

Abstrakt: Dopravné služby tvoria nevyhnutnú súčasť uspokojovania každodenných prepravných potrieb obyvateľstva. Hlavným cieľom poskytovateľov dopravných služieb je dosahovanie zisku a významným záujmom štátu je trvalo udržateľná mobilita. Trvalo udržateľná mobilita obyvateľstva je založená predovšetkým na využívaní ekologických druhov dopravy pri uspokojovaní prepravných potrieb obyvateľstva. Železničná osobná doprava sa radí medzi ekologicky menej náročné druhy dopravy a preto je potrebné neustále zvyšovať jej kvalitu. Zvyšovanie kvality sa má uskutočňovať na základe poznania vnímanej a požadovanej kvality dopravnej služby. Z uvedených dôvodov je článok venovaný výskumu v oblasti kvality dopravných služieb IC vlakov v podmienkach SR. Zistené skutočnosti je možné vhodným spôsobom využiť pri tvorbe marketingovej stratégie IC vlakov s cieľom zvýšenia ich efektívnosti.

Kľúčové slová: dopravná služba, kvalita, železničná osobná doprava, marketingový prieskum

JEL: M31

MARKETING SURVEY OF THE SERVICE QUALITY OF IC TRAINS IN THE CONTEXT OF THE SLOVAK REPUBLIC

Abstract: Transport services are an essential part of meeting the daily transport needs of the population. The main objective of the transport service providers is to achieve profit, and sustainable mobility is a major concern of the state. Sustainable mobility of the population is primarily based on the use of ecological modes of transport to meet the transport needs of the population. Rail passenger transport is one of the less environmentally demanding modes of transport and therefore it is necessary to continuously improve its quality. Quality improvement should be based on knowledge of the perceived and required quality of the transport service. For this reasons, the article is devoted to research on the quality of transport services of IC trains in conditions of the SR. The identified facts can be used appropriately in developing the marketing strategy of IC trains to increase the demand for the services examined.

Keywords: transport service, quality, rail passenger transport, marketing survey

1 Úvod

Dlhodobý ekonomický vývoj v krajinách EÚ spôsobuje okrem iného aj neustály nárast hybnosti obyvateľstva Slovenskej republiky a taktiež nárast v oblasti turizmu. Uvedené skutočnosti následne zvyšujú nároky na kvalitu poskytovaných dopravných služieb, pričom sa mení aj cestovné správanie obyvateľstva Slovenskej republiky, ako aj jej návštevníkov. Prepravné potreby obyvateľstva vytvárajú ponuku, čím sa následne utvára trh s dopravnými službami. Na trhu dopravných služieb v súčasnosti existuje viacero možností voľby prepravy obyvateľstva (vlak, autobus, lietadlo, osobný automobil), čím sa prirodzene vytvára konkurenčné prostredie. V konkurenčnom prostredí dopravných

služieb okrem iných poskytujú svoje dopravné služby IC vlaky Železničnej spoločnosti Slovensko, a. s. Jedným z prioritných cieľov poskytovateľa služieb IC vlakov, a súčasne štátu, je podpora ekologických druhov dopravy. Osobná železničná doprava sa na základe rozsiahlych a dlhodobých výskumov radí medzi ekologické druhy dopravy. Využívanie ekologických druhov dopravy výrazným spôsobom znižuje produkciu negatívnych externých nákladov dopravy, ako aj ostatných spoločenských nákladov dopravy. Preto je dôležitý aj úspech dopravných služieb IC vlakov v konkurenčnom boji. Úspech v rámci konkurenčného boja výrazným spôsobom ovplyvňuje kvalita poskytovanej dopravnej služby. V prípade poznania vnímanej a požadovanej kvality dopravnej služby sa dá navrhnúť vhodná a účinná marketingová stratégia dopravnej služby s cieľom získania nových a udržania súčasných zákazníkov. V dôsledku uvedených skutočností sme sa rozhodli pomocou dynamického modelu kvality služieb Staussa a Neuhasa v príspevku zistiť vnímanú kvalitu dopravných služieb poskytovaných IC vlakmi v podmienkach Slovenskej republiky. Výsledky vnímanej kvality skúmaných dopravných služieb môžu byť aplikované v praxi pri tvorbe samostatnej marketingovej stratégie dopravných služieb IC vlakov. Nevyhnutnou súčasťou príspevku je popis dynamického modelu kvality služieb Staussa a Neuhasa a charakteristika dopravných služieb IC vlakov.

2 Dynamický model kvality služieb Stauss a Neuhas

Neustály nárast požiadaviek na kvalitu služieb vytvára tlak na ich poskytovateľov, ktorí musia prijímať opatrenia na zvyšovanie kvality svojich služieb. Poskytované služby musia zodpovedať medzinárodnej úrovni a spĺňať neustále sa zvyšujúce nároky zákazníkov. V súčasnej dobe bez neustáleho zvyšovania kvality služieb nie je možné uspieť v konkurenčnom prostredí, čo sa negatívnym spôsobom prejavuje na výsledku hospodárenia poskytovateľa služieb. Poskytovateľ služby potrebuje poznať úroveň kvality svojich služieb z pohľadu zákazníkov, nakoľko na základe týchto poznatkov môže vhodným spôsobom zvyšovať a prispôbovať kvalitu ponúkaných služieb. Úroveň vnímanej kvality služieb zákazníkmi je možné efektívnym spôsobom zistiť pomocou dynamických modelov kvality (Nedeliaková a kol., 2013).

Dynamické modely kvality zohľadňujú procesný charakter kvality poskytovaných služieb, rešpektujúc očakávanú a vnímanú kvalitu z pohľadu zákazníka. Medzi dynamické modely hodnotenia kvality patria napríklad: Model Stauss a Neuhas, Model Raymond Fisk, Model Boulding, Model Liljander a Strandvik, Model Lynn Schostack, Model Leonard Berry (Nedeliaková a Sekulová, 2016).

Dynamický model spokojnosti Stauss a Neuhas sa pri poskytovaní služieb zaoberá dynamickými ukazovateľmi kvality a spokojnosti. V rámci tohto modelu autori spochybňujú predpoklad, že spokojnosť zákazníka so službou daného poskytovateľa smeruje až k zákazníckej lojalite. Tvrdenie sa opiera o príčiny, ako rôznorodosť potrieb zákazníka či dostupnosť iných možných alternatív (Nedeliaková a Sekulová, 2016).

Dynamický model Stauss a Neuhas rozlišuje nasledujúce typy zákazníkov:

- spokojný zákazník s rastúcimi požiadavkami – vyznačuje sa predovšetkým vysokou spokojnosťou s poskytovateľom služby, jeho požiadavky však neustále rastú a poskytovateľ sa musí snažiť ich naplniť,

- stabilne spokojný zákazník – má pasívne správanie, poskytovateľ pri danom type zákazníkov nie je nútený kvalitu svojich služieb zvyšovať,
- stabilne nespokojný zákazník – je nespokojný so službami, prejavuje slabú úroveň kvality služieb,
- resignovane spokojný zákazník – prejavuje určitý stupeň ľahostajnosti voči poskytovateľovi služby, takýto postoj môže byť veľkou mierou ovplyvnený nedostatkom rôznych alternatív,
- nespokojný zákazník – prejavuje svoju nespokojnosť voči poskytovateľovi služby, nie je ochotný v budúcnosti využiť služby poskytovateľa (Mateides a kol., 2006).

Zmena poskytovateľa služby je pravdepodobnejšia u spokojného zákazníka s rastúcimi požiadavkami a resignovane spokojného zákazníka. Tieto typy zákazníkov sú menej pripravené poskytovateľa služby v budúcnosti odporúčať ostatným zákazníkom. Naopak, nižší predpoklad zmeny poskytovateľa sa vyskytuje pri stabilne spokojnom zákazníkovi. Model ďalej predpokladá, že globálna spokojnosť a príslušnosť zákazníka spolu navzájom súvisia (Nedeliaková a Sekulová, 2016).

3 Charakteristika služieb IC vlakov

Služby poskytované v rámci IC vlakov je možné podľa marketingu rozdeliť do nasledujúcich dvoch hlavných skupín:

- **základný (kľúčový) produkt:** preprava cestujúcich verejnou osobnou železničnou dopravou na základe ponuky dopravných služieb – cestovného poriadku, medzi obsluhovanými tarifnými bodmi, moderným vozovým parkom, za vopred dohodnutých tarifných a prepravných podmienok.
- **doplnkové (periférne) produkty:** sa líšia podľa vozňovej triedy:
 - 1. trieda (<http://www.slovakrail.sk/sk/intercity/sluzby-vo-vlakoch-intercity.html>):**
 - zdarma voda 0,5 l, zdarma teplý nápoj (káva alebo čaj),
 - možnosť rezervovať si bezplatné parkovanie v Bratislave, Trnave, – Poprade a Žiline k lístku zakúpenému cez internet,
 - dostupná denná tlač a časopisy,
 - obsluha mobilbarom a prípadná donáška jedla na miesto,
 - polohovateľné sedadlá, rozkladacie stolíky,
 - elektrické zásuvky pre každé sedadlo, individuálne osvetlenie,
 - cielená rezervácia miesta podľa smeru jazdy,
 - bezplatné WiFi pripojenie na internet.
 - 2. trieda (<http://www.slovakrail.sk/sk/intercity/sluzby-vo-vlakoch-intercity.html>):**
 - zdarma voda 0,5 l,
 - dostupná denná tlač,
 - možnosť rezervovať si bezplatné parkovanie v Bratislave, Trnave, – Poprade a Žiline k lístku zakúpenému cez internet,
 - elektrické zásuvky pri vybraných sedadlách,
 - cielená rezervácia miesta podľa smeru jazdy,
 - obsluha mobilbarom,
 - bezplatné WiFi pripojenie na internet.
- **2. trieda – kupé pre deti (<http://www.slovakrail.sk/sk/intercity/sluzby-vo-vlakoch-intercity.html>):**
 - vypožičanie hracích figúrok a kociek, maľovanky s farbičkami
 - voda 0,5 l,
 - možnosť rezervovať si bezplatné parkovanie v Bratislave, Trnave, Poprade a Žiline k

lístku zakúpenému cez internet,
 – dostupná denná tlač,
 – pojazdná úschovňa batožín (možnosť uložiť si batožinu alebo kočík),
 – pohodlie vo vozni (nepolohovateľné sedadlá v 6-miestnych oddieloch alebo 12-
 miestnom veľkopriestore, elektrické zásuvky, individuálne osvetlenie),
 – rozkladacie stolíky s herným plánom a obrázky zvieratiek na skle v kupé,
 – elektrické zásuvky pri vybraných sedadlách,
 – prebaľovací pult pre dieťa na WC,
 – cielená rezervácia miesta podľa smeru jazdy,
 – obsluha mobilbarom,
 – bezplatné WiFi pripojenie na internet.

Ostatné všeobecné doplnkové (periférne) produkty:

- preprava príručnej batožiny bez poplatku,
- preprava nepríručnej batožiny podľa prepravného poriadku za poplatok,
- preprava bicyklov a lyží,
- služby reštauračného vozňa zabezpečované formou cateringu: teplé a studené jedlá, denné menu, nealkoholické a alkoholické nápoje, pochutiny, káva a iné,
- služby externej reklamy.

Prevádzkovanie vlakov kategórie IC na trati Bratislava – Žilina – Košice a späť je certifikované spoločnosťou SGS Slovakia spol. s r. o. podľa normy ISO 9001:2015.



Zdroj: autori

Obr. 1. Prechádzajúci vlak kategórie IC

Na obrázku 2 je graficky znázornená trasa IC vlakov na mape železničnej siete Slovenskej republiky, vrátane obsluhovaných tarifných bodov.



Zdroj: autori, Železnice Slovenskej republiky, Bratislava

Obr. 2. Prepravná relácia IC vlakov

Maximálna	prepravná	vzdialenosť: 445	km
Najkratší	cestovný čas: 4	hod.	36 min.
Najdlhší	cestovný čas: 4	hod.	50 min.
Počet obsluhovaných staníc: 11	– tri páry	a 6	– jeden pár

IC vlaky č. 44 a 45: priame spojenie do/z Wien Hbf.

V súčasnosti IC vlaky na prepravnej relácii Košice – Žilina – Bratislava a späť ponúkajú najkratší cestovný čas v rámci dopravných služieb verejnej osobnej železničnej dopravy a autobusovej dopravy. Taktiež je cestovný čas v rámci služieb IC vlakov porovnateľný s individuálnym motorizmom pri ideálnych dopravných podmienkach a dodržiavaní dopravných predpisov. Dopravné služby IC vlakov sú z hľadiska cestovného času konkurencieschopné voči ostatným druhom dopravy.

Tarifa dopravných služieb IC vlakov:

- je stála, nejde o dynamickú tarifu, aká sa používa napr. v leteckej doprave,
- je zverejnená a verejne dostupná na webovom sídle poskytovateľa,
- je založená na komerčnom princípe – takže nie je regulovaná, stanovená metódou orientovanou na náklady a znáša podnikateľské riziko,
- výška cestovného závisí od tarifnej vzdialenosti, vozňovej triedy, kalendára jednotlivých spojov (silný, normálny, slabý) a priznanej zľavy.

4 Marketingový prieskum v oblasti kvality služieb IC vlakov

Na základe potreby zistenia vnímanej kvality služieb IC vlakov zo strany cestujúcich bol uskutočnený marketingový prieskum. Prieskum bol zameraný na samotné zistenie vnímania kvality poskytovaných dopravných služieb IC vlakov prostredníctvom online

dotazníkového zisťovania (použitie služby Google). Prieskum prebehol v období od 01.02.2018 do 25.03.2018. Prevedenie, spracovanie a vyhodnotenie realizovaného marketingového prieskumu bolo uskutočnené prostredníctvom použitia dynamického modelu hodnotenia kvality služieb Staussa a Neuhausa.

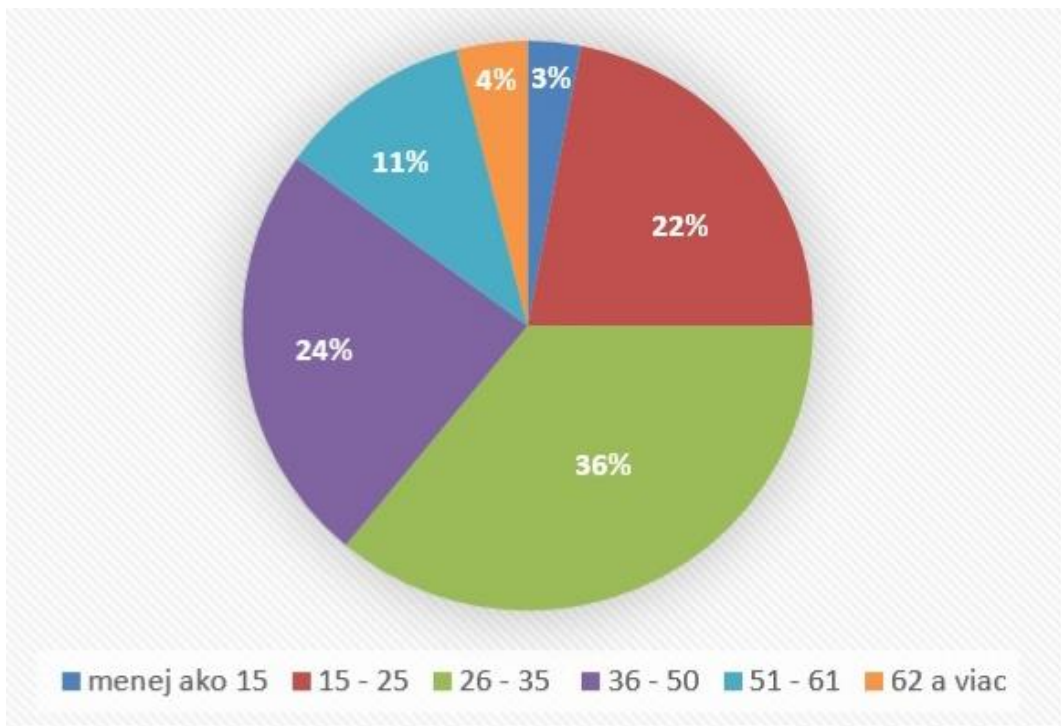
Vyhodnotenie kvality a spokojnosti s dopravnými službami IC vlakov sa uskutočnilo na základe nasledujúcich predpokladov marketingového prieskumu:

- A: Predpokladáme, že na marketingovom prieskume sa zúčastnilo minimálne 350 respondentov – minimálna vzorka k dosiahnutiu výpovednej hodnoty.
- B: Predpokladáme, že aspoň 30 % (marketingová stratégia by mala orientovaná hlavne na daný typ zákazníkov) cestujúcich patrí do skupiny stabilne spokojných zákazníkov a maximálne 3 % (vyššie percento daného typu zákazníkov by malo významnejší vplyv na poskytované služby a marketingovú stratégiu, 3% a menej nedosahuje takú silu vplyvu v rámci spoločnosti) cestujúcich patrí do skupiny nespokojných zákazníkov.
- C: Predpokladáme, že minimálne 55 % cestujúcich využíva dopravné služby IC vlakov pravidelne, minimálne 1-krát týždenne – je potrebné zistiť názor predovšetkým pravidelných cestujúcich, ktorí vedia objektívnejšie vyhodnotiť kvalitu poskytovaných služieb.
- D: Predpokladáme, že najdôležitejšími prvkami pre využitie služieb IC vlakov sú rýchlosť a pohodlie – ide o všeobecne významné ukazovatele pre cestujúcu verejnosť v oblasti výberu dopravných služieb.
- E: Predpokladáme, že aspoň 55 % cestujúcich patrí do skupiny veľmi spokojných a spokojných zákazníkov s dopravnými službami IC vlakov a maximálne 3 % cestujúcich patrí do skupiny nadmieru nespokojných zákazníkov s dopravnými službami IC vlakov – podobný význam ako pri predpoklade B.
- F: Aké sú tri najdôležitejšie a tri najmenej dôležité vnímané prvky kvality služieb IC vlakov? – dôležité pre smerovanie marketingovej stratégie.
- G: Prvky s najvyšším a najnižším dosiahnutým stupňom vnímanej kvality – dôležité pre smerovanie marketingovej stratégie.

Vyhodnotenie marketingového prieskumu:

Počet zúčastnených respondentov: 379 – predpoklad A bol dosiahnutý.
Počet žien: 171 – 45,12 %
Počet mužov: 208 – 54,88 %

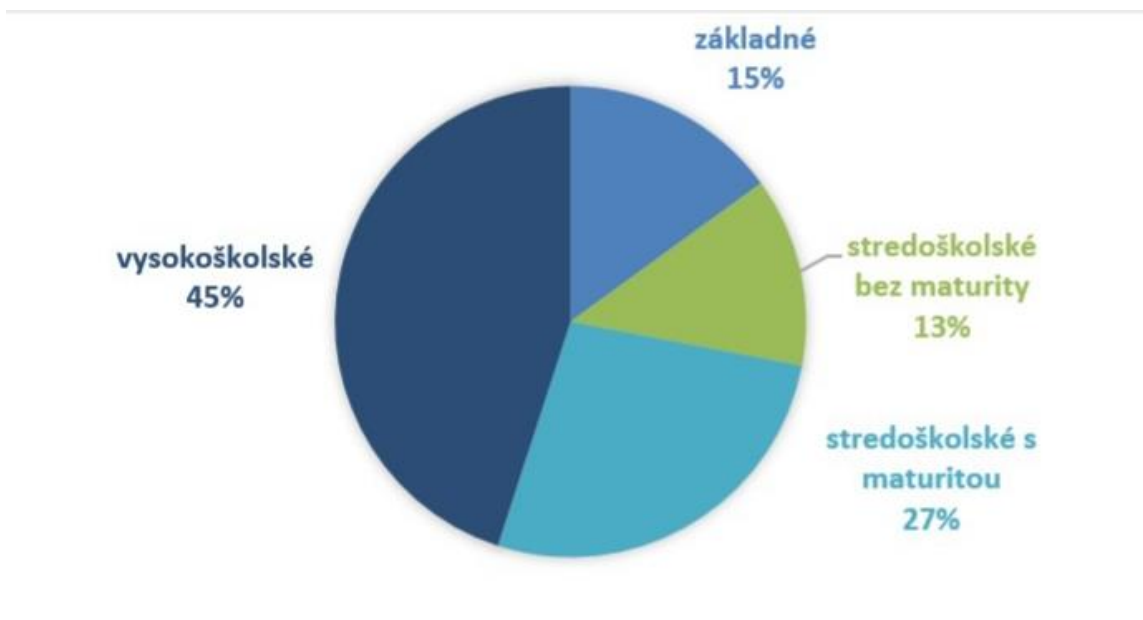
Na nasledujúcich obrázkoch sú postupne graficky zobrazené odpovede na otázky týkajúce sa veku, vzdelania a pracovného statusu respondentov.



Zdroj: uskutočnený marketingový prieskum

Obr. 3. Vek zúčastnených respondentov

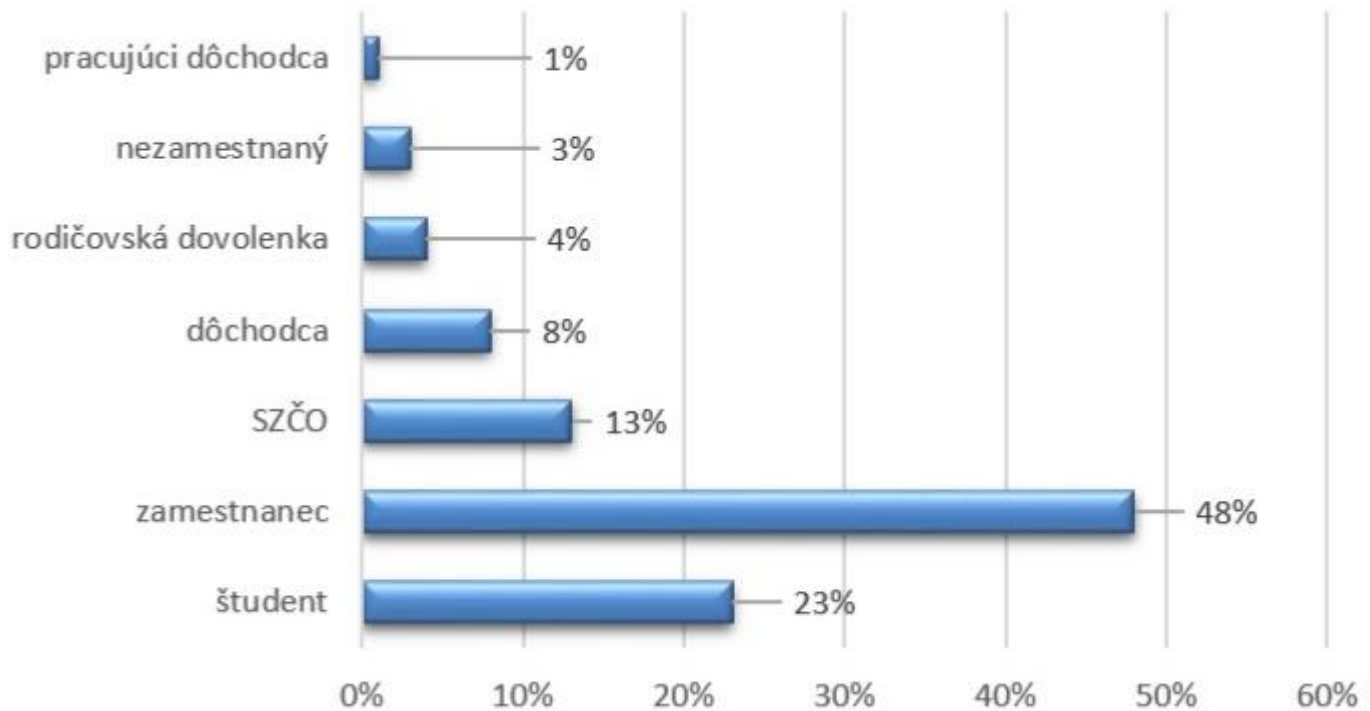
Z grafického zobrazenia vekovej štruktúry zúčastnených respondentov vyplýva, že najviac respondentov patrí do skupiny vo veku 26 až 35 rokov a najmenšiu skupinu tvoria respondenti vo veku menej ako 15 rokov.



Zdroj: uskutočnený marketingový prieskum

Obr. 4. Vzdelanie zúčastnených respondentov

Na uskutočnenom marketingovom prieskume sa zúčastnilo najviac respondentov s vysokoškolským vzdelaním.

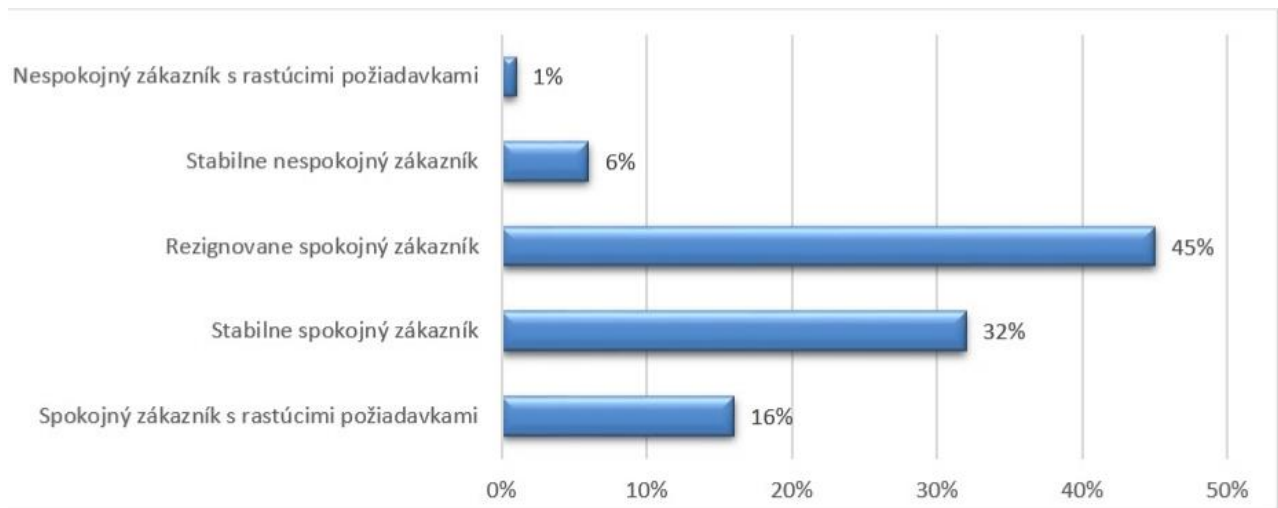


Zdroj: uskutočnený marketingový prieskum

Obr. 5. Pracovný status zúčastnených respondentov

Najviac zúčastnených respondentov na marketingovom prieskume boli ekonomicky aktívni cestujúci. Ide o významný údaj z hľadiska hodnotenia kvality zo strany cestujúcich, ktorí nemajú možnosť využívať sociálne zľavy. Z tejto skupiny má poskytovateľ služieb IC vlakov najvyššie tržby, a preto je potrebné venovať významnú pozornosť tejto skupine cestujúcich.

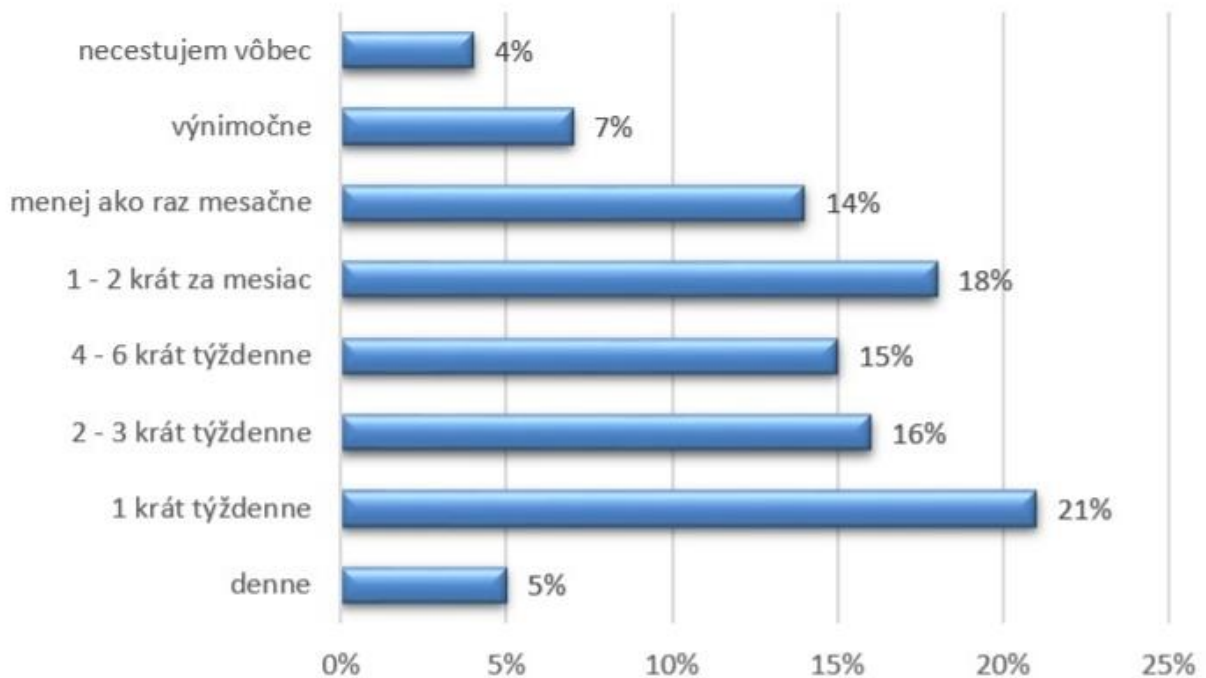
Na obrázku 6 je graficky zobrazený výsledok skúmania cestujúcich z hľadiska ich zákazníckeho statusu – typu zákazníka.



Zdroj: uskutočnený marketingový prieskum

Obr. 6. Rozdelenie typov zákazníkov

Na základe údajov z obrázka 6 môžeme potvrdiť predpoklad B, nakoľko 32 % respondentov patrí do skupiny stabilne spokojných zákazníkov (nie je potrebné zvyšovať kvalitu služieb) a 1 % respondentov patrí do skupiny nespokojných zákazníkov (prejavuje svoju nespokojnosť voči poskytovateľovi služby a viackrát by sa už pre tohto poskytovateľa nerozhodol).



Zdroj: uskutočnený marketingový prieskum

Obr. 7. Početnosť využívania dopravných služieb IC vlakov

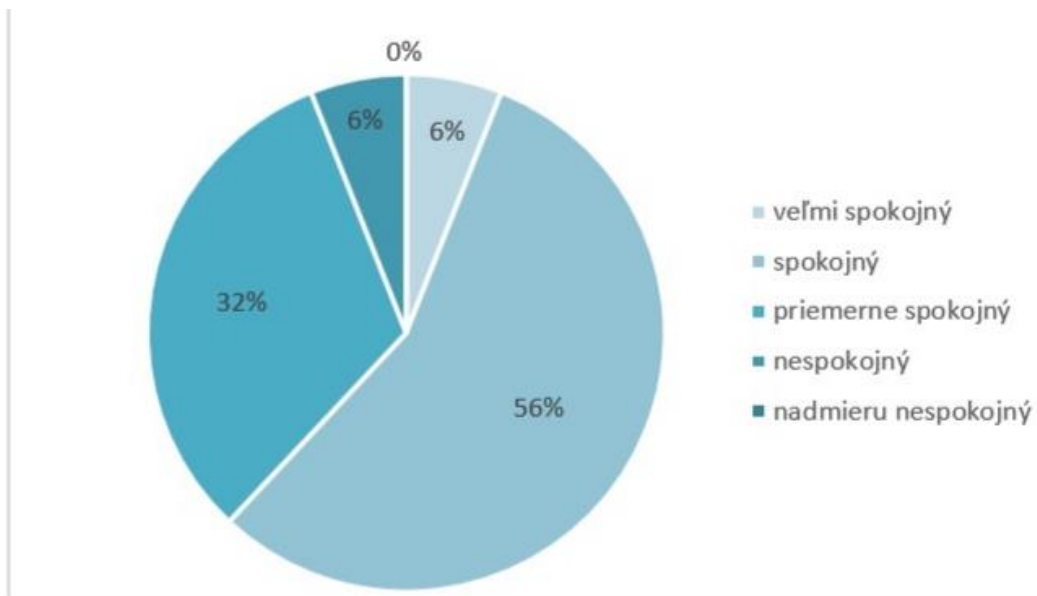
Uskutočnený marketingový prieskum preukázal pravidelné využívanie dopravných služieb IC vlakov u 57 % respondentov (podmienka pravidelného využívania minimálne 1-krát týždenne). Týmto môžeme potvrdiť predpoklad C.

Usporiadanie hlavných dôvodov využívania dopravných služieb IC vlakov podľa výsledkov uskutočneného marketingového prieskumu:

1. Rýchlosť
2. Pohodlie
3. Cena
4. Nemám inú možnosť
5. Spoľahlivosť
6. Z iných dôvodov uprednostňujem železničnú dopravu
7. Dostupnosť/ pravidelnosť
8. Servis a doplnkové služby
9. Bezpečnosť
10. Ekologický vplyv

Z uvedeného rebríčka motivačných prvkov kvality vedúcich k využívaniu dopravných služieb IC vlakov je najvýznamnejší faktor rýchlosť, pohodlie a cena. Najmenej dôležitými faktormi pri rozhodovaní sa o využítí dopravných služieb IC vlakov sú ekologické vplyvy a bezpečnosť. Výsledok marketingového prieskumu potvrdil stanovený predpoklad D.

Na obrázku 8 je grafický zobrazený výsledok celkovej spokojnosti zúčastnených respondentov s dopravnými službami IC vlakov.



Zdroj: uskutočnený marketingový prieskum

Obr. 8. Spokojnosť zákazníkov so službami IC vlakov

Skupinu veľmi spokojných a spokojných zákazníkov tvorí spolu 62 % a v skupine nadmieru nespokojných zákazníkov nie je nikto, týmto môžeme potvrdiť predpoklad E. Skupina veľmi spokojných a nespokojných zákazníkov je však rovnako veľká, preto je potrebné dosiahnuť zvýšenie vnímanej kvality poskytovaných dopravných služieb.

Záver marketingového prieskumu bol zameraný na hodnotenie kvality poskytovaných dopravných služieb IC vlakov a to z pohľadu miery dôležitosti a stupňa vnímanej kvality. V rámci výskumu bolo hodnotených 13 kritérií kvality dopravných služieb poskytovaných IC vlakmi. Respondenti mali možnosť vyjadriť svoj pohľad na základe nasledujúcej bodovej stupnice: miera dôležitosti: 1 – najdôležitejšie, 2 – dôležité, 3 – menej dôležité, 4 – najmenej dôležité; a stupeň vnímanej kvality: 1 – výborne: kritérium kvality splnilo všetky moje očakávania naň kladené, 2 – veľmi dobre: kritérium kvality výrazne splnilo moje očakávania, len niečo málinko tomu chýbalo, 3 – uspokojivo: kritérium kvality nespĺnilo moje očakávania, potrebná úprava alebo zmena, 4 – nedostatočne: kritérium kvality nedosiahlo vôbec moje očakávania. Výsledky prieskumu sú uvedené v tabuľke 1.

Tab. 1. Miera dôležitosti a stupeň vnímanej kvality dopravných služieb IC vlakov

Kritérium	Cena		Čas		Pohodlie		Dostupnosť	
	Bodové hodnotenie	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti
1	157	24	189	36	160	24	185	25
2	195	203	173	272	192	166	172	250
3	25	119	17	63	25	172	21	88
4	2	33	0	8	2	17	1	16
SPOLU	379	379	379	379	379	379	379	379
Kritérium	Spofahlivosť		Pravidelnosť		Použitelnosť		Informácie	
	Bodové hodnotenie	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti
1	169	30	159	21	77	20	148	36
2	193	269	198	268	251	261	194	200
3	17	72	17	76	47	90	31	135
4	0	8	5	14	4	8	6	8
SPOLU	379	379	379	379	379	379	379	379
Kritérium	Meškanie vlakov		Starostlivosť		Vozový park		Doplnkové služby	
	Bodové hodnotenie	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita	Miera dôležitosti
1	154	32	141	27	164	53	117	27
2	203	242	203	256	146	226	206	268
3	20	91	31	86	51	78	45	73
4	2	14	4	10	18	22	11	11
SPOLU	379	379	379	379	379	379	379	379
Kritérium	Dopad na životné prostredie							
	Bodové hodnotenie	Miera dôležitosti	Uznaná kvalita					
1	81	46						
2	239	210						
3	44	110						
4	15	13						
SPOLU	379	379						

Zdroj: uskutočnený marketingový prieskum

Respondenti zúčastnení na marketingovom prieskume považujú za najdôležitejšie prvky kvality dopravných služieb IC vlakov čas, dostupnosť a spoľahlivosť. Pričom najmenej dôležité prvky kvality sú použiteľnosť, dopad na životné prostredie a doplnkové služby. Najvyšší stupeň vnímanej kvality bol dosiahnutý pri kritériách kvality času, spoľahlivosti a doplnkových službách. Naopak, najnižší stupeň vnímanej kvality bol dosiahnutý pri kritériách pohodlie, cena a informácie.

Na základe uskutočneného marketingového prieskumu hodnotenia kvality dopravných služieb IC vlakov zo strany cestujúcich je potrebné v marketingovej stratégii zohľadniť predovšetkým nasledujúce skutočnosti:

- dopravné služby IC vlakov sú využívané väčšinou ekonomicky aktívnymi cestujúcimi,
- najviac cestujúcich sa hlási k typu rezignovane spokojného zákazníka,
- dopravné služby IC vlakov sú najčastejšie využívané pravidelnými cestujúcimi,
- hlavné dôvody využívania dopravných služieb IC vlakov sú rýchlosť, pohodlie a cena,
- najmenej dôležité dôvody na využívanie dopravných služieb IC vlakov sú ekologický vplyv, bezpečnosť, servis a doplnkové služby,
- 62 % cestujúcich je spokojných s dopravnými službami IC vlakov,
- 0 % cestujúcich je nadmieru nespokojných s dopravnými službami IC vlakov,
- najdôležitejšie prvky kvality dopravných služieb IC vlakov sú čas, dostupnosť a spoľahlivosť,
- najvyšší stupeň dosiahnutej kvality získali prvky dopravných služieb IC vlakov čas, spoľahlivosť a doplnkové služby,
- najmenej dôležité prvky kvality sú použiteľnosť, dopad na životné prostredie a doplnkové služby,
- najnižší stupeň vnímanej kvality bol dosiahnutý pri kritériách pohodlie, cena a informácie.

Uvedené skutočnosti je možné použiť k vytvoreniu novej marketingovej stratégie dopravných služieb IC vlakov, s cieľom správneho nastavenia, smerovania a zacielenia marketingovej stratégie. Vhodne a efektívne nastavená marketingová stratégia môže pozitívnym spôsobom ovplyvniť dopyt po dopravných službách IC vlakov a tak zvýšiť ich ekonomickú a spoločenskú efektívnosť.

5 Záver

Hlavným cieľom príspevku bolo prostredníctvom použitia dynamického modelu hodnotenia kvality služieb Staussa a Neuhausa vyhodnotiť vnímanú a požadovanú kvalitu poskytovaných dopravných služieb IC vlakov v podmienkach Slovenskej republiky. Informácie o vnímanej a požadovanej kvalite poskytovaných dopravných služieb IC vlakov sú nevyhnutné pre správne a efektívne nastavenie marketingovej stratégie. Marketingová stratégia, ktorá zohľadňuje vnímanie a požiadavky zákazníkov na kvalitu dopravných služieb, dokáže efektívnejším spôsobom udržať súčasných a získať nových zákazníkov. Táto skutočnosť následne priaznivo ovplyvňuje ekonomickú a celospoločenskú efektívnosť dopravných služieb IC vlakov. Výstupy z hlavného cieľa článku sú plne aplikovateľné v praxi a môžu byť plnohodnotne použité pre návrh marketingovej stratégie IC vlakov v podmienkach SR.

6 Zoznam použitej literatúry

1. KANIS, J. *Návrh marketingovej stratégie služby IC vlakov v podmienkach SR*. Diplomová práca. Karviná. 2018.
 2. MATEIDES, A. a kol. *Manažérstvo kvality – histórie, koncepty, metódy*. Vydavateľstvo: EPOS Banská Bystrica. 2006. ISBN 80-8057-656-4.
 3. NEDELIÁKOVÁ, E. – DOLINAYOVÁ, A. – NEDELIÁK, I. *Metódy hodnotenia kvality prepravných služieb*. Žilina: EDIS vydavateľstvo ŽU. 2013. ISBN 978-80-554-0817-0.
 4. NEDELIÁKOVÁ, E. – SEKULOVÁ, J. *Dynamické modely kvality služieb*. Žilina: EDIS vydavateľstvo ŽU. 2016. ISBN 978-80-554-1263-4.
 5. <http://www.slovakrail.sk/sk/intercity/sluzby-vo-vlakoch-intercity.html>
 6. https://www.slovakrail.sk/fileadmin/dokumenty/2018_pdf/intercity/IC-9.12.2018-Cestovny_poriadok__Cennik_a_Kalendar.pdf
-

Autori:

Juraj KANIS¹, Matej KMETÍK², Anna DOLINAYOVÁ³, Vlastimil MELICHAR⁴

Tituly a pôsobisko autorov:

1 Ing. Juraj Kanis, PhD., Výskumný a vývojový ústav železníc Žilina, Sekcia expertíznych činností, 1. mája 34, Žilina, 010 01, kanis.juraj@zsr.sk

2 Ing. Matej Kmetík, externý doktorand, Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera, Studentská 95,

Pardubice 532 10, kmetik.matej@gmail.com

3 doc. Ing. Anna Dolinayová, PhD., Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Katedra železničnej dopravy, Univerzitná 8215/1, Žilina 010 26, anna.dolinayova@fpedas.uniza.sk

4 prof. Ing. Vlastimil Melichar, CSc., Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera, Oddělení ekonomiky a managementu, Studentská 95, Pardubice 532 10, vlastimil.melichar@upce.cz