foreta a Megyesiové (2013) členit na kvantitativní a kvalitativní a tento sběr dat si realizátoři provádějí buď vlastními silami nebo si k tomu najímají jinou spolupracující instituci – tazatele. Primární výzkum tedy zahrnuje celý proces.

Dále je dle Veselé (2002) největší předností primárních dat přímá vázanost na záměry poznávání a cíle výzkumu. Primární data se konstruuji tak, aby sledovaná problematika byla zachycená co nejúplněji a nejpresněji, a to co do kvality a kvantity.

Sekundární informace

Dle Foreta a Megyesiové (2013) jsou sekundární informace naproti primárním zpravidla dodatečné. Jedná se o další využití dat, která již dříve byla shromážděna a zpracována jako primární, ale třeba pro jiné cíle a jiné zadavatele. Tyto data se využívají v podobě nového statistického zpracování a nové interpretace.

Výhodou sekundárních dat je dle Veselé (2002) jejich reliabilita (potvrzenost a stabilita) a to zejména v případě statistických dat. Další výhodou je jejich ekonomická úspornost. Nevýhodou je dle výše zmíněné Veselé (2002), že mnohdy nepopisují přesně ty skutečnosti, které jsou cílem výzkumu. Popis dat je někdy méně podrobný a někdy více

podrobný, než je z hlediska potřeb výzkumu třeba. Zpracování sekundárních informací pro nový výzkum nazýváme sekundární analýza.

Kvantitativní informace

Foret a Megyesiová (2013) ve své publikaci uvádí, že kvantitativní výzkumy zkoumají rozsáhlejší soubory, a to stovek nebo i tisíců respondentů. Dle Příbové et al. (1996) se jako použité metody při kvantitativním výzkumu využívají analýzy sekundárních materiálů a údajů, standardizované rozhovory, dotazníky aj. Tazatel je dle Příbové et al. (1996) připravený laik, který klade přesně předem formulované otázky v určeném pořadí. Při kvantitativním výzkumu jsou všechny formy kontaktu možné (ústní, písemná, elektronická aj.). Při osobním kontaktu musí tazatel svým vystupováním vzbuzovat v respondentovi ochotu odpovídat na otázky. Při analýze dat převládají statistické postupy.

Kvalitativní informace

Naproti kvantitativním výzkumům dle Foreta a Megyesiové (2013) umožňují kvalitativní výzkumy hlubší poznání motivů chování lidí. Odhalují souvislosti jejich názorů, preferencí a postojů, případně se snaží najít jejich příčiny. Základními technikami jsou hloubkové individuální rozhovory a skupinové rozhovory. Dále Příbová et al. (1996) uvádí, že způsobem dotazování jsou volně formulované otázky jejichž počet není omezen. Tazatelem bývá nejčastěji psycholog, který zná cíl výzkumu a pokládá otázky podle výzkumné situace. Kontakt s respondentem je osobní a poměrně intenzivní. U kvalitativního druhu výzkumu se zkoumá malý vzorek respondentů (několik desítek). Při analýze dat se vyhodnocují jednotlivé případy, aplikují se metody kvalitativní analýzy (např. obsahové analýzy).

1.3.2 Techniky sběru dat

Způsob shromažďování dat se dle Příbové et al. (1996) označuje jako technika sběru dat. Data, která se shromažďují podle projektu výzkumu, je možné sbírat více možnostmi. Výše zmíněná Příbová (1996) uvádí, že mezi základní techniky sběru dat se řadí:

- pozorování,
- dotazování (osobní, telefonické, písemné nebo elektronické),
- experimentování (laboratorní nebo v přirozených podmínkách).

Foret (2012) píše ve své publikaci, že praktické použití experimentu jako techniky marketingového výzkumu je v podstatě méně časté, než třeba v přírodních a technických disciplínách. V marketingu, kde je zkoumán jedinec, skupiny či složitější socioekonomické útvary, jsou mnohem používanějšími technikami dotazování, případně i pozorování.

Pozorování dle Foreta (2012) provádí vyškolení pracovníci – pozorovatelé. Při této možnosti sběru informací je důležitá objektivita, a to v podobě nezávislosti pozorovatele i objektu. Ti na sebe nesmí vzájemně působit a ovlivňovat se. Pokud jsou tyto předpoklady splněny, požaduje se pozorování za normální, objektivní formu získávání dat. Dále lze dle Foreta (2012) pozorování uskutečnit zjevně (zúčastněně) nebo skrytě (nezúčastněně). Zúčastněné pozorování provádí pozorovatel zcela viditelně, nachází se přímo mezi pozorovanými účastníky a je vybaven záznamníkem. Naopak nezúčastněné pozorování se používá tehdy, kdy by viditelná přítomnost pozorovatele narušila přirozené chování pozorovaného účastníka. Pozorovaný účastník je pozorován například prostřednictvím kamerového systému.

Dle Foreta (2012) patří k nejrozšířenějším postupům marketingového výzkumu dotazování.

1.3.3 Dotazování

Jak už bylo zmíněno, dotazování je nejrozšířenější metodou sběru informací, který je dle Kozla et al. (2006) součástí realizační fáze procesu marketingového výzkumu. Dotazování může probíhat dle Janoucha (2014) různými způsoby a to osobně, písemně, telefonicky (dnes už téměř nevyužívané), anebo elektronicky.

Osobní dotazování

Obsah dotazníku může být dle Kozla et al. (2006) určen jak tazatelům, tak i respondentům. Proto by měly být instrukce pro tazatele odlišené (napsané například tučně, kurzívou či barevně), aby je tazatel omylem nepřčetl respondentovi. Při tomto způsobu dotazování je možnost využití pomůcek, jako jsou vzorky, plánky nebo škály aj., které může tazatel respondentovi ukazovat na kartách.

Písemné dotazování

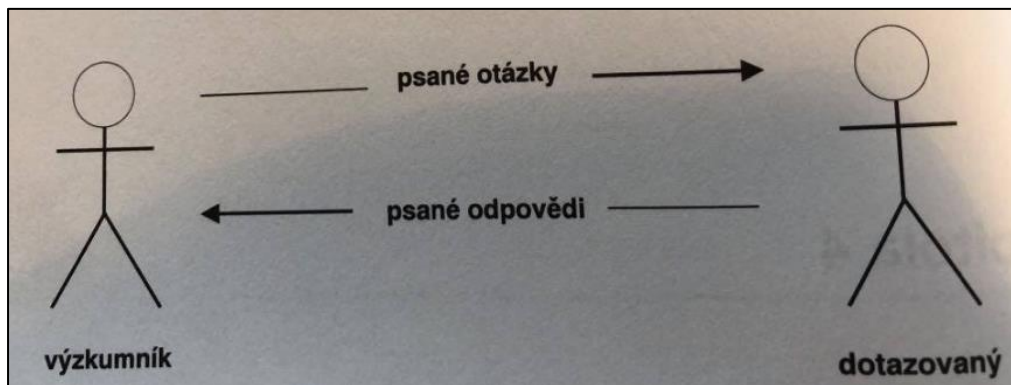
Jak tvrdí výše zmiňovaný Kozel et al. (2006), požadavky na dotazník tohoto typu dotazování jsou největší, protože respondent vyplňuje dotazník sám bez cizí pomoci. Otázky musí být formulované co nejprecizněji a nejjednodušeji, aby respondent přesně pochopil, co se po něm v dané otázce chce.

Elektronické dotazování

Elektronické dotazování v sobě spojuje jak výhody, tak i nevýhody předešlých typů dotazování dle Kozla et al. (2006). Dotazník se rozešle například pomocí e – mailové adresy a je-li to možné, využijeme názorné pomůcky (zvukové klipy, videa, 3D modely), které pomohou respondentovi správně odpovědět. Janouch (2014) dodává, že respondent pouze

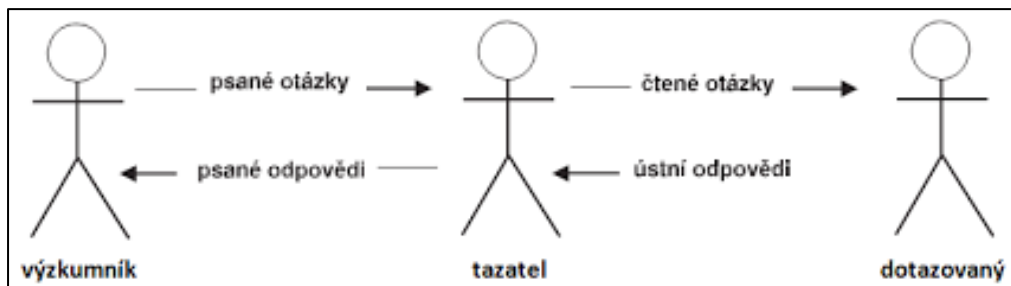
klikne na odkaz a může začít vyplňovat. Dle Janoucha (2014, str. 73) „je v praxi tato jednoduchost velice vítána a žádaná.“

Jak dále tvrdí Kozel et al. (2006), každý typ má své výhody i nevýhody a využívají se různě v závislosti na mnoha faktorech, jako je téma dotazování, doba dotazování, cílová skupina respondentů aj. Foret (2012) tvrdí, že vhodně zvolená komunikace mezi dotazovaným a respondentem je velmi důležitá. Kontakt může být přímý neboli bezprostřední, jak je vidět na obrázku 3 (písemné či elektronické dotazování).



Obrázek 3 Přímé dotazování (Foret, 2012)

Nebo zcela jinou situaci zachycuje obrázek 4, kde se v tomto případě jedná o kontakt zprostředkovaný pomocí tazatele (osobní dotazování, rozhovor). Nejpoužívanějším základním nástrojem dotazování je dotazník.



Obrázek 4 Zprostředkované dotazování (Foret, 2012)

1.3.4 Dotazník

Punch (2008, str. 46) píše, že „dotazník je určen výzkumnými otázkami a slouží ke sběru dat.“ Dle Foreta (2012) je potřeba klást velký důraz na správné sestavení dotazníku. Zjištěná data mohou být totiž negativně ovlivněná, pokud je dotazník sestaven špatně. Výsledky pak nemusí odpovídat cílům výzkumu či průzkumu. Dobrý dotazník by měl dle Foreta (2012) respektovat následující tři hlavní požadavky:

- požadavek účelově technický – otázky by měly být formulovány tak, aby respondent odpovídal co nejlépe nato, co dotazník zjišťuje,

- požadavek psychologický – vytvořit pro respondenty takové podmínky, aby se jim dotazování zdálo snadné, příjemné a aby odpovídali stručně a pravdivě,
- požadavek srozumitelnosti – respondent musí všemu dostatečně rozumět tak, aby věděl, jak má postupovat a vyplňovat.

Dále Foret (2012) uvádí, že aby došlo k naplnění těchto požadavků, je zapotřebí splňovat tyto aspekty jako je celkový dojem dotazníku, formulace otázek, typy otázek, manipulace s dotazníkem.

Celkový dojem dotazníku

Dotazník musí dle Foreta (2012) respondenta na první pohled upoutat svou grafickou úpravou. Jedná se o celkový dojem a to, jak dotazník na dotazovaného působí. Velmi důležitá je dle Foreta (2012) úvodní stránka, a to nejen grafická úprava, ale především obsah úvodního textu, který by měl v respondentovi vzbudit zájem, vysvětlit mu cíl výzkumu a význam jeho odpovědí. Vše musí být dostatečně přesvědčivé, aby dotazovaný věnoval otázkám svůj čas a námahu. Další důležitá věc je pořadí otázek v dotazníku. Začátek dotazníku by měl obsahovat především otázky zajímavé, poté by měly následovat otázky, které bezprostředně souvisejí s problémem výzkumu, a nakonec otázky méně závažné. Foret (2012) apeluje, že dotazník by měl obsahovat pouze otázky, které jsou opravdu nutné. Pokud je dotazník příliš rozsáhlý, působí dojmem, že jeho vyplňování zabere hodně času a respondenty to od jeho vyplnění na první pohled odrazuje.

Na závěr Janouch (2014, str. 73) radí, „*jaké zásady pro tvorbu dotazníku je vhodné dodržovat:*

- *logická posloupnost otázek,*
- *přehledná struktura dotazníku,*
- *jasně a srozumitelně formulované otázky,*
- *možnost jednoznačné odpovědi (v případě uzavřených otázek).“*

Formulace otázek

Jak uvádí Foret (2012), otázky musí být v první řadě jednoznačné a srozumitelné. Je velmi důležité se ptát skutečně na to, co je potřebné zjistit. Není vhodné formulovat dotazy typu: „*Kolik průměrně...*“, „*Jak často...*“, „*Kdy naposledy...*“ atd. Tyto formulace vynucují dlouhé vzpomínání, přemýšlení, přesné počítání či složité odhadování, a to může dotazovaného od vyplňování dotazníku odradit. Zároveň je ale jasné, že čím konkrétněji je dotaz položen, tím konkrétnější je odpověď. Dále jsou dle Foreta (2012) velmi problematické otázky typu „*proč*“. Respondent neposkytne dostatečně objektivně celkové vysvětlení

problému. Proto by se otázky tohoto typu měly raději využívat pouze v kvalitativním výzkumu. Foret (2012) dále doporučuje užívání eufemismů – opisných vyjádření, například „*Dnešní hektická doba je psychicky velice náročná. Člověk se cítí zejména po těžkém pracovním dnu naprosto vyčerpán a potřebuje se napít něčeho povzbuzujícího. Jaké alkoholické nápoje pijete?*“

Naopak užití sugestivních otázek – tedy takových, které již předem napovídají očekávanou odpověď, není dle výše zmíněného Foreta (2012) vhodné. Například „*Určitě také pijete alkohol. Jak často?*“

Typy otázek

Otázky se dle Foreta (2012) rozlišují na tři základní typy:

- otevřené – typické pro kvalitativní výzkum,
- uzavřené – typické pro kvantitativní výzkum,
- polootevřené či polouzavřené (kombinace předešlých dvou typů v podobě kompromisních otázek).

V otevřené otázce nedostává dle Foreta (2012) dotazovaný žádné možné varianty odpovědi, může se tedy volně vyjádřit. Kotler a Keller (2013) do této skupiny zařazují tyto typy otázek:

- zcela nestrukturovaná otázka – na tuto otázku může respondent odpovědět zcela volně, v podstatě nekonečně mnoha způsoby,
- slovní asociace – respondentovi jsou předkládána slova a respondent na ně reaguje prvním slovem, které ho napadne,
- dokončení věty – respondentovi je předložena věta, kterou musí dokončit dle svého úsudku,
- dokončení příběhu – respondentovi je předložen nějaký příběh, který musí volně dokončit,
- obrázky – respondentovi je předložen obrázek dvou postav, přičemž jedna pronáší nějaký výrok a respondent je požádán, aby doplnil reakci druhé postavy,
- test tematické percepce – respondentovi je předložen obrázek a následně má respondent za úkol vymyslet příběh o tom, co se na obrázku děje nebo co se může dít.

Naopak, jak píše Foret (2012), uzavřené otázky jsou takové, které nabízí několik možných variant odpovědí, ze kterých si dotazovaný musí vybrat. Kotler a Keller (2013) tuto skupinu otázek dělí na:

- dichotomické – otázka, která má dvě možné odpovědi,
- výběr z více možností – respondent má na výběr ze třech nebo více možností odpovědí,
- likertovu škálu – respondent přiřazuje svou míru souhlasu nebo nesouhlasu k danému výroku,
- schématický diferenciál – škála, která propojuje dva protiklady a respondent volí bod mezi nimi, který vyjadřuje jeho názor,
- škálu důležitosti – škála, která vyjadřuje důležitost dané vlastnosti,
- hodnotící škálu – škála, pomocí které respondent hodnotí úroveň daného produktu od „špatné“ po „dokonalou“,
- škálu kupních záměrů – škála popisující, zda respondent daný produkt koupí.

Nevýhodou některých uzavřených otázek je dle Foreta (2012) nutnost vybrat si nějakou z daných odpovědí, které dotazovanému nemusí vyhovovat. Aby se této nevýhodě předešlo, uvádí se jako poslední možná odpověď varianta „jiné“. Tato varianta nabízí volnou odpověď jako v případě otevřené, zcela nestrukturované otázky. Tím se otázka stane otázkou polootevřenou (polouzavřenou).

Manipulace s dotazníkem

Dle Foreta (2012) se tato část zabývá především distribucí a sběrem dotazníků. Mezi nejběžnější způsoby distribuce patří dnes rozeslání dotazníků elektronickou cestou (například e-mailem či na sociálních sítích) nebo osobní předání. Rozeslání dotazníků, hlavně elektronickou cestou je rychlejší a především lacinější. Avšak jeho nevýhodou je skutečnost, že jej adresát nemusí vůbec dostat, což může nastat v momentě, kdy softwarový filtr vyhodnotí zaslaný dotazník jako spam (nevyžádanou poštu). Osobní předání zase může podtrhnout důležitost a naléhavost výzkumu. Vyplněné dotazníky se většinou získávají zpět stejnou cestou, jako byla jejich distribuce. Jak dále uvádí Foret (2012), distribuci i sběr dotazníků je vhodné vyzkoušet už v pilotním předvýzkumu.

1.3.5 Výběr vzorku respondentů

Velikost vzorku respondentů představuje dle Kozla et al. (2006) počet dotazovaných lidí, tedy kolika respondentů je zapotřebí se zeptat. Dle Hála (2017, str. 179): „*Respondent nás většinou nezajímá jako konkrétní osoba, ale jako zástupce určité společenské skupiny.*“

Dále Kozel et al. (2006) tvrdí, že jsou výsledky výzkumu mnohem spolehlivější s rostoucím počtem dotazovaných. Proces výběru vzorku by měl dle Kozla et al. (2006) správně zahrnovat tyto tři kroky:

- vybrat rámec vzorku (koho) – na počátku nás zajímá, koho se budeme ptát, snažíme se co nejpřesněji specifikovat cílovou skupinu výzkumu,
- určit způsob výběru vzorku (jak) – tedy jak by měli být respondenti vybráni, pro výběr vzorku totiž existuje několik jednotlivých technik,
- stanovit rozsah vzorku (kolik) – jak je uvedeno výše, velikost vzorku představuje počet dotazovaných lidí.

Hague (2003, str. 91) tvrdí: „V marketingovém výzkumu se obvykle pracuje s pravděpodobností 95 procent – také hladina důvěrnosti. Může se například říct, že jestliže úroveň vzorku je 50 procent, je míra přesnosti 95 procent s pravděpodobností ± 3 procenta. Hladina pravděpodobnosti – šance, že se úroveň vzorku vyskytuje v daných mezích – nemusí být vždy 95 procent. Může být vyšší (99 procent) nebo nižší (90 procent). Při nižší pravděpodobnosti bude chyba menší (± 1 procento), ale větší, bude-li vyšší pravděpodobnost (± 5 procent).“ Hague (2003) dále vyjadřuje vztah chyby výběru, procentuální úrovně a velikosti vzorku pomocí následujícího vzorce (3).

$$\text{výběrová chyba} = \frac{1.96\sqrt{p\%(100-p\%)}}{n} [-] \quad (3)$$

Kde: p = branná hodnota,
n = velikost vzorku.

(pozn. Hague (2003, str. 92) dodává: „Hodnota ve vzorku 1.96 platí pro 95% pravděpodobnost, pro jiné pravděpodobnosti je hodnotu třeba nahradit – např. číslem 2.85 pro úroveň 99 %.“)

Dále Hague (2003) píše, že v praxi může být mnohem užitečnější využití vzorce (4) k výpočtu velikosti vzorku.

$$\text{velikost vzorku} = \frac{3.84 [p\% (100-p\%)]}{se^2} [-] \quad (4)$$

Kde: se = schválená chyba vzorku,
p = očekávaná úroveň.

Pro tento výpočet je nutné znát především hodnotu (p). Bohužel v praxi jsou vzorky vybírány ještě před tím, než je hodnota (p) známa, jak tvrdí výše zmiňovaný Hague (2003), tedy ještě před samotným sběrem informací. Je možné udělat logický odhad třeba na základě předchozího výzkumu, ale pokud ne, bere se v úvahu hodnota úrovně 50 procent, tudíž se

předpokládá ta nejhorší možná verze. Hague (2003, str. 94) dále píše: „*Chyba výběru není závislá na podílu populace zahrnuté ve vzorku.*“ V tabulce 1 Hague (2003) popisuje velikost výběrového souboru pro různě velké populace. Dále je z tabulky vidět, že pravidla, která se vztahují na malé populace, přestávají platit při hodnotě přesahující 100 000. Počítá-li se s velkou populací, záleží na celkové velikosti vzorku bez ohledu na velikost populace. Také je jasné, jak dále píše Hague (2003), že velikost vzorku s klesající populací neúměrně roste. Pokud je základní soubor menší než 100 000, použije se pro výpočet velikosti výběrového souboru vzorec (5).

Tabulka 1 Doporučená velikost vzorku s 5 % chybou vzorku pro 95% důvěrnost

populace	výběrový soubor	populace	výběrový soubor
10	10	550	228
30	28	1 100	285
60	52	1 700	313
80	66	2 400	331
110	86	4 000	351
170	118	8 000	367
210	136	20 000	377
320	175	100 000	384

Zdroj: Hague (2003, str. 95)

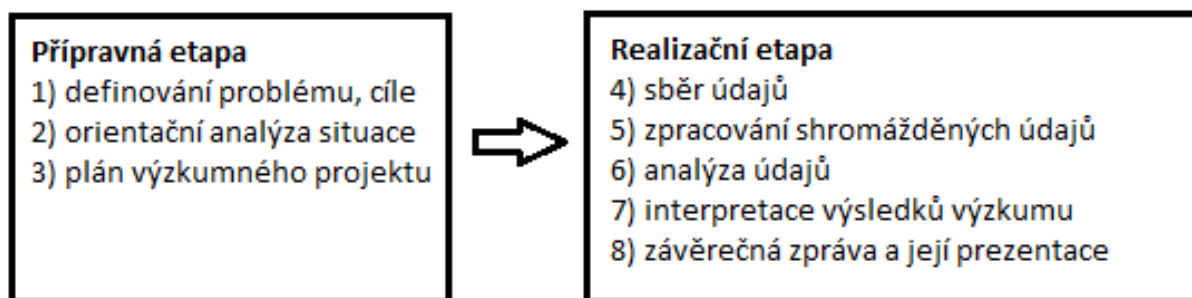
$$velikost\ výběrového\ souboru = \frac{velikost\ vzorku * základní\ soubor}{velikost\ vzorku + základní\ soubor - 1} [počet\ respondentů] \quad (5)$$

Kde: základní soubor = velikost populace.

1.3.6 Proces marketingového výzkumu

Kozel et al. (2006) uvádí, že vysoké náklady marketingového výzkumu nutí zadavatele i výzkumníky, aby k němu přistupovali velmi zodpovědně a nedocházelo ke zbytečným chybám. Jelikož se marketingový výzkum skládá z několika činností, je nutné dodržovat určitá pravidla. Každý výzkum je jedinečný, protože je pokaždé ovlivňován jinými faktory, které vyplývají z různorodosti zkoumaných problémů.

V každém výzkumu se dle Kozla et al. (2006) definují dvě hlavní etapy, které na sebe logicky navazují. Jedná se o etapu přípravnou a realizační etapu. Obě etapy zahrnují několik za sebou následujících kroků. Tyto kroky na sebe navazují a vzájemně se podmiňují. Celý marketingový proces je znázorněn na obrázku 5.



Obrázek 5 Proces marketingového výzkumu (Kozel et al., 2006)

Dle Řezankové (2010) musí každému výzkumu předcházet formulace cílů. V některých případech se zkoumá, zda jsou vůbec určité informace dosažitelné. K tomu se využívá tzv. pilotní předvýzkum, který je realizován na malém vzorku výběru. Další fází je dle Příbové et al. (1996) rozhodnutí o zdrojích dat, a to, zda se bude pracovat s primárními nebo sekundárními daty. V případě, že se budou ve výzkumu využívat primární data, musí se zvolit vhodná technika sběru dat. Volí se buď dotazování, pozorování nebo experimentování. V této souvislosti je také vhodné rozhodnout o kontaktu s respondenty. Zda je vhodné se respondentů dotazovat osobně, písemně, telefonicky nebo elektronicky. Posledním krokem přípravné etapy je určení velikosti výběrového souboru. Všechny tyto kroky musí být zpracovány v plánu výzkumného projektu.

Veselá (2002) uvádí, že terénní sběr údajů znamená získávání údajů prostřednictvím jednotlivých výzkumných technik. Součástí sběru dat je též jejich průběžná kontrola. Dále je dle Veselé (2002) zpracování údajů závislé na tom, jedná-li se o výzkum kvantitativní nebo kvalitativní. V případě výzkumu kvantitativního je zpracování údajů záležitostí statistické analýzy a v případě výzkumu kvalitativního je zpracování údajů záležitostí kvalitativní analýzy. Interpretací výsledků výzkumu dojde k propojení s teoretickými koncepcemi. Poslední fází je závěrečná zpráva. Tento dokument obsahuje výsledky výzkumu, použité metody, případně předložená doporučení a návrhy na opatření.

1.4 Shrnutí

V první polovině této kapitoly je obecně vymezena problematika spokojenosti zákazníků. Je zde popsáno, jakými faktory je spokojenost zákazníků ovlivněna a co (a proč) je zapotřebí k tomu si zákazníka udržet. Dále je v této kapitole blíže přiblížen cyklus kvality, který má na úroveň spokojenosti také velký vliv, především rozdíl mezi kvalitou očekávanou a vnímanou. Další důležité faktory ovlivňující kvalitu přepravní služby jsou ukazatele kvality, které jsou blíže popsány v samostatných kapitolách. Patří mezi ně dosažitelnost, přístupnost, informace, čas, péče o zákazníka, pohodlí, bezpečnost a dopad na životní prostředí.

Ve druhé polovině kapitoly je nejdříve charakterizován rozdíl mezi průzkumem a výzkumem. Hlavním rozdílem je časový horizont, průzkum je oproti výzkumu výrazně kratší a nezachází do takové hloubky. Dále je charakterizován rozdíl mezi primárními daty, která se mohou dělit na kvantitativní nebo kvalitativní a získávají se všeobecně známými postupy jako je například dotazování a sekundárními daty, která byla dříve shromážděna a zpracována jako primární, ale pro jiné účely či cíle a jsou použita znovu v podobě nového zpracování. Rozdíl mezi kvantitativními a kvalitativními daty je především ve velikosti výběrového souboru, kdy u kvantitativního výzkumu jsou osloveny stovky nebo i tisíce respondentů, naopak u kvalitativního výzkumu je osloveno pouze několik desítek lidí, jejichž názory a chování se zkoumá více do hloubky. Také jsou zde charakterizovány základní techniky sběru dat, kdy je věnováno více pozornosti metodě dotazovací a hlavně dotazníku, což je nejpoužívanější základní nástroj dotazování.

Na závěr jsou zde popsány vzorce pro výpočet velikosti výběrového vzorku respondentů a také je krátce popsán proces celého výzkumu. Přípravná a realizační etapa a všechny kroky, které tyto etapy obsahují. Do přípravné etapy se řadí definice cíle, orientační analýza situace a plán výzkumného projektu. Realizační etapa zahrnuje sběr dat a jejich zpracování, analýzu, interpretaci výsledků, závěrečnou zprávu a její prezentaci.

2 PRŮZKUM SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Tato kapitola bude zaměřena na analýzu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích, a to prostřednictvím dotazníkového šetření. Nejprve bude přiblížen DPMCB, provozovatel MHD v Českých Budějovicích, a následně zde bude popsán celý postup realizace průzkumu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích. Výsledky dotazníkového šetření budou zobrazeny prostřednictvím koláčových a sloupcových grafů.

2.1 Historie Dopravního podniku města České Budějovice

Dle DPMCB (2020a) vznikla MHD v Českých Budějovicích v roce 1908. Bylo potřeba zajistit spojení centra s nádražím, což byl úkol pro MHD v mnoha městech. V Českých Budějovicích vznikla tzv. pouliční dráha – tramvaj. DPMCB (2020a) tvrdí, že se *„první tramvaje na budějovickém náměstí objevily 2. prosince 1908 při předváděcí jízdě, ale trvalo ještě půl roku, než byl ve městě zahájen pravidelný provoz.“* První trať byla jednokolejná a dlouhá necelé 3 kilometry. Dále dle DPMCB (2020a) *„město potřebovalo také přímé spojení ke hřbitovu. Překonat dva frekventované železniční přejezdy však tramvaj nesměla, a tak se v Českých Budějovicích poprvé cestující 27. října 1909 svezli také trolejbusem. Tehdejší trolejbusy byly značně nespolehlivé a po pěti letech, na počátku 1. světové války, byl jejich provoz v Českých Budějovicích bez náhrady zastaven.“*

DPMCB (2020a) dále uvádí, že na sklonku 2. světové války se stav tratí výrazně zhoršil. Proto byl provoz tramvají v Českých Budějovicích v březnu 1950 ukončen. Ještě před ukončením tramvajových linek byla do provozu uvedena nová trolejbusová doprava, která byla následujících 20 let páteří budějovické MHD. Od 50. let 20. století se začala rozšiřovat i autobusová doprava, která měla zajistit dopravu na méně frekventovaných linkách. Postupně však autobusy zcela nahradily trolejbusy a trolejbusová doprava opět v Českých Budějovicích vymizela.

Trolejbusy se do Českých Budějovic vrátily až v roce 1991, jak uvádí DPMCB (2020b) na svých stránkách. Podnětem bylo spojení města s Jadernou elektrárnou Temelín. K tomuto spojení sice nedošlo, ale trolejbusy se začaly využívat alespoň v samotných Českých Budějovicích.

Dále byl, dle DPMCB (2020b), na počátku nového tisíciletí zaveden nový odbavovací a informační systém, což byl pro DPMCB velký krok kupředu. Do provozu byl také uveden první kompletní informační systém pro nevidomé občany v České republice. Dále byl uveden

do provozu IDS, na kterém se DPMCB podílí linkou č. 104, která vede z Českých Budějovic přes Hosín do Hluboké nad Vltavou.

Na přelomu tisíciletí bylo také změněno logo společnosti, které je zobrazeno na obrázku 6.



Obrázek 6 Logo společnosti (DPMCB, 2020d)

Podle DPMCB (2020a) je zatím posledním mezníkem zahájení provozu elektrobuseů v roce 2018. Spolu s nákupem autobusů s pohonem na stlačený zemní plyn a rozvojem trolejbusové dopravy klade DPMCB důraz na bezemisní a nízkoemisní vozidla, která výrazně přispívají ke zlepšování životního prostředí.

2.2 Základní informace o Dopravním podniku města České Budějovice

Dle Justice (2020) je Dopravní podnik města České Budějovice, a. s. akciovou společností se sídlem Novohradská 738/40, České Budějovice 6, 370 01 České Budějovice. Do obchodního rejstříku vedeného Krajským soudem v Českých Budějovicích byl zapsán 1. září 1997 pod spisovou značkou B 868. Celý přehled základních údajů o společnosti je zobrazen v příloze A. Jak uvádí DPMCB (2020c), předsedou představenstva je Ing. Slavoj Dolejš. Organizační struktura společnosti je zobrazena v příloze B.

DPMCB (2020c) uvádí, že je „*současná MHD v Českých Budějovicích zajišťována autobusy a trolejbusy celkem na 24 linkách*“ – viz příloha C. Na 16 autobusových linek vyjíždí v pracovní dny při plném provozu 63 vozů. Zbýlých 8 linek zajišťuje trolejbusová doprava, kde v pracovní dny vyjíždí do ulic při plném provozu 47 vozů. Dále dle DPMCB (2020c): „*Autobusové linky mimo město České Budějovice obsluhují dalších 15 příměstských obcí (Borek, Boršov nad Vltavou, Dobrá voda u Českých Budějovic, Hlincová Hora, Homole, Hrdějovice, Litvínovice, Planá, Roudné, Rudolfovo, Srubec, Staré Hodějovice, Včelná, Vidov a Vráto), které jsou zařazeny do jednotného tarifního pásma.*“ Dle DPMCB (2020c) je v podniku zaměstnáno 418 zaměstnanců, kteří zajišťují provoz společnosti, z toho 196 řidičů.

Vozidla MHD ročně najedou kolem 6 milionů kilometrů po celém území Českých Budějovic. Obsluhováno je téměř 400 zastávek.

Počet obyvatel obsluhovaného území je dle DPMCB (2020a) téměř 120 tisíc – z toho samotné České Budějovice čítají dle Českého statistického úřadu (2019a) 94 014 obyvatel.

2.3 Vozový park

Dle DPMCB (2020c) má společnost k dispozici 2 vozovny, a to autobusovou dopravnu a trolejbusovou dopravnu, které zajišťují servis vozidel.

Autobusová doprava

DPMCB (2020c) uvádí: „*Autobusová doprava čítá dohromady 96 autobusů. Z toho:*

- *11 elektrobusů Škoda 29BB,*
- *24 nízkopodlažních autobusů Solaris Urbino 12/18 CNG s pohonem na stlačený zemní plyn,*
- *31 nízkopodlažních autobusů Irisbus Citelis 12M/18M,*
- *9 nízkopodlažních autobusů Karosa Renault Citybus,*
- *4 článkové autobusy Karosa B941*
- *9 nízkopodlažních autobusů Solaris Urbino 12/15/18,*
- *1 nízkopodlažní midibus Heuliez GX137,*
- *5 autobusů Irisbus Crossway LE 12.8M,*
- *2 autobusy Crossway LE CITY 13M.“*

Dále DPMCB (2020e) uvádí, že je momentálně v Českých Budějovicích testován autobus SOR NS 18 diesel. Tento nízkopodlažní dvoučlánkový autobus byl představen v roce 2018 na veletrhu Czechbus. Zatím byl autobus testován pouze Dopravním podnikem Bratislava a Dopravním podnikem Hradec Králové.

Trolejbusová doprava

DPMCB (2020c) uvádí: „*Trolejbusová doprava čítá dohromady 57 trolejbusů.*

Z toho:

- *9 trolejbusů typu Škoda 15Tr (M),*
- *31 nízkopodlažních trolejbusů Škoda 25Tr Irisbus,*
- *17 nízkopodlažních trolejbusů Škoda 27Tr Solaris – z toho 15 s alternativním bateriovým pohonem.“*

2.4 Analýza průzkumu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích

Před začátkem samotného průzkumu spokojenosti bylo zapotřebí upřesnit si základní parametry a sestavit plán průzkumu, jehož přehled je zobrazen v následující tabulce 2.

Tabulka 2 Plán průzkumu

Plán průzkumu	
Listopad 2019	Stanoven záměr realizace průzkumu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích.
Prosinec 2019	<ul style="list-style-type: none">• Zvolena technika sběru dat – dotazníkové šetření,• jako nástroj dotazníkového šetření zvolen elektronický dotazník umístěný na sociální síť Facebook.
Leden 2020	<ul style="list-style-type: none">• Tvorba otázek dotazníku,• zjištění velikosti populace obsluhovaného území.
5.2. 2020-19.2. 2020	<ul style="list-style-type: none">• Tvorba elektronické verze dotazníku,• výpočet velikosti výběrového souboru,• proveden pilotní předvýzkum.
20.2. 2020-31.3. 2020	Sběr dat.
Duben 2020	Provedena analýza průzkumu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích.
Květen 2020	Navrhuta opatření ke zvýšení spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích.

Zdroj: autor

Jako cíl průzkumu bylo stanoveno zjištění spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích. Zdrojem informací k tomuto průzkumu jsou data primární, získaná pomocí dotazníkového šetření. Tvorba dotazníku proběhla na základě teoretické rešerše v první kapitole práce. Samotný dotazník byl vytvořen v aplikaci ¹Google Docs a byl rozšířen mezi respondenty na sociální síti Facebook. Tento způsob sběru dat byl zvolen především z důvodu většího a snadnějšího oslovení dotazovaných. Celkově dotazník obsahuje 1 polouzavřenou otázku a 16 uzavřených otázek, z nichž 2 otázky rozřídily respondenty dle věku a pohlaví. Nakonec byl dotazník upraven na základě připomínek získaných v pilotním předvýzkumu a je zobrazen v příloze D.

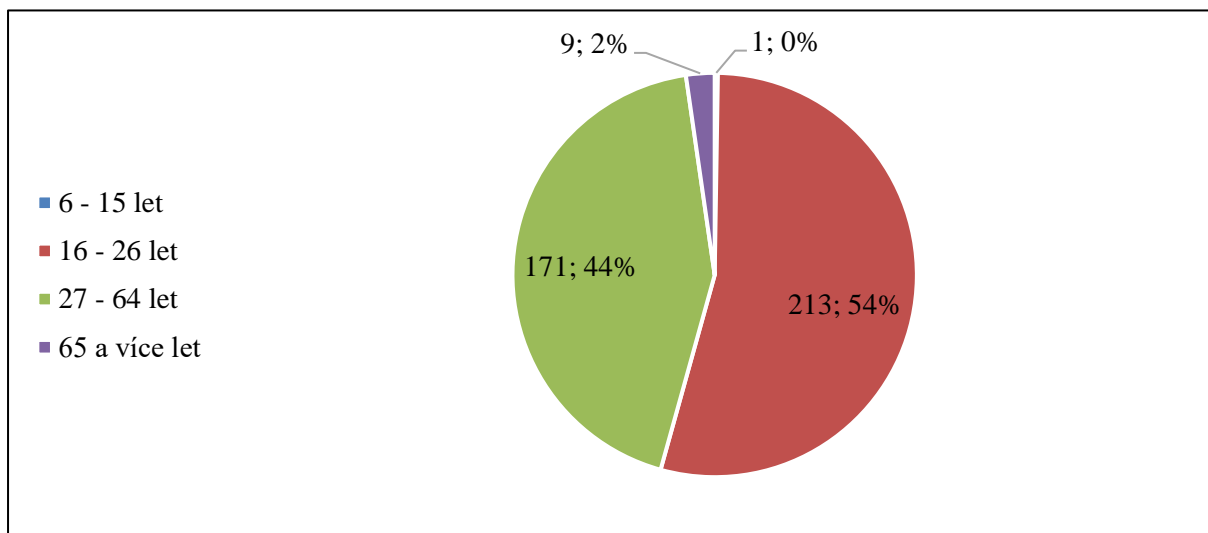
Dle DPMCB (2020c) žije v obsluhovaném území 118 096 obyvatel. Pro výpočet velikosti vzorku byl použit vzorec (4), který je uveden na straně 23. Po dosazení do vzorce:

$$velikost\ vzorku = \frac{3.84 [50 * (100 - 50)]}{5^2} = 384$$

¹ Google Docs neboli dokumenty od společnosti Google, které jsou vhodné k vytváření dokumentů, prezentací, tabulek a formulářů, na kterých může pracovat i více lidí současně.

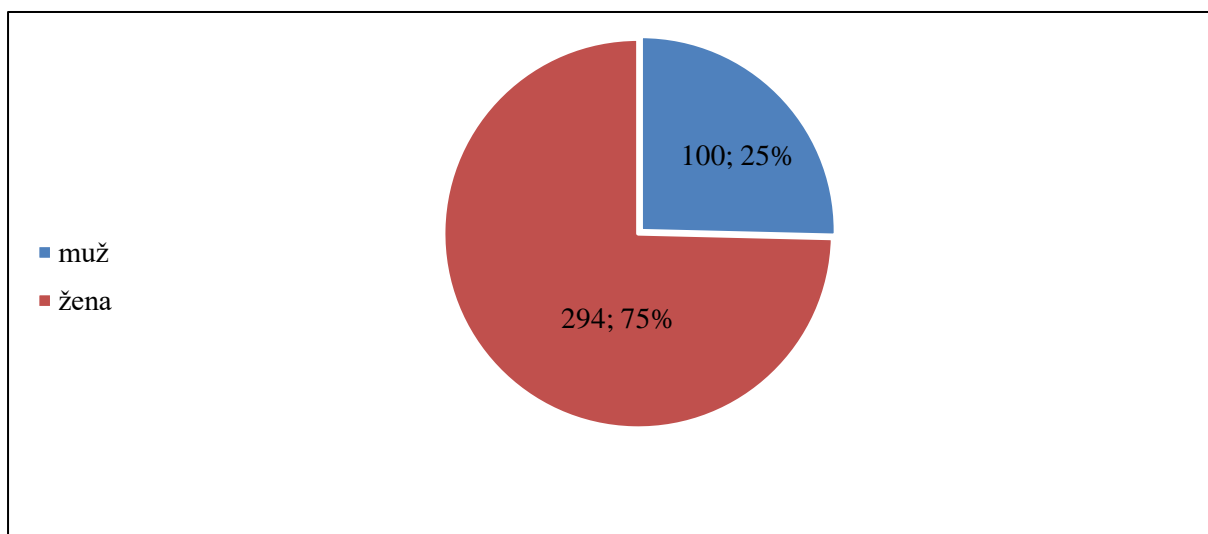
A protože je základní soubor větší než 100 000, nebylo zapotřebí dále využít vzorec (5), který je uveden na straně 24. Aby byl tedy vzorek dostatečně reprezentativní, je zapotřebí získat odpovědi alespoň od 384 respondentů.

Na dotazník odpovědělo celkově 401 respondentů. Z těchto odpovědí bylo řádně vyplněno a dále k analýze použito 394 odpovědí (reprezentativnost vzorku byla splněna). Jelikož byla data sbírána elektronicky na sociální síti Facebook, odpovědělo na dotazník nejvíce respondentů z věkové skupiny 16–26 let, jak lze vidět na obrázku 7.



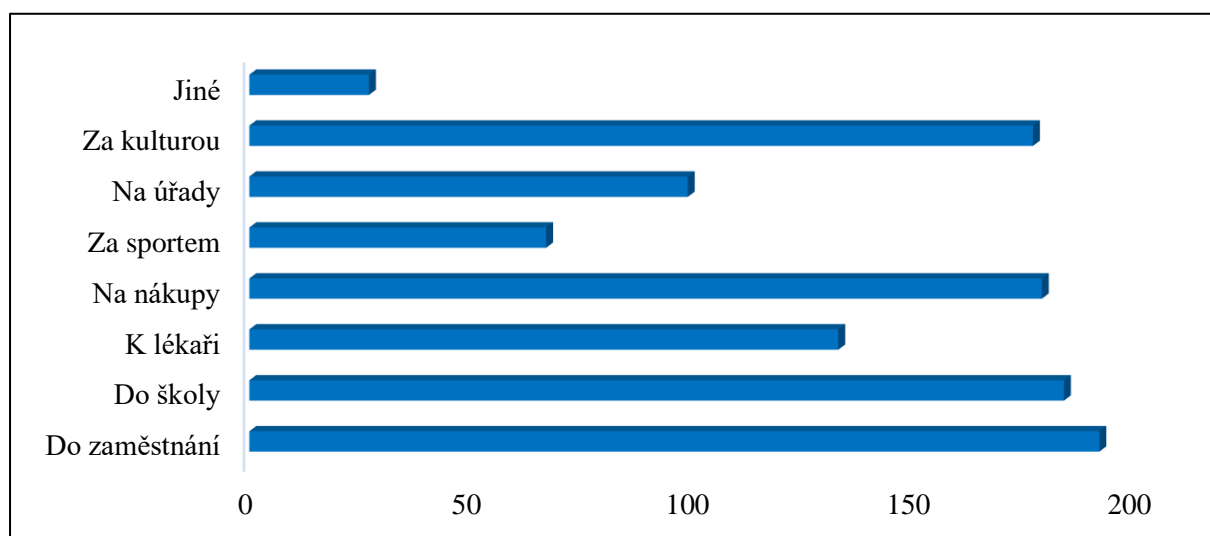
Obrázek 7 Věkové rozpětí respondentů (autor)

Obrázek 8 znázorňuje genderové zastoupení respondentů a jak lze vidět, průzkumu se účastnilo 294 žen (75 %) a 100 mužů (25 %).



Obrázek 8 Genderové zastoupení respondentů (autor)

Na obrázku 9 lze vidět k jakých cestám využívají obyvatelé Českých Budějovic MHD nejčastěji. Cestující nejvíce využívají MHD především při cestách do zaměstnání, do školy, na nákupy, za kulturou a poté také k lékaři.



Obrázek 9 Účel využívání MHD (autor)

V poslední variantě odpovědi „jiné“, měli respondenti možnost odpovědět volně. U této možnosti respondenti uvedli nejčastěji, že MHD využívají při cestách na/z nádraží, do/z restaurací, hospod či barů a při cestách za rodinou nebo přáteli.

Zbylé otázky vychází z ukazatelů kvality, které jsou popsány v kapitole 1.2 a jejich podkapitolách a výsledky budou rozděleny do jednotlivých kapitol dle těchto ukazatelů. Spokojenost byla respondenty hodnocena na škále od 1 (nejlepší) do 4 (nejhorší). Slovní vyjádření odpovídající číselné škále je zobrazeno v tabulce 3. Hodnocení dle této tabulky je použito v celé této kapitole.

Tabulka 3 Slovní vyjádření číselných hodnot

1	2	3	4
Zcela spokojen/a	Docela spokojen/a	Docela nespokojen/a	Zcela nespokojen/a

Zdroj: autor

2.4.1 Dosažitelnost

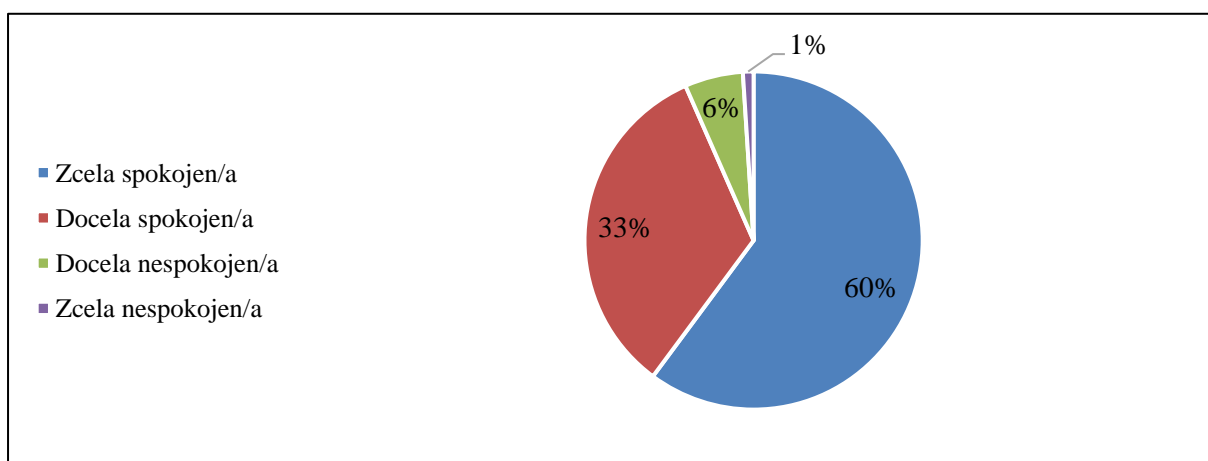
V této oblasti byly respondentům položeny otázky, které se týkají vzdáleností zastávek od místa jejich bydliště, vzdáleností zastávek do cíle jejich cesty a také otázky, které se týkají četností spojů a počtu přestupů. Přehled těchto otázek lze vidět v tabulce 4. V tabulce 4 jsou také zpracovány odpovědi respondentů, kteří na jednotlivé otázky odpovídali dle škály zobrazené v tabulce 3.

Tabulka 4 Přehled otázek v oblasti dosažitelnost

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a se vzdáleností nástupní zastávky od místa Vašeho bydliště?	60 %	33 %	6 %	1 %
Jak jste spokojen/a se vzdáleností výstupní zastávky od cíle Vaší cesty?	46 %	49 %	5 %	0 %
Jak jste spokojen/a s počtem přestupů během Vaší cesty z výchozí zastávky do cílové zastávky?	49 %	41 %	8 %	2 %
Jak jste spokojen/a s četností spojů v pracovní dny?	41 %	46 %	11 %	2 %
Jak jste spokojen/a s četností spojů o svátcích a o víkendech?	13 %	46 %	29 %	12 %

Zdroj: autor

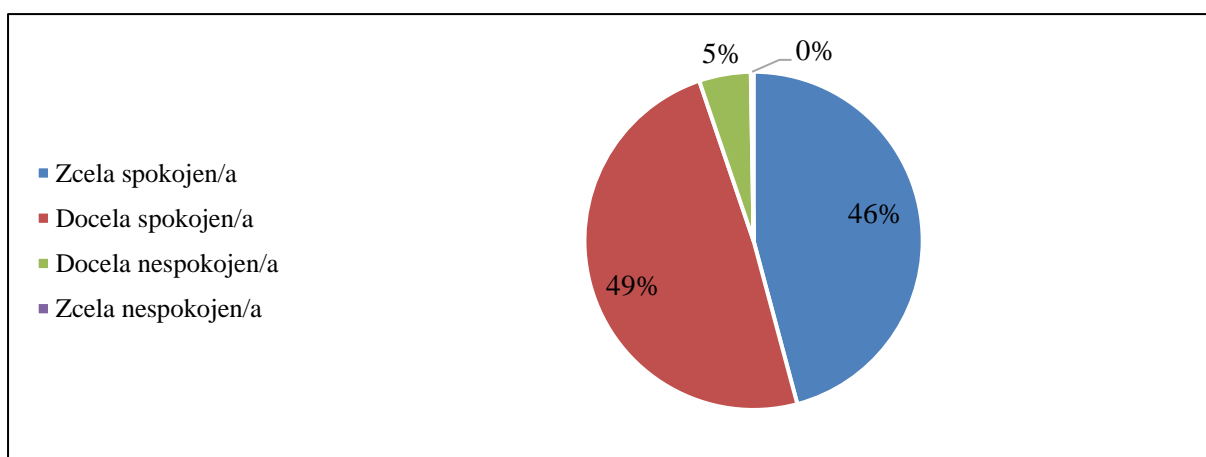
- **Jak jste spokojen/a se vzdáleností nástupní zastávky od místa Vašeho bydliště?**



Obrázek 10 Spokojenost cestujících se vzdáleností nástupní zastávky (autor)

Jak lze vidět na obrázku 10, se vzdáleností nástupní zastávky od místa jejich bydliště je celkově spokojeno 93 % respondentů – 60 % z nich je zcela spokojeno a 33 % docela spokojeno. Nespokojených respondentů je dle výsledků pouhých 7 %.

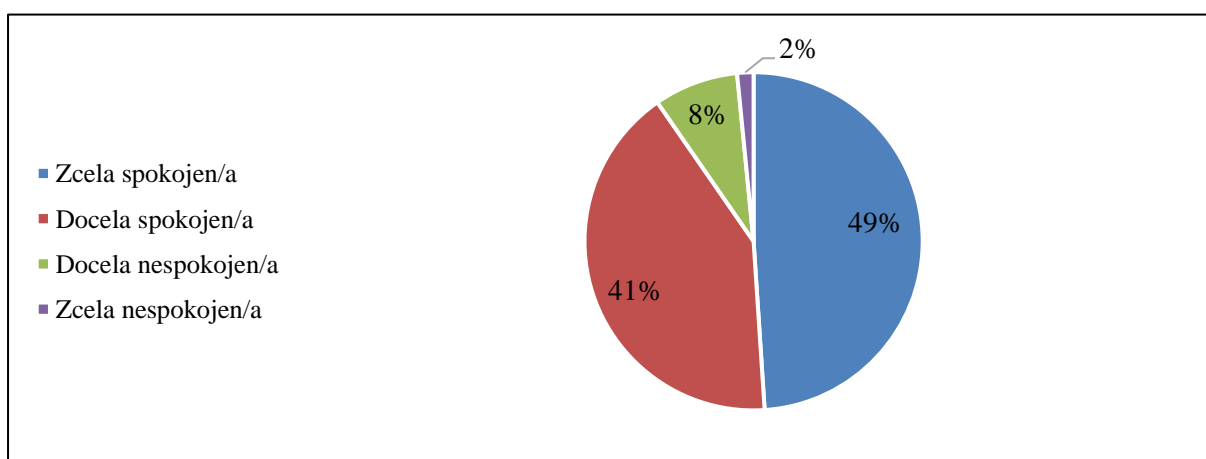
- **Jak jste spokojen/a se vzdáleností výstupní zastávky od cíle Vaší cesty?**



Obrázek 11 Spokojenost cestujících se vzdáleností výstupní zastávky (autor)

Se vzdáleností výstupní zastávky od cíle cesty je celkově spokojeno dokonce 95 % respondentů, jak je zobrazeno na obrázku 11. Z toho je 46 % zcela spokojených a 49 % docela spokojených. Jak lze dále vidět, docela nespokojených respondentů je pouhých 5 % a zcela nespokojen je dle výsledků nikdo.

- **Jak jste spokojen/a s počtem přestupů během Vaší cesty z výchozí zastávky do cílové zastávky?**

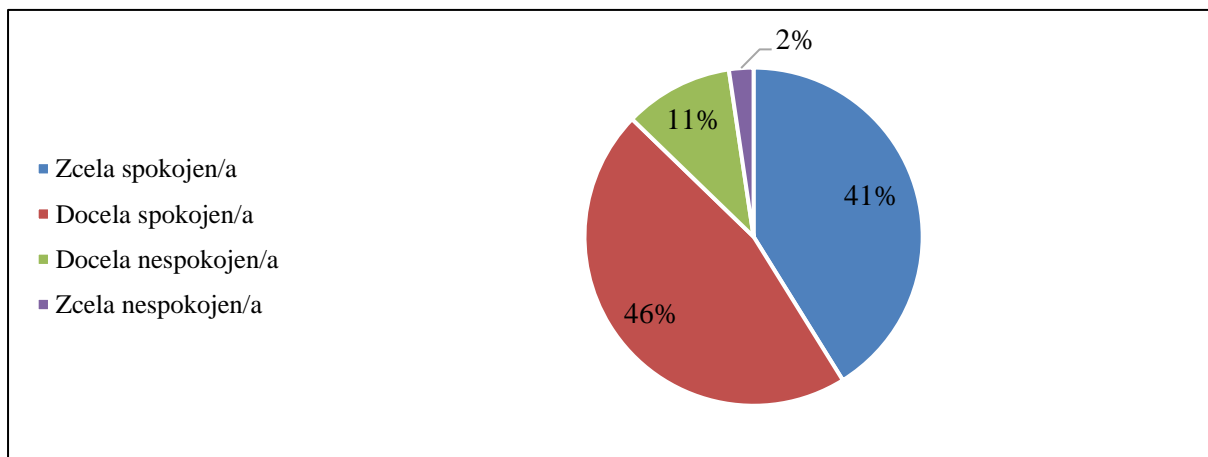


Obrázek 12 Spokojenost cestujících s počtem přestupů (autor)

V této oblasti byli respondenti také tázáni, jak jsou spokojeni s počtem přestupů během jejich cesty z výchozí zastávky do cílové zastávky. Dle výsledků, zpracovaných na obrázku 12, je 49 % tázaných s počtem přestupů během jejich cesty zcela spokojeno a 41 % docela spokojeno. Pouhých 10 % respondentů na tuto otázku odpovědělo, že jsou buď docela nebo zcela nespokojeni (8 % z nich je docela nespokojených a 2 % zcela nespokojených). Z výsledků tedy vyplývá, že jsou respondenti s počtem přestupů velice spokojeni.

Pro cestujícího, který se rozhoduje zda využije služby MHD nebo zda raději zvolí IAD, není důležitá pouze vzdálenost zastávky od místa bydliště nebo od cíle jeho cesty, či počet přestupů během cesty. Dalším důležitým faktorem je i četnost spojů, protože dlouhé čekání na příslušný spoj může zákazníka MHD negativně ovlivnit. Proto byly dále respondentům v této oblasti položeny otázky, které se týkají spokojenosti s četností spojů v pracovních dnech a také o svátcích a o víkendech.

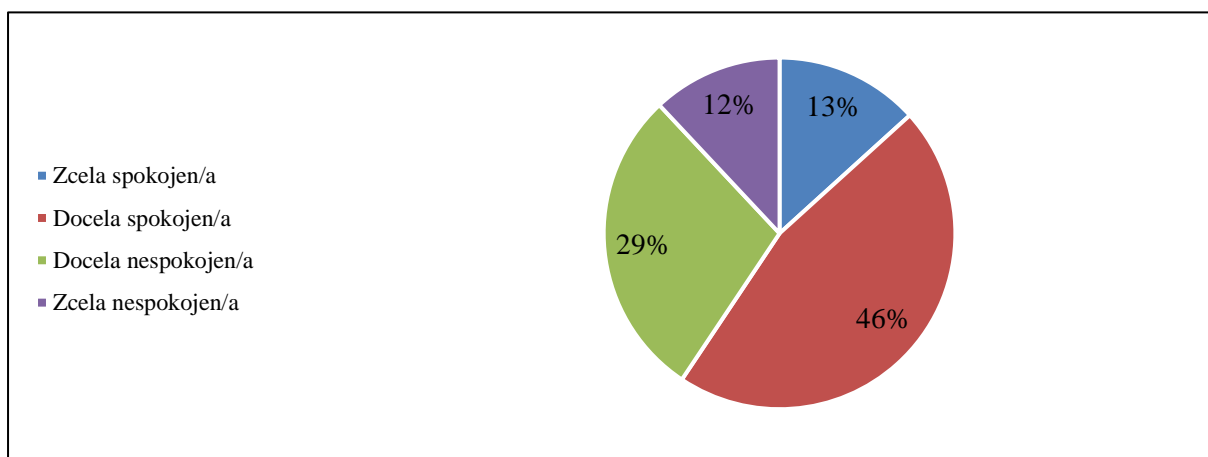
- **Jak jste spokojen/a s četností spojů v pracovní dny?**



Obrázek 13 Spokojenost cestujících s četností spojů v pracovních dnech (autor)

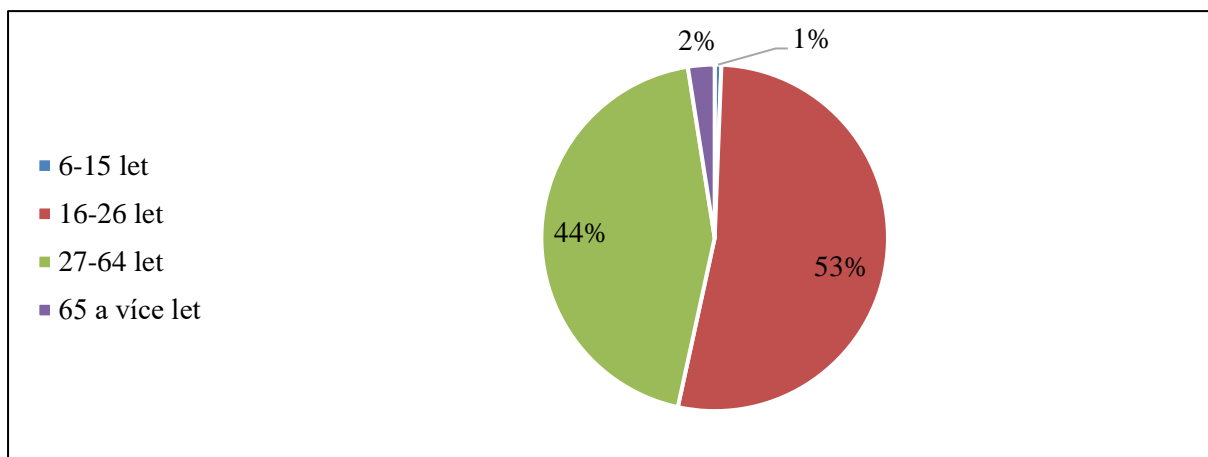
S četností spojů v pracovních dnech je dle výsledků zobrazených na obrázku 13 zcela spokojeno 41 % a docela spokojeno 46 % respondentů (dohromady 87 %), nespokojených respondentů s četností spojů v pracovních dnech je pouze 13 % (11 % z nich je docela nespokojených a pouhá 2 % respondentů je zcela nespokojených). Dle výsledků lze tedy říct že jsou cestující s četností spojů v pracovních dnech velice spokojeni.

- **Jak jste spokojen/a s četností spojů o svátcích a o víkendech?**



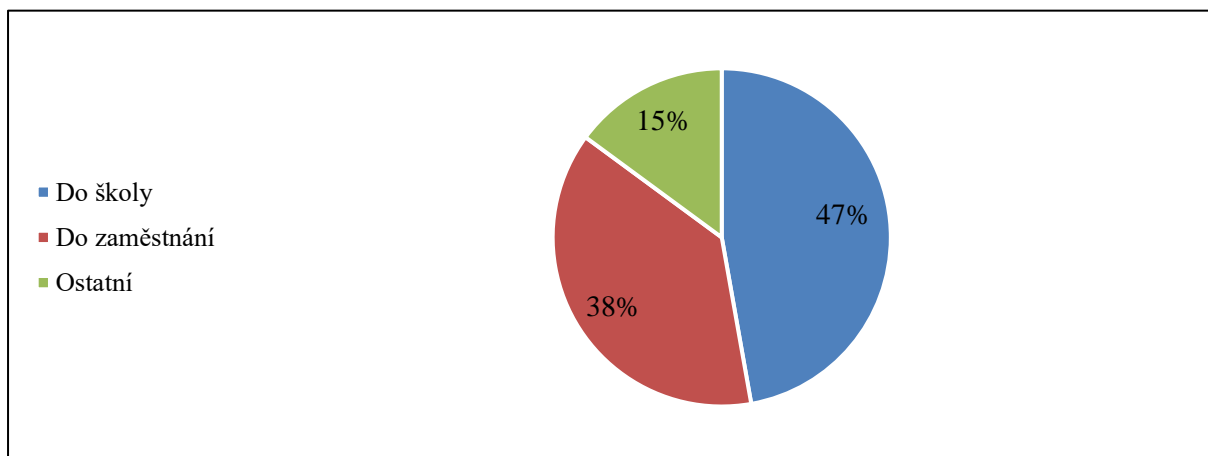
Obrázek 14 Spokojenost cestujících s četností spojů o svátcích a o víkendech (autor)

S četností spojů o svátcích a o víkendech je dle výsledků nespokojeno přes 40 % respondentů, což lze také vidět na obrázku 14. Dle výsledků je docela nespokojených respondentů 29 % a zcela nespokojených respondentů 12 %. Jelikož je míra nespokojenosti u této otázky vysoká, bude dále blíže rozebrána. Z nespokojených respondentů je nespokojených 70 % žen a 30 % mužů.



Obrázek 15 Nespokojení cestující s četností spojů o svátcích a o víkendech členění dle věkových skupin (autor)

Na obrázku 15 lze vidět nespokojenost cestujících s četností spojů o svátcích a o víkendech rozčleněnou dle věkových skupin. Největší skupinou, která je s touto četností spojů nespokojena, je věková skupina od 16 do 26 let.



Obrázek 16 Nespokojení cestující s četností spojů o svátcích a o víkendech členění dle účelu využívání MHD (autor)

Na obrázku 16 lze vidět, že největší skupina nespokojených respondentů (47 %) využívá MHD při cestách do školy. Z výsledků tedy vyplývá, že s četností spojů o svátcích a o víkendech jsou nejvíce nespokojeni studenti a dále bude této problematice věnován čas v návrhové části práce.

2.4.2 Přístupnost

V této oblasti byla respondentům položena otázka týkající se spokojenosti s dostupností jízdních dokladů. Dále byli respondenti tázáni, zda znají aplikaci Sejf a někteří byli též tázáni, zda tuto aplikaci používají. Přehled těchto otázek lze vidět v tabulce 5.

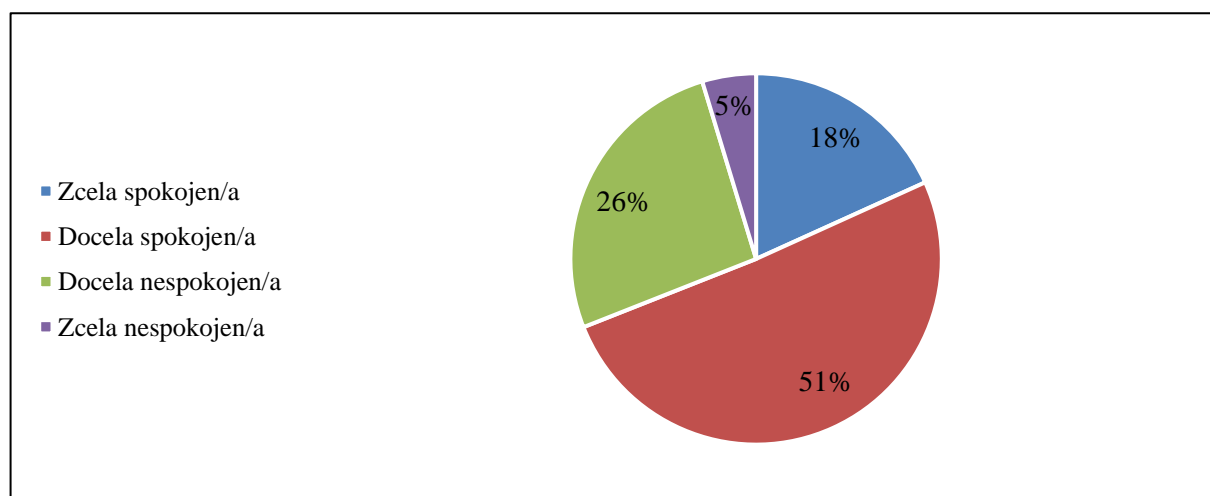
Tabulka 5 Přehled otázek v oblasti přístupnost

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s dostupností jízdenek na zastávkách městské hromadné dopravy?	18 %	51 %	26 %	5 %
	Ano		Ne	
Znáte mobilní aplikaci Sejf, pomocí které můžete využívat nákup jízdenek on-line?	43 %		57 %	
Využíváte mobilní aplikaci Sejf?	Ano	Ne		
	25 %	75 %		

Zdroj: autor

Dle idnes.cz (2015) lze v Českých Budějovicích od roku 2015 zakoupit jízdenku i pomocí platební karty. Nejprve byly nové jízdenkové automaty umístěny na nejvíce frekventované zastávky – Nádraží, Poliklinika Sever, Družba-IGY a postupně se rozšiřovaly. Kompletní seznam jízdenkových automatů na zastávkách v Českých Budějovicích je zobrazen v příloze E.

- **Jak jste spokojen/a s dostupností jízdenek na zastávkách městské hromadné dopravy?**

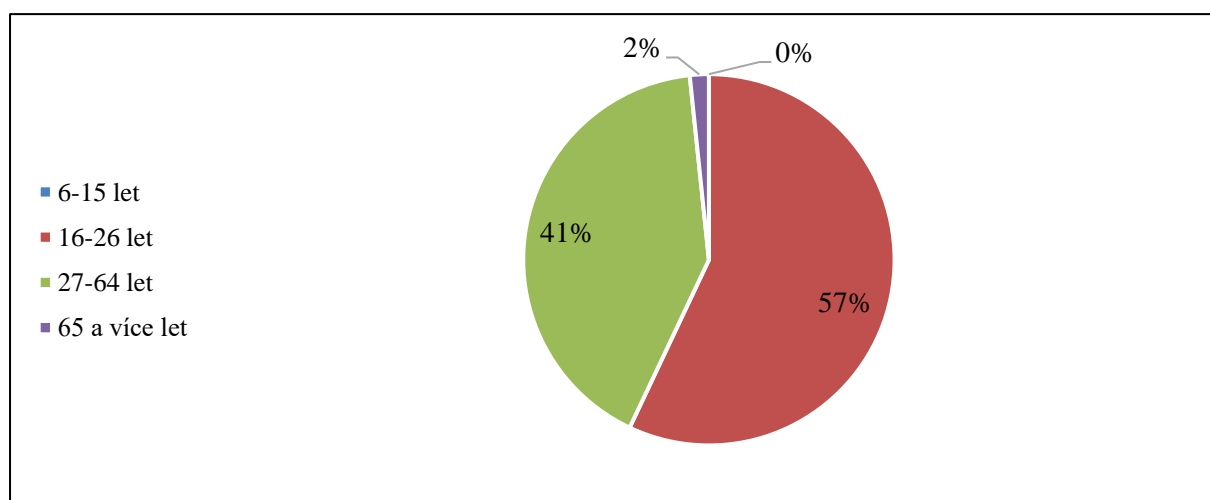


Obrázek 17 Spokojenost cestujících s dostupností jízdenek na zastávkách MHD (autor)

Obrázek 17 ukazuje zpracované výsledky spojené s dostupností jízdenek na zastávkách MHD. U této otázky je celkově nespokojeno 31 % respondentů – 26 %

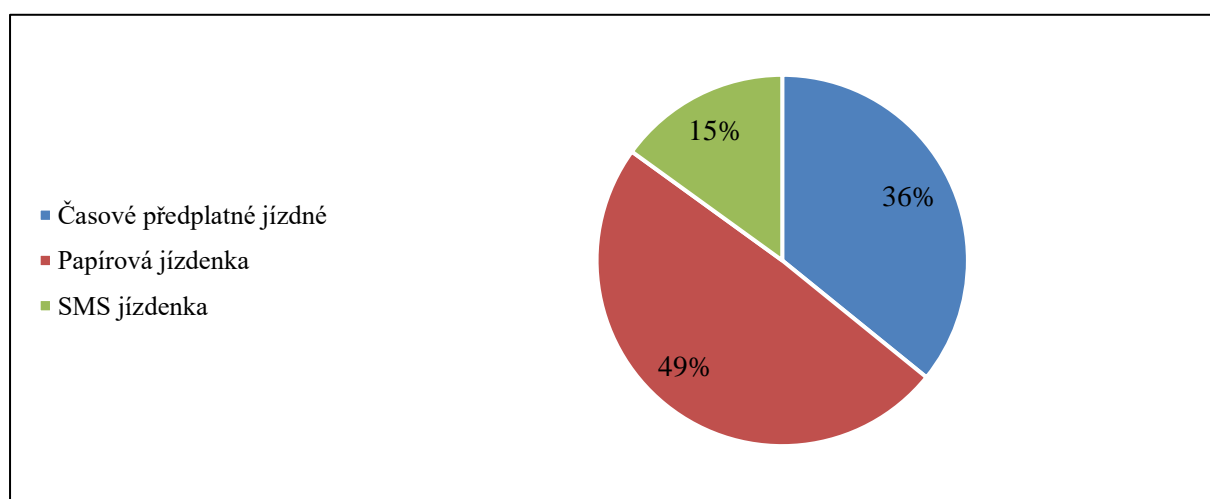
respondentů je docela nespokojeno a 5 % zcela nespokojeno. Z těchto nespokojených respondentů je nespokojeno 77 % žen a 23 % mužů.

Na obrázku 18 lze vidět nespokojené respondenty s dostupností jízdenek na zastávkách MHD rozdělené dle věkových skupin. Dle zpracovaných výsledků jsou nejvíce nespokojeni cestující ve věkové skupině od 16-26 let, jejichž zastoupení je nadpoloviční, a to 57 %.



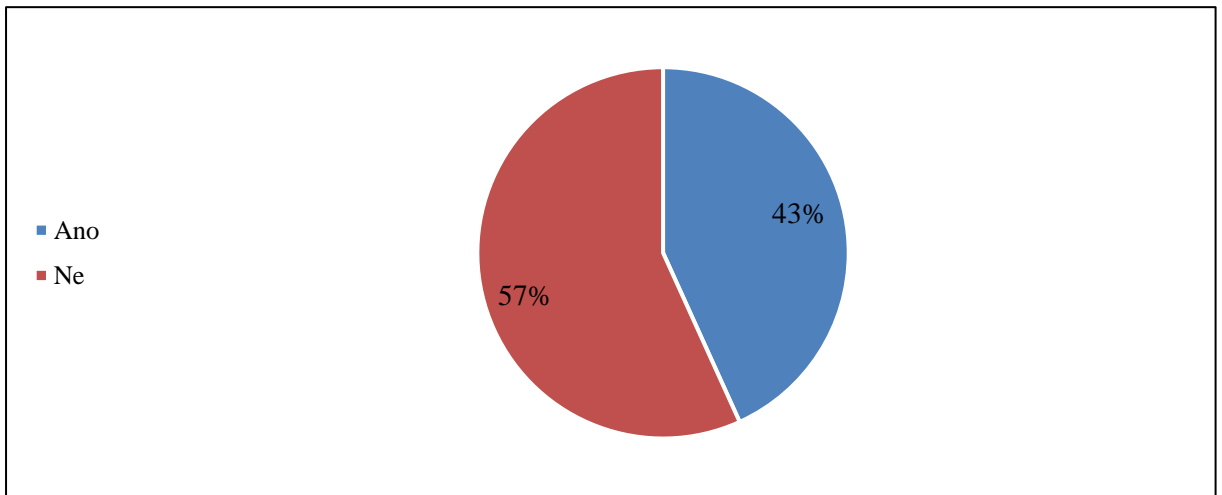
Obrázek 18 Nespokojení cestující s dostupností jízdenek na zastávkách MHD členění dle věkových skupin (autor)

Z obrázku 19 vyplývá, že s dostupností jízdenek na zastávkách MHD jsou nejvíce nespokojeni ti cestující, kteří využívají především jednotlivé jízdné.



Obrázek 19 Nespokojení cestující s dostupností jízdenek na zastávkách MHD členění dle typu jízdného (autor)

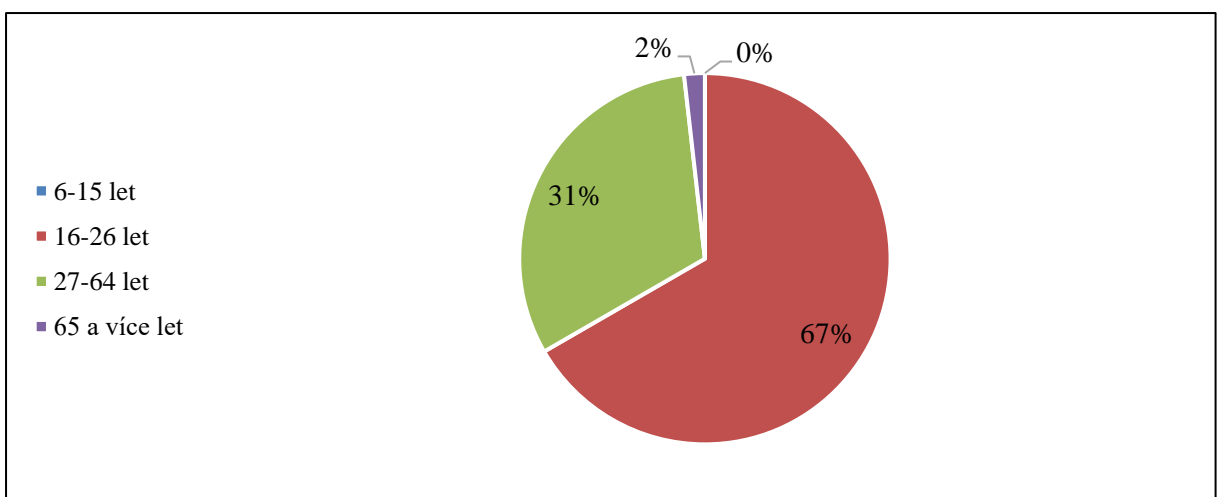
- **Znáte mobilní aplikaci Sejf, pomocí které můžete využívat nákup jízdenek on-line?**



Obrázek 20 Znalost mobilní aplikace Sejf (autor)

Respondenti byli také tázáni na to, zda znají mobilní aplikaci Sejf, pomocí které lze nakupovat jízdenky on-line prostřednictvím mobilního telefonu. Z obrázku 20 je patrné, že tuto aplikaci 57 % dotazovaných vůbec nezná, což je dle autorky vysoké číslo, jelikož využívání mobilu a mobilních aplikací je v dnešní době velkým trendem (např. mobilní aplikace Můj vlak od Českých drah ke koupi jízdenek on-line, mobilní bankovníctví, apod.).

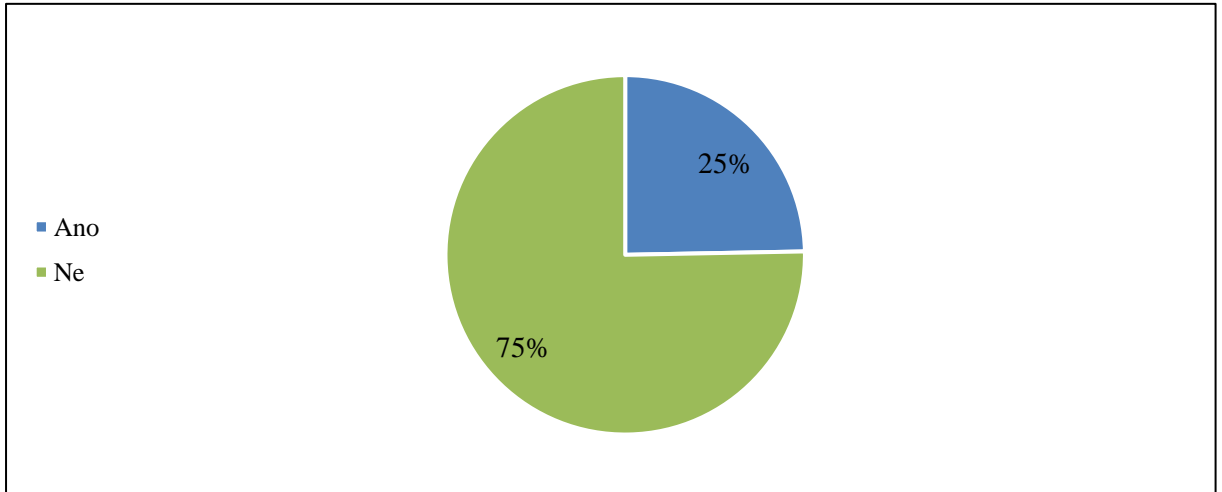
Na obrázku 21 lze vidět, že mobilní aplikaci Sejf neznají především mladí lidé ve věku od 16-26 let. Z toho tvoří 81 % ženy a 19 % muži.



Obrázek 21 Neznalost aplikace Sejf členěna dle věkových skupin (autor)

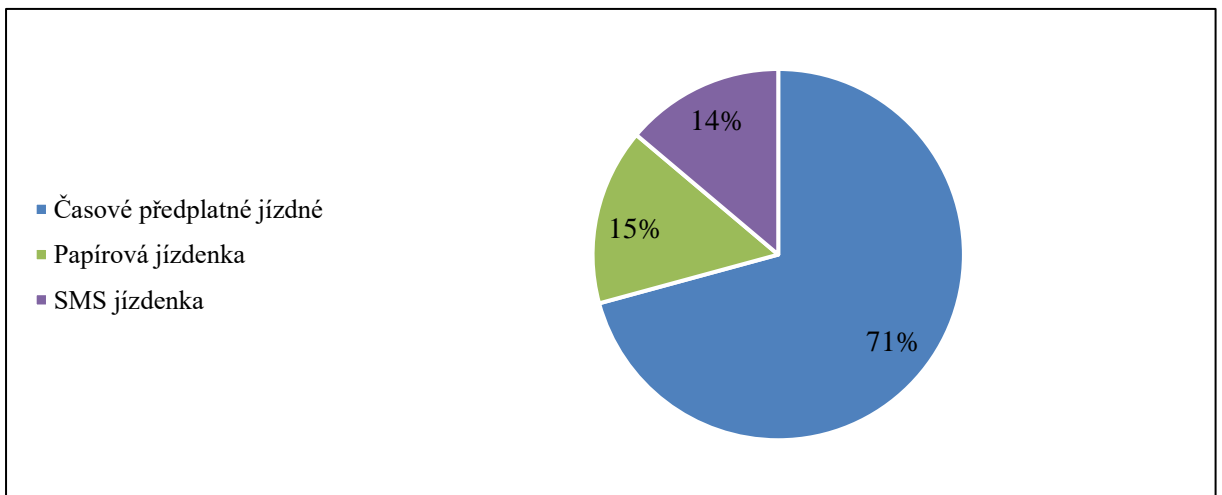
- **Využíváte mobilní aplikaci Sejf?**

Dále respondenti, kteří odpověděli, že tuto aplikaci pro nákup jízdenek znají (43 %), měli možnost odpovědět, zda tuto aplikaci také používají. Tyto odpovědi lze vidět na obrázku 22. Dle výsledků 75 % respondentů uvedlo, že tuto aplikaci k nákupu jízdenek nepoužívá.



Obrázek 22 Využívání mobilní aplikace Sejf (autor)

Na obrázku 23 lze vidět jízdné, které je využíváno těmi respondenty, kteří aplikaci Sejf sice znají, ale nevyužívají. Z obrázku vyplývá, že tito cestující využívají převážně časové předplatné jízdné, a to ze 71 %. Pravidelní zákazníci MHD využívají časové předplatné jízdné, protože se jim finančně více vyplatí, tudíž nemají důvod kupovat jednotlivé jízdenky. Jednotlivou papírovou jízdenku z prodejního automatu a elektronickou jízdenku koupenou přes aplikaci Sejf lze dle tarifu jízdného (příloha I) pořídit za jednotnou cenu, a to za 16 Kč na 60 minut.



Obrázek 23 Preferované jízdné cestujících nevyužívajících aplikaci Sejf (autor)

Dle autorky je zarážející 14 % podíl respondentů, kteří preferují koupi jízdenky pomocí ²SMS, která je oproti Sejf jízdence výrazně dražší, a to za 25 Kč na 60 minut. Problematice dostupnosti jízdenek bude dále věnován čas v návrhové části práce.

2.4.3 Informace

V této oblasti měli respondenti možnost vyjádřit se k otázkám, které se týkaly dostupnosti informací. Jak je uvedeno v první kapitole práce, cestující musejí být informováni o všem, co se týká jejich přepravy. Veškeré informace by měly být dobře viditelné, čitelné a především aktuální. Každá zastávka MHD by měla být přehledně označená, aby cestující věděl, na jaké zastávce se právě nachází – viz příloha F. Dále by měl být na každé zastávce MHD dostupný jízdní řád, a to buď v podobě vylepeného papírového jízdního řádu anebo elektronické informační tabule (příloha G), který cestující informuje o příjezdu/odjezdu jednotlivých spojů, případně i o době zpoždění. Cestující by také měli být informováni v případě mimořádných situací, jako je například dočasný přesun zastávek, zrušení spoje, objížďky, apod. Přehled otázek položených v oblasti informací lze vidět v tabulce 6.

Tabulka 6 Přehled otázek v oblasti informace

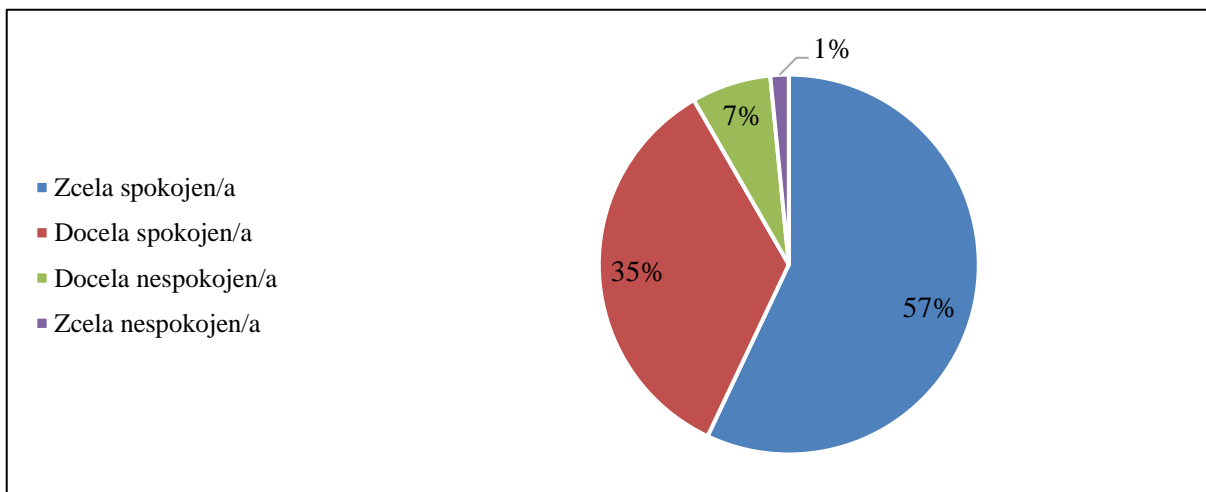
Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s dostupností jízdního řádu na zastávkách (papírový jízdní řád na zastávce, elektrické informační tabule, apod.)?	57 %	35 %	7 %	1 %
Jak jste spokojen/a s přehledem informací na zastávkách o době zpoždění?	28 %	36 %	25 %	11 %
Jak jste spokojen/a s dostupností informací v případě mimořádných situací (objíždné trasy, náhradní zastávky, výluky, atd.)?	26 %	41 %	27 %	6 %

Zdroj: autor

- **Jak jste spokojen/a s dostupností jízdního řádu na zastávkách (papírový jízdní řád na zastávce, elektrické informační tabule, apod.)?**

Dobře dostupný a přehledný jízdní řád je pro cestující důležitý. Dají se z něho vyčíst informace například o směru jízdy nebo o době trvání jízdy. Cestující si mohou jízdní řád najít na webové stránce IDOS či prostřednictvím mobilní aplikace IDOS, také na webové stránce DMPCB anebo nově v mobilní aplikaci DMPCB, která je volně ke stažení.

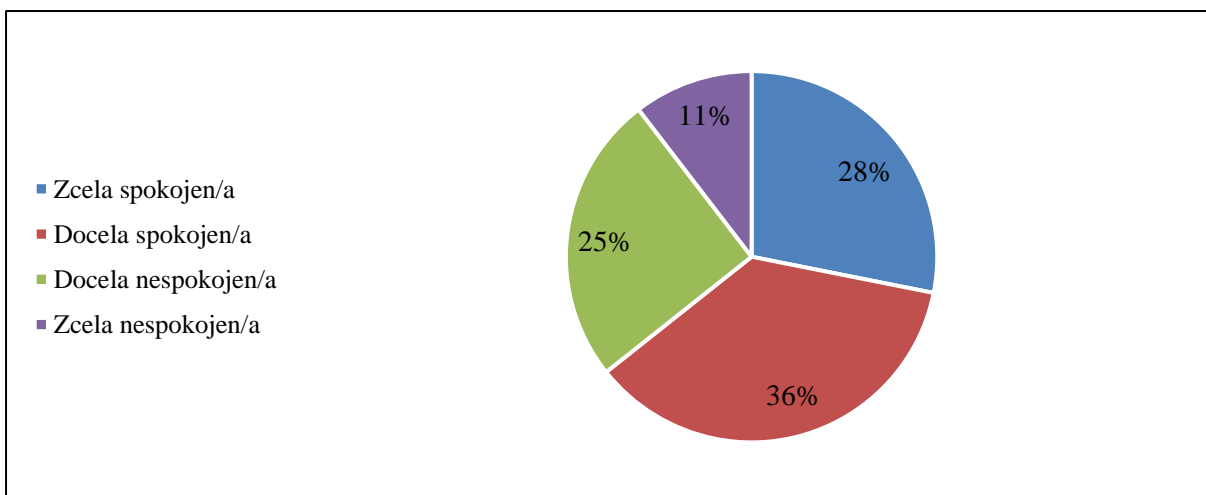
² Short message service neboli krátká textová zpráva



Obrázek 24 Spokojenost cestujících s dostupností jízdního řádu na zastávkách (autor)

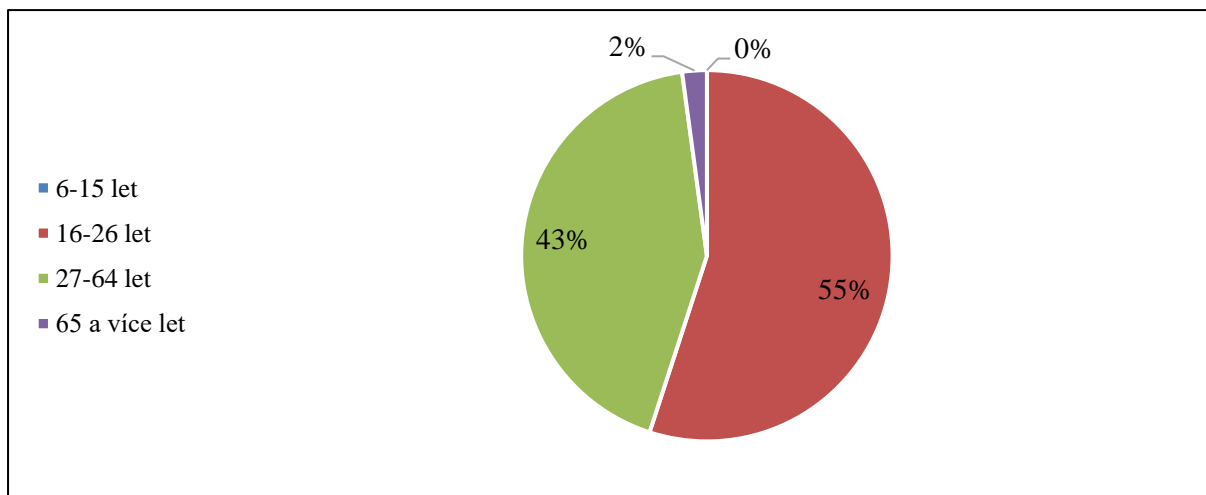
Jak lze zhodnotit výsledky dle obrázku 24, respondenti jsou s dostupností jízdních řádů na zastávkách MHD velice spokojeni – více než polovina (57 %) respondentů je zcela spokojených a 35 % docela spokojených. Pouhých 8 % dotazovaných v odpovědích uvedlo, že jsou docela nebo zcela nespokojeni.

- **Jak jste spokojen/a s přehledem informací na zastávkách o době zpoždění?**



Obrázek 25 Spokojenost cestujících s přehledem informací na zastávkách o době zpoždění (autor)

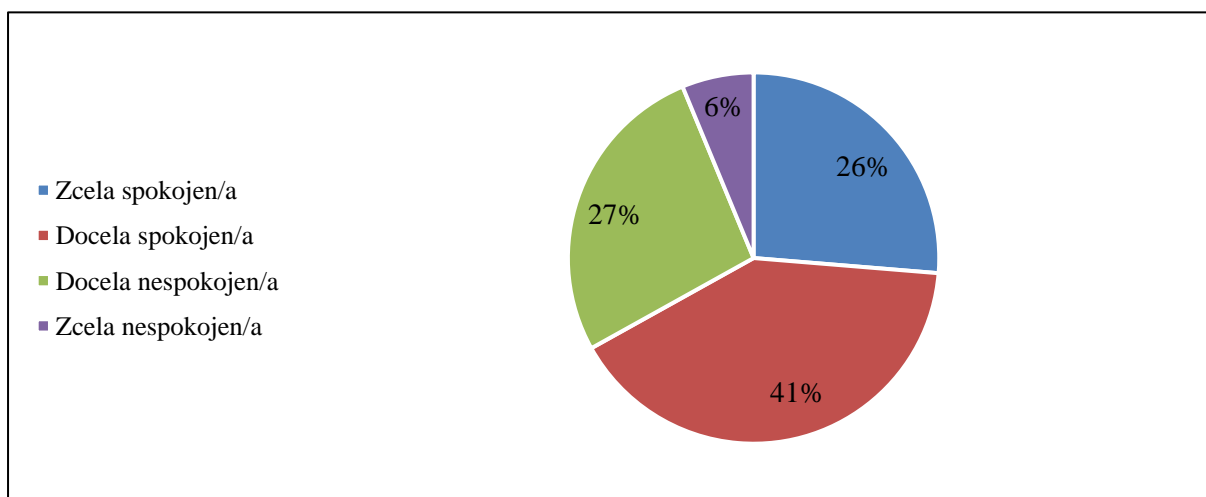
Na obrázku 25 lze vidět, že více než třetina dotazovaných (36 %) je s informacemi o době zpoždění nespokojena. 25 % respondentů uvedlo, že jsou docela nespokojeni a 11 %, že jsou zcela nespokojeni. Z toho je nespokojených 26 % mužů a 74 % žen.



Obrázek 26 Nespokojení cestující s přehledem informací o době zpoždění na zastávkách členění dle věkových skupin (autor)

Obrázek 26 graficky znázorňuje, že nejvíce nespokojených respondentů tvoří věková skupina od 16 do 26 let, jejichž zastoupení je nadpoloviční, a to 55 %. Nespokojených respondentů z věkové skupiny 27-64 let je 43 % a věková skupina 65 a více let má 2% zastoupení.

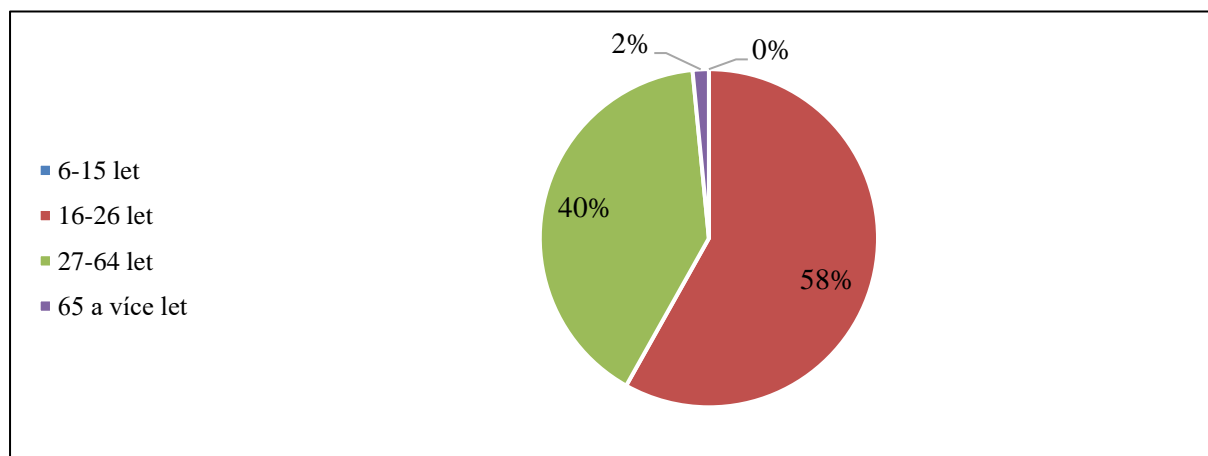
- **Jak jste spokojen/a s dostupností informací v případě mimořádných situací (objízdné trasy, náhradní zastávky, výluky, atd.)?**



Obrázek 27 Spokojenost cestujících s dostupností informací v případě mimořádných situací (autor)

DPMCB informuje cestující o mimořádných událostech na svých webových stránkách a nově také prostřednictvím mobilní aplikace DPMCB – viz v příloze H. Z obrázku 27 je patrné, že s dostupností informací v případě mimořádných situací je nespokojeno přes 30 % respondentů. Konkrétně 27 % dotazovaných uvedlo, že je s těmito informacemi docela

nespokojeno a 6 %, že je zcela nespokojeno. Jedná se z 29 % o muže a ze 71 % o ženy. Dle výsledků na obrázku 28 jsou nejvíce nespokojeni mladí lidé ve věku od 16 do 26 let.



Obrázek 28 Nespokojení cestujících s dostupností informací v případě mimořádných situací členění dle věkových skupin (autor)

Z vypracovaných výsledků vyplynulo, že je více jak třetina cestujících nespokojena s informacemi, které se týkají dob zpoždění a mimořádných situací. Nespokojení jsou především mladí lidé ve věku od 16 do 26 let. Této problematice bude dále věnován čas v návrhové části práce.

2.4.4 Čas

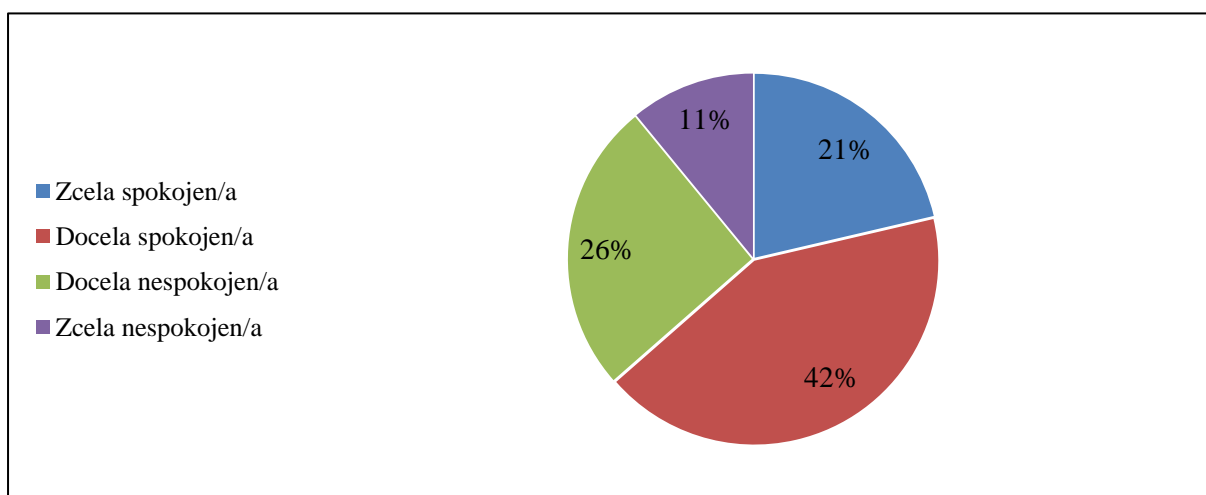
Jak je uvedeno v teoretické části práce (kapitola 1.2.4), pro cestujícího je nejdůležitější především zkrácení celkové cestovní doby, tedy doby cesty z výchozího místa (např. bydliště) do cílového místa (např. pracoviště). S tím úzce souvisí dodržování jízdního řádu. Je zapotřebí aby spoje jezdily pravidelně a přesně. Pokud má cestující více možností přepravy, je pro něj rozhodující čas strávený na cestě. Nedodržování jízdních řádů, a s tím spojené dlouhé čekání na zastávce, může cestujícího negativně ovlivnit k opakovanému použití MHD. Přehled otázek položených v oblasti času je zobrazen v tabulce 7.

Tabulka 7 Přehled otázek v oblasti času

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s dodržováním jízdního řádu?	21 %	42 %	26 %	11 %

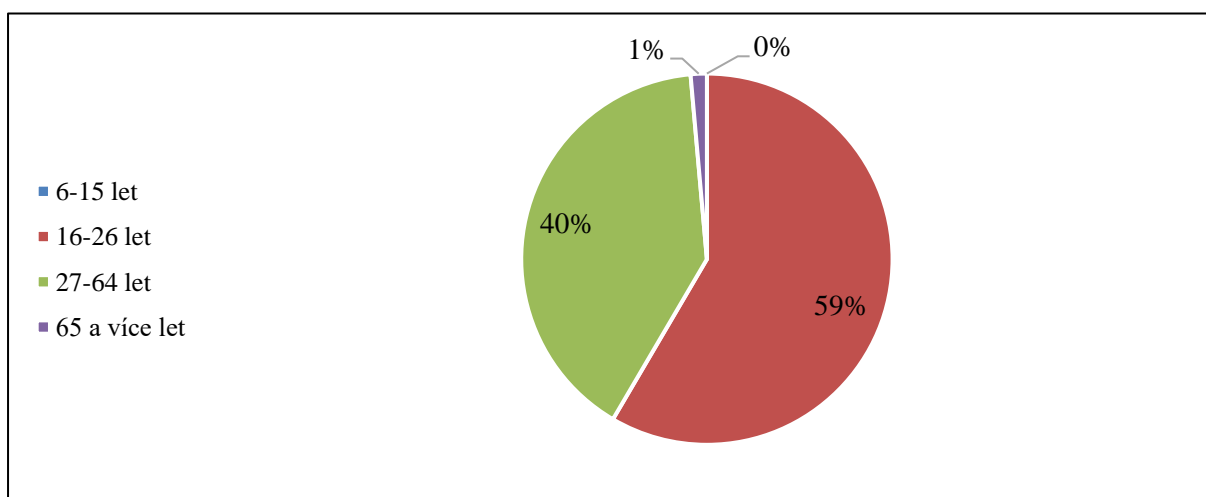
Zdroj: autor

- **Jak jste spokojen/a s dodržováním jízdního řádu?**



Obrázek 29 Spokojenost cestujících s dodržováním jízdního řádu (autor)

Na obrázku 29 jsou graficky znázorněné výsledky týkající se spokojenosti cestujících s dodržováním jízdního řádu. Dle těchto výsledků lze vidět, že je 37 % respondentů s dodržováním jízdního řádu nespokojeno. Konkrétně je docela nespokojeno 26 % dotazovaných a zcela nespokojeno 11 % dotazovaných. 79 % nespokojených respondentů tvoří ženy a 21 % tvoří muži.



Obrázek 30 Nespokojení cestující s dodržováním jízdního řádu členění dle věkových skupin (autor)

Na obrázku 30 jsou nespokojení respondenti členění dle věkových skupin. Nejvyšší počet nespokojených respondentů (59 %) je věku od 16 do 26 let. Druhou největší skupinou nespokojených respondentů jsou respondenti ve věku od 27 do 64 let.

Jelikož je míra nespokojenosti u této otázky vysoká, bude této problematice dále věnován čas v návrhové části práce.

2.4.5 Péče o zákazníka

Pro zákazníka je též důležitý milý, vstřícný a ochotný personál. Respondentům byly v oblasti péče o zákazníka položeny dotazy týkající se chování řidičů, chování pracovníků revizní kontroly a také dotazy týkající se chování pracovníků zákaznického centra. Přehled těchto otázek lze vidět v tabulce 8.

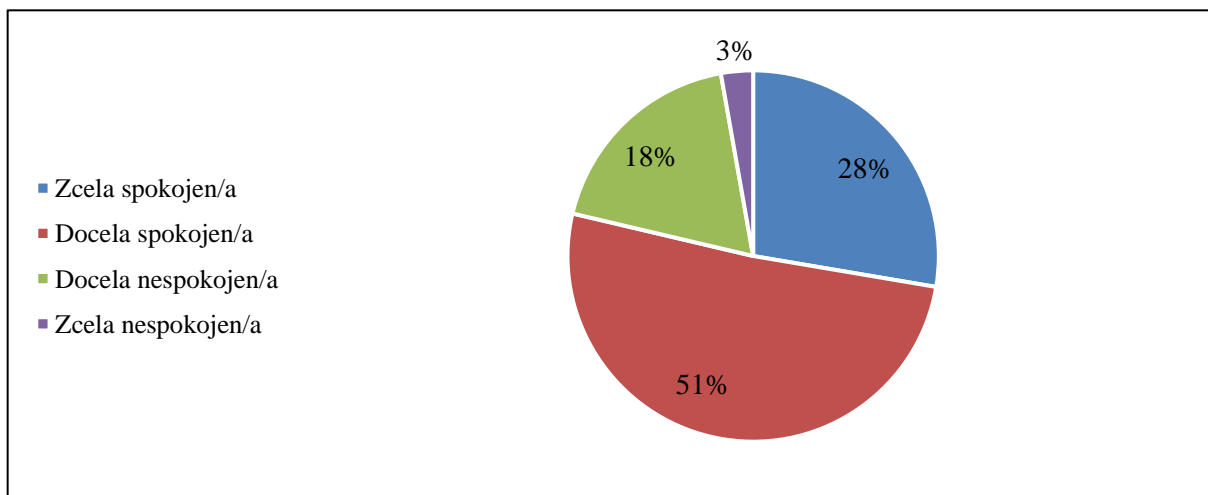
Tabulka 8 Přehled otázek v oblasti péče o zákazníka

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s přístupem řidičů?	28 %	51 %	18 %	3 %
Jak jste spokojen/a s přístupem revizorů?	35 %	45 %	14 %	6 %
Jak jste spokojen/a se službami zákaznického centra:				
S infolinkou?	37 %	52 %	9 %	2 %
S reklamacemi?	34 %	53 %	9 %	4 %
S řešením ztrát a nálezů?	33 %	56 %	8 %	3 %

Zdroj: autor

- **Jak jste spokojen/a s přístupem řidičů?**

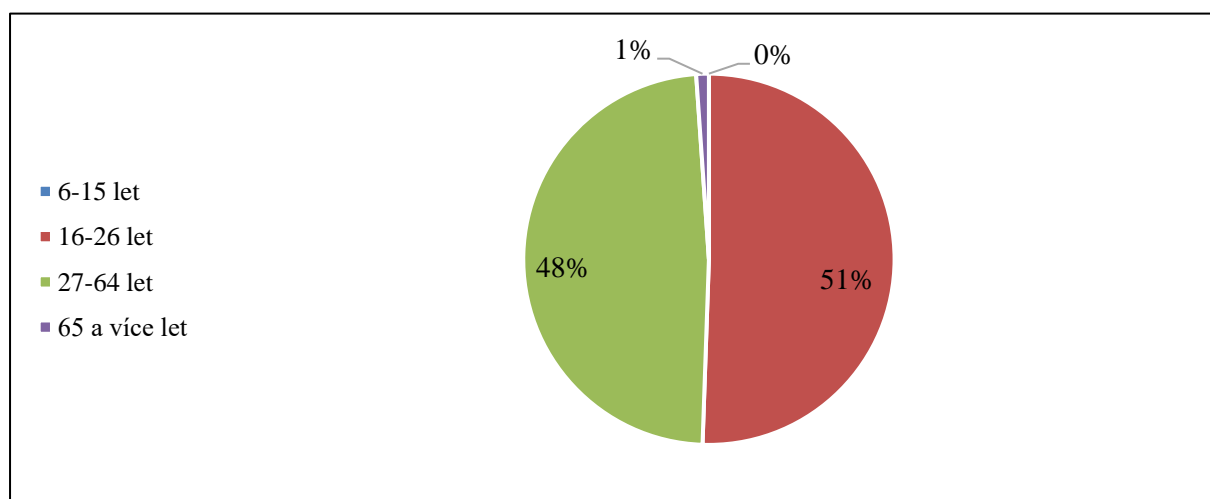
V rámci přepravy MHD přijdou cestující nejčastěji do kontaktu s řidičem vozidla. Řidiči MHD by měli být řádně proškoleni v komunikaci se zákazníky, měli by umět odhadnout, jak se v jistých situacích chovat, co si k cestujícím můžou a naopak nemůžou dovolit.



Obrázek 31 Spokojenost cestujících s přístupem řidičů (autor)

Na obrázku 31 lze vidět, že s přístupem řidičů je spokojeno 79 % cestujících. Konkrétně je zcela spokojeno 28 % cestujících a docela spokojeno 51 % cestujících. Nespokojeno je přístupem řidičů 21 % cestujících, z toho jich je 18 % docela nespokojených a pouze 3 % cestujících odpověděli, že jsou zcela nespokojeni s přístupem řidičů. Z výsledků tedy vyplývá, že jsou cestující s přístupem řidičů docela spokojeni.

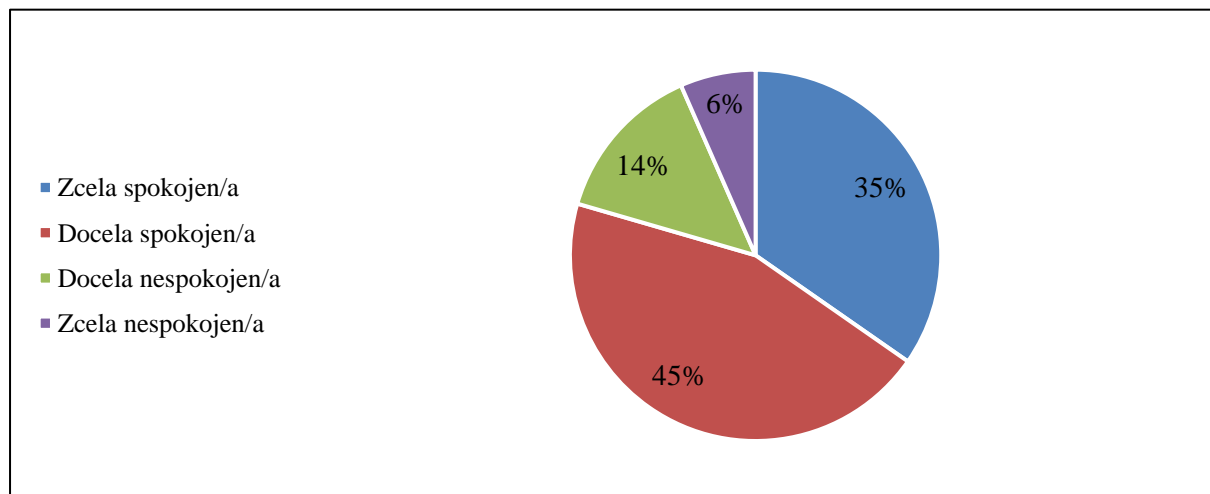
79 % nespokojených respondentů tvoří ženy a 21 % muži. Dále lze vidět na obrázku 32, že největší nespokojené věkové skupiny tvoří respondenti ve věku od 16 do 26 let a ve věku od 27 do 64 let.



Obrázek 32 Nespokojení cestující s přístupem řidičů členění dle věkových skupin (autor)

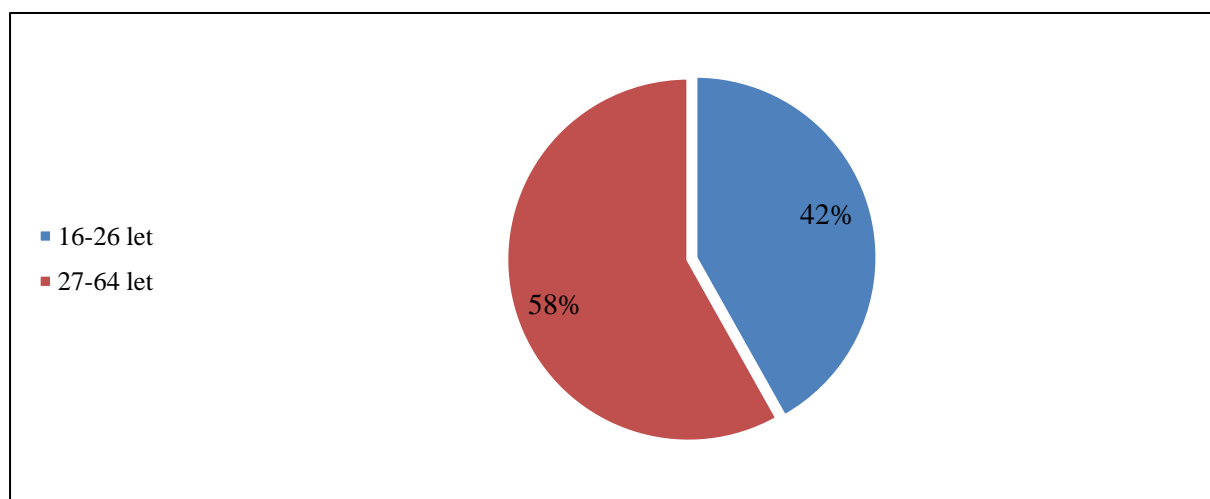
- **Jak jste spokojen/a s přístupem revizorů?**

Dále přijdou cestující často do kontaktu s pracovníkem přepravní kontroly. Revizor by měl být stejně kvalifikovaný jako řidič ohledně komunikace se zákazníkem a ohledně chování k zákazníkům. Bližší informace ohledně přepravních kontrol jsou uvedeny v příloze J.



Obrázek 33 Spokojenost cestujících s přístupem revizorů (autor)

Obrázek 33 zobrazuje zpracované výsledky týkající se spokojenosti cestujících s přístupem pracovníků revizní kontroly. Dle těchto výsledků je s chováním revizorů zcela spokojeno 35 % respondentů a docela spokojeno 45 % respondentů. Naopak 20 % respondentů je s přístupem revizorů nespokojených – 14 % je docela nespokojených a 6 % zcela nespokojených. Opět lze říct dle výsledků, že jsou cestující s chováním revizorů docela spokojeni.



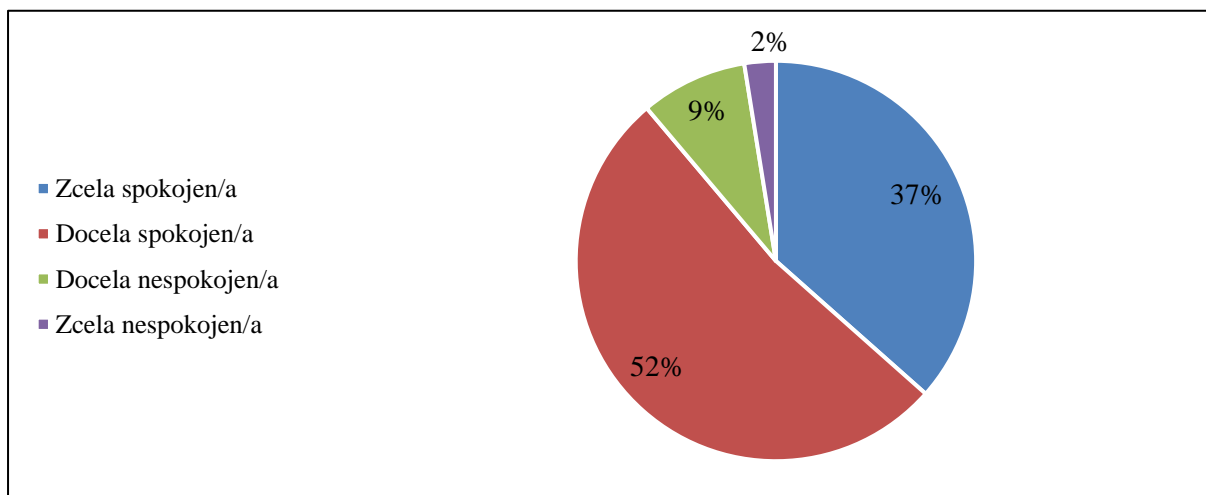
Obrázek 34 Nespokojení cestující s přístupem revizorů členění dle věkových skupin (autor)

Nespokojenou skupinu respondentů tvoří z 64 % ženy a z 36 % muži. Výsledky na obrázku 34 zobrazují, že nespokojení respondenti jsou tvořeni věkovými skupinami 16-26 let a 27-64 let. Věková skupina od 16-26 let tvoří 42 % nespokojených a věková skupina od 27 do 64 let tvoří 58 % nespokojených respondentů.

- **Jak jste spokojen/a se službami zákaznického centra:**

S ostatními zaměstnanci, jako jsou například zaměstnanci zákaznického centra, nepřicházejí cestující do kontaktu sice tak často jako např. s řidičem, ale i tak je velmi důležitá ochota a vstřícnost i těchto zaměstnanců. Jak je psáno v teoretické rešerši (kapitola 1.2.5), tito zaměstnanci musí být schopni rychle a pohotově reagovat na dotazy, řešit stížnosti, náhrady a s nimi spojené kompenzace. Veškeré kontakty, na zákaznické centrum či informační kancelář, jsou cestujícím k dispozici na webových stránkách DPMCB. V případě ztrát je na webových stránkách podniku uveden seznam nálezů ve vozidlech MHD, případně kontakt pro oznámení ztráty (příloha K).

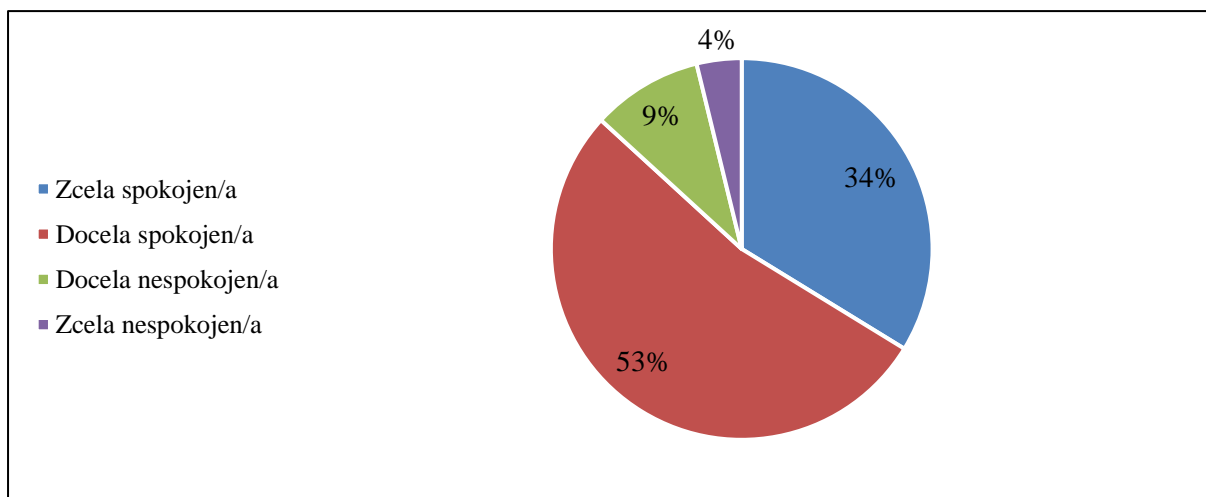
- **Jak jste spokojen/a s infolinkou?**



Obrázek 35 Spokojenost cestujících s infolinkou (autor)

Z obrázku 35 vyplývá, že jsou respondenti s infolinkou velice spokojeni (89 %). 37 % respondentů v odpovědích uvedlo, že jsou zcela spokojeni s infolinkou a 52 % respondentů uvedlo, že jsou docela spokojeni. Pouhých 11 % respondentů je dle zpracovaných výsledků nespokojeno.

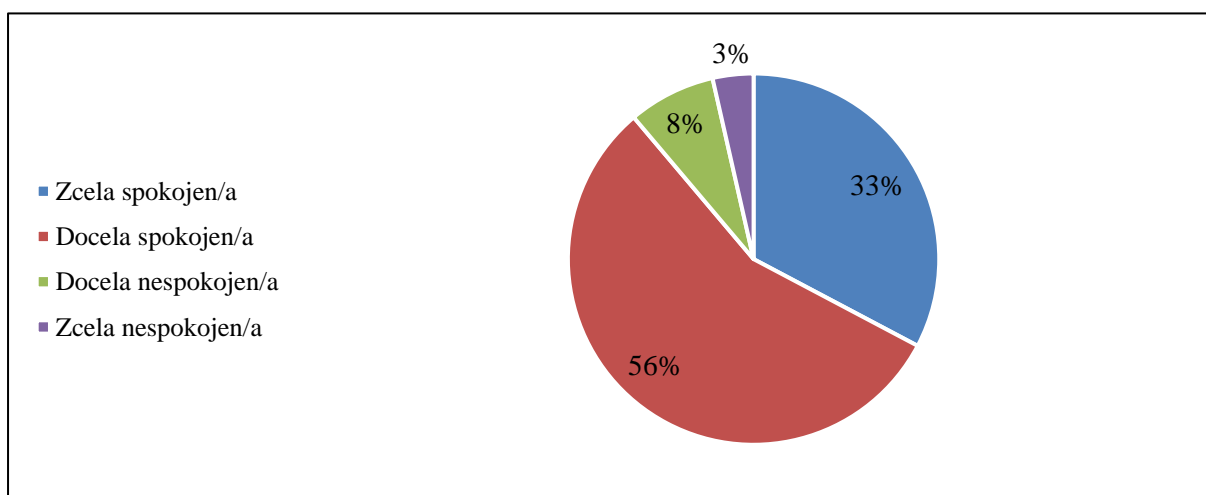
- **Jak jste spokojen/a s reklamami?**



Obrázek 36 Spokojenost cestujících s reklamami (autor)

Na základě zpracovaných výsledků zobrazených na obrázku 36 lze říct, že jsou cestující MHD s vyřizováním reklamací spokojeni (87 %). 34 % cestujících je dle uvedených odpovědí zcela spokojeno, 53 % docela spokojeno. Pouhých 9 % respondentů je docela nespokojených a 4 % respondentů je zcela nespokojených.

- **Jak jste spokojen/a s řešením ztrát a nálezů?**



Obrázek 37 Spokojenost cestujících s řešením ztrát a nálezů (autor)

Obrázek 37 zobrazuje graficky znázorněné výsledky týkající se spokojenosti cestujících s řešením ztrát a nálezů. Z výsledků opět vyplývá, že jsou cestující s řešením ztrát a nálezů velice spokojeni (89 %). 33 % dotazovaných je s řešením ztrát a nálezů zcela spokojeno a 56 % docela spokojeno. Pouze 8 % respondentů je docela nespokojených a 3 % zcela nespokojených.

2.4.6 Pohodlí

V této části měli respondenti možnost vyjádřit se ohledně čistoty ve vozidlech MHD, dále měli možnost vyjádřit se ke spokojenosti, která se týká dostatečné nabídky míst k sezení, dostatečného prostoru ke stání a dostatečného prostoru pro přepravu kočárků, jízdních kol apod. V poslední otázce oblasti pohodlí měli respondenti možnost vyjádřit se ke spokojenosti s komfortem zastávek MHD (dostatečné zastřešení, místa k sezení, apod.). Přehled těchto otázek lze vidět v tabulce 9.

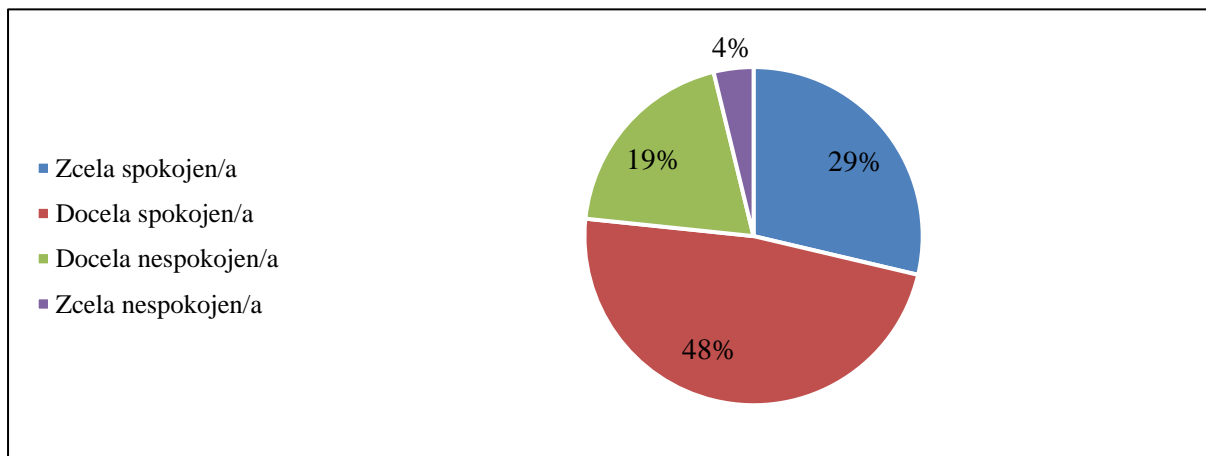
Tabulka 9 Přehled otázek v oblasti pohodlí

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s čistotou ve vozech?	29 %	48 %	19 %	4 %
Jak jste spokojen/a s dostatečným počtem míst k sezení ve vozech?	26 %	50%	20 %	4 %
Jak jste spokojen/a s dostatečným prostorem ke stání ve vozech?	31 %	46 %	20 %	3 %
Jak jste spokojen/a s dostatečným prostorem ve vozech pro přepravu kočárků, jízdních kol, vozíčkářů, apod.?	24 %	47 %	24 %	5 %

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s komfortem zastávek městské hromadné dopravy (zastřešení, dostatek míst k sezení, apod.)?	16 %	39 %	37 %	8 %

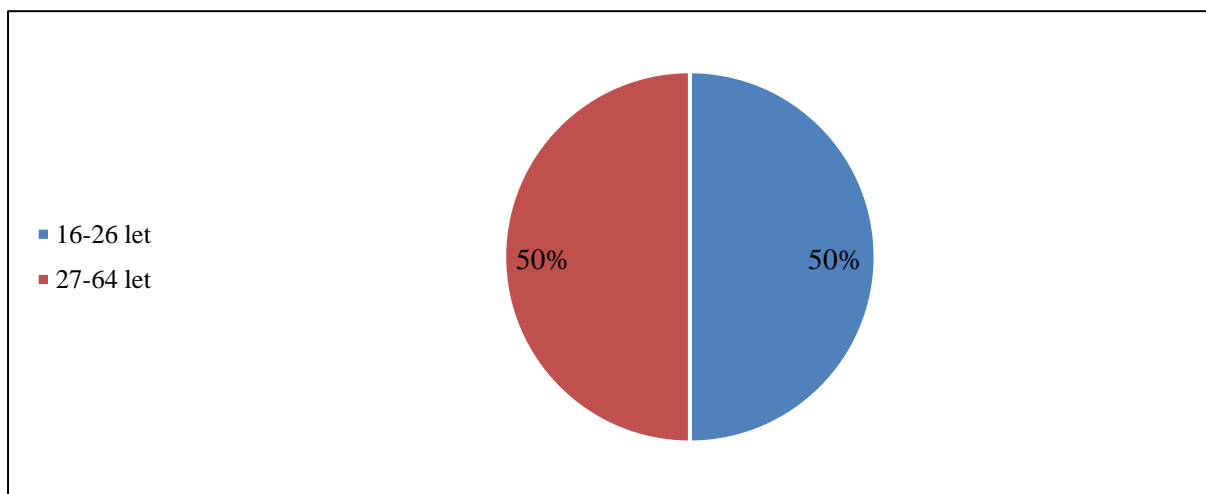
Zdroj: autor

• **Jak jste spokojen/a s čistotou ve vozech?**



Obrázek 38 Spokojenost cestujících s čistotou ve vozech (autor)

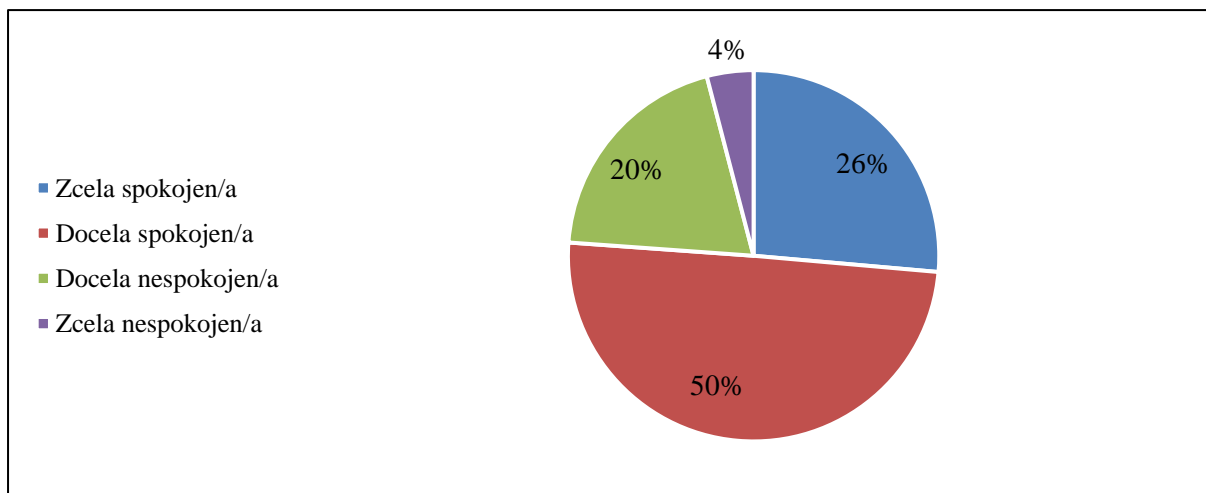
Na obrázku 38 lze vidět graficky zpracované výsledky týkající se spokojenosti cestujících s čistotou ve vozech. Dle těchto výsledků jsou respondenti s čistotou ve vozech MHD docela spokojeni. Zcela spokojeno je 29 % respondentů a 48 % respondentů je docela spokojeno. 23 % tvoří skupina nespokojených respondentů, z nichž je 19 % docela nespokojeno a 4 % zcela nespokojeno.



Obrázek 39 Nespokojení cestující s čistotou ve vozech členění dle věkových skupin (autor)

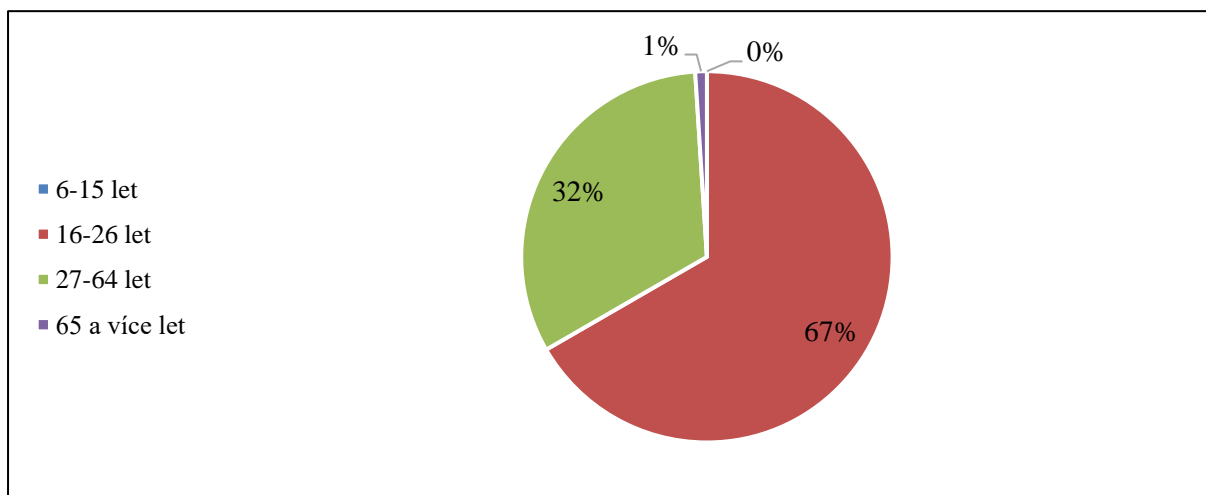
Nespokojená skupina respondentů je tvořena z 91 % ženami a pouze z 9 % muži. Dále lze na obrázku 39 vidět nespokojené respondenty rozdělené dle věkových skupin.

- **Jak jste spokojen/a s dostatečným počtem míst k sezení ve vozech?**



Obrázek 40 Spokojenost cestujících s dostatečným počtem míst k sezení ve vozech (autor)

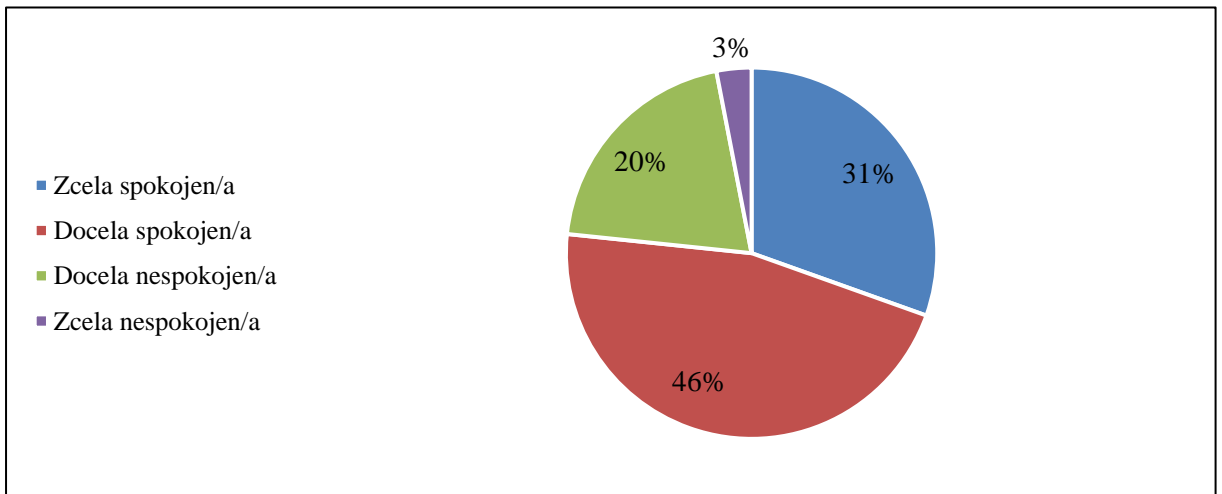
Z obrázku 40 vyplývá, že jsou respondenti s počtem míst k sezení ve vozidlech MHD docela spokojeni. 50 % z nich uvedlo, že jsou docela spokojeni a 26 %, že jsou zcela spokojeni s čistotou ve vozidlech MHD. 24 % respondentů je dle výsledků nespokojených s počtem míst k sezení ve vozidlech MHD. Tato skupina je tvořena z 80 % ženami a z 20 % muži.



Obrázek 41 Nespokojení cestující s dostatečným počtem míst k sezení ve vozech členění dle věkových skupin (autor)

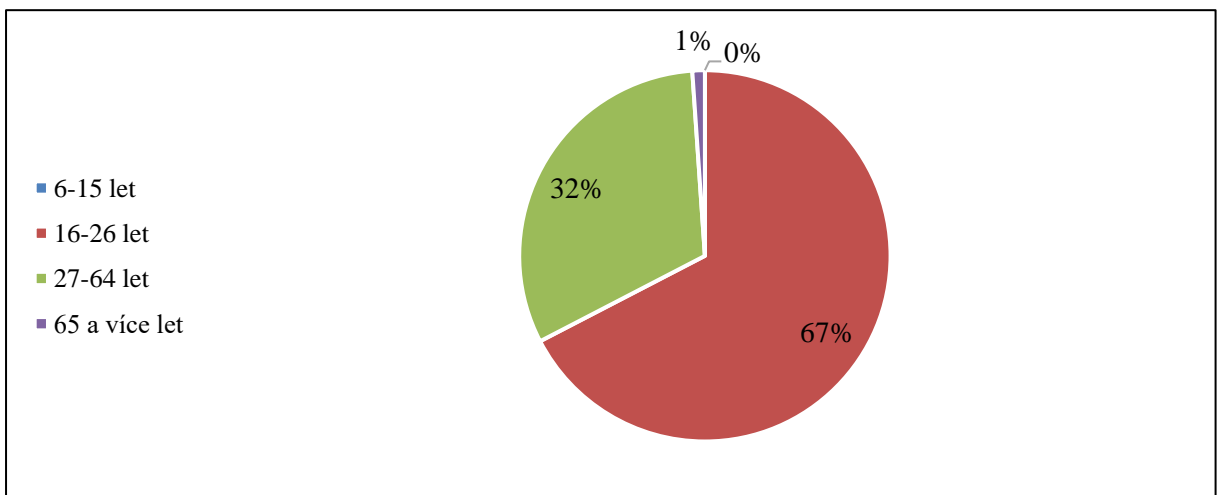
Dále jak lze vidět na obrázku 41, že nejvíce jsou nespokojeni respondenti ve věkové skupině od 16 do 26 let, jejichž zastoupení je 67 %. Věková skupina od 27 do 64 je zastoupena z 32 % a věkovou skupinu 65 a více let zastupuje pouze 1 % respondentů.

- **Jak jste spokojen/a s dostatečným prostorem ke stání ve vozech?**



Obrázek 42 Spokojenost cestujících s dostatečným prostorem ke stání ve vozech (autor)

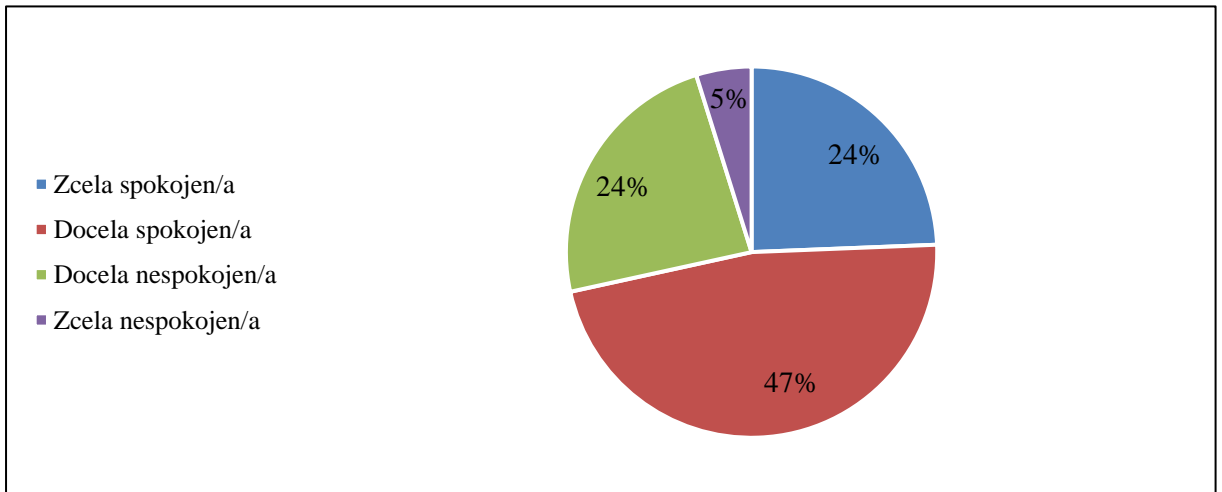
Na obrázku 42 lze vidět graficky znázorněné výsledky týkající se dostatečného prostoru ke stání pro cestující ve vozidlech MHD. Na základě těchto výsledků je zcela spokojeno 31 % respondentů a docela spokojeno 46 % respondentů. Nespokojených respondentů je dle výsledků 23 %. Z nichž je 20 % respondentů docela nespokojených a 3 % zcela nespokojených. Nespokojenou skupinu tvoří opět převážně ženy a to z 88 %. Zbylých 12 % pak tvoří muži.



Obrázek 43 Nespokojení cestující s dostatečným prostorem ke stání ve vozech členění dle věkových skupin (autor)

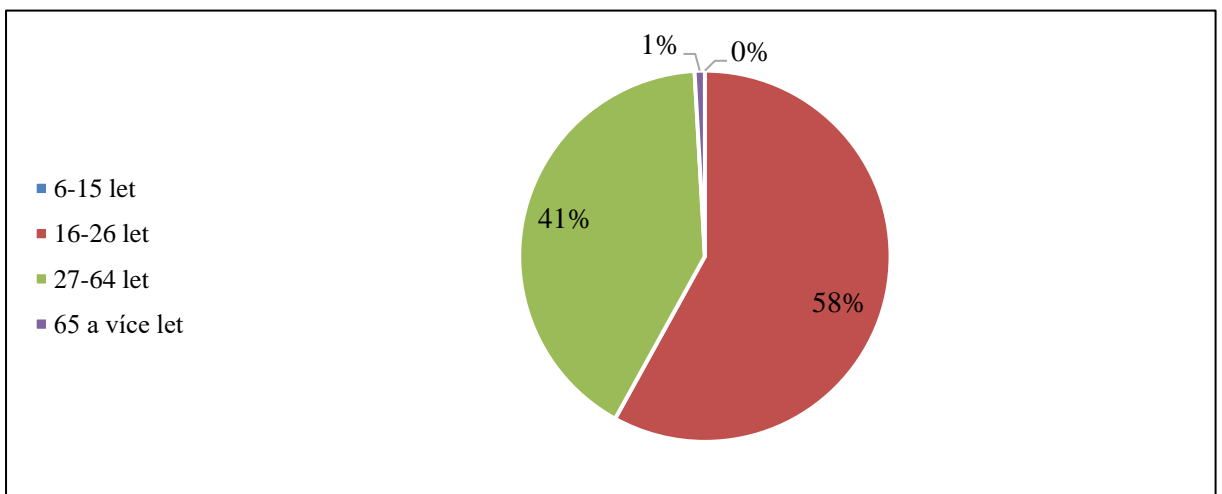
Na obrázku 43 jsou zobrazeni respondenti, kteří jsou nespokojeni s dostatečným prostorem ke stání ve vozidlech MHD. Dle výsledků jsou nejvíce nespokojeni mladí lidé ve věku od 16 o 26 let.

- **Jak jste spokojen/a s dostatečným prostorem ve vozích pro přepravu kočárků, jízdních kol, vozíčkářů, apod.?**



Obrázek 44 Spokojenost cestujících s dostatečným prostorem ve vozích pro přepravu kočárků, apod. (autor)

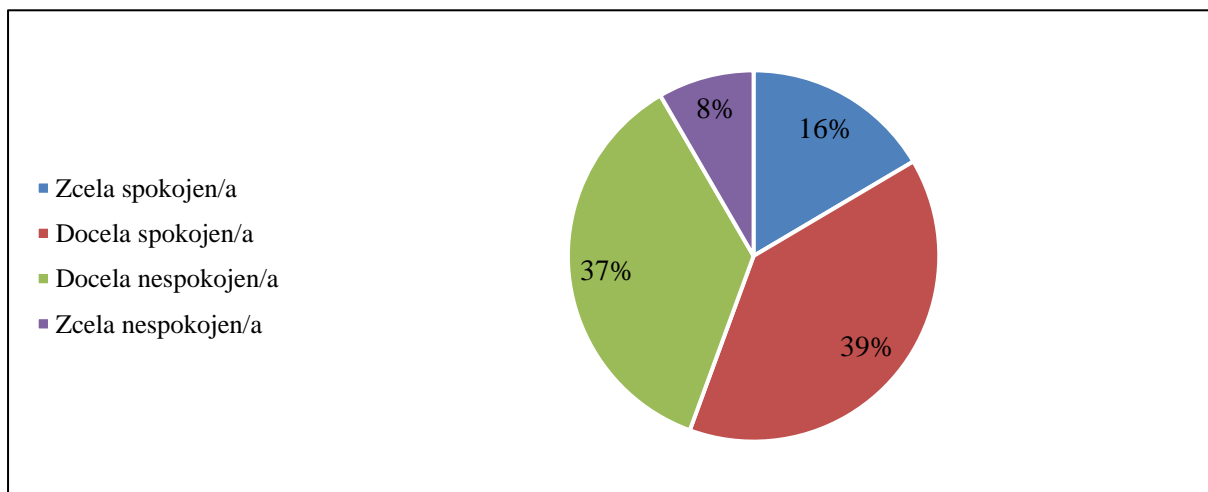
Obrázek 44 znázorňuje zpracované výsledky, které se týkají spokojenosti cestujících s dostatečným prostorem ve vozích pro přepravu kočárků, jízdních kol, vozíčkářů, apod. Na základě těchto výsledků lze říct, že je 24 % respondentů zcela spokojených a 47 % respondentů docela spokojených. Nespokojení respondenti tvoří dohromady 29 %. Z toho je 24 % docela nespokojených a 5 % zcela nespokojených.



Obrázek 45 Nespokojení cestující s dostatečným prostorem ve vozích pro přepravu kočárků, apod. členění dle věkových skupin (autor)

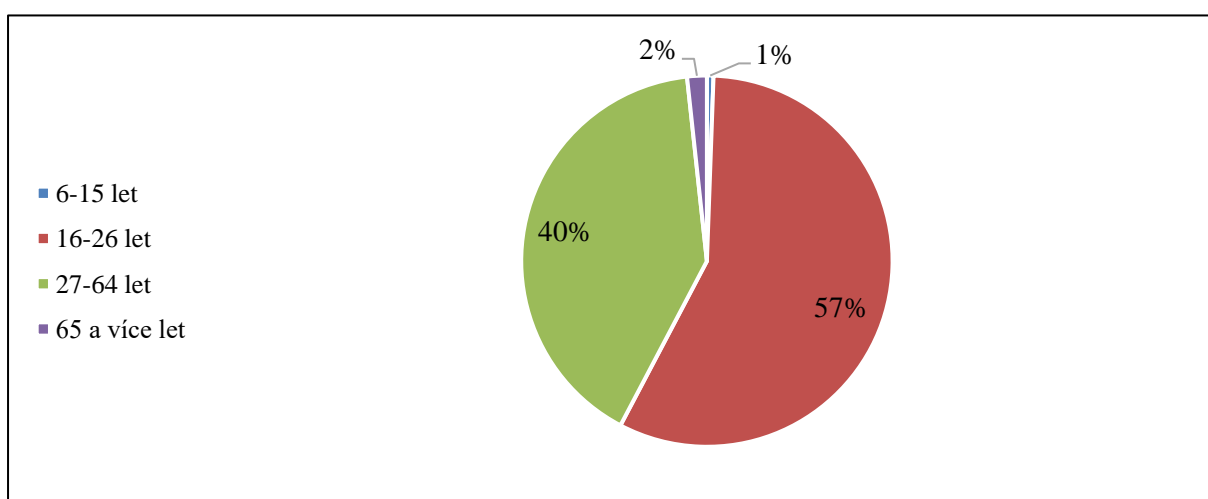
Nespokojené jsou především ženy, a to z 84 %. Nespokojených mužů je dle výsledků 16 %. Z obrázku 45 vyplývá, že jsou nejvíce nespokojeni mladí lidé ve věku od 16 do 26 let, a to v nadpoloviční většině (58 %).

- **Jak jste spokojen/a s komfortem zastávek městské hromadné dopravy (zastřešení, dostatek míst k sezení, apod.)?**



Obrázek 46 Spokojenost cestujících s komfortem zastávek MHD (autor)

Hodnocení komfortu zastávek MHD je zobrazeno na obrázku 46. Z výsledků lze vidět, že s komfortem zastávek MHD (zastřešení apod.) je téměř polovina respondentů nespokojena (45 %), tudíž skoro každý druhý dotazovaný zvolil odpověď „*docela nespokojen/a*“ nebo „*zcela nespokojen/a*“. Konkrétně je docela nespokojeno 37 % cestujících a zcela nespokojeno 8 % cestujících. Odpověď „*zcela spokojen/a*“ zvolilo pouhých 16 % dotazovaných a zbylých 39 % dotazovaných uvedlo odpověď „*docela spokojen/a*“. Příklady zastávek MHD v Českých Budějovicích jsou zobrazené v příloze L.



Obrázek 47 Nespokojení cestující s komfortem zastávek MHD členění dle věkových skupin (autor)

Skupinu nespokojených respondentů tvoří převážně ženy a to ze 79 %. Mužů je nespokojených 29 %. Dle výsledků znázorněných na obrázku 47 jsou nejvíce nespokojeni

mladí lidé ve věku od 16 do 26 let, jejichž věková skupina tvoří 57 % nespokojených respondentů. Následuje věková skupina od 27 do 64 let tvořena ze 40 %. Věková skupina 65 a více let je nespokojena z 2 % a věková skupina od 6 do 15 let tvoří 1 %.

Z výsledků vyplývá, že jsou cestující s komfortem zastávek MHD výrazně nespokojeni a proto bude této problematice dále věnován čas v návrhové části práce.

2.4.7 Bezpečnost

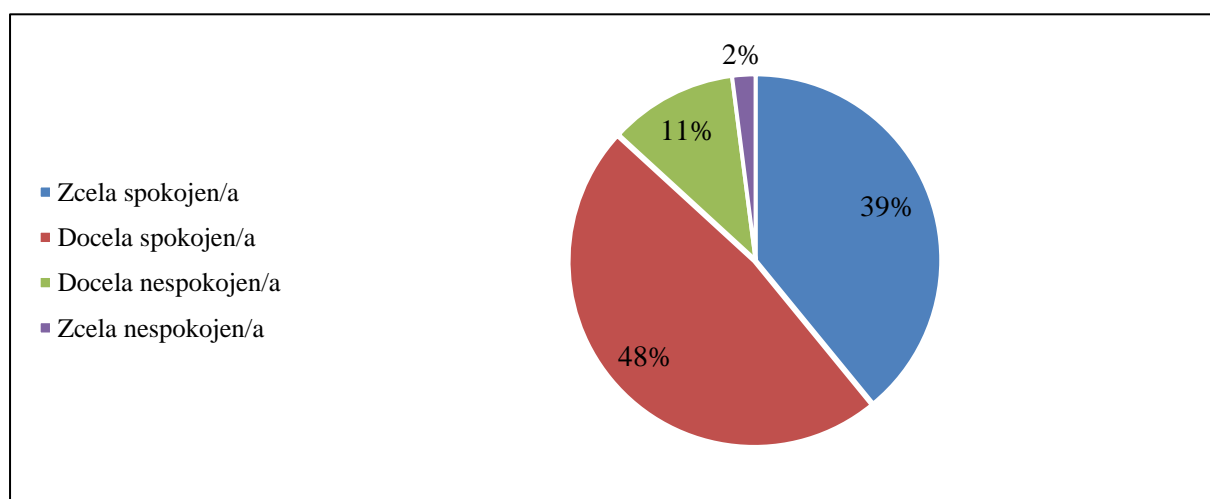
V oblasti bezpečnosti byla respondentům položena otázka ohledně spokojenosti s bezpečností ve vozidlech MHD a také měli respondenti možnost vyjádřit se ke spokojenosti s jízdou řidiče. Přehled otázek lze vidět v tabulce 10.

Tabulka 10 Přehled otázek v oblasti bezpečnost

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s bezpečností ve vozzech (madla k držení, SOS tlačítka, apod.)?	39 %	48 %	11 %	2 %
Jak jste spokojen/a s jízdou řidiče?	22 %	50 %	22 %	6 %

Zdroj: autor

- **Jak jste spokojen/a s bezpečností ve vozzech (madla k držení, SOS tlačítka, apod.)?**



Obrázek 48 Spokojenost cestujících s bezpečností ve vozidlech MHD (autor)

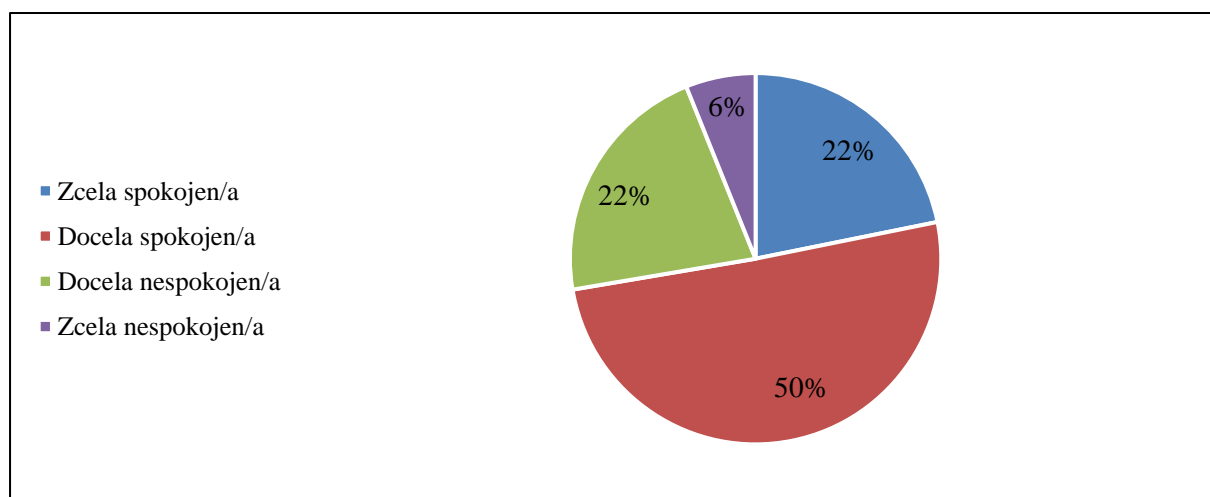
Každý vůz MHD by měl být vybaven dostatečným počtem madel k držení, aby se cestující, kteří při přepravě stojí, měli čeho bezpečně přidržet. Dále by měl být každý vůz vybaven například tlačítky pro bezpečný výstup kočárků, vozíčkářů apod., toto tlačítko po

zmáčknutí upozorní řidiče, který by měl cestujícím při výstupu v případě potřeby i pomoci. Vůz by měl také disponovat kladívky na rozbití oken v případě nehody, lékárníčkou či SOS tlačítky, která přivolají k místu nehody pomoc bez použití mobilního telefonu.

Dle výsledků znázorněných na obrázku 48 lze říct, že jsou cestující s bezpečností ve vozidlech MHD velice spokojeni. Jak lze vidět, zcela spokojených respondentů je 39 % a docela spokojených 48 %. Nespokojených respondentů je dle výsledků pouhých 13 %. Z nichž 11 % zhodnotilo, že jsou docela nespokojeni a pouze 2 %, že jsou zcela nespokojeni.

- **Jak jste spokojen/a s jízdou řidiče?**

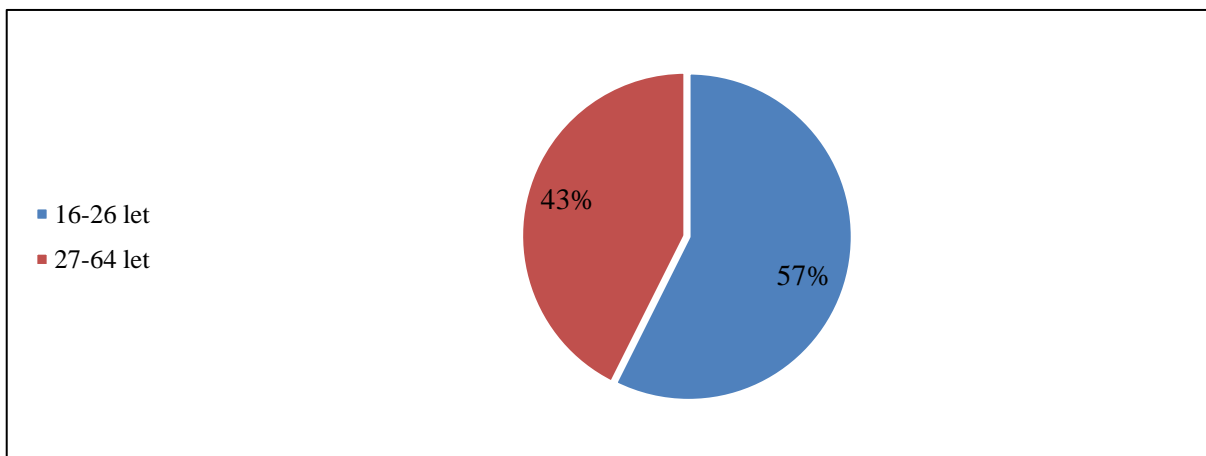
Styl jízdy řidiče také ovlivňuje bezpečnost ve vozidlech MHD, prudké rozjezdy či brzdění mohou ohrozit bezpečnost cestujících, a to především těch, kteří při přepravě stojí. S tím úzce souvisí například výše uvedená madla, kterých by se měli cestující bezpečně přidržovat. Zodpovědnost za cestující nese především řidič a proto by styl jeho jízdy měl být plynulý a bezpečný.



Obrázek 49 Spokojenost cestujících s jízdou řidiče (autor)

S jízdou řidiče je dle výsledků na obrázku 49 spokojeno 72 % respondentů. Konkrétně 22 % respondentů hodnotí, že jsou zcela spokojeni. Polovina dotazovaných (50 %), je pak docela spokojena s jízdou řidiče, jak lze na obrázku vidět. 28 % respondentů uvedlo, že jsou s jízdou řidiče nespokojeni. Konkrétně se jedná z 19 % o muže a z 81 % o ženy.

Z obrázku 50 vyplývá, že s jízdou řidiče jsou nespokojeni pouze cestující ve věkových skupinách od 16 do 26 let a od 27 do 64 let.



Obrázek 50 Nespokojení cestující s jízdou řidiče členění dle věkových skupin (autor)

Ve věkové skupině od 16 do 26 let je nespokojeno 57 % cestujících a ve věkové skupině od 27 do 64 let je nespokojeno 43 % cestujících.

Obecně lze ale na základně zpracovaných výsledků hodnotit, že jsou obyvatelé Českých Budějovic s bezpečností ve vozidlech MHD spokojeni.

2.4.8 Dopad na životní prostředí

Cestujícím byly ohledně životního prostředí položeny dotazy týkající se modernizace vozového parku DPMCB a dále dostatečného využívání trolejbusů, elektrobusů a autobusů s pohonem na stlačený zemní plyn (CNG). Přehled těchto otázek je zobrazen v tabulce 11.

Tabulka 11 Přehled otázek v oblasti dopad na životní prostředí

Otázky	Míra spokojenosti (%)			
	Spokojenost		Nespokojenost	
	1	2	3	4
Jak jste spokojen/a s opatřeními, která Dopravní podnik města České Budějovice podniká ke zlepšení životního prostředí:				
Dostatečná modernizace vozového parku?	32 %	55 %	12 %	1 %
Využívání dostatečného počtu trolejbusů?	30 %	55 %	12 %	3 %
Využívání dostatečného počtu elektrobusů?	35 %	47 %	15 %	3 %
Využívání dostatečného počtu autobusů s pohonem na CNG?	32 %	47 %	17 %	4 %

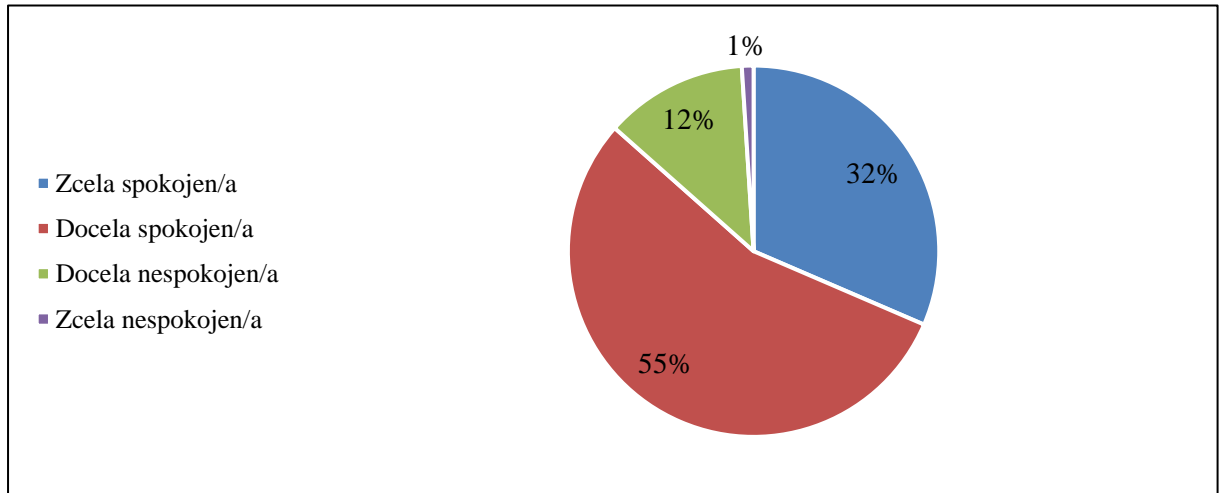
Zdroj: autor

- **Jak jste spokojen/a s opatřeními, která Dopravní podnik města České Budějovice podniká ke zlepšení životního prostředí:**

Hodnoty ovlivňující životní prostředí (např. emise výfukových plynů, hluk aj.) mají vliv na kvalitu života obyvatel v obsluhovaném území MHD. Na spokojenost cestujících

nemají sice přímý vliv, ale dotvářejí celkové povědomí cestujících o MHD, obzvláště v dnešní době, kdy je na životní prostředí – snižování emisí, využívání alternativních paliv apod. kladen veliký důraz.

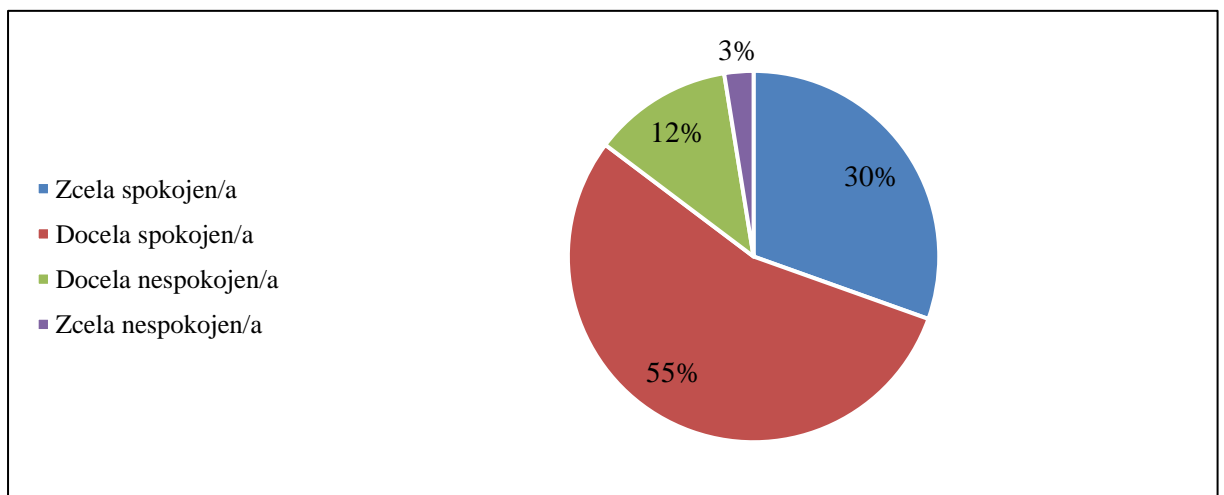
- **Dostatečná modernizace vozového parku?**



Obrázek 51 Spokojenost cestujících s modernizací vozového parku (autor)

Dle výsledků, které jsou zobrazeny na obrázku 51, lze hodnotit, že jsou cestující s modernizací vozového parku DPMCB velice spokojeni, a to z celkem 87 %. Konkrétně je zcela spokojeno 32 % respondentů a docela spokojena 55 % respondentů. Docela nespokojeno je pak 12 % cestujících a pouze 1 % cestujících je zcela nespokojených.

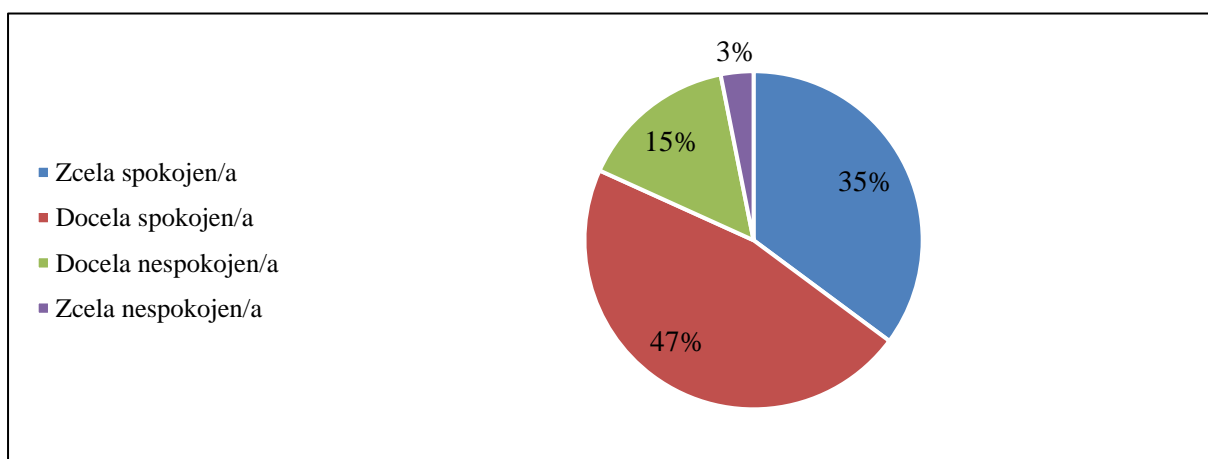
- **Využívání dostatečného počtu trolejbusů?**



Obrázek 52 Spokojenost cestujících s využíváním dostatečného počtu trolejbusů (autor)

Graficky zpracované výsledky na obrázku 52 ukazují, že respondenti vnímají počet využívaných trolejbusů za dostatečný a jsou s tímto počtem spokojeni. Třetina dotazovaných (30 %) je zcela spokojena a více než polovina dotazovaných (55 %) je docela spokojena. Dle pouhých 15 % respondentů využívá DPMCB nedostatečný počet trolejbusů a jsou se současnou situací nespokojeni.

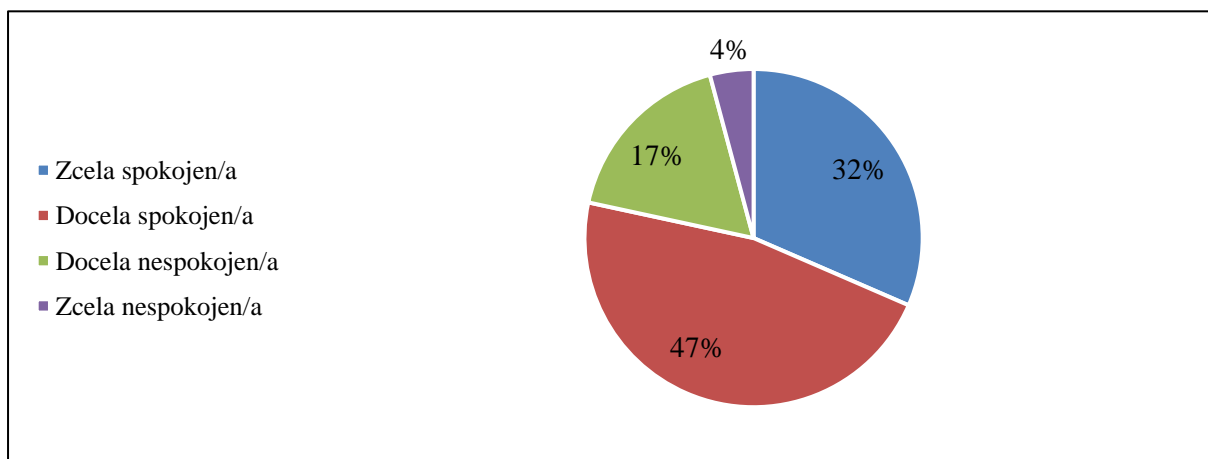
- **Využívání dostatečného počtu elektrobusů?**



Obrázek 53 Spokojenost cestujících s využíváním dostatečného počtu elektrobusů (autor)

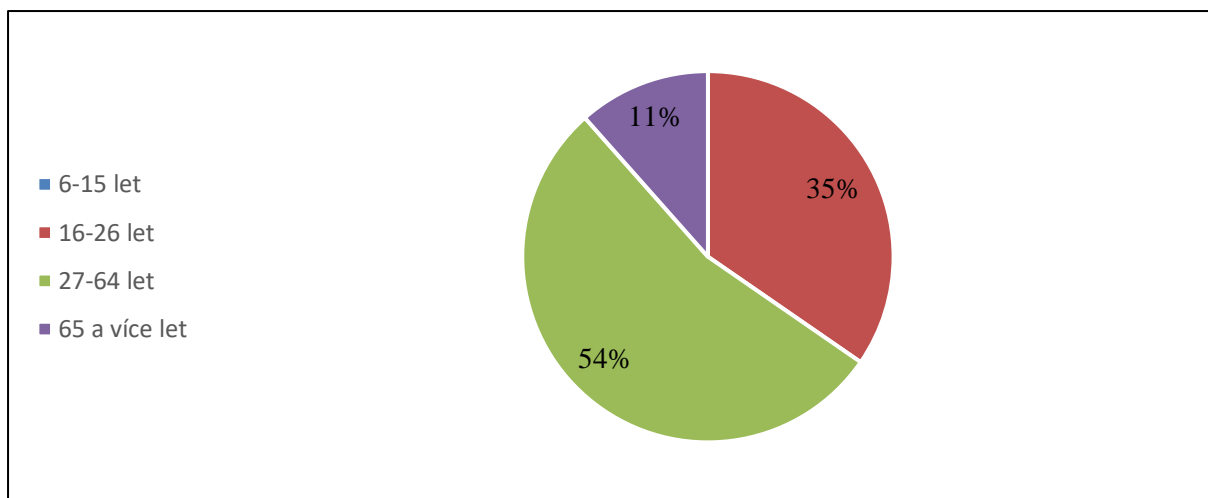
Dále jsou na obrázku 53 ukázány výsledky spokojenosti s využíváním elektrobusů v Českých Budějovicích. Spokojených respondentů je v tomto případě opět přes 80 %. Konkrétně je zcela spokojeno 35 % respondentů a docela spokojeno 47 % respondentů. Dle výsledků jsou respondenti nespokojení z 18 %. Konkrétně je z nich docela nespokojeno 15 % dotazovaných a zbylá 3 % dotazovaných jsou zcela nespokojeni.

- **Využívání dostatečného počtu autobusů s pohonem na CNG?**



Obrázek 54 Spokojenost cestujících s využíváním dostatečného počtu autobusů s pohonem na CNG (autor)

Jak lze vidět na obrázku 54, s využívaným počtem autobusů s pohonem na CNG jsou cestující opět relativně spokojeni. 32 % cestujících je zcela spokojeno, 47 % cestujících docela spokojeno. Ale oproti výsledkům zpracovaných na obrázcích 52 a 53 lze vidět, že míra nespokojenosti ohledně počtu autobusů s pohonem na CNG přesáhla hodnotu 20 %. Konkrétně je docela nespokojeno 17 % dotazovaných a zcela nespokojených respondentů jsou dle výsledků 4 %.



Obrázek 55 Nespokojení cestující s opatřeními DPMCB ke zlepšení životního prostředí členění dle věkových skupin (autor)

Obrázek 55 zobrazuje respondenty, rozdělené dle věkových skupin, kteří jsou s opatřeními, které se týkají životního prostředí, nespokojeni. V nadpoloviční většině jsou nejvíce nespokojeni cestující ve věkové skupině od 27 do 64 let. Nespokojených respondentů ve věku od 16 do 26 let je 35 % a respondenti ve věku od 65 let jsou nespokojeni z 11 %. Celkově se jedná z 58 % o ženy a z 42 % o muže.

Obecně lze ale na základně zpracovaných výsledků hodnotit, že jsou obyvatelé Českých Budějovic s opatřeními, které DPMCB podniká ke zlepšení životního prostředí spokojeni.

2.5 Shrnutí

V této kapitole jsou shrnuty vnímané nedostatky, které byly zjištěny z analýzy průzkumu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích. Tyto zjištěné nedostatky budou dále předmětem řešení v poslední kapitole této práce.

Na základě autorkou zpracovaných výsledků vyplývá, že jsou cestující MHD v Českých Budějovicích nespokojeni s četností spojů o svátcích a o víkendech. Nespokojených respondentů je dle výsledků z dotazníkového šetření dohromady 41 %. Tito nespokojení cestující jsou převážně mladí lidé ve věku od 16 do 26 let a MHD nejvíce

využívají k cestám do školy. Z výsledků tedy vyplývá, že s četností spojů o svátcích a o víkendech jsou nejvíce nespokojeni studenti.

Jako další nedostatek je respondenty vnímána dostupnost jízdenek na zastávkách MHD. S dostupností jízdenek je celkově nespokojeno 31 % respondentů. Jedná se především o respondenty ve věku od 16 do 26 let. Z výsledků také vyplývá, že tito nespokojení respondenti nejvíce využívají jako jízdní doklad jednotlivou papírovou jízdenku.

Nespokojenost s dostupností jízdenek na zastávkách MHD by mohla řešit mobilní aplikace Sejf, pomocí které lze zakoupit jednotlivé jízdné za stejnou cenu, za kterou lze koupit papírovou jízdenku v jízdenkovém automatu. Jenomže jak vyplývá z výsledků dotazníkového šetření, tuto aplikaci ke koupi jízdenek on-line prostřednictvím mobilního telefonu více jak polovina (57 %) respondentů vůbec nezná. Jedná se především opět o věkovou skupinu od 16 do 26 let. Ze zbylých 43 % respondentů tuto aplikaci používá pouze čtvrtina dotazovaných. Z výsledků vyplynulo, že respondenti tuto aplikaci nevyužívají, jelikož většina z nich využívá časové předplatné jízdné, tudíž nemají k používání aplikace důvod.

Respondenti dále vnímají nedostatky v oblasti informací. S informacemi o době zpoždění na zastávkách MHD je celkově nespokojeno 36 % respondentů. Dále jsou respondenti nespokojeni s informacemi, které se týkají mimořádných událostí. V tomto případě je nespokojeno 33 % dotazovaných. Z výsledků vyplynulo, že jsou s těmito informacemi nespokojeni v nadpoloviční většině mladí lidé ve věku od 16 do 26 let.

Dále nejsou cestující spokojeni s dodržováním jízdního řádu. Z celkového počtu odpovědí je nespokojeno 37 % respondentů. Ze zpracovaných výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že jsou z 59 % nespokojeni respondenti ve věku od 16 do 26 let.

V neposlední řadě jsou cestující dle výsledků šetření výrazně nespokojeni v oblasti pohodlí s komfortem zastávek MHD (zastřešení apod.). Nespokojena je téměř polovina dotazovaných, a to 45 %. Jedná se především opět o mladé lidi ve věku od 16 do 26 let.

3 NÁVRH OPATŘENÍ KE ZVÝŠENÍ ÚROVNĚ SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

V této kapitole práce budou navržena možná opatření, která reagují na analýzu výsledků dotazníkového šetření z analytické části této práce a vedou ke zvýšení úrovně spokojenosti cestujících MHD v Českých Budějovicích. Dle těchto výsledků jsou cestující MHD v Českých Budějovicích nejvíce nespokojeni s četností spojů o svátcích a o víkendech, s dostupností jízdenek na zastávkách, s informacemi o dobách zpoždění a v případech mimořádných situací, s dodržováním jízdního řádu a jako největší nedostatek je cestujícími vnímán komfort zastávek MHD.

3.1 Četnost spojů o svátcích a o víkendech

Ukazatel týkající se četnosti spojů o svátcích a o víkendech je cestujícími MHD v Českých Budějovicích vnímán jako jeden z nejhůře hodnocených ukazatelů. Dle výsledků v analytické části této práce jsou nejvíce nespokojeni studenti. Řešením tohoto problému by mohl být další průzkum. Výsledky průzkumu by se dále vyhodnocovaly na základě možností DPMCB (financí, dostatečného počtu řidičů, apod.).

Jelikož jsou České Budějovice sídlem Jihočeské univerzity, na které studuje přes 10 000 studentů, mohl by se průzkum zaměřit na spoje, které jsou nejvíce preferované právě studenty. Dá se předpokládat, že studenti nejčastěji bydlí na vysokoškolských kolejích nebo v okolí kampusu univerzity a ze svých domovů přijíždějí do Českých Budějovic v nedělních odpoledních a podvečerních hodinách. Tímto průzkumem by se dle autorky mohly vyfiltrovat dané spoje, které cestujícím (studentům) nevyhovují a měly by se tedy posílit a zároveň by se tímto průzkumem mohlo upřesnit časové rozmezí, ve kterém by toto posílení daných spojů bylo potřeba.

Dalším předmětem průzkumu by mohla být místa, která obyvatelé Českých Budějovic nejvíce navštěvují právě o víkendech a státních svátcích a které spoje MHD při přepravě na tato místa nejvíce využívají. V průzkumu by byl zkoumán i čas, ve kterém obyvatelé Českých Budějovic tyto konkrétní spoje nejvíce využívají. Tímto způsobem by se též daly vyfiltrovat nejvíce využívané linky, na kterých je četnost spojů cestujícími vnímána za nedostatečnou. Výsledkem průzkumu by tedy byly konkrétní spoje v nejvíce preferovaný čas, které by rovněž bylo možné, na základě hodnocení cestujících, posílit.

Autorka navrhuje provést průzkum formou dotazníkového šetření v podzimním nebo zimním období, kdy se dá předpokládat vyšší počet cestujících využívajících MHD, a to především z důvodu špatného počasí. Dle autorky by bylo nejvhodnější využít období adventu, kdy se spousta obyvatel přepravuje do nákupních center, na vánoční trhy apod. Dotazník by mohl být rozšířen na sociálních sítích. Také by se mohla využít tištěná forma dotazníku, kdy by byl dotazník rozdáván na Jihočeské univerzitě a na Vysoké škole technické a ekonomické (VŠTE) mezi studenty, a dále na frekventovaných místech jako je např. IGY Centrum.

3.2 Komfort zastávek MHD

S komfortem zastávek je v Českých Budějovicích nespokojena téměř polovina cestujících. Mnohé zastávky totiž nemají zastřešení, které by cestující ochránilo před nepříznivým počasím při čekání na daný spoj a velkému počtu zastávek chybí dokonce i lavičky, na kterých si mohou lidé odpočinout nebo si odložit věci (např. těžký batoh apod.).

Vhodným návrhem ke zlepšení komfortu zastávek MHD v Českých Budějovicích může být např. nákup přístřešků autobusové zastávky. Zastávka MHD by měla být především zastřešená, aby chránila cestující před nepříznivým počasím a zároveň by měla obsahovat lavičky, na kterých si mohou cestující odpočinout při čekání na daný spoj. Aktuální cena přístřešku s lavičkou (3,3x2,5m), zobrazeném na obrázku 56, je 72 000 Kč.



Obrázek 56 Autobusová zastávka (hobbytec, 2020)

Uvnitř zastávek by měl být k dispozici informační multimediální panel, na kterém by byly dostupné informace pro cestující týkající se dopravy, městského zpravodajství, předpovědi počasí apod. Cena takového informačního panelu, který lze vidět na obrázku 57, je zhruba 40 000 Kč. Přesná cena se odvíjí od technických parametrů, zakoupeného množství a domluvy dopravního podniku s dodavatelem.



Obrázek 57 Multimediální informační panel (Mobatime, b.r)

Zastávka by také měla disponovat internetovým připojením, díky kterému by mohli cestující využívat veškeré služby, které nabízí aplikace DPMCB, tedy i ti cestující, kteří nedisponují mobilními daty. V takovém případě je zapotřebí zastávky MHD vybavit přístupovými body k internetu v podobě routerů či Wi-Fi access pointů. Průměrná cena těchto zařízení ve venkovních prostředích se pohybuje kolem 2 500 Kč.

Autorka navrhuje koupi multimediálních informačních panelů a zavedení internetového připojení pro 13 zastávek MHD – Nádraží (ČD), Nádraží (Mercury Centrum), Senovážné nám.-pošta, Metropol, Poliklinika Sever, Družba-IGY, Poliklinika Jih, Jihočeská univerzita, Výstaviště, Václava Talicha, Vltava Střed, KOH-I-NOOR, Máj-Antonína Barcala. Náklady na pořízení by tedy odhadem byly 1 000 000 Kč (počítá se s instalací v obou směrech jízdy).

3.3 Informace

V oblasti informací jsou, dle výsledků z dotazníkového šetření, cestující nespokojeni s informacemi v případech mimořádných situací a s informacemi o dobách zpoždění. Nespokojení jsou především mladí lidé ve věku od 16 do 26 let.

DPMCB informuje cestující o mimořádných situacích na svých webových stránkách. V dubnu 2020 byla DPMCB vydána nová mobilní aplikace, ve které jsou také k dispozici veškeré aktuální informace (příloha H). Tuto aplikaci lze volně stáhnout do mobilních telefonů. Cestující mají dále možnost se do aplikace od DPMCB zaregistrovat a po registraci mohou dostávat informace týkající se mimořádných situací navíc ještě prostřednictvím SMS. Tento způsob sdělování informací by mohl zvýšit spokojenost především u mladých lidí ve věku od 16 do 26 let. Autorka navrhuje cílenou marketingovou kampaň, pomocí které by se nová aplikace DPMCB dostala do povědomí cestujících – viz následující kapitola 3.4.

Autorka také navrhuje, aby se tyto informace dále sdělovaly prostřednictvím informačních multimediálních panelů, jejichž koupi autorka navrhuje pro 13 zastávek MHD (viz předchozí kapitola 3.2), čímž by se zvýšila transparentnost těchto informací. Jak je uvedeno v kapitole 3.2, informační panel tohoto typu stojí přibližně 40 000 Kč. Přesná cena záleží na domluvě dopravního podniku s vybraným dodavatelem.

Na těchto informačních panelech by také mohla být propagována výše zmíněná nová aplikace DPMCB, pomocí které si nově lze zařídit i průkazku na MHD bez nutnosti navštívení dopravní kanceláře.



Obrázek 58 Informační tabule v Pardubicích (autor)

Dále autorka navrhuje nové informační tabule, které budou cestující informovat nejen o dobách příjezdů autobusů/trolejbusů, ale také o dobách zpoždění. Tyto velkoplošné tabule by se měly nacházet na nejvíce frekventovaných zastávkách (Nádraží, Družba-IGY). Na obrázku 58 lze vidět informační tabuli v Pardubicích, která je doplněna o informace o dobách

zpoždění jednotlivých spojů. Náklady na pořízení chytré informační tabule tohoto typu jsou přibližně půl milionu korun.

3.4 Dostupnost jízdenek

S dostupností jízdenek jsou nejvíce nespokojeni mladí lidé využívající především papírovou jízdenku z jízdenkového automatu. Jízdenkové automaty nejsou k dispozici na všech zastávkách MHD nebo cestující nemusí mít dostatek mincí na nákup jízdenky z automatu. Jízdenkové automaty s možností platby platební kartou jsou pak k dispozici jen na několika nejvíce frekventovaných zastávkách MHD (viz příloha E). Jinou možností je pro cestující SMS jízdenka, která je ale oproti papírové jízdence zakoupené v automatu výrazně dražší.

Spokojenost s dostupností jednotlivého jízdného by mohla zvýšit mobilní aplikace Sejf. Pomocí aplikace Sejf si cestující může zcela jednoduše a intuitivně zakoupit elektronickou jízdenku za stejnou cenu jako papírovou jízdenku zakoupenou v jízdenkovém automatu. Ke koupi elektronické jízdenky postačí cestujícímu pouze jeho mobilní telefon. Jak je uvedeno v kapitole 3.2, každá zastávka MHD by měla disponovat internetovým připojením, tudíž by aplikaci Sejf mohli využívat i ti cestující, kteří nevyužívají mobilní data a jízdenku si tedy mohou zakoupit pohodlně na zastávce MHD před příjezdem autobusu či trolejbusu. Výsledky průzkumu ovšem ukázaly, že tuto aplikaci více jak polovina respondentů vůbec nezná. Autorka na základě těchto zjištění navrhuje, aby se DPMCB tedy blíže zaměřil na respondenty, kteří aplikaci Sejf neznají. V tomto ohledu se dá využít cílené marketingové kampaně, která by jistě zvýšila povědomí respondentů o této možnosti koupě jízdenky. Vhodné by bylo také marketingovou kampaní podpořit propagaci vlastní aplikace DPMCB.

Obě aplikace by bylo vhodné propagovat např. pomocí multimediálních informačních panelů na zastávkách MHD, které autorka navrhuje v kapitole 3.2. Náklady spojené s touto formou propagace se odvíjejí především od nákupu informačních panelů, které jsou, jak je psáno v kapitole 3.2, přibližně 40 000 Kč/ks.

Další možností propagace by mohlo být polepení vozů autobusů či trolejbusů fólií. Dle aktuální nabídky aipt (2020) jsou náklady na polep jednoho vozu 6 500 Kč/měsíc (velikost fólie 450x230 cm). Zároveň by bylo vhodné propagovat obě aplikace i ve vnitřním prostředí vozidel. Náklady na nákup jednoho plakátu ve velikosti A3 jsou dle aipt (2020) 110 Kč/měsíc. Autorka navrhuje pořízení plakátů velikostí A3 do vnitřních prostor 100 autobusů a 50 trolejbusů na jeden rok a polepení 10 vozidel fólií velikosti 450x230 cm na půl roku. Náklady spojené s touto marketingovou kampaní by tedy odhadem byly

588 000 Kč. Přesná cena by se opět odvíjela od dohody dopravního podniku s poskytovatelem.

Jak je již zmíněno v kapitole 3.3, v dubnu 2020 byla vydána nová aplikace DPMCB, pomocí které si lze vytvořit průkazku na MHD během pár minut z pohodlí domova bez nutnosti navštívení dopravní kanceláře. Následně si skrz tuto aplikaci může cestující nakupovat elektronické časové předplatní kupony (jízdné). Do budoucna by mohl DPMCB sjednotit koupi elektronických jednotlivých jízdenek a elektronických časových předplatných kuponů do jedné aplikace.



Obrázek 59 Zařízení Cardman (busportal, 2015)

Další možností vedoucí ke zvýšení spokojenosti cestujících s dostupností jízdenek je dle autorky umístění přístrojů pro bezkontaktní nákup jízdenek přímo do vozidel MHD. Na obrázku 59 lze vidět zařízení Cardman používané např. v Plzni. Náklady na nákup či pronájem těchto zařízení je závislý především na dodavateli a domluvě dopravního podniku s tímto dodavatelem. Cestující, kteří nevlastní časové předplatné jízdné, by si tedy mohli pořídit jízdenku pohodlně přímo ve voze MHD a k zaplacení by použili bezkontaktní platební kartu. Po zaplacení by cestujícím okamžitě vyjela stvrzenka označená jako platný jízdní doklad.

3.5 Dodržování jízdního řádu

Největším problémem dochvilnosti MHD je čím dál tím vyšší hustota provozu, která je především zapříčiněná IAD. Aby došlo ke zlepšení dodržování jízdního řádu, dalo by se využít tzv. preferencí MHD, jejichž aplikace dle Drdly (2018) umožňuje zlepšení průjezdnosti

a plynulosti problémových úseků a odstranění velkých zpoždění, které vznikají v nejzatíženějších úsecích. Tyto preference umožňují lepší dochvilnost MHD a s tím i zvyšují atraktivitu MHD. Obecné rozdělení preferenčních opatření lze vidět v následující tabulce 12.

Tabulka 12 Preferenční nástroje pro MHD

Preferenční nástroje pro MHD	
Přímé (s vazbou na vozidla a dopravní cestu)	Nepřímé (s vazbou na cestující)
<p>Umožňují plynulý a bezkolizní průjezd vozidel po trase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • preference na světelných signalizačních zařízeních (SSZ), • preference vyjádřená dopravním značením příp. změnou dopravního režimu, • preference využívající stavebních úprav včetně úprav zastávek. 	<ul style="list-style-type: none"> • dostatečná nabídka spojů, • vytváření IDS, • řešení zastávek z hlediska pohodlnosti a bezpečnosti, • nasazování nových vozidel, např. nízkopodlažních, • perspektivní systémy (³P+R, ⁴B+R, ⁵K+R, apod.),

Zdroj: Drdla (2018), upraveno autorem

Dochvilnost spojů by se tedy dle autorky mohla zvýšit vybudováním co nejvyššího počtu preferenčních jízdních pruhů pro MHD. Díky těmto vyhrazeným jízdním pruhům lze zabránit uvíznutí vozidel MHD v dopravních kongescích a lépe tím eliminovat zpoždění. Dále by problémové úseky mohla podpořit preference na SSZ, čímž by se vozům MHD usnadnil průjezd křižovatkami. Pokud by se tedy tyto preference využívaly v co největším možném rozsahu, spolehlivost MHD by se tím zvýšila.

Českým Budějovicím by výrazně pomohlo dokončení projektu Koridor MHD, jehož plán lze vidět v příloze M. Koridor MHD kombinuje různé preferenční nástroje pro MHD, které jsou komplexně uplatňované na trase páteřní linky 3 (Nádraží – sídliště Máj), což je nejvytíženější trasa MHD v Českých Budějovicích. Plány Koridoru MHD by se dle autorky měly dále rozšířit na další vytížené trasy, což jsou především páteřní linky 1, 2, 5, 9 a 11. Tímto by se mohla výrazně zvýšit nejen dochvilnost spojů, ale i celková atraktivita MHD.

³ Park and Ride – neboli „zaparkuj a jeď“ jsou dle PID (2020) tzv. záchytná parkoviště v blízkosti zastávek MHD nebo nádraží.

⁴ Bike and Ride – neboli „přijed’ na kole a jeď“ jsou dle PID (2020) tzv. záchytná parkoviště určená pouze pro cyklisty v blízkosti zastávek MHD nebo nádraží.

⁵ Kiss and Ride – neboli „polib a jeď“ jsou dle PID (2020) tzv. místa pro krátkodobé zastavení osobních vozidel v blízkosti zastávek MHD nebo nádraží.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala průzkumem spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích. Cílem bakalářské práce bylo na základě teoretického vymezení problematiky spokojenosti cestujících provést analýzu stávajícího stavu spokojenosti cestujících prostřednictvím dotazníkového šetření a na základě výsledků analýzy navrhnout opatření ke zvýšení spokojenosti cestujících se službami Dopravního podniku města České Budějovice.

Bakalářská práce byla rozdělena do tří kapitol. V první kapitole byla teoreticky vymezena problematika průzkumu spokojenosti cestujících. Byly zde vymezeny ukazatele kvality, které mají na spokojenost cestujících veliký vliv. Dále byly v této kapitole popsány rozdíly mezi primárními a sekundárními daty a také rozdíly mezi výzkumem kvantitativním a kvalitativním. V neposlední řadě zde byl věnován prostor technikám sběru dat, kdy byla blíže charakterizována metoda dotazovací, jelikož tato metoda byla zvolena pro sběr informací v analytické části práce. Na závěr byly v této kapitole uvedeny vzorce, které jsou zapotřebí pro výpočet velikosti výběrového vzorku respondentů.

Ve druhé kapitole práce byla provedena analýza současného stavu spokojenosti cestujících. V úvodu kapitoly byl představen Dopravní podnik města České Budějovice, jeho historie, základní informace a vozový park. Hlavní částí druhé kapitoly byla realizace dotazníkového šetření a analýza výsledků dotazníkového šetření, jehož respondenti byli cestující MHD v Českých Budějovicích. Dotazník byl vytvořen na základě teoretické rešerše a otázky v dotazníku vycházely z ukazatelů kvality uvedených v první kapitole práce. Sbíraná data byla v této části práce analyzována a následně vyhodnocena a posloužila jako podklad pro zhodnocení současného stavu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích. Výsledky dotazníkového šetření byly v práci prezentovány prostřednictvím tabulek a koláčových grafů, které byly vytvořeny na základě získaných informací z dotazníkového šetření.

Z analýzy stávajícího stavu spokojenosti cestujících bylo zjištěno, že jsou cestující MHD v Českých Budějovicích nejvíce nespokojeni s četností spojů o svátcích a o víkendech, s komfortem zastávek MHD, s informacemi, s dostupností jízdenek na zastávkách MHD a s dodržováním jízdního řádu. Z výše zmíněných důvodů byla v poslední kapitole práce navržena opatření vedoucí ke zvýšení spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích u nejhůře hodnocených oblastí. Opatření vycházejí z výsledků analýzy stávajícího stavu spokojenosti cestujících s MHD v Českých Budějovicích.

POUŽITÁ LITERATURA

- AIPT, 2020. Reklama v MHD-jediná reklama, na kterou lidé čekají. *Advertising in public transport* [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z: <https://www.aipt.cz/ceske-budejovice>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019a. Obyvatelstvo: pohyb obyvatelstva-absolutní údaje. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/11256/133287217/cb190401.pdf/030c588d-3c29-45f9-b428-5311f485aafc?version=1.1>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019b. Doprava: přehled linek městské hromadné dopravy. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/11256/133287217/cb190705.pdf/9b013600-1738-408e-9891-cda83b8617b4?version=1.1>
- BUSPORTAL, 2015. Plzeň: Platit bezkontaktní bankovní kartou lze již ve všech autobusech PMDP. *Busportal* [online]. [cit. 2020-05-19]. Dostupné z: <http://www.busportal.cz/modules.php?name=article&sid=12592>
- DPMCB, 2018. Výroční zpráva 2018. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-03-17]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/o-nas/vyrocnizpravy.html>
- DPMCB, 2020a. Historie MHD v Českých Budějovicích. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/o-nas/historie-spolecnosti/historie-mhd-v-ceskych-budejovicich.html>
- DPMCB, 2020b. Časová osa. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/o-nas/historie-spolecnosti/casova-osa.html>
- DPMCB, 2020c. Základní informace. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/o-nas/zakladni-informace.html>
- DPMCB, 2020d. Logo společnosti. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: https://www.dpmcb.cz/galerie/tinymce/ke_stazeni/logo_dpmcb_horizontal.pdf
- DPMCB, 2020e. Nový autobus SOR NS 18 diesel. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/o-nas/novinky/dopravni-podnik-mesta-ceske-budejovice-testuje-novy-autobus-sor-ns-18-diesel-436.html>
- DPMCB, 2020f. Jízdenkové automaty na zastávkách. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/cestovani-mhd/koupit-jizdenky/jizdenkomaty-na-zastavkach-a-smluvni-prodejci.html>
- DPMCB, 2020g. Tarif jízdného MHD. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/cestovani-mhd/tarif-jizdneho-mhd.html>
- DPMCB, 2020h. Převážní kontrola. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/cestovani-mhd/prepravni-kontrola.html>
- DPMCB, 2020i. Ztráty a nálezy. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/cestovani-mhd/ztraty-a-nalezky.html>
- DPMCB, 2020j. Koridor MHD. *DPMCB* [online]. [cit. 2020-05-17]. Dostupné z: <https://www.dpmcb.cz/cestovani-mhd/koridor-mhd.html>
- DRDLA, Pavel, 2005. *Technologie a řízení dopravy – městská hromadná doprava*. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 80-7194-804-7.

- DRDLA, Pavel, 2018. *Osobní doprava regionálního a nadregionálního významu*. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 978-80-7560-189-6.
- FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ, 2003. *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0385-8.
- FORET, Miroslav, 2012. *Marketingový průzkum: Poznáváme svoje zákazníky*. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0038-4.
- FORET, Miroslav a Silvia MEGYESIOVÁ, 2013. *Marketingový výzkum v regionálním rozvoji*. Brno: Mendelova univerzita v Brně. ISBN 978-80-7375-773-1.
- HAGUE, Paul, 2003. *Průzkum trhu: příprava, výběr metod, provedení, interpretace výsledků*. Brno: Computer Press. ISBN 80-7226-917-8.
- HÁLEK, Vítězslav, 2017. *Management a marketing*. Hradec Králové: Vítězslav Hálek. ISBN 978-80-270-2439-1.
- HOBBYTEC, 2020. Autobusová zastávka / Kuřárna 3,3x2,5m stěny 3mm. *Hobbytec* [online]. [cit. 2020-05-25]. Dostupné z: <https://www.hobbytec.cz/autobusova-zastavka-kurarna-3-3x2-5m-steny-3mm.html>
- IDNES.cz, 2015. Drobné nechte doma. Jízdenku na MHD koupíte v Budějovicích i bezkontaktně. *IDNES.cz* [online]. [cit. 2020-04-19]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ceske-budejovice/zpravy/listek-na-mhd-koupite-kartou.A150410_2154293_budejovice-zpravy_mrl
- JANOUC, Viktor, 2014. *Internetový marketing*. 2. vyd. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4311-7.
- JUSTICE, 2020. Úplný výpis z obchodního rejstříku. *Veřejný rejstřík a Sběrka listin* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=70301&typ=UPLNY>
- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management* [online]. Praha: Grada. [cit. 2020-03-17]. ISBN 978-80-247-4150-5. Dostupné z: https://books.google.cz/books?id=3Z60x_U2OaEC&printsec=frontcover&key=A1zaSyDIPfI89JdFhWBVsMVsavVo6aNh057xITc#v=onepage&q&f=false
- KOZEL, Roman et al., 2006. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0966-X.
- MOBATIME, b.r. TFT multimediální displeje. *Mobatime* [online]. [cit. 2020-05-18]. Dostupné z: <https://mobatime.cz/obchod/tft-informacni-displeje/>
- MOJŽÍŠ, Vlastislav, Milan GRAJA a Pavel VANČURA, 2008. *Integrované dopravní systémy*. Praha: Powerprint. ISBN 978-80-904011-0-5.
- MOLKOVÁ, Tatiana, 2013. *Kvalita dopravních a přepravních procesů*. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 978-80-7395-640-0.
- NOVÝ, Ivan a Jörg PETZOLD, 2006. *(Ne)spokojený zákazník – náš cíl?!: jak získat zákazníka špičkovými službami*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1321-7.
- PID, 2020. P+R, B+R, K+R. *Pražská integrovaná doprava* [online]. [cit. 2020-05-06]. Dostupné z: <https://pid.cz/prakticke-informace/pr-br-kr/>
- PŘIBOVÁ, Marie et al., 1996. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada. ISBN 80-716-9299-9.
- PUNCH a Keith F., 2008. *Základy kvantitativního šetření*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-381-9.

ŘEZANKOVÁ, Hana, 2010. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-019-5.

ŠIROKÝ, Jaromír, 2013. *Technologie dopravy*. Pardubice: Institut Jana Pernera, o. p. s. ISBN 978-80-86530-91-8.

VESELÁ, Jana, 2002. *Sociologický výzkum a jeho metody*. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 80-719-4466-1.

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1	Doporučená velikost vzorku s 5 % chybou vzorku pro 95% důvěrnost	24
Tabulka 2	Plán průzkumu	30
Tabulka 3	Slovní vyjádření číselných hodnot	32
Tabulka 4	Přehled otázek v oblasti dosažitelnost	33
Tabulka 5	Přehled otázek v oblasti přístupnost.....	37
Tabulka 6	Přehled otázek v oblasti informace	41
Tabulka 7	Přehled otázek v oblasti čas	44
Tabulka 8	Přehled otázek v oblasti péče o zákazníka	46
Tabulka 9	Přehled otázek v oblasti pohodlí	50
Tabulka 10	Přehled otázek v oblasti bezpečnost.....	56
Tabulka 11	Přehled otázek v oblasti dopad na životní prostředí	58
Tabulka 12	Preferenční nástroje pro MHD	69

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1	Model spokojenosti zákazníka	10
Obrázek 2	Cyklus kvality služby	11
Obrázek 3	Přímé dotazování.....	19
Obrázek 4	Zprostředkované dotazování	19
Obrázek 5	Proces marketingového výzkumu	25
Obrázek 6	Logo společnosti	28
Obrázek 7	Věkové rozpětí respondentů.....	31
Obrázek 8	Genderové zastoupení respondentů	31
Obrázek 9	Účel využívání MHD	32
Obrázek 10	Spokojenost cestujících se vzdáleností nástupní zastávky.....	33
Obrázek 11	Spokojenost cestujících se vzdáleností výstupní zastávky	34
Obrázek 12	Spokojenost cestujících s počtem přestupů.....	34
Obrázek 13	Spokojenost cestujících s četností spojů v pracovních dnech.....	35
Obrázek 14	Spokojenost cestujících s četností spojů o svátcích a o víkendech.....	35
Obrázek 15	Nespokojení cestující s četností spojů o svátcích a o víkendech členění dle věkových skupin	36
Obrázek 16	Nespokojení cestující s četností spojů o svátcích a o víkendech členění dle účelu využívání MHD.....	36
Obrázek 17	Spokojenost cestujících s dostupností jízdenek na zastávkách MHD.....	37
Obrázek 18	Nespokojení cestující s dostupností jízdenek na zastávkách MHD členění dle věkových skupin	38
Obrázek 19	Nespokojení cestující s dostupností jízdenek na zastávkách MHD členění dle typu jízdného.....	38
Obrázek 20	Znalost mobilní aplikace Sejf	39
Obrázek 21	Neznalost aplikace Sejf členěna dle věkových skupin.....	39
Obrázek 22	Využívání mobilní aplikace Sejf.....	40
Obrázek 23	Preferované jízdné cestujících nevyužívajících aplikaci Sejf	40
Obrázek 24	Spokojenost cestujících s dostupností jízdního řádu na zastávkách	42
Obrázek 25	Spokojenost cestujících s přehledem informací na zastávkách o době zpoždění	42
Obrázek 26	Nespokojení cestující s přehledem informací o době zpoždění na zastávkách členění dle věkových skupin.....	43

Obrázek 27 Spokojenost cestujících s dostupností informací v případě mimořádných situací	43
Obrázek 28 Nespokojení cestující s dostupností informací v případě mimořádných situací členění dle věkových skupin	44
Obrázek 29 Spokojenost cestujících s dodržováním jízdního řádu	45
Obrázek 30 Nespokojení cestující s dodržováním jízdního řádu členění dle věkových skupin	45
Obrázek 31 Spokojenost cestujících s přístupem řidičů	46
Obrázek 32 Nespokojení cestující s přístupem řidičů členění dle věkových skupin	47
Obrázek 33 Spokojenost cestujících s přístupem revizorů	47
Obrázek 34 Nespokojení cestující s přístupem revizorů členění dle věkových skupin	48
Obrázek 35 Spokojenost cestujících s infolinkou	49
Obrázek 36 Spokojenost cestujících s reklamacemi	49
Obrázek 37 Spokojenost cestujících s řešením ztrát a nálezů	50
Obrázek 38 Spokojenost cestujících s čistotou ve vozech	51
Obrázek 39 Nespokojení cestující s čistotou ve vozech členění dle věkových skupin	51
Obrázek 40 Spokojenost cestujících s dostatečným počtem míst k sezení ve vozech	52
Obrázek 41 Nespokojení cestující s dostatečným počtem míst k sezení ve vozech členění dle věkových skupin	52
Obrázek 42 Spokojenost cestujících s dostatečným prostorem ke stání ve vozech	53
Obrázek 43 Nespokojení cestující s dostatečným prostorem ke stání ve vozech členění dle věkových skupin	53
Obrázek 44 Spokojenost cestujících s dostatečným prostorem ve vozech pro přepravu kočárků, apod.	54
Obrázek 45 Nespokojení cestující s dostatečným prostorem ve vozech pro přepravu kočárků, apod. členění dle věkových skupin	54
Obrázek 46 Spokojenost cestujících s komfortem zastávek MHD	55
Obrázek 47 Nespokojení cestující s komfortem zastávek MHD členění dle věkových skupin	55
Obrázek 48 Spokojenost cestujících s bezpečností ve vozidlech MHD	56
Obrázek 49 Spokojenost cestujících s jízdou řidiče	57
Obrázek 50 Nespokojení cestující s jízdou řidiče členění dle věkových skupin	58
Obrázek 51 Spokojenost cestujících s modernizací vozového parku	59
Obrázek 52 Spokojenost cestujících s využíváním dostatečného počtu trolejbusů	59

Obrázek 53 Spokojenost cestujících s využíváním dostatečného počtu elektrobusů.....	60
Obrázek 54 Spokojenost cestujících s využíváním dostatečného počtu autobusů s pohonem na CNG	60
Obrázek 55 Nespokojení cestující s opatřeními DPMCB ke zlepšení životního prostředí členění dle věkových skupin.....	61
Obrázek 56 Autobusová zastávka.....	64
Obrázek 57 Multimediální informační panel.....	65
Obrázek 58 Informační tabule v Pardubicích.....	66
Obrázek 59 Zařízení Cardman.....	68

SEZNAM ZKRATEK

CNG	Compressed Natural Gas Stlačený zemní plyn (metan)
DPMCB	Dopravní podnik města České Budějovice
IAD	Individuální automobilová doprava
IDS	Integrovaný dopravní systém
MHD	Městská hromadná doprava
SMS	Short message service Krátká textová zpráva
SSZ	Světelné signalizační zařízení

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A	Základní údaje společnosti
Příloha B	Organizační struktura společnosti
Příloha C	Přehled linek
Příloha D	Dotazník
Příloha E	Seznam jízdenkových automatů na zastávkách
Příloha F	Označení zastávek
Příloha G	Jízdní řády
Příloha H	Informace v mimořádných situacích
Příloha I	Tarif jízdného MHD
Příloha J	Přepravní kontrola
Příloha K	Ztráty a nálezy
Příloha L	Zastávky MHD v Českých Budějovicích
Příloha M	Koridor MHD

Příloha A Základní údaje společnosti

Popis společnosti

Dopravní podnik města České Budějovice, a.s. (dále jen „společnost“) je akciová společnost, která sídlí v Českých Budějovicích, Novohradská 738/40, Česká republika, identifikační číslo 25166115. Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku Krajského soudu v Českých Budějovicích pod spisovou značkou B 868.

Jediným akcionářem společnosti je Statutární město České Budějovice se sídlem nám. Přemysla Otakara II. 1/1, České Budějovice 1, 370 01 České Budějovice, IČO 002 44 732.

Společnost má základní kapitál ve výši 485 536 tis. Kč.
Akcie společnosti: 485 536 ks kmenových akcií na jméno v zaknihované podobě ve jmenovité hodnotě 1 000,- Kč.

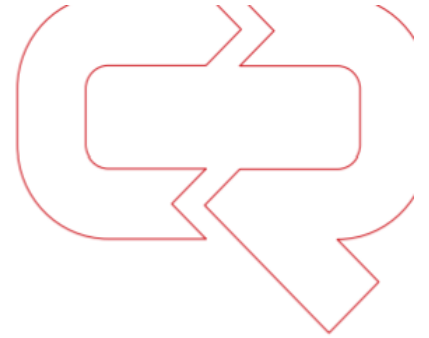
Předmětem podnikání společnosti je:

- Provozování dráhy trolejbusové
- Provozování drážní dopravy na dráze trolejbusové
- Provádění technickobezpečnostních zkoušek drážních vozidel drah trolejbusových
- Opravy silničních vozidel
- Revize, prohlídky a zkoušky určených technických zařízení v provozu
- Provádění staveb, jejich změn a odstraňování
- Silniční motorová doprava
 - osobní provozovaná vozidly určenými pro přepravu více než 9 osob včetně řidiče,
 - osobní provozovaná vozidly určenými pro přepravu nejvýše 9 osob včetně řidiče,
 - nákladní provozovaná vozidly nebo jízdními soupravami o největší povolené hmotnosti přesahující 3,5 tuny, jsou-li určeny k přepravě zvířat nebo věcí,
 - nákladní provozovaná vozidly nebo jízdními soupravami o největší povolené hmotnosti nepřesahující 3,5 tuny, jsou-li určeny k přepravě zvířat nebo věcí
- Montáž, opravy, revize a zkoušky elektrických zařízení

- Montáž, opravy, revize a zkoušky tlakových zařízení a nádob na plyny
- Zámečnictví, nástrojařství
- Obráběčství
- Opravy ostatních dopravních prostředků a pracovních strojů
- Klempířství a oprava karoserií
- Montáž, opravy, revize a zkoušky zdvihacích zařízení
- Výroba, instalace, opravy elektrických strojů a přístrojů, elektronických a telekomunikačních zařízení
- Provádění technických prohlídek a zkoušek určených technických zařízení podle § 47 odst. 4 z. č. 266/1994 Sb.
- Provozování autoškoly
- Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
 - údržba motorových vozidel a jejich příslušenství,
 - poskytování technických služeb – přípravné a dokončovací stavební práce, specializované stavební činnosti,
 - velkoobchod a maloobchod,
 - zprostředkování obchodu a služeb,
 - reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení,
 - pronájem a půjčování věcí movitých,
 - poradenská a konzultační činnost, zpracování odborných studií a posudků,
 - služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské povahy,
 - vydavatelské činnosti, polygrafická výroba, knihařství a kopírovací práce,
 - skladování, balení zboží, manipulace s nákladem a technické činnosti v dopravě,
 - mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů, školení, včetně lektorské činnosti,
 - výroba, obchod a služby jinde nezařazené,
 - provozování kulturních, kulturně vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí

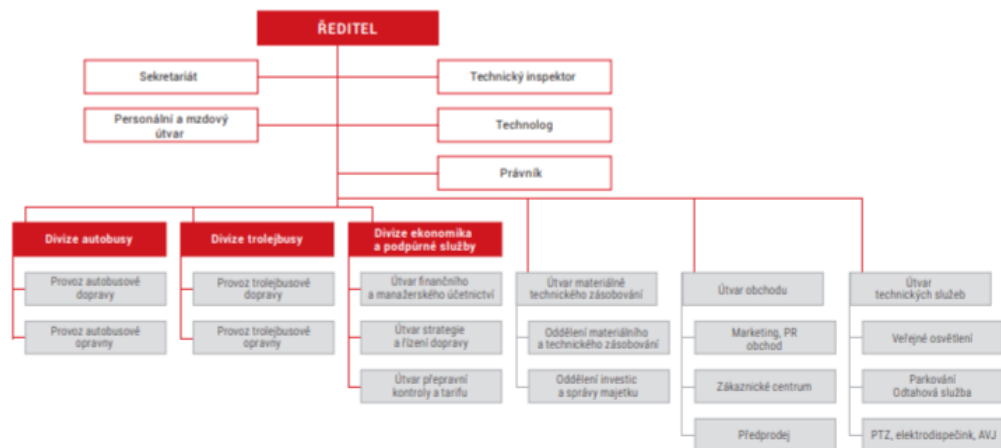
Zdroj: DPMCB (2018)

Příloha B Organizační struktura společnosti



DPMČB | Organizační struktura společnosti

Organizační struktura společnosti od 1. 1. 2016



Zdroj: DPMČB (2018)

Příloha C Přehled linek

7-5. Přehled linek městské hromadné dopravy

město České Budějovice

Číslo linky	Trasa	Jízdní doba (min.)	Délka (km)
1	Rudolfovo, kostel - Vráto - Madeta - Nádraží - Poliklinika Sever - Výstaviště - Václava Talicha - Máj, M. Horákové - Zavadilka - Haklovy Dvory	17	5
2	Borek, točna - Nemanice - Družba-IGY - Poliklinika Sever - U Nemocnice - Papírenská - Antala Staška - Centrum Rožnov	29	10
3	Máj, Antonína Barcala - Jihočeská univerzita - Výstaviště - Poliklinika Sever - Nádraží	19	5
4	Máj, M. Horákové - Václava Talicha - Výstaviště - Poliklinika Sever - Nádraží	17	5
5	Máj, A. Barcala - Vltava, střed - Družba, IGY - Palackého náměstí - Nádraží - Rožnov, točna	34	11
6	Hrdějovice, náves - Kněžské Dvory - Družba, IGY - Poliklinika Sever - Nádraží - Dobrá Voda, točna	37	11
7	Máj, Antonína Barcala - Jihočeská univerzita - Poliklinika Jih - Rožnov - Včelná - Boršov nad Vltavou, Březí	29	12
8	Máj, Antonína Barcala - Větrná - Vltava, střed - Hřbitov - Nemanice	30	9
9	České Vrbné - Vltava - Strakonická, obchodní zóna - Družba, IGY - Poliklinika Sever - Nádraží - Suché Vrbné	29	9
10	Kaliště - Dobrá Voda, točna - Pohúrka, U Křížku - Nádraží - Poliklinika Jih - Roudné, náves - Vidov, náves	43	17
11	Staré Hodějovice, náves - Nové Hodějovice - Dopravní podnik - Nádraží - Poliklinika Sever - Pražské sídliště	29	9
12	Areál VŠTE - Husova Kolonie - Skuherského - Nádraží	12	4
13	Papírenská - U Nemocnice - KOH-I-NOOR - Metropol. - Nádraží - Pohúrka - Srubec, točna	29	10
14	Vltava - Výstaviště - Poliklinika Sever - Dobrovodská - Nové Vráto, U SCANIE	24	7
15	Vltava - Šumava - Výstaviště - KOH-I-NOOR - Poliklinika Jih - U Nemocnice - Papírenská, točna	22	8
16	Nádraží - Metropol - KOH-I-NOOR, U Vodárny - Litvinovice - Litvinovice, Mokrý, točna	17	7
18	Nádraží - Dobrovodská - Okružní, točna - Areál VŠTE - Kněžské Dvory, škola - Vltava, střed - Máj, A.Barcala	31	12
19	Nádraží - Metropol - KOH-I-NOOR, U Vodárny - Planá, Letiště - Planá - Homole - Nové Homole, Korosecký dvůr	21	9
21	Havlíčkova kolonie, Aspera - Čechova - Nádraží - Karla IV. - Náměstí Přemysla Otakara II.	15	5
22	Papírenská - U Nemocnice - KOH-I-NOOR - Metropol. - Nádraží - Karla IV. - Náměstí Přemysla Otakara II.	19	5
23	Parkoviště Jírovcova - Poliklinika Sever - Karla IV. - Náměstí Přemysla Otakara II.	12	3
45	Švábův Hrádek - Výstaviště - Václava Talicha - Máj, Antonína Barcala	14	6
53	Máj, Antonína Barcala - Výstaviště - Poliklinika Sever - Nádraží - Poliklinika Jih - Centrum Rožnov	29	10
59	Vltava - Družba, IGY - Poliklinika Sever - Nádraží - Suché Vrbné	26	8

Zdroj: Český statistický úřad (2019b)

Příloha D Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Tereza Mašková a jsem studentkou Dopravní fakulty Jana Pernera Univerzity Pardubice. Obracím se na Vás s žádostí o vyplnění tohoto dotazníku. Pracuji na bakalářské práci, která se zabývá průzkumem spokojenosti cestujících s městskou hromadnou dopravou v Českých Budějovicích. Tento dotazník je zcela anonymní a výsledky budou sloužit jako podklad pro mou bakalářskou práci a následně budou postoupeny Dopravnímu podniku města České Budějovice.

1. Využíváte městskou hromadnou dopravu v Českých Budějovicích?
 - Ano
 - *Ne

(**pokud bude odpověď „Ne“, bude dotazování ukončeno*)

2. K jakým příležitostem využíváte městskou hromadnou dopravu nejčastěji?
Při cestě:
 - Do zaměstnání
 - Do školy
 - K lékaři
 - Na nákupy
 - Za sportem
 - Na úřady
 - Za kulturou
 - Jiné – uveďte jaké

3. Jak jste spokojen/a se vzdáleností nástupní zastávky od místa Vašeho bydliště?
 - Zcela spokojen/a
 - Docela spokojen/a
 - Docela nespokojen/a
 - Zcela nespokojen/a

4. Jak jste spokojen/a s počtem přestupů během Vaší cesty z výchozí zastávky do cílové zastávky?
 - Zcela spokojen/a
 - Docela spokojen/a
 - Docela nespokojen/a
 - Zcela nespokojen/a

5. Jak jste spokojen/a se vzdáleností výstupní zastávky od cíle Vaší cesty?
 - Zcela spokojen/a
 - Docela spokojen/a
 - Docela nespokojen/a
 - Zcela nespokojen/a

6. Jak jste spokojen/a s četností spojů v pracovní dny?
 - Zcela spokojen/a
 - Docela spokojen/a
 - Docela nespokojen/a
 - Zcela nespokojen/a

7. Jak jste spokojen/a s četností spojů o svátcích a o víkendech?
- Zcela spokojen/a
 - Docela spokojen/a
 - Docela nespokojen/a
 - Zcela nespokojen/a
8. Jak jste spokojen/a:
- (na stupnici jako ve škole: 1 – Zcela spokojen/a, 4 – Zcela nespokojen/a)*
- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> S dodržováním jízdního řádu | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S dostupností jízdního řádu na zastávkách (papírový jízdní řád na zastávce, elektrické informační tabule, atd.) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S přehledností informací na zastávkách o době zpoždění | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S dostupností informací v případě mimořádných situací (objížděné trasy, náhradní zastávky, výluky, atd.) | 1 | 2 | 3 | 4 |
9. Jak jste spokojen/a s dostupností jízdenek na zastávkách městské hromadné dopravy?
- Zcela spokojen/a
 - Docela spokojen/a
 - Docela nespokojen/a
 - Zcela nespokojen/a
10. Jaký typ jízdního dokladu využíváte nejčastěji?
- Jednotlivé jízdné (papírová jízdenka)
 - Elektronickou jízdenku (aplikace Sejf)
 - SMS jízdenku
 - Časovou předplatní jízdenku 7denní
 - Časovou předplatní jízdenku 15denní
 - Časovou předplatní jízdenku měsíční
 - Časovou předplatní jízdenku čtvrtletní
 - Časovou předplatní jízdenku půlroční
 - Časovou předplatní jízdenku roční
 - *Přenosnou časovou předplatní jízdenku roční
- (*přenosné časové jízdné = jízdní doklad bez fotky, který může využívat více osob)*
11. Znáte mobilní aplikaci Sejf, pomocí které můžete využívat nákup jízdenek on-line?
- Ano
 - *Ne
- (*pokud bude odpověď „Ne“, dotazník přeskočí k otázce č. 13)*
12. Využíváte mobilní aplikaci Sejf?
- Ano
 - Ne

13. Jak jste spokojen/a:

(na stupnici jako ve škole: 1 – Zcela spokojen/a, 4 – Zcela nespokojen/a)

- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> S čistotou ve vozech | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S dostatečným počtem míst k sezení ve vozech | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S dostatečným prostorem ke stání ve vozech | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S dostatečným prostorem ve vozech pro přepravu kočárků, jízdních kol, vozíčkářů, atd. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S komfortem zastávek městské hromadné dopravy (zastřešení, dostatek míst k sezení, atd.) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S jízdou řidiče | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S bezpečností ve vozech (madla k držení, SOS tlačítka, atd.) | 1 | 2 | 3 | 4 |

14. Jak jste spokojen/a:

(na stupnici jako ve škole: 1 – Zcela spokojen/a, 4 – Zcela nespokojen/a)

- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> S přístupem řidičů | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S přístupem revizorů | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S přístupem ostatních zaměstnanců (např. s přístupem zaměstnanců zákaznického centra) | 1 | 2 | 3 | 4 |

15. Jak jste spokojen/a se službami zákaznického centra?

(na stupnici jako ve škole: 1 – Zcela spokojen/a, 4 – Zcela nespokojen/a)

- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> S infolinkou | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S reklamacemi | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> S řešením ztrát a nálezů | 1 | 2 | 3 | 4 |

16. Jak jste spokojen/a s opatřeními, která Dopravní podnik města České Budějovice podniká ke zlepšení životního prostředí?

(na stupnici jako ve škole: 1 – Zcela spokojen/a, 4 – Zcela nespokojen/a)

- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> Dostatečná modernizace vozového parku | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> Využívání dostatečného počtu trolejbusů | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> Využívání dostatečného počtu elektrobusesů | 1 | 2 | 3 | 4 |
| <input type="radio"/> Využívání dostatečného počtu autobusů s pohonem na stlačený zemní plyn | 1 | 2 | 3 | 4 |

17. Pohlaví

- Muž
- Žena

18. Věk

- 6–15 let
- 16–26 let
- 27–64 let
- 65 a více let

Děkuji Vám, že jste si udělal/a čas na vyplnění tohoto dotazníku.

Zdroj: autor

Příloha E Seznam jízdenkových automatů na zastávkách

JÍZDENKOVÉ AUTOMATY NA ZASTÁVKÁCH

- Borek (směr centrum)
- Čechova (směr centrum)
- Družba IGY (směr centrum)
- Družba IGY (směr z centra) – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Jaroslava Bendy (směr centrum) – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Jihočeská univerzita (směr centrum) – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Madeta (směr centrum)
- Máj – Antonína Barcala
- Máj – Milady Horákové (směr centrum)
- Mariánské náměstí (směr z centra)
- Nádraží (Grand)
- Nádraží (ČD) – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Nádraží (Mercury Centrum 2x) – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Náměstí Bratří Čapků (směr centrum)
- Nemanice (směr centrum)
- Nemocnice (směr centrum)
- Okružní – rozcestí (směr centrum)
- Otavská (směr centrum)
- Poliklinika Jih (směr centrum) – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Poliklinika Sever (směr centrum)
- Poliklinika Sever (směr z centra) – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Průběžná · Rudolfovo, Kostel
- Samson
- Senovážné nám. – DK (Metropol)
- Senovážné nám. – pošta
- Strakonická – Möbelix (směr centrum)
- Strakonická – Möbelix (směr z centra)
- Suché Vrbné – možnost platby bezkontaktní platební kartou
- Šumava (směr centrum)
- U Koníčka (Žižkova třída směr Senovážné náměstí)
- U Nemocnice (směr centrum)
- U Soudu (směr centrum)
- U Trojice · U Zelené ratolesti (směr z centra)
- Václava Talicha (směr centrum)
- Vltava
- Vltava – střed (směr centrum)
- Výstaviště (směr centrum)

Příloha F Označení zastávek



Označník zastávky MHD s vylepeným jízdním řádem



Digitální označník zastávky MHD (tzv. „inteligentní zastávka“)

Zdroj: autor

Příloha G Jízdní řády

The image shows two paper timetables for MHD routes 1 and 3. Each timetable is a table with columns for 'Převážení' (departure), 'Převážení' (arrival), and 'Noční linky' (night lines). The routes are listed on the left side of each table.

The image shows an information board for MHD route 53. It includes a map of the route, a list of stops, and a fare schedule. The fare schedule is as follows:

SMZ JÍZDENKA	QR KÓD	JÍZDENKA PLACENÁ	QR KÓD
60	16 Kč	7 Kč	SEIF
24	50 Kč	20 Kč	SEIF
60	25 Kč	10 Kč	SEIF
60	100 Kč		
60	200 Kč		
60	190 Kč		
60	250 Kč		

Vylepený papírový jízdní řád na zastávce MHD



Elektrická informační tabule na Nádraží (Mercury Centrum)
Zdroj: autor








Příloha H Informace v mimořádných situacích

VF - Jsme s Vami 14:15 42 % AKTUÁLNĚ Z DOPRAVY	VF - Jsme s Vami 14:13 42 % NOVINKY
Dočasné zrušení nočních linek 53 59 Od pátku 13. 3. 2020 je do odvolání zrušen provoz nočních linek č. 53 a 59. číst více >	Dopravní podnik zavádí mimořádná opatření proti koronaviru Dopravní podnik města České Budějovice nepodceňuje situaci okolo šířícího se koronaviru a realizuje mnohá hygienická opatření nad rámec standardních postupů. číst více >
Českobudějovická MHD se bude od středy 11. 3. 2020 řídit prázdninovými jízdními řády Od středy 11.3.2020 do odvolání se bude provoz českobudějovické MHD řídit podle prázdninových jízdních řádů. číst více >	Dočasný zákaz nástupu a výstupu předními dveřmi Od soboty 14. 3. 2020 je dočasně zakázán výstup a nástup předními dveřmi do vozů MHD. číst více >
Dočasný přesun zastávek Homole, Nové Homole 19 Z důvodu rekonstrukce mostu v obci Nové Homole dojde od středy 4.3.2020 od 4:00 hodin k přesunu zastávek Homole, Nové Homole do ulice Hlavní, cca. 50m od původního obratiště. Předpokládaný termín trvání tohoto opatření je do 5. července 2020. číst více >	Dočasné zrušení nočních linek číst více > Českobudějovická MHD se bude od středy 11. 3. 2020 řídit prázdninovými jízdními řády číst více >
Dočasný přesun zastávek Václava Talicha (směr sídl. Máj) 5 15 18 45 1 4 Od pondělí 24. 2. 2020 od 04:00 hodin dojde k dočasnému přesunutí zastávky Václava Talicha	Dopravní podniky napříč republikou nepodceňují prevenci, vozy prochází pravidelnou očištěnou číst více >

Zdroj: autor

Příloha I Tarif jízdného MHD

JEDNOTLIVÉ JÍZDENKY TIŠTĚNÉ

Doba platnosti	Piktogram	Přestupnost	Cena jízdného	
			Základní /plnocenná/	Zlevněné
60 minut		Přestupní	16 Kč	7 Kč
24 hodin		Přestupní	50 Kč	20 Kč
60 minut – prodej u řidiče		Přestupní	25 Kč	10 Kč
168 hodin		Přestupní	190 Kč	--
Hromadná školní jízdenka s platností 5 hodin pro až 30 dětí do 15 let věku včetně a 2 dospělé osoby jako doprovod		Přestupní	200 Kč	--
Rodinná jízdenka SO, NE, státní svátek pro až 2 dospělé osoby a 3 děti ve věku od 6 do 15 let včetně		Přestupní	100 Kč	--
Jízdenka JIKORD plus platí jeden den s časovým přesahem do 03:00 hod následujícího dne. V pracovní dny pro 1 osobu starší 15 let věku a 1 dítě do 15 let věku. V SO, NE, ve státem uznaném svátku a v pracovní dny v období letních prázdnin (od 01.07. do 31.08.) platí pro 2 osoby starší 15 let věku a 3 děti do 15 let věku	--	Přestupní	250 Kč	--
Dovozné		Přestupní	16 Kč	--

JEDNOTLIVÉ JÍZDENKY ELEKTRONICKÉ

Doba platnosti	Cena jízdného		
	Sejf jízdenka		SMS jízdenka
	Základní	Zlevněné	
60 minut	16 Kč	7 Kč	25 Kč
24 hodin	50 Kč	20 Kč	70 Kč
168 hodin	190 Kč	190 Kč	-
Dovozné	16 Kč	-	25 Kč

ČASOVÁ PŘEDPLATNÍ JÍZDENKA

Doba platnosti	Cena jízdného		
	Základní jízdné /občanské/	Zlevněné jízdné	
	Osoba starší 16 let věku (dospělá osoba)	Žák základní a střední školy starší 16 let věku a student vysoké školy do 26 let věku	Důchodce do 65 let věku
7denní	115 Kč	57 Kč	65 Kč
15denní	215 Kč	107 Kč	120 Kč
30denní	380 Kč	190 Kč	200 Kč
90denní	1 020 Kč	510 Kč	510 Kč
180denní	1 900 Kč	--	--
Roční	3 630 Kč	--	--

ČASOVÁ PŘEDPLATNÍ JÍZDENKA PRO KATEGORII OSOB PŘEPRAVOVANÝCH ZA ZVLÁŠTNÍ CENU JÍZDNÉHO

Kategorie osob přepravovaných za zvláštní cenu jízdného	Doba platnosti	Zvláštní cena jízdného
Dítě od 6 do 15 let věku včetně	Roční	200 Kč
Osoba nad 65 let věku	Roční	10 Kč
Osoba pobírající peněžitou pomoc v mateřství a osoba pobírající rodičovský příspěvek	Roční	50 Kč
Držitel Zlaté plakety/medaile Prof. MUDr. Janského	Roční	200 Kč
Účastník odboje a odporu proti komunismu	Roční	200 Kč
Válečný veterán	Roční	200 Kč

PŘENOSNÁ PŘEDPLATNÍ ČASOVÁ JÍZDENKA

Doba platnosti	Cena jízdného
Roční	4 360 Kč

BEZPLATNÁ PŘEPRAVA A PŘEPRAVA ZA ZVLÁŠTNÍCH PODMÍNEK

Bezplatně a za zvláštních podmínek se přepravují:

- 1.1. dítě do 6 let věku, jimž se rozumí osoba ode dne narození do dne, který předchází dni 6. narozenin,
- 1.2. držitel průkazu „ZTP“, „ZTP-P“ včetně průvodce a psa, který je držitelem označen jako pes nebo průvodce doprovázející držitele průkazu, pokud se přepravuje současně s tímto držitelem, včetně invalidního vozíku dle zvláštního právního předpisu. Pozdější označení doprovodu je neplatné. Bezplatnou přepravu dle tohoto ustanovení může využívat pouze držitel průkazu vystaveného příslušným orgánem České republiky dle zvláštního právního předpisu,
- 1.3. občan uvedený v § 29 zákona č. 87/1991 Sb., o mimosoudních rehabilitacích, ve znění pozdějších předpisů, a držitel průkazu vydaného Ústředním výborem Českého svazu bojovníků za svobodu, Konfederací politických vězňů ČR, Sdružením bývalých politických vězňů ČR a Ústřední radou Svazu PTP - VTNP,
- 1.4. držitel zvláštního jízdního dokladu vydaného Dopravcem a v případech vyhlášených Dopravcem,
- 1.5. strážník Městské policie České Budějovice ve služebním stejnokroji,
- 1.6. pracovník vykonávající státní dozor ve vozidlech MHD,
- 1.7. jedno jízdní kolo, pokud jej přepravuje držitel platné časové předplatní jízdenky,
- 1.8. dětský kočárek a pojízdná taška na kolečkách, zvířata a věci uvedené v SPP,
- 1.9. všichni cestující přepravovaní na spojích linky 23 na trase náměstí Přemysla Otakara II. – Parkoviště Jírovцова a zpět.

2. Osoby uvedené v bodech 1.2. a 1.3. se bezplatně přepravují po předložení platného průkazu vydaného k tomuto oprávněným subjektem. Osoby uvedené v bodě 1.4. se bezplatně přepravují po předložení platného průkazu vydaného Dopravcem nebo s jiným označením v případech vyhlášených Dopravcem. Osoby uvedené v bodech 1.5. a 1.6. se prokazují služebním průkazem nebo odznakem.

Zdroj: DPMCB (2020g)

PŘEPRAVNÍ KONTROLA

Na níže uvedených řádcích jsou formou otázek a odpovědí popsány nejčastější dotazy cestujících, které se týkají přepravní kontroly, tedy práce revizorů Dopravního podniku města České Budějovice, a.s. Kompletní informace o přepravní kontrole jsou uvedeny ve [Smluvních přepravních podmínkách](#).

Kdo je oprávněn kontrolovat jízdní doklady cestujících?

Plnění tarifních a přepravních podmínek mohou kontrolovat pověřené osoby dopravce, které se prokážou kontrolním odznakem dopravce nesoucím označení „DOPRAVNÍ PODNIK MĚSTA Č.BUDĚJOVICE, a.s. – PŘEPRAVNÍ KONTROLA“ a dvoumístné nebo třímístné identifikační číslo, popřípadě průkazem revizora v případě, že o jeho prokázání cestující požádá. Obě evidenční čísla musí být shodná.

Musí se revizor prokázat také služebním průkazem revizora?

V případě, že o to cestující požádá, je revizor povinen se vedle odznaku prokázat také průkazem revizora.

Jak vypadá odznak a služební průkaz revizora?

Vzor odznaku a průkazu revizora je zde vyobrazen.



Kdy je cestující povinen předložit platný jízdní doklad?

Cestující je povinen předložit platný jízdní doklad na vyzvání revizora při započetí a kdykoliv během přepravy nebo v okamžiku vystoupení z vozidla.

Co se stane v případě, že má cestující neplatný jízdní doklad?

Zjistí-li revizor, že se cestující prokazuje neplatným jízdním dokladem, je oprávněn mu jej odebrat. Za odebraný jízdní doklad nemá cestující nárok na finanční náhradu. V případě, že cestující při kontrole předloží neplatnou jízdenku nebo se neprokáže platným jízdním dokladem, připočítává se k přírážce k jízdnému hodnota základní nebo zlevněné jízdenky.

Kdy mohu nastoupit do vozidla MHD po odeslání požadavku SMS nebo datové jízdenky?

Do vozidla MHD můžete nastoupit pouze s platnou (přijatou) jízdenkou. Platná jízdenka je ta, jejíž platnost je vyznačena na displeji, tedy začátek a konec platnosti jízdenky. Platnost jízdenky placené mobilem nemusí být shodná s časem přijetí zprávy na Váš mobil. Toto opatření je uděláno proto, aby se zabránilo objednání jízdenky mobilem až po spatření kontrolujícího revizora. Prodleva bude v současné době činit dvě minuty.

Jaká je výše přírážky k jízdnému v případě, že se cestující neprokáže platnou jízdenkou?

Cestující ve vozidlech MHD, kteří se nemohou na vyzvání pověřené osoby při započetí a kdykoliv během přepravy, nebo v okamžiku vystoupení z vozidla prokázat platným jízdním dokladem, zaplatí jízdné a přírážku k jízdnému ve výši 1500 Kč. Pokud cestující uhradí jízdné a přírážku k jízdnému v hotovosti na místě jejich uložení nebo nejpozději do patnácti kalendářních dnů, přírážka k jízdnému se snižuje z 1500

Co se stane, pokud cestující nezplatí částku na místě ani v limitu patnácti kalendářních dnů?

Pokud cestující ve stanovené lhůtě nevyužije možnosti zaplatit jízdné a cestovní přírážku v její snížené výši, bude Dopravní podnik města České Budějovice, a.s. vymáhat zaplacení jízdného a cestovní přírážky v její plné výši, která činí 1500 Kč, a to podáním žaloby u příslušného soudu nebo pohledávka bude odprodána jinému právnímu subjektu.

Jaká hrozí sankce cestujícím, který vlastní platnou zlevněnou časovou předplatní jízdenku nebo bezplatnou a zvláštní jízdenku a průkaz, ale při kontrole ji nemá k dispozici?

Pokud je cestující vlastníkem platné zlevněné časové předplatní jízdenky nebo bezplatné a zvláštní jízdenky a průkazu, kterou se nemohl při kontrole prokázat, a tuto skutečnost prokáže jejím dodatečným předložením nejpozději do patnácti kalendářních dnů (včetně) ode dne uložení přírážky k jízdnému v doplatkové pokladně přepravní kontroly, zaplatí přírážku k jízdnému sníženou na částku 30 Kč. Pokud cestující nepředloží platnou časovou předplatní jízdenku do 15 dnů a předloží ji později, je povinen uhradit plnou přírážku, tedy 1500 Kč a jízdné.

Liší se nějak termíny pro předložení časové předplatní jízdenky u dětí do 15 let věku?

U dětí do 15 let věku se doba pro předložení časové předplatní jízdenky, platné v době kontroly, prodlužuje do dne před podáním žaloby nebo ke dni odprodeje pohledávky. V tomto případě cestující uhradí částku 30 Kč. Po podání žaloby nebo ke dni odprodeje pohledávky je přírážka stanovena na 1500 Kč.

Je cestující povinen zaplatit přírážku k jízdnému v hotovosti na místě?

Cestující je povinen zaplatit přírážku, která mu byla uložena pověřenou osobou, v hotovosti na místě jejího uložení.

Co v případě, kdy tak neučiní?

V případě, že tak neučiní, je povinen se prokázat osobními údaji potřebnými na vymáhání zaplacení uložené přírážky (jméno, příjmení, datum narození, trvalé bydliště). Tyto údaje je cestující povinen prokázat hodnověrným a nezaměnitelným způsobem, a to osobním dokladem cestujícího vydaným příslušným správním úřadem opatřeným fotografií.

Jaký je postup v případě, když se cestující odmítne prokázat uvedeným typem dokladu?

Cestující, který se neprokáže osobními údaji a osobním dokladem je povinen na výzvu revizora následovat jej na vhodné pracoviště veřejné správy ke zjištění totožnosti, nebo na výzvu pověřené osoby setrvat na vhodném místě do příchodu osoby oprávněné zjišťovat totožnost cestujícího. Pokud cestující odmítne zaplatit přírážku k jízdnému a odmítne se prokázat osobními údaji, je pověřená osoba oprávněna jednat v souladu s platným zněním Občanského zákoníku §14 tak, aby byla zajištěna práva dopravce.

V zájmu zvýšení bezpečnosti cestujících i pověřených osob je při řešení porušení SPP a Tarifu pořizován zvukový záznam komunikace pověřené osoby.

Zdroj: DPMCB (2020h)

ZTRÁTY A NÁLEZY

Agenda ztrát a nálezů ve vozidlech MHD či prostorech Dopravního podniku města České Budějovice, a.s. je vedena na pokladně v areálu autobusové vozovny na adrese:

Novohradská 40, České Budějovice, tel. 387 719 167

OZNÁMENÍ ZTRÁTY

Ztratili jste ve vozidle MHD nějaký předmět a nenašli jste jej na níže uvedeném seznamu? Kontaktujte nás na tel. **387 719 167** nebo e-mailu info@dpmcb.cz.

SEZNAM NÁLEZŮ

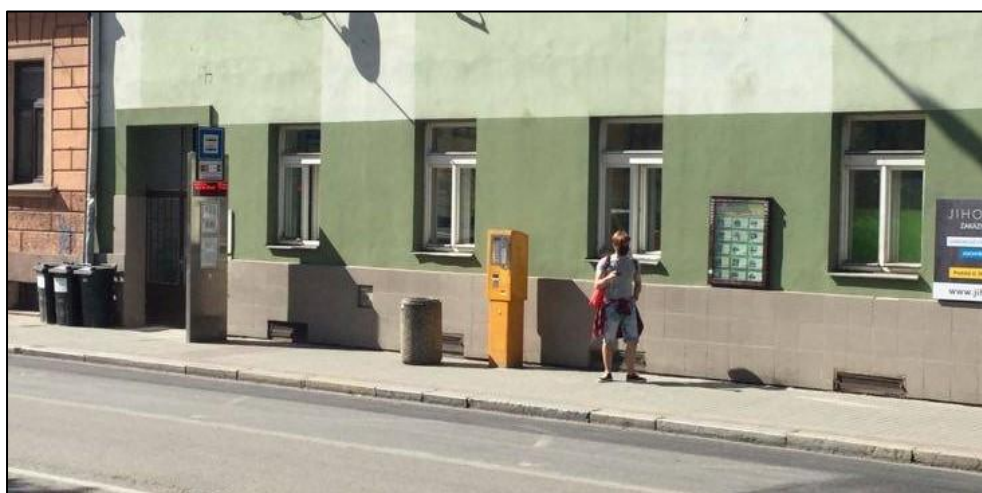
Datum nálezů	Popis nálezů	Místo nálezů
22.03.2020	černá peněženka na jméno Straka Miroslav	
20.03.2020	černá peněženka	
11.03.2020	peněženka na jméno Bidař Lukáš	linka 2
11.03.2020	fialový pytel s tělocvikem	
06.03.2020	oranžový pytel s tělocvikem	linka 10
06.03.2020	modrý pytel s tělocvikem	linka 10
04.03.2020	skládací deštník, svazek klíčů	
03.03.2020	Set top box	linka 6
02.03.2020	peněženka na jméno Bělohav Patrik	linka 5
25.02.2020	peněženka na jméno Jindrová B.	
24.02.2020	mobilní telefon Samsung černé barvy	
24.02.2020	dámské boty Nike	
23.02.2020	Peněženka na jméno J. Mrázek	linka 53
22.02.2020	Mobilní telefon Huawei černé barvy	linka 9
21.02.2020	igelitová taška s oblečením	linka 2

Zdroj: DPMCB (2020i)

Příloha L Zastávky MHD v Českých Budějovicích

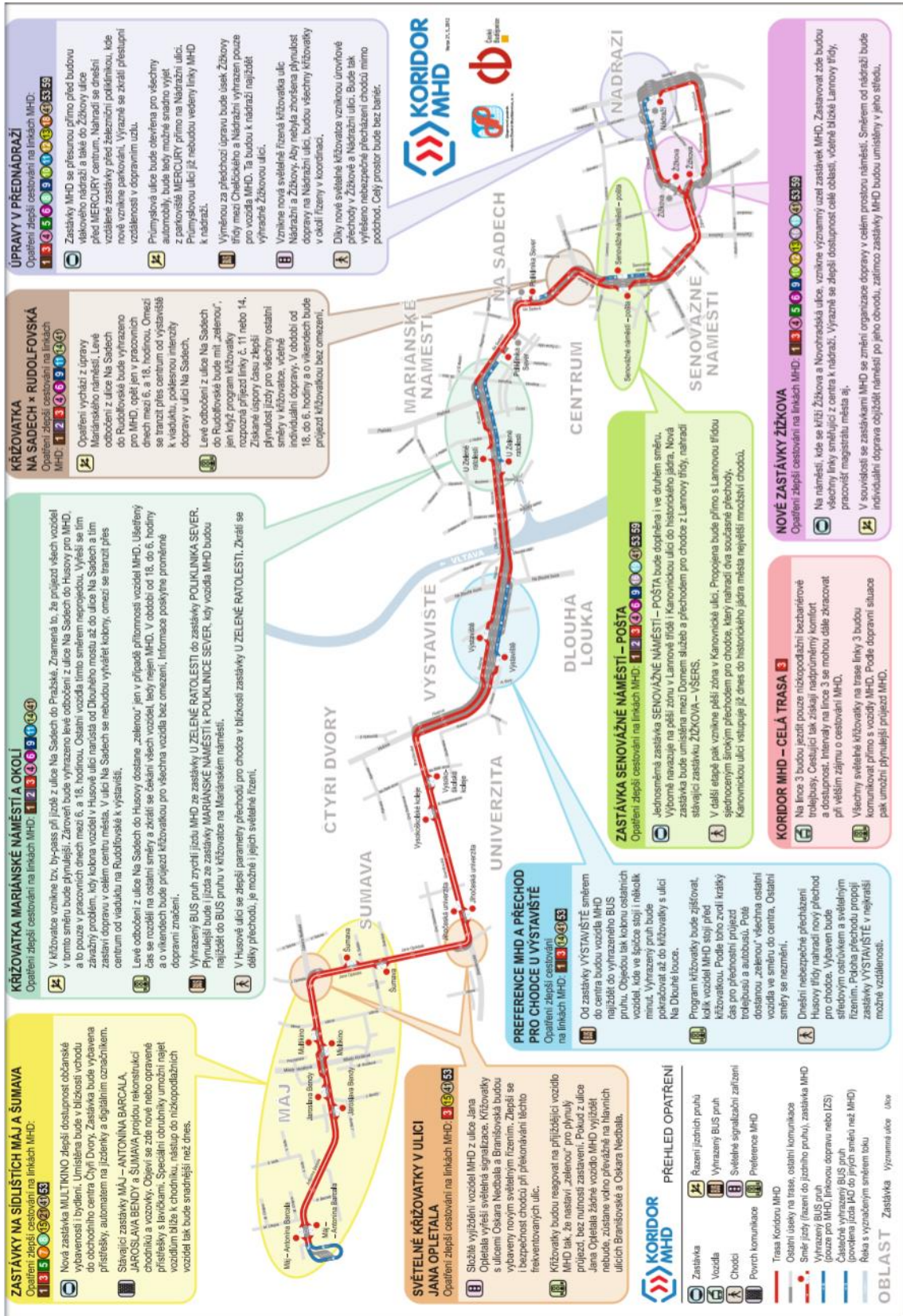


Zastřešená zastávka



Nezastřešená zastávka
Zdroj: autor

Příloha M Koridor MHD



Zdroj: DPMCB (2020)