

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Průzkum požadavků cestujících na náplň internetových prezentací
pro veřejnou osobní dopravu
Silvie Smetanová

Bakalářská práce
2009

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera
Katedra technologie a řízení dopravy
Akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Silvie SMETANOVÁ**

Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**

Studijní obor: **Technologie a řízení dopravy**

Název tématu: **Průzkum požadavků cestujících na náplň internetových prezentací pro veřejnou osobní dopravu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Úvod

- 1, Analýza internetových prezentací vybraných podniků
- 2, Návrh, provedení a vyhodnocení průzkumu požadavků
- 3, Shrnutí výsledků a návrh struktury internetové prezentace

Rozsah grafických prací: 2-5
Rozsah pracovní zprávy: 30 - 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- 1, VONKA, J., DRDLA, P., BÍNA, L., ŠIROKÝ, J. Osobní doprava. Pardubice, 2004
- 2, MELICHAR V., JEŽEK J. Ekonomika podniku. Pardubice, 2003
- 3, DRDLA, P. Technologie a řízení dopravy - městská hromadná doprava. Pardubice, 2005
- 4, KLEPRLÍK, J., KYNCL, J., SOUŠEK, R. Technologie a řízení silniční dopravy. Pardubice, 2003

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Nachtigall**
Katedra technologie a řízení dopravy

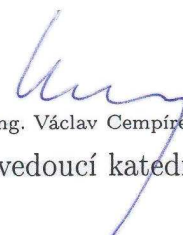
Datum zadání bakalářské práce: **31. prosince 2008**

Termín odevzdání bakalářské práce: **25. května 2009**



prof. Ing. Bohumil Culek, CSc.
děkan

L.S.



prof. Ing. Václav Cempírek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. ledna 2009

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., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. I 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.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Kolíně dne 20.5.2009

Silvie Sulaňová

ANOTACE

Bakalářská práce analyzuje obsahovou strukturu internetových prezentací pro veřejnou osobní dopravu. Jsou zde uvedeny základní a nezbytné prvky prezentací a také některé progresivní prvky, které významně usnadňují cestování především méně znalým cestujícím. Následně je proveden průzkum mezi cestujícími a potencionálními uživateli veřejné osobní dopravy. Výsledky jsou shrnuty, porovnány a je doporučen návrh vhodné obsahové struktury těchto prezentací.

KLÍČOVÁ SLOVA

cestující, dotazníky, doprava, internetové prezentace, MHD, průzkumy

TITLE

Opinion poll of passengers requirements for internet presentations of subjects in public passenger traffic

ANNOTATION

Bachelor thesis analyses the content structure of internet presentations for public passenger transport. There are basic and necessary elements of presentations and also some progressive elements mentioned, which significantly facilitate travelling especially for less experienced passengers. Further survey between travellers and potential users of public passenger transport was carried out. The results are summarized, compared and the proposal of acceptable content structure of these presentations is recommended.

KEYWORDS

passengers questionnaire, transports, Website, MHD, explorations

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto formou poděkovala vedoucímu své bakalářské práce ing. Petru Nachtigalovi, za odborné vedení a informace, které mi velice pomohly při tvorbě. Také bych ráda poděkovala své rodině, která mě při mém studiu podporovala.

Obsah

Úvod.....	9
1 Analýza internetových prezentací vybraných podniků	10
1.1 Požadavky na internetové prezentace.....	10
1.1.1 Přístupnost	10
1.1.2 Vyhledatelnost.....	11
1.1.3 Použitelnost	12
1.2 Přístupnost pro handicapované uživatele.....	13
1.3 Prvky prezentace.....	13
1.4 Náplň internetových prezentací.....	14
1.5 Informační minimum prezentací.....	15
1.6 Současný stav internetových prezentací	15
1.6.1 Plzeňské městské dopravní podniky, a.s.....	16
1.6.2 Dopravní podnik města Brna	18
1.6.3 Úvodní strana.....	18
1.6.4 Dopravní podnik hlavního města Prahy.....	20
1.6.5 Úvodní strana.....	20
2 Průzkum mezi cestujícími	22
2.1 Definice průzkumu.....	22
2.2 Empirická analýza	23
2.3 Vyhodnocení	23
2.4 Vyhodnocení dotazníkového průzkumu	23
2.4.1 Struktura dotazovaných	24
2.4.2 Výsledky průzkumu	25
2.5 Shrnutí výsledků	31
3 Návrh prezentací	32
3.1 Úprava stránek.....	33
3.2 Požadované informace.....	33

Závěr.....	36
Seznam použitých informačních zdrojů\	37
Seznam obrázků	38
Seznam zkratek	39
Seznam příloh	40

ÚVOD

Jen málo dopravců má kvalitní internetové stránky, odpovídající současným trendům., mající snahu o zviditelnění své vlastní dopravy, lišící se kraj od kraje. Je důležité, aby tyto prezentace zkvalitnili, za účelem lépe a dostatečně informovat případné uživatele. Každý z dopravců se snaží o vytvoření stránek obsahově atraktivních a hlavně co nejjednodušších pro návštěvníky svých stránek.

V této bakalářské práci jsou charakterizovány tři dopravní podniky a jejich internetové prezentace: Dopravní podnik hl. m. Prahy, Plzeňské městské dopravní podniky, a.s. a Dopravní podnik města Brna, a.s. Budou zde popisovány základní požadavky, prvky prezentací, jejich hlavní náplň, silné a slabé stránky.

Cílem práce je, pomocí průzkumu mezi cestujícími, zjistit názory na tyto prezentace. Jaký by měl být jejich obsah, jaké mají nedostatky a klady, co by uživatelé chtěli zlepšit na dopravních stránkách.

Závěrem bude autorka navrhnout, jak by taková prezentace měla vypadat, jak by měly být zajištěny informace a vzhled.

1 ANALÝZA INTERNETOVÝCH PREZENTACÍ VYBRANÝCH PODNIKŮ

Internet přináší mnoho možností jak pro firmy, tak pro jednotlivce, zviditelnit se díky svým prezentacím. Oproti tištěné reklamě mají tyto prezentace doživotní možnosti, jsou přístupné veřejnosti po celém světě, oslovují různé skupiny lidí a jsou stále aktualizovány. Každý může zveřejňovat online své služby, katalogy a produkty. Velký význam mají aktualizace stránek, sledování jaké požadavky mají případní uživatelé a co očekávají od této nabídky. Webové stránky jsou vytvářeny na profesionální úrovni, skládají se z mnoha činností, které na sebe navzájem navazují a doplňují.

Ve veřejné dopravě se díky těmto prezentacím zákazník seznámí s veškerou nabídkou ze strany dopravce, zjistí si údaje, časy odjezdů a příjezdů, informace o zpožděních apod. Se stále větším zájmem a informovanost ze strany veřejnosti, se zvyšují nároky na programátory, u kterých tyto prezentace vznikají. Každá dopravní společnost snažící se o přilákání veřejnosti k navštěvování svých webových stránek, musí stále sledovat požadavky a snažit se, aby také méně znalý cestující mohl lehce s těmito prezentacemi pracovat.

1.1 Požadavky na internetové prezentace

Pro kvalitně vytvořené webové stránky, je důležité znát základní požadavky pro jejich kvalitu a tvorbu. Mezi tyto základní požadavky na internetové prezentace dopravců patří *přístupnost, vyhledatelnost a použitelnost*.

1.1.1 Přístupnost

Přístupnost je nejdůležitější prvek při tvorbě webových prezentací, ty nenavštěvují jen zkušení uživatelé, ale i uživatelé s různými omezeními a schopnostmi. Přístupnost dovoluje bez potíží používat webové stránky a neklást žádnému uživateli technické, znalostní ani dovednostní překážky. Stránky musí být přehledné, dobře čitelné a musí mít snadnou navigaci.

Existují základní pravidla pro tvorbu přístupného webu a těmi jsou:

- Obsah webových stránek je čitelný a dostupný.
- Práci s webovou stránkou řídí uživatel.
- Informace jsou srozumitelné a přehledné.
- Ovládání webu je jasné a srozumitelné.
- Odkazy jsou zřetelné.
- Kód je technicky způsobilý a strukturovaný.

1.1.2 Vyhledatelnost

Vyhledatelnost je druhý nejdůležitější prvek při tvorbě dopravních prezentací. Před vytvořením stránek se musí v první řadě zadat několik klíčových slov, které přesněji charakterizují obsah. Uživatel využije jako první služby vyhledávače na internetu, kam zadá svůj dotaz. Není potřeba znát celý název, který se snaží vyhledat, stačí pouze zadat jedno slovo a hned je mu nabídnuta řada možností s tímto slovem související. Z tohoto důvodu je nejdůležitější dobré umístění na webu, čím je lepší umístění, tím je rychlejší jeho vyhledávání a tím více potenciálních uživatelů navštíví webové prezentace určité společnosti.

Vhodným prostředkem pro umístění svých stránek na webových prohlížečích, je *optimalizace pro vyhledávače (SEO)*. Díky optimalizaci budou webové stránky vidět ve všech vyhledávačích.

SEO analýza zahrnuje:

- Rozbor podle klíčových slov.
- Porovnávání úrovně optimalizace pro vyhledávače s konkurencí.
- Rozbor struktury a porovnávání webu.
- Rozbor obsahu.
- Rozbor technického zpracování.
- Rozbor zpětných odkazů. (1)

1.1.3 Použitelnost

Použitelnost vyjadřuje schopnost uživatele dokázat se rychle, bez námahy a přemýšlení orientovat na webových stránkách. Čím je lepší a jednodušší orientace na prezentacích, tím je větší jejich návštěvnost. Špatný a nepřehledný design způsobí, že budou stránky nepoužitelné a nepřehledné pro případné uživatele.

Díky dobré použitelnosti uživatelé:

- Vyhledají informace v co nejkratším čase.
- Orientují se bez dlouhého přemýšlení.
- Standardně a jednoduše ovládají webové prezentace.

Použitelnost zkoumá tyto otázky:

- Jak snadno se naučí uživatel web ovládat?
- Jak efektivně s ním pracuje?
- Jak dobře si zapamatuje ovládání?
- Kolik udělá při použití webu chyb? (2)

Požadavky na použitelnost se vzájemně doplňují, mají stejný cíl a tím je spokojenost uživatele. Webové prezentace by se měly kontrolovat, zda jsou přístupné či nikoliv a to podle zásad přístupnosti, k tomu se používají tři metody.

- *Ruční kontrola* – provede majitel anebo tvůrce prezentací. Kontroluje se funkčnost stránek.
- *Automatická kontrola* – tato metoda kontroluje bod po bodu, zda je konkrétní zásada na webu splněna nebo není. U bodů, které nelze zkontrolovat se tato kontrola provede ručně.
- *Kontrola odborníka* – nejspolehlivější metoda, zde provádí kontrolu profesionální odborník. (3)

1.2 Přístupnost pro handicapované uživatele

Na internet mají v dnešní době přístup i uživatelé s různými handicapy. Tito uživatelé mohou mít se špatně vyrobenými dopravními stránkami velké potíže, proto je důležité na toto při tvorbě prezentací nezapomínat. Mezi tyto uživatele patří osoby s jistými specifickými požadavky. Velice důležité je to, aby byly v prezentaci využity pravidla a zásady přístupnosti webu pro tyto osoby.

Mezi tyto uživatele patří a tyto požadavky mají:

- *Zrakově postižení* – informace o naváděcích liniích, informace o Brailově písmu použitých na označnicích.
- *Pohybově postižení* – informace o bezbariérové dopravě, o provozu speciálních vozidel.
- *Sluchově postižení* – informace o vozidlech doplněných o vizuální informace.
- *Uživatelé s poruchami soustředění.*
- *Dopravně postižení* – informace o nízkopodlažních vozidlech.
- *Jazykově postižení* – jazykové mutace. (4)

1.3 Prvky prezentace

Pro kvalitně vytvořené dopravní prezentace, je důležité znát základní prvky pro jejich tvorbu. Již zde byly zmíněny nejdůležitější, jako jsou přístupnost, vyhledavatelnost a použitelnost, mezi další důležité prvky se řadí řada dalších:

- *Členění a srozumitelnost textu* - Oblast čitelná, při jakémkoli rozlišení. Název webu, logo, nadpis a titulek. Vizually odlišné části, vizuální priorita prvků, zvýraznit nejdůležitější informace, kontrast písma a pozadí a zvětšování písma. Písmo stručné, bezpatkové, kontrastní barvy vzhledem k pozadí.
- *Odkazy* – odlišení od vlastního textu, podtržení a jedna barva, odkaz jako obrázek, jiná velikost či typ, odkazy na jiné typy souborů.
- *Navigace* – viditelně oddělit, odkaz na hlavní stránku.
- *Formuláře* – označení povinných polí, naznačit formát, zvýraznit chyby, jen nezbytné prvky, informace a odůvodnění.

- *Grafika a animace* – důležité informace vkládat mimo titulky, jen pro přehlednost, informaci, obrázky nevkładat na pozadí textu, žádné animace, případně umožnit zastavení použité animace.
- *Tabulky* – srozumitelný popis, přehledné, správné zarovnání.
- *Fotografie, diagramy, schémata a grafy* – informační, doplňkové, standardní formát, názorné, přehledné, dostatečně velké.
- *Zvuky, video* – zvuk jako samostatný soubor, animace plynulé, video kvalitní, standardní formát. (5)

1.4 Náplň internetových prezentací

Každá internetová prezentace jednotlivých dopravců se od sebe liší, většina dopravců nemá základní přehled, jaké informace by měly jejich stránky obsahovat. Mezi základní informace, které by dopravní stránky měly obsahovat, patří:

- *Obecné úvodní informace* - základní informace o provozovateli dopravy, cizojazyčné mutace, kontaktní informace.
- *Tarifní informace* - přepravní tarif, informace o jízdenkách, smluvní přepravní podmínky, jízdní řády.
- *Dopravně - přepravní informace* - informace o systémech dopravy, mapy linkového vedení, přehled stanic a zastávek.
- *Rady cestujícím* - cestování, plány zastávek a ulic, informace o ztrátách a nálezích, reklamace.
- *Mimořádnosti a změny* - mimořádné události v dopravě dlouhodobé a krátkodobé, výluky, aktuální informace.
- *Zajímavosti* - historie, fotogalerie, soutěže, zábava.
- *Informace obecně* – tiskové zprávy, reklama, autoopravna.
- *Nezařazené* – FAQ, diskuze, ankety. (6)

1.5 Informační minimum prezentací

Každá internetová prezentace dopravců, by měla mít základní informační minimum, což je základ pro lepší informovanost případných uživatelů. Pro každého návštěvníka je důležité nalézt informace týkající se nabízené dopravy rychle a srozumitelně. Tyto základní informace by měly být dostupné pro stažení, pro vytisknutí anebo odeslání internetovou poštou.

U prezentací by proto měly být uvedeny minimálně tyto informace:

- Základní informace o provozovateli MHD a kontakt.
- Základní informace o systému MHD.
- Schéma linkového vedení.
- Jízdní řády, přepravní tarif a informace o tarifních zónách.
- Úplné přepravní podmínky.
- Aktuální informace z MHD a mimořádnosti v dopravě. (6)

1.6 Současný stav internetových prezentací

Autorka vybrala do analýzy tři městské dopravní podniky hl. m. Prahy, Brna a Plzně. Prezentace jsou posuzovány podle funkčnosti, vzhledu a obsahu. Každá tato prezentace se obsahově liší a jednotlivé stránky jsou obsahově rozdílné. Dopravní podniky se snaží vytvořit unikátní stránky, z důvodu zvýšit jejich návštěvnost a přilákat uživatele. Jde o to, aby se na těchto stránkách případní uživatelé co nejrychleji zorientovali, ne aby stále bloudili a hledali jednotlivé odkazy. Důležité je, aby byly na stránkách i jazykové mutace nebo přístupnost pro uživatele s jistými omezeními a schopnostmi. (6)

Ke zjištění jak jsou uživatelé spokojeni s internetovými prezentacemi, se provádí dotazníková šetření, ze kterých se dopravci dozvědí, jaké informace jsou vyhledávány, jaké odkazy jsou nepotřebné anebo nepoužitelné. Výsledky průzkumu budou vyhodnoceny, zredukovány, prezentace se vytvoří tak, aby informace o dopravních službách vyhovovaly případným uživatelům.

1.6.1 Plzeňské městské dopravní podniky, a.s.

Plzeňské městské dopravní podniky, a.s. (www.pmdp.cz), jsou provozovatelem městské hromadné dopravy (tramvajové, trolejbusové a autobusové dopravy) v krajském městě Plzeňského kraje. (7)

1.6.2 Úvodní strana

verze pro slabozraké

Plzeňské městské dopravní podniky, a.s.

nechte se svěst...
nechte se svězt...

UMÍ VÍČ
NEŽ
PENĚŽENKA

Aktuality

Archiv 2009 Archiv 2008 Archiv 2007 Archiv 2006 Archiv 2005
ostatní doprava soutěže

Další strana

Plzeňská karta v mobilu
Dne 12.5.2009 proběhla tisková konference na téma: 02 PMDP představují Plzeňskou kartu v mobilu. Více zde.

Zavedení nových služeb v Zákaznickém centru PMDP a.s., Denisovo nábřeží 12
PMDP a.s. rozšíří od 1. 6. 2009 v Zákaznickém centru rozsah poskytovaných služeb zákazníkům. Jde o služby související především s výrobou Plzeňské karty. Více zde.

100 tisíc zákazníků na Samoobslužných zónách
Prostřednictvím Samoobslužných zón si dobil svoji Plzeňskou kartu již 100 tisíc zákazníků... Více zde.

Zahájení I. etapy rekonstrukce tramvajové trati na Karlovarské třídě od 28. 4. 2009 - dočasné zrušení zastávky "Pod Záhorskem" v obou směrech.

Společnost je držitelem certifikátu systému řízení jakosti.
ISO 9001
DNV REGISTERED

vyhledávání

ok

Obrázek 1: PMDP a.s.

Zdroj: (7)

Na úvodní straně (viz. obrázek 1) problikávají animace, nabídka autoškoly střídavě se třemi čipovými kartami (plzeňskou kartou, elektronickou peněženkou a plzeňskou kartu ISIC). V horizontální liště je možnost přepnutí na cizojazyčné mutace a to na jazyk anglický nebo německý. Tyto stránky mají výhodu pro handicapované uživatele, ti mohou v horní části stránky přepnout na verzi pro slabozraké, velikost písma se na stránce zvětší a je výborně čitelné.

Stránka je řešena pomocí jedné vertikální lišty, kde je jako první pojmenování úvodu „Home“. Nabízí seznam posledních aktualit, včetně přepnutí na archiv od roku 2005 až 2009. Postupně jsou zde nabídnuty odkazy, pod kterými se rozbalí řada dalších informací o dopravě. Jako další jsou seřazeny: aktuality, kalkulátor, základní informace, dopravní informace, služby pro obchodní partnery, fan klub, kontakty, napište nám, samoobslužné zóny, odprodej a jízdní řády. Posledním odkazem je „Interaktivní plán dopravy“, pod kterým se otevře stránka s mapou, kde lze najít důležité instituce, zastávky, trasy, přestupní uzly, automaty na jízdenky. Dalšími odkazy jsou schémata linek IDS, MHD a „Portál města Plzně“, podávající více informací o městě.

Důležitým odkazem je „vyhledávání“, kam se zapíše hledaný výraz a z několika možností se vybere ten potřebný. Nepřehlédnutelné jsou informace o partnerských webech týkající se dopravy. Plzeň je prvním městem v České republice, kde je realizován systém *Samoobslužné zóny*.

Na těchto stránkách slouží tento odkaz, jako návod k obsluze kde krok po kroku se návštěvník dozví, jak si například dobít peněženku nebo dobít kupón. Zároveň je zde seznam a mapa umístění samoobslužných zón Plzeňské karty.

Cestující, kteří chtějí cestovat po Plzni, použijí ikonku „jízdní řády“. Odkaz přepne na stránku informace o jízdních řádech, výlukách a změnách. Po otevření se zobrazí v horizontální liště informace o zastávkových jízdních řádech, seznam zastávek, interaktivní plán dopravy, jízdní řád do mobilu a IDOS. Dále na této stránce se turisté dozvědí více z geografického informačního systému, který je zaměřen převážně pro veřejnost.

Dle názoru autorky je prezentace přehledná a barevně vyhovující. Dobré jsou zde odkazy v levé vertikální liště na partnerské weby a potřebné odkazy, které otevírají více dopravních informací.

Silné stránky

- cizojazyčné mutace,
- tarifní kalkulátor,
- informace o Samoobslužných zónách,
- mapy,
- vyhledávání adres,
- zvýraznění jízdního řádu,
- lze přepnout na verzi pro slabozraké.

Slabé stránky

- mapa stránek,
- odkaz na bezbariérovou dopravu,
- pěší doprava.

1.6.3 Dopravní podnik města Brna

Dopravní podnik města Brna, a.s. (www.dpmb.cz), provozuje dopravu autobusovou, tramvajovou, trolejbusovou a vodní. Všechny tyto linky jsou zapojeny do Integrovaného dopravního systému Jihomoravského kraje. Trolejbusovou síť má město Brno největší v Česku a tramvajovou druhou největší po pražské dopravě.

1.6.4 Úvodní strana

The screenshot shows the homepage of DPMB (Dopravní podnik města Brna, a.s.). At the top, there is a header with the company name and contact information: "Dopravní podnik města Brna, a.s., Hlinky 151, 656 46 BRNO, tel.: +420 5 4317 1111, e-mail: dpmb@dpmb.cz". Below the header is a navigation bar with the slogan "Do Práce Máte Blíže" and logos for IDOS and IDS JMK. The main content area is divided into several sections:

- Městská doprava v Brně:** Includes links for "AKTUALITY", "Jízdní řády - vyhledání spojení", "Jízdní řády - ke stažení", "SÍ inek", "Jízdné", "Prodejny jízdenek", "Vozidla", and "Řídicí informační systém".
- Lodní doprava v Brně:** Includes links for "Plánek přehrady a okolí", "Přehled našich lodí", and "Historie lodní dopravy v Brně".
- Reklama a jiné služby:** Includes links for "Reklama", "Drobné zboží", "Mytí autobusů", and "Objednávka exkurze".
- DPMB, a. s.:** Includes links for "Základní údaje", "Historie", "Výroční zprávy", "Řízení jakosti", "Nabídka zaměstnání", "Veřejné zakázky", "Veřejné nabídky", and "Areály DPMB, a. s.". There is also a link for "Změny v dopravě (XML)".
- Změny v dopravě (XML):** Includes links for "Změny ve veřejné dopravě" and "Zprávy IDS JMK".
- Informační kancelář:** Provides contact information for "NOVOBRANSKÁ 18", "pracov. dny: 6 - 19 hod.", "tel.: 5 4317 4317", and "e-mail: dpmb@dpmb.cz".
- Materiály ke stažení:** Lists "Předpisy, formuláře", "Loga a symboly", "Pro zábavu", "Časopis", and "Tapety na plochu PC".
- Užitečné odkazy:** Lists "Statutární město Brno", "Jihomoravský kraj", "Koordinační IDS JMK", "Dopravní podniky ČR", "Téma města", "Zajímavosti z Brna a okolí", and "Mezinárodní asociace pro veřejnou dopravu".
- Cestování v Brně:** Lists "Revize jízdenek", "Jízdenkové automaty", "Bezplatná přeprava", "DP Asistenti", "Pro tělesně postižené", "Mobilní telefon", "Snížená výška trolejového vedení", and "Kombinovaná vstupenka - jízdenka".
- Anketa:** A survey titled "Jak jste spokojeni s teplotou ve vozidlech MHD v zimním období?". It includes radio buttons for "Ve vozidlech je většinou nedostatečně zatopeno" (293 z 898, tj. 32,63%), "Ve vozidlech je občas nedostatečně zatopeno" (193 z 898, tj. 21,49%), "Teplota je přiměřená venkovním podmínkám a oblečení cestujících" (155 z 898, tj. 17,26%), "Ve vozidlech je občas přetopeno" (215 z 898, tj. 23,94%), and "Ve vozidlech je většinou přetopeno" (42 z 898, tj. 4,68%). There is also a "Vaše pohlaví" section with radio buttons for "muž:" and "žena:". Below that is a "Váš věk" section with radio buttons for "16-25:", "26-35:", "36-45:", "46-55:", and "56-65:", and "nad 65:". A "Hlasuji!" button is at the bottom.
- Salina časopis:** A section for "ČASOPIS Salina PRO PRŮMĚRNÉ CESTOVÁNÍ" with a "KLOUZAVÝ TARIF" and "ZÁDAVKA..." button.
- PRŮMĚRNÉ ŘIDIČE...:** A section for "PRŮMĚRNÉ ŘIDIČE..." with a "REKLAMA" button.
- NĚKOLIK RAD TĚLESNĚ POSTIŽENÝM CESTUJÍCÍM:** A section for "NĚKOLIK RAD TĚLESNĚ POSTIŽENÝM CESTUJÍCÍM" with a "POZOR!" button.
- POZOR NA KAPALÉ:** A section for "POZOR NA KAPALÉ" with a "POZOR!" button.

In the center, there is a large banner for "140 let městské hromadné dopravy v Brně 1869 - 2009" and "výstava v Galerii Vaňkova - dny otevřených dveří jízdy historických vozidel". Below the banner, there is a "Zasílání zpráv" button with "váš@email" and "OK" options.

At the bottom, there is a "Výluka tramvají do Štefánikovy čtvrti" section with a red warning icon. The text reads: "Z důvodu opravy kolejí bude v **neděli 17. května 2009 od ranních výjezdů do ukončení prací (předpoklad do 20 hodin)** vyloučena tramvajová doprava v úseku Jugoslávská - Štefánikova čtvrt. Linka 5 pojedje po dobu výluky pouze v úseku Starý Lískovec - Jugoslávská a dále odklonem do smyčky Černá Pole, Zemědělská. Náhradní doprava ve vyřazeném úseku Jugoslávská - Štefánikova čtvrt bude zajištěna mimořádnou autobusovou linkou X5."

Obrázek 2: DPMB a.s.

Zdroj: (8)

Při zadání odkazu webové stránky do vyhledávače se otevře úvodní strana (viz. obrázek 2) kde je v horní liště uveden kontakt na dpmb. V horizontální liště jsou dva odkazy, na stránky IDS jihomoravského kraje a informace o změnách dpmb, tímto odkazem se lze také dostat zpět na úvodní stranu. Mezi těmito odkazy je vložena fotogalerie vozoven města Brna, pomocí kurzoru si je lze prohlédnout. Velkou výhodou jsou opět cizojazyčné mutace a rychlý odkaz na IDOS jízdní řád.

Stránka je rozdělena několika vertikálními lištami, kde jsou seřazeny odkazy podle důležitosti. V levé jsou informace o městské hromadné dopravě a lodní dopravě v Brně. Každý uživatel se seznámí s jízdním a přepravním řádem, s přehledem vozidel i plavidel, mapou tras a cenami jízdného. Jako na většině dopravních stránek jsou informace o historii města, základní údaje, informace o zaměstnání, tak i na těchto stránkách toto nesmí chybět.

V další liště jsou bližší informace o pracovní době informační kanceláře, o telefonním čísle a mailovou adresou. Pro uživatele je výborný odkaz „*materiály ke stažení*“, kde si každý může stáhnout do svého počítače loga, symboly, tapety a především předpisy a formuláře. Pod titulkem „*cestování v Brně*“ lze najít odkazy pro tělesně postižené, mapu nainstalovaných jízdenkových automatů, bezplatnou přepravu a mnoho dalších informací týkajících se přepravy.

V pravé liště jsou zajímavě řešené, dobře viditelné odkazy s barevnými nápisy a obrázky, které zaujmou na první pohled. První je časopis Šalina, což je měsíčník poskytující informace o cestování v Brně. Mezi další tyto odkazy patří: klouzavý tarif, přijmeme řidiče, reklama, rady pro tělesně postižené, řidiči pozor a upozornění na kapsáře.

Dle názoru autorky jsou stránky velice přehledné a každý návštěvník zde dostane základní informace. Prezentace má dobrou čitelnost textu, je kvalitní, barevný design vyhovující zaručující dobrou orientaci.

Silné stránky

- aktuální informace o změnách,
- cizojazyčné mutace,
- služby pro mobilní telefon,
- informace pro tělesně postižené osoby.

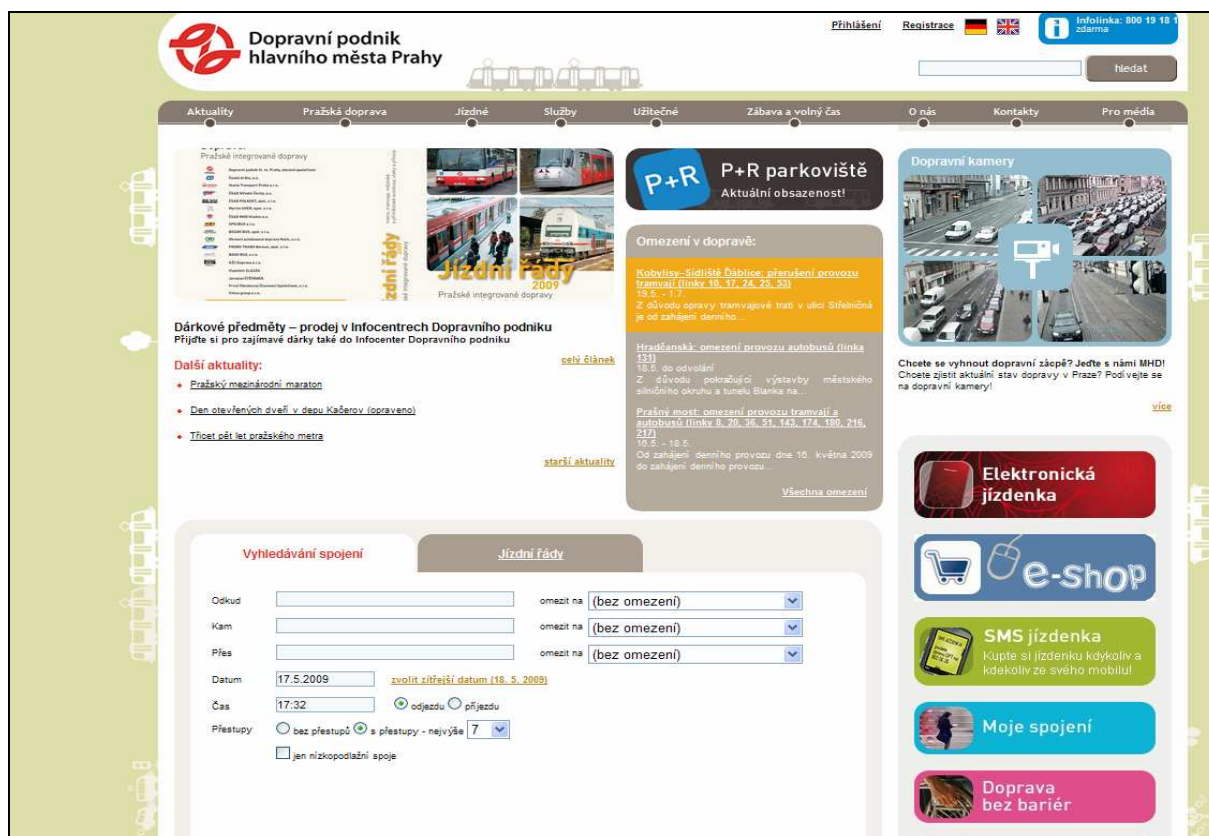
Slabé stránky

- chybí vyhledávání,
- pěší doprava,
- moc odkazů.

1.6.5 Dopravní podnik hlavního města Prahy

Dopravní podnik hlavního města (www.dpp.cz), patří mezi nejvýznamnější provozovatele MHD na území České republiky. Je provozovatelem metra, tramvají a autobusů. Snaží se zvyšovat kvalitu služeb, nabídky jízdenek, umístění automatů, předprodej, pravidelnosti dopravy, celkovou komunikaci s cestujícími možnosti parkovacích míst P+R. (9)

1.6.6 Úvodní strana



Obrázek 3: DPP a.s.

Zdroj: (9)

Na úvodní straně (viz. obrázek 3) v hlavní horizontální liště lze přepnout na cizojazyčné mutace (německý, anglický jazyk), vyhledávání dle klíčového slova a důležitým prvkem na této prezentaci je v pravém horním rohu „infolinka zdarma“, což ocení každý uživatel dopravy.

Horizontální lišta je rozdělena do základních kategorií, kterými jsou: aktuality, doprava, jízdné, služba, zábava, o nás, kontakty a promédia. Tyto odkazy zahrnují další potřebné informace a zajímavosti pro veřejnost, kde při najetí kurzoru se rozbalí další nabídky.

Pod touto lištou jsou uvedeny informace: aktuality, aktuální obsazenost parkoviště, omezení v dopravě a dopravní kamery, které jsou on-line aktualizovány. Velmi přehledně a viditelně je zde vytvořen jízdní řád a vyhledání spojení. Po odkliknutí na „jízdní řády“, se otevře okno spolu s nabídkami možností výběru devíti druhů dopravy. Otevřením odkazu „vyhledávání spojení“, se objeví vyplňovací okna, kam se zadají hledané výrazy: odjezdy a příjezdy, vyhledání jízdního řádu, linky a významné objekty.

V pravé části je vertikální lišta zobrazující barevné odkazy: elektronická jízdenka, e-shop, sms jízdenka, moje spojení, doprava bez bariér, pracovní příležitosti a možnost registrace.

Na spodní části je možnost vytisknutí, přepnout na mapu stránek a lze zvýšit i jejich kontrast. Dle názoru autorky je vzhled moderní, přehledný a určitě se zde každý uživatel dobře orientuje. Nejsou zde žádné animace, takže načtení stránek je rychlé, čitelnost textu je výborná.

Tyto stránky jsou přehledné a to jak graficky tak textově. Barevně rozlišené odkazy mají větší barevnost, tím je pro uživatele lepší orientace. Výborné jsou odkazy v horní liště, které se rychle rozbalí a nabídnou několik možností.

Silné stránky

- mapa stránek,
- cizojazyčné mutace,
- on-line dopravní kamery,
- rady pro tělesně postižené a bezbariérovou dopravu.

Slabé stránky

- chybí diskusní fórum,
- pěší doprava.

2 PRŮZKUM MEZI CESTUJÍCÍMI

Průzkumy mezi cestujícími jsou důležitou součástí každé analýzy, rozsáhlým zpracováním se získávají spolehlivé a přehledné závěry. Vhodným uspořádáním získáme celou řadu údajů, kdo jsou zákazníci, jak často využívají služeb, kdy je nejčastěji využívají apod.

Postup při vytváření dotazníku:

- *Definice průzkumu* – stanovení cíle, zpracování koncepce dotazníku.
- *Empirická analýza* – tvorba dotazníku, provedení průzkumu.
- *Vyhodnocení* – vyhodnocení, prezentace výsledků, vyhodnocení závěrů. (10)

2.1 Definice průzkumu

Při zamýšleném průzkumu se nejprve musí stanovit jeho cíl a předem vědět jaké mají být priority. Možným cílem je zjištění, jak zákazníci vnímají kvalitu, do jaké skupiny patří, co očekávají, co lze očekávat od průzkumu a na co se zaměřit.

V této práci je použita dotazníková metoda, kde každý z dotazovaných odpovídá na dané otázky, které jsou pro všechny stejné. Pomocí dotazníkového šetření se mohou získávat poměrně jednoduché a snadno zpracovatelné údaje i od velkého počtu dotazovaných, protože dotazníkové šetření je vysoce formalizovanou a standardizovanou technikou. (11)

Průzkum má zjistit názory na internetové prezentace u vybraných dopravců, jaká je jejich dostupnost, shrnout problémy, požadavky na tyto prezentace a zjistit zájem cestujících o tyto webové stránky.

Předem bylo zhodnoceno:

- Na co se v průzkumu zaměřit, aby se dosáhlo potřebných informací?
- Kdo podá tyto potřebné informace?
- Kdy a kde se průzkum uskuteční?
- Jak budou potřebné informace získány? (11)

Všechny tyto otázky musí souviset s vybranými dopravními podniky, kteří mají své vlastní internetové prezentace. Tento průzkum lze provádět buď přímo ve vozidle, nebo pomocí internetu. (10)

2.2 Empirická analýza

Pomocí empirické analýzy je zjišťováno, zda jsou dotazovaní ochotni odpovídat na zadané otázky, jestli jsou dobře formulovány a aby byly získány potřebné informace. Používají se otázky otevřené a otázky uzavřené. Otevřené otázky mají výhodu dozvědět se různá doporučení, informace a zdůvodnění. Pro dotazovaného je tento způsob náročnější, protože musí odpověď formulovat sám. U uzavřených otázek je nabídnuto několik možností odpovědí a dotazovaný pouze zaškrťává vybranou. Musí být formulovány jasně, přesně, aby zde byla nalezena vhodná odpověď. Dotazník se skládá ze tří částí, v první je úvod, dále vlastní otázky a závěr. (11)

2.3 Vyhodnocení

Vyhodnocení se provádí pomocí popisné a inferenční statistiky. Popisná statistika se skládá z metod pro zjišťování a sumarizaci informací, inferenční statistika se skládá z metod pro přijímání a měření spolehlivosti závěrů ze získaných informací. (11)

2.4 Vyhodnocení dotazníkového průzkumu

Tento dotazník byl založen na 9 otázkách (viz. příloha č. 1), za účelem zaměřit se na internetové stránky vybraných dopravců. Byl vytvořen autorkou spolu s instrukcemi na www.jakpsatweb.cz, poté vložen na internetové stránky pod odkazem www.dotaznik.alfarate.cz. Stejný dotazník byl vytvořen v Microsoft Wordu a rozeslán mailovou poštou vybraným uživatelům.

Otázky v dotazníku byly uzavřené, s otázkou je předložen výčet několika odpovědí, kde se buďto zaškrtně více možností anebo jen jedna z vybraných nabídek.

Výhodou tohoto zkoumání bylo, že vybraní respondenti měli přístup k internetu, mohli snadno posoudit tyto webové stránky a vyplnit dotazník. Nevýhodou bylo, že se zpět vrátilo méně dotazníků, než bylo odesláno, což se dalo očekávat.

Otázky:

Jste student, pracující nebo důchodce?

Navštěvujete internetové stránky těchto dopravců?

Jak hodnotíte stránky vybraných dopravců?

Jste spokojeni s těmito prezentacemi?

Na kterých stránkách jsou informace dostačující?

Jak rychle vyhledáte informace?

Jaké informace vyhledáváte na stránkách dopravců?

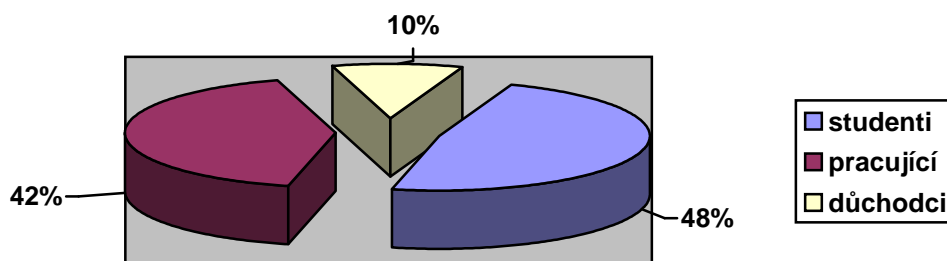
Jaké informace vám na stránkách chybí?

Měli jste při vyhledávání informací nějaké bariéry?

2.4.1 Struktura dotazovaných

Do průzkumu se zapojilo celkem 138 dotazovaných, z toho bylo vybráno 100 dotazníků, se kterými se dalo dále pracovat. Byly vyřazeny ty, kde bylo uvedeno, že dotazovaní navštěvují stránky těchto dopravců a to z důvodu objektivit. Zbylé dotazníky byly rozděleny na 48 od studentů, 42 od pracujících a 10 od důchodců.

Toto rozdělení je na následujícím obrázku 1.



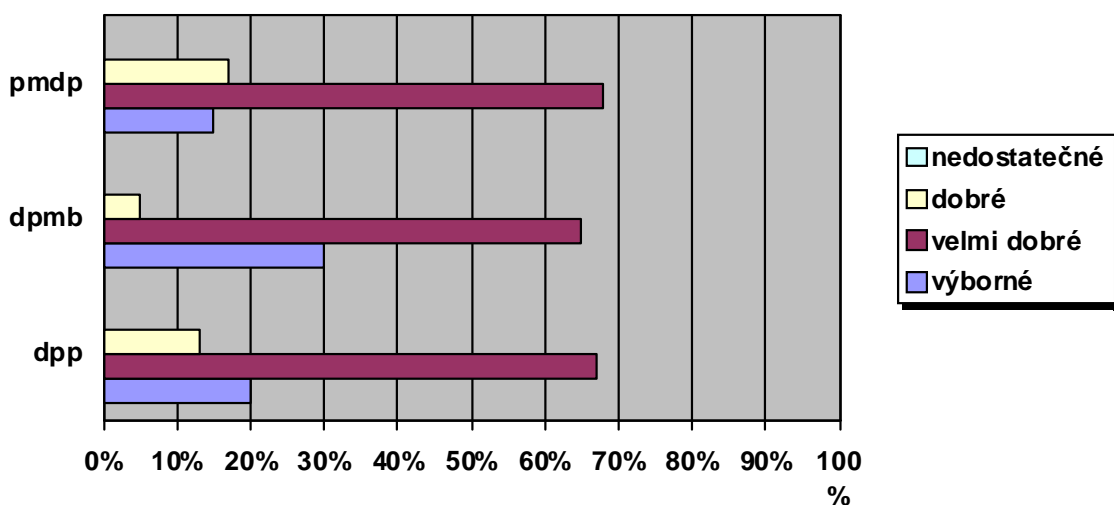
Obrázek 4: Rozdělení dotazovaných

Zdroj: Autorka

2.4.2 Výsledky průzkumu

Ve výsledcích průzkumu jsou rozebrány jednotlivé otázky, které byly zadány do dotazníku. Vše je zdokumentováno pomocí grafů, ty jsou zakresleny v obrázcích a výsledek každé otázky je popsán níže.

Otázka č. 3: Jak hodnotíte stránky vybraných dopravců?



Obrázek 5: Hodnocení stránek dopravců

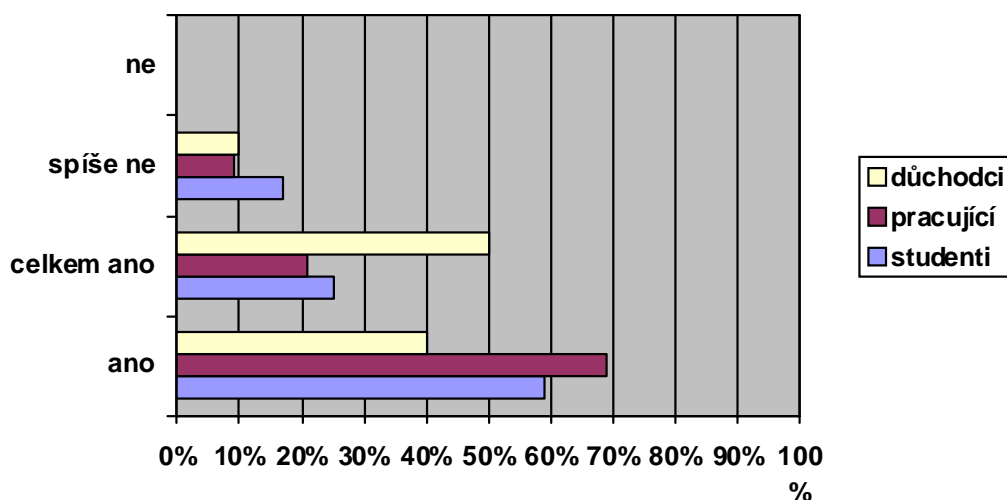
Zdroj: Autorka

Na otázku č. 3 (viz. obrázek 5) měli respondenti ohodnotit internetové prezentace vybraných dopravců. Po odkliknutí na jednotlivé odkazy, mohli hodnotit stránky buďto jako „výborné“, „velmi dobré“, „dobré“ a „nedostatečné“. Většina respondentů hodnotila tyto stránky jako „velmi dobré“, nikdo si nevybral políčko „nedostatečné“.

„Výborné“ ohodnocení 30 % dostaly stránky dpmb, 20 % získaly dpp a o pár procent méně pmdp ty měly 15 %. Ohodnocení „velmi dobré“ získaly v průměru všechny stejně, měly okolo 65 %. Jen málo respondentů ohodnotilo webové stránky jako „dobré“, nejhůře z celkového hodnocení dopadly prezentace pmdp.

Přesto ve výsledku vidíme, že není velký rozdíl v tomto hodnocení a výsledky jsou velmi dobré.

Otázka č. 4: Jste spokojeni s těmito informacemi?



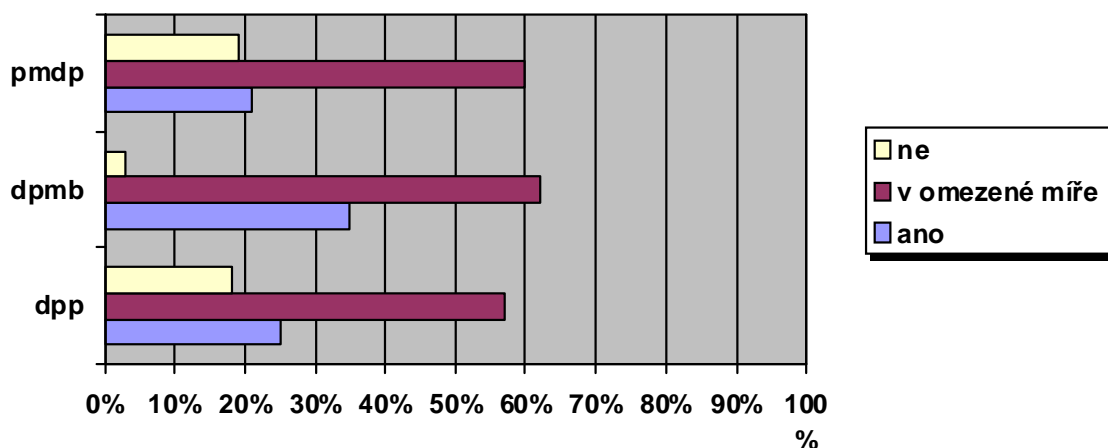
Obrázek 6: Spokojenost s informacemi

Zdroj: Autorka

Na otázku č. 4 (viz. obrázek 6) měli respondenti odpovědět, zda jsou spokojeni s vybranými prezentacemi, poté zaškrtnout libovolnou odpověď. Jednoznačně „ano“ odpověděli studenti, ale i pracující, což bylo 60 – 70 %. Pro tuto odpověď se rozhodlo 40 % důchodců, více zatrhli „celkem ano“ přesně 50 % ze zmíněných dotazovaných. Nespokojenost s prezentacemi vyjádřili v průměru všichni respondenti stejně, což bylo okolo 15 %, odpověď „ne“ zůstala bez označení.

Z výsledku vyplývá, že jsou dotazovaní spokojeni s těmito vybranými prezentacemi.

Otázka č. 5: Na kterých stránkách jsou podle Vás informace dostačující?



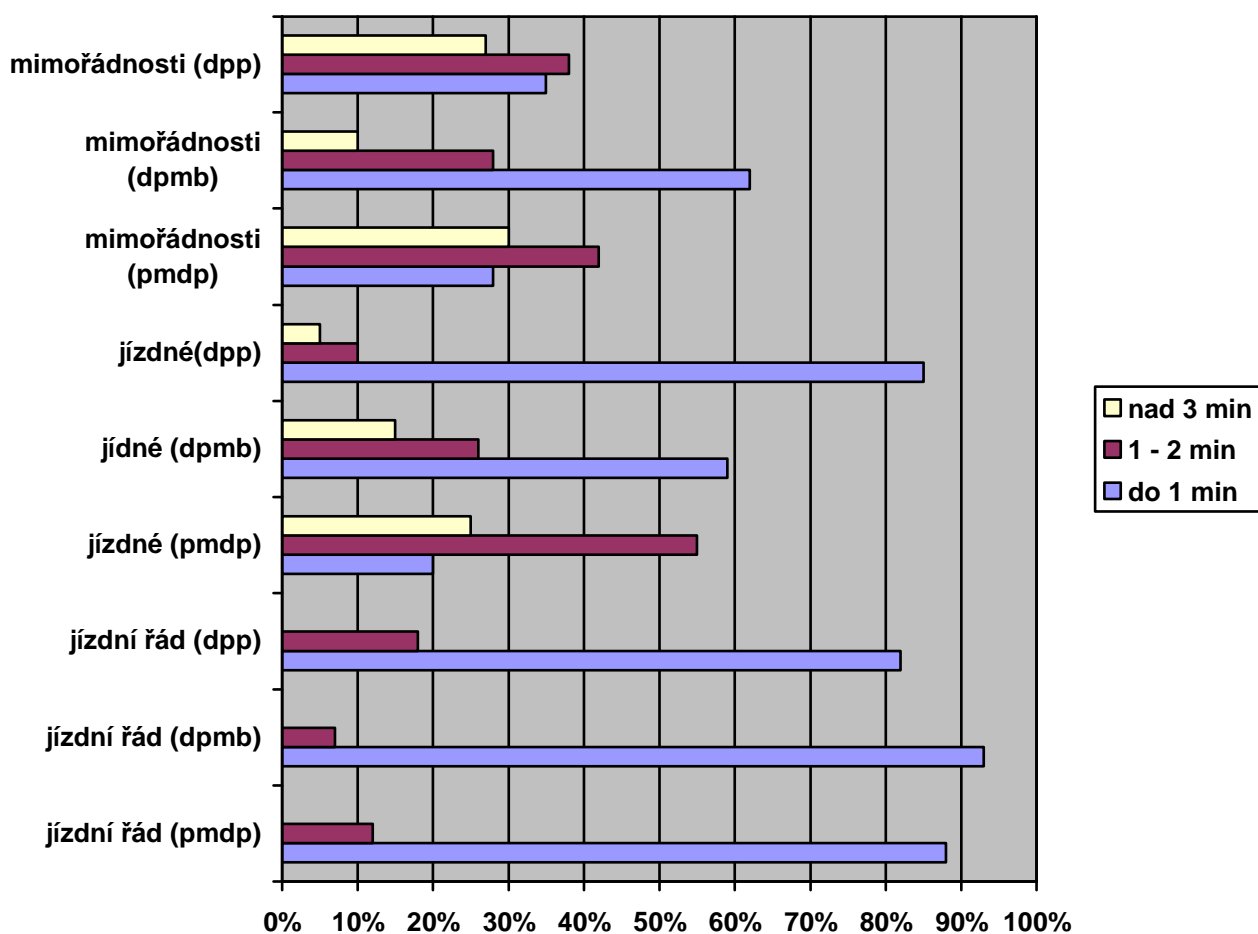
Obrázek 7: Dostačující informace

Zdroj: Autorka

Na otázku č. 5 (viz. obrázek 7) „Na kterých stránkách jsou informace dostačující?“, měl respondent po odkliknutí odkazu na určitou webovou stránku rozhodnout, zda jsou dostačující, v omezené míře anebo nevyhovující. Je zvláštní, že všechny tyto prezentace vyhověli dotazovaným jen v omezené míře, což odpovíděla více jak polovina okolo 60 %. Nejlépe na informovanost dopadli stránky dpmb, odpověď „ano“ zatrhlo 32 % respondentů, na druhém místě zůstaly stránky dpp kde ty dostaly 25 % a jen o pár procent méně získaly dmpb což bylo 22 %. Nedostačující odpověď dostaly nejvíce prezentace dpp a dmpb v průměru okolo 18 %. Opět nejlépe vyšly v tomto hodnocení stránky dpmb, získaly nejméně záporných odpovědí a to pouhé 3 %.

Z tohoto výsledku vyplývá, že všechny tyto stránky jsou pro respondenty celkem dostačující.

Otázka č. 6: Jak rychle vyhledáte informace?



Obrázek 9: Dostupnost informací

Zdroj: Autorka

V otázce č. 7 (viz. obrázek 9) bylo zjišťováno jak rychle se dotazovaní dokáží orientovat na vybraných webových stránkách a zda jsou schopni najít v určitém časovém rozmezí zadané informace. Tato otázka byla rozdělena podle dopravců a společně zdokumentována na obrázku 6. Časový limit byl zadán do 1 minuty, od 1 – 2 minut a nad 3 minuty.

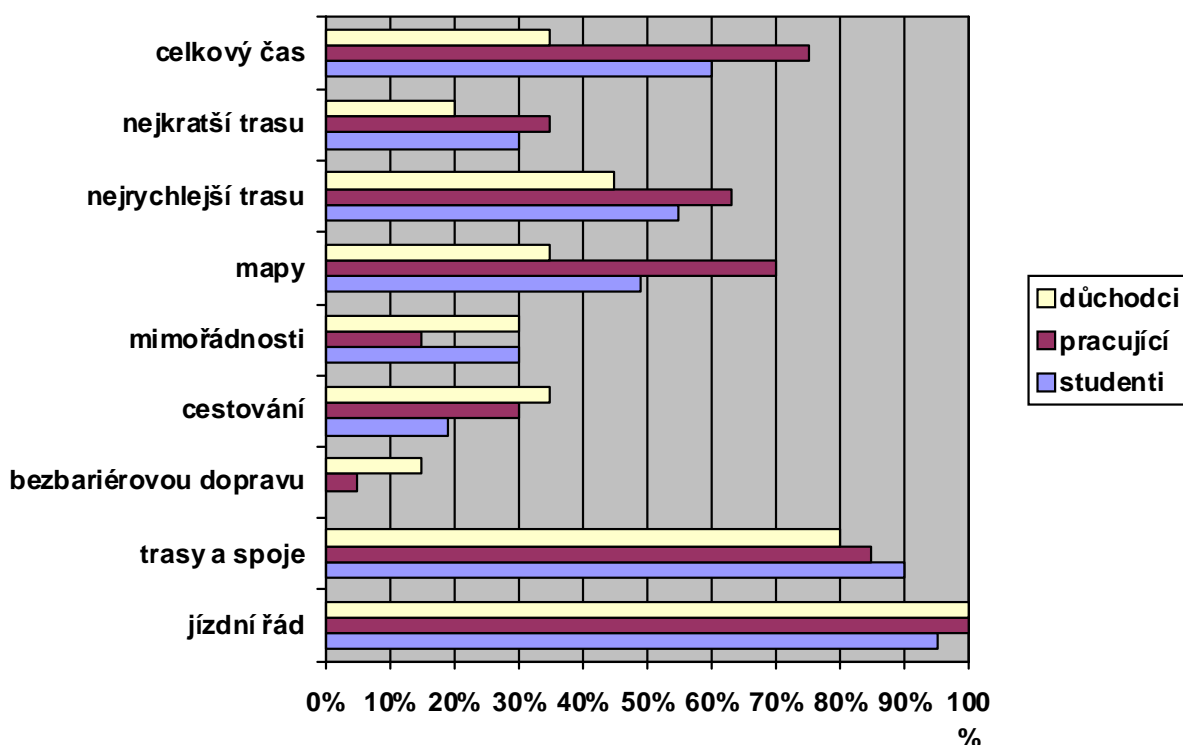
Nejrychleji se dotazovaní zorientovaly a vyhledaly jízdní řád na všech uvedených prezentacích, bylo jich více jak 80 %.

Jízdné bylo vyhledáno do 1 min. na dpp (85 %), o něco méně na dpmb (59 %) a nejpomaleji na pmdp, kde 29 % zaškrtnlo čas mezi 1 – 2 min.

Mimořádnosti byly vyhledány nejrychleji a to do 1 min. na stránkách dpmb (62 %). Pomaleji se již respondenti orientovali na prezentacích pmdp a dpp, kde toto vyhledávání trvalo nejdéle.

Z výsledku vyplývá, že nejlépe na vyhledávání informací dopadly stránky dpmb.

Otázka č. 7: Jaké informace vyhledáváte na stránkách dopravců?



Obrázek 10: Vyhledávání informací

Zdroj: Autorka

V otázce č. 8 (viz. obrázek 10) mohli dotazovaní vybrat více možností a zatrhnout jaké informace vyhledávají na dopravních stránkách.

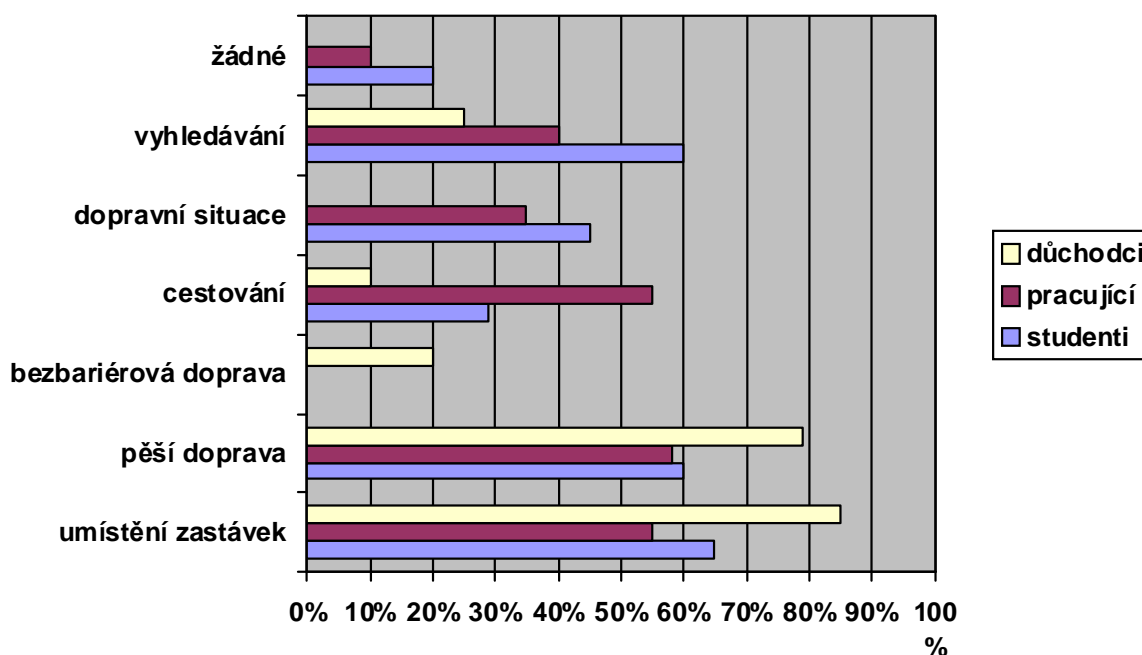
Studenti vyhledávají informace jako je jízdní řád (95 %), trasy a spoje (90 %). Celkový čas, nejrychlejší trasu a mapy zaškrtno mezi 50 % – 60 % dotazovaných. Nejméně vyhledávané informace jsou nejkratší trasa (30 %), mimořádnosti (30 %) a cestování (19 %). Bezbariérovou dopravu studenti neoznčili.

Pracující nejvíce vyhledávají na webových stránkách dopravců jízdní řád (100 %), trasy, spoje (85 %), celkový čas (75 %), mapy (70 %) a nejrychlejší trasu (62 %). Méně vyhledávané jsou informace nejkratší trasa (35 %), cestování (30 %) a mimořádnosti (15 %). Bezbariérovou dopravu vyhledává pouze 5 % pracujících.

Důchodci na dopravních stránkách vyhledávají jízdní řád (100 %), trasy a spoje (80 %), nejrychlejší trasu (45 %). Další informace jsou celkem stejně vyhledávané 30 % – 35 % má celkový čas, mapy, cestování a mimořádnosti. Nejméně byla zaškrtnuta nejkratší trasa (20 %) a bezbariérová doprava (15 %).

Pole pro libovolnou odpověď nevyužil žádný z dotazovaných. Z celkového výsledku vidíme, že nejvíce vyhledávanými informacemi mezi všemi respondenty je jízdní řád, trasy a spoje, nejméně bezbariérová doprava.

Otázka č. 8: Jaké informace vám na stránkách chybí?



Obrázek 11: Chybějící informace

Zdroj: Autorka

Na otázku č. 9 (viz. obrázek 11) mohli dotazovaní vybrat opět z více možností, jaké informace jim na stránkách chybí a jaké by zde uvítali.

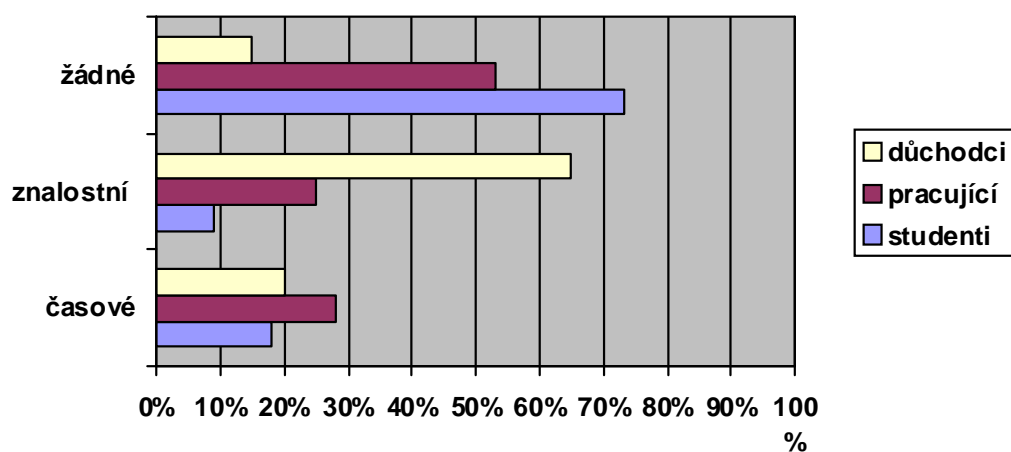
Studentům na stránkách nejvíce chybí umístění zastávek (65 %). Vyhledávání a pěší dopravu by uvítalo stejně dotazovaných (60 %), další chybějící informace jsou dopravní situace (45 %) a cestování (29 %). Studenti využili možnost zapsání libovolné odpovědi, kde uvedli, že nepožadují žádné informace (20 %).

Pracujícím chybí na stránkách dopravců informace jako je pěší doprava (58 %), umístění zastávek (55 %) a cestování (55 %). Další požadující informace je vyhledávání (40 %) a také dopravní situace (35 %). Pracující, kteří vepsali jako libovolnou odpověď „žádné informace mi nechybí“ je 10 %.

Důchodci by požadovali na stránkách umístění zastávek (85 %) a pěší dopravu (79 %). Dále by uvítali vyhledávání (25 %), cestování (10 %) a oproti předchozím dotazovaným bezbariérovou dopravu (20 %).

Opět bylo nabídnuto pole pro vepsání libovolné odpovědi, kam bylo zapsáno pouze, že nechybí žádné informace. Z výsledku vyplývá, že nejvíce požadovanými informacemi je umístění zastávek, pěší doprava, vyhledávání a cestování.

Otázka č. 9: Měli jste při vyhledávání informací nějaké bariéry?



Obrázek 12: Bariéry při vyhledávání

Zdroj: Autorka

Poslední otázka č. 10 (viz. obrázek 12) „Zda měli respondenti problémy při odpovídání na otázky?“, byla zařazena z důvodu informativních. Většina dotazovaných pracuje s internetem, takže zde nebyly žádné potíže, což se dalo očekávat u studentů (75 %) a pracujících (53 %). Důchodci měli nejvíce problémy znalostní (65 %) a časové (20%), zbylých 15 % dotazovaných neměli problémy žádné.

2.5 Shrnutí výsledků

Jak vyplývá z výsledků uvedených v kapitole 2, vrátilo se zpět dost vyplněných dotazníků, výsledky byly uspokojivé, takže se mohlo provést závěrečné shrnutí.

Na 2. otázku, „Zda navštěvujete tyto dopravní stránky?“, odpověděli někteří respondenti kladně, proto byly tyto dotazníky stornovány a pracovalo se zbylými. Z toho vyplývá, že nejlepší vyhodnocení měl Dopravní podnik města Brna, a.s., druhé vyhovovaly stránky Dopravního podniku hl. m. Prahy a jako poslední dopadly Plzeňské městské dopravní podniky, a.s.

Dobrý výsledek přinesla i otázka, zda jsou respondenti spokojeni s těmito prezentacemi, většina až 97 % odpovědělo kladně. V rychlosti vyhledávání, byla orientovanost na stránkách dobrá a rychlá až na mimořádnosti, které špatně vyhledávali na všech prezentacích vybraných dopravců. U otázky, „Jaké informace vyhledáváte na stránkách dopravců?“, nebyl moc velký rozdíl ve výsledcích, většina respondentů odpovídala stejně. Nejvíce vyhledávané jsou hlavně jízdní řády, trasy a spojení. Zbylé odpovědi byly zatrhnuty obdobně až na bezbariérovou dopravu, o tu je nejmenší zájem. V 9. otázce bylo zjišťováno, jaké informace respondentům chybí na dopravních stránkách, stejně dopadly informace o umístění zastávek a pěší doprava. Pole vyhledávání, cestování a dopravní situace chybí okolo 50 % respondentů, bezbariérová doprava jen důchodcům. V poslední otázce bylo zjišťováno, jaké problémy měli respondenti při vyplňování. Nejmenší problém měli studenti (72 %) a pracující (52 %), znalostní a časové problémy měli nejvíce důchodci.

3 NÁVRH PREZENTACÍ

Prezentace by měla být navržena tak, aby vyhovovala případným uživatelům. Musí se počítat s tím, že stránky navštěvují různí uživatelé, kteří se dělí do několika kategorií.

- Pravidelný uživatel – navštěvuje webové prezentace pravidelně. Je nejdůležitějším návštěvníkem, takoví uživatelé vědí, co hledají, vyznají se na stránkách a umí vyhledat jakékoli informace.
- Sporadický uživatel – navštěvuje webové prezentace jen sporadicky. Jen v nejnnutnějších případech a to většinou z důvodu jako nalezení jízdního řádu, hledání spojení apod. Jestli je snaha, aby se z občasného stal pravidelný návštěvník, musí se k tomu stránky přizpůsobit.
- Nový uživatel – navštěvuje webové prezentace poprvé. Tento uživatel je na informace a jejich vyhledávání nejvíce náročný, nevyzná se na stránkách a déle trvá, než se zorientuje. Proto se musí upoutat pozornost tohoto návštěvníka, aby se neustále vracel na prezentace a našel informace, které ho zajímají. (12)

Každý kdo vstupuje na webové prezentace, se snaží shromáždit co nejvíce informací před započatou cestou. Od hledání v jízdním řádu, plánování trasy, plánování nejkratší cesty, zjišťování ceny apod. Když je potenciální cestující již na cestě, snaží se hledat informace jinde než jen na internetových prezentacích. Proto musí být webové stránky kvalitně vytvořeny, cílem je *kvalitní web pro zákazníka*.

Základ prezentace:

- Webová stránka musí zaujmout na první pohled.
- Podnítit uživatele k využití služeb.
- Zvyšovat image a důvěryhodnost podniku.
- Důležitá je optimalizace pro vyhledávače (SEO). (5)

3.1 Úprava stránek

Prezentace by měla být po vzhledové stránce upravena tak, aby vyhovovala rozlišení na každém zobrazovacím zařízení. Před vytvořením se musí rozvrhnout, jaký by měla mít webová prezentace vzhled a uspořádání.

Základem pro tvorbu dopravních stránek by měla být:

- *Grafika* - nejdůležitější část webu. Dopravci by měli vybírat barvy tak, aby uživatelům nedělala problémy čitelnost textu. Barva textu a pozadí by měla být kontrastní, například barva dopravních prostředků – barva webu.
- *Odkazy* - musí být zřetelné a snadno pochopitelné, aby případný uživatel našel lehce informace, které potřebuje. Oddělit odkaz od textu lze barevně, pomocí podtržením anebo zvýrazněním písma. Tyto odkazy lze uspořádat buď pomocí horizontální, nebo vertikální lišty.
- *Navigace* – je součástí každé internetové prezentace. Musí být srozumitelná, díky navigaci se uživatel snadno pohybuje mezi jednotlivými odkazy, pro vyhledání svých informací.
- *Mapa stránek* - slouží pro lepší přehlednost. Je to jakýsi obsah odkazů, díky kterým se dokáže uživatel rychleji orientovat na webových stránkách. Bývá umístěna na spodní liště stránky anebo zahrnuta do navigace.

3.2 Požadované informace

Informace na dopravních stránkách, by měly být přehledné, stručné a měly by zajistit nejzákladnější požadavky pro cestující (viz. příloha č. 2).

Autorka vybrala tyto základní informace:

- O nás,
- přepravní informace,
- jízdní řády,
- dopravní informace
- aktuální informace o dopravě,
- užitečné informace,
- vyhledávání,

- multijazyčnost,
- materiály ke stažení.

O nás

Pod tímto odkazem by měl být kontakt, telefonní čísla a e-maily na dopravní společnost. Mělo by jít o základní identifikační údaje dopravního podniku, o jeho sídlo a pod jakým číslem je zapsán v obchodním rejstříku. Stručně lze popsat kdo je vlastníkem společnosti, kdy byla založena a co je její hlavní činností. Je možnost zařadit informace o historii, která v několika odstavcích vzpomene na počátky provozování dopravy až po současnost.

Přepravní informace

Zde se uvedou typy a ceny jízdného, tak aby vyhovovaly potřebám cestujících. Informace, které jim pomohou při hledání nejvhodnější jízdenky, prodejních automatech, informačních centrech apod. Lze sem zařadit i smluvní přepravní podmínky, odbavení cestujících, hotovostní platby a odbavení pomocí čipových karet.

Jízdní řády

Jízdní řády, jsou nejvíce vyhledávanou informací na dopravních stránkách. Měly by být stručné, přehledné a mít možnost vytisknutí. Do této kategorie lze zařadit plány linek, seznam zastávek, vyhledávání spojení IDOS, nejrychlejší trasu, celkový čas, trasy a spojení.

Dopravní informace

V těchto informacích, by se měl každý cestující dozvědět základní info o dopravě. Patří sem mimořádnosti, výluky, omezení v dopravě, všechny tyto informace by měly být oznámeny uživatelům předem a měly by být uvedeny na úvodní stránce. Dále sem lze zařadit pěší dopravu, z důvodu lepší informovanosti o dostupnosti města pro chodce. Do těchto informací lze také zařadit parkoviště P+R, dopravu handicapovaných osob a cestujících s kočárky.

Aktuality

Do těchto informací lze zařadit veškeré aktuality, které právě probíhají nebo již proběhly. Dále aktuality, týkající se dopravy jako pozvánka na den otevřených dveří, různé dopravní akce a novinky.

Užitečné informace

Jsou důležitou součástí dopravních stránek a nemělo by na ně být zapomínáno. Zařazují se sem informace pro cestující a veřejnost, jako je zábava, cestování, zajímavosti z okolí, diskuze, FAQ a ankety. Lze sem zařadit také tiskové zprávy a odkazy na jiné dopravní podniky.

Vyhledávání

Díky vyhledávání mají rychlejší a jednodušší přístup uživatelé k informacím. Před vyhledáním požadované informace, zadají slovo do vyhledávače a vyjede jim na stránce možnost z několika nabídek.

Multijazyčnost

Díky multijazyčnosti se dostanou na tyto stránky i uživatelé cizí národnosti. Běžnými jazyky, které lze na stránkách přepnout z češtiny bývá angličtina a němčina, poté se stránky zobrazí v požadované jazykové verzi.

Materiály ke stažení

Pomocí materiálu ke stažení si uživatelé mohou hledané informace uložit do svého počítače. Jsou to nejen dopravní a přepravní informace, ale i informace všeobecného charakteru. Mezi takové patří předpisy, formuláře, žádosti, loga společnosti nebo časopisy.

ZÁVĚR

Náplň internetových prezentací závisí na dopravním podniku, na jeho informovanosti a zájmu o cestující veřejnost. Smyslem bakalářské práce, bylo zjistit jaká je náplň internetových prezentací vybraných dopravců MHD, zda je dostačující a provést jejich analýzu.

Cílem bylo zjistit podle průzkumu mezi cestujícími, jak jsou uživatelé spokojeni a co jim chybí na webových stránkách dopravců. Pomocí dotazníku bylo zjištěno, kolik veřejnosti bylo ochotno se zapojit a jak celý průzkum dopadl. Vše bylo shrnuto a znázorněno v grafech pod jednotlivými otázkami.

Ve zbylé části bakalářské práce vznikl návrh, co by měla správná prezentace obsahovat, aby dostatečně vyhovovala cestující veřejnosti, jak pro lepší orientaci, tak pro větší návštěvnost.

SEZNAM POUŽITÝCH INFORMAČNÍCH ZDROJŮ

- (1) SEO analýza [online]. Poslední revize 10.5.2009 [cit 2009-05-10] Dostupné z: <<http://www.seo-expert.cz/seo-analyza>>
- (2) Použitelnost [online]. Poslední revize 13.5.2009 [cit 2009-05-13] Dostupné z: <<http://www.symbio.cz/slovník/pouzitelnost.html>>
- (3) Špinar, D. *Tvoříme přístupné webové stránky*. Brno: ZONER Press, 2004. 360 str. ISBN 80-86815-11-0.
- (4) Bezbariérový web a přístupnost [online]. Poslední revize 13.5.2009 [cit 2009-05-13] Dostupné z: <<http://pristupnost.inspirative.cz/wcag-10.html>>
- (5) Použitelnost [online]. Poslední revize 14.5.2009 [cit 2009-05-14] Dostupné z: <<http://www.jantichy.cz/vyuka/4iz228>>
- (6) Drdla, P. *Technologie a řízení dopravy – MHD*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2005. 136 s. ISBN 80-7194-804-7.
- (7) Plzeňské dopravní podniky [online]. Poslední revize 18.5.2009 [cit.2009-5-18]. Dostupné z: <<http://www.pmdp.cz/>>
- (8) Dopravní podnik města Brna [online]. Poslední revize 18.5.2009 [cit.2009-5-18]. Dostupné z: <<http://www.dpmb.cz/>>
- (9) Dopravní podnik hlavního města Prahy [online]. Poslední revize 18.5.2009 [cit.2009-5-18]. Dostupné z: <<http://www.dpp.cz/>>
- (10) Melichar, V.-Ježek, J. *Ekonomika dopravního podniku*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2004. 192 s. ISBN 80-7194-000-3.
- (11) Veselá, J. *Sociologický výzkum*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2000. 59 s. ISBN 80-7194-313-4.
- (12) Chobot, R. *Standardy náplně internetových prezentací pro veřejnou osobní dopravu*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2008. 90 s.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: PMDP a.s.....	12
Obrázek 2: DPMB a.s.....	14
Obrázek 3: DPP a.s.....	16
Obrázek 4: Rozdělení dotazovaných.....	20
Obrázek 5: Hodnocení stránek dopravců.....	21
Obrázek 6: Spokojenost s informacemi.....	22
Obrázek 7: Dostačující informace.....	22
Obrázek 8: Dostupnost informací.....	23
Obrázek 9: Vyhledávání informací.....	24
Obrázek 10: Chybějící informace.....	25
Obrázek 11: Bariéry při vyhledávání.....	26

SEZNAM ZKRATEK

SEO	Search Engine Optimization (optimalizace pro vyhledávače)
FAQ	Frequently Asked Questions (často kladené otázky)
MHD	městská hromadná doprava
IDS	integrovaný dopravní systém
PMDP a.s.	Plzeňské městské dopravní podniky, akciová společnost
DPMB a.s.	Dopravní podnik města Brna, akciová společnost
DPP	Dopravní podnik hlavního města
IDOS	integrovaný dopravní systém (jízdni řády)

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 Dotazník: Průzkum mezi cestujícími

Příloha č. 2 Návrh prezentace

PŘÍLOHA

Dotazník: průzkum mezi cestujícími

Navštivte prosím internetové prezentace vybraných dopravců a zaškrtněte některou z variant.

1. Jste

student pracující důchodce

2. Navštěvujete stránky těchto dopravců?

ano ne

3. Jak hodnotíte stránky vybraných dopravců?

Internetové stránky dopravců	1 výborné	2 velmidobré	3 dobré	4 nedostatečné
www.pmdp.cz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.dpmb.cz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.dpp.cz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Jste spokojeni s těmito prezentacemi?

ano spíše ano spíše ne ne

5. Na kterých stránkách jsou podle vás informace dostačující?

Internetové stránky dopravců	ano	v omezené míře	ne
www.pmdp.cz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.dpmb.cz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.dpp.cz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Jak rychle vyhledáte informace?

www.pmdp.cz

Informace	Do 1 min	1 – 2min	Nad 3 min
Jízdní řád	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mimořádnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

www.dpmb.cz

Informace	Do 1 min	1 – 2min	Nad 3 min
Jízdní řád	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mimořádnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

www.dpp.cz

Informace	Do 1 min	1 – 2min	Nad 3 min
Jízdní řád	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mimořádnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Jaké informace vyhledáváte na stránkách dopravců?

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> jízdní řád | <input type="checkbox"/> trasy a spojení | <input type="checkbox"/> bezbariérová doprava |
| <input type="checkbox"/> cestování | <input type="checkbox"/> mimořádnosti | <input type="checkbox"/> zpoždění |
| <input type="checkbox"/> nejrychlejší trasa | <input type="checkbox"/> nejkratší trasa | <input type="checkbox"/> celkový čas |
| <input type="checkbox"/> jiné (uved'te)..... | | |

8. Jaké informace vám na stránkách chybí?

- umístění zastávek pěší doprava bezbariérová doprava
 cestování dopravní situace vyhledávání
 jiné (uved'te).....

9. Měli jste při vyhledávání informací nějaké bariéry? Pokud ano, tak jaké.

- časové znalostní žádné

Návrh prezentace

